

Au-pairs in Deutschland und weltweit

Entwicklungen und Trends
im deutschen Au-pair-Wesen

Konjunkturumfrage 2015



Ergebnisse der Umfrage bei deutschen Au-pair-Agenturen

Eine Studie von Dr. Walter, Juni 2015

Konjunkturumfrage 2015

Entwicklungen und Trends im deutschen Au-pair-Wesen

Vorwort

Deutschland ist wieder attraktiv für ausländische Au-pairs. Das war vor einigen Jahren noch anders, deshalb legte die Bundesregierung 2009 ein Modellprojekt zur „Attraktivitätssteigerung im Au-pair-Programm“ auf. Ziel war es, wieder mehr junge Menschen aus dem Ausland für Deutschland zu begeistern. Nun scheint der Anreiz zu wirken – das zeigt die Konjunkturumfrage 2015.

Um das Geschehen auf dem Markt für Au-pair-Vermittlungen transparent abzubilden, erscheint die Konjunkturumfrage „Au-pair in Deutschland und weltweit“ bereits zum neunten Mal. Sie liefert aktuelle Zahlen und Fakten, berichtet über Entwicklungen und Trends und stellt seit Jahren eine der wenigen Quellen für die Beurteilung der Au-pair-Landschaft in Deutschland dar.

Die Statistiken zum deutschen Au-pair-Wesen sind lückenhaft. Zwar erhebt das Auswärtige Amt Zahlen, allerdings nur zur Einreise von Au-pairs aus visumpflichtigen Ländern. EU-Angehörige benötigen kein Visum und werden daher nicht erfasst. Wie viele junge Deutsche einen Au-pair-Aufenthalt im Ausland absolvieren, ist sogar völlig unbekannt. Mehrere öffentliche Stellen sind in das Au-pair-Programm involviert, aber keine davon zeigt sich offiziell verantwortlich. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, das Bundesministerium für Familie, Frauen und Jugend, das Bundesministerium des Innern und das Auswärtige Amt – sie alle haben mit dem bewährten Kulturaustauschprogramm zu tun, ohne sich dafür ausdrücklich einzusetzen.

So liegt es bei den Au-pair-Vermittlern und -Verbänden, das Au-pair-Programm am Leben zu halten und vorwärtszubringen. Unser besonderer Dank gilt deshalb den 64 Au-pair-Agenturen, die in diesem Jahr an der Umfrage teilgenommen haben. Wir freuen uns, dass sie sich die Zeit genommen haben, den Katalog von insgesamt 59 Fragen zu beantworten.

Neben der Auswertung der Umfrageergebnisse bietet die Konjunkturumfrage 2015 eine Vorstellung des Europäischen Komitees für Au-pair Standards (Ecaps) sowie eine Einschätzung zum Thema Au-pair und Nebenjob. Zudem gibt es die Prognose einer Matching-Agentur, wie sich unterschiedliche Arten der Au-pair-Vermittlung in Zukunft ergänzen könnten.

Wir hoffen, wir haben nicht nur interessante Informationen für Agenturen und Verbände, Politik und Öffentlichkeit zusammengestellt, sondern können auch dazu beitragen, dass noch mehr Gastfamilien ein Au-pair aufnehmen und junge Deutsche öfter als Au-pair ins Ausland gehen.

Wir wünschen Ihnen eine anregende Lektüre und sind gespannt auf Ihr Feedback an info@au-pair-agenturen.de bzw. www.facebook.com/aupairagenturen.de.

Ihr Team von www.au-pair-agenturen.de

Inhalt

Vorwort	1
Begriffsklärung	5
1. Die wichtigsten Ergebnisse in Kurzform	6
2. Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Incoming	7
2.1 Entwicklung der Vermittlungszahlen	7
2.2 Herkunftsländer von Incoming-Au-pairs	8
2.3 Die am häufigsten genannten Herkunftsländer	9
2.4 Umvermittlung und Aufenthaltsdauer	10
2.5 Männliche Au-pairs in Deutschland	11
2.6 Die wirtschaftliche Situation von Incoming-Agenturen	11
3. Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Outgoing	12
3.1 Entwicklung der Vermittlungszahlen	13
3.2 Die beliebtesten Zielländer deutscher Au-pair-Bewerber	14
3.3 Partneragenturen im Ausland	15
3.4 Die wirtschaftliche Situation von Outgoing-Agenturen	15
4. Die Bedeutung weiterer Marktteilnehmer	16
4.1 Der Stellenwert der Au-pair-Verbände	16
4.2 Beurteilung der Au-pair-Versicherungsanbieter	17
4.3 Die Bewertung der Serviceseite <i>www.au-pair-agenturen.de</i>	18
5. Gastbeiträge	18
5.1 Cordula Walter-Bolhöfer: Au-pair mit Nebenjob – dürfen Au-pairs dazuverdienen?	18
5.2 Karin Glöckner: Ecaps – Europäisches Komitee für Au-pair-Standards	21
5.3 Rafael Bujara: Wie sieht die Zukunft der Au-pair-Vermittlung aus? Einschätzungen aus Sicht von AuPair.com	23

6.	Zur Durchführung und Auswertung der Umfrage	24
7.	Die Antworten der Au-pair-Agenturen im Detail	26
8.	Informationen zu den Au-pair-Verbänden	40
9.	Notrufnummer für Au-pairs	42
10.	Impressum	43

Begriffsklärung

Au-pair

Der Begriff „Au-pair“ entstammt dem Französischen und bedeutet „auf Gegenseitigkeit“. Das heißt, dass bei einem Au-pair-Aufenthalt sowohl Au-pair als auch Gastfamilie im gegenseitigen Geben und Nehmen voneinander profitieren.

Ein Au-pair hilft bei der Kinderbetreuung und bei der Hausarbeit, lernt im Gegenzug Land und Leute kennen und vertieft seine Sprachkenntnisse. Die Gastfamilie erhält Einblick in eine andere Kultur sowie Unterstützung in täglichen Haushaltsdingen. Welche Rechte und Pflichten Au-pairs haben, hängt vom jeweiligen Land ab. Die verschiedenen Länder bieten unterschiedliche Au-pair-Programme.

EU-Au-pairs und Nicht-EU-Au-Pairs

Innerhalb der Europäischen Union wird häufig zwischen EU- und Nicht-EU-Au-pairs unterschieden. Während Nicht-EU-Au-pairs aus einem Land außerhalb der EU kommen und ein Visum sowie eine Arbeitsgenehmigung für die Einreise beantragen müssen, genießen Au-pairs aus der EU (EU-Au-pairs) volle Freizügigkeit innerhalb der Europäischen Union.

Incoming-Au-pairs

Incoming-Au-pairs sind Au-pairs, die aus dem Ausland kommen, um ihre Au-pair-Zeit in Deutschland zu verbringen.

Outgoing-Au-pairs

Outgoing-Au-pairs sind Au-pairs aus Deutschland, die ihre Au-pair-Zeit außerhalb von Deutschland verbringen.

Echtes Au-pair-Verhältnis

Bei einem echten Au-pair-Verhältnis sind alle rechtlichen Voraussetzungen erfüllt, d. h. es gibt einen Vertrag, in dem das Au-pair-Verhältnis geregelt ist – z. B. Arbeits- und Freizeit, Dauer der Beschäftigung, Bezahlung etc. Diese Bestimmungen unterscheiden sich in einzelnen Ländern. Für Deutschland finden sich die Bestimmungen im Merkblatt „Au-pair bei deutschen Familien“ der Bundesagentur für Arbeit.

Unechtes Au-pair-Verhältnis

Bei einem unechten Au-pair-Verhältnis sind nicht alle rechtlichen Voraussetzungen erfüllt. Es liegt vor, wenn beispielsweise ein ausländischer Gast oder Sprachschüler im Haushalt lebt, der gelegentlich auf die Kinder der Familie aufpasst.

Freie Vermittlung

Bei der freien Vermittlung finden sich Gasteltern und Au-pair über Beziehungen, Bekannte oder andere Wege. Alles wird ohne die Einschaltung einer Au-pair-Agentur eigenständig geregelt.

Full-Service-Agentur

Full-Service-Agenturen unterstützen und betreuen Au-pair und Gastfamilie rundum während der gesamten Au-pair-Zeit: Von der Vorbereitung des Au-pair-Aufenthaltes bis zu dessen Ende können Au-pair und Gastfamilie auf den Service der Agentur zählen.

Matching-Agentur

Matching-Agenturen sind hauptsächlich im Internet aktiv. Auf ihren Portalen können sowohl Au-pairs als auch Gastfamilien ihre Profile einstellen, um eine Gastfamilie respektive ein Au-pair zu finden. Im Vergleich zu Full-Service-Agenturen bieten Matching-Agenturen einen eingeschränkten Service: Er endet in der Regel mit der erfolgreichen Zusammenführung von Au-pair und Gastfamilie und damit noch vor Beginn des Au-pair-Aufenthaltes.

1 Die wichtigsten Ergebnisse in Kurzform

Die Konjunkturmfrage beruht auf Umfrageergebnissen und Interviews, die sich auf das Jahr 2014 beziehen und im Zeitraum von Januar bis April 2015 erhoben bzw. durchgeführt wurden. Im Folgenden die wichtigsten Ergebnisse:

Mehr Au-pair-Visa vergeben

2014 wurden erstmals wieder mehr Au-pair-Visa für Deutschland vergeben als im Jahr davor. So erhielten 4.881 Au-pair-Bewerber aus dem nichteuropäischen Ausland ein Visum, 393 mehr als 2013. Damit endet der seit 2005 anhaltende Abwärtstrend bei der Vergabe der Aufenthaltstitel.

Anzahl der Au-pairs in Deutschland nimmt weiter zu

Seit 2012 steigt die Anzahl der Au-pairs, die jedes Jahr nach Deutschland kommen: 2014 waren es annähernd 11.000 gegenüber 10.000 im Jahr 2013 und 8.400 im Jahr 2012.

Interesse an Au-pair-Programm im Ausland bei jungen Deutschen rückläufig

Während das Interesse von Jugendlichen an Freiwilligenprogrammen und Work and Travel weiter zunimmt, sinkt die Begeisterung für das Au-pair-Programm. Dafür gibt es verschiedene Gründe.

Wenige Au-pair-Agenturen wachsen – viele melden rückläufige Zahlen

Die zunehmende Professionalisierung macht auch vor dem Au-pair-Markt nicht halt. Ein Großteil der Au-pairs wird über wenige Agenturen vermittelt.

2 Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Incoming

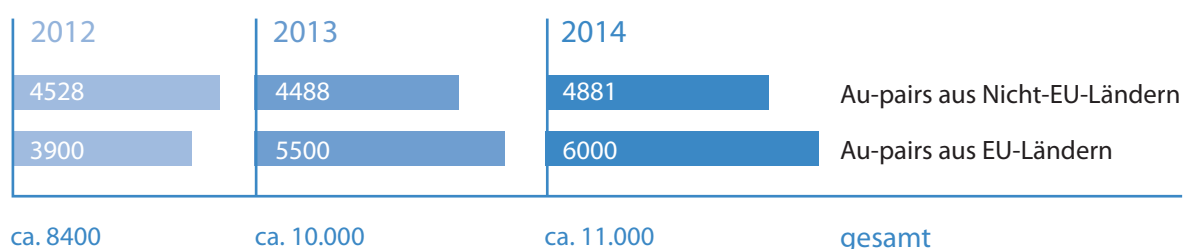
2.1 Entwicklung der Vermittlungszahlen

Der positive Trend bei den Vermittlungen setzt sich auch 2014 fort: Die Zahl ausländischer Au-pairs in Deutschland ist im vergangenen Jahr erneut angestiegen.

Dass Deutschland für Jugendliche aus der Europäischen Union attraktiv ist, hat schon die Konjunkturumfrage 2013 ans Licht gebracht. Darüber hinaus kamen erstmals seit 2005 auch wieder mehr Au-pairs aus Ländern, die nicht der EU angehören: Im vergangenen Jahr erhielten 4.881 und damit 391 mehr Au-pair-Bewerber ein Visum für Deutschland als noch 2013.

Aufgrund unserer Zahlen und Recherchen gehen wir für das Jahr 2014 von etwa 11.000 Au-pairs in Deutschland aus. Seit 2012 ist diese Zahl kontinuierlich gestiegen: 2013 gab es 10.000, 2012 gab es 8.400 Au-pairs in Deutschland.

