

Kinderbetreuung auf Deutsch und Mandarin

China und seine Sprache Mandarin haben Zukunft. Viele Eltern wünschen sich daher für ihr Kind eine Betreuung aus diesem noch exotischen Land. Birgit Betz kann mit ihrer „Key Au-Pairs China“ helfen.

Schuld war Benedikt: Überstunden, Dienstreisen und abendliche Verpflichtungen wurden für Birgit Betz, Managerin auf Führungsebene in der Münchner Niederlassung eines amerikanischen Elektronikunternehmens, immer schwerer vereinbar mit ihrer Mutterrolle. Um mehr Zeit für ihr Kind zu haben, entschloss sich die Diplom-Betriebswirtin zur Selbständigkeit. Seit mehr als einem Jahrzehnt hatte sie beruflich Trends beobachtet, Märkte analysiert und erfolgreich Marketingstrategien entwickelt.

Was Birgit Betz nach der Geburt ihres Sohnes selbst auf den Nägeln brannte, machte sie nun zur Geschäftsidee für eine neuartige Dienstleistung als Alternative zum bestehenden Kinderbetreuungsangebot von Tagesmüttern und Krippenplätzen. Mit Gründerzuschuss und Eigenkapital startete die damals 41-Jährige Anfang 2008 an ihrem Wohnort in Schondorf am Ammersee, 40 Kilometer westlich von München, eine Au-pair-Agentur. Natürlich keine neue Idee, aber sie fand ein originelles Alleinstellungsmerkmal, das sie von der Masse anderer Anbieter unterschied. Mit ihrer Firma „Key Au-Pairs China“ spezialisierte sie sich auf die deutschlandweite Vermittlung chinesischer Au-pairs. „Im Zuge der Globalisierung und der zunehmenden Bedeutung Chinas wächst das Interesse heute“, resümiert die Pionierin. „Aber als ich anfang, war China ein Exot unter den Au-pair-Entsendeländern.“

Deutsch-chinesische Kindergärten gibt es bisher nur in Hamburg, Bremen, Berlin und Leipzig. Sie stoßen auf rege Nachfrage



Birgit Betz (Mitte)

Foto Andreas Müller

bei binationalen Paaren, beruflichen Kosmopoliten und Eltern, die für fremde Sprachen und Kulturen offen sind. Auch wer nicht in einer Metropole lebt, muss inzwischen keineswegs darauf verzichten, sei-

Die Gründer

nem Sprössling bereits im Krabbelalter einen ersten Kontakt mit chinesischer Lebensart und der kommenden Weltsprache Mandarin angeidehen zu lassen, und das sogar rund um die Uhr. Denn Key Au-Pairs bietet Familien die Möglichkeit, ein chinesisches Au-pair für ein Jahr bei sich zu Hause aufzunehmen. Voraussetzung ist dabei eine sorgfältige Auswahl. Birgit Betz betont,

dass bei ihrer Vermittlung selten etwas schiefliegt: „Durch intensive Zusammenarbeit mit unseren Partnern in China und deren Kooperation mit diversen Universitäten und Sprachschulen ist es möglich, qualifizierte Au-pairs zu rekrutieren. Wir setzen hohe Maßstäbe. Vor allem achten wir auf ausreichend deutsche Sprachkenntnisse und interkulturelle Vorbereitung.“

Das Angebot der jungen Agentur findet regen Zuspruch. „Wir haben bereits Gastfamilien, die ihr sechstes chinesisches Au-pair erwarten“, sagt Betz. Aber auch, dass ihr monatliches Anfragevolumen sehr unterschiedlich sei. Offenbar gibt es richtige Stoßzeiten: „Vorwiegend zum Kindergarten- und Schuljahresbeginn, also im Januar/Februar und im Sep-

tember/Oktober, werden Au-pairs gesucht.“ Wer sich an Key Au-pairs China wendet, hat meist schon einen Bezug zu dem fernen Land und wählt es bewusst als Herkunftsort für sein Au-pair aus. Jährlich vermittelt Betz zwischen 30 und 50 Stellen. Für eine Erstvermittlung berechnet sie 600 Euro, für eine zweite 450 Euro (jeweils zuzüglich Mehrwertsteuer). Bei einem Wechsel richtet sich die Gebühr nach der Visumsrestlaufzeit.

