

Nannette Ripmeester
Archibald Pollock

WILLKOMMEN IN DEUTSCHLAND

Wie internationale Studierende den
Hochschulstandort Deutschland wahrnehmen

Nannette Ripmeester
Archibald Pollock

WILLKOMMEN IN DEUTSCHLAND

Wie internationale Studierende den
Hochschulstandort Deutschland wahrnehmen

Herausgeber: GATE-Germany

Konsortium Internationales Hochschulmarketing
c/o Deutscher Akademischer Austauschdienst
Kennedyallee 50, 53175 Bonn
www.gate-germany.de

Verantwortlich: Stefan Hase-Bergen

Koordination und Redaktion: Dorothea Mahnke

Lektorat: Dr. Angela Borgwardt, Christine Hardt

Gestaltung und Satz: axeptDESIGN, Berlin

Die in dieser Publikation verwendete männliche Form schließt stets die weibliche Form mit ein.

Auflage: Dezember 2013 | 1.000

© W. Bertelsmann Verlag

GmbH & Co. KG, Bielefeld 2014

Gesamtherstellung: W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld

Nachdruck und Verwendung in elektronischen Systemen – auch auszugsweise – nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung durch das Konsortium für Internationales Hochschulmarketing GATE-Germany.

ISBN: 978-3-7639-5317-2

Bestell-Nr. 6004398

Vorwort	5
Zusammenfassung	7
1 Methodik der Befragungen	15
International Student Barometer	15
ISB-Bounceback	20
StudentPulse	21
Aufbau des Buches	22
2 Studienland Deutschland	23
Interesse an einem Studium in Deutschland	24
Gefragte Studienabschlüsse und Fachgebiete	24
Was ist für Studieninteressierte besonders wichtig?	25
Wie wählen internationale Studierende eine Hochschule aus?	27
Angenommene Kosten und geplante Finanzierung	30
Visafragen	30
Soziales Umfeld	32
Hochschulstandort Deutschland als „Marke“	33
3 Die Ankunftsphase	35
Der Bewerbungsprozess	36
Präsenz der deutschen Hochschulen in den sozialen Medien	39
Die Erfahrungen bei der Ankunft	43
4 Studieren/Lernen in Deutschland	53
Einflussfaktoren bei der Studienortwahl	54
5 Wohnen/Leben in Deutschland	67
6 Unterstützende Serviceleistungen	83
Bewertung der unterstützenden Serviceleistungen	84
Nutzung der unterstützenden Serviceleistungen	91

7 Nach dem Studium in Deutschland	95
Welche internationalen Studierenden wollen in Deutschland bleiben?	96
Was bringt internationale Studierende dazu, in Deutschland zu bleiben?	97
Was bringt internationale Studierende dazu, Deutschland zu verlassen?	101
Wie verbringen internationale Studierende ihre Studienzeit in Deutschland?	104
8 Erwartungs- und Reputationsmanagement	107
Bedeutung der Karrierechancen	108
Würden internationale Studierende deutsche Hochschulen weiterempfehlen?	110
Worauf kommt es beim Hochschulmarketing an?	111

Jährlich beginnen knapp 90.000 internationale Studierende, Doktoranden oder Postgraduierte ein Studium oder eine Forschungstätigkeit in Deutschland. Hinzu kommen tausende Austauschstudierende, die für kurze Zeit eine Hochschule in Deutschland besuchen. Insgesamt sind rund 265.000 internationale Studierende an einer deutschen Hochschule eingeschrieben.

Die deutschen Hochschulen haben sich dem Ziel verpflichtet, diesen internationalen Studierenden und Wissenschaftlern an ihren Einrichtungen attraktive Studien- und Karriereangebote sowie gastfreundliche Rahmenbedingungen zu bieten. Der im Jahr 2009 verabschiedete Nationale Kodex für das Ausländerstudium an deutschen Hochschulen, dem mittlerweile 130 Hochschulen beigetreten sind, dokumentiert deren Bekenntnis, eine angemessene Betreuung als wesentliche Bedingung für den nachhaltigen Erfolg des Aufenthalts internationaler Studierender und Forscher an deutschen Hochschulen anzuerkennen.

Inwieweit international mobile Studierende und Doktoranden sich an ihrer Hochschule wohlfühlen und dort erfolgreich studieren oder forschen, hängt von vielen Faktoren ab. Im Vorfeld der Studienortwahl sind Studieninteressierte auf gute Informationsquellen und Ratgeber angewiesen, die ihnen die Auswahl erleichtern. Mit der Entscheidung für einen Hochschulstandort werden in der Regel bestimmte Erwartungen für die Zeit des Aufenthalts und die sich daran anschließende wissenschaftliche oder berufliche Karriere verknüpft. Der Studienerfolg kann daher unter anderem davon abhängen, wie gut informiert die Studierenden ihre Entscheidung getroffen haben.

Ausschlaggebend ist darüber hinaus, wie gut sie sich akademisch und sozial in den Hochschulalltag integrieren konnten. Gerade in der Phase der Ankunft sind fachliche und soziale Betreuung sowie Unterstützung von großer Bedeutung, wenn es darum geht, die neu angekommenen Studierenden und Doktoranden mit den im Vergleich zum Heimatland oft sehr unterschiedlichen Lebens- und Studienbedingungen vertraut zu machen.

Aber auch für die Zeit nach dem Abschluss eines Studien- oder Forschungsaufenthaltes ist es wichtig, Perspektiven für einen weiteren Aufenthalt in Deutschland aufzuzeigen, sei es für ein weiterführendes Studium, zu Forschungszwecken oder auch, um eine Arbeit aufzunehmen. Informationen und Beratung seitens der Hochschulen können hier wertvolle Dienste leisten.

Um mehr über die Beweggründe für ein Studium oder für einen Forschungsaufenthalt in Deutschland und die Wahrnehmung der deutschen Hochschulen aus dem Blickwinkel internationaler Talente in Erfahrung zu bringen sowie die Erwartungen dieser heterogenen Zielgruppen besser kennenzulernen, haben die Hochschulrektorenkonferenz (HRK) und der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) im Rahmen von GATE-Germany eine

Reihe von Umfragen initiiert. Rund 50.000 international mobile Studieninteressierte, Studierende und Doktoranden im In- und Ausland wurden in den vergangenen Jahren im Auftrag des Konsortiums Internationales Hochschulmarketing GATE-Germany zu ihrer Standortwahl und ihrer Zufriedenheit befragt.

Im Rahmen der Studien wurde zum einen unter internationalen Studierenden und Doktoranden in Deutschland ermittelt, welche Faktoren für die Wahl ihrer deutschen Hochschule entscheidend waren und wie zufrieden sie mit der Hochschule ihrer Wahl sind (International Student Barometer 2009, 2010 und 2011). Ein Teil der gleichen Zielgruppe wurde zusätzlich befragt, welche Hindernisse sie von einem Studium bzw. einem weiteren Verbleib in Deutschland abhalten könnten (BounceBack 2011). Darüber hinaus wurden Studieninteressierte im Ausland befragt, wie sie den Hochschulstandort Deutschland wahrnehmen (StudentPulse 2011).

Die aus den Studien hervorgegangenen Ergebnisse sind in mehrfacher Hinsicht wertvoll. Sie bieten die Möglichkeit, von den Erfahrungen international mobiler Studierender und Doktoranden zu lernen und ihre Erwartungen an die deutschen Hochschulen konkreter zu erfassen. Darüber hinaus lassen sich Entwicklungspotenziale im Hinblick auf das Gewinnen und Halten von internationalen Talenten aufzeigen – sowohl bezogen auf die einzelne Hochschule als auch auf den Studien- und Forschungsstandort Deutschland insgesamt.

Die vorliegende Publikation liefert einen Überblick über die Ergebnisse aller drei genannten Umfragen und stellt diese erstmals auch im zeitlichen Vergleich dar. Sie soll somit eine systemische Gesamtschau der Lage internationaler Studierender und Doktoranden an deutschen Hochschulen und, auf dieser Grundlage, eine zielgruppenadäquate Weiterentwicklung der entsprechenden Leistungs- und Serviceangebote an den Hochschulen ermöglichen.

Wir hoffen, mit der vorliegenden Publikation und den darin enthaltenen Handlungsempfehlungen dazu beizutragen, dass sich international mobile Studierende und Doktoranden auch zukünftig an den deutschen Hochschulen willkommen fühlen und Deutschland als erste Adresse für Studium und Forschung weiterempfehlen.

Wir danken den Autoren, Nannette Ripmeester und Archibald Pollock, für die ertragreiche Zusammenarbeit sowie dem Bundesministerium für Bildung und Forschung für die Unterstützung der Studien im Rahmen von GATE-Germany.

Marijke Wahlers

Leiterin der Internationalen
Abteilung
Hochschulrektorenkonferenz (HRK)

Stefan Hase-Bergen

Leiter der Gruppe
„Kommunikation und Marketing“
Deutscher Akademischer
Austauschdienst (DAAD)

Die vorliegende Publikation gibt einen Einblick, wie internationale Studierende ihre Erfahrungen an deutschen Hochschulen in verschiedenen Bereichen einschätzen. Sie beruht auf den Ergebnissen von drei aufeinanderfolgenden Befragungswellen des International Student Barometer (ISB 2009, 2010, 2011), ergänzt durch Daten einer ISB-Bounceback-Studie (2011) und des StudentPulse (2011). Um über die Position Deutschlands im internationalen Wettbewerb Aufschluss zu gewinnen, wurden die ISB-Ergebnisse für Deutschland mit weltweiten und europäischen ISB-Ergebnissen verglichen. Sämtliche Befragungen hat die Firma i-graduate durchgeführt.

STUDIENSTANDORT DEUTSCHLAND

Was erwarten angehende internationale Studierende von einem Auslandsstudium? Was zieht sie an und was stößt sie ab? Welche grundsätzlichen Anforderungen haben Studieninteressierte an einen Studienort, was stellen sie sich idealerweise vor? In den verschiedenen Befragungen wurde analysiert, wie Deutschland in all diesen Aspekten im Vergleich zu anderen Ländern abschneidet.

Eines der wichtigsten Ergebnisse war, dass 19 % der internationalen Studieninteressierten Deutschland als Studienort wählen würden. Hinter den „traditionellen“ Zielländern Vereinigtes Königreich (Großbritannien und Nordirland), USA, Australien und Kanada erreichte Deutschland somit den fünften Platz in der Top Ten der Wunschstudienziele. Dies verdeutlicht, dass Deutschland als beliebtestes nicht englischsprachiges Zielland gegenüber seinen europäischen Wettbewerbern vorne liegt (neben dem Vereinigten Königreich).

Die Ergebnisse der Befragungen zeigen Schlüsselbereiche auf, die für fast alle internationalen Studieninteressierten bei der Wahl des Studienortes von Bedeutung waren. Persönliche Sicherheit, die Reputation der Hochschulabschlüsse eines Landes, die Ausbildungskosten und das soziale Umfeld des Studienortes erwiesen sich als wichtige Einflussfaktoren im Entscheidungsprozess. Für Studierende aus Nicht-EU-Staaten war zudem die Frage wichtig, wie leicht man ein Visum für ein Land erhalten kann.

Interessant war, dass die Ausbildungskosten in Deutschland von Studieninteressierten ähnlich hoch eingeschätzt wurden wie in Ländern, die in der Wunschliste der Zielländer weiter oben lagen und deren Ausbildungskosten teilweise deutlich höher sind. Deutsche Hochschulen sollten in diesem Bereich künftig eine gezielte Informationsstrategie verfolgen, wenn sie internationale Studierende gewinnen möchten. Schließlich ist Deutschland im Vergleich zu vielen Ländern der Welt ein relativ kostengünstiges

Studienland – betrachtet man die Kosten für Ausbildung, Lebenshaltung und Unterkunft.

In puncto persönliche Sicherheit erreichte Deutschland in der Einschätzung der Studieninteressierten den vierten Platz im internationalen Vergleich und lag somit direkt hinter dem Vereinigten Königreich, Neuseeland und Kanada.

Bei den ISB-Befragungen 2010 und 2011 wurde auch nach der Bedeutung des DAAD für ihren Entscheidungsprozess gefragt. Nach den Ergebnissen dieser Befragungen haben die internationalen Studieninteressierten den DAAD als zuverlässige Informationsquelle wahrgenommen, die in diesem Zeitraum in ihrer Bedeutung zugenommen hat. Für Hochschulen ist die Erkenntnis wichtig, dass sie den DAAD als zentrale Organisation und weltweite Stimme nutzen können, um die Aufmerksamkeit von internationalen Studieninteressierten für Deutschland als Studienland zu gewinnen.

DIE ANKUNFTSPHASE

Besondere Bedeutung für die Bewertung eines Studienortes kommt der Wahrnehmung der Ankunftsphase zu. Neu ankommende Studierende wurden nach ihrem ersten Eindruck befragt. Dabei sollten sie diejenigen Bereiche benennen, die sie als besonders positiv erfahren haben, aber auch jene Bereiche, die aus ihrer Sicht noch verbessert werden könnten. Insgesamt haben die deutschen Hochschulen bei Fragen zur Ankunftsphase gut abgeschnitten.

Es wurde auch danach gefragt, wann ein internationaler Studieninteressierter beim Erstkontakt mit einer Hochschule eine Antwort erhalten hat und wann eine Hochschule einem Studieninteressierten ein formales Studienplatzangebot unterbreitete. Die Zufriedenheitsraten mit diesen Zeiträumen waren in Deutschland in etwa so hoch wie die europäischen und weltweiten Vergleichswerte.

Hervorzuheben ist, dass soziale Medien (Facebook, YouTube, Twitter etc.) als Kommunikationsmittel an Bedeutung gewinnen, sowohl in der Kommunikation zwischen (internationalen) Studierenden als auch zwischen den Studierenden und einer Hochschule. Die Ergebnisse der Befragungen zeigten, dass die deutschen Hochschulen beim Einsatz von sozialen Medien hinter den Hochschulen anderer Länder zurückbleiben. Dies ist ein beträchtlicher Nachteil, da die Hochschulen in Deutschland damit auf kostengünstige und leicht zugängliche Mittel der Kommunikation mit ihren (potenziellen) Studierenden verzichten.

Ungeachtet dessen hat Deutschland in mehreren Bereichen der Ankunftsphase besser als andere Länder abgeschnitten: Formalitäten wie die Einschreibung an der Hochschule erhielten gute Bewertungen, ebenfalls

wurde die Hilfe beim Einrichten eines Bankkontos gelobt. Auch die offizielle Begrüßung – häufig durch ein höherrangiges Mitglied der Hochschule – wurde sehr positiv wahrgenommen.

Andererseits zeigten sich auch Bereiche, denen zukünftig mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden sollte. Aspekte rund um die Unterkunft wiesen einige Mängel auf. Vergleichsweise schlecht abgeschnitten haben zum Beispiel der Zustand der Unterkunft und die Zimmervermittlung/das Studentenwerk. Nach Auskunft der Studierenden bricht an dieser Stelle ihre Kommunikation mit dem Hochschulpersonal häufig ab, was zu Irritationen und Frustrationen aufseiten der Studierenden führen kann.

STUDIEREN/LERNEN IN DEUTSCHLAND

Im Bereich Studieren/Lernen hat Deutschland gut abgeschnitten, insbesondere bei der Qualität des Ausbildungsangebotes. Was Studierende konkret dazu motiviert, an einem bestimmten Ort zu studieren, verändert sich mit der Zeit. Betrachtet man die Ergebnisse der verschiedenen Befragungswellen, lag der größte Wandel darin, dass internationale Studierende zunehmend an speziellen Studiengängen interessiert sind. Weil das Angebot englischsprachiger Studiengänge an deutschen Hochschulen immer größer und vielfältiger wird, können internationale Studierende bei der Auswahl ihres Studienganges zunehmend wählerisch sein.

Da sich die Bedeutung unterstützender Serviceleistungen von Hochschulen im Bereich Karriere erhöht hat, richten weltweit viele von ihnen den Fokus verstärkt darauf, ihre Studierenden auf den Arbeitsmarkt vorzubereiten. Deutschland schneidet bei Serviceleistungen in Bezug auf Karriere in mehreren Aspekten relativ gut ab. Auch die Möglichkeit, wichtige Arbeitserfahrungen während des Studiums zu sammeln, erhielt in Deutschland gute Zufriedenheitsraten, die deutlich über den europäischen und den weltweiten Vergleichswerten lagen.

Insgesamt hat Deutschland im Bereich Studieren/Lernen positive Ergebnisse erreicht. Das Niveau des Bildungsangebots erhielt eine sehr hohe Zufriedenheitsrate, die nur knapp die Werte des besten europäischen Landes verfehlte. Das gute Abschneiden Deutschlands ist auf einige Schlüsselfaktoren zurückzuführen: Die Studieninhalte, die Qualität der Vorlesungen und Seminare sowie die Kompetenz der Dozenten erhielten sämtlich hohe Zufriedenheitswerte. Diese Ergebnisse machen deutlich, dass Deutschland in den wohl entscheidendsten Faktoren der gesamten Befragung gut abschneidet.

Deutsche Hochschulen sollten jedoch bei den Aspekten Benotung, Bewertung und Feedback zu den Studienleistungen über mögliche Verbesserungen nachdenken. Hier liegt der Durchschnitt vieler deutscher Hochschulen unterhalb der europäischen und der weltweiten Vergleichswerte.

Verbesserungsbedarf besteht insbesondere bei jenen Hochschulen, die noch nicht einmal den deutschen Durchschnittswert erreichten. Einiges weist darauf hin, dass in diesem Bereich ein Mangel an Informationen besteht, auch wenn sich in den letzten Jahren schon einiges zum Positiven entwickelt hat. Lehrende an deutschen Hochschulen sollten ein Verständnis dafür entwickeln, dass sich internationale Studierende eine transparente und einfache Bewertung mit einem informativen Feedback zu ihrer Leistung wünschen, damit sie aus ihren Fehlern lernen können.

WOHNEN/LEBEN IN DEUTSCHLAND

Auch im Bereich Wohnen/Leben hat Deutschland im weltweiten und im europäischen Vergleich gut abgeschnitten. Deutschland könnte sich vor diesem Hintergrund noch effektiver vermarkten; bisher bringen die deutschen Hochschulen auf dem internationalen Hochschulmarkt ihre Stärken in diesem Bereich noch nicht ausreichend zur Geltung. Deutschland ist ein Studienland, das ein hohes Maß an persönlicher Sicherheit und eine hohe Ausbildungsqualität bietet, gleichzeitig sind die Kosten für Ausbildung, Lebenshaltung und Unterkunft vergleichsweise günstig. All diese Aspekte sind für die Mehrheit der internationalen Studierenden wichtige Voraussetzungen für ein erfolgreiches Auslandsstudium. So erreichte Deutschland im europäischen und im weltweiten Vergleich deutlich höhere Zufriedenheitswerte bei den Lebenshaltungskosten. Bei Marketingmaßnahmen für den Hochschulstandort Deutschland sollte dieser Punkt künftig mehr in den Fokus gerückt werden. Darüber hinaus könnten auch das gute Abschneiden Deutschlands im Bereich der persönlichen Sicherheit und die hohe Zufriedenheit der Studierenden mit den Lebensumständen im Marketing stärker hervorgehoben werden.

Die starken Leistungen der deutschen Hochschulen im sozialen Bereich untermauern die Bemühungen vieler Hochschulen, die soziale Integration internationaler Studierenden zu verbessern, zum Beispiel durch Sportangebote oder organisierte soziale Aktivitäten, die von neu eingereisten Studierenden sehr positiv aufgenommen werden. Deutlich werden Verbesserungen auch bei den Möglichkeiten, mit deutschen Studierenden in Kontakt zu kommen und die deutsche Kultur zu erleben. Beide Ergebnisse lagen über den europäischen und den weltweiten Vergleichswerten.

Ein Vergleich der Fachhochschulen (FHs) mit den Universitäten machte deutlich, dass internationale Studierende an Fachhochschulen insgesamt im Bereich Wohnen/Leben mit ihren Erfahrungen etwa genauso zufrieden waren wie Studierende an Universitäten. Gleichwohl zeigten sich bei manchen Aspekten deutliche Unterschiede. So wurden zum Beispiel die Möglichkeiten, mit deutschen und mit internationalen Studierenden in Kontakt zu kommen sowie die deutsche Kultur zu erleben, von Studierenden an

Fachhochschulen besser bewertet als von Studierenden an Universitäten. Es ist zu vermuten, dass die kleineren Gruppen an Fachhochschulen einen schnelleren Aufbau sozialer Bindungen ermöglichen. Zudem könnte es sein, dass Fachhochschulen sich stärker um integrative Maßnahmen bemühen.

UNTERSTÜTZENDE SERVICELEISTUNGEN

Die unterstützenden Serviceleistungen dienen dazu, den internationalen Studierenden während ihrer Studienzeit Hilfestellungen anzubieten und ihnen bei Problemen zur Seite zu stehen. Das reicht von der Beantwortung kleiner, alltäglicher Fragen bis hin zur Unterstützung bei der Suche nach einer Unterkunft. Hier hat Deutschland vergleichsweise schlecht abgeschnitten.

Die beste Leistung in diesem Bereich zeigten die deutschen Hochschulen bei der Mensa/Cafeteria, die hohe Zufriedenheitswerte erreichte. Die Verpflegungsangebote auf dem Campus bleiben in ihrer Bedeutung häufig unterbewertet, obwohl sie für die Ernährung der Studierenden zentral sind. Eine gute Mensa/Cafeteria bietet warme und kalte Speisen in einer Vielfalt von Menüs an (nach internationaler Art oder Hausmannskost), die zugleich kostengünstig sind und sowohl die Anforderungen verschiedener Religionen als auch Diätvorschriften berücksichtigen.

Der Career-Service schnitt bei den internationalen Studierenden relativ gut ab – die Zufriedenheitsrate lag über den europäischen Vergleichswerten. Allerdings wurden hier auch einige Defizite deutlich. Zudem nutzte nur etwa jeder zehnte Studierende diese Serviceleistung.

Die Zufriedenheit mit der Zimmervermittlung/dem Studentenwerk war am niedrigsten. Diese Einrichtung empfanden internationale Studierende als wenig hilfreich und schwierig im Umgang. Die Zufriedenheitsrate lag deutlich unter den weltweiten und europäischen Vergleichswerten, ebenso die Studienberatung. Aus Kommentaren von Studierenden gingen auch Gründe für diese Unzufriedenheit hervor. Dazu gehörten ungünstige Öffnungszeiten der Servicebüros, aber auch Mitarbeiter, die ungeduldig wurden oder nicht in der Lage waren, mit internationalen Studierenden ohne Deutschkenntnisse zu kommunizieren.

Unterschiede wiesen die Bewertungen von Austauschstudierenden und diejenigen von Studierenden mit Graduationsabsicht auf. Austauschstudierende fanden die unterstützenden Serviceleistungen zufriedenstellender als längerfristig Studierende. Der größte Unterschied zeigte sich bei der Zimmervermittlung/dem Studentenwerk und bei der Studienberatung. In beiden Bereichen waren Austauschstudierende zufriedener. Möglicherweise werden sie in Relation zu ihrem zeitlich befristeten, kürzeren Aufenthalt umfangreicher unterstützt. Viele Hochschulen haben hierfür

standardisierte Verfahren eingerichtet, mit denen sie eine große Anzahl von Studierenden betreuen. Da die meisten der internationalen Austauschstudierenden nicht fließend Deutsch sprechen, wird ihrer Unterstützung oft besondere Aufmerksamkeit eingeräumt.

NACH DEM STUDIUM IN DEUTSCHLAND

Im Mittelpunkt stand hier die Frage, was internationale Studierende nach Ablauf ihrer Studienzeit in Deutschland planen. Analysiert wurden sowohl die Entscheidungen als auch das Verhalten der Studierenden nach ihrem Studium. Interessanterweise deuten die Ergebnisse darauf hin, dass eine große Anzahl von internationalen Studierenden in Erwägung zieht, nach dem Studium dauerhaft in Deutschland zu leben und zu arbeiten. Viele internationale Studierende betrachteten Deutschland als idealen Arbeitsort, doch sahen relativ viele Studierende aus Nicht-EU-Staaten Hindernisse, wenn sie für eine längere Zeit in Deutschland bleiben wollten.

Die Integration in das soziale Umfeld war ein ausschlaggebender Faktor für den Wunsch, in Deutschland zu bleiben. Zum Vergleich: Nur gut die Hälfte der internationalen Studierenden in Dänemark gaben an, sie seien mit dem Niveau ihrer Integration zufrieden, während dies in Deutschland für drei Viertel der internationalen Studierenden galt.

Andererseits gab es einige Aspekte, die Studierende dazu veranlassten, Deutschland nach ihrer Studienzeit wieder zu verlassen. Hier zeigte sich beim Vergleich zwischen Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten: Visabeschränkungen waren vor allem für Studierende aus Nicht-EU-Staaten ein Hindernis. Die Frage der Arbeitserlaubnis verstärkte deren Sorgen noch weiter, denn ein Drittel der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten sah hier eine mögliche Barriere. Auch mangelnde Sprachkenntnisse wurden als potenzielles Problem benannt, allerdings stärker von Studierenden aus Nicht-EU-Staaten als von Studierenden aus EU-Staaten. Ein Grund könnte darin liegen, dass viele internationale Studierende in Deutschland die Möglichkeit haben, ihren Abschluss mit geringen oder keinen Deutschkenntnissen zu machen. Es liegt jedoch nahe, dass die Bereitschaft und Fähigkeit, nach dem Studium in Deutschland zu bleiben, mit den Deutschkenntnissen (und der damit verbundenen Nähe zum Land) steigt. Um mehr Studierende nach dem Ende ihres Studiums zu einem längeren Aufenthalt in Deutschland zu bewegen, sollten sie beim Erlernen der deutschen Sprache möglichst gründlich und umfassend unterstützt werden. Viele internationale Studierende hoben zudem hervor, dass sie sich bei rechtlichen und administrativen Fragen nicht gut informiert fühlten.

Es sind vor allem Masterstudierende, die sich mit höherer Wahrscheinlichkeit dafür entscheiden, nach ihrem Studium in Deutschland zu bleiben. Im Hinblick auf das Studienfach sind insbesondere Studierende der

Ingenieurwissenschaften an einem Verbleib in Deutschland interessiert. Doktoranden benannten als Hauptprobleme eines längeren Aufenthalts in Deutschland Sprachbarrieren, Arbeitseinschränkungen und Visaprobleme.

ERWARTUNGS- UND REPUTATIONSMANAGEMENT

Ein zentraler Aspekt des Hochschulmarketings ist der Umgang der Hochschule mit studentischen Erwartungen. Das, was die internationalen Studierenden während ihres Studienaufenthaltes erfahren, sollte in Einklang stehen mit dem, was ihnen ihre Hochschule vor Studienbeginn zugesagt hat. Hinsichtlich des Marketingerfolgs von Hochschulen bei internationalen Studierenden bleibt festzuhalten, dass ehrliche und direkte Informationen unverzichtbar sind und Hochschulen keine Scheu haben sollten, neben ihren Stärken auch mögliche Schwächen zu kommunizieren. Studierende möchten die Defizite einer Hochschule schon vor Beginn ihres Studienaufenthaltes kennen und sie nicht erst während ihres Studiums feststellen müssen. Vor allem sollten Hochschulen unbedingt vermeiden, falsche Erwartungen bei den Studierenden zu wecken, etwa in Bezug auf Kosten, Qualität der Lehrangebote oder Einschreibung. Es kann sehr negative Folgen haben, wenn sich Studierende über eine Hochschule oder einen Studiengang informieren – zum Beispiel in einer Broschüre oder auf der Website der Hochschule – und die tatsächlichen Studierenerfahrungen diesen Versprechungen später nicht gerecht werden. Angesichts der großen Bedeutung sozialer Medien und des Vertrauens, das die gegenwärtige Studierendengeneration in Bewertungen durch „Freunde“ in sozialen Netzwerken setzt, kann so die Reputation einer Hochschule durch „wenig schmeichelhafte“ Meinungsäußerungen beschädigt werden.

Hochschulen, die halten, was sie versprechen, werden mit höherer Wahrscheinlichkeit von den Studierenden positiv bewertet als Hochschulen, die ihren Versprechungen nicht nachkommen oder sich auf Kosten der Serviceleistungen auf ihrer Reputation ausruhen. Studierende schätzen insbesondere Auskünfte über die Bereiche Kosten und Karriere. Bei den internationalen Studieninteressierten zeigte sich häufig eine Verbindung zwischen der Entscheidung, in Deutschland zu studieren, und den vergleichsweise geringen Ausbildungskosten (für knapp ein Drittel war dieser Aspekt zentral). Ebenso waren die Reputation der Hochschulabschlüsse und die persönliche Sicherheit in Deutschland wichtig. Diese Faktoren sollten deutsche Hochschulen künftig stärker in den Fokus ihrer Marketinganstrengungen rücken.

Ein weiteres Ergebnis war, dass Deutschland von der Mehrheit der internationalen Studierenden als Studienort weiterempfohlen wird. In Bezug auf die Meinung der Studierenden bewegen sich Marketingexperten somit in einem positiven Kontext. Internationale Studierende gaben als die beiden

wichtigsten Gründe für ein Auslandsstudium an, sie würden gerne ihre Erfahrungen erweitern und ihre Karriereaussichten verbessern. Dabei legten die Studierenden besonderen Wert auf Bereiche, die eine Verbindung zu ihren Erfahrungen und Fähigkeiten aufwiesen, gefolgt von Aspekten, die mit Qualität und Reputation zu tun hatten.

INTERNATIONAL STUDENT BAROMETER

Wenn man sich mit den Erfahrungen internationaler Studierender beschäftigt, sollte man wissen, was internationale Studierende von einem Studium im Ausland erwarten und wie sie ihren Aufenthalt in Deutschland wahrnehmen. Das International Student Barometer (ISB) ist die weltweit größte Befragung von mobilen Studierenden und Doktoranden¹ und wird jährlich zu Beginn eines Studienjahres von i-graduate durchgeführt. Die Studie gibt wichtige Hinweise darauf, wie erfolgreich Hochschulen die Erwartungen und Wünsche internationaler Studierender erfüllen. Seit 2005 haben sich weltweit über 270 Hochschulen an dieser Befragung beteiligt. Die teilnehmenden Hochschulen befinden sich in Australien, Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Finnland, Italien, Kanada, Luxemburg, Neuseeland, den Niederlanden, Irland, Schweden, Singapur, Spanien, Südafrika, den USA und dem Vereinigten Königreich (Großbritannien und Nordirland).

Das ISB bietet eine Benchmarking-Analyse, die den teilnehmenden Hochschulen Informationen darüber bereitstellt, wie sie aus der Sicht internationaler Studierender bei verschiedenen Aspekten im nationalen und internationalen Vergleich abschneiden. Dadurch können sie die Qualität ihrer angebotenen Leistungen – in der Wahrnehmung einer wichtigen Zielgruppe – besser einschätzen und gegebenenfalls anpassen. Die internationalen Studierenden geben Feedback zu ihren Studienerfahrungen an einer konkreten Hochschule und darüber hinaus Auskunft, warum sie sich für ein Studium im jeweiligen Gastland entschieden haben. Die ISB-Befragungen in Deutschland wurden in den Jahren 2009/10 bis 2011/12 finanziell vom Konsortium für Internationales Hochschulmarketing GATE-Germany unterstützt, einer gemeinsamen Initiative des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) und der Hochschulrektorenkonferenz (HRK).