Au-pairs in Deutschland seit 2012



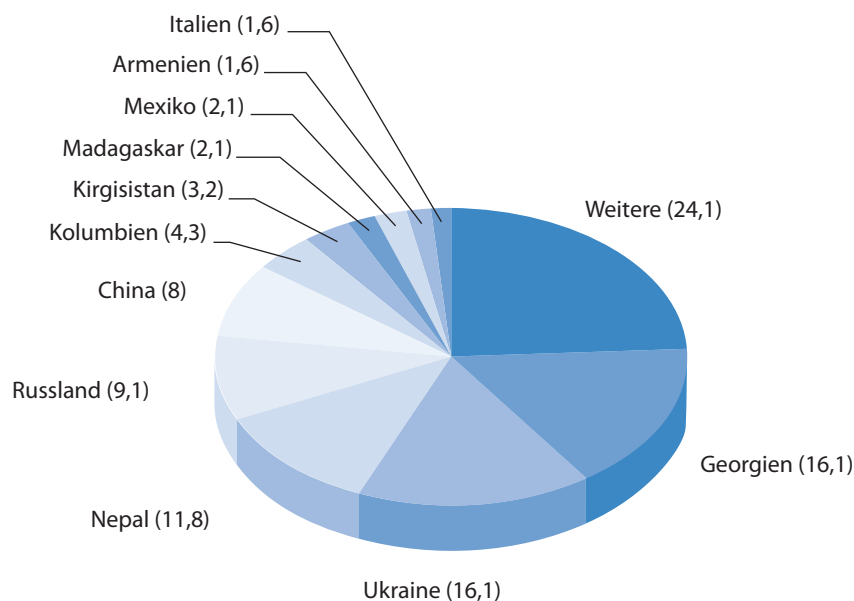
Quelle: Auswärtiges Amt; eigene Berechnungen

2.2 Herkunftsländer von Incoming-Au-pairs

Au-pair-Agenturen arbeiten in der Regel mit ausländischen Partneragenturen zusammen. Diese Partner bereiten Au-pair-Interessenten in den Herkunftsländern auf ihre Au-pair-Zeit und die kulturellen Unterschiede in Deutschland vor. Sie klären die jungen Menschen über ihre Rechte und Pflichten auf und weisen sie auf Problemfelder sowie mögliche Lösungsansätze hin.

Die wichtigsten Herkunftsländer agenturvermittelter Au-pairs waren 2014 Georgien, die Ukraine, Nepal, Russland und China. Erstmals ist Nepal unter den Top-3-Ländern.

Die wichtigsten Herkunftsländer agenturvermittelter Au-pairs in Prozent



Quelle: Konjunkturumfrage 2015

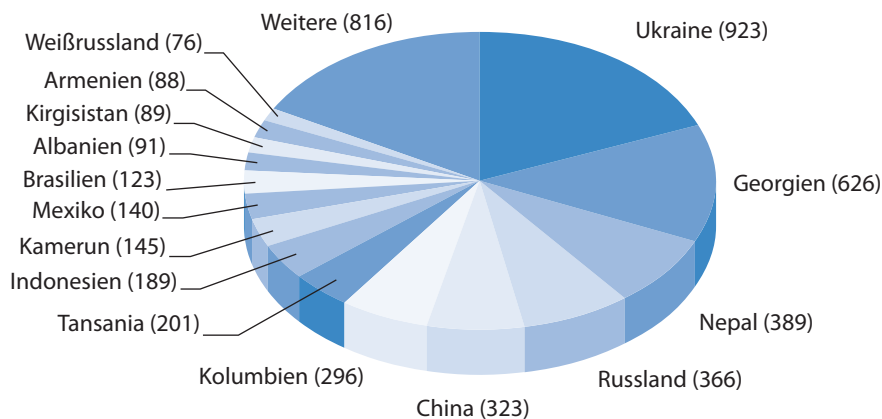
Die meisten Au-pair-Agenturen, die sich an der Umfrage beteiligt haben, arbeiten mit Agenturen aus mehreren Partnerländern zusammen. Einige beschränken sich auf bestimmte Länder und wenige Partner. Matching-Agenturen und wenige Full-Service-Agenturen verzichten ganz auf Partner im Ausland.

2.3 Die am häufigsten genannten Herkunftsländer

Woher kommen die Au-pairs? Au-pairs aus dem EU-Raum benötigen kein Visum, daher fehlen zuverlässige Zahlen über die Reiseströme von EU-Au-pairs. Sie verzichten häufig auf eine klassische Au-pair-Agentur. Sie organisieren ihren Aufenthalt meist selbst und nutzen dafür Matching-Agenturen, soziale Netzwerke oder persönliche Kontakte. Deshalb tauchen unter den Top 10 der Au-pair-Herkunftsländer keine EU-Länder in unseren Ergebnissen auf. Einen Anhaltspunkt zu den häufigsten Herkunftsländern von EU-Au-pairs liefern jedoch die Angaben der beiden Matching-Agenturen AuPairWorld und AuPair.Com: Deren meistgenannte Herkunftsländer waren 2014 Spanien und Italien.

Bewerber aus Nicht-EU-Ländern benötigen für ihren Aufenthalt in Deutschland ein Visum. Die Visa-Statistik wird jedes Jahr vom Auswärtigen Amt nach Ländern veröffentlicht und gibt einen guten Überblick über die Herkunft von Nicht-EU-Au-pairs.

Anzahl der Au-pair-Visa 2014



Quelle: Auswärtiges Amt, Referat 510. Au-pairs aus der EU werden in dieser Statistik nicht erfasst.

2014 wurden die meisten Aufenthaltsgenehmigungen für Au-pairs aus der Ukraine vergeben (923). Auf Platz zwei liegt Georgien (626) und auf Platz drei Nepal (389).

Jedes fünfte Nicht-EU-Au-pair kommt mittlerweile aus der Ukraine. Aufgrund der Konflikte im Land wollten offensichtlich mehr junge Leute ausreisen als im Jahr zuvor. Auch aus

Nepal kommen viele Au-pairs. Nepalesische Vermittler suchten den Kontakt zu deutschen Agenturen, um Au-pairs aus Nepal unterzubringen. Ob die Kooperationen mit diesen Vermittlern langfristig erfolgreich sind, wird sich zeigen. Weitere Au-pair-Herkunftsländer, die seit mehreren Jahren steigende Zahlen verzeichnen, sind Kolumbien, Tansania und Indonesien: 2014 wurden 296 Visa für Au-pairs aus Kolumbien ausgestellt, aus Tansania kamen 201 Au-pairs und aus Indonesien 189.

Weniger Au-pairs kommen dagegen seit zwei Jahren aus Russland. Das liegt möglicherweise an den abgekühlten politischen Beziehungen mit Deutschland. Auch für Au-pairs aus Kirgisistan hat sich die Zahl der Aufenthaltsgenehmigungen seit 2012 verringert.

2.4 Umvermittlung und Aufenthaltsdauer

Hin und wieder kommt es zwischen Au-pair und Gastfamilie zu Problemen. Unterschiedliche Erwartungen oder Missverständnisse können Konflikte zwischen der Familie und dem Au-pair verursachen. Anstatt den Aufenthalt abzubrechen, ist der Wechsel in eine andere Familie oft die bessere Alternative.

Au-pairs sollten sich im Konfliktfall zunächst an ihre Vermittlungsagentur wenden. Sie wird über kulturelle Unterschiede und ungewohnte Verhaltensweisen informieren und versuchen zu vermitteln. So lassen sich Probleme lösen und die Trennung von Gastfamilie und Au-pair kann verhindert werden.

Gibt es keine zuständige Au-pair-Agentur oder sind die Au-pairs mit ihrer Agentur unzufrieden, suchen sie oft Rat und Hilfe bei anderen Agenturen. Diese „gestrandeten“ Au-pairs sind aber nicht bei allen Agenturen beliebt. Sie verursachen viel Arbeit und erfordern schnelles und achtsames Handeln. Oft entsprechen sie auch nicht den eigenen Auswahlkriterien und Qualitätsvorgaben und sind daher schwer zu vermitteln. Dennoch geben die meisten Agenturen Hinweise und Ratschläge, wie man eine neue Gastfamilie finden kann. Zur Hilfestellung verpflichtet sind sie jedoch nicht; es liegt im Ermessen der Agentur, ob sie helfen kann und auch will.

Alle befragten Agenturen hatten 2014 mit solchen Au-pair-Abbrechern zu tun, die sie nicht selbst vermittelt haben. 30 Prozent hatten sogar mehr als zehn solcher Fälle.

Erstmals fragten wir in diesem Jahr auch nach häufigen Schwierigkeiten mit solchen Au-pairs. Genannt wurden:

- ▶ schlechte Deutschkenntnisse
- ▶ wenig Erfahrung in der Kinderbetreuung
- ▶ zu hohe oder falsche Erwartungen an das Au-pair-Programm
- ▶ fehlende Bewerbungsunterlagen und Dokumente

Die meisten über Agenturen vermittelten Au-pairs bleiben für zehn bis zwölf Monate in Deutschland. Den Familien bietet dies eine zuverlässige Betreuungssituation, in der Kinder und Au-pairs eine gute Beziehung aufbauen können.

Während des Aufenthaltes organisieren viele Full-Service-Agenturen für ihre Au-pairs Freizeitaktivitäten, um die Zeit in Deutschland interessanter zu gestalten. Sie veranstalten regelmäßig Au-pair-Treffen und helfen bei der Organisation von Au-pair-Reisen. Über 80 Prozent der Umfrageteilnehmer richten Veranstaltungen aus und organisieren Treffen für ausländische Au-pairs.

2.5 Männliche Au-pairs in Deutschland

Das Au-pair-Programm ist nach wie vor weiblich geprägt. Auch wenn der Anteil männlicher Au-pairs im Vergleich zum Vorjahr leicht gestiegen ist, war er auch 2014 gering. Die Hälfte der Agenturen hatte weniger als drei Prozent männliche Bewerber, ein Viertel hatte drei bis fünf Prozent. Viele Agenturen hatten Probleme, junge Männer zu vermitteln, auch wenn einzelne Gastfamilien gerne einen Au-pair-Jungen aufnahmen.

2.6 Die wirtschaftliche Situation von Incoming-Agenturen

Von der steigenden Zahl an Au-pairs in Deutschland profitieren nur wenige Agenturen. Die Vermittlungszahlen der meisten Incoming-Agenturen waren wie in den Vorjahren weiterhin stagnierend oder rückläufig. Wie ist das zu begründen?

Aus zahlreichen Gesprächen mit Agenturen wissen wir, dass sich das Geschäft zunehmend auf wenige Vermittler zentriert. Dies sind zum einen die Matching-Agenturen, die jedes Jahr von wachsenden Anmeldezahlen berichten. Es sind zum anderen die großen

Anbieter von Jugend- und Bildungsprogrammen. Sie bieten neben anderen Programmen auch Vermittlungen im Au-pair-Bereich an und punkten mit modernen Internetseiten, großen Budgets und professionellem Auftreten. Die dritte Gruppe sind Agenturen, die sich besonderen Qualitätsansprüchen wie dem RAL-Gütezeichen Au-pair oder den Qualitätsstandards der Au-pair Society verpflichtet haben.

Schlecht stehen die kleinen Ein-Personen-Agenturen da. Ihnen fällt es immer schwerer, neue Gastfamilien zu finden. Ihre Vorteile wie regionale Nähe zu den Familien und der persönliche Service verlieren immer mehr an Bedeutung, wenn Kunden ihr Urteil über die Agentur in wenigen Sekunden anhand deren Website fällen.

3 Entwicklungen und Trends im Bereich Au-pair-Outgoing

Viele junge Menschen zieht es nach der Schule oder Ausbildung hinaus in die Welt. Sie wollen Erfahrungen im Ausland sammeln, ihre Sprachkenntnisse vertiefen und sich vor dem Studium oder Berufseinstieg neu orientieren. Freiwilligenarbeit und Work and Travel stehen deshalb bei den jungen Erwachsenen hoch im Kurs. Das Interesse an Au-pair-Aufenthalten dagegen nimmt eher ab. Warum ist das so?

Ein möglicher Grund ist die Programmdauer. Junge Leute haben es heute immer eiliger mit dem Studium zu beginnen. Eine Au-pair-Zeit von sechs bis zwölf Monaten passt da oft nicht ins Konzept. Ein weiterer Grund könnte das Leben in der Gastfamilie und die Betreuung von Kindern sein. Der Aufenthalt als Au-pair kommt der familiären Situation zu Hause sehr nahe. Es fehlt der vermeintliche „Thrill“ etwas Neues zu entdecken oder Abenteuer zu erleben.

Im Vergleich zu Work and Travel ist ein Au-pair in seinen Freiheiten beschränkt. Man kann nicht laufend Partys feiern oder einfach mal für Wochen nichts tun. Gegenüber Freiwilligenarbeit fehlt die „weltverbessernde Komponente“, die viele junge Leute an diesem Programmtyp reizt.

Fest steht: An den Kosten kann es nicht liegen. Das Au-pair-Programm ist eine der günstigsten Möglichkeiten für einen längeren Auslandsaufenthalt. Neben der Vermittlungsgebühr für die Agentur, der Prämie für die Versicherung sowie den Reisekosten

fallen kaum weitere Kosten an. Man lebt in der Gastfamilie und bekommt neben Kost und Logis auch ein Taschengeld für persönliche Ausgaben.