Für das typische chinesische Au-pair hat Betz nur lobende Worte: „Die jungen Menschen, die hierherkommen, meist Frauen aus einer guten Mittelschicht im Alter zwischen 18 und 26, sind Familienmenschen – freundlich, respektvoll und kinderlieb. Sie werden als besonders für-

sorglich, fleißig und motiviert empfunden, sind verantwortungsbewusst, zuverlässig, zurückhaltend und auf Harmonie bedacht.“ Die meisten studierten „angewandtes Deutsch oder Germanistik“ und wollten am Ende ihres Studium die deutsche Sprache, Kultur und Mentalität „hautnah und im Alltag erleben“. Mit dem Hörverständnis täten sie sich trotz guter Deutschkenntnisse anfangs etwas schwer, wüchsen aber schnell in die Sprache hinein. Alles in allem sind chinesische Au-pairs wohl nicht besser als solche aus anderen Ländern. Doch ihre Andersartigkeit macht sie interessant: „Sie kommen aus einem fremden Kulturkreis, und das macht die Sache so spannend und bereichernd“, sagt Betz.

Die Agentur bietet „full service“; sie betreut Au-pair und Gastfamilie gemeinsam mit ihren chinesischen Partnern während der gesamten Vertragszeit. Vieles kann über Telefon und Internet geregelt werden. Doch auch eine Menge Reisetätigkeit kommt hinzu. Lächelnd bezeichnet sich Agenturchefin Betz als One-Woman-Show. Sie ist zwar Einzelkämpferin, aber nicht ohne Assistenz. Hierzulande lässt sie sich von chinesischen Muttersprachlern unterstützen. In China agieren ehemalige Au-pairs, Agenturen und Deutschlehrer als Partner für sie. Den Aufbau der Kontakte hat eine befreundete Chinesisch-Lehrerin vom Shanghai Institut in München maßgeblich unterstützt. Das war umso wichtiger, als sich Betz zwar schon immer intensiv mit chinesischer Kultur, Mentalität und Entwicklung befasst hat, aber selbst nur rudimentäre Sprachkenntnisse in Mandarin besitzt und das Geschäftliche mit China auf Englisch und Deutsch abwickelt.

Für die Spezialofferte von Key Au-Pairs China gebe es nur wenige Mitbewerber und kaum ernsthafte Konkurrenz, weil die meisten Agenturen weltweit anböten und nicht das landesspezifische Hintergrundwissen und die besonderen Verbindungen mitbrächten, sagt Betz. Gefährlicher für den eigenen Umsatz, aber auch für die Qualität der Vermittlung werde das zunehmende Aufkommen sogenannter Matching-Agenturen. Also von Internetportalen, auf die Familien und Au-pairs gegen eine Registrierungsgebühr eigene Profile stellten und ohne Serviceleistung und Agenturunterstützung, interkulturelle Vorbereitung und Betreuung zueinanderfänden.

In letzter Zeit hat Betz ihre Aktivitäten von der „Incoming-Au-pair-Agentur“ zur „Outgoing-Au-pair-Agentur“ ausgeweitet: Sie vermittelt nicht mehr nur chinesische Au-pairs an deutsche Interessenten, sondern auch deutsche Au-pairs nach China. Dort fragen immer mehr bildungsbeflissene, wohlhabende Familien einen solchen Austausch nach, und zunehmend streben auch abenteuerlustige junge Deutsche und Sinologie-Studenten in das asiatische Land. Betz ist sich allerdings nicht sicher, ob sie die Outgoing-Sparte stärker ausbauen wird: „Hier tummeln sich in den letzten Monaten unglaublich viele Agenturen auf dem Markt. Ein Alleinstellungsmerkmal ist das auf keinen Fall mehr.“

ULLA FÖLSING