Im Rahmen des ISB werden die Erfahrungen internationaler Studierender an deutschen Hochschulen sowohl auf der Ebene der einzelnen Institution als auch auf nationaler Ebene analysiert und mit dem Gesamtergebnis des weltweit durchgeführten ISB verglichen. Auf diese Weise können Erkenntnisse über die Leistungen sowohl jeder einzelnen teilnehmenden Hochschule als auch der teilnehmenden deutschen Hochschulen insgesamt im internationalen Vergleich gewonnen werden. Die internationalen Studierenden werden zu ihren Erfahrungen in verschiedenen Themenbereichen

¹ Neben Studierenden haben an den ISB-Studien (in geringerem Umfang) auch Doktoranden teilgenommen. Da die Fragebögen über die teilnehmenden Hochschulen verschickt wurden, wurden aber nur Doktoranden befragt, deren Adressen der jeweiligen Hochschule bekannt waren. Im Folgenden sind im Begriff „Studierende“ somit auch Doktoranden eingeschlossen.

befragt, insbesondere zu ihrer Entscheidungsfindung bei der Hochschulwahl, zur Ankunftsphase an der Gasthochschule, zum Studieren/Lernen, Wohnen/Leben sowie zu unterstützenden Serviceleistungen Ihrer Hochschule. Innerhalb dieser Themenbereiche bewerten die Studierenden dann, welche Bedeutung unterschiedliche Aspekte für sie haben und wie zufrieden sie mit der Umsetzung dieser Aspekte an ihrer Hochschule sind. Sie bewerten zum Beispiel die Qualität der Lehre, soziale Aktivitäten, das Lebensumfeld außerhalb der Hochschule, die Bibliotheksausstattung, den Internetzugang, die Kosten der Unterkunft sowie den Kontakt mit Studierenden des Gastlandes und anderen internationalen Studierenden. Die Studierenden werden auch gefragt, ob sie die Serviceleistungen an ihrer Hochschule nutzen und wie zufrieden sie damit sind.

Die Daten des ISB – einschließlich einer Feedback-Präsentation mit Darstellung der hochschulspezifischen Ergebnisse im Vergleich zu den weltweit erhobenen Ergebnissen – werden jeder teilnehmenden Hochschule zur Verfügung gestellt. So kann jede dieser Hochschulen ihre individuellen Stärken und Schwächen im internationalen Wettbewerb erkennen und bei Bedarf die notwendigen strukturellen oder finanziellen Veränderungen vornehmen. Bis zu einem gewissen Grad kann die Befragung auch auf die einzelne Hochschule zugeschnitten werden. Für Deutschland wurde ein spezifisches nationales ISB (das ISB-D) in Kooperation mit GATE-Germany entwickelt, um die Möglichkeiten des nationalen Benchmarking zu verbessern.

Eine zentrale Stärke der ISB-Studie und wesentliche Grundlage ihrer Aussagekraft ist die große Anzahl an Personen, die an der Befragung teilgenommen haben; bis zum Jahr 2012 sind Antworten von über 1,3 Millionen internationalen Studierenden in die Ergebnisse eingeflossen. Darüber hinaus ist die Vielzahl der einbezogenen Aspekte (u. a. Lernerfahrungen, Unterstützung bei der Wohnungssuche und in der Ankunftsphase) ausschlaggebend dafür, dass das ISB als fundiertes Evaluationsinstrument dienen kann. Indem Statistiken und Ergebnisse bereitgestellt werden, die aussagekräftiger, detailreicher und praxisorientierter sind als der sich aus klassischen Rankings ergebende Rangplatz, können Hochschulen anhand der Resultate ihre Leistungen gezielt verbessern, ohne dass die Ergebnisse veröffentlicht werden. Es geht also weder darum, einen bestimmten Eindruck über Hochschulen wiederzugeben oder zu vermitteln, noch darum, einen direkten Wettbewerb zwischen Hochschulen anzuregen. Vielmehr soll jede Hochschule individuell zugeschnittene und vertrauliche Ergebnisse erhalten, um auf dieser Basis gezielt entscheiden zu können, in welchen Bereichen Verbesserungen notwendig sind und welche Umsetzungsstrategien am erfolgversprechendsten sein könnten, um die gewünschten Ziele zu erreichen.

WER WURDE BEFRAGT UND WIE WURDEN DIE DATEN ERFASST?

An der ISB-Befragung können alle internationalen Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten teilnehmen, die aktuell an einer Hochschule eingeschrieben sind. Dies schließt sowohl internationale Studierende mit Graduerungsabsicht als auch temporäre Austauschstudierende – unabhängig von Jahrgang und Studienlevel – mit ein. Doktoranden sind eingeschlossen, sofern sie eingeschrieben bzw. ihre Adressen den Hochschulen bekannt sind. Ausgeschlossen sind jedoch Studierende von Offshore- und Fernstudiengängen. Jede Hochschule kontaktiert ihre internationalen Studierenden und bittet sie darum, an der Studie teilzunehmen. Dann erhalten die Studierenden von ihrer Gasthochschule per E-Mail einen Link zur Online-Befragung. Während der Erhebung der Antworten beschränkt sich die Rolle von i-graduate zum einen darauf, die Hochschulen durch die Bereitstellung von standardisierten E-Mails für den Erstkontakt und Erinnerungsschreiben zu unterstützen. Zum anderen beobachtet i-graduate die Rücklaufquote und informiert die Hochschulen, wenn Maßnahmen ergriffen werden sollten, um die Quote zu erhöhen.

Das ISB sammelt primär Daten darüber,

- was internationale Studierende während ihrer Studienzeit für wichtig halten und
- wie zufrieden sie mit ihrer aktuellen Studienerfahrung sind.

Im Fragebogen werden die Studierenden gebeten, verschiedene Aspekte ihrer Studienerfahrung auf einer Vier-Punkte-Skala nach Wichtigkeit und Zufriedenheit zu bewerten, um daraus einen Mittelwert bilden zu können. Die Kategorien „wichtig“ und „sehr wichtig“ sowie „zufrieden“ und „sehr zufrieden“ werden zu jeweils einem Prozentwert zusammengefasst, um eine Prozentzahl für „Wichtigkeit“ und eine für „Zufriedenheit“ zu ermitteln. Bei Aspekten, die Studieren/Lernen und Wohnen/Leben betreffen, werden die Zufriedenheitswerte mit der Wahrscheinlichkeit korreliert, mit der die Studierenden ihre Hochschule weiterempfehlen würden. Die Befragungen haben gezeigt, dass Studierende, die in diesen Bereichen zufrieden sind, besonders häufig ihre Hochschule weiterempfehlen. Fragen zur Zufriedenheit mit Serviceleistungen werden nur jenen Studierenden gestellt, die diese Unterstützungsangebote bereits in Anspruch genommen haben.

In allen vier Schwerpunkten der Befragung (Ankunft, Studieren/Lernen, Wohnen/Leben und unterstützende Serviceleistungen) wird immer mit einer allgemeinen Frage begonnen: „Wie zufrieden sind Sie im Großen und Ganzen mit ... zum jetzigen Zeitpunkt?“, um auf diese Weise den ersten generellen Eindruck der Studierenden über ein bestimmtes Thema zu erfahren. Das durchschnittliche Ergebnis jedes Schwerpunktes ergibt sich aus dem Durchschnittswert aller Antworten im jeweiligen Abschnitt der Befragung. Um die Vergleichbarkeit im Rahmen des Benchmarking zu ermöglichen, werden die Studierenden bei einem großen Teil der Fragen

darum gebeten, aus vorgegebenen Antwortoptionen die zutreffendste auszuwählen. Die Studierenden werden aber auch dazu ermuntert, offene Kommentare abzugeben, um ein tieferes Verständnis ihrer Situation zu ermöglichen. Die Studierenden können selbst entscheiden, ob sie an der Befragung auf Englisch oder auf Deutsch teilnehmen möchten.

Alle Analysen werden unter zentraler Leitung von i-graduate durchgeführt und den teilnehmenden Hochschulen zur Verfügung gestellt. Die Auswertung der Daten beginnt, sobald die Befragung offiziell beendet ist.

Für das ISB Deutschland wurden zunächst die Daten aller deutschen Hochschulen in einem deutschen ISB-Index zusammengefasst, bevor i-graduate den einzelnen Hochschulen die individuellen Auswertungen zugänglich machte. Die Ergebnisse für jede Hochschule wurden auch mit dem weltweiten ISB-Index in Beziehung gesetzt, um die institutionenspezifischen Daten im internationalen Kontext einordnen zu können.

Um sich für den ISB-Index zu qualifizieren, mussten die teilnehmenden Hochschulen drei Kriterien erfüllen:

- einen Rücklauf von insgesamt mindestens 100 Antworten;
- eine Rücklaufquote von mindestens 10 %;
- mindestens 30 valide Antworten bei mindestens 60 % der Unterfragen jeder einzelnen Frage.

Im hochschulspezifischen Ranking-Sheet des ISB sind die individuellen Ergebnisse der jeweiligen Hochschule im Vergleich zum Gesamtwert aller Hochschulen, die weltweit am ISB teilnehmen, dargestellt. Dafür werden statistische Signifikanztests verwendet. Mit sogenannten unabhängigen t-Tests werden jeweils zwei Mittelwerte miteinander verglichen, um zu prüfen, ob signifikante Mittelwertsunterschiede zwischen zwei Gruppen bestehen; verglichen wird zum Beispiel jeweils der Mittelwert einer einzelnen Hochschule mit dem allgemeinen ISB-Mittelwert. Das Ergebnis des Tests wird in einem sogenannten p-Wert dargestellt. Dieser Wert beschreibt die Wahrscheinlichkeit, mit der die Testergebnisse zufällig zustande gekommen sein könnten, sodass kein wirklicher Unterschied zwischen den Mittelwerten besteht. Ein geringer p-Wert weist darauf hin, dass es sehr unwahrscheinlich ist, dass die Ergebnisse zufällig entstanden sind. Wenn p kleiner ist als 5 %, gehen Statistiker davon aus, dass tatsächlich ein zuverlässiger Unterschied zwischen den Mittelwerten besteht – der Test gilt dann als signifikant.

Die Ranking-Raster des ISB geben – wie die Ranking-Sheets – einen Überblick über die individuellen Ergebnisse und die Verteilung der Daten in jeder einzelnen Kategorie. Die Ergebnisse der anderen deutschen Hochschulen werden anonymisiert zum Vergleich ebenfalls aufgeführt.

ABBILDUNG 1: WER HAT AN DEN BEFRAGUNGEN DES ISB DEUTSCHLAND (ISB-D)

TEILGENOMMEN?

Studien-jahr	Anzahl und Status der Studierenden	Herkunft der Studierenden	Anzahl und Art der teilnehmenden Hochschulen	Internationales ISB
2009/10	12.326 internationale Studierende an 45 deutschen Hochschulen: <ul style="list-style-type: none"> 40 % Bachelor 30 % Master 18 % andere Studierende, u. a. Lehramt, Diplom, Magister 12 % PhD/Promotion 	vielfältige Herkunft; größter Anteil aus China, gefolgt von Russland, der Türkei, Bulgarien	<ul style="list-style-type: none"> 21 Universitäten 5 Technische Universitäten 19 Fachhochschulen 	87.014 internationale Studierende an 123 Hochschulen in neun Ländern
2010/11	17.055 internationale Studierende an 46 deutschen Hochschulen: <ul style="list-style-type: none"> 37 % Bachelor 38 % Master 10 % andere Studierende, u. a. Lehramt, Diplom, Magister 15 % PhD/Promotion 	vielfältige Herkunft; größter Anteil aus China, gefolgt von Russland, der Türkei, Bulgarien	<ul style="list-style-type: none"> 26 Universitäten 6 Technische Universitäten 14 Fachhochschulen 	157.964 internationale Studierende an 217 Hochschulen in zwölf Ländern
2011/12	17.732 internationale Studierende an 52 deutschen Hochschulen: <ul style="list-style-type: none"> 41 % Bachelor 37 % Master 9 % andere Studierende, u. a. Lehramt, Diplom, Magister 13 % PhD/Promotion 	vielfältige Herkunft; größter Anteil aus China, gefolgt von Russland, der Türkei, Indien	<ul style="list-style-type: none"> 27 Universitäten 3 Technische Universitäten 22 Fachhochschulen 	209.422 internationale Studierende an 238 Hochschulen in 16 Ländern

Quelle: IGI Services 2012

ÜBERLEGUNGEN ZUR EINORDNUNG DER ERGEBNISSE

Bei der Analyse und Interpretation der Ergebnisse des ISB-D sollten folgende Aspekte berücksichtigt werden:

- Zunächst stellt sich die Frage, ob die erhobenen Ergebnisse der deutschen Stichprobe als repräsentativ für alle internationalen Studierenden in Deutschland gelten können. Hier ist festzustellen, dass keine Repräsentativität gegeben ist. Allerdings zeigt sich, dass insbesondere der Datensatz des ISB-D von 2011 hinsichtlich der Anteile der verschiedenen Herkunftsländer der internationalen Studierenden, der Verteilung der Hochschularten und des Status der Befragten

(z. B. Bachelor, Master, Promotion) in hohem Maß mit der vom Statistischen Bundesamt (destatis) veröffentlichten deutschlandweiten Verteilung dieser Variablen korrespondiert.²

- Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass für eine Interpretation der Daten im Zeitverlauf die Ergebnisse der verschiedenen Befragungswellen miteinander verglichen werden müssen. Es haben aber nur elf deutsche Hochschulen an allen drei bisherigen ISB-Befragungen teilgenommen. Folglich können die Daten nicht als fortlaufende Zeitreihen interpretiert werden. Erschwert wird die Interpretation im Zeitverlauf weiterhin dadurch, dass die Anzahl der internationalen Studierenden, die an Fachhochschulen studieren, in den verschiedenen Befragungswellen stark variiert: In den Stichproben von 2009 und 2010 sind sie deutlich unterrepräsentiert. Die Daten der drei Befragungswellen des ISB sind somit als voneinander unabhängige Querschnitte zu betrachten.
- Schließlich ist zu bedenken, dass sich die teilnehmenden Hochschulen in Größe, Ausrichtung, Standort und Zielen stark voneinander unterscheiden. Dies wurde in der vorliegenden Publikation bei der Interpretation der Daten soweit wie möglich berücksichtigt.

Trotz dieser Einschränkungen sind GATE-Germany und i-graduate davon überzeugt, dass die Befragungsergebnisse ein realistisches Bild der Erfahrungen internationaler Studierender an deutschen Hochschulen wiedergeben. Die Aussagekraft der Ergebnisse ist vor allem darin begründet, dass eine große Zahl von Studierenden, die an einem breiten Spektrum verschiedener Hochschulen eingeschrieben sind, an der Befragung teilgenommen hat.

ISB-BOUNCEBACK

Im Jahr 2011 führte i-graduate im Auftrag von GATE-Germany eine Bounceback-Studie durch, bei der ausgewählte internationale Studierende eingehender befragt wurden als im regulären ISB, um in bestimmten Themenbereichen vertiefte Erkenntnisse zu gewinnen. Die teilnehmenden Studierenden hatten in der ISB-Studie 2010 ihre Bereitschaft erklärt, weitere Fragen zu beantworten.

Ziel der Bounceback-Studie war es, besser zu verstehen, was für internationale Studierende während ihres Auslandsstudiums von besonderem Wert ist und, noch wichtiger, wie ihre Zukunftspläne aussehen, zum Beispiel ob sie in ihr Herkunftsland zurückkehren, in Deutschland eine Arbeit aufnehmen oder für ein weiteres Studium in ein anderes Land gehen möchten.

² Vgl. dazu <http://www.wissenschaftweltoffen.de>.

WER WURDE BEFRAGT UND WIE WURDEN DIE DATEN ERFASST?

Alle internationalen Studierenden, die sich in der ISB-Studie 2010 dazu bereit erklärt hatten, weiterführende Fragen zu beantworten, erhielten von i-graduate per E-Mail einen Link zu einer Online-Befragung.

Die Studierenden füllten einen Online-Fragebogen aus, der auf dem i-graduate-Server lag. Alle Daten wurden gesammelt und von i-graduate analysiert.

In der Zeit vom 29. Juni bis zum 22. Juli 2011 wurde der Link zum Fragebogen an 8.256 internationale Studierende verschickt. Von diesen füllten 3.405 Studierende den Fragebogen aus, was einer Rücklaufquote von 41,2 % entspricht.

STUDENTPULSE

Der StudentPulse zur Befragung internationaler Studieninteressierter wurde auch von i-graduate entwickelt. Die Ergebnisse sollen den Hochschulen dazu dienen, die sich verändernden Bedürfnisse und Wünsche, Entscheidungsprozesse und Wahrnehmungsweisen künftiger internationaler Studierender zu verstehen. Die Studie wurde erstmals zwischen Februar und März 2011 von i-graduate im Auftrag von GATE-Germany durchgeführt.

WER WURDE BEFRAGT UND WIE WURDEN DIE DATEN ERFASST?

An der Befragung nahmen Studieninteressierte teil, die angaben, in den kommenden fünf Jahren in einem anderen Land studieren zu wollen. i-graduate kontaktierte die Teilnehmenden über eine Reihe von großen, weltweit agierenden Bildungspartnern und Online-Plattform-Anbietern.³

Die Befragung wurde in Englisch, Chinesisch, Südkoreanisch und Malaiisch durchgeführt. i-graduate setzte einen selbst entwickelten Online-Fragebogen ein, der auf dem eigenen Server eingestellt wurde. Den Studieninteressierten wurde per E-Mail ein Link zur Befragung zugesandt. Alle Daten wurden auf dem Server gesammelt und von i-graduate intern analysiert.

³ Dazu gehörten ucas media, AIP, Amideast, StudyLink, TConline.com, Research Now.

ABBILDUNG 2: SCHLÜSSELTHEMEN IM FRAGEBOGEN

Studierende	<ul style="list-style-type: none">■ Demografische Merkmale■ Künftige Studieninteressen■ Potenzielle Studienländer■ Motivation für ein Studium in einem anderen Land■ Einfluss der Hochschule■ Genutzte Informationsquellen■ Wege der Kommunikation
Hochschule	<ul style="list-style-type: none">■ Wahrnehmung der Attraktivität einer Hochschule■ Einschätzung der Reputation, der Qualität, der Kosten und des Umfeldes
Land	<ul style="list-style-type: none">■ Attraktivität als Studienland■ Wahrnehmung von persönlicher Sicherheit, Ausbildungskosten, Erhalt eines Visums, Reputation des Hochschulabschlusses, Arbeitsmöglichkeiten, soziales Leben/Lebensqualität

Quelle: IGI Services 2012

Es wurden etablierte und aufstrebende Bildungsmärkte einbezogen und eine beachtliche Größe der Stichprobe erreicht: 2011 nahmen etwa 14.000 Studieninteressierte an der Befragung teil und lieferten aufschlussreiche Ergebnisse, insbesondere von Schlüsselmärkten wie Indien (16 %, n = 2.350), China (13 %, n = 1.933), Malaysia (9 %, n = 1.266), USA (7 %, n = 1.083), Indonesien (6 %, n = 821) und Pakistan (4 %, n = 516).

31 % der Befragten waren Vollzeitstudierende an einer Hochschule, 22 % übten eine berufliche Tätigkeit aus, 20 % gingen zur Schule und die restlichen Studierenden waren anderweitig tätig.

Der größte Anteil der Befragten (45 %) hatte vor, ein Masterstudium in einem anderen Land zu absolvieren.

AUFBAU DES BUCHES

In Kapitel 2 werden hauptsächlich Daten des StudentPulse genutzt, um die Wahrnehmung und die Erwartungen von Studieninteressierten zu analysieren. Kapitel 3 bis 6 basieren auf ISB-Daten und geben Erkenntnisse über die Erfahrungen internationaler Studierender an deutschen Hochschulen wieder. Kapitel 7, das hauptsächlich auf den Daten des ISB-Bounceback beruht, widmet sich der Phase kurz nach dem Abschluss des Studiums in Deutschland und den Zukunftsplänen internationaler Studierender. In Kapitel 8 wird auf Basis aller bisherigen Befragungen sowie den Feedback-Präsentationen von i-graduate die Frage behandelt, welche Maßnahmen deutsche Hochschulen umsetzen sollten, um internationale Studierende zu gewinnen und langfristig zu halten.

Eine wichtige Frage für deutsche Hochschulen ist, wie internationale Studieninteressierte den Hochschulstandort Deutschland und das deutsche Hochschulsystem wahrnehmen, vor allem im Hinblick auf Qualität, Zugang und Kosten. Die Befragung StudentPulse, die 2011 von i-graduate durchgeführt wurde, kann Antworten geben (zur Methode und zur Datengrundlage vgl. Kapitel 1).

StudentPulse will die Beweggründe aufdecken, warum sich Studieninteressierte für einen Studienplatz in Deutschland bewerben: Liegt es am Land, an der konkreten Hochschule oder sind andere Einflussfaktoren bei dieser Entscheidung maßgeblich? Die Studie beschäftigt sich tiefergehend mit einer Reihe von Aspekten, die bei der Entscheidung für ein Studium im Ausland von Bedeutung sind. Dazu gehören unter anderem die Motivation für ein Studium in einem anderen Land, die angenommenen Ausbildungskosten und Finanzierungsmöglichkeiten sowie die erwarteten Hindernisse beim Erhalt eines Visums.

Bei der Befragung StudentPulse wurde der Hochschulstandort Deutschland auch als „Marke“ betrachtet. Dafür wurden die Studieninteressierten gefragt, aus welchen Gründen sie sich für ein Studium in Deutschland entscheiden würden.

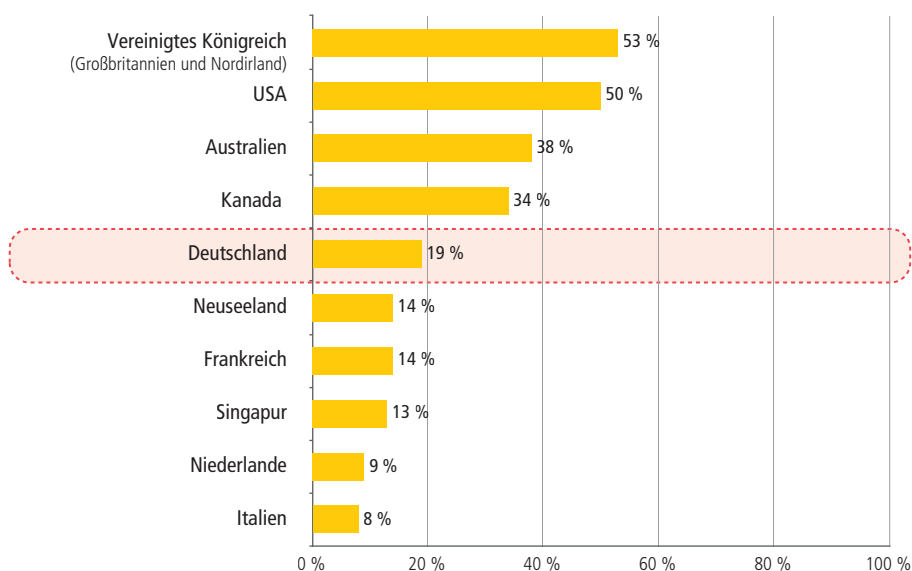
DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- Deutschland erreichte den fünften Platz unter den begehrtesten Zielländern für ein Studium.
- 19 % der Befragten, die als erstes Wunschstudienland Kanada, Australien, die USA oder das Vereinigte Königreich wählten, nannten Deutschland als Alternative.
- 94 % der Befragten bewerteten deutsche Hochschulabschlüsse als „gut“ oder „sehr gut“.
- Die Ausbildungskosten in Deutschland wurden ähnlich hoch eingeschätzt wie in Frankreich, Kanada und Australien.
- 84 % der Befragten schätzten die Arbeitsmöglichkeiten in Deutschland nach ihrem Studium als „gut“ oder „sehr gut“ ein.

INTERESSE AN EINEM STUDIUM IN DEUTSCHLAND

19 % der befragten internationalen Studieninteressierten gaben an, Deutschland als Studienort in Erwägung zu ziehen. Damit steht Deutschland an fünfter Stelle der beliebtesten Zielländer. Es liegt zwar hinter seinen Konkurrenten Kanada, Australien, den USA und dem Vereinigten Königreich, doch ist es das erste nicht englischsprachige Studienland unter den bestplatzierten Zielländern. Das Vereinigte Königreich und die USA waren die beiden einzigen Länder, die von über der Hälfte der Befragten in Betracht gezogen wurden. Der Grund für die Popularität Deutschlands ist auf verschiedene Faktoren zurückzuführen, die im Folgenden detaillierter dargelegt werden.

ABBILDUNG 3: TOP 10 DER BEGEHRTESTEN ZIELLÄNDER FÜR EIN STUDIUM (N = 13.878)



Quelle: IGI Services 2011

GEFRAGTE STUDIENABSCHLÜSSE UND FACHGEBIETE

Laut der Befragung 2011 strebten 45 % der Studieninteressierten einen Masterabschluss im Ausland an, 30 % einen Bachelorabschluss oder einen anderen ersten Studienabschluss. 17 % der restlichen Befragten planten eine Promotion (PhD) und 8 % einen anderen Abschluss. Von den Studieninteressierten aus Ländern mit den höchsten Anteilen an der Befragung (Indien, China und Malaysia) bevorzugte die Mehrheit (37 % bis 56 %) einen Masterabschluss gegenüber anderen Abschlussmöglichkeiten. In den

USA und in Hongkong interessierten sich die meisten für ein Bachelorstudium, zu einem Anteil von jeweils 42 % und 41 %.

In Bezug auf das Fachgebiet ihres Studiums waren die Studieninteressierten besonders häufig an vier Bereichen interessiert, die in mehr als der Hälfte aller Antworten genannt wurden: Betriebswirtschaftslehre, Handel und Management (22 %), Ingenieurwissenschaften (14 %), Gesundheitswissenschaften, Human- und Veterinärmedizin (9 %) sowie Kunst, Geistes- und Sozialwissenschaften (9 %).

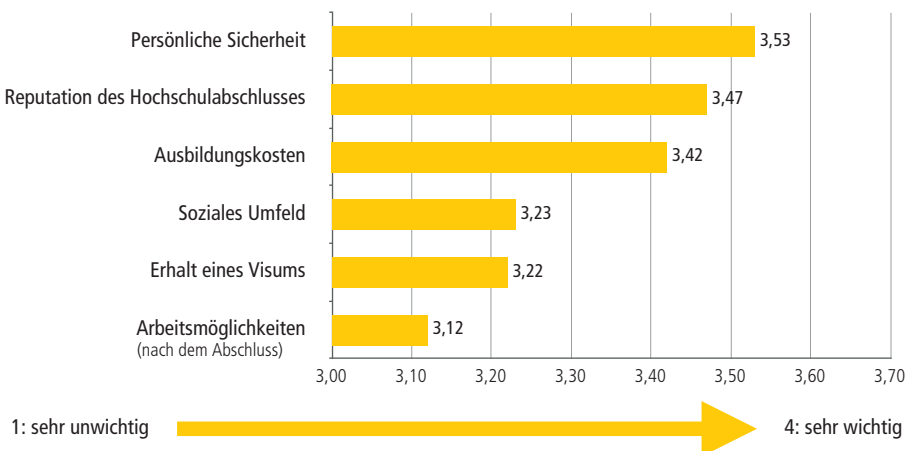
WAS IST FÜR STUDIENINTERESSIERTE BESONDERS WICHTIG?

Warum wollen künftige Studierende nach Deutschland kommen? Was ermutigt sie dazu und was hindert sie daran? Es ist wichtig zu verstehen, was diese jungen, international orientierten Menschen zu einem Studium im Ausland motiviert. Nur dann können geeignete Strategien entwickelt werden, um Deutschland für internationale Studierende als Studienland noch attraktiver zu machen.

Persönliche Sicherheit hatte für die Befragten die größte Bedeutung (vgl. Abbildung 4). Dieser Faktor erhielt in der Bewertung der Wichtigkeit den Wert 3,53 von 4 möglichen Punkten. Darauf folgten die Reputation der Hochschulabschlüsse (3,47) und die Ausbildungskosten (3,42). Das soziale Umfeld, die Visabestimmungen und die Arbeitsmöglichkeiten nach dem Studium scheinen bei dieser Frage weniger wichtig zu sein.

ABBILDUNG 4: EINFLUSSFAKTOREN BEI DER WAHL EINES STUDIENLANDES (N = 8.896)

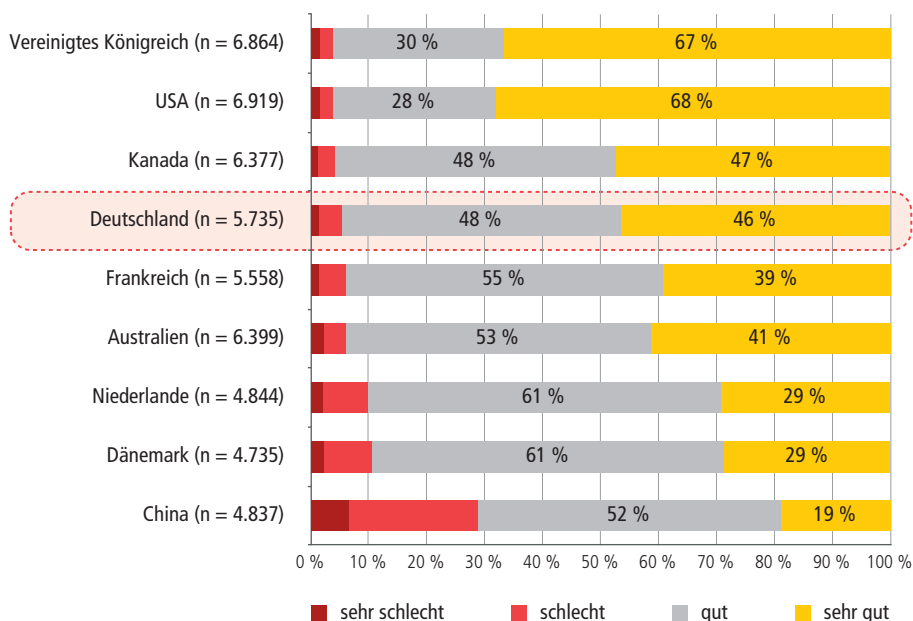
„Wie wichtig sind für Sie folgende Aspekte bei der Wahl Ihres Studienlandes?“



Das sind gute Neuigkeiten für Deutschland als Wunschziel für ein Studium: Die internationalen Studieninteressierten bewerteten Deutschland als viertsicherstes Land – hinter Kanada, Neuseeland und dem Vereinigten Königreich. In Bezug auf die Reputation der Hochschulabschlüsse waren 94 % der Befragten der Meinung, dass deutsche Abschlüsse eine „gute“ oder „sehr gute“ Reputation genießen (vgl. Abbildung 5). Mit diesem Ergebnis liegt Deutschland auf dem vierten Platz. In den USA erworbene Hochschulabschlüsse hatten aus Sicht der Studieninteressierten die beste Reputation, dicht gefolgt vom Vereinigten Königreich und – mit etwas mehr Abstand – Kanada.

ABBILDUNG 5: REPUTATION DER HOCHSCHULABSCHLÜSSE IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

„Bitte bewerten Sie die folgenden Länder nach der Reputation ihrer Hochschulabschlüsse.“



Quelle: IGI Services 2011

WIE WÄHLEN INTERNATIONALE STUDIERENDE EINE HOCHSCHULE AUS?

Bevor die Frage behandelt wird, wie sich Studieninteressierte für eine konkrete Hochschule entscheiden, soll zunächst – basierend auf den Daten des International Student Barometer (ISB) 2010 – der Entscheidungsprozess derjenigen Studierenden betrachtet werden, die sich bereits für einen Studienort entschieden haben (vgl. Abbildung 6). Die Befragten waren zum Zeitpunkt der Erhebung an einer deutschen Hochschule immatrikuliert.