Ein weiterer positiver Aspekt von Au-pair-Aufenthalten wird oft übersehen: Durch das Leben mit der Gastfamilie kann man eine Kultur viel intensiver kennenlernen als möglicherweise in anderen Programmen. Im Umgang mit Kindern und Eltern verbessert man spielend seine Sprachkenntnisse und nicht zuletzt stellt ein Au-pair Sozialkompetenz und Verantwortungsbewusstsein unter Beweis.

Es kommt in Zukunft darauf an, die Vorteile eines Au-pair-Aufenthaltes deutlicher herauszustellen und die Attraktivität des Au-pair-Programms für Jugendliche aus Deutschland wieder zu steigern. Das ist aus unserer Sicht eine der wesentlichen Aufgaben, der sich Au-pair-Agenturen und Au-pair-Verbände in den nächsten Jahren stellen müssen.

3.1 Entwicklung der Vermittlungszahlen

Verlässliche Zahlen darüber, wie viele deutsche Au-pairs 2014 ins Ausland gingen, gibt es leider nicht. Es gibt weder Daten von der Bundesregierung noch von den Au-pair-Verbänden. Auch Au-pair-Versicherer können keine Zahlen vorlegen, da sie in der Regel im Bereich Outgoing keinen Unterschied zwischen Au-pair und anderen Jugendbildungsprogrammen machen.

Auch wenn keine Gesamtzahl vorliegt, lässt sich über die Entwicklung der Vermittlungen eine konkrete Aussage treffen: Sie ist rückläufig. Gerade einmal jede zehnte Agentur berichtet von steigenden Zahlen, alle anderen melden wie in den Vorjahren stagnierende oder rückläufige Zahlen. Besonders erschreckend: Gegenüber 2013 gibt es mehr Agenturen mit negativen Zahlen – es sind jetzt 43,2 Prozent aller befragten.

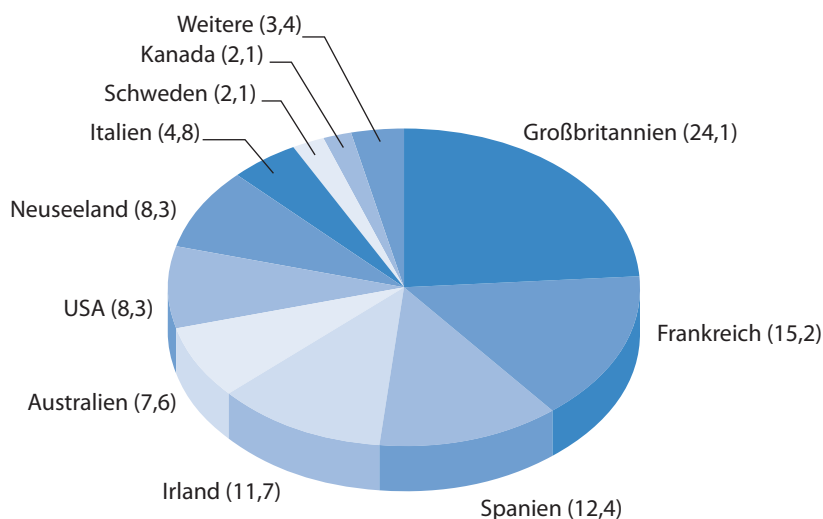
Rückläufig sind auch die Registrierungen bei den Matching-Agenturen. Nach Angaben von AuPairWorld meldeten sich erstmals seit Jahren weniger deutsche Au-pair-Bewerber an – entgegen dem weltweit steigenden Trend. Im Jahr 2014 registrierten sich 24.760 Bewerber aus Deutschland, etwa 2.000 weniger als im Jahr zuvor.

3.2 Die beliebtesten Zielländer deutscher Au-pair-Bewerber

Full-Service-Agenturen arbeiten in der Regel mit ausländischen Au-pair-Agenturen zusammen. Diese suchen geeignete Gastfamilien, betreuen die Au-pairs vor Ort und vermitteln bei Problemen. Wie in den Jahren zuvor konnte jeder Umfrageteilnehmer bis zu fünf Haupt-Zielländer nennen. Für diese Länder interessierten sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber, vorausgesetzt, die Agenturen hatten Partner in diesen Ländern.

Die 2014 am häufigsten genannten Länder im Bereich Outgoing waren 2014 Großbritannien, Frankreich und Spanien, gefolgt von Irland, den USA und Neuseeland.

Die beliebtesten Zielländer deutscher Au-pair-Bewerber in Prozent



Quelle: Konjunkturumfrage 2015

Wie in jedem Jahr nehmen die USA bei dieser Auswertung einen hinteren Platz ein, obwohl sie bei der Anzahl der Vermittlungen zu den Top-Ländern gehören. Die Vermittlung in die Vereinigten Staaten ist stark reglementiert und erfolgt nur über wenige Agenturen. Auch wenn diese Agenturen in der Umfrage die USA als wichtigstes Land nennen, bleibt der Stimmanteil aus dem genannten Grund gering.

3.3 Partneragenturen im Ausland

Partneragenturen im Ausland können die Vermittlung unterstützen, die Abbruchquote senken und die Zufriedenheit der Teilnehmer steigern. Einige bieten auch Vorbereitungsseminare im jeweiligen Gastland an. Fast alle befragten Agenturen arbeiten mit ausländischen Partnern zusammen, über ein Viertel von ihnen mit mehr als zehn.

Ein zuverlässiges Netz von Partnern im Ausland ist eine wichtige Arbeitsgrundlage von Full-Service-Agenturen und ein wichtiger Unterschied zu Matching-Agenturen, die auf solche Partner verzichten. Damit lässt sich die geringe Abbruchquote der Full-Service-Agenturen von null bis fünf Prozent erklären. Für den Bereich der Matching-Agenturen liegen keine Angaben über die Abbruchquote von Au-pairs im Ausland vor.

3.4 Die wirtschaftliche Situation von Outgoing-Agenturen

Die wirtschaftliche Situation vieler Agenturen ist angespannt, denn seit Jahren sinken die Vermittlungszahlen. Dieser Trend hat sich im letzten Jahr weiter verstärkt: Bei über 43 Prozent aller Umfrageteilnehmer ist die Anzahl der Vermittlungen zurückgegangen.

Der Hälfte aller Agenturen fehlt es an Au-pair Bewerbern. Diese zu gewinnen fällt gerade kleineren Agenturen schwer: Sie müssen sich gegen die Internetseiten der großen Anbieter behaupten, haben keine großen Werbebudgets und können sich keine oder nur wenige Besuche bei Schüleraustauschmessen leisten. Zudem stehen sie mit ihrem Angebot im Wettbewerb mit anderen Jugend- und Bildungsprogrammen wie Work and Travel oder Freiwilligenarbeit.

Doch es gibt auch Ausnahmen: Bei jeder zehnten Agentur steigen die Vermittlungszahlen. Leider gibt die Umfrage keine Auskunft darüber, bei welchen Agenturen dies der Fall ist. Wir vermuten, dass es sich um Agenturen handelt, die einen besonderen Service oder eine besondere Spezialisierung bieten.

4 Die Bedeutung weiterer Marktteilnehmer

4.1 Der Stellenwert der Au-pair-Verbände

Die Mitgliedschaft in einem Au-pair-Verband ist den meisten Umfrageteilnehmern wichtig. Über 60 Prozent der befragten Agenturen sind Mitglied eines nationalen Verbandes wie Au-pair-Society e.V., In VIA oder vij. Beim internationalen Au-pair-Verband IAPA engagieren sich 20 Prozent der Befragten.

Unabhängig von der Mitgliedschaft in einem nationalen oder internationalen Verband hat sich die Hälfte aller Teilnehmer der RAL-Gütegemeinschaft Au-pair angeschlossen, um die Qualität ihrer Vermittlungsarbeit von einer unabhängigen Stelle prüfen und zertifizieren zu lassen.

Gefragt nach den Gründen für eine Verbands-Mitgliedschaft, nannte jede dritte Agentur die Lobbyarbeit als besonders relevant. Gerade weil sich auf Regierungsseite kein Ministerium für das Thema Au-pair verantwortlich fühlt, ist die regelmäßige Vorsprache bei den Ministerien und der politische Einsatz für die Interessen der Au-pair-Agenturen Motivation für eine Verbandsmitgliedschaft.

Sich von anderen Agenturen abzuheben ist ein weiterer oft genannter Grund – die Mitgliedschaft in einem Verband ist ein Zeichen für Engagement in der Branche. Weitere Gründe für eine Mitgliedschaft sind die nationale und internationale Vernetzung, der allgemeine Austausch unter Kollegen sowie die Unterstützung bei Problemfällen.

Mit der Arbeit der Verbände waren die Agenturen im Großen und Ganzen zufrieden, im Vergleich zum Vorjahr sank der Zufriedenheitsgrad allerdings bei einigen Verbänden. Und es fällt auf, dass es erstmals eine größere Anzahl von Agenturen gibt, die mit der Arbeit ihres Verbandes unzufrieden ist. Die Qualität ihrer Arbeit zu verbessern, steht daher sicherlich bei den betroffenen Verbänden dieses Jahr im Fokus.

4.2 Beurteilung der Versicherungsanbieter

Übliche Reisekrankenversicherungen sind kein passender Schutz für Au-pair-Aufenthalte. Dafür gibt es spezielle Au-pair-Versicherungen, die alle notwendigen Leistungen umfassen. Eine gute Versicherung für ein Au-pair besteht aus Auslandskrankenversicherung, Privat- und Berufshaftpflichtversicherung sowie privater Unfallversicherung. Einige Anbieter bieten zusätzlich eine Abschiebekostenversicherung an.

Au-pair-Agenturen weisen Au-pairs und Gastfamilien auf die Notwendigkeit einer Au-pair-Versicherung hin. Agenturen mit Gütezeichen gehen sogar noch einen Schritt weiter und lassen sich im Rahmen der Qualitätssicherung einen Nachweis über die Versicherung geben.

Fast alle befragten Agenturen arbeiten mit dem Auftraggeber dieser Studie zusammen, dem Versicherungsanbieter Dr. Walter. Dieser ist Marktführer für Au-pair-Versicherungen und bietet mit den Produkten AU-PAIR24, AU-PAIR-PLUS, PROTRIP und PROTRIP-WORLD vier verschiedene Lösungen für unterschiedliche Bedürfnisse an. Mehr als ein Drittel der Befragten empfehlen ausschließlich Au-pair-Versicherungen von Dr. Walter, die anderen Agenturen bieten auch Produkte anderer Anbieter an.

Die meisten Umfrageteilnehmer bezeichnen die Zusammenarbeit mit Dr. Walter als „gut“ oder „sehr gut“. Im Bereich Outgoing liegt die Zufriedenheitsquote (Note „gut“ oder „sehr gut“) bei 96 Prozent, im Bereich Incoming bei 92 Prozent.

Leistungsumfang und Qualität der Versicherungen haben für die Agenturen eine hohe Bedeutung. Am meisten schätzen sie Tarife mit Rundum-Schutz, bei denen die Au-pairs neben einer umfassenden Auslandskrankenversicherung auch durch eine Unfall- und Haftpflichtversicherung geschützt sind. Wichtig ist den Au-pair-Agenturen auch, dass es in der Krankenversicherung keinen Selbstbehalt gibt und dass bestehende Vorerkrankungen mitversichert sind.

Neben den Versicherungsleistungen beurteilten die Agenturen auch den Versicherungsanbieter. Für die meisten Befragten hat eine schnelle und unkomplizierte Bearbeitung höchste Priorität. Wichtig sind auch eine Kopie der Versicherungsbestätigung bei Online-Abschluss und die Möglichkeit, den Vertrag in wenigen Minuten über einen sicheren Server abzuschließen.

4.3 Die Bewertung der Serviceseite www.au-pair-agenturen.de

www.au-pair-agenturen.de ist eine Serviceseite für Au-pairs und Gastfamilien. Die Seite stellt zahlreiche Informationen zur Verfügung und ist ein idealer Einstieg für alle, die sich erstmals mit dem Thema Au-pair befassen. Es gibt Informationen zu Voraussetzungen, Rechten und Pflichten, Herkunfts- und Zielländern, Verbänden und Organisationen sowie Büchern zum Thema Au-pair. Über einen Newsletter können sich alle auf dem Laufenden halten, die sich für das Au-pair-Wesen interessieren.

www.au-pair-agenturen.de ist eine wichtige Informations- und Anlaufstelle, wenn es um das Au-pair-Wesen in Deutschland geht. Das belegen auch die Zugriffszahlen: Mit über 123.153 Besuchen im Jahr 2014 hat die Nutzung der Seite gegenüber dem Vorjahr um 42 Prozent zugenommen.

Das Portal ist deutschlandweit das größte Verzeichnis von Au-pair-Vermittlungsstellen: Über 200 Agenturen sind hier mit einem Eintrag gelistet. Der kostenlose Adresseintrag bei www.au-pair-agenturen.de ist 85 Prozent der befragten Agenturen wichtig, weil sie darüber neue Kunden gewinnen. Weitere Angebote der Seite, wie die Bewerbungsbögen für Au-pairs oder die Agenturen-Suche, werden von den Agenturen ebenfalls sehr geschätzt.

5 Gastbeiträge

5.1 Cordula Walter-Bolhöfer: Au-pair mit Nebenjob – dürfen Au-pairs dazuverdienen?

Au-pairs in Deutschland bekommen ein monatliches Taschengeld von 260 Euro; ihre Tätigkeit ist auf 30 Stunden in der Woche begrenzt. Neben der Kinderbetreuung und Mithilfe im Haushalt bliebe also noch Zeit, um einmal in der Woche zu kellnern oder auf die Nachbarskinder aufzupassen. Manche Au-pairs würden sich gerne etwas dazuverdienen oder Berufserfahrung sammeln. Möglich, dass die Gasteltern ihnen freigeben und zusätzliche Einnahmequellen befürworten. Doch ist das überhaupt erlaubt? Dürfen Au-pairs in Deutschland einen zusätzlichen Job annehmen?

Diese Frage ist nicht ganz leicht zu beantworten. Deshalb schließen einige Au-pair-Vermittler in ihren Verträgen jede Nebentätigkeit grundsätzlich aus, weil sie kein arbeitsrechtliches Risiko eingehen wollen.

Geringfügigkeitsgrenze

Für Au-pairs gelten die Geringfügigkeits-Richtlinien der Spitzenverbände der Sozialversicherung. Ein Au-pair ist von der Sozialversicherungspflicht befreit. Eine Au-pair-Beschäftigung ist weder eine geringfügige Beschäftigung noch eine sozialversicherungspflichtige Anstellung. Vielmehr handelt es sich um ein Betreuungsverhältnis besonderer Art, für das die Gasteltern als Arbeitgeber keine Sozialabgaben und auch keine Pauschalabgaben zahlen müssen. Sobald ein Au-pair allerdings mehr als das vorgesehene Taschengeld verdient, ändert sich die gesamte Rechtslage. Das Au-pair würde eventuell sozialversicherungs- und steuerpflichtig.

Nicht-EU-Au-pairs

Au-pairs aus Nicht-EU-/EWR-Staaten (mit Ausnahme der Schweiz) dürfen meistens keinen Nebenjob und auch keine unbezahlte Tätigkeit wie etwa ein Praktikum annehmen. In vielen Fällen gilt ihre Aufenthaltserlaubnis nur für die Au-pair-Tätigkeit in einer Gastfamilie und verbietet jede weitere Beschäftigung. Gerade in der Gastronomie gibt es regelmäßige Zollkontrollen. Entdecken die Behörden, dass ein Nicht-EU-Au-pair dort unerlaubt arbeitet, droht die Ausweisung.

Praktikum

Durch das Leben in der Familie vertiefen die Jugendlichen ihre Sprachkenntnisse und lernen die deutsche Lebensweise kennen. Darüber hinaus kann ein unbezahltes Praktikum während der Au-pair-Zeit für Au-pairs aus der Europäischen Union eine gute Möglichkeit zur Berufsorientierung sein. Mit einem Praktikum im Hotelgewerbe oder in einem Pflegeberuf findet man schnell heraus, ob man eine Ausbildung im jeweiligen Berufsfeld machen will.

Der gesetzliche Mindestlohn, der im Januar 2015 in der Bundesrepublik Deutschland eingeführt wurde, berührt ein mögliches Schnupperpraktikum von Au-pairs nicht. Praktikanten, die nicht länger als drei Monate ein Unternehmen oder eine Institution kennen lernen wollen, haben keinen Anspruch auf Mindestlohn, wenn das Praktikum der Berufsorientierung dient oder ausbildungs- und studienbegleitend geleistet wird.

Versicherungsschutz

Wie sieht es mit der Haftpflichtversicherung aus, wenn das Au-pair ein Praktikum absolviert? Einige Au-pair-Versicherungen (z. B. AUPAIR24) beinhalten neben der Privathaftpflicht- auch eine Berufshaftpflichtversicherung. Allerdings bezieht sich dieser Schutz nur auf die Au-pair-Tätigkeit, nicht auf eine Nebenbeschäftigung. Wenn das

Au-pair beispielsweise verschuldet, dass eine Dame im Altenheim stolpert und sich ein Bein bricht, so ist dieser Schaden nicht über die Au-pair-Haftpflichtversicherung gedeckt. Das Au-pair oder seine Gasteltern sollten also vor Antritt eines Praktikums sicherstellen, dass das Unternehmen für den Haftpflichtschutz seiner Praktikanten eintritt.

Anders verhält es sich mit der Krankenversicherung: Au-pairs sind oft während der gesamten Zeit in Deutschland durch ihre Au-pair-Krankenversicherung geschützt. Aber Achtung: Das gilt nicht bei allen Anbietern von Au-pair-Versicherungen. Einige Anbieter leisten nicht, wenn gegen den Au-pair-Status verstoßen wird. Suchen Sie sich daher immer einen Anbieter, der unabhängig vom Au-pair-Status Versicherungsschutz gewährt. Diese Anbieter (beispielsweise Dr. Walter) leisten auch bei einem bezahlten oder unbezahlten Nebenjob. Ob das Au-pair in seiner Freizeit Kühe hütet, kellnert oder Schlittschuh läuft, spielt keine Rolle.

Au-pair als Einstieg

Au-pair könnte eine gute Vorbereitung für das Sonderprogramm MobiPro-EU¹ sein: Die Zentrale Auslands- und Fachvermittlung (ZAV) der Bundesagentur für Arbeit unterstützt ausbildungsinteressierte Jugendliche aus Europa, um einen Beitrag zur Bekämpfung der hohen Jugendarbeitslosigkeit in Südeuropa zu leisten. Ziel ist es, mit der beruflichen Mobilität dem Fachkräftemangel in Deutschland entgegen zu wirken.

Die Au-pair-Beschäftigung

In der Beschäftigungsverordnung (BeschV) der Bundesagentur für Arbeit heißt es in § 12 zu Au-pair-Beschäftigungen:

- ▶ Das Mindesttaschengeld für Au-pairs beträgt 260 Euro im Monat (Netto-Auszahlungsbetrag).
- ▶ Au-pair-Verhältnisse unterliegen nicht der Sozialversicherungspflicht. Die Au-pairs müssen kranken- und unfallversichert und auch im Falle einer Schwangerschaft oder Geburt abgesichert sein.
- ▶ Jedes Au-pair bekommt die Möglichkeit, in seiner Freizeit an einem Deutsch-Sprachkurs teilzunehmen. Für die Gastfamilie besteht die Verpflichtung, die Teilnahme des Au Pairs an Deutschkursen mit der Zahlung von 50 Euro monatlich zu unterstützen.

Cordula Walter-Bolhöfer ist Referentin für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei Dr. Walter und Geschäftsführerin beim Calypso Verlag.

¹ <https://www.thejobofmylife.de>

5.2 Karin Glöckner: Ecaps–Europäisches Komitee für Au-pair-Standards

Um einheitliche Au-pair-Standards für Europa festzulegen, wurde 2006 das Europäische Komitee für Au-pair-Standards (Ecaps) gegründet. Die Entwicklung von Richtlinien für Au-pairs, Gastfamilien und Au-pair-Agenturen soll die Qualifizierung des Au-pair-Programms in ganz Europa vorantreiben. Diese Richtlinien sollen dabei die Arbeit in den einzelnen Ländern nicht bestimmen, sondern vielmehr Orientierung bieten, um den Au-pair-Austausch professioneller zu gestalten. Ziel ist es auch, die nationalen Institutionen und Behörden für die Belange und Rechte von Au-pairs zu sensibilisieren.

Das Komitee setzt sich aus folgenden Mitgliedern zusammen:

- ▶ **Nationalverband:** für jedes europäische Land steht ein Sitz zur Verfügung. Wer Nationalverband sein kann, wird durch Kriterien zur Mitgliedschaft geregelt.
- ▶ **Beirat:** Im Beirat sind die IAPA (Internationale Au pair Association) und die Gütegemeinschaft Au pair e.V. (RAL Gütezeichen) vertreten
- ▶ **Vorstand** aus 2 Personen

Ecaps setzt sich für die Au-pair-Vermittlung durch registrierte Agenturen ein.

Au-pair-Agenturen haben folgende Aufgaben:

- ▶ Sie überprüfen die Angaben der Gastfamilien, z. B. zu eigenem Zimmer, Aufgabenumfang, Beschäftigungszeiten, Freizeit für das Au-pair, Versicherung, Teilnahme am Sprachkurs und an kulturellen Veranstaltungen.
- ▶ Sie verhindern illegale Aufenthalte, überprüfen aufenthaltsrechtliche Bedingungen, vor allem auch bei einem Wechsel der Gastfamilie.
- ▶ Sie gewährleisten durch persönliche Kontakte zu den Au-pairs und zu der Gastfamilie, dass Richtlinien und Standards bekannt sind und eingehalten werden.
- ▶ Sie beziehen bei der Vermittlung Internetplattformen und andere technische Hilfsmittel mit ein. Das kann aber die persönliche Beratung und Begleitung durch die Agenturen nicht ersetzen.

Aktuelle thematische Schwerpunkte

Beim letzten Komiteetreffen im November 2014 in Berlin standen zwei Themen im Vordergrund:

- ▶ **Schutz:** in den Berichten aus den einzelnen Ländern zeichnete sich deutlich ab, dass die Standards in Bezug auf den Au-pair-Austausch noch sehr unterschiedlich definiert sind. Für Au-pair-Aufenthalte sind innerhalb Europas unterschiedliche Ministerien zuständig. Deshalb bleibt die Entwicklung gemeinsamer Standards und Richtlinien eine wichtige Aufgabe von Ecaps.

Die Teilnehmer diskutierten, wie nationale Ombudsstellen geschaffen werden können und besprachen Strategien zur Umsetzung. Zurzeit wird geprüft, ob die Finanzierung durch ein EU-Förderprogramm möglich ist. Solche Ombudsstellen scheinen nötig, da immer mehr Vermittlungen über Internetplattformen laufen. Au-pairs haben dann häufig keine verbindlichen Ansprechpartner, sind auf sich allein gestellt und genießen nicht den besonderen Schutz einer Agentur. In Krisensituationen können Ombudsstellen als unabhängige Partner über Rechte und Möglichkeiten informieren. Mittelfristig könnte die Vernetzung der Ombudsstellen zur besseren Abstimmung der nationalen Regelungen bis hin zu einer europäischen Gesetzgebung beitragen.

- ▶ **Bildung:** Au-pair ist ein klassisches Austauschprogramm zur Vertiefung von Sprachkenntnissen und zum Erwerb interkultureller Kompetenz. In diesem Zusammenhang hat der Komitee-Partner Österreich darauf hingewiesen, dass die jüngsten österreichischen Bestimmungen schädlich für den Au-pair-Austausch sind:

Das Au-pair-Programm wird hier nur als ein sozialversicherungspflichtiges Beschäftigungsverhältnis mit einem Arbeitszeitumfang von 20 Wochenstunden betrachtet. Damit stehen die Aspekte Kulturaustausch und Bildung nicht mehr im Vordergrund. Ecaps sieht in einem Au-pair-Austausch jedoch gerade die Möglichkeit, im Rahmen informeller Bildung eine interkulturelle Kompetenz zu entwickeln und damit nachhaltig zur Völkerverständigung beizutragen.

Karin Glöckner ist 2. Vorsitzende der Gütegemeinschaft Au-pair und Beiratsmitglied bei Ecaps.

5.3 Rafael Bujara: Wie sieht die Zukunft der Au-pair-Vermittlung aus?

Einschätzungen aus Sicht von AuPair.com

Der Markt der privaten Au-pair-Vermittlung besteht 2015 seit mehr als 20 Jahren. In der ersten Zeit (1994-1999) war eine Vermittlung nur über Agenturen mit besonderer Erlaubnis möglich. Jährlich wurden rund 16.000 Au-pairs von circa 200 Au-pair-Agenturen betreut. Nachdem die Erlaubnispflicht 1999 abgeschafft wurde, hat sich die Zahl der Au-pair-Agenturen anfänglich mehr als verdoppelt.

Zur selben Zeit entstanden ebenfalls die ersten Matching-Agenturen, die das Serviceangebot neu definierten. In den letzten 16 Jahren haben sich Matching-Agenturen im Bereich der Au-pair-Vermittlung erfolgreich entwickelt.

Die wichtigsten Gründe dafür sind:

- ▶ große Zahl an Gastfamilien und Au-pairs
- ▶ einfache Anmeldung und Kontaktaufnahme
- ▶ in der Regel schnelle Vermittlung
- ▶ niedriger Vermittlungspreis
- ▶ Autonomie der Familien und Au-pairs
- ▶ hohe Service-Qualität: Gastfamilien und Au-pairs werden auf den Internetseiten umfangreich zum Thema Au-pair informiert
- ▶ Unterstützung durch telefonischen Service: Kunden werden nicht nur bei Problemfällen am Telefon informiert und beraten

Weltweit steigen die Vermittlungszahlen vor allem deshalb deutlich an, weil in vielen Schwellenländern die Au-pair-Idee erst jetzt einen höheren Bekanntheitsgrad bei den Au-pair-Bewerbern und den Gastfamilien erlangt. Ökonomische und soziale Aspekte spielen dabei ebenso eine wichtige Rolle.