Dabei zeigte sich, dass „Freunde“ die wichtigste Informationsquelle bei der Auswahl einer Hochschule waren (45 %). Die Bedeutung von „Freunden“ für die aktuelle Studierendengeneration bedarf hier einer kurzen Erläuterung. Nach Ansicht dieser Studierenden gehören Menschen, mit denen sie über Facebook oder andere soziale Medien in Kontakt sind, zum Freundeskreis. Sie müssen eine Person nicht persönlich getroffen haben, um sie für vertrauensvoll genug zu halten, passende Vorschläge zur Hochschulwahl machen zu können. Daher darf die Bedeutung sozialer Medien bei der Studienortwahl nicht unterschätzt werden. Auch wenn eine Hochschule Facebook nicht offiziell nutzt, heißt das keineswegs, dass diese Hochschule nicht auf Facebook diskutiert wird – und zwar von früheren, derzeitigen und zukünftigen Studierenden.

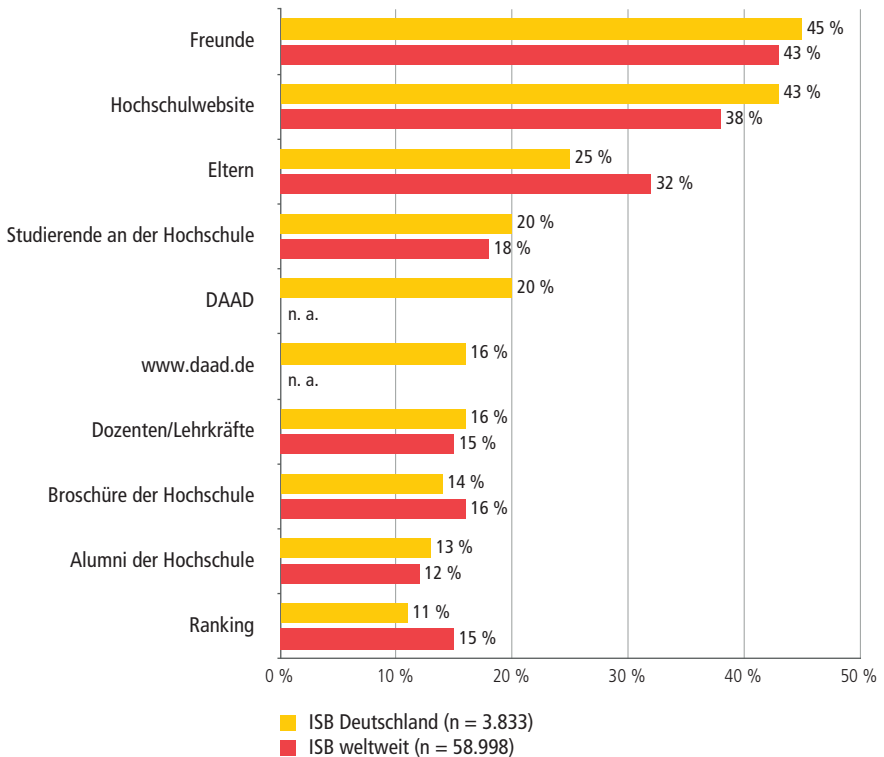
Auf die „Freunde“ als wesentlicher Einflussfaktor folgt unmittelbar die Hochschulwebsite: 43 % der Befragten nutzten die Websites von Hochschulen als Hilfsmittel, um sich für eine konkrete Hochschule zu entscheiden. Diese Tatsache sollten deutsche Hochschulen bei der Gestaltung ihrer Website berücksichtigen, wenn sie internationale Studierende gewinnen möchten. Um für diese jungen Menschen attraktiv zu sein, sollte bei der Online-Präsenz auf eine übersichtliche Darstellung von Informationen, eine einfache Navigation und – besonders wichtig – auf die Sprache geachtet werden. Viele internationale Studieninteressierte ziehen zwar ein Studium in Deutschland in Betracht. Sie sind jedoch nicht in jedem Fall der deutschen Sprache mächtig, wenn sie sich über ein Studium an einer deutschen Hochschule informieren oder sich um einen Studienplatz bewerben möchten. Daher ist es von zentraler Bedeutung, auch eine englische Version der Website anzubieten.

Abbildung 6 zeigt die zehn Schlüsselfaktoren, die für internationale Studierende bei der Auswahl einer konkreten Hochschule eine maßgebliche Rolle gespielt haben (um einen Vergleich zu ermöglichen, wurden die Befragten gebeten, aus einer vorgegebenen Anzahl von Faktoren auszuwählen).

ABBILDUNG 6:

EINFLUSSFAKTOREN BEI DER AUSWAHL EINER KONKRETEN HOCHSCHULE – TOP TEN 2011

„Wer oder was half Ihnen bei Ihrer Entscheidung, diese Hochschule auszuwählen?“



Quelle: IGI Services 2012

In Abbildung 7 wird deutlich, wie sich die Bedeutung der Schlüsselfaktoren zwischen 2009 und 2011 verändert hat.⁴ In allen drei Befragungen blieben die drei wichtigsten Schlüsselfaktoren gleich:

1. Freunde
2. Hochschulwebsite
3. Eltern

⁴ Einige Antwortmöglichkeiten wurden in der ISB-Befragung 2009 nicht berücksichtigt, aber in die ISB-Befragungen 2010 und 2011 aufgenommen.

ABBILDUNG 7:**SCHLÜSSELFAKTOREN BEI DER AUSWAHL EINER HOCHSCHULE – VERÄNDERUNGEN
ZWISCHEN 2009 UND 2011***„Wer oder was half Ihnen bei der Entscheidung, Ihre Hochschule auszuwählen?“*

	2009 (n = 2.643)	2010 (n = 3.488)	2011 (n = 3.833)	2009 vs. 2011
DAAD		12 %	20 %	8 %
Hochschulwebsite	39 %	41 %	43 %	4 %
Studierende an der Hochschule	19 %	18 %	20 %	1 %
Soziale Netzwerkseiten		3 %	4 %	1 %
Offizielle Beratungsstelle der Regierung	2 %	2 %	3 %	0 %
Präsentation eines Hochschulmitarbeiters	5 %	5 %	5 %	0 %
Werbung in Zeitung/Zeitschrift	1 %	1 %	1 %	0 %
Orientierungshandbuch	2 %	1 %	2 %	0 %
www.hochschulkompass.de		5 %	5 %	0 %
Sommerschule		2 %	2 %	0 %
Broschüre der Hochschule	14 %	12 %	14 %	0 %
Personal auf einer Hochschulmesse	3 %	3 %	3 %	0 %
Fernsehen/Radio	1 %	1 %	1 %	0 %
Unabhängige Website	6 %	7 %	6 %	0 %
Arbeitgeber	2 %	2 %	2 %	0 %
Vermittlungsagentur	2 %	2 %	1 %	-1 %
Förderorganisation	2 %	2 %	2 %	-1 %
www.research-in-germany.de		3 %	1 %	-1 %
Dozent/Lehrkraft	17 %	16 %	16 %	-1 %
Alumni	14 %	12 %	13 %	-2 %
Zeitungs-/Zeitschriftenartikel	5 %	4 %	3 %	-2 %
Freunde	49 %	44 %	46 %	-3 %
Karriereberater	8 %	4 %	4 %	-4 %
Eltern	29 %	25 %	25 %	-4 %
Ranking	15 %	12 %	11 %	-4 %

ANGENOMMENE KOSTEN UND GEPLANTE FINANZIERUNG

Die Ergebnisse zu den Ausbildungskosten stellten sich bei der StudentPulse-Befragung 2011 als besonders interessant heraus. Die Studieninteressierten gingen zutreffend davon aus, dass ein Studium in Deutschland nicht so teuer ist wie ein Studium im Vereinigten Königreich, in den USA oder in Kanada. Die Ausbildungskosten in Deutschland wurden von den internationalen Studieninteressierten ähnlich hoch eingeschätzt wie in anderen Ländern, beispielsweise in Kanada, Frankreich und Australien. Doch gingen sie davon aus, dass die Kosten in Deutschland höher sind als in Dänemark, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Singapur.

Zur Finanzierung ihres Studiums plante die Hälfte der Befragten, ein Stipendium in Anspruch zu nehmen. Ungefähr ein Drittel würde auf persönliche oder familiäre Rücklagen zurückgreifen. Von den übrigen Studieninteressierten wollten die meisten einen Kredit aufnehmen oder mit anderen Formen der Unterstützung ihr Studium finanzieren.

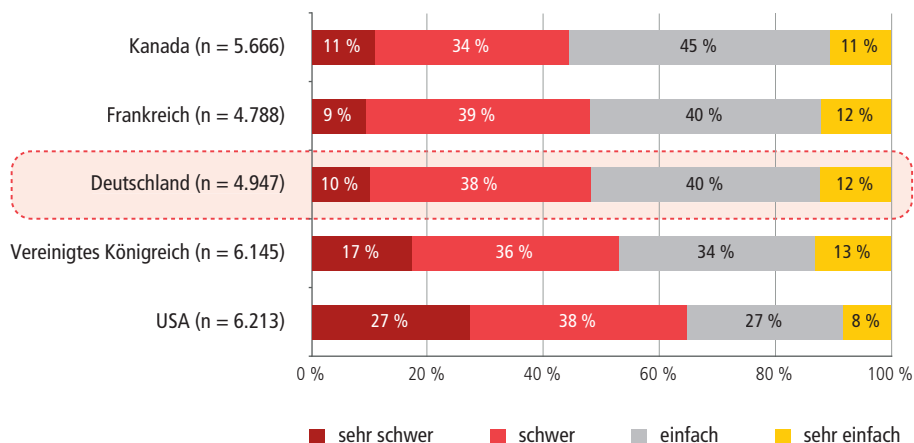
Der DAAD könnte künftig seine anerkannte Stimme stärker dafür einsetzen, die Vorteile des Hochschulstandorts Deutschland durch relativ geringe Ausbildungs- und Lebenshaltungskosten gegenüber anderen Ländern (besonders innerhalb der EU) als attraktiv hervorzuheben – und in Vergleichsperspektive zu veröffentlichen. Dieses Argument ließe sich besonders gut untermauern, wenn man die niedrigen Kosten an den hohen Qualitätsstandard der Hochschulbildung in Deutschland koppelt. Was vielleicht nicht überraschend, aber dennoch wichtig ist: Die Ergebnisse des StudentPulse 2011 zeigen eine Korrelation zwischen den Ausbildungskosten und der wahrgenommenen Attraktivität eines Ziellandes für ein Studium. Geringe Ausbildungskosten erhöhen tendenziell die Attraktivität eines Studienlandes.

VISAFRAGEN

Im StudentPulse 2011 sollten die Studieninteressierten außerdem verschiedene Länder unter dem Aspekt bewerten, für wie wahrscheinlich sie es halten, dort ein Visum zu erhalten. Hier zeigte sich, dass internationale Studieninteressierte von schwierigen Visabedingungen in Deutschland ausgehen. Von allen teilnehmenden Ländern landete Deutschland auf Platz 3 der „härtesten Visabedingungen“, hinter den USA auf dem ersten und dem Vereinigten Königreich auf dem zweiten Platz. Somit hielten es rund 65 % der Befragten für „schwer“ oder „sehr schwer“, ein Visum für die USA zu bekommen, und rund 48 % waren der Ansicht, dass dies auch für Deutschland gelte.

ABBILDUNG 8: EINSCHÄTZUNG DER VISABEDINGUNGEN IN VERSCHIEDENEN LÄNDERN 2011

„Bitte bewerten Sie die folgenden Länder nach der Schwierigkeit, ein Studierendenvisum zu erhalten.“



Quelle: IGI Services 2011

In der ISB-Befragung für Deutschland (ISB-D) im Studienjahr 2011/12 gab die Hälfte der nach Deutschland gekommenen Studierenden an, dass die Frage des Visums ein wichtiger Entscheidungsfaktor bei ihrer Studienortwahl war. Dieses Kriterium hat seit der ISB-Befragung 2009 um vier Prozentpunkte an Relevanz hinzugewonnen.

Einige Studierende aus der ISB-Befragung 2011 hielten es auch für schwer, Informationen über ein Visum in Deutschland zu erhalten. Schon in der ISB-Befragung 2010 hatten 20 % der gerade in Deutschland angekommenen internationalen Studierenden über Probleme berichtet, an ihrer Hochschule Informationen zu Visafragen zu erhalten. Auch wenn die Betreuung von Visaangelegenheiten nicht zu den Kernaufgaben von Hochschulen gehört, könnten Hochschulen auf ihrer Website internationale Studierende darüber informieren, wo sie weitergehende Informationen und Beratung in Visaangelegenheiten finden können.

Laut StudentPulse bewerteten internationale Studieninteressierte ihre beruflichen Perspektiven in Deutschland nach einem Studium an einer deutschen Hochschule überaus positiv: 84 % der Befragten schätzten ihre Chancen auf einen guten Arbeitsplatz in Deutschland nach ihrem Hochschulabschluss als „gut“ oder „sehr gut“ ein, sodass antizipierte Schwierigkeiten bei der Beschaffung eines Visums nicht von einem Studium in Deutschland abschreckten.

Die deutschen Hochschulen könnten die internationalen Studierenden darüber informieren, dass 2012 gesetzliche Veränderungen vorgenommen

wurden, die die Arbeitsmöglichkeiten von internationalen Studierenden während der Studienzeit und nach dem Studium deutlich verbessern.⁵ Internationale Studierende können nun während ihres Studiums 120 statt bislang 90 Tage im Jahr jobben. Nach ihrem Abschluss haben sie mehr Zeit – nämlich 18 statt zwölf Monate –, um eine qualifizierte Arbeit zu suchen. Und wenn sie eine ihrer Qualifikation angemessene Arbeitsstelle gefunden haben, gibt es unter bestimmten Voraussetzungen die Möglichkeit, schon nach zwei Jahren eine zeitlich unbefristete Aufenthaltsgenehmigung zu erhalten.

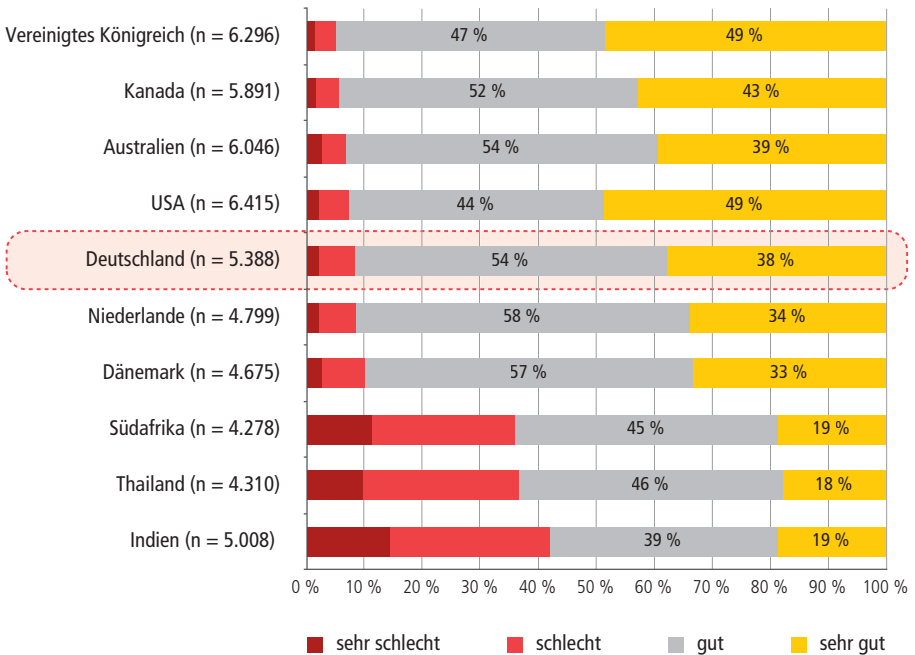
SOZIALES UMFELD

In Bezug auf das soziale Umfeld hat Deutschland eine starke Position im Wettbewerb um künftige internationale Studierende: 92 % der befragten Studieninteressierten waren der Meinung, dass Deutschland ein „gutes“ oder „sehr gutes“ soziales Umfeld bietet (vgl. Abbildung 9). Trotz dieser hohen Prozentzahl erreichte Deutschland bei diesem Aspekt dennoch nur Platz 5 im Ländervergleich. Das Vereinigte Königreich lag auf Platz 1, es folgten Kanada (Platz 2) und Australien (Platz 3) – alle mit einem Prozentsatz von 93 % oder höher. Vielversprechend ist jedoch, dass Deutschland besser abgeschnitten hat als einige direkte Nachbarländer, wie beispielsweise die Niederlande oder Dänemark.

⁵ Am 1. August 2012 trat in Deutschland das Gesetz zur Umsetzung der sog. Hochqualifizierten-Richtlinie der Europäischen Union (2009) in Kraft, das internationalen Studierenden und Wissenschaftlern mehr Möglichkeiten des Zuzugs und der Beschäftigungsaufnahme einräumt, unter anderem durch Neuerungen im Aufenthaltsrecht. Vgl. <http://www.verwaltungspraxis.jurion.de/news/aktuelles/umsetzung-der-hochqualifizierten-richtlinie-der-eu/> [Zugriff: 02.09.2013].

ABBILDUNG 9: BEWERTUNG VERSCHIEDENER LÄNDER NACH DEM SOZIALEN UMFELD

„Bitte bewerten Sie die folgenden Länder nach dem Aspekt des sozialen Umfelds.“



Quelle: IGI Services 2011

HOCHSCHULSTANDORT DEUTSCHLAND ALS „MARKE“

Um internationale Studierende zu gewinnen, ist es ganz entscheidend, auf dem internationalen Hochschulmarkt einen überzeugenden nationalen Auftritt zu erreichen. Es geht darum, ein Markenbewusstsein für den Hochschulstandort Deutschland als Zielland für internationale Studierende zu entwickeln. Englischsprachige Länder sind traditionell stark in der Anwerbung internationaler Studierender, etwa Australien, die USA und das Vereinigte Königreich. Diese Länder nutzen ihre nationalen Organisationen im Hochschulbereich tendenziell dazu, um die Möglichkeiten ihrer Hochschulen für ein internationales Studium hervorzuheben. Es bleibt aber letztlich Aufgabe der einzelnen Hochschule, hier Eigenverantwortung zu übernehmen und die internationalen Studierenden einzuladen, sich für ein Studium an ihrer Institution zu bewerben.

Deutschland wird auf dem internationalen Hochschulmarkt ein immer wichtigerer Player. Dazu gehört, den Hochschulstandort Deutschland durch eine starke weltweite Präsenz und internationale Kampagnen des DAAD wie „Research in Germany“ und „Study in Germany“ als Marke zu etablieren. Es geht aber auch darum, die institutionelle Markenbildung weiter voranzutreiben, die durch die Aktivitäten des vom DAAD und der HRK getragenen Konsortium Internationales Hochschulmarketing GATE-Germany in Kooperation mit den deutschen Hochschulen unterstützt wird.

In diesem Kapitel werden zentrale Ergebnisse des International Student Barometer (ISB) 2011 zum Thema Ankunftsphase vorgestellt, die zu den interessantesten Teilen der Befragung gehören (zur Methode und Datengrundlage der ISB-Studie vgl. Kapitel 1). Hier wird nicht nur deutlich, welchen ersten Eindruck die Studierenden von ihrer Hochschule bekommen haben, sondern es werden auch viele Aspekte aufgezeigt, die sie verbessern können, um einen positiven Wandel zu bewirken, der in anderen Bereichen nicht so leicht erreicht werden kann. Ein negativer erster Eindruck kann nur schwer wieder beseitigt werden. Deshalb ist die Zufriedenheit der internationalen Studierenden mit der Ankunftsphase von fundamentaler Bedeutung und maßgeblich für ihre anschließende Zufriedenheit am Studienort.

Die Fragen zur Ankunftsphase wurden nur von jenen Studierenden beantwortet, deren Ankunft zum Zeitpunkt der Befragung nicht länger als vier Monate zurücklag. Entsprechend reflektiert das Ergebnis tatsächlich ihren ersten Eindruck von der Hochschule, an der sie studierten. Die Studie verdeutlicht einige Schlüsselfaktoren in der Ankunftsphase. Dazu gehören organisierte soziale Aktivitäten, die offizielle Begrüßung, Möglichkeiten der Integration sowie Unterstützungsangebote der Hochschule, beispielsweise bei der Einschreibung oder beim Einrichten eines Bankkontos.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- Der Bewerbungsprozess in Deutschland scheint relativ effizient zu sein, er ist von durchschnittlicher Dauer: Bei anderen Ländern, die an der ISB-Studie teilgenommen haben, zeigt sich ein ähnliches Resultat.
- Die deutschen Hochschulen könnten insgesamt die sozialen Medien besser nutzen: zum einen, um internationale Studieninteressierte auf Deutschland als attraktives Studienland stärker aufmerksam zu machen; zum anderen, um Studieninteressierte und ankommende Studierende über wichtige Themen zu informieren, etwa über Unterkunftsmöglichkeiten und öffentliche Verkehrsmittel.
- Bei der Unterstützung in Fragen der Unterkunft schneiden deutsche Hochschulen eher schlecht ab – sowohl im weltweiten als auch im europäischen Vergleich. Ebenso bewerteten die Studierenden die Unterkunftssituation zum Zeitpunkt ihrer Ankunft als eher schlecht. In diesen Bereichen sollten die Hochschulen ihre Angebote kritisch prüfen und gegebenenfalls verbessern.

DER BEWERBUNGSPROZESS

Für internationale Studieninteressierte spielt die Dauer des Bewerbungsprozesses an Hochschulen eine große Rolle, wenn sie darüber entscheiden, ob sie einen bestimmten Studienplatz annehmen. Da sich Studieninteressierte an mehreren Hochschulen in verschiedenen Ländern bewerben können, stehen Hochschulen vor der Aufgabe, den Bewerbungsprozess möglichst effizient zu gestalten.

Bei den deutschen Hochschulen zeigen sich große Unterschiede hinsichtlich der Anzahl der Tage, die zwischen dem Erstkontakt eines Studieninteressierten mit einer Hochschule und einer Rückmeldung liegen. Auch die Zeit zwischen einer formalen Bewerbung und einem offiziellen Studienplatzangebot differiert an deutschen Hochschulen stark. Zur Vergleichbarkeit mit anderen Ländern wurde ein Durchschnittswert aus allen Ergebnissen der am ISB teilnehmenden deutschen Hochschulen gebildet und die Bewerbergruppe nach Studienlevel (Bachelor, Master, PhD/Promotion⁶, Andere⁷) differenziert (vgl. Abbildung 10).

ABBILDUNG 10: VOM ERSTEN KONTAKT BIS ZUR RÜCKMELDUNG DER HOCHSCHULE – ANZAHL DER TAGE UND ZUFRIEDENHEIT (IN PROZENT)

„Wie lange mussten Sie auf eine Antwort warten, nachdem Sie mit der Hochschule erstmals Kontakt aufgenommen hatten?“

Durchschnittliche Anzahl der Tage	ISB Deutschland	ISB weltweit	ISB Europa
Master (n = 1.720)	18	17	17
Bachelor (n = 1.320)	18	19	18
PhD/Promotion (n = 271)	18	19	18
Andere (n = 153)	19	20	21

Zufriedenheit (in Prozent)	ISB Deutschland	ISB weltweit	ISB Europa
Master (n = 1.720)	82 %	82 %	83 %
Bachelor (n = 1.320)	79 %	82 %	82 %
PhD/Promotion (n = 271)	85 %	85 %	87 %
Andere (n = 153)	80 %	80 %	80 %

Quelle: IGI Services 2012

⁶ In Deutschland ist die Individualpromotion der am häufigsten beschrittene Weg zum Dokortitel, doch nehmen strukturierte Promotionsprogramme an Verbreitung zu.

⁷ „Andere“ ist eine Antwortmöglichkeit für all jene Befragten, die keiner der anderen Antwortoptionen zustimmen können. Generell handelt es sich hier nur um eine kleine Gruppe der Befragten.

Laut ISB-Studie 2011 verstrichen in Deutschland nach dem ersten Kontakt eines Studieninteressierten mit einer Hochschule durchschnittlich 18 Werktage bis zur Rückmeldung der Hochschule. Dies lag im Rahmen des weltweiten und europäischen Durchschnitts (zwischen 17 und 20 Werktagen). Im Hinblick auf die verschiedenen Studienlevel zeigten sich keine signifikanten Unterschiede. Die Zufriedenheitswerte betrugen hier – über alle Studienlevel verteilt – etwa 82 %, was ebenfalls dem europäischen und weltweiten Durchschnitt entspricht.

Die Frage nach der zeitlichen Dauer zwischen der formellen Bewerbung und dem Erhalt eines offiziellen Studienplatzangebotes erbrachte leicht unterschiedliche Ergebnisse, wenn nach Studienlevel differenziert wurde: Im Durchschnitt dauerte es bei Bachelorstudierenden 35 Tage, bei Masterstudierenden 47 Tage, bei Doktoranden 43 Tage und bei den restlichen Studierenden 38 Tage (vgl. Abbildung 11). Bachelorstudierende erhielten von deutschen Hochschulen etwa sechs bis zehn Tage früher eine Rückmeldung als im europäischen und weltweiten Durchschnitt, bei Masterstudierenden lag die Anzahl der Tage zwischen dem weltweiten (43) und dem europäischen (50) Durchschnitt, ebenso bei Doktoranden (43 im europäischen, 59 im weltweiten Durchschnitt). Für die Kategorie „Andere“ lag die durchschnittliche Anzahl einige Tage unter beiden ISB-Benchmarks.

ABBILDUNG 11:

ANGEBOT FÜR EINEN STUDIENPLATZ – ANZAHL DER TAGE UND ZUFRIEDENHEIT (IN PROZENT)

„Wie lange mussten Sie zwischen Ihrer Bewerbung und dem Studienplatzangebot der Hochschule warten?“

Durchschnittliche Anzahl der Tage	ISB Deutschland	ISB weltweit	ISB Europa
Master (n = 1.720)	47	43	50
PhD/Promotion (n = 271)	43	59	43
Andere (n = 153)	38	40	42
Bachelor (n = 1.320)	35	45	41

Zufriedenheit (in Prozent)	ISB Deutschland	ISB weltweit	ISB Europa
Master (n = 1.720)	71 %	74 %	74 %
PhD/Promotion (n = 271)	74 %	74 %	78 %
Andere (n = 153)	71 %	72 %	71 %
Bachelor (n = 1.320)	71 %	75 %	73 %

Quelle: IGI Services 2012

Obwohl sich die Ergebnisse der deutschen Hochschulen hier nicht vom europäischen und weltweiten Durchschnitt abheben, sollte berücksichtigt werden, dass sich Studieninteressierte gewöhnlich an mehr als einer Hochschule bewerben. Die Schnelligkeit und Genauigkeit der bereitgestellten Informationen könnte die Qualifizierten der Studieninteressierten dazu veranlassen, sich für die Hochschule mit der besten Abwicklung des Bewerbungsprozesses zu entscheiden. Dem Bewerbungsprozess sollte deshalb eine besondere Bedeutung zugemessen werden.

ERFAHRUNGSBERICHT

MARINA GLASER, BAUHAUS-UNIVERSITÄT WEIMAR

„Unsere Universität hat bereits drei Mal am ISB teilgenommen. Es war für uns sehr nützlich zu sehen, dass internationale Studierende in der Ankunftsphase mehr von der Universität erwarten. Wir wussten, dass wir hier besser werden wollen. Deshalb analysierten wir die Daten und Freitextkommentare der Befragten sorgfältig und investierten schließlich auch Zeit und Ressourcen, was sich sehr ausgezahlt hat. Gleich im nächsten Jahr konnten wir das Resultat sehen: Die Zufriedenheit war deutlich verbessert und die mangelhaften Aspekte lagen im grünen Bereich.

Die Informationen und Daten, die wir durch das ISB bekommen, sind gewissermaßen ‚überwältigend‘. Deshalb wählen wir jedes Mal bestimmte Aspekte aus, auf die wir uns im folgenden Jahr fokussieren möchten. Eine reine Zusammenfassung der Ergebnisse ist hierbei nicht genug. Deshalb entschieden wir uns für einen Workshop, an dem unsere Mitarbeiter, internationale Studierende und Vertreter des Studentenwerks teilnahmen. Wir organisierten ein sogenanntes ‚Expertenforum‘ an der Bauhaus-Universität in Weimar, um Ideen und Wissen zu teilen. In diesem Kontext führte i-graduate einen Executive Workshop durch und unterstützte uns dabei, die ISB-Ergebnisse zu konkretisieren und den nächsten Schritt zu gehen: zu entscheiden, welche Maßnahmen wie implementiert werden sollten. Auf diese Weise waren die beteiligten Akteure motiviert, an den ausgewählten Punkten mitzuarbeiten. Denn: Kleine Veränderungen an einem Ende können eine Menge Konsequenzen am anderen Ende auslösen. Zudem hat das ISB uns darin bestärkt, dass Internationalisierung kein vager Begriff ist, der nur dem International Office gehört, sondern ein bedeutender Faktor, der in die gesamte Universität integriert werden muss.“

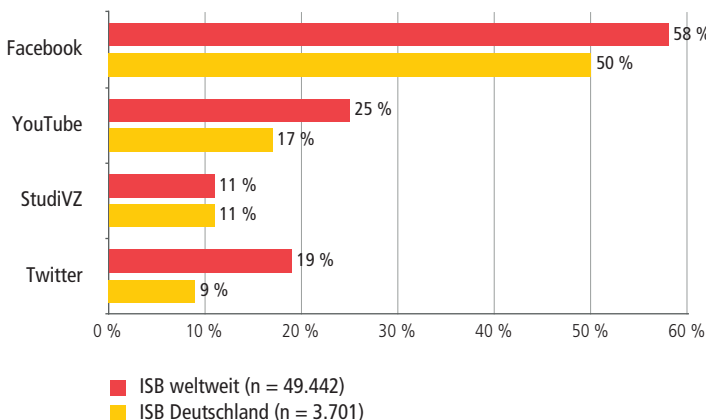
PRÄSENZ DER DEUTSCHEN HOCHSCHULEN IN DEN SOZIALEN MEDIEN

Soziale Medien sind unbestritten zu einem zentralen Instrument bei der Anwerbung internationaler Studierender geworden. Studierende informieren sich vor allem über das Internet und dabei auch in sozialen Medien. Besonders die drei größten sozialen Netzwerke – Facebook, Twitter und YouTube –, aber auch andere Websites werden dazu genutzt, die aktuellen Entwicklungen und die Qualität von Hochschulen einzuschätzen. Außerdem dienen die sozialen Medien zur Kommunikation zwischen Studierenden und Hochschulen sowie zwischen Studierenden untereinander. Für Studienanfänger ist diese Möglichkeit außerordentlich wichtig, da sie sich auf diese Weise bereits vor ihrer Ankunft vernetzen und Informationen über den Studienort sammeln können. In der ISB-Studie 2011 wurde der Fokus auf Facebook, Twitter und YouTube sowie auf das deutsche (mittlerweile fast bedeutungslose) StudiVZ und vergleichbare internationale Websites gerichtet.

Es zeigte sich, dass die deutschen Hochschulen viel weniger in den sozialen Medien präsent sind als die Hochschulen anderer Länder (vgl. Abbildung 12). Zugleich wurde deutlich, dass internationale Studierende die Präsenz einer Hochschule in den größten sozialen Medien bei bestimmten Themen sehr hilfreich finden. Bei Facebook, Twitter und YouTube ist klar zu erkennen, dass die deutschen Hochschulen hier deutlich unter dem weltweiten ISB-Durchschnitt liegen. Lediglich das deutsche Portal StudiVZ konnte das Niveau der internationalen Vergleichswerte erreichen.