Auf AuPair.com sehen wir seit einigen Jahren einen stetigen Registrierungs- und Umsatzzuwachs von circa 30 Prozent pro Jahr. Das liegt in erster Linie an kontinuierlich steigender Qualität des Services, der Auffindbarkeit im Internet und natürlich auch am Namen der Domain. Ein bedeutender Teil der Kunden nutzt den Service von AuPair.com regelmäßig seit mehreren Jahren.

Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Trend noch weiter verstärkt: Wie schon jetzt werden auch in Zukunft die meisten Gastfamilien und Au-pairs den Service einer Matching-

Agentur nutzen. Nichtsdestotrotz wird es immer Kunden geben, die umfangreich betreut werden möchten und den Service einer Full-Service-Agentur wünschen. So ist auf lange Sicht ein Miteinander von Full-Service- und Matching-Agenturen zu erwarten. Aus dieser Überlegung heraus plant AuPair.com Zusatzleistungen anzubieten, z. B. Hilfe bei Visa-Formalitäten, Au-pair-Treffen sowie Betreuung am Ort. Kunden könnten diesen Service dann extra dazubuchen. Eine Zusammenarbeit mit erfahrenen und kompetenten Full-Service-Agenturen wäre für diesen neuen Servicebereich wünschenswert. Folgende Idee steckt dahinter: Gastfamilien finden ihr Au-pair auf AuPair.com und wählen dann eine Full-Service-Agentur zur Betreuung am Ort aus. Ebenso kann ein Au-pair, das bereits eine Gastfamilie gefunden hat, eine Agentur im Gastland wählen, die es für eine angemessene Gebühr betreut. Gerade für ein solches Modell stehen die Entwicklungschancen sehr gut.

Auf diese Weise können Full-Service- und Matching-Agenturen voneinander profitieren und gemeinsam Gastfamilien und Au-pairs einen optimalen Service anbieten.

Rafael Bujara ist Geschäftsführer der seit 1999 bestehenden Internetplattform [AuPair.com](#).

6 Zur Durchführung und Auswertung der Umfrage

Umfang und Inhalt der Umfrage

Deutsche Au-pair-Agenturen wurden gebeten, einen Online-Fragebogen mit 59 Fragen zur Entwicklung des Au-pair-Wesens in Deutschland zu beantworten und ihre Einschätzung zur aktuellen Situation des Vermittlungsmarktes abzugeben.

Auswahl der befragten Agenturen

Zum Umfragezeitpunkt (Januar/Februar 2015) gab es nach unseren Informationen 216 Au-pair-Agenturen in Deutschland, aufgeteilt in 209 Full-Service-Agenturen und sieben Matching-Agenturen. Von den genannten 216 Agenturen haben 182 der Zuweisung von E-Mails zugestimmt. Diese Agenturen wurden per E-Mail zur Konjunkturumfrage eingeladen.

Befragungszeitraum und Rücklaufquote

Die Online-Befragung startete am 8. Januar 2015 und endete am 5. Februar 2015. Insgesamt beteiligten sich 64 Au-pair-Agenturen an der Umfrage – das entspricht einer

Rücklaufquote von 35 Prozent der Eingeladenen. Bezogen auf die Gesamtzahl der Agenturen am deutschen Markt liegt die Teilnehmer-Quote bei beachtlichen 30 Prozent. Damit ist die Umfrage für den gesamten deutschen Markt repräsentativ.

Zusammensetzung der Umfrageteilnehmer

Von den 64 Umfrageteilnehmern sind 49 privatwirtschaftliche Au-pair-Agenturen. 15 Teilnehmer sind Vertreter kirchlicher bzw. gemeinnütziger Vermittlungsstellen.

Ein Großteil der teilnehmenden Agenturen besteht schon seit vielen Jahren. Nur zehn der teilnehmenden Agenturen wurden nach 2009 gegründet. Fast die Hälfte der befragten Agenturen wurde in den Jahren 2000 bis 2009 gegründet. 2002 wurde die Agenturpflicht aufgehoben und jedermann konnte eine Au-pair-Vermittlungsstelle eröffnen.

Die meisten der Umfrageteilnehmer leiten kleine Au-pair-Agenturen mit weniger als 50 Vermittlungen im Jahr und weniger als 20.000 Euro Jahresumsatz. Diese Agenturen werden meist nebenberuflich und ohne Angestellte betrieben. Die Absicht Gewinne zu erzielen steht bei diesen Agenturen meist nicht an oberster Stelle. Vielmehr geht es um soziales Engagement, die Vermittlung von Werten und die Pflege internationaler Beziehungen im Bereich des Jugendaustauschs.

Art der Datenerfassung und Auswertung

Die Rückläufer der Umfrage wurden mit Hilfe der Software au-pair pollTicketing 1.0 elektronisch und automatisch statistisch geordnet. Die Ergebnisse dieser Statistik bilden die Grundlage der Studie.

7 Die Antworten der Au-pair-Agenturen im Detail

A. Incoming

Zur Agentur

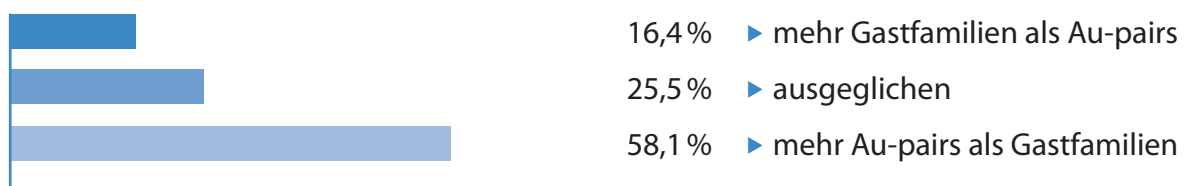
Wie hat sich die Anzahl Ihrer Vermittlungen 2014 entwickelt?



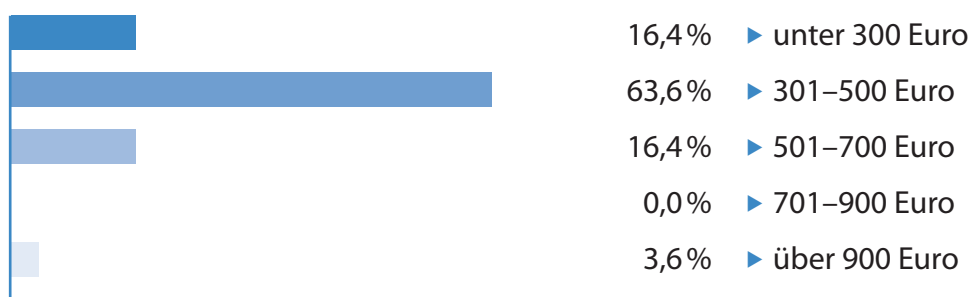
Mit wie vielen Vermittlungen rechnen Sie 2015?



Wie war das Verhältnis der Anfragen von deutschen Gastfamilien zu denen ausländischer Au-pairs?



Wie hoch war Ihre Vermittlungsgebühr 2014?



Wie hat sich Ihre Vermittlungsgebühr im Vorjahr entwickelt?



Wie war die wirtschaftliche Situation Ihrer Agentur im letzten Jahr?

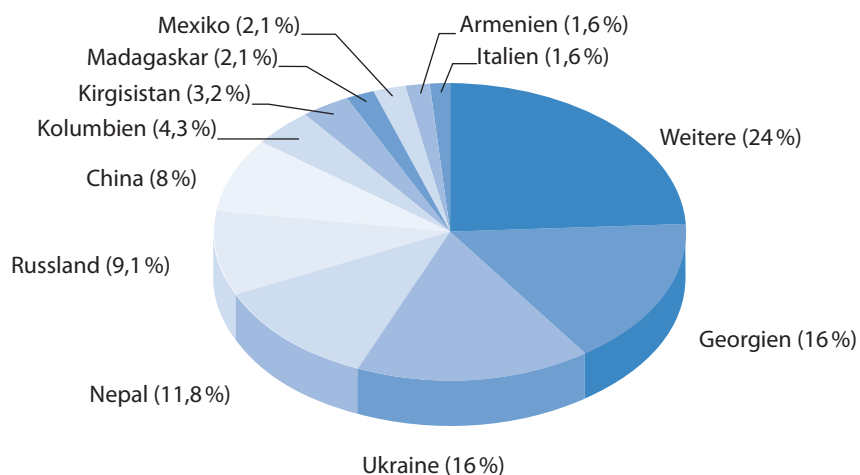


Welche wirtschaftliche Entwicklung Ihrer Agentur erwarten Sie für 2015?

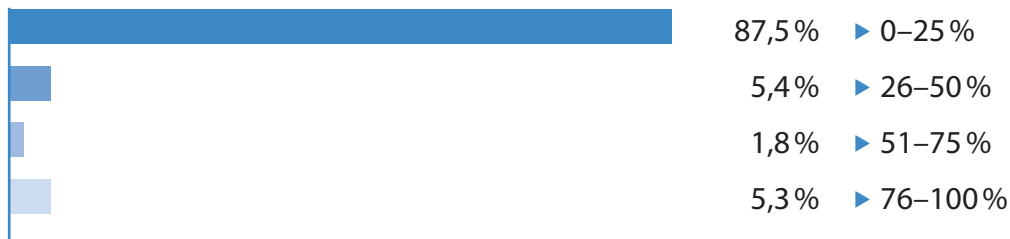


Zu den Au-pairs und Gastfamilien

Woher kamen die meisten ausländischen Au-pairs, die Sie 2014 vermittelt haben?
(Top 5-Länder)



Wie hoch war der Anteil der Au-pairs mit EU-Staatsbürgerschaft?



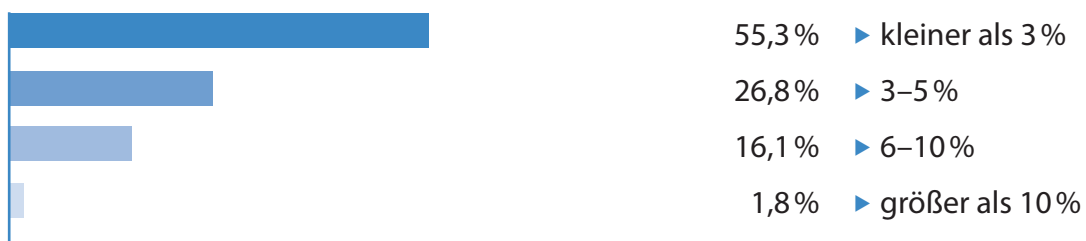
Wie lange blieben die Au-pairs in der Regel?



Wie viele Au-pairs, die sich an Sie gewendet haben, obwohl sie nicht von Ihnen vermittelt wurden, bereiteten Ihnen Probleme?



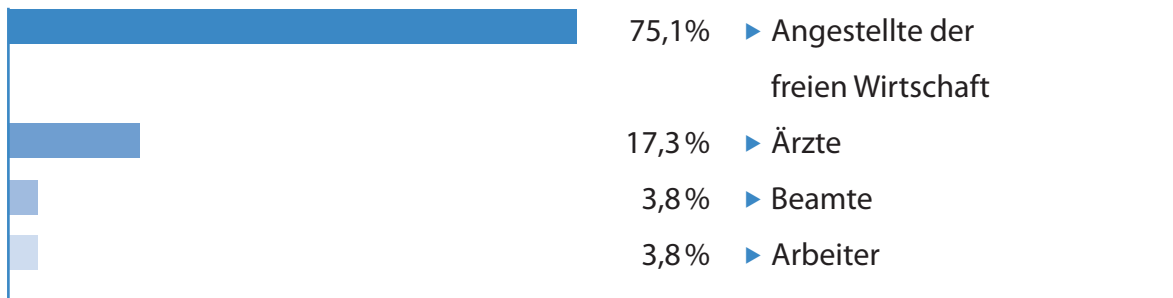
Wie hoch war der Anteil männlicher Au-pair-Bewerber?



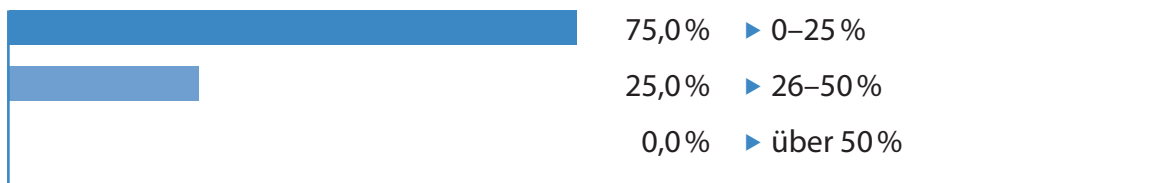
Organisieren Sie für Ihre Au-pairs Veranstaltungen (Au-pair-Treffen, Au-pair-Reisen etc.)?