ABBILDUNG 12: WAHRNEHMUNG DER HOCHSCHULPRÄSENZ IN DEN SOZIALEN MEDIEN

„Wie bekannt ist Ihnen die Präsenz der Hochschule bei folgenden sozialen Medien?“

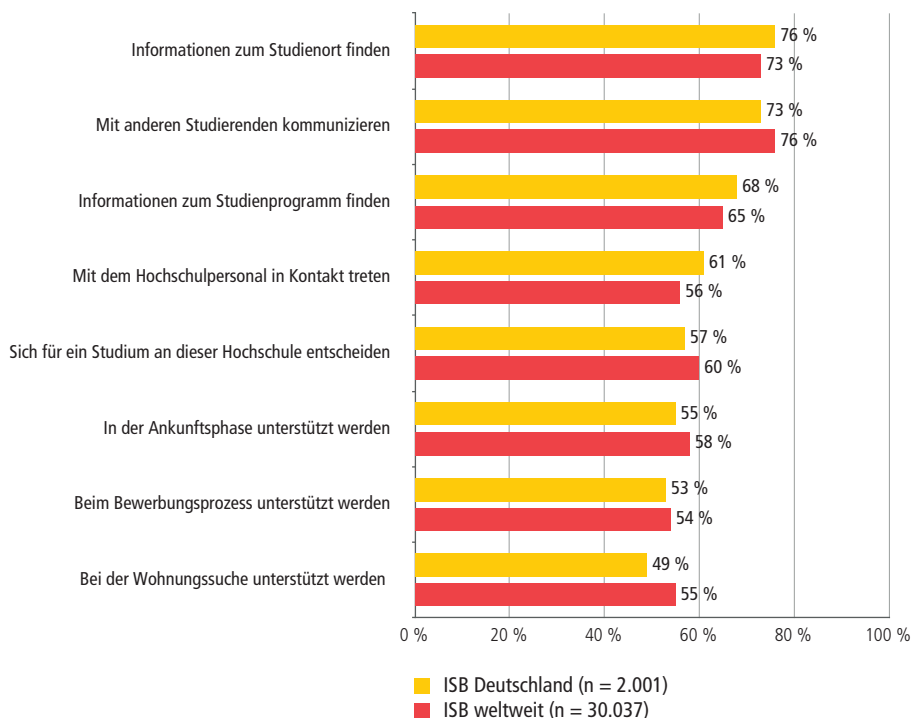


Quelle: IGI Services 2012

Die meisten deutschen Hochschulen sollten ihre Präsenz in den sozialen Medien kritisch überprüfen, um den Verlust potenzieller Studierender an andere Hochschulen zu verhindern und den Informationsaustausch zwischen der Hochschule und den Studierenden sowie zwischen den Studierenden untereinander zu verbessern.

ABBILDUNG 13: NÜTZLICHKEIT DER HOCHSCHULSEITEN IN DEN SOZIALEN MEDIEN

„Wie hilfreich waren die Hochschulwebsites in den sozialen Medien bei folgenden Anliegen?“



Quelle: IGI Services 2012

Von den befragten Studierenden, die Angebote ihrer Hochschule in den sozialen Medien in Anspruch nahmen, hielten das über die Hälfte in einigen Bereichen für nützlich, unter anderem bei der Wohnungssuche, bei der Suche nach Informationen über den Studienort, bei der Kontaktaufnahme mit dem Hochschulpersonal und bei ihrer Entscheidung für eine konkrete Hochschule (vgl. Abbildung 13). Das Angebot einer Hochschule in den sozialen Medien kann auch für die Erfahrung der Studierenden in der Ankunftsphase ausschlaggebend sein, vielleicht sogar für ihre Erfahrung während der gesamten Studienzzeit.

Tipps für Hochschulen zur Nutzung sozialer Medien

Um Hochschulen dabei zu unterstützen, den Einfluss sozialer Medien besser zu verstehen, hier einige Fakten zu Facebook, dem dominierenden sozialen Netzwerk:

- 67% der Internetnutzer weltweit nutzen Facebook.⁸
- Facebook hat täglich 699 Millionen aktive Nutzer und monatlich 1,15 Milliarden.⁹
- 42% der Facebook-Nutzer unterhalten sich über Marken – und ob die Hochschulen es wollen oder nicht, sie werden von der aktuellen und zukünftigen Studiengeneration als Marke wahrgenommen. Studierende unterhalten sich über Hochschulen in den sozialen Medien – unabhängig davon, ob diese dort selbst aktiv sind.¹⁰

Drei Empfehlungen zum Umgang von Hochschulen mit sozialen Medien:

1. **Bildsprache nutzen** – ein Bild sagt mehr als tausend Worte: Einer der besten Wege, die Zahl der Zugriffe auf eine Website und die Popularität einer Hochschule im Rahmen des Hochschulmarketings zu steigern, ist die Nutzung von Bildmetaphern zur Ergänzung von Texten. Die heutige Generation internationaler Studierender muss angesichts des überwältigenden und oft unübersichtlichen Informationsangebots möglichst viele Informationen konzentriert innerhalb kürzester Zeit einholen und aufnehmen. Eingängige kreative Bilder und Grafiken mit aussagekräftigen Botschaften bieten Orientierung und erreichen gerade beim Erstkontakt eine größere Aufmerksamkeit als seitenlange Texte mit nützlichen Informationen, mit denen Studierende sich erst im Laufe ihrer Suche und ihrer Anmeldung an einer Hochschule befassen werden. Für die Selbstdarstellung sollten Hochschulen daher Schlüsselwörter und interessante Bilder vom Hochschulgebäude oder von Studierenden auswählen, um bei der Zielgruppe Interesse und Aufmerksamkeit zu erreichen. Die Posts sollten generell kurz gehalten sein und gegebenenfalls auf weiterführende Links verweisen.
2. **Die eigenen Studierenden beteiligen:** Eine fundamentale Eigenschaft sozialer Medien ist der Austausch von Nutzern untereinander – im Gegensatz zu einseitigen Kommunikationswegen auf anderen Internetseiten. Studierende schätzen die Möglichkeit der direkten, freien Kommunikation über eine offene Plattform und beziehen Meinungen sowie Erfahrungen anderer Nutzer in ihre Entscheidungsprozesse mit ein. Studierende ziehen häufig diesen Weg der Informationsbeschaffung dem formellen Kontakt mit einer gesichtslosen Institution vor. Beim Aufbau und dem täglichen Betrieb ihrer Präsenz in den sozialen Medien können Hochschulen ihre Studierenden um Unterstützung bitten und/oder sich ein Feedback zu ihren Aktivitäten in den sozialen Medien einholen. Die Studierenden können wichtige praktische Vorschläge machen. Sie wissen meist sehr gut, welche Themen relevant sind, und können so auch sehr gut einschätzen, welche Themen kommuniziert werden sollten.
3. **Individuelle und persönliche Kommunikation mit den Nutzern:** Authentizität zu kommunizieren und den Studierenden auf Augenhöhe zu begegnen, schafft ein Klima des gemeinschaftlichen Miteinanders. Auf diese Art und Weise wird der Vorteil sozialer Medien, eine Beziehungsebene zu den Nutzern aufzubauen, voll ausgeschöpft.

Quelle: Im Wesentlichen basierend auf der Präsentation „Expectation Management – Social Media and International Students“ von Jessica Winters, University of Groningen/Niederlande, auf dem GATE-Germany-Workshop „Vom Welcome Package bis zum Alumni-Verein – Was brauchen Hochschulen, um internationale Studierende an sich zu binden?“ am 06.09.2012 in Bonn.

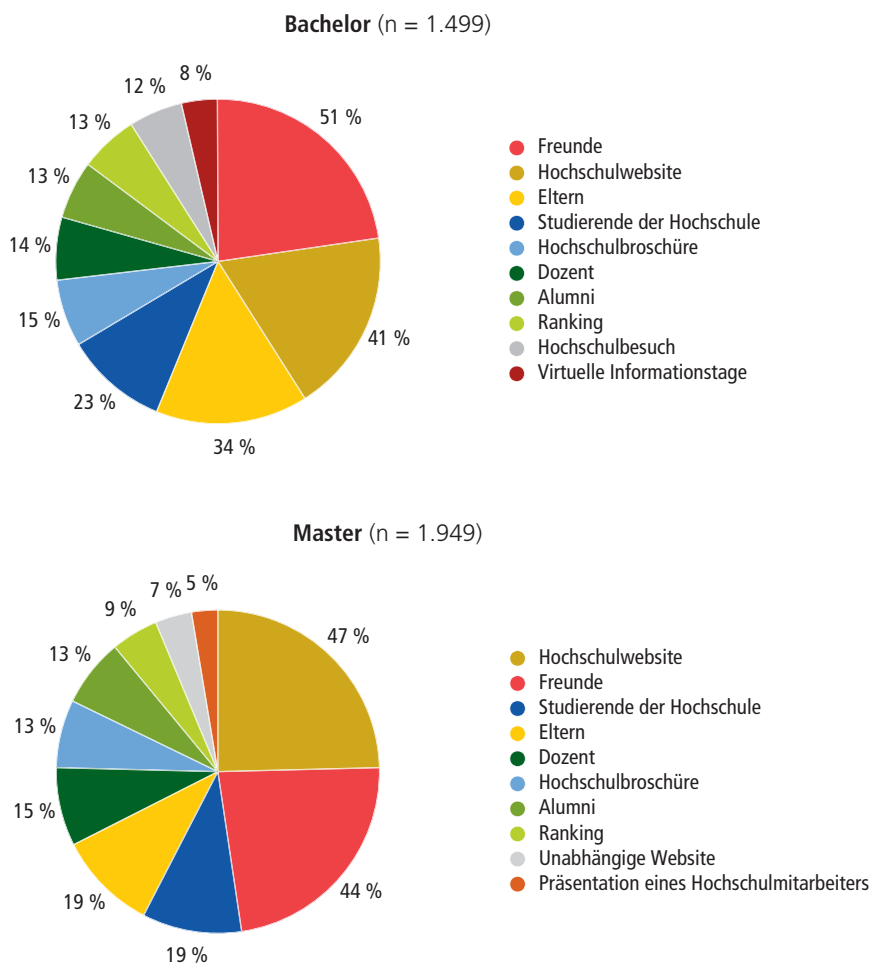
⁸ Vgl. Pew Internet Report, <http://pewinternet.org/Commentary/2012/March/Pew-Internet-Social-Networking-full-detail.aspx> [Zugriff: 31.10.2013].

⁹ Vgl. <http://investor.fb.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=780093> [Zugriff: 31.10.2013].

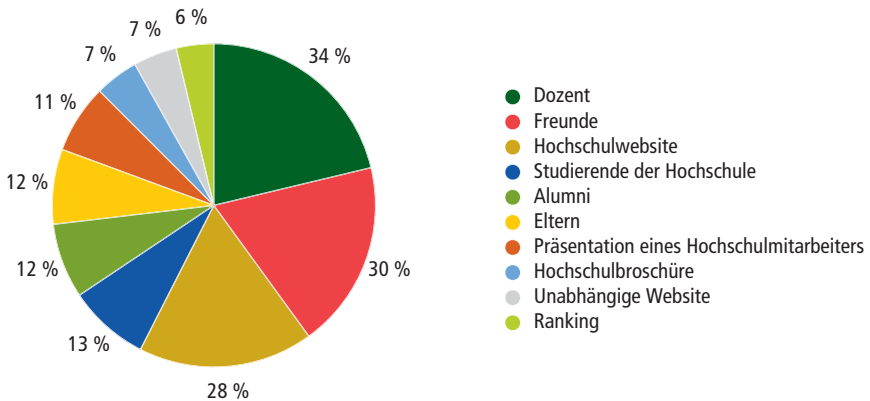
¹⁰ Vgl. <http://visual.ly/heat-your-marketing-campaign-summer-utilize-social-media> [Zugriff: 31.10.2013].

Abbildung 14 zeigt – differenziert nach Studienniveau – die wichtigsten zehn Kriterien, die Studierende bei ihrer Hochschulwahl beeinflusst haben. Deutlich wird bei der Auswahl einer konkreten Hochschule die große Bedeutung der „Freunde“ und der Internetseite der Hochschule, insbesondere für Bachelor- und Masterstudierende. Für Doktoranden sind vor allem Informationen von Hochschulmitarbeitern und Tutoren wichtig, aber auch sie halten „Freunde“ und die Internetpräsenz einer Hochschule für vertrauenswürdige Informationsquellen.

ABBILDUNG 14:
HILFREICHE ASPEKTE BEI DER HOCHSCHULWAHL – DIFFERENZIIERT NACH
STUDIENNIVEAU 2011



PhD/Promotion (n = 308)



Quelle: IGI Services 2011

DIE ERFAHRUNGEN BEI DER ANKUNFT

Die Auswertung der ISB-Befragung 2011 macht deutlich, wie internationale Studierende die Ankunftsphase an ihrer Hochschule empfunden haben. Durch den Vergleich dieser Ergebnisse mit den ISB-Ergebnissen der Jahre 2009 und 2010 kann festgestellt werden, wo es positive und negative Veränderungen gab, aber auch welche besonderen Stärken und Schwächen Deutschland im Vergleich zu den weltweiten und den europäischen ISB-Durchschnittswerten aufweist.

ABBILDUNG 15:

ZUFRIEDENHEIT MIT DER ANKUNFT (IN PROZENT) – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

	ISB Deutschland	ISB weltweit	ISB Europa	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit der Ankunft¹¹	80,3 %	81,1 %	79,2 %	-0,4 %	1,4 %
Gesamtwert Ankunft¹¹	81,2 %	82,5 %	81,7 %	-1,3 %	-0,5 %

Quelle: IGI Services 2011

¹¹ Die „Zufriedenheit mit der Ankunft“ gibt den durchschnittlichen Wert der Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs „Ankunft“ wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Ankunft“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit den Erfahrungen bei der Ankunft insgesamt?“

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND DEUTLICH ÜBER DEM ISB-DURCHSCHNITT LIEGT

Deutschland schneidet in mehreren Bereichen sehr gut ab, nicht nur hinsichtlich der Grundzufriedenheit, sondern auch im Vergleich mit anderen Ländern. Die offizielle Begrüßung der Studierenden an der Hochschule wurde von 89 % der Befragten als positiv empfunden, und damit von 4 % mehr als im Fall der weltweiten Befragung. Der Internetzugang zum Zeitpunkt der Ankunft wurde von 79 % der Befragten ebenfalls als gut bewertet (2 % über dem weltweiten Durchschnitt). Auch bei Formalitäten wie der Einschreibung vor Ort (85 % Zufriedenheit) und dem Einrichten eines Bankkontos (79 % Zufriedenheit) haben die deutschen Hochschulen gut abgeschnitten, besonders im Vergleich zum europäischen Durchschnitt, wo die Werte für Deutschland zwischen drei und acht Prozentpunkte höher lagen. Mit „offizieller Begrüßung“ ist normalerweise eine Präsentation oder die Einführungsrede eines höherrangigen Mitglieds der Hochschule gemeint. Die offenen Kommentare in der ISB-Befragung lassen darauf schließen, dass internationale Studierende eine solche Begrüßung sehr schätzen – und zwar umso mehr, je ranghöher die Person ist, die diese Aufgabe übernimmt (z. B. der Präsident oder die Rektorin einer Hochschule). Die Begrüßung vermittelt den Studierenden das Gefühl, „angekommen“ zu sein und dafür wertgeschätzt zu werden, dass sie an dieser Hochschule studieren. Die Begrüßung gibt den Studierenden aber auch Hinweise darauf, wofür die einzelne Hochschule steht und was von ihnen während des Studiums erwartet wird. Eine solche Einführung kann zudem über Besonderheiten und praktische Unterschiede im akademischen Leben zwischen den Hochschulen in Deutschland und den Hochschulen anderer Länder aufklären und sollte deshalb allen internationalen Studierenden zugänglich sein.

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND DEUTLICH UNTER DEM ISB-DURCHSCHNITT LIEGT

Im ISB 2011 lag Deutschland bei der Zimmervermittlung, die an deutschen Hochschulen meist vom Studentenwerk übernommen wird, 6 % unter dem weltweiten und 2 % unter dem europäischen Durchschnitt. Die Einschätzung des Zustandes der Unterkunft bei der Ankunft der Studierenden erhielt 2 % geringere Werte als der weltweite, aber 2 % höhere Werte als der europäische Durchschnitt.

Das Studentenwerk/die Zimmervermittlung ist in der Regel die erste Anlaufstelle von internationalen Studierenden, die nach einer Unterkunft für ihre Studienzeit suchen. Auch wenn die Vermittlung in Deutschland in der Regel über eine dritte Institution – das Studentenwerk – läuft, nehmen internationale Studierende diese Vermittlungsstelle für Unterkünfte gewöhnlich

als integralen Bestandteil der Hochschule wahr, da die interne Organisation von Verantwortlichkeiten für sie nicht relevant ist. Natürlich unterscheiden sich in diesem Bereich die Eindrücke der Studierenden an den einzelnen Hochschulen stark voneinander. Die offenen Kommentare zeigen positive und negative Erfahrungen in Bezug auf den Prozess der Wohnungsvermittlung, aber auch bezogen auf den Zustand der Unterkunft.

„Das Einzige, was ich negativ anmerken kann, ist die Schwierigkeit bzw. die erforderliche Zeit, um eine Unterkunft zu finden.“

„Die Unterstützung der Hochschule war wunderbar, insbesondere bei der Wohnungssuche und bei der Bereitstellung von Studienmaterial.“

„Es ist unmöglich, ein Zimmer in einem Studentenwohnheim zu bekommen! Ich habe fast ein Jahr gewartet und erhielt erst einen Raum, als ich mit meinen Koffern erschien.“

„Alles war gut – mit Ausnahme der Wohnbedingungen. Es war komplett ekelhaft. Es war schmutzig und die Küche war eine Gefahrenzone.“

„Die Unterkunft war das Beste, was ich jemals erlebt habe.“

„Jeder der neu ankommenden Studierenden war mit dem Wohnungsproblem konfrontiert, der Studiendenservice an der Hochschule half überhaupt nicht.“

„Es wäre gut gewesen, wenn es WiFi im Zimmer gegeben hätte.“

ERFAHRUNGSBERICHT

BRIGITTE MINDERLEIN, HOCHSCHULE FURTWANGEN

„Die Ankunftsphase an unserer Hochschule wurde von den internationalen Studierenden sehr gut bewertet. Wir haben viel Zeit und Mühe in unser Orientierungsprogramm gesteckt, deshalb war es für uns sehr schön zu sehen, dass es funktioniert! In der ersten Woche helfen wir zum Beispiel den internationalen Studierenden dabei, ein Bankkonto einzurichten und sich beim Einwohnermeldeamt zu registrieren, darüber hinaus stellen wir die Studiengänge vor. Unser ‚Buddy-Programm‘ wird sehr geschätzt, vor allem, weil alle unsere Buddies Deutsche oder Bildungsinländer sind. Das fördert die Integration zwischen einheimischen und internationalen Studierenden. Die Buddies übernehmen Verantwortung für ‚ihre‘ internationalen Studierenden und nehmen sie zu sozialen Aktivitäten mit. Jedes Jahr organisieren wir ein internationales Festival, bei dem die internationalen Studierenden ihre Heimatländer vorstellen können. Es ist ein Highlight im Jahr – und die internationalen Studierenden nehmen an diesem Festival genauso gerne teil wie die Einwohner der Stadt. Um die deutschen Studierenden dazu zu motivieren, ihre internationalen Kommilitonen bei der Integration zu unterstützen, haben wir einen Preis ausgelobt. Damit wollen

wir Studierende auszeichnen, die das größte Engagement für internationale Studierende zeigen. Auch unser ‚Gastfamilien-Programm‘ hilft sehr bei der Integration internationaler Studierender. Die deutschen Familien nehmen internationale Studierende zum Beispiel auf Ausflüge mit und bereiten typisch deutsche Gerichte für sie zu.

Aufgrund der Aussagen der internationalen Studierenden bei der ISB-Befragung kam uns die Idee, auch die öffentlichen Verkehrsmittel genauer in Augenschein zu nehmen und mit den dafür Verantwortlichen Kontakt aufzunehmen. Im Großen und Ganzen sind wir mit unseren ISB-Ergebnissen zufrieden, doch die Verkehrsanbindung ist ein Punkt, der noch besser auf unsere internationalen Studierenden zugeschnitten sein könnte. Die Hochschule hat zwar keinen direkten Einfluss in dieser Frage, aber wir hoffen, auch hier Verbesserungen erreichen zu können, indem wir mit den zuständigen Akteuren vor Ort sprechen.“

ERGEBNISSE FÜR DEUTSCHLAND SEIT 2009 UND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

Abbildung 16 stellt die Verbesserungen und Verschlechterungen der Zufriedenheit mit der Ankunft seit 2009 sowie die prozentualen Unterschiede in der Zufriedenheit dar. Wenn die Ergebnisse von 2011 direkt mit den Ergebnissen des Vorjahres verglichen werden, zeigen sich die größten Verbesserungen bei der offiziellen Begrüßung, den Orientierungsangeboten und der Einschreibung, die größten Verschlechterungen beim Einrichten eines Bankkontos, dem Willkommensservice und dem Kontakt mit anderen internationalen Studierenden. Die meisten Veränderungen seit 2010 waren aber relativ gering (nur selten 2 % oder mehr).

ABBILDUNG 16:**ZUFRIEDENHEIT MIT DER ANKUNFT – VERÄNDERUNGEN ZWISCHEN 2009 UND 2011**

Aspekte der Ankunft	2009 (n = 2.538)	2010 (n = 3.301)	2011 (n = 3.530)	2009 vs. 2011
Kontakt mit Studierenden aus dem Heimatland	76 %	84 %	85 %	9 %
Verständnis für den (inhaltlichen und organisatorischen) Studienablauf	71 %	76 %	76 %	5 %
Einschreibung	80 %	83 %	85 %	5 %
Kontakt mit dem Hochschulpersonal	81 %	85 %	86 %	5 %
Zimmervermittlung/Studentenwerk	68 %	72 %	72 %	4 %
Offizielle Begrüßung ¹²	85 %	86 %	89 %	4 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Gastland	72 %	75 %	75 %	3 %
Orientierung im lokalen Umfeld	81 %	83 %	84 %	3 %
Organisierte soziale Aktivitäten	81 %	83 %	83 %	2 %
Kontakt mit anderen internationalen Studierenden	87 %	90 %	89 %	2 %
Erste Nacht nach der Ankunft	76 %	77 %	77 %	1 %
Orientierungsangebote	83 %	81 %	83 %	0 %
Willkommensservice	71 %	72 %	70 %	-1 %
Einrichten eines Bankkontos	81 %	81 %	79 %	-2 %
Internetzugang	81 %	77 %	79 %	-2 %

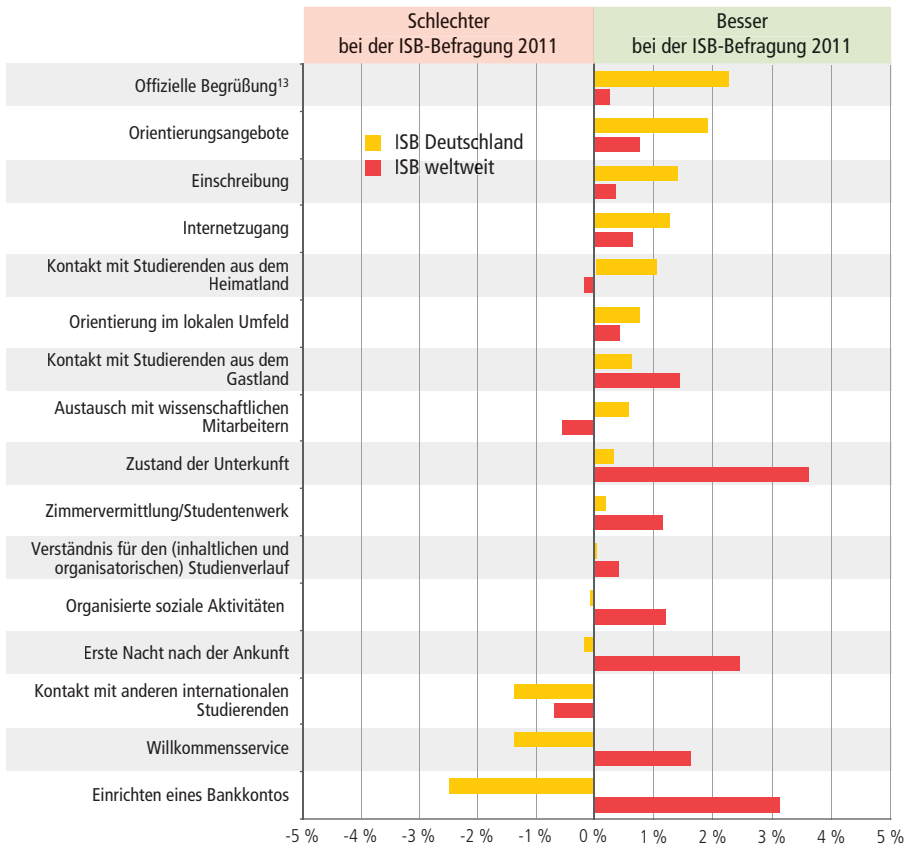
Quelle: IGI Services 2012

Sehr interessant ist auch, die Entwicklungen in Deutschland mit den weltweiten ISB-Ergebnissen im selben Zeitraum zu vergleichen (vgl. Abbildung 17). Obwohl einige der Verbesserungen in Deutschland deutlich über dem weltweiten Durchschnitt liegen, gibt es Bereiche, wie etwa das Einrichten eines Bankkontos und verschiedene Aspekte der Begrüßung, die hinter den Verbesserungen der Hochschulen in anderen Ländern zurückbleiben. Dabei ist jedoch zu beachten, dass die deutschen Hochschulen im Bereich der Ankunftsphase trotzdem acht Prozentpunkte über dem europäischen Durchschnitt liegen. Ein konstanter Problembereich deutscher Hochschulen bei allen bisherigen ISB-Befragungen ist die Wohnsituation zum Zeitpunkt der Ankunft. Hier liegt die durchschnittliche Verbesserung des weltweiten ISB deutlich über den deutschen Fortschritten.

¹² Präsentation oder Einführungsrede eines höherrangigen Mitglieds der Hochschule.

ABBILDUNG 17:

ZUFRIEDENHEIT MIT DER ANKUNFT – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2010 UND 2011



Quelle: IGI Services 2012

Die bemerkenswerteste positive Veränderung für Deutschland zwischen 2009 und 2011 ergab sich beim Kontakt mit Studierenden aus dem Heimatland (vgl. Abbildung 16). Die Zufriedenheit stieg hier seit 2009 um neun Prozentpunkte, von 76 % auf 85 %. Die Zufriedenheit mit den Einschreibeverfahren an den Hochschulen verbesserte sich in diesem Zeitraum ebenfalls deutlich um fünf Prozentpunkte. Das ist wichtig, da Probleme bei der Einschreibung zu großer Frustration und Verwirrung bei ankommenden Studierenden führen können, wie folgende Kommentare verdeutlichen:

¹³ Präsentation oder Einführungsrede eines höherrangigen Mitglieds der Hochschule.

„Der Prozess der Zulassung und der Erhalt einer Aufenthaltsgenehmigung waren sehr viel komplizierter, als ich mir vorgestellt hatte ... Es hat ein Jahr gedauert, bis alles geklärt war und ich mich formal einschreiben konnte, obwohl man mir vermittelt hatte, dass es sofort funktionieren würde.“

„Ich konnte mich nicht per Post, sondern nur persönlich immatrikulieren. Ein Problem war dann, dass ich nach meiner Immatrikulation noch einmal drei Wochen warten musste, bis ich meinen Semesterausweis erhielt.“

Da sich Deutschland in diesen Bereichen insgesamt verbessert hat, ist anzunehmen, dass solche Negativbeispiele nur relativ selten vorkommen. Es überwiegen positive Anmerkungen, die häufig eine umfangreiche und sorgfältige Betreuung durch die Hochschule betonen:

„Ich bin meinem Tutor, der mir von der Universität zugeteilt wurde, extrem dankbar. Er hat mich am Bahnhof abgeholt und half mir bei der Suche nach einer Unterkunft, beim Einrichten eines Bankkontos und bei der Anmeldung bei der Ausländerbehörde. Er unterstützte mich auch dabei, mich im neuen Umfeld zurechtzufinden.“

Die Unterstützung bei der Suche nach einer Unterkunft wurde bereits als Schwachpunkt deutscher Hochschulen identifiziert. Doch hat sich die Zufriedenheit in diesem Bereich von 68 % in 2009 auf 72 % in 2010 und 2011 gesteigert (vgl. Abbildung 17). Diese positive Entwicklung sollte weiter ausgebaut werden, um die oberen 70-%-Werte – und somit den europäischen ISB-Durchschnitt – zu erreichen.

Auf einen wichtigen Punkt soll noch hingewiesen werden: Seit 2009 verschlechterte sich die Zufriedenheit mit dem Internetzugang zum Zeitpunkt der Ankunft. Der Internetzugang ist jedoch ein wichtiger Faktor, da er für die heutige Studierendengeneration als „Tor zur Kommunikation mit der Welt“ eine große Bedeutung hat. Hier sollten die Hochschulen unbedingt Verbesserungen erreichen.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN STUDIERENDEN AUS EU- UND NICHT-EU-STAATEN

Der Abschnitt „Ankunftsphase“ ist auch hinsichtlich der unterschiedlichen Erfahrungen von Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten interessant (vgl. Abbildung 18). Oberflächlich betrachtet ist das Gesamtergebnis der Zufriedenheit bei beiden Gruppen gleich. Im Detail lassen sich jedoch deutliche Unterschiede erkennen.

ABBILDUNG 18: ZUFRIEDENHEIT MIT DER ANKUNFT – STUDIERENDE AUS EU- UND NICHT-EU-STAATEN

	Deutschland (n = 3.530)	Studierende aus EU-Staaten (n = 966)	Studierende aus Nicht-EU-Staaten (n = 2.564)
Gesamtwert Ankunft¹⁴	81 %	81 %	81 %
Einzelne Aspekte			
Einschreibung	85 %	82 %	86 %
Offizielle Begrüßung	89 %	90 %	88 %
Erste Nacht nach der Ankunft	77 %	82 %	75 %
Orientierungsangebote	83 %	81 %	84 %
Internetzugang	79 %	77 %	79 %
Orientierung im lokalen Umfeld	84 %	87 %	82 %
Zimmervermittlung/Studentenwerk	72 %	69 %	73 %
Zustand der Unterkunft	74 %	75 %	74 %
Willkommensservice	70 %	74 %	70 %
Einrichten eines Bankkontos	79 %	81 %	78 %
Kontakt mit anderen internationalen Studierenden	89 %	91 %	88 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Gastland	75 %	81 %	73 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Heimatland	85 %	83 %	86 %
Austausch mit den wissenschaftlichen Mitarbeitern	86 %	86 %	85 %
Organisierte soziale Aktivitäten	83 %	87 %	82 %
Verständnis für den (inhaltlichen und organisatorischen) Studienverlauf	76 %	73 %	77 %
Studierendensekretariat	88 %	87 %	89 %

Quelle: IGI Services 2012

¹⁴ Der „Gesamtwert Ankunft“ spiegelt die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Erfahrung bei der Ankunft insgesamt?“

Insbesondere die Zufriedenheit mit der Orientierung im sozialen Umfeld war für ankommende Studierende aus Nicht-EU-Staaten etwa fünf bis sieben Prozentpunkte geringer als bei Studierenden aus EU-Ländern (82 % vs. 87 % und 75 % vs. 82 %). Bei der Orientierung vor Ort ergibt sich ein ähnliches Bild: Die Zufriedenheit bei Studierenden aus EU-Staaten lag hier bei 87 %, bei Studierenden aus Nicht-EU-Staaten bei 82 %. Im Unterschied dazu waren die Erfahrungen mit der Unterstützung bei der Wohnungssuche für Studierende aus Nicht-EU-Staaten positiver (73 %) als für Studierende aus der EU (69 %). Ebenso war das Einschreibeverfahren für Studierende aus Nicht-EU-Staaten zufriedenstellender (86 %) als für Studierende aus EU-Staaten (82 %).