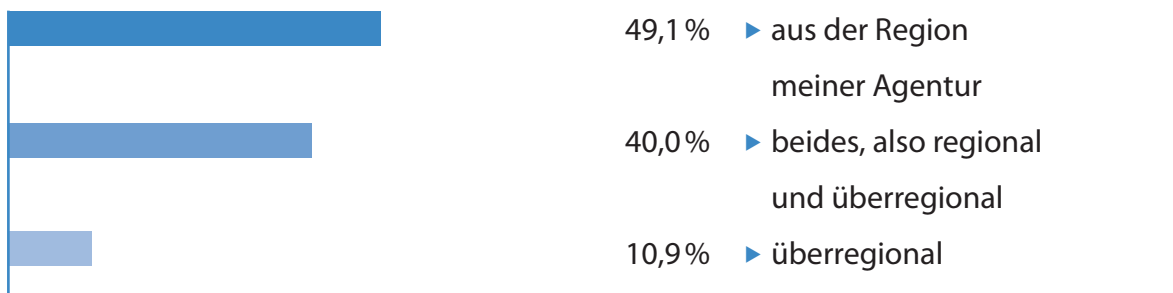
Zu welcher Berufsgruppe gehören die meisten Ihrer Gastfamilien?



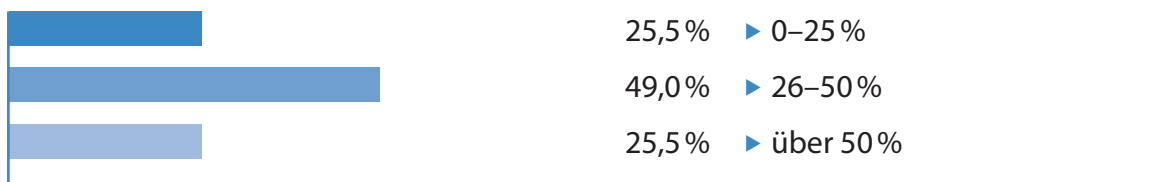
Wie hoch ist der Anteil Alleinerziehender unter den Gastfamilien?



Aus welchen Regionen kommen die meisten Ihrer Gastfamilien?



Wie hoch ist der Anteil an Stammkunden unter den Gastfamilien?



B. Outgoing

Zur Agentur

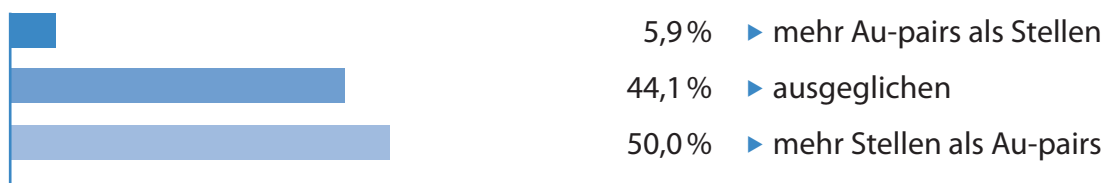
Wie hat sich die Anzahl Ihrer Vermittlungen 2014 entwickelt?



Mit wie vielen Vermittlungen rechnen Sie 2015?



Wie war das Verhältnis der Anfragen deutscher Au-pair-Bewerber zu Stellenangeboten im Ausland?



Wie war die wirtschaftliche Situation Ihrer Agentur im letzten Jahr?

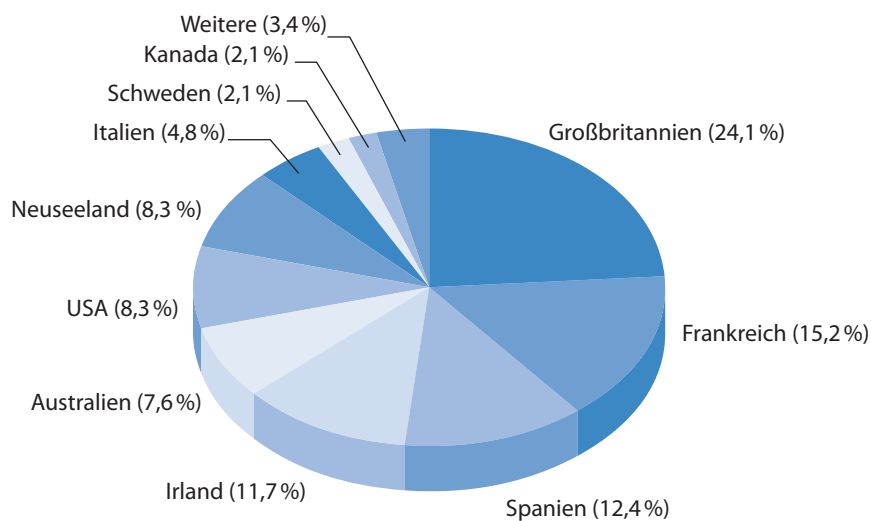


Welche wirtschaftliche Entwicklung Ihrer Agentur erwarten Sie für 2015?

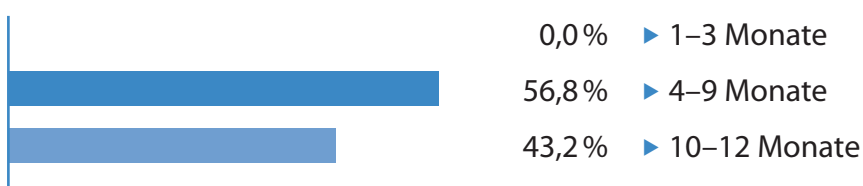


Zu den Au-pairs

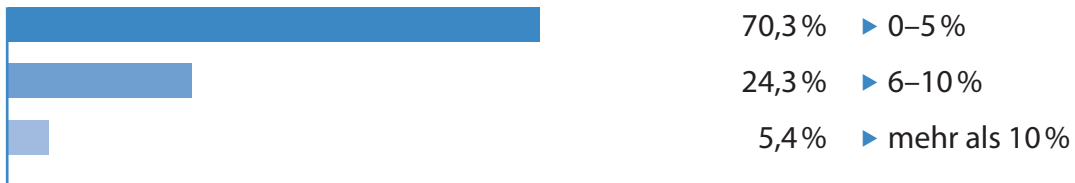
Für welche Länder interessierten sich die meisten deutschen Au-pair-Bewerber im Jahr 2014? (Top 5-Länder)



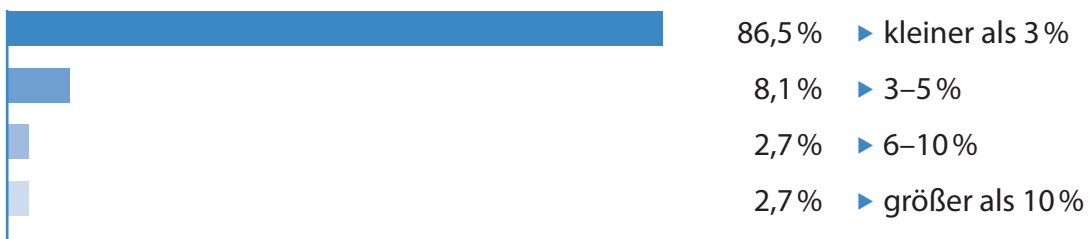
Wie lange bleiben die Au-pairs in der Regel?



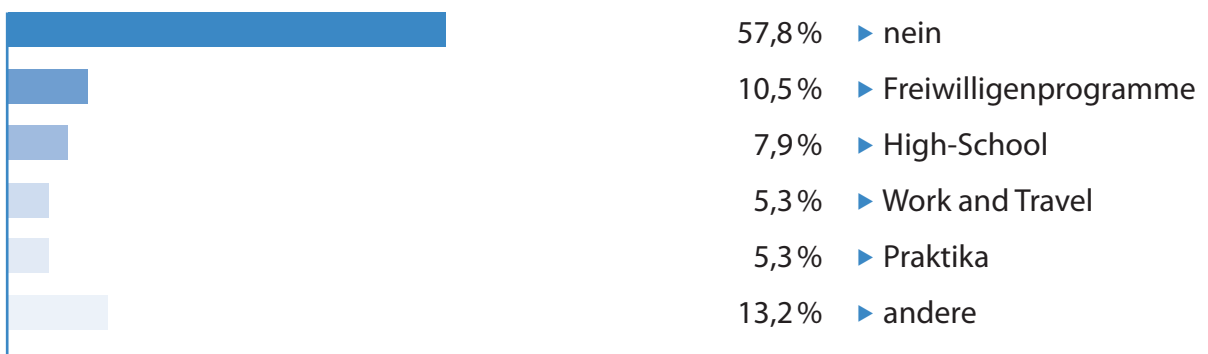
Wie viel Prozent der durch Sie vermittelten Au-pairs kamen vorzeitig wieder zurück?



Wie hoch war der Anteil männlicher deutscher Au-pair-Bewerber?



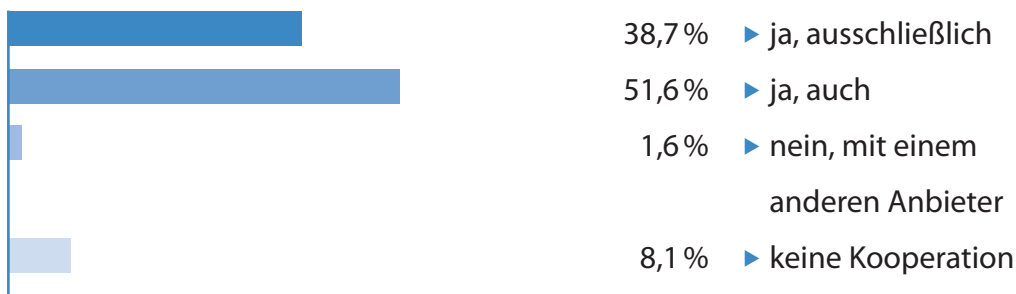
Bieten Sie andere Programme an? Wenn ja, welche hauptsächlich?



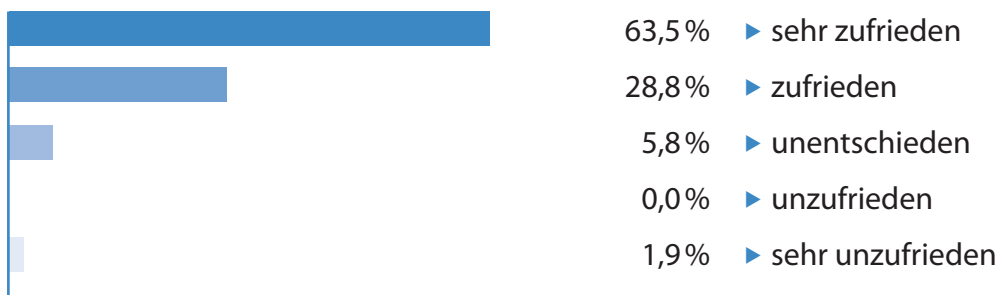
C. Kooperationen mit Versicherern, Verbänden etc.

Zusammenarbeit mit Au-pair-Versicherern

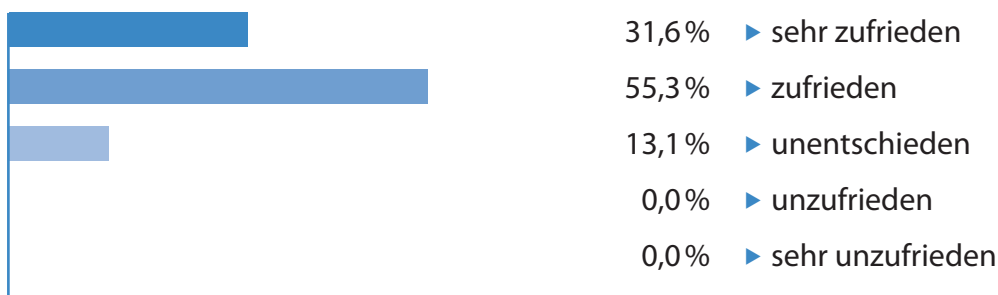
Kooperieren Sie mit dem Au-pair-Versicherungsanbieter Dr. Walter?



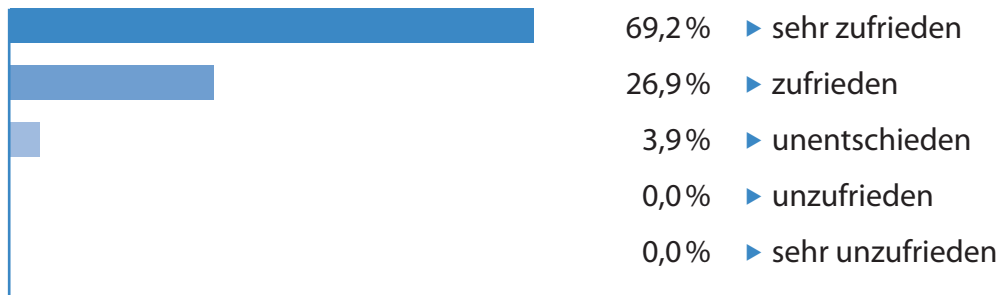
Wenn Sie im Bereich Incoming mit Dr. Walter kooperieren: Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?



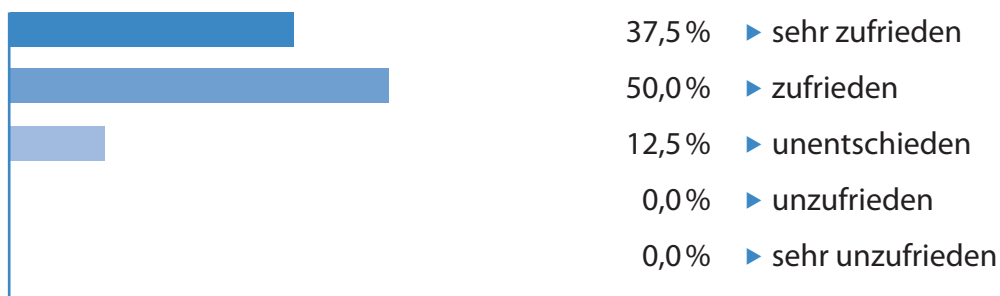
Wenn Sie im Bereich Incoming mit anderen Versicherern kooperieren: Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?



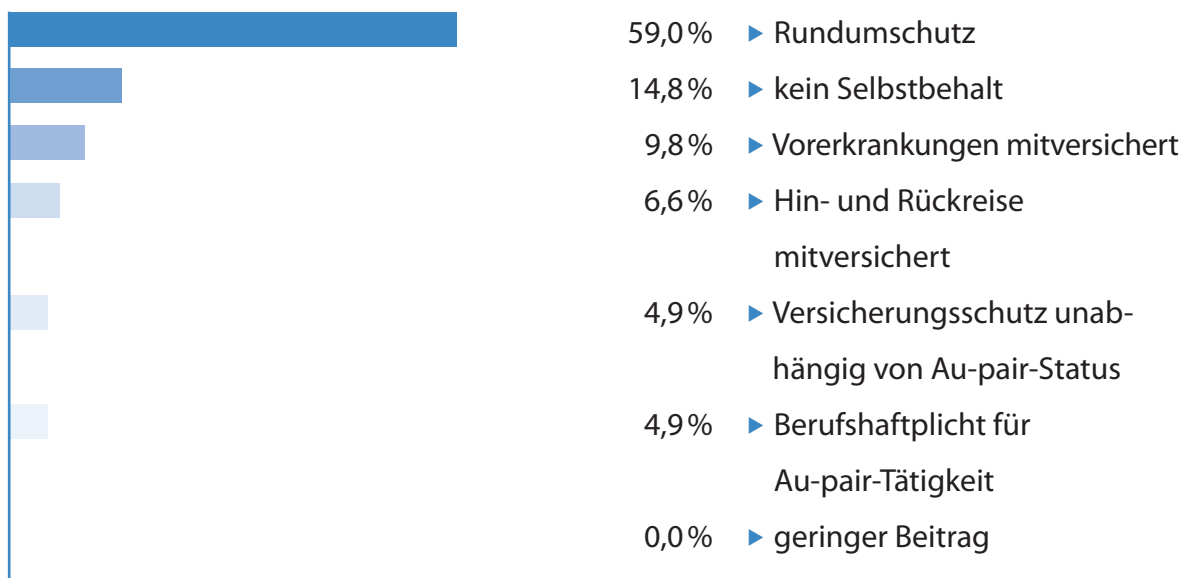
Wenn Sie im Bereich Outgoing mit Dr. Walter kooperieren:
Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?



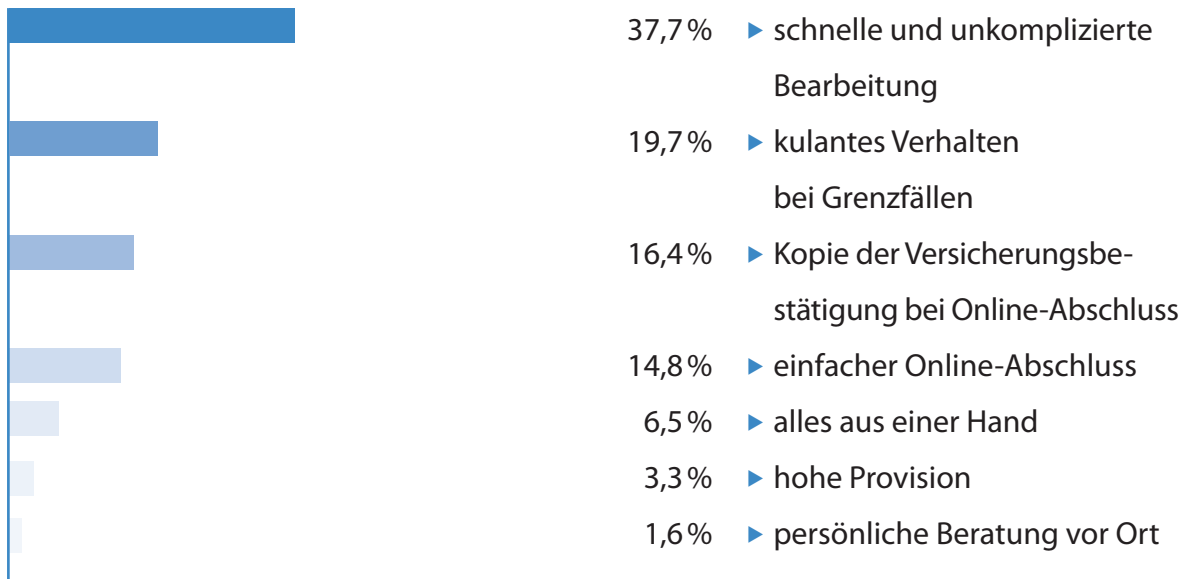
Wenn Sie im Bereich Outgoing mit anderen Versicherern kooperieren:
Wie zufrieden waren Sie mit der Zusammenarbeit im Vorjahr?



Was ist Ihnen bei einer Au-pair-Versicherung am wichtigsten?



Was ist Ihnen bei einem Au-pair-Versicherungsanbieter am wichtigsten?

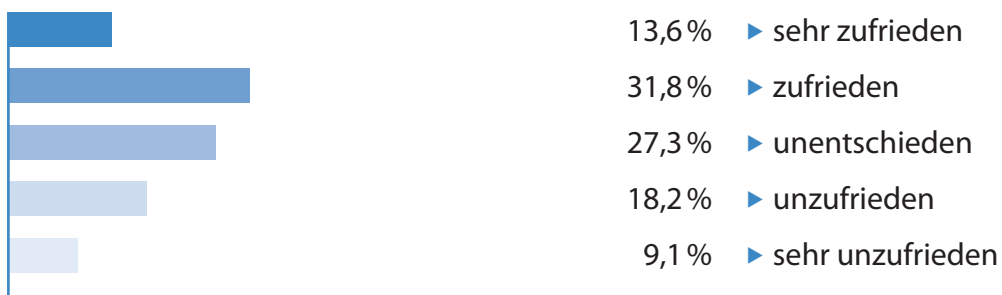


Zusammenarbeit mit Au-pair-Verbänden

Sind Sie Mitglied im Au-pair Society e.V.?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit des Au-pair Society e.V.?



Sind Sie IN VIA-Agentur?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der IN VIA?



Sind Sie vij-Agentur?



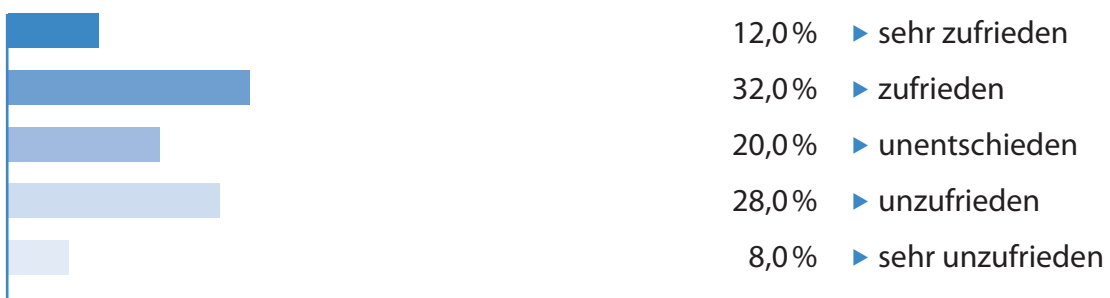
Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit des vij?



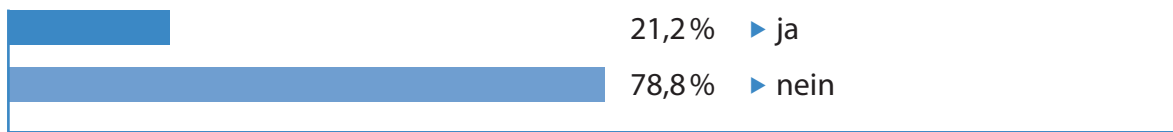
Sind Sie Mitglied in der Gütegemeinschaft Au pair e.V.?



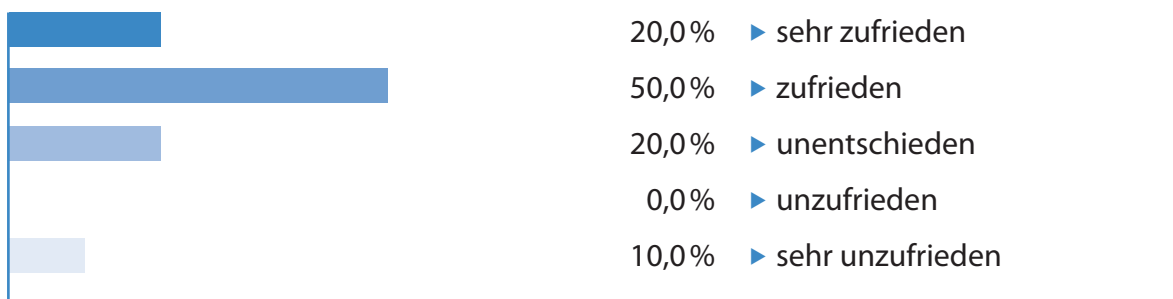
Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der Gütegemeinschaft Au pair e.V.?



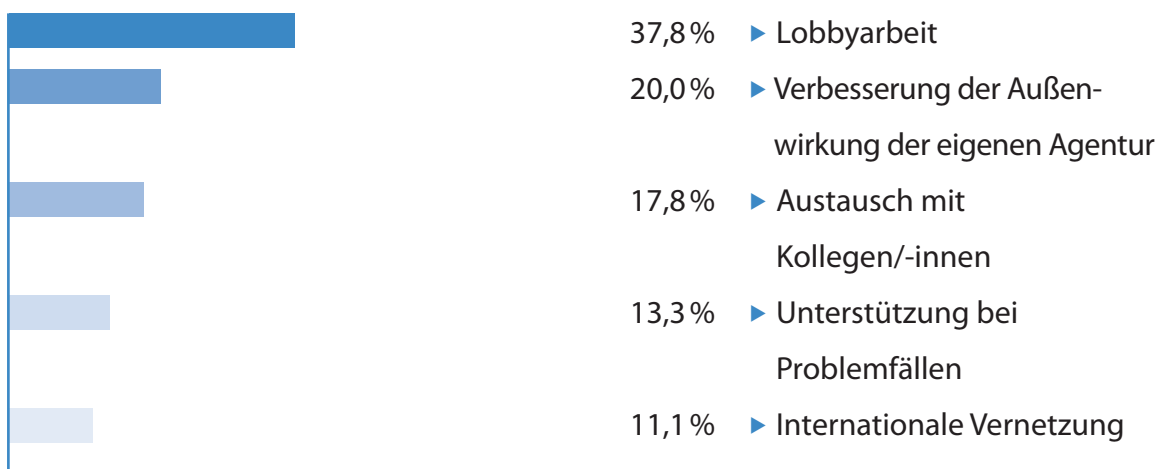
Sind Sie Mitglied in der International Au Pair Association (IAPA)?



Nur für Mitglieder: Wie zufrieden waren Sie mit der Arbeit der International Au Pair Association (IAPA)?

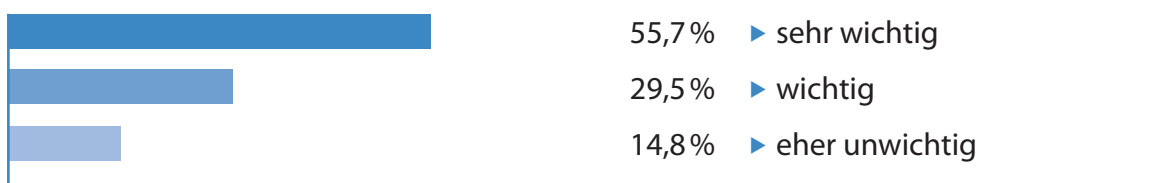


Was erwarten Sie in erster Linie von der Mitgliedschaft in einem Verband?