Aus Kapitel 2 ging bereits hervor, dass viele internationale Studieninteressierte bei der Studienortwahl Deutschland anderen Ländern vorziehen würden. Die Gründe liegen häufig darin, dass internationale Studierende den Aspekten Sicherheit und Kosten eine große Bedeutung beimessen. In Kapitel 3 wurden die Stärken und Schwächen Deutschlands in der Ankunftsphase der Studierenden an ihrer Hochschule herausgearbeitet. In Kapitel 4 werden nun erneut ISB-Daten genutzt, um einzuschätzen, wie internationale Studierende ihre Studienzeit und ihre Lernerfahrungen in Deutschland bewerten.

Betrachtet man die Ergebnisse im Bereich Studieren/Lernen, erreichen einige Aspekte an deutschen Hochschulen besonders positive Werte; vor allem jene Aspekte, die mit der Qualität der Lehre bzw. des Unterrichts in den Studiengängen zusammenhängen, liegen meist über dem internationalen ISB-Durchschnitt. Angesichts der Prioritäten, die Studierende bei einem Auslandsstudium setzen (vgl. Kap. 2 und 3), ist das positiv für Deutschland, das an den Hochschulen eine qualitativ hochwertige und marktfähige Bildung anbietet. Dagegen schneiden Aspekte, die mit der Benotung und dem Feedback zu den Studienleistungen zusammenhängen, im internationalen Vergleich eher unterdurchschnittlich ab.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- Bei der Auswahl eines Studienlandes spielen Reputation und Qualität für die Studierenden eine immense Rolle: Die Reputation einer Hochschule und des Bildungssystems sowie die Qualität der Lehre fanden 2011 über 90 % der internationalen Studierenden wichtig.
- Diese Prioritäten der Studierenden sind im Großen und Ganzen gute Neuigkeiten für Deutschland. Denn die Qualität der Lehrveranstaltungen und der Studieninhalte sowie der Fachkompetenz der Dozenten an deutschen Hochschulen erreichten allesamt hohe Zufriedenheitswerte.
- Überdies verbesserten sich seit 2009 mehrere Aspekte im Bereich Karriere, wie zum Beispiel die Einschätzung der Beschäftigungsfähigkeit und der Karriereberatung durch wissenschaftliches Personal. Dieses Ergebnis steht in Einklang mit der gestiegenen Bedeutung, die Studierende diesen Aspekten einräumen.

>>

- Es zeigte sich, dass Studierende aus Nicht-EU-Staaten mit den Benotungskriterien und der Organisation des Studiengangs zufriedener waren als Studierende aus EU-Staaten – ungeachtet dessen, dass Studierende aus EU-Staaten manche Unterschiede vielleicht eher tolerieren können oder diese Aspekte mehr Ähnlichkeiten zum Bildungssystem ihres Heimatlandes aufweisen.
- Internationale Studierende mit Graduationsabsicht waren mit der Benotung und Bewertung sowie mit dem Feedback zu den Studienleistungen weniger zufrieden als Austauschstudierende.

EINFLUSSFAKTOREN BEI DER STUDIENORTWAHL

ABBILDUNG 19: EINFLUSSFAKTOREN BEI DER STUDIENORTWAHL – VERÄNDERUNGEN ZWISCHEN 2009 UND 2011

„Wie wichtig waren Ihnen folgende Faktoren bei Ihrer Studienortwahl?“

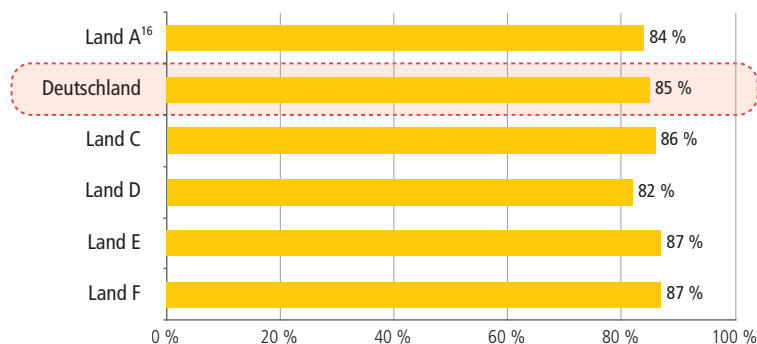
	2009 (n = 2.721)	2010 (n = 3.436)	2011 (n = 3.764)	2009 vs. 2011
Spezieller Studiengang	70 %	81 %	81 %	11 %
Reputation des Dozenten	54 %	60 %	59 %	5 %
Reputation der Hochschule	88 %	90 %	91 %	3 %
Reputation des Hochschulabschlusses	89 %	89 %	90 %	1 %
Reputation des Bildungssystems		90 %	90 %	0 %
Reputation des Fachbereichs/der Fakultät	86 %	85 %	86 %	0 %
Qualität der Forschung	88 %	87 %	88 %	0 %
Qualität der Lehre	97 %	95 %	96 %	-1 %
Soziale Atmosphäre	63 %	59 %	59 %	-5 %

Quelle: IGI Services 2012

Abbildung 19 zeigt, wie sich die Bedeutung von Entscheidungsfaktoren bei der Studienortwahl zwischen 2009 und 2011 verändert hat. Am wichtigsten war für die internationalen Studierenden 2011 die Qualität der Lehre (96 %), gefolgt von der Reputation der Hochschule (91 %) sowie der Reputation des Bildungssystems und der Abschlüsse (jeweils 90 %). Deutlich wird, dass die stärksten Veränderungen der Einflussfaktoren bei der Studienortwahl seit 2009 mit der Wahl spezieller Studiengänge in Beziehung stehen. Dies könnte auf eine Verbindung zur gestiegenen Anzahl englischsprachiger Studiengänge für internationale Studierende in Deutschland hinweisen. Ferner zeigt sich eine große Bedeutung von Reputation und

Qualität bei der Entscheidungsfindung, da die Reputation der Dozenten, der Hochschule und des Bildungssystems seit 2009 entweder wichtiger geworden ist oder auf einem hohen Niveau wichtig blieb. Interessant erscheint außerdem die geringere Bedeutung der sozialen Atmosphäre für die Studienortwahl – möglicherweise ein Indiz für einen ernsthafteren und stärker aufs Studium fokussierten Studierendentypus.

ABBILDUNG 20: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIERN/LERNEN¹⁵ – DEUTSCHLAND IM EUROPÄISCHEN VERGLEICH (IN PROZENT)



Quelle: IGI Services 2012

Deutschland schneidet im Bereich Studieren/Lernen mit einer durchschnittlichen Zufriedenheit von 85 % im Vergleich zu seinen konkurrierenden Nachbarländern recht gut ab (vgl. Abbildung 20). Deutschlands prozentuales Resultat liegt zwischen dem besten Ergebnis von 87 % und dem schlechtesten von 82 %. Das unterstützt die Auffassung, dass sich Deutschland in puncto Bildungszufriedenheit der Studierenden mindestens auf dem Niveau vieler seiner Nachbarländer befindet.

Darüber hinaus erreicht Deutschland gute Ergebnisse in vielen Einzelaspekten im Bereich Studieren/Lernen (vgl. Abbildung 21). Besonders gut sind die Ergebnisse bei Aspekten, die für Studieninteressierte bei der Studienortwahl entscheidend sind: bei der Reputation und Qualität von Dozenten, Studiengängen und Hochschulen.

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND IM ISB-VERGLEICH GUT ABSCHNEIDET

Es ist wohl unbestritten, dass die Bereiche, in denen Deutschland hervorragende Ergebnisse erzielen konnte, zu den wichtigsten der ISB-Studie

¹⁵ Die Zufriedenheit gibt den durchschnittlichen Wert der Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs Studieren/Lernen wieder.

¹⁶ Die Länder sind hier anonymisiert aufgeführt. Es handelt sich um europäische Länder, die ebenfalls am ISB teilgenommen haben.

gehören. Bei der Qualität der Vorlesungen und Seminare hat Deutschland mit einer Zufriedenheitsrate von knapp 88 % gut abgeschnitten: Es lag somit 2,2 % über dem weltweiten und 3,2 % über dem europäischen ISB-Durchschnitt. Damit übereinstimmend lagen die Werte für die Zufriedenheit mit den Studieninhalten und den didaktischen Kompetenzen der Dozenten über den weltweiten und den europäischen Vergleichswerten (zwischen 1,7 und 3,5 % höhere Zufriedenheit).

Abbildung 21 veranschaulicht die eben genannten und weitere Faktoren im Bereich Studieren/Lernen, bei denen Deutschland im Vergleich bessere oder ähnliche Ergebnisse erzielte.

ABBILDUNG 21: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIEREN/LERNEN – DEUTSCHLANDS STÄRKEN IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

	ISB Deutschland (n = 17.732)	ISB weltweit (n = 209.422)	ISB Europa (n = 44.532)	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit dem Studieren/Lernen ¹⁷	81,1 %	82,8 %	81,3 %	-1,7 %	-0,3 %
Gesamtwert Studieren/Lernen ¹⁷	85,4 %	84,8 %	84,9 %	0,6 %	0,5 %
Möglichkeiten zum Sammeln von Arbeitserfahrung	70,5 %	65,0 %	61,1 %	5,5 %	9,4 %
Niveau der Forschung	85,5 %	83,0 %	82,3 %	2,5 %	3,2 %
EDV-Ausstattung	87,2 %	84,8 %	83,9 %	2,3 %	3,3 %
Qualität der Lehrveranstaltungen	87,9 %	85,7 %	84,7 %	2,2 %	3,2 %
Didaktische Kompetenzen der Dozenten	86,2 %	84,2 %	82,7 %	2,1 %	3,5 %
Studieninhalte	88,3 %	86,6 %	85,2 %	1,7 %	3,1 %
Multikulturalität	88,5 %	88,0 %	90,3 %	0,5 %	-1,8 %
Beschäftigungsfähigkeit	73,1 %	74,5 %	71,0 %	-1,4 %	2,1 %

Quelle: IGI Services 2012

Die Möglichkeiten zum Sammeln von Arbeitserfahrung während des Studiums werden für internationale Studierende zunehmend wichtig, da die meisten Arbeitgeber internationale Arbeitserfahrungen inzwischen als unverzichtbares Element der Ausbildungsbiografie betrachten. Mit einer Zufriedenheitsrate, die fast 10 % über dem europäischen Durchschnitt liegt,

¹⁷ Die „Zufriedenheit mit dem Studieren/Lernen“ gibt den durchschnittlichen Wert der Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs „Studieren/Lernen“ wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Studieren/Lernen“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Lernerfahrung insgesamt?“

ist Deutschland in diesem Punkt schon sehr erfolgreich. Internationale Studierende fühlen sich in Deutschland offenbar in der Lage, neben dem Studium Arbeitserfahrungen durch Praktika oder Nebenjobs zu sammeln. Wenig überraschend erreichten Fachhochschulen im ISB 2011 bei diesem Aspekt mit 75 % eine höhere Zufriedenheitsrate als forschungsorientierte Universitäten mit 69 %. Im Kontrast zur Zufriedenheit mit möglichen Arbeitserfahrungen lag die Einschätzung der Beschäftigungsfähigkeit (also der Vermittlung notwendiger Fähigkeiten für eine erfolgreiche Erwerbsbiografie) leicht unter dem internationalen Durchschnitt, wenn auch etwas über dem europäischen Durchschnitt. Die Beschäftigungsfähigkeit ist aber angesichts der gegenwärtigen Wirtschaftslage ebenfalls ein wichtiges Kriterium für die Gesamtzufriedenheit der (internationalen) Studierenden mit ihrer Studienerfahrung und für ihre Bereitschaft, den Studienort weiterzuempfehlen.

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND IM ISB-VERGLEICH SCHLECHT ABSCHNEIDET

ABBILDUNG 22: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIERN/LERNEN (IN PROZENT) – DEUTSCHLANDS SCHWÄCHEN IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

	ISB Deutschland (n = 17.732)	ISB weltweit (n = 209.422)	ISB Europa (n = 44.532)	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit dem Studieren/Lernen ¹⁸	81,1 %	82,8 %	81,3 %	-1,7 %	-0,3 %
Gesamtwert Studieren/Lernen ¹⁸	85,4 %	84,8 %	84,9 %	0,6 %	0,5 %
Lernunterstützung	81,3 %	86,0 %	85,2 %	-4,7 %	-3,9 %
Feedback zur Leistung	79,0 %	80,5 %	77,1 %	-1,5 %	1,9 %
Benotungskriterien	74,9 %	79,3 %	76,4 %	-4,5 %	-1,6 %
Organisation des Studiengangs	73,9 %	81,5 %	77,7 %	-7,6 %	-3,8 %
Leistungsbewertung	83,4 %	84,2 %	83,9 %	-0,9 %	-0,5 %

Quelle: IGI Services 2012

Neben den vielen positiven Ergebnissen im Bereich Studieren/Lernen gibt es auch einige Aspekte, die deutsche Hochschulen stärker beachten bzw. verbessern sollten (vgl. Abbildung 22). Diese Aspekte betreffen zum Beispiel Angebote zur Lernunterstützung und die Art der Leistungsbewertung. Der

¹⁸ Die „Zufriedenheit mit dem Studieren/Lernen“ gibt den durchschnittlichen Wert der Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs Studieren/Lernen wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Studieren/Lernen“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Lernerfahrung insgesamt?“

entscheidende Punkt ist, dass sich Studierende klare Bewertungsmethoden mit einem transparenten Feedbacksystem wünschen. Dadurch haben sie die Möglichkeit, ihre Fehler zu erkennen und ihr Wissen so weiterzuentwickeln, dass sie ihre Ergebnisse verbessern können.

Weltweit gibt es verschiedene Systeme und vielfältige Methoden der Bewertung und der Rückmeldung zu Studienleistungen. Die Zufriedenheit der Studierenden ist bei diesen Aspekten in jenen Ländern am höchsten, in denen den Studierenden beim Feedback gründliche und detaillierte Informationen gegeben werden und eine klare Vorgehensweise bei Prüfungen existiert oder in denen zumindest ein System etabliert wurde, das möglichst transparent und gut dokumentiert ist. Einige internationale Studierende verwiesen im Bereich Studieren/Lernen auf verwirrende Punkte, andere betonten ihre allgemeine Zufriedenheit:

„... [die Lehrenden] schienen sich nicht wirklich etwas aus der Studienbewertung zu machen und liebten Überraschungen bei Prüfungen ...“

„Das Niveau der Prüfungen folgte keinem ausgeglichenen Standard. Zwei Examen für ein ähnliches Thema im gleichen Semester konnten sich in ihrem Schwierigkeitsniveau stark voneinander unterscheiden. So überraschend waren Prüfungen: Entweder gab es ein Stück Kuchen oder man musste eine harte Nuss knacken.“

„Im Allgemeinen ist die Studienerfahrung gut, insbesondere die Inhalte des Studiengangs. Die Prüfungsanforderungen verlangen von den Studierenden allerdings, dass sie sehr viel lernen.“

ERFAHRUNGSBERICHT

DARIA KULEMETYEVA, GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT GÖTTINGEN

„Die Georg-August-Universität Göttingen hat an der Befragung International Student Barometer (ISB) von Anfang an teilgenommen und es ist wunderbar zu sehen, dass die Anzahl der teilnehmenden Studierenden ebenso wie die Zufriedenheitsraten stetig ansteigen.“

Nach der Evaluation der Ergebnisse der ersten Befragung 2009 haben wir Arbeitsgruppen eingerichtet, in denen konkrete Maßnahmen erarbeitet werden, um einzelne Faktoren zu verbessern. Manche Dinge können wir nicht verändern, aber wir wählen jedes Jahr ein oder zwei Faktoren aus, die wir verbessern möchten – und dann arbeiten wir daran.

Viele dieser Aspekte können wir im Rahmen der Internationalisierungsstrategie unserer Universität in Angriff nehmen. So bieten wir Lehrenden und Professoren zum Beispiel eine Reihe von Workshops zur Kompetenzentwicklung an, damit sie wissenschaftliche Diskussionen und Lehrveranstaltungen auf Englisch abhalten können. Wir glauben jedoch, dass es

nicht nur um die Sprache geht, sondern auch darum, interkulturelle Kompetenzen aufzubauen. Entsprechende Module sind nun Bestandteil unserer Hochschuldidaktik.

Ein anderer Aspekt, an dem wir gerade arbeiten, ist die Frage, wie wir unsere internationalen Studierenden über die sozialen Medien erreichen können. Es gibt bereits Gruppen für unsere Alumni auf LinkedIn und XING. Nun haben wir damit begonnen, Video-Testimonials unserer internationalen Studierenden auf die Hochschulwebsite zu stellen, und wir haben eine Facebookseite für unsere internationalen Studierenden eingerichtet, die inzwischen über 1.000 ‚Followers‘ hat!“

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN STUDIERENDEN AUS EU- UND NICHT-EU-STAATEN

Wie in den bisherigen Kapiteln bereits deutlich wurde, sind Unterschiede in der Zufriedenheit zwischen Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten festzustellen. Dies gilt auch für den Bereich Studieren/Lernen, mit dem beide Gruppen im Durchschnitt grundsätzlich zufrieden waren: Die allgemeine Zufriedenheit der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten lag bei 85 % und somit nur zwei Prozentpunkte unter der allgemeinen Zufriedenheit der Studierenden aus EU-Staaten (vgl. Abbildung 23). Obwohl die Unterschiede zwischen den Gruppen meist nur ein paar Prozentpunkte betragen, sollen sie dennoch benannt werden. Mit dem Feedback zu den Studienleistungen waren Studierende aus Nicht-EU-Staaten (vielleicht überraschenderweise) zufriedener (80 %) als Studierende aus EU-Staaten (76 %). In diesem Zusammenhang waren Studierende aus Nicht-EU-Staaten auch mit den Benotungskriterien zufriedener (76 %) als Studierende aus EU-Staaten (72 %). Diese Ergebnisse widersprechen der bisherigen Annahme, dass Studierende aus Nicht-EU-Staaten, die in Deutschland studieren, schwerwiegende Probleme haben, mit einem ungewohnten System der Benotung und Leistungsbewertung zurechtzukommen.

**ABBILDUNG 23: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIEREN/LERNEN (IN PROZENT) –
STUDIERENDE AUS EU- UND NICHT-EU-STAATEN**

	Deutschland (n = 14.533)	Studierende aus EU-Staaten (n = 4.398)	Studierende aus Nicht-EU-Staaten (n = 10.135)
Gesamtwert Studieren/Lernen¹⁹	85 %	87 %	85 %
Aspekte des Studierens/Lernens			
Benotungskriterien	75 %	72 %	76 %
Leistungsbewertung	83 %	83 %	83 %
Studieninhalte	88 %	88 %	88 %
Fachkompetenz der Dozenten	92 %	93 %	92 %
Beschäftigungsfähigkeit	73 %	77 %	72 %
Didaktische Kompetenzen der Dozenten	86 %	87 %	86 %
Lernunterstützung	81 %	82 %	81 %
Räumliche Gegebenheiten	82 %	79 %	83 %
Sprachunterstützung	76 %	79 %	74 %
Organisation des Studiengangs	74 %	73 %	74 %
Feedback zur Leistung	79 %	76 %	80 %
Qualität der Lehrveranstaltungen	88 %	90 %	87 %
Möglichkeiten zum Sammeln von Arbeitserfahrungen	71 %	75 %	69 %

Quelle: IGI Services 2012

Entgegengesetzte Ergebnisse waren bei Aspekten festzustellen, die mit der Qualität der Bildungserfahrung in Deutschland zu tun haben. Studierende aus Nicht-EU-Staaten waren mit der Qualität der Lehrveranstaltungen weniger zufrieden (87 %) als Studierende aus EU-Staaten (90 %). Mit der Fachkompetenz und den didaktischen Kompetenzen der Dozenten waren Studierende aus Nicht-EU-Staaten etwas weniger zufrieden als Studierende aus EU-Staaten, allerdings lagen die Unterschiede bei jeweils nur einem Prozentpunkt. Dies könnte mit den höheren Erwartungen von Studierenden aus Nicht-EU-Staaten zusammenhängen. Studierende aus der EU wissen möglicherweise eher, was sie von deutschen Hochschulen erwarten können.

¹⁹ Der „Gesamtwert Studieren/Lernen“ spiegelt die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit den Erfahrungen bei der Ankunft insgesamt?“

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN STUDIERENDEN MIT GRADUIERUNGSABSICHT UND AUSTAUSCHSTUDIERENDEN

Unterschiede zeigten sich auch zwischen Studierenden, die einen Abschluss an einer deutschen Hochschule anstreben, und Austauschstudierenden, die nur für eine kurze Zeit nach Deutschland kommen (beispielsweise über das ERASMUS-Programm).

**ABBILDUNG 24: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIERN/LERNEN (IN PROZENT) –
STUDIERENDE MIT GRADUIERUNGSABSICHT UND AUSTAUSCHSTUDIERENDE**

	Deutschland	Studierende mit Graduierungs- absicht	Austausch- studierende
„Wie zufrieden waren Sie mit der Lernerfahrung insgesamt?“ (n = 14.533)	85 %	84 %	89 %
Aspekte des Studierens/Lernens			
Benotungskriterien	75 %	74 %	79 %
Leistungsbewertung	83 %	82 %	89 %
Karriereberatung	63 %	61 %	71 %
Studieninhalte	88 %	88 %	90 %
Fortschritte im Forschungsprojekt (nur Doktoranden)	83 %	83 %	86 %
Fachkompetenz der Dozenten	92 %	92 %	94 %
Beschäftigungsfähigkeit	73 %	71 %	81 %
Didaktische Kompetenzen der Dozenten	86 %	85 %	90 %
Lernunterstützung	81 %	81 %	84 %
Räumliche Gegebenheiten	82 %	81 %	87 %
Sprachunterstützung	76 %	72 %	88 %
Organisation des Studiengangs	74 %	71 %	82 %
Möglichkeiten zu unterrichten	66 %	67 %	56 %
Feedback zur Leistung	79 %	78 %	82 %
Qualität der Lehrveranstaltungen	88 %	87 %	91 %
Niveau der Forschung	86 %	85 %	87 %
Möglichkeiten zum Sammeln von Arbeitserfahrungen	71 %	70 %	73 %
Englischkompetenz des wissenschaftlichen Personals	84 %	83 %	88 %
Unterstützung beim Erwerb der deutschen Sprache	81 %	79 %	89 %

Abbildung 24 verdeutlicht einige wichtige Differenzen zwischen diesen beiden Gruppen. Deutlich wird, dass Austauschstudierende im Allgemeinen 5 % zufriedener sind als ihre Kommilitonen, die einen Abschluss an einer deutschen Hochschule anstreben. Hierfür gibt es zahlreiche Gründe, doch kann ein Blick auf die deutlichsten Differenzen einige wichtige Erkenntnisse bringen. Die Zufriedenheit mit den Benotungskriterien war bei Studierenden mit Graduationsabsicht 5 % geringer als bei Studierenden mit kurzer Aufenthaltsdauer. Ähnlich verhält es sich bei zwei weiteren Aspekten: Im Vergleich zu Austauschstudierenden waren Studierende mit Graduationsabsicht mit der Bewertung 7 % und mit dem Feedback zu den Studienleistungen 4 % weniger zufrieden.

Diese Erkenntnisse stehen ebenfalls im Gegensatz zur bereits erwähnten Vorstellung, dass internationale Studierende große Probleme haben, mit Methoden von Leistungsbewertung und -feedback umzugehen, die sie aus ihrer Heimathochschule nicht kennen. Dabei sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass sich Austauschstudierende in der Regel flexibler an die Methoden ihrer Gasthochschule anpassen, was zu etwas höheren Zufriedenheitswerten führt.

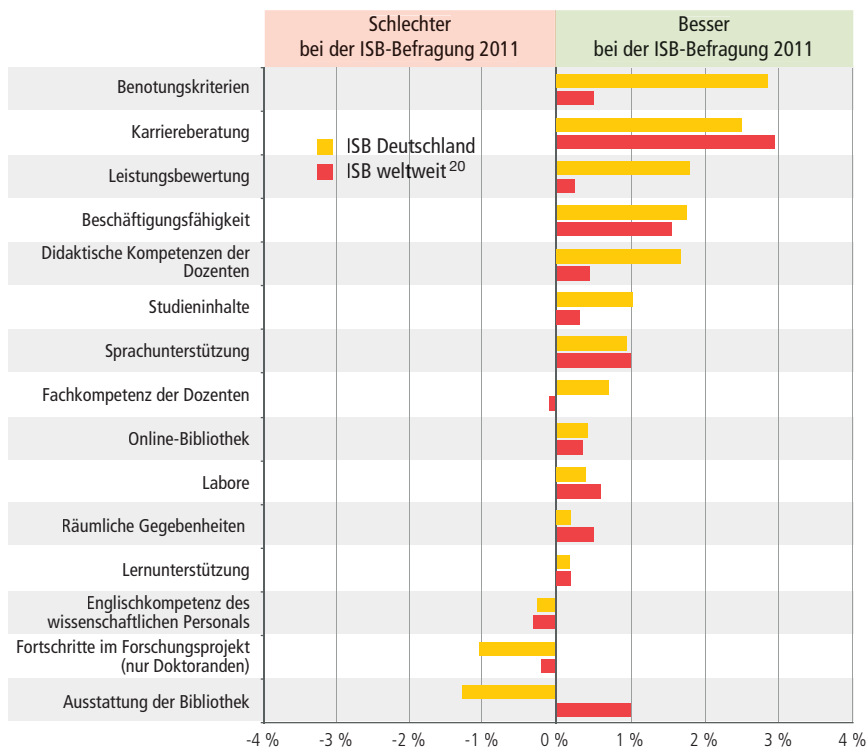
Aspekte wie Karriereberatung (10 % Unterschied), Beschäftigungsfähigkeit und Unterstützung beim Erwerb der deutschen Sprache (beide Male ebenfalls 10 % Unterschied) gehören häufig zum Studium an der Heimathochschule. Mit anderen Worten: Viele Austauschstudierende machen sich keine Gedanken über eine Karriereberatung an ihrer Gasthochschule, sondern verlassen sich eher auf entsprechende Unterstützungsangebote an der Hochschule ihres Heimatlandes. In ähnlicher Weise könnte argumentiert werden, dass viele Austauschstudierende vor allem aufgrund der kulturellen und sozialen Erfahrungen nach Deutschland kommen und sich dadurch weniger mit Prüfungen und Noten beschäftigen. Sie dürften auch weniger Druck verspüren, gute Ergebnisse zu erreichen, wenn sie die Möglichkeit haben, die Prüfungen an ihrer Heimathochschule zu wiederholen. Daraus könnte resultieren, dass Austauschstudierende tendenziell zufriedener mit der Benotung und dem Feedback zu ihren Leistungen sind.

VERÄNDERUNGEN IN DER ZUFRIEDENHEIT SEIT 2010

Neben einer Reihe von Ergebnissen, die sowohl Stärken als auch Schwächen aufdecken, ist für Deutschland im Vergleich zum Jahr 2010 im Bereich Studieren/Lernen eine positive Entwicklung festzustellen. Besonders auffällig ist die Verbesserung bei der Zufriedenheit mit den Benotungskriterien, die 2011 fast 3 % besser ausfiel. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass es sich hier um einen im internationalen Vergleich relativ schwachen Bereich handelt. Knapp dahinter verbesserte sich die Zufriedenheit mit der Karriereberatung um gut zwei Prozentpunkte. Für Hochschulen wäre es

sehr sinnvoll, diesen Bereich zu optimieren, da Studierende der Berufskarriere einen immer höheren Stellenwert beimessen. Für jedes Land und jede Hochschule ist die richtige Verknüpfung von Bildung und (internationaler) Arbeitswelt ganz entscheidend, da dieser Punkt für (internationale) Studierende besonders wichtig ist.

ABBILDUNG 25: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIERN/LERNEN – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH



Quelle: IGI Services 2012

Deutschland hat sich zwischen 2010 und 2011 bei fast allen Faktoren verbessert (vgl. Abbildung 25). Eine Verschlechterung zeigte sich nur bei der Zufriedenheit der Studierenden mit der Ausstattung der Bibliotheken und bei der Zufriedenheit der Doktoranden mit den bisherigen Fortschritten im Forschungsprojekt (jeweils etwa 1 %) und geringfügig mit der Englischkompetenz des wissenschaftlichen Personals. Außerdem hat sich minimal die Zufriedenheit mit der Fachkompetenz der Dozenten verschlechtert. Alle anderen Faktoren blieben gleich oder verbesserten sich (Verbesserungen

²⁰ Die weltweite ISB-Benchmark schließt nur Hochschulen ein, die an beiden Befragungswellen (2010 und 2011) teilgenommen haben.

zwischen 0 und fast 3 %). Dazu gehört vor allem auch der Aspekt der Notenvergabe, der im Vergleich zu beiden ISB-Benchmarks als Schwachpunkt Deutschlands gelten kann. Die beeindruckendsten Veränderungen beim weltweiten ISB zeigten sich in Bezug auf Faktoren, die zu den Bereichen Karriere und Arbeit gehören; deutliche Verbesserungen der Zufriedenheit waren sowohl bei der Beschäftigungsfähigkeit als auch bei der Karriereberatung der Hochschule festzustellen.

Es gibt noch eine weitere Möglichkeit, die steigende bzw. sinkende Zufriedenheit der internationalen Studierenden im Bereich Studieren/Lernen zu ermitteln. Die Ergebnisse der deutschen Hochschulen von 2010 und 2011 können mit den Resultaten der Hochschulen des weltweiten ISB im gleichen Zeitraum verglichen werden (vgl. Abbildung 25). Am auffälligsten ist, dass Deutschland seine besten Ergebnisse noch weiter stark verbessern konnte, insbesondere im Bereich der Benotungskriterien und der Zufriedenheit. Bei diesen beiden Aspekten konnten sich die deutschen Hochschulen im internationalen Vergleich überdurchschnittlich verbessern, auch wenn die Zufriedenheitsrate trotzdem noch unter den weltweiten ISB-Vergleichswerten liegt.

VERGLEICH ZU 2009

Wie bereits in der ISB-Befragung von 2009 zu erkennen war, gibt es bestimmte Aspekte im Bereich unterstützende Serviceleistungen der Hochschulen, die zu den Schwächen Deutschlands zählen und unter der weltweiten ISB-Benchmark liegen. Die Aspekte Lernunterstützung und Sprachunterstützung sind in dieser Hinsicht zwei Beispiele für einen positiven Wandel an deutschen Hochschulen. Die Ergebnisse haben sich hier zwischen 2009 und 2010 immens verbessert und blieben dann entweder konstant auf diesem höheren Niveau oder sie verbesserten sich noch weiter (vgl. Abbildung 26). Darüber hinaus gab es noch andere positive Veränderungen, speziell im Bereich Karriere. Die Zufriedenheit mit der Karriereberatung hat sich zunächst um fünf Prozentpunkte und dann um weitere drei Prozentpunkte verbessert. Auch die Einschätzung der Studierenden zur Beschäftigungsfähigkeit hat sich leicht verbessert. Beide Faktoren haben für (internationale) Studierende an Bedeutung gewonnen, höchstwahrscheinlich auch aufgrund der gegenwärtigen Wirtschaftslage in Europa, da viele junge Menschen derzeit darum kämpfen müssen, auf dem Arbeitsmarkt Fuß zu fassen.

**ABBILDUNG 26: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM STUDIERN/LERNEN – VERÄNDERUNGEN
ZWISCHEN 2009 UND 2011**

Aspekte des Studierens/Lernens	2009 (n = 9.693)	2010 (n = 13.298)	2011 (n = 14.533)	2009 vs. 2011
Sprachunterstützung	65 %	75 %	76 %	11 %
Lernunterstützung	73 %	81 %	81 %	8 %
Karriereberatung	55 %	60 %	63 %	8 %
Studieninhalte	83 %	87 %	88 %	5 %
Englischkompetenz des wissenschaftlichen Personals	79 %	84 %	84 %	5 %
Feedback zur Leistung	74 %	78 %	79 %	5 %
Didaktische Kompetenzen der Dozenten	81 %	85 %	86 %	5 %
Räumliche Gegebenheiten	78 %	82 %	82 %	4 %
Leistungsbewertung	80 %	82 %	83 %	3 %
Multikulturalität	86 %	89 %	89 %	3 %
Niveau der Forschung	83 %	84 %	86 %	3 %
Beschäftigungsfähigkeit	72 %	71 %	73 %	1 %
EDV-Ausstattung	86 %	87 %	87 %	1 %
Fachkompetenz der Dozenten	92 %	92 %	92 %	0 %
Möglichkeiten zu unterrichten	67 %	65 %	66 %	-1 %

Quelle: IGI Services 2012

Es gibt auch Aspekte, wie zum Beispiel die Fachkompetenz der Dozenten, die auf einem gleichmäßig hohen Zufriedenheitsniveau blieben. Verbesserungen zeigten sich auch im Bereich der Lehre (didaktische Kompetenzen der Dozenten, Studieninhalte), wo die bereits soliden Ergebnisse von 2009 noch weiter gesteigert werden konnten. Dies unterstützt die Annahme, dass Deutschland für sich in Anspruch nehmen kann, erstklassige Bildung anzubieten. Als traditionell schwach haben sich an deutschen Hochschulen die Bereiche Bewertung und Feedback zu den Studienleistungen herausgestellt, und auch die Verbindung zum Arbeitsmarkt ist offenbar noch nicht immer als Schlüsselfaktor der Hochschulbildung erkannt worden. Dennoch sind seit 2009 in beiden Bereichen schrittweise Verbesserungen festzustellen. Es gibt Hinweise darauf, dass die Verknüpfung mit der Arbeitswelt zunehmend als wesentlicher Bestandteil eines Hochschulabschlusses angesehen wird.

In diesem Kapitel geht es darum, wie internationale Studierende das Wohnen und Leben in Deutschland erfahren. Basierend auf einer Analyse der ISB-Daten von 2011, lässt sich ein klares Bild herausarbeiten, welche Bereiche internationale Studierende als angenehm, unkompliziert oder zufriedenstellend empfinden und welche für sie beschwerlich, kompliziert oder verwirrend sind. Zudem werden die Leistungen Deutschlands im Vergleich bewertet, unter Heranziehung der Daten des weltweiten und des europäischen ISB-Benchmarks.

Dabei zeigt sich, dass Deutschland im Abschnitt Wohnen/Leben in der ISB-Befragung recht gut abschneidet. Es gibt eine Vielzahl echter Stärken, die hervorzuheben sind, aber auch schwächere Bereiche, mit denen sich die Hochschulen beschäftigen sollten. Im Allgemeinen ist es für Deutschland wichtig, hier seine Stärken zu nutzen, um für Studieninteressierte als Studienort noch attraktiver zu werden. Deutschland ist ein sicheres Land mit relativ geringen Lebenshaltungskosten und einer guten sozialen Infrastruktur für Studierende. Durch eine Betonung dieser Bereiche im Hochschulmarketing könnte Deutschland noch mehr hochqualifizierte internationale Studierende für sein Hochschulsystem gewinnen.

Außerdem werden auch Ergebnisse des Kapitels 2 genutzt, indem auf der Basis des StudentPulse jene Bereiche reflektiert werden, die für internationale Studierende einen Auslandsaufenthalt attraktiv machen. So werden im Bereich Wohnen/Leben einige Aspekte näher betrachtet, die sich auf die Entscheidung für Deutschland als Studienland positiv auswirken.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- Die internationalen Studierenden bewerteten den Bereich Wohnen/Leben in Deutschland insgesamt in Bezug auf die Kosten als sehr gut: Ihre Zufriedenheit mit den Kosten für Lebenshaltung und Unterkunft in Deutschland lag über den europäischen und weltweiten Vergleichswerten.
- Im Hinblick auf das soziale Umfeld waren die internationalen Studierenden an deutschen Hochschulen im ISB-Vergleich zufriedener. Gute Ergebnisse erreichte Deutschland unter anderem bei der Chance, die Kultur des Gastlandes zu erleben, und bei den Kontaktmöglichkeiten mit deutschen Studierenden.
- Die Qualität der Hochschulgebäude und die Einrichtungen zur Ausübung der Religion waren zwei Bereiche, die im Vergleich mit den ISB-Benchmarks schlechter abschnitten.

- Austauschstudierende waren tendenziell mit vielen Bereichen zufriedener als Studierende mit Graduiierungsabsicht, insbesondere in Bezug auf soziale Aspekte.
- Internationale Studierende an Fachhochschulen waren generell mit dem sozialen Umfeld zufriedener als Studierende an Universitäten. Allerdings erreichten Universitäten bessere Zufriedenheitswerte bei der Frage, ob es sich beim Studienort um einen „angenehmen Ort“ handelt.

KOSTEN FÜR LEBENSHALTUNG UND UNTERKUNFT

Internationale Studierende sind mit den Lebenshaltungskosten in Deutschland im weltweiten und europäischen Vergleich sehr zufrieden; die Zufriedenheit mit den Lebenshaltungskosten lag etwa 20 % über dem Durchschnitt der ISB-Vergleichswerte. Dabei spielten die Kosten für die Unterkunft natürlich eine große Rolle. Auch die Zufriedenheit mit der Möglichkeit, während des Studiums Geld zu verdienen, lag deutlich über den beiden ISB-Benchmarks: 11,1 % über dem weltweiten und fast 18 % über dem europäischen Durchschnitt.

Werden die Lebenshaltungskosten und die Möglichkeiten zum Geldverdienen zusammen betrachtet, kann daraus der Schluss gezogen werden, dass Studierende während ihres Studiums in Deutschland wahrscheinlich – im Vergleich zu anderen Ländern – weniger Geld ausgeben müssen und gleichzeitig mehr Geld verdienen können. Diese Tatsache ist aus Sicht von internationalen Studierenden ein immenser Vorteil des Studienlandes Deutschland.

Ein weiteres Ergebnis war, dass die Studierenden nicht nur mit den Kosten für die Unterkunft zufrieden waren, sondern auch die Qualität der Unterkünfte beachtliche Zufriedenheitswerte von über 85 % erreichte, was über dem Durchschnitt der ISB-Benchmarks lag. Dennoch wurde in einigen Städten von wachsenden Problemen hinsichtlich der Verfügbarkeit von Wohnungen sowie von Hindernissen bei der Anmietung von Wohnungen berichtet.

ABBILDUNG 27: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN (IN PROZENT), BEWERTUNG DER KOSTEN FÜR LEBENSHALTUNG UND UNTERKUNFT – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

	ISB Deutschland (n = 17.732)	ISB weltweit (n = 209.422)	ISB Europa (n = 44.532)	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit dem Wohnen/Leben ²¹	79,7 %	77,3 %	77,5 %	2,4 %	2,2 %
Gesamtwert Wohnen/Leben ²¹	82,9 %	84,8 %	86,3 %	-1,9 %	-3,4 %
Lebenshaltungskosten	79,3 %	59,2 %	60,2 %	20,1 %	19,1 %
Wohnkosten	67,8 %	55,3 %	58,2 %	12,5 %	9,7 %
Möglichkeiten zum Geldverdienen während des Studiums	57,4 %	46,3 %	39,5 %	11,1 %	17,9 %
Qualität der Unterkunft	85,6 %	82,4 %	84,6 %	3,3 %	1,0 %
Finanzielle Unterstützung	52,2 %	60,3 %	56,4 %	-8,1 %	-4,2 %

Quelle: IGI Services 2012

„Die Lebenshaltungskosten und die Unterkunft waren das Beste, was ich je erlebt habe.“

„[Diese Stadt ist] nicht zu teuer und es gibt eine Menge Unterkünfte.“

„Großartige Universität, nette Stadt, freundliche Menschen ... ich hatte nur ein Problem mit der Unterkunft, es war schwierig, ein Zimmer zu finden.“

Die größte Frage, die sich aus den Ergebnissen zum Thema Kosten ergibt, lautet: Sind die guten Ergebnisse auf einen angemessenen Umgang mit den Erwartungen internationaler Studierender bzw. ein gelungenes Erwartungsmanagement der Hochschulen zurückzuführen? Oder liegt der Grund eher darin, dass internationale Studierende Deutschland zunächst teuer einschätzten und dann überrascht waren, als sich die Kosten für Lebenshaltung und Unterkunft als erschwinglich herausstellten? Nach den Ergebnissen von Kapitel 2 auf der Basis von StudentPulse-Daten glauben viele Studierende, dass die Kosten eines Studiums in Deutschland ähnlich hoch sind wie in Kanada, Australien und Frankreich. Demnach könnte es sein, dass die befragten Studierenden von den tatsächlichen Kosten für Studium, Lebenshaltung und Unterkunft positiv überrascht waren. Diesen

²¹ Die „Zufriedenheit mit dem Wohnen/Leben“ gibt die durchschnittliche Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs „Wohnen/Leben“ wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Wohnen/Leben“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Erfahrung in Bezug auf das Wohnen/Leben?“

Aspekt könnten die Hochschulen künftig bei Information und Marketing stärker in den Mittelpunkt rücken, um mehr internationale Studierende für ein Studium in Deutschland zu begeistern.

TIPPS ZU SOZIALEN MEDIEN

Auch im Bereich Wohnen/Leben können Hochschulen die sozialen Medien zur effektiven Kommunikation mit den internationalen Studieninteressierten nutzen. Die Mitarbeiter des International Office einer Hochschule wissen, dass ihnen immer wieder die gleichen Fragen gestellt werden und viele davon zunächst nicht sehr relevant erscheinen. Ein gutes Beispiel dafür ist eine Frage, die mindestens 20 Mal im Jahr an einer deutschen Hochschule gestellt wurde, nämlich wo man eine bestimmte Sorte von Reis einkaufen könne. Die Frage war weder schwer zu beantworten noch schien sie den Mitarbeitern des International Office von großer Bedeutung, doch war sie offensichtlich für einen Teil der internationalen Studierenden an dieser Hochschule wichtig. Im gleichen Jahr, in dem diese Hochschule damit anfang, Facebook als soziales Medium zu nutzen, passierte etwas Interessantes: Die Frage nach dem Reis wurde erneut gestellt, aber noch bevor die Mitarbeiter der Hochschule aktiv werden konnten, hatte schon ein anderer internationaler Student reagiert. Er beantwortete die Frage nicht nur sehr viel gründlicher, indem er mehrere Möglichkeiten nannte, wo der Reis gekauft werden kann, sondern er machte zusätzlich auch Preis- und Qualitätsangaben. Die Studierenden teilten ein Interesse, wurden daraufhin Facebook-Freunde und trafen sich später sogar persönlich. Eine soziale Beziehung war entstanden, die starken Einfluss auf viele Aspekte der Lebensqualität hat und vor allem für internationale Studierende während ihrer Studienzeit im Ausland sehr bedeutsam ist.

Hier zwei Tipps, wie Hochschulen in diesem Bereich soziale Medien nutzen können:

1. Relevante Informationen bereitstellen – weniger ist mehr: Studierende schätzen kurze, prägnante und relevante Informationen. Sie möchten lieber knapp über bevorstehende Veranstaltungen informiert und an wichtige Termine erinnert werden, als etliche ausführliche E-Mails zu erhalten. Die Informationen sollten mundgerecht aufbereitet sowie übersichtlich sein und auch nicht zu häufig verschickt werden. Ein Link auf eine klar gegliederte Seite mit präzisen, nützlichen Informationen wird in der Regel gegenüber langen Texten bevorzugt. Es ist wichtig, Informationen klug zu verteilen und der Tatsache gerecht zu werden, dass sie den Studierenden zugutekommen sollen – und somit der gesamten Hochschule. Gut informierte Studierende sind zufriedener Studierende.
2. Der Nutzung sozialer Medien ein Ziel geben: Eine Hochschule sollte sich darüber im Klaren sein, warum sie sich an den sozialen Medien beteiligt, und entsprechende Ziele definieren. Geht es darum, Veranstaltungen bekannt zu machen, oder darum, einen besseren Zugang zu Studierenden zu erhalten? Oder steht im Vordergrund, wichtige Informationen zu kommunizieren? Unabhängig vom konkreten Ziel sollte eine Hochschule wissen, was sie mit den sozialen Medien erreichen möchte, und sich realistische Ziele setzen, zum Beispiel: „Unser Ziel ist es, einmal pro Woche nützliche Informationen bereitzustellen“, oder: „Wir wollen mindestens zwei Fragen von Studierenden pro Tag beantworten.“

ERGEBNISSE ZUM SOZIALEN UMFELD

Der Abschnitt Wohnen/Leben in der ISB-Befragung kann auch unter sozialen Aspekten betrachtet werden. Wie bereits erwähnt wurde, hat Deutschland solide Bewertungen im Bereich Sicherheit erreicht, die Zufriedenheitswerte lagen hier im europäischen und weltweiten Vergleich im Spitzenfeld. In Kapitel 2 wurde deutlich, dass persönliche Sicherheit der bedeutendste Faktor für internationale Studieninteressierte bei der Studienortwahl ist. Die Kosten für Studium und Lebenshaltung standen nur an zweiter und dritter Stelle.

ABBILDUNG 28: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN (IN PROZENT), BEWERTUNG DES SOZIALEN UMFELDS – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

	ISB Deutschland (n = 17.732)	ISB weltweit (n = 209.422)	ISB Europa (n = 44.532)	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit dem Wohnen/Leben ²²	79,7 %	77,3 %	77,5 %	2,4 %	2,2 %
Gesamtwert Wohnen/Leben ²²	82,9 %	84,8 %	86,3 %	-1,9 %	-3,4 %
Persönliche Sicherheit	93,2 %	88,3 %	92,2 %	4,9 %	1,0 %
Sportanlagen	81,5 %	77,7 %	74,6 %	3,8 %	6,9 %
Organisierte soziale Aktivitäten	80,7 %	78,5 %	80,0 %	2,2 %	0,7 %
Soziale Einrichtungen	82,4 %	80,5 %	80,8 %	1,9 %	1,6 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Gastland	73,4 %	72,0 %	68,4 %	1,4 %	5,0 %
Erleben der Kultur des Gastlandes	87,5 %	82,6 %	84,4 %	4,9 %	3,1 %

Quelle: IGI Services 2012

Bei der Entscheidung für einen Studienort spielten für die befragten Studierenden nicht nur Sicherheit und Kosten eine wichtige Rolle, sondern auch das soziale Umfeld, das sich als entscheidender Einflussfaktor erwies. Auch in diesem Bereich hat Deutschland gut abgeschnitten. Insbesondere die Möglichkeiten für internationale Studierende, mit deutschen Studierenden in Kontakt zu kommen, erreichten im weltweiten und europäischen Vergleich höhere Zufriedenheitswerte. An vielen deutschen Hochschulen gibt es Buddy-Systeme und Clubs, die die Integration auf dem

²² Die „Zufriedenheit mit dem Wohnen/Leben“ gibt die durchschnittliche Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs „Wohnen/Leben“ wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Wohnen/Leben“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Erfahrung in Bezug auf das Wohnen/Leben?“

Campus fördern und die Studierenden dabei unterstützen, ihren Aufenthalt zu organisieren. Damit ist auch die Chance verknüpft, die Kultur des Gastlandes zu erleben. Auch hier lag der Zufriedenheitswert über beiden ISB-Vergleichswerten. Dieses Ergebnis ist sehr positiv, bedenkt man das Interesse Deutschlands, internationale Studierende zu unterstützen und dazu zu motivieren, länger im Land zu bleiben, um hier zu arbeiten oder zu studieren. Wenn internationale Studierende sich mit deutschen Studierenden anfreunden können und sich in die deutsche Kultur integriert fühlen, erhöht sich zweifelsohne die Wahrscheinlichkeit, dass sie in Deutschland arbeiten oder weiter studieren möchten.

Auch Sport ist für Studierende ein wichtiges Mittel, um sich zu integrieren und sozial einzuleben, während sie gleichzeitig gesund bleiben und zu ihrem Wohlbefinden beitragen können. Viele Studierende beginnen nach ihrer Ankunft mit einer neuen Sportart oder bringen spezifische Spielstile und Erfahrungsniveaus mit, die für andere internationale und für deutsche Studierende interessant sind. Deutschland erreichte bei der Qualität der Sportanlagen insgesamt gute Werte: Mit einer Zufriedenheitsrate von 81,5 % lagen die deutschen Hochschulen hier 3,8 % über dem weltweiten und beträchtliche 6,9 % über dem europäischen Vergleichswert.

ERFAHRUNGSBERICHT

BIRGIT HEILIG, UNIVERSITÄT MANNHEIM

„Bereits die Ergebnisse unserer ersten Teilnahme an der ISB-Studie im Bereich ‚soziale Aktivitäten‘ zeigten ein herausragendes Bild. Dennoch entschieden wir uns, hier weitere Anstrengungen zu unternehmen. In der letzten Befragungswelle erreichten wir daraufhin schließlich den Spitzenplatz in Deutschland sowie im internationalen ISB-Vergleich! Mein Eindruck ist, dass dies vor allem auch auf die Unterstützungsleistungen unserer Studierendenorganisation VISUM zurückzuführen ist. Sie bildet in einem ‚Buddy-System‘ jeweils Paare aus einem internationalen und einem Mannheimer Studierenden und organisiert fast jede Woche eine Veranstaltung. Der Mannheimer Buddy hilft seinem internationalen Studierenden dabei, sich in Deutschland und an der Universität einzuleben, unterstützt ihn aber auch bei anderen notwendigen Angelegenheiten vor und nach der Ankunft. Der Buddy kann Fragen beantworten, bei Problemen helfen, vielleicht die Abholung vom Bahnhof anbieten oder den internationalen Studierenden zu verschiedenen VISUM-Buddy-Events begleiten, die während des Semesters stattfinden. VISUM-Mitglieder wirken auch beim Willkommensempfang des International Office mit, der immer ein großer Erfolg ist. Obwohl die Mannheimer Studierenden für ihr Engagement nicht bezahlt werden und auch sonst keine Gegenleistung (z. B. in Form von Credits) hierfür erhalten, ist die Bereitschaft unter den Studierenden, diese

mitunter doch auch sehr zeitaufwändige Aufgabe freiwillig zu übernehmen, ungebrochen hoch. Denn sie sind überzeugt: Hier finden sie Freunde fürs Leben – von überall auf der Welt!“

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND UNTER DEM ISB-DURCHSCHNITT LIEGT

Neben diesen sehr überzeugenden Ergebnissen im Abschnitt Wohnen/Leben gibt es auch einige Bereiche, in denen Deutschland im weltweiten und europäischen Vergleich schlechter abschneidet. So erreichte die durchschnittliche Zufriedenheit der Studierenden bei der Wahrnehmung ihres Studienortes als „angenehmer Ort“ 89 % und blieb somit 1,5 % unter dem europäischen Durchschnitt. Diese Tatsache ist beachtenswert, auch wenn die durchschnittliche Zufriedenheit mit der Qualität der näheren Hochschulumgebung²³ leicht über den weltweiten und europäischen ISB-Vergleichswerten lag.

ABBILDUNG 29: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN (IN PROZENT) – DEUTSCHLANDS SCHWÄCHEN IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

	ISB Deutschland (n = 17.732)	ISB weltweit (n = 209.422)	ISB Europa (n = 44.532)	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit dem Wohnen/Leben ²⁴	79,7 %	77,3 %	77,5 %	2,4 %	2,2 %
Gesamtwert Wohnen/Leben ²⁴	82,9 %	84,8 %	86,3 %	-1,9 %	-3,4 %
„Angenehmer Ort“	89,0 %	87,7 %	90,5 %	1,3 %	-1,5 %
Campusumgebung	89,6 %	88,7 %	89,0 %	0,8 %	0,5 %
Einrichtungen zur Ausübung der Religion	75,3 %	79,7 %	76,9 %	-4,4 %	-1,6 %
Hochschulgebäude	78,9 %	85,7 %	85,4 %	-6,8 %	-6,5 %

Quelle: IGI Services 2012

²³ Zur Qualität der näheren Hochschulumgebung gehören in der ISB-Befragung: Landschaft, Wegeführung auf dem Campus, Müllentsorgung, Bäume, Parkmöglichkeiten für Fahrräder, Beschilderung.

²⁴ Die „Zufriedenheit mit dem Wohnen/Leben“ gibt die durchschnittliche Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs „Wohnen/Leben“ wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Wohnen/Leben“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit der Erfahrung in Bezug auf das Wohnen/Leben?“

Die Gründe für die schlechtere Bewertung als „angenehmer Ort“ bleiben unklar, doch könnten die Hochschulgebäude einen Hinweis liefern: Mit einer durchschnittlichen Zufriedenheitsrate von 78,9 % waren die internationalen Studierenden mit den Hochschulgebäuden in Deutschland deutlich unzufriedener als Studierende in anderen Ländern: Der Wert lag 6 bis 7 % unter dem europäischen und weltweiten ISB-Durchschnitt. Einige Kommentare von Studierenden verdeutlichen wichtige Punkte bei der Einschätzung der Gebäude auf dem Hochschulgelände:

„Das Innere der Gebäude weist einen guten Standard auf, aber beim Äußeren ist das anders. Auch die Qualität des Wassers sollte verbessert werden. Das Wasser war unsauber.“

„Die Gebäude und Einrichtungen sahen ein bisschen altmodisch und nicht sehr bedeutend aus, wenn man sie mit ähnlichen Eliteuniversitäten in anderen Ländern vergleicht.“

„Ich war überwältigt von der Schönheit der Stadt, der Universitätsgebäude und der allgemeinen Umgebung.“

Eine weitere Schwäche Deutschlands sind im weltweiten und europäischen Vergleich die Einrichtungen zur Ausübung der Religion (Raum der Stille, Gebetsraum etc.). Hier werden größere Unterschiede deutlich. Einige Hochschulen in Europa ergreifen proaktiv Maßnahmen, um den religiösen Bedürfnissen der Studierenden nachzukommen, während andere Hochschulen sich dafür entschieden haben, Religion und Bildung als komplett getrennte Bereiche anzusehen. Wie auch immer die Entscheidung jeder Hochschule ausfällt: Deutschland erreichte in diesem Punkt einen Zufriedenheitswert von 75,3 % (1,6 % unter dem europäischen und 4,4 % unter dem weltweiten ISB-Durchschnitt).

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN STUDIERENDEN MIT GRADUIERUNGSABSICHT UND AUSTAUSCHSTUDIERENDEN

Auch in diesem Kapitel ist es sinnvoll, internationale Studierende mit Graduiierungsabsicht und Austauschstudierende miteinander zu vergleichen. Hierfür gibt es mehrere Gründe: Den offenen Kommentaren bei der ISB-Befragung war zu entnehmen, dass unterschiedliche Systeme von Unterstützungsleistungen für diese Studierendengruppen angeboten werden. Bei Austauschstudierenden ist das Einschreibeverfahren standardisierter und sie werden auch häufiger dazu ermutigt, sich zu integrieren. Darum ist es hilfreich, den Abschnitt Wohnen/Leben auf mögliche Abweichungen in der Zufriedenheit zwischen den beiden Gruppen zu analysieren (vgl. Abbildung 30). Die zwei Bereiche Unterkunft und Soziales sollen im Folgenden detaillierter betrachtet werden.

ABBILDUNG 30: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN (IN PROZENT) – STUDIERENDE MIT GRADUIERUNGSABSICHT UND AUSTAUSCHSTUDIERENDE

	Deutschland	Studierende mit Graduierungs- absicht	Austausch- studierende
Gesamtwert Wohnen/Leben „Wie zufrieden waren Sie mit dem Wohnen/Leben?“ (n = 14.118)	83 %	81 %	88 %
Aspekte des Wohnens/Lebens			
Kosten für Unterkunft	68 %	66 %	74 %
Gute Kontaktmöglichkeiten	79 %	77 %	84 %
„Angenehmer Ort“	89 %	88 %	92 %
Erleben der Kultur des Gastlandes	88 %	87 %	91 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Gastland	73 %	73 %	75 %
Lebenshaltungskosten	79 %	79 %	81 %
Kontakt mit anderen internationalen Studierenden	89 %	89 %	92 %
Organisierte soziale Aktivitäten	81 %	79 %	88 %
Soziale Einrichtungen	82 %	81 %	87 %
Qualität der Unterkunft	86 %	86 %	85 %

Quelle: IGI Services 2012

Bei der Unterkunft zeigt sich eine eindeutige Differenz in puncto Zufriedenheit mit den Kosten. Fast drei Viertel (74 %) der Austauschstudierenden gaben an, mit den Kosten für ihre Unterkunft zufrieden zu sein, während Studierende mit Graduierungsabsicht deutlich unzufriedener waren (nur 66 %). Die Differenz von acht Prozentpunkten könnte damit erklärt werden, dass Austauschstudierende häufig finanzielle Unterstützung in Form von Fördergeldern erhalten, was möglicherweise die Belastung der Unterkunftskosten mindert. Hinsichtlich der Qualität der Unterkunft waren die Ergebnisse der beiden Gruppen fast gleich: Studierende mit Graduierungsabsicht waren zu 86 %, Austauschstudierende zu 85 % zufrieden. Dies unterstreicht, dass die Studierenden die Qualität der Unterkunft in den meisten Fällen mehr als akzeptabel finden, obwohl bei den Kosten leichte Differenzen zwischen den Gruppen festzustellen sind.

Im Hinblick auf soziale Aspekte gibt es einen erkennbaren Unterschied zwischen beiden Gruppen. Das mag für viele nicht überraschend sein, da ein kürzerer Aufenthalt in einem anderen Land meist intensiver erlebt wird. Internationale Austauschstudierende werden vermutlich versuchen, möglichst „das Beste“ aus dieser Zeit herauszuholen und viele Menschen unterschiedlicher Nationalitäten zu treffen. Allerdings zeigen sich auch deutliche Unterschiede in der Zufriedenheit mit der Hochschule: Die organisierten sozialen Aktivitäten an der Hochschule wurden von 88 % der Austauschstudierenden als zufriedenstellend empfunden, aber nur von 79 % der Studierenden, die einen Abschluss anstrebten. Mit den sozialen Einrichtungen waren 87 % der Austauschstudierenden zufrieden, während das nur auf 81 % der Studierenden mit Gradierungsabsicht zutraf. 84 % der Austauschstudierenden betrachteten die Zeit des Auslandsstudiums als gute Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen, aber nur 77 % der Studierenden, die einen Abschluss anstrebten. Sowohl bei der Möglichkeit, die Kultur des Gastlandes zu erleben, als auch bei der Chance, sich mit deutschen Studierenden anzufreunden, waren die Zufriedenheitswerte bei den Austauschstudierenden besser, wenn auch nur um wenige Prozent.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN UNIVERSITÄTEN UND FACHHOCHSCHULEN

Nun sollen noch die Gemeinsamkeiten und Differenzen in den Erfahrungen von internationalen Studierenden an Universitäten einerseits und Fachhochschulen andererseits betrachtet werden. Das vielleicht interessanteste Ergebnis ist, dass die Studierenden an beiden Hochschulformen auffallend ähnliche Bewertungen abgegeben haben: Studierende an Fachhochschulen waren 1 % zufriedener im gesamten Abschnitt Wohnen/Leben als Studierende an Universitäten. Abbildung 31 verdeutlicht die wichtigsten Differenzen der beiden Gruppen.

ABBILDUNG 31: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN (IN PROZENT) – STUDIERENDE AN UNIVERSITÄTEN UND AN FACHHOCHSCHULEN 2011

	Studierende an Universitäten (n = 11.210)	Studierende an Fachhochschulen (n = 2.759)
Gesamtwert Wohnen/Leben „Wie zufrieden waren Sie mit dem Wohnen/Leben?“	83 %	84 %
Aspekte des Wohnens/Lebens		
Qualität der Unterkunft	86 %	86 %
Wohnkosten	68 %	68 %
Lebenshaltungskosten	80 %	78 %
Persönliche Sicherheit	93 %	92 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Heimatland	86 %	86 %
Kontakt mit Studierenden aus dem Gastland	73 %	76 %
Kontakt mit anderen internationalen Studierenden	89 %	91 %
Erleben der Kultur des Gastlandes	87 %	88 %
Sportanlagen	83 %	77 %
Soziale Einrichtungen	83 %	82 %
Organisierte soziale Aktivitäten	81 %	81 %
Internetzugang	81 %	77 %
Gute Kontakte für die Zukunft	78 %	80 %
Einrichtungen zur Ausübung der Religion	76 %	74 %
„Angenehmer Ort“	90 %	86 %
Verkehrsanbindung	85 %	82 %
Finanzielle Unterstützung	53 %	49 %
Möglichkeiten zum Geldverdienen während des Studiums	57 %	57 %
Beratung in Visafragen	66 %	70 %
Umweltfreundliche Einstellung der Hochschule	89 %	91 %
Verkehrsverbindung zwischen Hochschuleinrichtungen	84 %	82 %
Hochschulgebäude	78 %	83 %
Campusumgebung	90 %	88 %

Die deutlichsten Unterschiede zeigen sich wohl im sozialen Bereich: Den Kontakt mit deutschen Studierenden fanden Studierende an Fachhochschulen um 3 % zufriedenstellender als Studierende an Universitäten. Studierende an Fachhochschulen waren auch mit den Möglichkeiten, die Kultur des Landes zu erleben (1 % mehr) und mit den Kontakten zu anderen internationalen Studierenden (2 % mehr) zufriedener als Studierende an Universitäten. Obwohl diese Unterschiede nur wenige Prozentpunkte betragen, ist es interessant, nach möglichen Gründen zu fragen. Ein Grund könnte sein, dass an vielen Fachhochschulen weniger internationale Studierende eingeschrieben sind als an Universitäten. Somit kann jedem einzelnen Studierenden mehr Aufmerksamkeit geschenkt werden, da die Relation von Hochschulmitarbeitern zu Studierenden günstiger oder weil die Kontaktaufnahme in kleinen Gruppen leichter ist. Überdies könnte es sein, dass Studierende an Universitäten bessere Serviceleistungen oder eine höhere Lebensqualität erwarten als Studierende an Fachhochschulen und daher möglicherweise schneller enttäuscht sind, obwohl die Serviceleistungen an beiden Hochschultypen sehr ähnlich sind.