Zu www.au-pair-agenturen.de

Wie wichtig war Ihnen die Listung Ihrer Agentur bei www.au-pair-agenturen.de?



Wie hilfreich war der Service der Zusendung von Gastfamilien-Bewerbungsbögen für Sie?

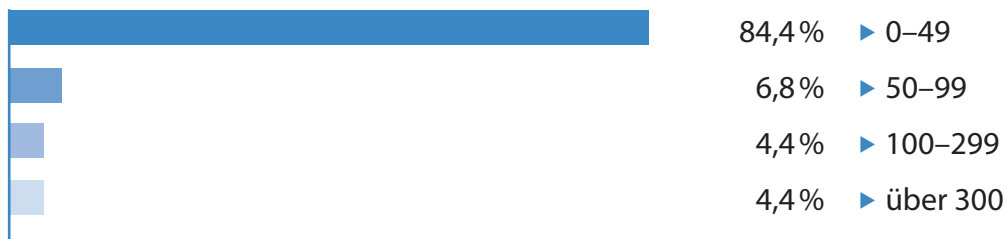


Wie hilfreich war der Service der Zusendung von Au-pair-Bewerbungsbögen für Sie?

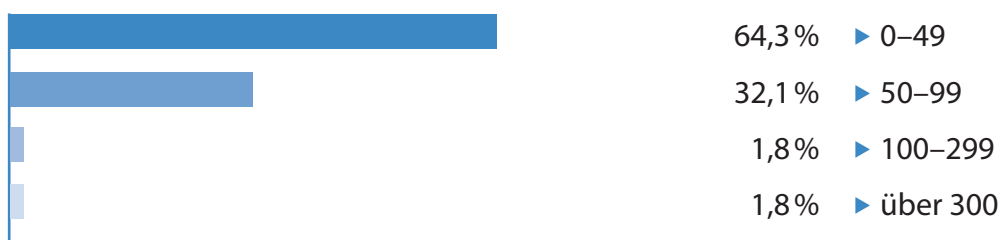


Statistische Angaben

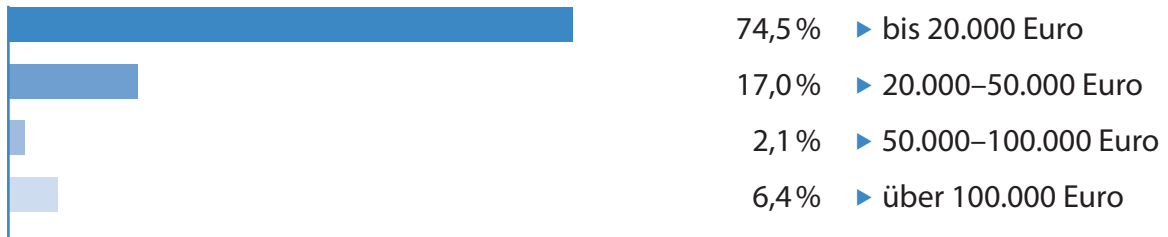
Wie viele Vermittlungen/Matchings von deutschen Au-pairs ins Ausland haben Sie durchgeführt/ fanden im Jahr 2014 über Sie statt?



Wie viele Vermittlungen/Matchings von ausländischen Au-pairs nach Deutschland haben Sie durchgeführt/ fanden im Jahr 2014 über Sie statt?



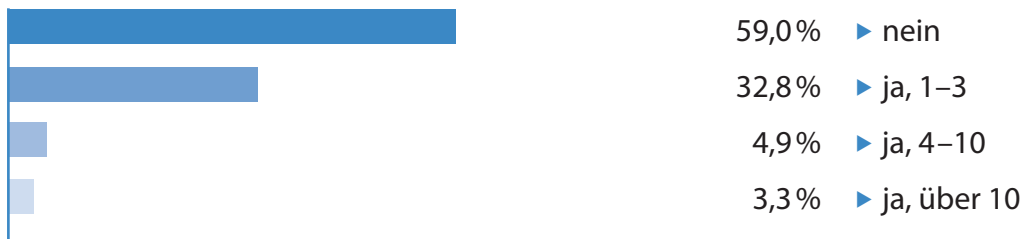
Wie hoch war Ihr Jahresumsatz im Jahr 2014?



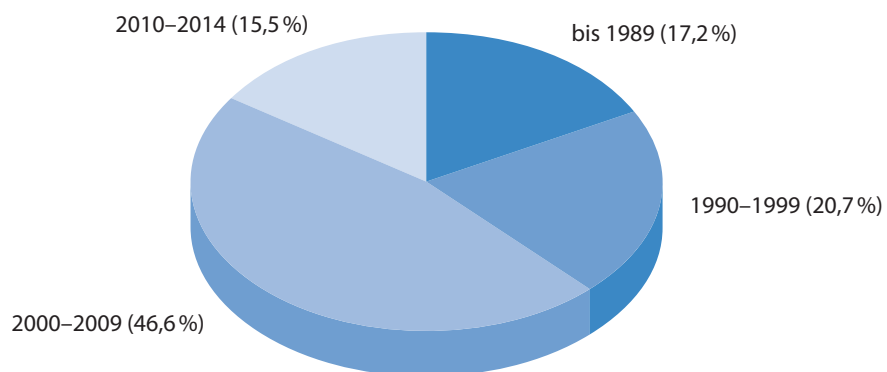
Wie betreiben Sie Ihre Agentur?



Beschäftigen Sie Mitarbeiter?



In welchem Jahr wurde Ihre Agentur gegründet?



8 Informationen zu den Au-pair-Verbänden

Der **Au-pair Society e.V.** ist der Bundesverband für Au-pair-Agenturen, Gastfamilien und Au-pairs in Deutschland. Der Au-pair Society e.V. ist ein vom Bundestag akkreditierter, gemeinnütziger Verein, der die Verbesserung und Förderung des Au-pair-Wesens in Deutschland, innerhalb der EU und in Zusammenarbeit mit Partnern weltweit zum Ziel hat.

Kontakt:

Au-pair Society e.V.	Weißhausstraße 7
	50939 Köln
	Tel. 0 18 05-98 30 00
	info@apsev.de
	www.au-pair-society.org

Die **Gütegemeinschaft Au-pair e.V.** hat den Zweck, die Güte von Vorbereitung, Vermittlung und Betreuung von Au-pair-Aufenthalten zu sichern. Agenturen, deren Güte gesichert ist, werden mit dem RAL-Gütezeichen Au pair gekennzeichnet. Derzeit sind 32 Agenturen zertifiziert und berechtigt, das qualifizierte Gütezeichen Incoming zu tragen. Das Gütezeichen Outgoing haben derzeit 14 Agenturen.

Kontakt:

Gütegemeinschaft Au-pair e.V.	Eisenerzstraße 34
	53819 Neunkirchen-Seelscheid
	Tel. 0 22 47-91 94 942
	info@guetegemeinschaft-aupair.de
	www.guetegemeinschaft-aupair.de

Der **Verein für Internationale Jugendarbeit, Bundesverein e.V. (vij)** zählt als Fachverband zu den Mitgliedern im Diakonischen Werk der Evangelischen Kirche in Deutschland (EKD). Der vij vermittelt ausländische Au-pairs in deutsche Gastfamilien und deutsche Au-pairs ins Ausland. Er verfügt über enge Verbindungen zu ausländischen Vermittlungsagenturen, Bildungseinrichtungen, Universitäten und Schulen und pflegt Kontakte zu Botschaften, Behörden und öffentlichen Stellen.

Kontakt:

Verein für	Urbanstraße 44
Internationale	70182 Stuttgart
Jugendarbeit	Tel. 07 11-51 88 58 75
Bundesgeschäftsstelle	office@vij.de
	www.vij.de
	www.au-pair-vij.org

Die **Au-pair-Bundesarbeitsgemeinschaft IN VIA** ist ein Zusammenschluss der katholischen Au-pair-Beratungsstellen Deutschlands. Sie vermittelt Au-pair-Aufenthalte innerhalb Europas (Großbritannien, Irland, Frankreich, Spanien, Belgien, Italien etc.) und ist Ansprechpartner für Au-pairs und Gastfamilien.

Kontakt:

IN VIA	Karlstraße 40
Katholischer Verband	79104 Freiburg
für Mädchen- und	Tel. 07 61-2002 06
Frauensozialarbeit	au-pair.invia@caritas.de
– Deutschland e.V.	www.aupair-invia.de

Die **International Au Pair Association (IAPA)** setzt sich weltweit für die Entwicklung des Au-pair-Wesens ein. Derzeit gehören 170 Agenturen aus 45 Ländern zu ihren Mitgliedern. Die Mitgliedsagenturen verpflichten sich zur Einhaltung einheitlicher Mindestanforderungen. Der Verband ermöglicht den Agenturen die Herstellung von Kontakten auf internationaler Ebene.

Kontakt:

International Au Pair	Keizersgracht 174–176
Association	1016 DW, Amsterdam
WYSE Travel	The Netherlands
Confederation	Tel. +31-2042 12 800
	inquiry@iapa.org
	www.iapa.org

The European Committee for Au pair Standards (ECAPS) hat sich zum Ziel gesetzt, Regeln und Richtlinien für Au-pairs, Gastfamilien und Vermittlungsstellen in Europa festzulegen.

Kontakt: <http://iapa.org/policy-work/ecaps>

9 Notrufnummer für Au-pairs

Die Telefonseelsorge:



In schwierigen Lebenssituationen hilft es, sich jemandem anzuvertrauen. Die ausgebildeten ehrenamtlich Mitarbeitenden widmen sich Ihnen und Ihren Sorgen am Telefon, per Chat und Webmail. Ihr Anruf ist kostenfrei.

Der gemeinnützige Bundesverband Au-Pair Society e.V. hat eine eigene Notrufhotline für in Not geratene Au-pairs initiiert. Allerdings dürfen nur die diesem Verband angeschlossenen Agenturen die Hotline auf ihren Webseiten anzeigen.

10 IMPRESSUM

Walter-Bolhöfer, Cordula (Hrsg.)

Konjunkturumfrage 2015: Entwicklungen und Trends im deutschen Au-pair-Wesen

Neunkirchen-Seelscheid: Calypso Verlag, 2015

ISBN 978-3-940291-080

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über

<http://d-nb.de> abrufbar.

Walter-Bolhöfer, Cordula (Hrsg.): Konjunkturumfrage 2015

© Urheberrecht und Copyright: Calypso Verlag, Neunkirchen-Seelscheid.

Alle Rechte vorbehalten. Jegliche Vervielfältigung von Texten oder Bildern, auch die elektronische Speicherung und Weitergabe, ist untersagt.

Verlag: Calypso Verlag, Eisenerzstr. 34, 53819 Neunkirchen-Seelscheid

Telefon: 02247-919481, Fax: 02247-919482

www.calypsoverlag.de

ISBN 978-3-940291-080

Satz, Layout und Umschlaggestaltung: Roman Bold & Black, Köln

Druck: Saxoprint GmbH, Dresden

Bildrecht Cover: © Fotolia: Asia Yakushevich



www.au-pair24.de

VERSICHERUNG
FÜR AUSLÄNDISCHE AU-PAIRS
IN DEUTSCHLAND UND EUROPA



www.protrip.de

VERSICHERUNG
FÜR DEUTSCHE AU-PAIRS,
FÜR LANGZEITREISENDE UND
SPRACHSCHÜLER



www.protrip-world.de

VERSICHERUNG
FÜR JUGEND-
UND BILDUNGSREISEN
BIS ZU 2 JAHREN



Bitte fordern Sie unsere Unterlagen an unter: www.dr-walter.com

Sie erreichen uns telefonisch unter: +49 (0) 22 47 91 94 -0

Dr. Walter GmbH, Versicherungsmakler:

seit über Jahren der Experte für Au-pair-Versicherungen.

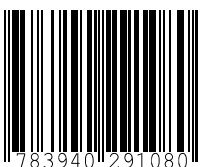


Die Konjunkturumfrage 2015 gibt Ihnen mit aktuellen Zahlen und Experten-Einschätzungen einen guten Überblick zu Entwicklungen und Trends im Austauschprogramm Au-pair. Wie verändert sich das Au-pair-Wesen in Deutschland und weltweit? Wie groß ist das Interesse an einem Aufenthalt in Deutschland? Woher kommen die meisten Au-pairs und was sind die beliebtesten Gastländer für Bewerber? Welche Vermittlungsmöglichkeiten wählen Interessenten und Gasteltern?

Die Konjunkturumfrage erscheint bereits zum neunten Mal seit 2004 im Auftrag von Dr. Walter. Seit über 55 Jahren ist das Unternehmen Experte für Reiseversicherungen und betreut jährlich über 70.000 Urlaubsreisende, Studenten, Au-pairs, Freiwillige, Mitarbeiter im Ausland sowie ausländische Gäste in Deutschland und Europa. Die Kernkompetenz von Dr. Walter liegt in der Entwicklung und Vermittlung von individuellen Versicherungskonzepten für langfristige Auslandsaufenthalte.

www.dr-walter.com

9,90 € (D)



9 783940 291080