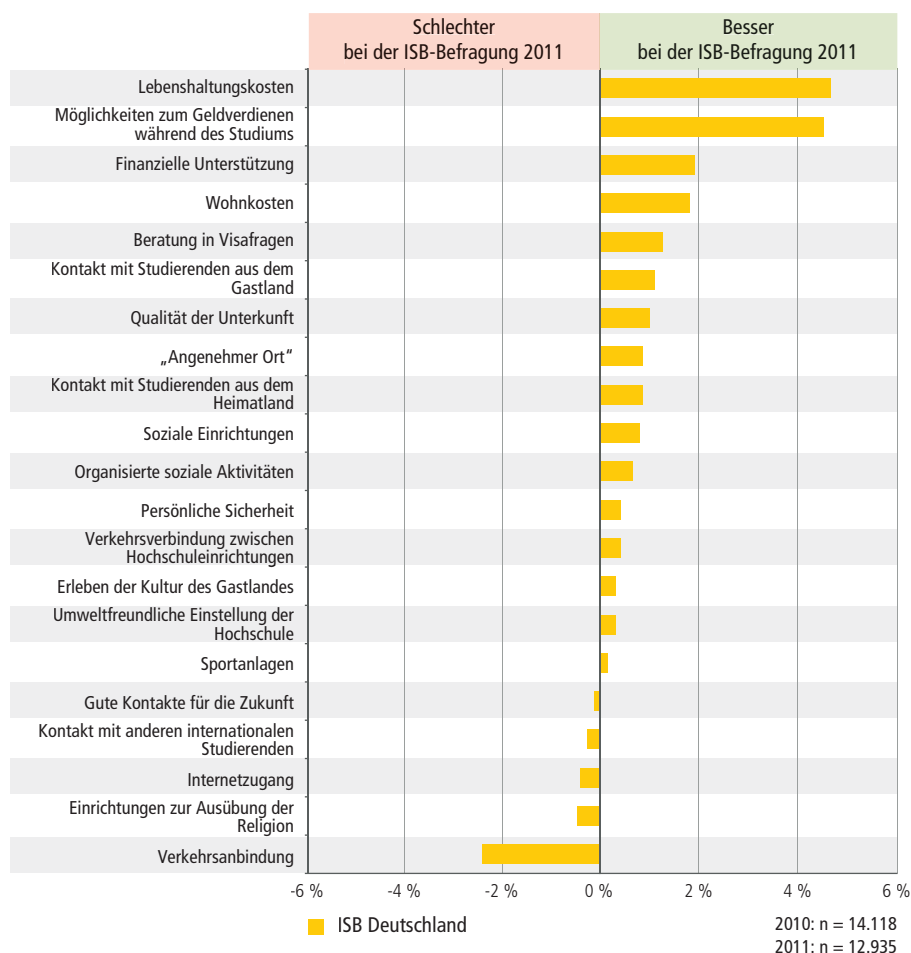
Trotz der etwas positiveren Einschätzung sozialer Aspekte vonseiten der Studierenden an Fachhochschulen waren Studierende an Universitäten interessanterweise mit einigen anderen Aspekten zufriedener, die man ebenfalls zum sozialen Bereich zählen kann. So gaben zum Beispiel 90 % der Studierenden an Universitäten an, den Studienort als „angenehmen Ort“ zu erleben, was nur auf 86 % der Studierenden an Fachhochschulen zutraf. Ebenfalls 90 % der Studierenden an Universitäten waren mit der Qualität der Campusumgebung zufrieden, 2 % mehr als Studierende an Fachhochschulen. Allerdings waren die Hochschulgebäude für Studierende an Fachhochschulen zufriedenstellender (83 %) als für Studierende an Universitäten (78 %). Einzelne Kommentare weisen darauf hin, dass Fachhochschulgebäude häufig neuer sind und Universitätsgebäude nicht nur älter, sondern manchmal auch recht heruntergekommen sind oder unter den Folgen von Vandalismus leiden. In Bezug auf die Unterkunft schneiden Universitäten und Fachhochschulen bei den Bewertungen der internationalen Studierenden gleich gut ab. Die Zufriedenheit mit der Qualität der Unterkunft lag bei 86 % und die mit den Kosten der Unterkunft bei 68 %.

VERGLEICH ZWISCHEN 2010 UND 2011

Insgesamt verlief die Entwicklung in Deutschland seit 2010 positiv, denn fast alle Bereiche in diesem Abschnitt der Befragung blieben auf einem konstanten Niveau oder verbesserten sich (vgl. Abbildung 32). Der größte positive Wandel ergab sich im Bereich der Kosten. Die Zufriedenheit mit den Lebenshaltungskosten wuchs um über 4 %, ebenso die Zufriedenheit mit der Möglichkeit, während des Studiums Geld zu verdienen. Zudem nahm die Zufriedenheit mit der finanziellen Unterstützung um knapp zwei

Prozentpunkte zu, einhergehend mit einer steigenden Zufriedenheit mit den Unterkunftskosten. Betrachtet man diese Ergebnisse zusammen, kann festgehalten werden, dass internationale Studierende im Jahr 2011 etwas zufriedener mit den Kosten eines Studiums in Deutschland waren als die Studierenden 2010. Dies ist wichtig angesichts des Einflusses, den die Kosten auf die Auswahl des Studienortes haben.

ABBILDUNG 32: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN IN DEUTSCHLAND (IN PROZENT) – VERÄNDERUNGEN ZWISCHEN 2010 UND 2011



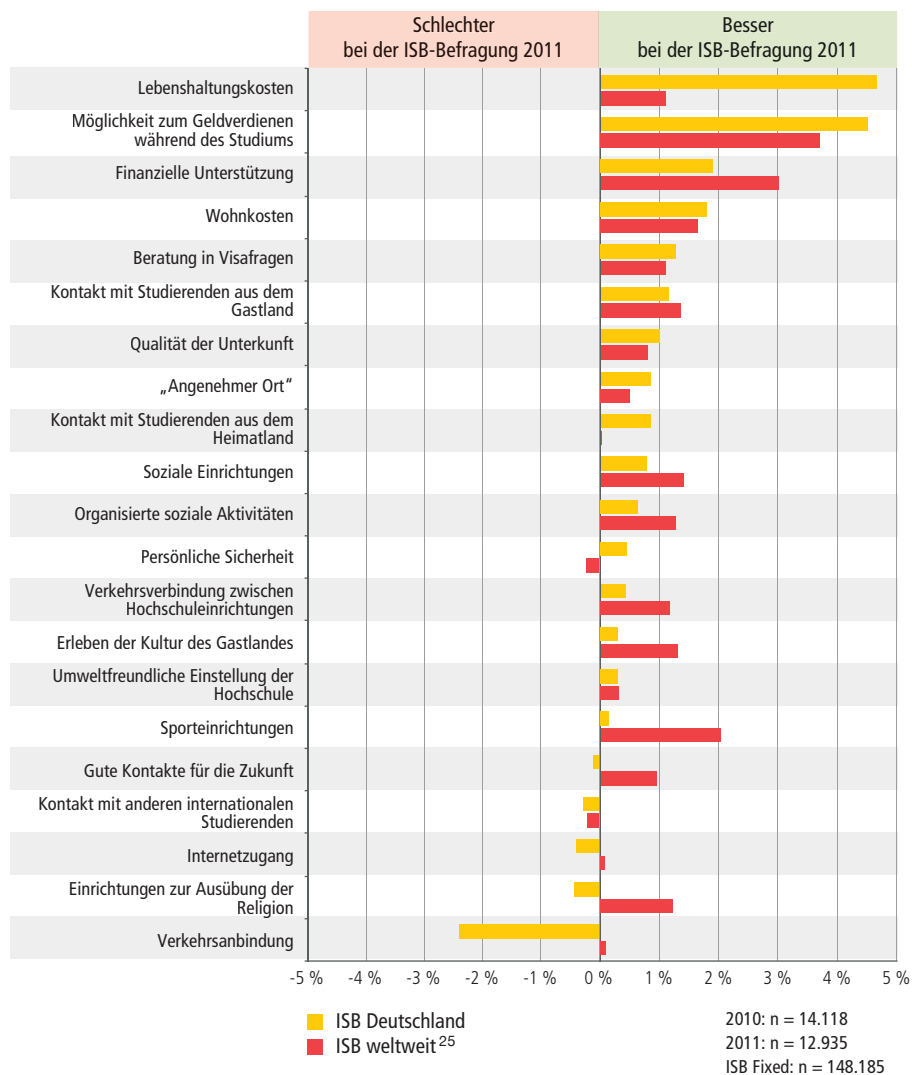
Quelle: IGI Services 2012

Die einzige wirklich negative Veränderung seit 2010 betrifft die Verkehrsanbindung der Hochschule. Dafür könnte es zahlreiche Gründe geben: Einige Hochschulen haben in der Vergangenheit günstigere oder kostenfreie Beförderungsmöglichkeiten für Studierende angeboten. Dadurch konnten die Studierenden in die umliegenden Städte fahren und die Region erkunden. In manchen Fällen wurde dieser Service wieder abgeschafft oder reduziert; die Studierenden des vorhergehenden Jahres erachteten diese Unterstützung aber als selbstverständlich. Positiv anzumerken ist, dass sich viele soziale Aspekte leicht verbessert haben: der Kontakt mit deutschen Studierenden und mit Studierenden des Heimatlandes, die Qualität der sozialen Einrichtungen und der organisierten sozialen Aktivitäten, aber auch die Chance, die Kultur des Landes zu erleben.

VERÄNDERUNGEN IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

Schließlich soll ein Verständnis dafür gewonnen werden, wo Deutschland mit seinen Verbesserungen im Verhältnis zu denjenigen der ISB-Benchmarks steht. Am bemerkenswertesten ist vielleicht, dass die grundsätzliche Verbesserung des weltweiten ISB sogar Deutschlands sehr positive Ergebnisse übertrifft (vgl. Abbildung 33).

ABBILDUNG 33: ZUFRIEDENHEIT MIT DEM WOHNEN/LEBEN IN DEUTSCHLAND (IN PROZENT)
– VERÄNDERUNGEN ZWISCHEN 2010 UND 2011 IM INTERNATIONALEN VERGLEICH



Quelle: IGI Services 2012

²⁵ Die weltweite ISB-Benchmark schließt nur Hochschulen ein, die an beiden Befragungswellen (2010 und 2011) teilgenommen haben.

Wie in Deutschland hat sich die Bedeutung des Geldverdienens während des Studiums auch im ISB-Durchschnitt durchweg erhöht, ebenso die Bedeutung der finanziellen Unterstützung und der Lebenshaltungskosten. Dennoch zeigen sich bei den Verbesserungen Unterschiede im Hinblick auf soziale Aspekte: Deutschland hat sich bei den sozialen Einrichtungen, den organisierten sozialen Aktivitäten, den Sportanlagen und beim Kontakt mit Studierenden aus dem Gastland nicht so stark verbessert wie die internationalen Vergleichsländer. Dies kann jedoch darauf zurückzuführen sein, dass Hochschulen anderer Länder versuchen, Deutschland in dieser Hinsicht einzuholen – es wurde ja schon deutlich, dass Deutschland bei den meisten sozialen Aspekten über dem europäischen und weltweiten ISB-Durchschnitt liegt. Die Kluft bei den Einrichtungen zur Ausübung der Religion ist beachtlich und spiegelt wider, dass einige Hochschulen versuchen, den verschiedenen Religionen der Studierenden gerecht zu werden, während viele Hochschulen in Deutschland dies als unnötig erachten.

Der Abschnitt „unterstützende Serviceleistungen“ beschäftigt sich mit Angeboten von Hochschulen, die internationale Studierende auf unterschiedliche Weise während ihrer Studienzeit in Deutschland unterstützen sollen. Die Serviceleistungen können schon einige Monate vor der Ankunft der Studierenden beginnen, etwa bei der Kontaktaufnahme mit dem International Office oder der Zimmervermittlung bzw. dem Studentenwerk. Sie betreffen aber auch die EDV-Ausstattung oder allgemeine Aspekte des täglichen Lebens, was die Mensa/Cafeteria auf dem Campus sowie Clubs und Vereine für Studierende an der Hochschule einschließt.

Auf Basis der ISB-Daten sollen zunächst die Zufriedenheitswerte internationaler Studierender mit verschiedenen unterstützenden Serviceleistungen an deutschen Hochschulen dargestellt werden. Anschließend wird betrachtet, wie Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern bei einzelnen Aspekten abschneidet, indem die nationalen Ergebnisse den weltweiten und den europäischen Vergleichswerten gegenübergestellt werden. Bei der Interpretation der Daten bezüglich des Bereichs unterstützender Serviceleistungen ist es wichtig zu wissen, dass nur diejenigen Studierenden, die einen solchen Service an ihrer Hochschule in Anspruch genommen haben, zu der entsprechenden Serviceleistung befragt wurden. Folglich wurden Studierenden, die keine Erfahrung mit einer bestimmten Serviceleistung gemacht haben, zu diesem Thema auch keine Fragen gestellt.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

- Bei allen Aspekten unterstützender Serviceleistungen – mit Ausnahme der Zimmervermittlung bzw. des Studentenwerks – lag die Zufriedenheit bei über 80 %.
- Die Zufriedenheitswerte mit der Mensa/Cafeteria an deutschen Hochschulen waren fast 4 % höher als die weltweiten und europäischen ISB-Vergleichswerte.
- Der Bereich Career Service schnitt im europäischen Vergleich ebenfalls etwa 4 % besser ab.
- Psychologische und soziale Beratungsdienste sowie die Studienberatung lagen sechs bis acht Prozentpunkte unter den ISB-Benchmarks, was auf mangelhafte Serviceleistungen hinweist. Ähnlich war es bei der Zimmervermittlung/dem Studentenwerk: Hier waren die geringsten Zufriedenheitswerte festzustellen (73,5 %).
- Fachhochschulen erreichten beim Prüfungsamt und dem Career Service bessere Zufriedenheitswerte als Universitäten.

BEWERTUNG DER UNTERSTÜTZENDEN SERVICELEISTUNGEN

Abbildung 34 verdeutlicht, wie Deutschland bei verschiedenen unterstützenden Serviceleistungen im Vergleich zu den weltweiten und europäischen ISB-Vergleichswerten abschneidet. Rot markierte Zahlen, die überwiegen, weisen auf Ergebnisse hin, die unterhalb der Vergleichswerte liegen. Grün markierte Zahlen zeigen, dass Deutschland besser abgeschnitten hat.

ABBILDUNG 34: ZUFRIEDENHEIT MIT DEN UNTERSTÜTZENDEN SERVICELEISTUNGEN (IN PROZENT) – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011²⁶

	ISB Deutschland (n = 17.732)	ISB weltweit (n = 209.422)	ISB Europa (n = 44.532)	ISB weltweit +/-	ISB Europa +/-
Zufriedenheit mit den Serviceleistungen ²⁶	87,0 %	88,4 %	88,1 %	-1,7 %	-1,5 %
Gesamtwert Serviceleistungen ²⁶	83,2 %	86,5 %	86,1 %	-3,3 %	-2,9 %
Mensa/Cafeteria	82,9 %	79,0 %	79,1 %	3,9 %	3,8 %
Career Service	83,4 %	82,1 %	79,3 %	1,3 %	4,1 %
IT-Unterstützung	90,9 %	89,7 %	87,9 %	1,3 %	3,0 %
Vereine/Clubs der Hochschule	91,7 %	92,1 %	93,3 %	-0,4 %	-1,5 %
International Office/ Akademisches Auslandsamt	89,2 %	89,8 %	91,7 %	-0,6 %	-2,5 %
Graduiertenschule (nur Doktoranden)	92,3 %	93,7 %	94,0 %	-1,4 %	-1,7 %
Unterstützung von Studierenden mit Behinderung	90,0 %	91,6 %	90,9 %	-1,6 %	-1,0 %
International Office – Fakultät	90,6 %	92,5 %	92,5 %	-1,9 %	-1,9 %
Studierendenvertretung	89,0 %	91,2 %	92,2 %	-2,2 %	-3,1 %
Konfessionelle Einrichtungen	89,1 %	92,0 %	90,6 %	-3,0 %	-1,6 %
Wohnheimbetreuung	85,3 %	89,3 %	90,0 %	-4,0 %	-4,7 %
Zimmervermittlung/ Studentenwerk	73,5 %	77,7 %	76,8 %	-4,2 %	-3,3 %
Studienberatung	84,6 %	90,6 %	91,6 %	-6,0 %	-7,0 %
Psychologische und soziale Beratungsdienste	81,8 %	90,6 %	89,9 %	-8,8 %	-8,1 %

Quelle: IGI Services 2012

²⁶ Die „Zufriedenheit mit den Serviceleistungen“ gibt die durchschnittliche Zufriedenheit mit sämtlichen Faktoren des Bereichs „Unterstützende Serviceleistungen“ wieder. Dagegen spiegelt der „Gesamtwert Serviceleistungen“ die Antworten auf die Frage: „Wie zufrieden waren Sie mit den unterstützenden Serviceleistungen?“

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND IM ISB-VERGLEICH GUT ABSCHNEIDET

Eines der besten Ergebnisse Deutschlands war die hohe Zufriedenheit internationaler Studierender mit der Mensa/Cafeteria an Hochschulen. Die Zufriedenheit erreichte hier fast 83 %, was etwa vier Prozentpunkte über den weltweiten und europäischen Ergebnissen liegt. Die Mensa/Cafeteria sollte in ihrer Bedeutung für das Studierendenleben nicht unterschätzt werden, da sie für viele Studierende der zentrale Ort der Verpflegung ist. Insbesondere internationale Studierende werden sich vermutlich auf diesen Service während ihres Studiums verlassen. Mensen und Cafeterien bieten ihre Dienstleistung auch häufig für Hochschulmitarbeiter an. Somit beeinflusst die Zufriedenheit mit der Mensa/Cafeteria nicht nur die Einstellung und Leistung der Studierenden, sondern auch die der Mitarbeiter. Folgende Aspekte wirken sich hier oft entscheidend auf die Bewertung aus: Vielfältigkeit der Speisen, Angebote zu speziellen Ernährungsanforderungen sowie das Vorhandensein warmer Mahlzeiten.

Ebenso wichtig ist der Career Service. Anders als bei der Studienberatung durch Hochschulmitarbeiter geht es hier um Beratungsleistungen in Fragen von Beruf und Karriere. Diese Serviceleistung gewinnt für internationale Studierende immer mehr an Bedeutung, besonders für diejenigen, die nach ihrem Studium in Deutschland arbeiten möchten. Hier ist an deutschen Hochschulen eine positive Entwicklung zu erkennen, da die Zufriedenheitswerte über die europäischen ISB-Vergleichswerte stiegen: Die Zufriedenheit mit dem Career Service lag in Deutschland bei der ISB-Befragung 2011 etwa vier Prozentpunkte über der europäischen Benchmark. Allerdings bestehen an den deutschen Hochschulen bei dieser Serviceleistung noch einige Defizite im internationalen Vergleich (vgl. Kapitel 7).

BEREICHE, IN DENEN DEUTSCHLAND IM ISB-VERGLEICH SCHLECHT ABSCHNEIDET

Psychologische und soziale Beratungsdienste stellten sich im Vergleich als weniger zufriedenstellend für die Studierenden heraus. Das Ergebnis von 81,8 % lag 8,8 % unter dem weltweiten und 8,1 % unter dem europäischen Vergleichswert. Dies könnte damit zusammenhängen, dass internationale Studierende nicht das Gefühl hatten, ausreichend Unterstützung und Anleitung im Umgang mit persönlichen oder psychologischen Problemen zu erhalten, oder aber sie fanden den Service unzureichend, wenn sie Hilfe in Anspruch nahmen. Ähnlich schlecht hat die Studienberatung im weltweiten und europäischen Vergleich abgeschnitten, mit beachtlichen 6 und 7 % Rückstand. Offenbar hatten die Studierenden bei Fragen und Problemen auch hier Schwierigkeiten, geeignete Hilfe zu finden bzw. befriedigende Antworten zu erhalten. Häufig haben internationale Studierende

die Möglichkeit, sich an ein bestimmtes Büro der Hochschule zu wenden, wenn sie Unterstützung benötigen. Doch weisen einzelne Kommentare darauf hin, dass manchen Studierenden nicht vermittelt wurde, dass es diesen Service gibt, wo sich die entsprechenden Büros befinden und zu welchen Zeiten sie geöffnet sind. Darüber hinaus wurden in einigen Kommentaren weitere Defizite deutlich.

„Die Öffnungszeiten des Büros sind ziemlich kurz und es gibt immer eine lange Schlange. Es müssten mehr Mitarbeiter sein.“

„Ich fand es sehr seltsam, dass ich bei der Einschreibestelle für internationale Doktoranden mit einem Hochschulmitarbeiter sprechen sollte, der kein Englisch konnte.“

Bei der Bewertung der Zimmervermittlung bzw. des Studentenwerks schnitten deutsche Hochschulen im europäischen und weltweiten Vergleich ebenfalls schlecht ab. Mit einem Zufriedenheitswert von 73,5 % erhielt dieser Bereich sogar das schlechteste Ergebnis im gesamten Abschnitt der unterstützenden Serviceleistungen. Diese Unzufriedenheit könnte zu einem großen Teil auf kulturelle Unterschiede zurückgeführt werden, die mit verschiedenen Erwartungen an das Niveau der Serviceleistungen einhergehen. Zudem empfanden viele Studierende den Prozess der Wohnungssuche als zeitraubend und frustrierend, wie einige Kommentare zeigten – und das, obwohl aus dem Abschnitt Wohnen/Leben deutlich hervorging, dass die Kosten und die Qualität der Unterkünfte in Deutschland im weltweiten und europäischen Vergleich für zufriedenstellender gehalten wurden (vgl. Kapitel 5).

„In diesem Jahr waren alle neuen Studierenden mit dem Wohnungsproblem konfrontiert, doch die Zimmervermittlungen an den Hochschulen halfen überhaupt nicht. Ist das normal oder nur in diesem Jahr so?“

„Ich bin der Zimmervermittlung so dankbar, weil sie mir eine sehr preiswerte Unterkunft im Studentenwohnheim angeboten hat. Im Allgemeinen war ich aber nicht zufrieden, da ich sieben Monate warten musste, bis ich meine Wohnung hatte. Und dadurch hatte ich einen schlechten Start an der Uni!“

„Ich hatte Schwierigkeiten, eine Unterkunft zu finden. Die Zimmervermittlung müsste wirklich verbessert werden.“

Unterstützende Serviceleistungen sind heute ein wesentlicher Teil der Gesamterfahrung eines Auslandsstudiums. Um sicherzustellen, dass internationale Studierende das Beste aus ihrem Aufenthalt machen können, ist ein bestimmtes Niveau an unterstützenden Serviceleistungen notwendig. Der beste Weg, in diesem Bereich eine hohe Zufriedenheit zu erreichen, ist direkt und einfach: Es muss präzise kommuniziert werden, welche Serviceleistungen angeboten werden und wie Studierende Zugang zu ihnen finden können. Ob es dabei um die Unterstützung bei der Wohnungssuche

oder um die Berufsberatung an der Hochschule geht – internationale Studierende werden all das als Unterstützung „ihrer“ Hochschule wahrnehmen. Es ist die Aufgabe von Hochschulen, den Studierenden bewusst zu machen, was sie erwarten können. Das „Erwartungsmanagement“ ist hier sicher ein Schlüsselfaktor.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN UNIVERSITÄTEN UND FACHHOCHSCHULEN

Die Zufriedenheitswerte für die unterstützenden Serviceleistungen zwischen Universitäten und Fachhochschulen differieren nur wenig (vgl. Abbildung 35). Die größten Unterschiede waren – jeweils zugunsten der Fachhochschulen – beim Prüfungsamt und dem Career Service festzustellen. Mit einer Zufriedenheitsrate von 83 % für ihre Prüfungsämter lagen die Universitäten etwa fünf Prozentpunkte hinter den Fachhochschulen. Mit den Angeboten des Career Service waren 88 % der internationalen Studierenden an Fachhochschulen zufrieden, dagegen nur 81 % an Universitäten. Die Differenz beim Prüfungsamt kann sicher auf eine Reihe von Gründen zurückgeführt werden, doch ist der Career Service für die Analyse wohl interessanter. Die Universitäten sollten in den nächsten Jahren ihre Angebote in diesem Bereich verbessern, da internationale Studierende großen Wert auf Beschäftigungsfähigkeit und Arbeitsmöglichkeiten in Deutschland legen (vgl. Kapitel 7). Dieser Bedarf beeinflusst nicht nur ihre Erfahrungen während der Studienzeit, sondern auch ihre Entscheidung, wo sie studieren wollen. Die Stärke der Fachhochschulen liegt in einem praxisorientierteren Ansatz des Studiums, was häufig Praktika oder Arbeitserfahrungen einschließt. Deshalb haben Studierende an Fachhochschulen eher das Gefühl, auf den Arbeitsmarkt gut vorbereitet zu sein, als Studierende an Universitäten, deren Studienangebote meist stärker auf Theorie fokussiert sind.

**ABBILDUNG 35: ZUFRIEDENHEIT MIT DEN UNTERSTÜTZENDEN SERVICELEISTUNGEN
(IN PROZENT) – STUDIERENDE AN UNIVERSITÄTEN UND FACHHOCHSCHULEN 2011**

	Studierende an Universitäten (n = 10.012)	Studierende an Fachhochschulen (n = 2.438)
Gesamtwert unterstützende Serviceleistungen	83 %	85 %
Einzelne Aspekte		
International Office/Akademisches Auslandsamt	89 %	91 %
IT-Unterstützung	91 %	91 %
Studienberatung	84 %	87 %
Psychologische und soziale Beratungsdienste	82 %	81 %
Career Service	81 %	88 %
Konfessionelle Einrichtungen	89 %	89 %
Zimmervermittlung/Studentenwerke	73 %	75 %
Studierendenvertretung	89 %	87 %
Wohnheimbetreuung	85 %	85 %
Graduiertenschule (nur Doktoranden)	92 %	93 %
Mensa/Cafeteria	83 %	81 %
Vereine/Clubs der Hochschule	92 %	89 %
Unterstützung von Studierenden mit Behinderung	91 %	85 %
International Office – Fakultät	90 %	93 %
Prüfungsamt	83 %	88 %
Studentensekretariat/Verwaltung	89 %	89 %
Hilfsbereitschaft des Servicepersonals	87 %	88 %
Englischkenntnisse des Servicepersonals	82 %	85 %

Quelle: IGI Services 2012

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN STUDIERENDEN MIT GRADUIERUNGSABSICHT UND AUSTAUSCHSTUDIERENDEN

Bei dem Vergleich dieser beiden Gruppen ist eine auffällige Differenz festzustellen (vgl. Abbildung 36). Mit einem Unterschied von sechs Prozentpunkten in der Zufriedenheit mit allen unterstützenden Serviceleistungen

an deutschen Hochschulen wird deutlich, dass Austauschstudierende ihre Erfahrungen in diesem Bereich besser bewerteten als Studierende, die längere Zeit in Deutschland bleiben wollten und einen Abschluss anstreben. Die wichtigsten Unterschiede zeigten sich bei der ISB-Befragung unter anderem in den Bereichen Zimmervermittlung/Studentenwerk, Career Service und Verpflegung.

ABBILDUNG 36: ZUFRIEDENHEIT MIT DEN UNTERSTÜTZENDEN SERVICELEISTUNGEN (IN PROZENT) – STUDIERENDE MIT GRADUIERUNGSABSICHT UND AUSTAUCHSTUDIERENDE 2011

	Deutschland	Studierende mit Graduiierungsabsicht	Austauschstudierende
Gesamtwert unterstützende Serviceleistungen (n = 12.575)	83 %	82 %	88 %
Einzelne Aspekte			
Mensa/Cafeteria	83 %	82 %	87 %
Psychologische und soziale Beratungsdienste	82 %	80 %	92 %
Career Service	83 %	83 %	89 %
Unterstützung von Studierenden mit Behinderung	90 %	88 %	94 %
Prüfungsamt	84 %	84 %	90 %
Konfessionelle Einrichtungen	89 %	88 %	93 %
Graduiertenschule	92 %	92 %	95 %
Wohnheimbetreuung	85 %	84 %	89 %
International Office/Akademisches Auslandsamt	89 %	88 %	91 %
International Office – Fakultät	91 %	90 %	91 %
IT-Unterstützung	91 %	91 %	89 %
Zimmervermittlung/Studentenwerk	74 %	71 %	81 %
Studienberatung	85 %	84 %	90 %
Studierendensekretariat/Verwaltung	89 %	89 %	92 %
Studierendenvertretung	89 %	88 %	92 %
Vereine/Clubs	92 %	91 %	94 %

Quelle: IGI Services 2012

Die Gründe für diese Unterschiede können vielgestaltig sein: Möglich ist, dass die Zimmervermittlung/das Studentenwerk im Umgang mit Austauschstudierenden eine andere Strategie verfolgt, die zum Beispiel mehr (oder weniger) standardisiert ist als bei längerfristigen Studierenden. An vielen Hochschulen gibt es zudem spezielle Wohneinrichtungen für Austauschstudierende, die typische Probleme bei der Suche nach einer Unterkunft minimieren können. Die Differenz von sechs Prozentpunkten im Bereich Career Service könnte ein Hinweis auf die spezifischen Bedürfnisse der Studierenden sein – und weniger Ausdruck der Zufriedenheit mit dem Service. Denn für Austauschstudierende ist wahrscheinlich der Career Service im Heimatland von Bedeutung und die entsprechende Einrichtung an der Gasthochschule eher unwichtig. Das könnte bedeuten, dass Austauschstudierende dieses Angebot weniger in Anspruch nehmen und wenn sie es tun, mit den gebotenen Serviceleistungen nicht unzufrieden sind.

In Anbetracht des hohen Stellenwertes, den gegenwärtige (internationale) Studierende der Beschäftigungsfähigkeit und der Verbindung von Studium und Arbeitswelt geben, ist es wichtig, dass Hochschulen ihre Angebote im Bereich Career Service insbesondere für internationale Studierende mit Graduationsabsicht verbessern, um hier der Nachfrage gerecht zu werden.

Bei der Zufriedenheit mit der Verpflegung zeigte sich eine Differenz von fünf Prozentpunkten zwischen internationalen Studierenden mit Graduationsabsicht (82 %) und Austauschstudierenden (87 %). Der Grund könnte einfach sein: Studierende, die eine längere Zeit an einer Hochschule verbringen, könnten nach einer gewissen Zeit den angebotenen Speiseplan als zu wenig abwechslungsreich erleben, besonders wenn es vor Ort kaum Alternativen, essen zu gehen, gibt. Das bedeutet, dass sich einige Studierende mehr oder weniger gezwungen sehen, über einen Zeitraum von drei bis vier Jahren täglich den gleichen Ort zum Essen aufzusuchen. Ein Austauschstudierender nutzt eine Mensa auf dem Campus naturgemäß über einen deutlich kürzeren Zeitraum und ist daher wahrscheinlich zufriedener mit dem vorhandenen Essensangebot als ein Studierender, der schon das dritte Jahr in die gleiche Mensa geht.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN STUDIERENDEN AUS EU- UND NICHT-EU-STAATEN

Auch zwischen Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten zeigten sich Differenzen, wenn auch geringere als beim Vergleich von Studierenden mit Graduierungsabsicht und Austauschstudierenden. Die Hauptunterschiede betreffen die Zufriedenheit mit der sozialen Integration und dem International Office.

Studierende aus EU-Staaten waren mit den vorhandenen Vereinen und Clubs der Hochschule zufriedener als ihre Kommilitonen aus Nicht-EU-Staaten. Ein Grund für diese Differenz könnte sein, dass in vielen Vereinen und Clubs der regelmäßige Konsum von Alkohol zu den gemeinsamen Aktivitäten gehört. Obwohl diese Tatsache für viele Studierende aus Nicht-EU-Staaten kein Problem ist, kann es aber ein Problem für diejenigen unter ihnen sein, die aus Glaubensgründen auf den Konsum von Alkohol verzichten möchten. Einen solchen Eindruck vermittelt zum Beispiel folgender Kommentar eines Studierenden:

„Die sozialen Einrichtungen sollten nicht nur zum Partyfeiern da sein; von Zeit zu Zeit wäre es nett, einfach in Gesellschaft meiner Freunde sein zu können – ohne Alkohol und die Notwendigkeit zu schreien, um gehört zu werden.“

Die Zufriedenheit mit dem International Office (auf zentraler Ebene und auf Fakultätsebene) war bei Studierenden aus Nicht-EU-Staaten geringer als bei Studierenden aus EU-Staaten. Viele Studierende aus Nicht-EU-Staaten sind fast ausschließlich auf das International Office und die Website einer Hochschule angewiesen, wenn sie sich über ihr Studium informieren möchten. Die Interaktion zwischen dem International Office und Studierenden aus Nicht-EU-Staaten ist somit ganz entscheidend – und wenn diese nicht zufriedenstellend ausfällt, kann das für die Studierenden sehr frustrierend sein.

NUTZUNG DER UNTERSTÜTZENDEN SERVICELEISTUNGEN

Einer der aussagekräftigsten Faktoren des Abschnitts „unterstützende Serviceleistungen“ ist die Anzahl der Studierenden, die die entsprechenden Serviceangebote ihrer Hochschule während ihres Studienaufenthalts nutzen. Abbildung 37 zeigt, welche Serviceleistungen die Mehrzahl der Studierenden genutzt hat und welche Angebote nur von wenigen in Anspruch genommen wurden.

ABBILDUNG 37: NUTZUNG DER UNTERSTÜTZENDEN SERVICELEISTUNGEN (IN PROZENT) – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH

	ISB Deutschland (n = 12.011)	ISB weltweit (n = 144.118)
Mensa/Cafeteria	67 %	75 %
International Office/Akademisches Auslandsamt	62 %	56 %
Studierendensekretariat/Verwaltung	61 %	61 %
Zimmervermittlung/Studentenwerk	51 %	44 %
International Office – Fakultät	47 %	50 %
Prüfungsamt	47 %	47 %
IT-Unterstützung	44 %	52 %
Clubs/Vereine	33 %	42 %
Studienberatung	33 %	40 %
Graduiertenschule	31 %	42 %
Studierendenvertretung	29 %	45 %
Wohnheimbetreuung	26 %	20 %
Konfessionelle Einrichtungen	14 %	14 %
Unterstützung von Studierenden mit Behinderung	13 %	13 %
Psychologische und soziale Beratungsdienste	12 %	16 %
Career Service	11 %	22 %

Quelle: IGI Services 2012

Wie in diesem Kapitel bereits angesprochen wurde, ist die Mensa/Cafeteria ein zentraler Ort der Verpflegung für mehr als 67 % der internationalen Studierenden in Deutschland, die an der ISB-Befragung teilgenommen haben. Diese Zahl liegt etwas unter der weltweiten Benchmark (75 %). Es folgt das International Office, das von mehr als 62 % der Studierenden in Anspruch genommen wurde, was ungefähr fünf Prozentpunkte über dem weltweiten ISB-Durchschnitt liegt. Das Studierendensekretariat/die Verwaltung kommt an nächster Stelle, gefolgt von der Zimmervermittlung/dem Studentenwerk. Beide Einrichtungen wurden in Deutschland von über der Hälfte der internationalen Studierenden genutzt.

Auffällig ist die geringe Nutzung des Career Service von nur 11 % der internationalen Studierenden in Deutschland – weltweit wurde dieses Angebot doppelt so oft genutzt –, vor allem angesichts der Tatsache, dass für viele Studierende die Berufsvorbereitung und die Erlangung von Beschäftigungsfähigkeit sehr wichtige Aspekte ihres Studiums sind. Das Ergebnis könnte auch bedeuten, dass einige Angebote des Career Service den Studierenden nicht bekannt oder während des Studienalltags schlecht bzw. gar nicht zu erreichen waren. Die Unzufriedenheit von internationalen Studierenden mit Beratungsleistungen zu Fragen von Beruf und Karriere zeigt sich auch in einzelnen Kommentaren.

„Es gab vonseiten der Universität keinerlei Hilfe für internationale Studierende, ihre Karriere zu gestalten.“

„Ich habe vom akademischen Personal überhaupt keine Beratung und Anleitung in Bezug auf langfristige Jobperspektiven erhalten. Im Studium habe ich nichts darüber gelernt, wie ich einen guten Job finden kann, und es gab auch keine Möglichkeit, Arbeitserfahrung zu sammeln.“

ERFAHRUNGSBERICHT

BRITTA PIEL, RWTH AACHEN

„Im letzten Studienjahr (2011/12) haben wir zum ersten Mal am ISB teilgenommen. Auch wenn die Ergebnisse keine Überraschung für uns waren, war es gut, valide, repräsentative Daten zu erhalten zu Bereichen, die gut laufen, und zu Bereichen, die verbessert werden sollten. Es ist wirklich interessant zu sehen, was internationale Studierende gegenwärtig denken und von der Universität erwarten.“

Die RWTH Aachen hat in der Befragung gute Ergebnisse im Bereich Karriere erzielt. Das beruht hauptsächlich darauf, dass wir enge Beziehungen zu relevanten Industrien haben. Professoren unserer Hochschule führen mit Unternehmen gemeinsame Forschungsprojekte durch, und häufig arbeiten internationale Studierende auch in diesen Projekten mit. Einige der Studierenden werden dafür bezahlt, andere erhalten Credit Points. Unsere Professoren haben eine exzellente Reputation, und das macht es für Unternehmen attraktiv, Joint Ventures für Produktinnovationen zu initiieren. Es war wundervoll, in den ISB-Ergebnissen zu sehen, dass unsere Universität die Erwartungen der internationalen Studierenden in Bezug auf die Karriere erfüllt.“

In diesem Kapitel steht die Karriereplanung internationaler Studierender im Mittelpunkt. Es wird beleuchtet, was internationale Studierende dazu bewegt, sich nach ihrem Abschluss für einen längeren Aufenthalt in Deutschland zu entscheiden, und in welchen Bereichen unterstützende Serviceleistungen benötigt werden. In der Befragung wurde auch ermittelt, mit welcher Wahrscheinlichkeit internationale Studierende nach ihrem Studium in Deutschland bleiben, um eine berufliche Karriere zu starten, und wie die Studierenden ihre Studienzeit in Deutschland im Rückblick bewerten.

Basis des Kapitels sind überwiegend die Daten des ISB-Bounceback 2011, es werden punktuell aber auch Ergebnisse des StudentPulse 2011 und des ISB einbezogen (für detaillierte Informationen zur Methodik vgl. Kapitel 1). Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass es an deutschen Hochschulen in den letzten Jahren in vielen Bereichen Fortschritte gegeben hat, besonders in Bereichen, die optimiert werden sollten, etwa bei der sozialen Integration.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE AUF EINEN BLICK

- 51 % der internationalen Studierenden in Deutschland gaben an, nach ihrem Studium eine berufliche Karriere in Deutschland in Betracht zu ziehen.
- 40 % der Studierenden aus EU-Staaten hatten den Eindruck, dass für sie keine Hindernisse bestehen, in Deutschland eine Arbeit aufzunehmen, aber nur 14 % der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten waren dieser Meinung.
- 23 % der Studierenden gaben an, dass sie durch eine unzureichende Karriereberatung von einer Karriere in Deutschland abgehalten werden.
- Die deutschen Hochschulen gehören in Europa zu den besten, wenn es um die Umsetzung des „international classroom“²⁷ geht: 37 % der internationalen Studierenden meinten, sie hätten während ihrer Studienzeit „sehr häufig“ oder „immer“ Kontakt mit deutschen Studierenden gehabt und seien sozial integriert gewesen.
- Im Vergleich zu den Nachbarländern sticht Deutschland in einem Punkt hervor: 75 % der internationalen Studierenden an deutschen Hochschulen waren mit den Möglichkeiten zufrieden, in der Anfangszeit ihres Studiums mit einheimischen Studierenden in Kontakt zu kommen, während das zum Beispiel in Dänemark nur bei 56 % der internationalen Studierenden der Fall war.

>>

²⁷ Mit „international classroom“ ist gemeint, dass die Lern-/Seminargruppen international zusammengesetzt sind bzw. verschiedene Nationalitäten einschließen.

- 87 % der internationalen Studierenden in Deutschland waren mit den Möglichkeiten zufrieden, die deutsche Kultur zu erleben, und 72 % mit den Chancen, mit deutschen Studierenden in Kontakt zu kommen.
- 82 % der befragten Studierenden fanden die angebotenen sozialen Einrichtungen zufriedenstellend.
- Internationale Studierende verbrachten im Durchschnitt 42,3 Stunden pro Woche mit Studieren, was sowohl das betreute wie auch das selbstständige Lernen einschließt.

WELCHE INTERNATIONALEN STUDIERENDEN WOLLEN IN DEUTSCHLAND BLEIBEN?

Vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Situation zum Zeitpunkt der Befragung und angesichts der Tatsache, dass Deutschland eine der zentralen Wirtschaftsmächte in Europa ist, überrascht es kaum, dass internationale Studierende sehr daran interessiert sind, nach dem Studium einen Arbeitsplatz in Deutschland zu finden. Etwa die Hälfte (51 %) aller Befragten gab an, eine Beschäftigung in Deutschland anzustreben; 34 % antworteten, hinsichtlich ihrer Zukunftspläne noch unschlüssig zu sein. Das bedeutet, dass nur 15 % der internationalen Studierenden nicht vorhatten, nach dem Studium in Deutschland zu arbeiten.

Betrachtet man die Nationalitäten, ist der Prozentsatz potenzieller Arbeitnehmer unter den Absolventen aus Frankreich am geringsten (40 %), am höchsten bei Studierenden aus Russland (68 %), dicht gefolgt von Studierenden aus Bulgarien (67 %). Vor allem Masterstudierende (55 %) wollten einen Arbeitsplatz in Deutschland suchen.

Hinsichtlich der Fachrichtung waren die Studierenden, die sich für eine Arbeit in Deutschland interessierten, eher technisch orientiert. Studierende der ingenieurwissenschaftlichen und technischen Studiengänge erreichten hohe Werte (ca. 60 %), während Studierende aus sozial- oder geisteswissenschaftlichen Fachrichtungen, wie zum Beispiel Sprachen und Kunst, typischerweise bei ca. 20 bis 30 % lagen und somit deutlich seltener anstrebten, einen Arbeitsplatz in Deutschland zu finden.

WAS BRINGT INTERNATIONALE STUDIERENDE DAZU, IN DEUTSCHLAND ZU BLEIBEN?

KARRIERECHANCEN

Die deutschen Hochschulen sollten erkennen, dass die Beschäftigungsmöglichkeiten nach dem Studium und die Karriereperspektiven maßgeblich sind, wenn sich Studierende für ein Studium in Deutschland entscheiden: Für internationale Studierende aller Studienlevel ist die „Verbesserung der Karrierechancen“ – neben der „Erweiterung des Erfahrungshorizonts“ – wichtigste Antriebskraft für ein Auslandsstudium (vgl. Kapitel 8). Die Karriereaussichten spielen aber nicht nur eine wesentliche Rolle bei der Wahl eines Studienortes. Sie bleiben auch während des Studiums wichtig und gewinnen sogar an Bedeutung, wenn ein Abschluss angestrebt wird.

Zudem haben die ISB-Befragungen ergeben, dass die Möglichkeit einer längerfristigen Beschäftigung in Deutschland für internationale Studierende in den letzten Jahren immer wichtiger geworden ist – zwischen 2009 und 2011 stieg die Bedeutung dieses Aspekts um 10 %.

Betrachtet man diese Ergebnisse zusammen, kann gesagt werden, dass die Arbeitsmöglichkeiten nach dem Studium von zentraler Bedeutung für die Entscheidung sind, in Deutschland zu studieren und anschließend zu arbeiten. Natürlich war es für Studierende schon immer wichtig, erfolgreiche Aussichten auf dem Arbeitsmarkt zu haben, aber angesichts der angespannten Arbeitsmarktsituation in vielen Ländern werden die Karrierechancen immer wichtiger.

SOZIALE INTEGRATION

Ein weiterer Grund für internationale Studierende, nach dem Studium in Deutschland zu bleiben, ist ihre Integration in die deutsche Gesellschaft. Im Vergleich zu den Nachbarländern fällt Deutschland in diesem Punkt besonders positiv auf: 75 % der internationalen Studierenden in Deutschland meinten, sie waren mit den Möglichkeiten zufrieden, in der Ankunftsphase mit den Studierenden des Gastlandes in Kontakt zu kommen, während das zum Beispiel in Dänemark nur für 56 % der internationalen Studierenden galt. Die deutschen Hochschulen scheinen demnach im sozialen Bereich gute Leistungen zu erbringen.

Soziale Integration zwischen verschiedenen Nationalitäten ist ein aktuelles Thema internationaler Hochschulbildung („international classroom“). Deutsche Hochschulen gehören hier mit ihrer Leistung zu den besten Europas: 37 % der internationalen Studierenden gaben an, sie fühlten sich während ihrer Studienzeit „sehr oft“ oder „immer“ in die deutsche

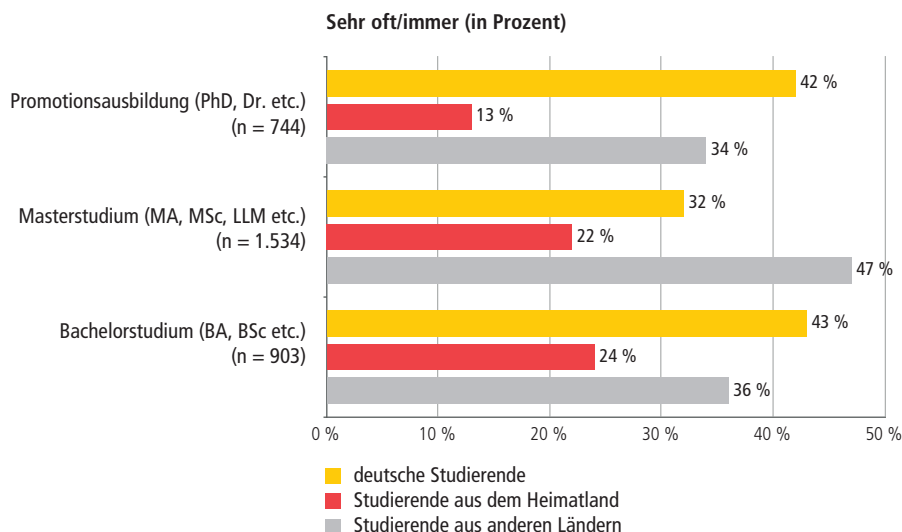
Studierendenschaft integriert. 47 % der Studierenden aus EU-Staaten und 34 % der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten stimmten dieser Behauptung zu. Auch für die organisierten sozialen Aktivitäten bei der Ankunft erhielt Deutschland von den internationalen Studierenden eine gute Bewertung.

Zudem erreichten die deutschen Hochschulen auch bei der kulturellen Integration überzeugende Ergebnisse. Laut Befragung waren 87 % der internationalen Studierenden mit den Möglichkeiten zufrieden, die deutsche Kultur zu erleben, und 72 % mit den Möglichkeiten, mit deutschen Studierenden in Kontakt zu kommen. 82 % der Studierenden fanden die sozialen Einrichtungen zufriedenstellend.

Bei der Frage „Wie oft verbringen Sie Ihre Freizeit mit den folgenden Personengruppen?“ sollten die Studierenden angeben, ob und wie viel Zeit sie mit drei möglichen Typen von Studierenden verbracht hatten. Wen trafen sie „sehr oft“/„immer“ in ihrer Freizeit? Mehr als die Hälfte (53 %) hatte nach eigenen Angaben den häufigsten Kontakt mit Studierenden aus anderen Ländern, 46 % mit Studierenden aus ihrem Heimatland und 37 % mit deutschen Studierenden. Studierende aus dem ERASMUS-Austauschprogramm verbrachten vergleichsweise wenig Zeit mit deutschen Studierenden, dafür mehr Zeit mit internationalen Studierenden. Zudem war festzustellen, dass jüngere Studierende (18 bis 20 Jahre) ihre Zeit eher mit allen drei Typen von Studierenden verbringen als ältere. Im Hinblick auf den Studienlevel war die soziale Integration mit internationalen Studierenden für Masterstudierende wahrscheinlicher als für Bachelorstudierende, und bei Doktoranden war die soziale Integration mit allen drei Gruppen am wenigsten wahrscheinlich.

ABBILDUNG 38:**KONTAKT MIT ANDEREN STUDIERENDEN – DIFFERENZIIERT NACH STUDIENLEVEL**

„Wie oft haben Sie mit den folgenden Studierendengruppen gemeinsam studiert?“



Quelle: IGI Services 2011–2012

Beim gemeinsamen Studieren zeigten sich recht unterschiedliche Ergebnisse. Nur 20 % meinten, sie hätten „sehr oft“/„immer“ mit Studierenden ihres Heimatlandes studiert. Andererseits sagten 40 %, sie würden sehr häufig mit Kommilitonen anderer Nationalitäten studieren, 39 % gaben an, ihre Studienzeit oft mit deutschen Studierenden zu verbringen. In Bezug auf die Nationalitäten waren es Studierende aus Russland (68 %) und Frankreich (45 %), die am häufigsten mit deutschen Kommilitonen studierten, was auf ein besseres Verständnis der deutschen Sprache hinweisen könnte. Die Studierenden, die am seltensten mit deutschen Studierenden ihre Studienzeit verbrachten, kamen aus dem Iran (20 %), Indien und Italien (beide 26 %).

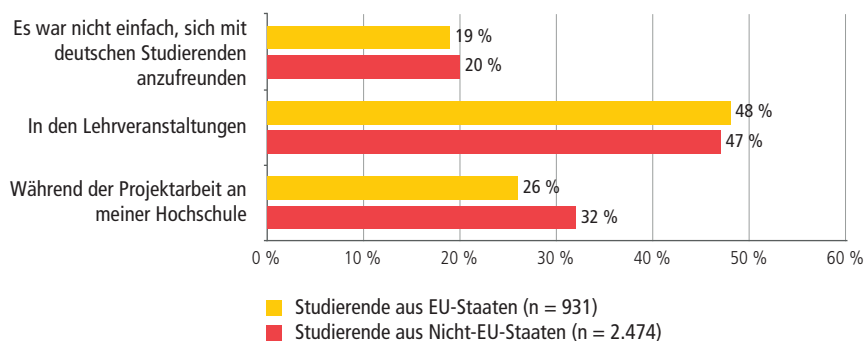
Diejenigen, die am häufigsten mit anderen Nationalitäten studierten, stammten aus Russland (50 %), gefolgt von Studierenden aus der Türkei (47 %) und Spanien (41 %). Dagegen hatte nur etwa ein Viertel (24 %) der Studierenden aus den USA und 27 % aus China Kontakt mit anderen Nationalitäten während des Studiums.

Internationale Studierende fanden, dass die beste Möglichkeit, um Kommilitonen aus anderen Ländern kennenzulernen, das gemeinsame Lernen in Seminaren und Arbeitsgruppen ist (47 %), gefolgt von der Vorstellung durch Freunde (39 %). Die Zusammenarbeit in einem Projekt und die

Möglichkeiten des Kennenlernens am Ort der Unterkunft gaben jeweils 29 % der Befragten an, was gut zu den Ergebnissen der Wohnsituation und der sozialen Integration passt, wie weiter oben behandelt wurde.

ABBILDUNG 39: KONTAKT MIT DEUTSCHEN STUDIERENDEN WÄHREND DER STUDIENZEIT (IN PROZENT) – STUDIERENDE AUS EU- UND NICHT-EU-STAATEN 2011

„Wo war es am einfachsten, sich mit deutschen Studierenden anzufreunden?“



Quelle: IGI Services 2011–2012

Darüber hinaus hatte auch der Typus der Unterkunft der Studierenden Auswirkungen auf die soziale Integration. Diejenigen, die bei einer Gastfamilie wohnten, standen zum Beispiel eher in regelmäßigem Kontakt mit deutschen Studierenden als jene, die in einer gemieteten Unterkunft lebten. Es mag wenig überraschen, dass die Studierenden, die am wahrscheinlichsten mit Studierenden anderer Nationalitäten Kontakt hatten, in einem Studentenwohnheim oder in einer Wohngemeinschaft lebten.

WAS BRINGT INTERNATIONALE STUDIERENDE DAZU, DEUTSCHLAND ZU VERLASSEN?

Beschäftigt man sich mit der Frage, warum Studierende nach ihrer Studienzeit nicht in Deutschland bleiben wollen, variieren die Gründe stark – je nach Gruppe der Studierenden. Nur 14 % der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten glaubten, dass ihnen keine Hürden im Weg stehen, wenn sie nach ihrem Studium in Deutschland eine Arbeit aufnehmen möchten. Im Gegensatz dazu waren 40 % der Studierenden aus EU-Staaten dieser Ansicht. Es gibt verschiedene Gründe für diesen Unterschied; einige davon werden deutlich, wenn die Ergebnisse im Einzelnen betrachtet werden.

In manchen Bereichen waren die Ergebnisse der Befragungen unter Studierenden aus EU-Staaten und Nicht-EU-Staaten sehr ähnlich. Aspekte wie „Verpflichtungen gegenüber der Familie im Heimatland“ oder „keine zum Berufswunsch passenden Arbeitsangebote“ wurden nur als geringes Hindernis gesehen, in Deutschland zu bleiben und zu arbeiten. Auch erwiesen sich die Lebenshaltungskosten nicht als Problempunkt – weder für Studierende aus der EU noch für Studierende aus Nicht-EU-Staaten: Nur 10 % aller internationalen Studierenden betrachteten die Lebenshaltungskosten als Hürde, wenn es darum ging, in Deutschland zu bleiben und eine Beschäftigung zu suchen.

Doch gab es bei einigen Aspekten auch offensichtliche Unterschiede zwischen den beiden Studierendengruppen (vgl. Abbildung 40). So sahen 37 % der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten in Visabeschränkungen eine besondere Hürde (dagegen keiner der Studierenden aus EU-Staaten). Ganz ähnlich stellte sich das Ergebnis bei möglichen Einschränkungen der Arbeitserlaubnis dar: 33 % der Studierenden aus Nicht-EU-Staaten betrachteten diesen Aspekt als problematisch, aber nur 5 % der Studierenden aus der EU. Potenzielle Sprachbarrieren sahen ebenfalls viel mehr Studierende aus Nicht-EU-Staaten (45 %) als höhere Hürde an, gegenüber 23 % der Studierenden aus der EU.

Die Sprachbarriere wurde von Studierenden verschiedener Fachgebiete als Hindernis gesehen, wie beispielsweise von Studierenden der Fachrichtungen Bildende Kunst und Design sowie Darstellende Kunst (56 %), von Studierenden technischer Studiengänge (51 %), der Veterinärmedizin und der Agrarwissenschaften (51 %) sowie der Biologie, der Psychologie und der Sportwissenschaft (49 %). Die Sprache war weniger ein Problem für Studierende aus Fachgebieten wie Linguistik und Altphilologie (16 %), Sprachen und Literatur (22 %) sowie Medienwissenschaften/Journalismus (20 %).

ABBILDUNG 40: HINDERNISSE FÜR INTERNATIONALE STUDIERENDE, EINE ARBEIT IN DEUTSCHLAND AUFZUNEHMEN

„Welche Hindernisse halten Sie davon ab, in Deutschland eine Arbeit aufzunehmen/ eine berufliche Karriere anzustreben?“

	Deutschland (n = 3.405)	Studierende aus EU-Staaten (n = 2.474)	Studierende aus Nicht-EU-Staaten (n = 931)
Keine Hindernisse	21 %	14 %	40 %
Visabeschränkungen	27 %	37 %	0 %
Beschränkungen der Arbeitserlaubnis	26 %	33 %	5 %
Mangelnde Sprachkenntnisse	39 %	45 %	23 %
Zu wenig Informationen, wie man einen Lebenslauf schreibt	5 %	5 %	3 %
Zu wenig Informationen über die bevorzugten Arbeitsgebiete	14 %	15 %	10 %
Mangelhafte Karriereberatung für internationale Studierende	23 %	26 %	15 %
Mangelhafte Unterstützung bei Bewerbungen um eine Stelle	15 %	17 %	11 %
Keine offenen Stellen im eigenen Beruf	6 %	6 %	6 %
Arbeitgeber sind nicht an internationalen Stellenbewerbern interessiert	21 %	24 %	14 %
Höhe des potenziellen Einkommens	5 %	5 %	5 %
Lebenshaltungskosten	10 %	10 %	9 %
Familiäre Verpflichtungen im Heimatland	16 %	16 %	15 %
(Fehlende) Jobperspektiven für den Partner	6 %	6 %	5 %
Kinderbetreuungsmöglichkeiten	3 %	4 %	3 %
Andere Gründe	5 %	5 %	4 %

Quelle: IGI Services 2011-2012

Doktoranden sahen die größten Hürden für einen längerfristigen Aufenthalt in Deutschland in Sprachbarrieren (49 %), Einschränkungen der Arbeitserlaubnis (28 %) und Visabeschränkungen (27 %).

In Bezug auf ihre Karriereaussichten meinten 14 % der Studierenden, dass sie über ihren bevorzugten Karrieresektor in Deutschland mangelhaft informiert worden seien. Dadurch fühlten sie sich auf den Arbeitsmarkt nicht ausreichend vorbereitet. Für viele junge Menschen ist es unverzichtbar zu wissen, welche Karrierewege sie mit einem bestimmten Studienprofil einschlagen können. Insbesondere für diejenigen, die ihre berufliche Karriere in einem anderen Land beginnen wollen, ist dieses Wissen von höchster Bedeutung.

Ein besonders wichtiger Punkt ist, dass die Karriereberatung von fast einem Viertel der internationalen Studierenden als schwach eingestuft wurde: 23 % der befragten Studierenden gaben an, die unzureichende Karriereberatung würde sie von einer Karriere in Deutschland abhalten. Dieses Problem wurde auch in anderen i-graduate-Studien festgestellt.

Angesichts der Tatsache, dass Karriereperspektiven so wichtig für Studierende sind, könnte man annehmen, dass Hochschulen in der Beratung einen Schlüsselfaktor sehen, auf den sie ein besonderes Augenmerk haben. Tatsächlich ergibt sich aber auch aus den offenen Kommentaren von Studierenden aus der ISB-Befragung 2011 ein anderes Bild:

„Karriereberatung: schwierig, einen Termin zu kriegen, unklar, keine konkrete Beratung, ungenügende Unterstützung bei der Suche nach Informationen. Ich kam mit präzisen Fragen und Bedürfnissen und die Beratung hat mir überhaupt nicht geholfen.“

„Der Career Service an unserer Fakultät ist sehr schlecht. Die Mitarbeiter sind sehr unfreundlich und unhöflich und beraten grundsätzlich sehr schlecht.“

„Es ist sehr schwer, einen Platz in Sprachkursen oder Karriereberatungskursen zu erhalten, die von der Universität angeboten werden. ... Ich habe sehr viel mehr erwartet.“

Ein positives Ergebnis war, dass nur 5 % der internationalen Studierenden keine Informationen darüber erhalten hatten, wie man einen professionellen Lebenslauf erstellt.

Die Ergebnisse weisen auf eine mögliche Korrelation zwischen dem Alter eines Studierenden und den wahrgenommenen Hindernissen hin: 32 % der internationalen Studierenden zwischen 18 und 20 Jahren sahen keine Hürden bei einer Arbeitssuche in Deutschland nach dem Studium. Diese Prozentzahl sank mit steigendem Alter der Studierenden.

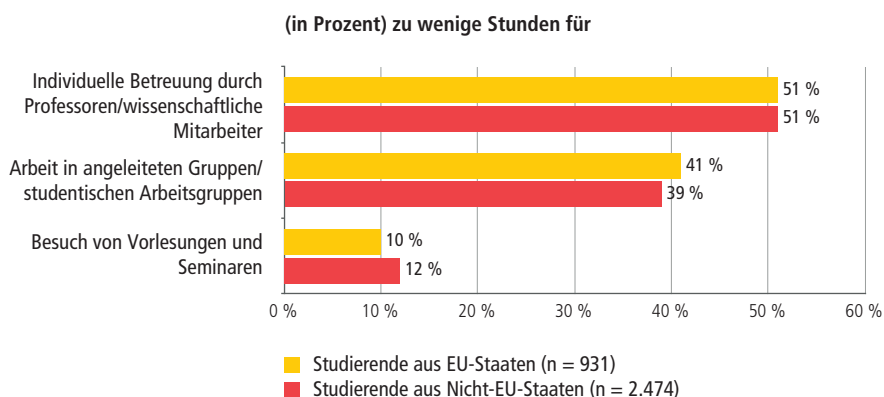
Zusammenfassend lässt sich festhalten: Bei der Frage, welche Probleme internationale Studierende bei der Aufnahme einer Arbeit in Deutschland sehen, zeigen sich in vielen Aspekten große Unterschiede zwischen

Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten. Besonders bemerkenswert sind die Bereiche Visum und Arbeitserlaubnis, deren Anforderungen Nicht-EU-Studierende erfüllen müssen, wenn sie eine Arbeit suchen. Ein weiteres wichtiges Thema für internationale Absolventen sind die benötigten Sprachkenntnisse. In Deutschland haben internationale Studierende in einigen Studiengängen die Möglichkeit, mit nur geringen Kenntnissen der deutschen Sprache einen Abschluss zu erhalten. Allerdings werden sie anschließend, wenn sie eine Karriere in Deutschland anstreben, plötzlich mit der Notwendigkeit konfrontiert, Deutsch zu sprechen. Ein stärkerer Fokus auf die Bereitstellung von Deutschkursen während der Studienzeit würde das Selbstvertrauen der internationalen Studierenden in diesem wichtigen Aspekt stärken.

WIE VERBRINGEN INTERNATIONALE STUDIERENDE IHRE STUDIENZEIT IN DEUTSCHLAND?

Internationale Studierende in Deutschland sollten auch zum Zeitaufwand und zu den angewandten Lernmethoden im Studium Auskunft geben. Wenn nach Details in der Studienerfahrung gefragt wurde, unterschieden sich die Ergebnisse im Hinblick auf Nationalität und Studienlevel beträchtlich. Studierende wurden zum Beispiel gefragt, ob sie die betreute Studienzeit pro Woche für zu gering hielten – in Bezug auf Vorlesungen und Seminare, die Arbeit in angeleiteten Gruppen und studentischen Arbeitsgruppen sowie die individuelle Betreuung durch Professoren/wissenschaftliche Mitarbeiter (vgl. Abbildung 41).

ABBILDUNG 41: WAHGENOMMENE BETREUTE STUDIENZEIT – DIFFERENZIERT NACH STUDIERENDEN AUS EU- UND NICHT-EU-STAA TEN 2011



Quelle: IGI Services 2011-2012

Während nur etwa jeder zehnte Studierende die Zeit in den Vorlesungen und Seminaren nicht ausreichend fand, stieg die Unzufriedenheit der Studierenden deutlich bei kleineren Arbeitsgruppen (ca. 40 % sagten, es habe nicht genug Zeit gegeben) und bei der individuellen Zeit mit Dozenten (51 %).

Darüber hinaus zeigte sich, dass, je nach Nationalität, manche Studierende unzufriedener waren als andere. Am wenigsten zufrieden in dem Sinne, dass zu wenig Zeit für betreute Gruppenarbeiten oder individuelle Aufmerksamkeit der Dozenten zur Verfügung stand, waren Studierende aus China (46 % bzw. 49 %), den USA (37 % bzw. 60 %) und Spanien (48 % bzw. 51 %).

Auch das Alter der Studierenden war bei dieser Frage von Bedeutung. Im Gegensatz zu ihren älteren Kommilitonen fanden jüngere Studierende mehr individuelle Zeit mit Dozenten wichtiger. In der Gruppe der 18- bis 20-Jährigen waren es 61 %. Die Anzahl sank stetig mit steigendem Alter.

Im Hinblick auf die Studienzeit in Stunden zeigt sich, dass internationale Studierende in Deutschland durchschnittlich 42,3 Stunden pro Woche an sieben Tagen studieren, einschließlich betreuter und selbstständiger Arbeit. Dazu gehören Lehrveranstaltungen, Arbeit in angeleiteten Gruppen, die individuelle Betreuung durch Dozenten, aber auch Lernzeit mit Freunden/Kollegen, online und offline. Die „fleißigsten“ Nationalitäten in diesem Sinne waren Studierende aus Indien (51 Stunden pro Woche), gefolgt von China (43,2 Stunden) und Bulgarien (42,7 Stunden). Französische und spanische Studierende hatten das zweit- und das drittniedrigste Ergebnis mit 34,8 und 36,4 investierten Stunden pro Woche. Auch hier zeigt sich wieder ein Unterschied zwischen Studierenden aus EU- und Nicht-EU-Staaten: Studierende aus EU-Staaten brachten pro Woche etwa 38,6 Stunden für das Studium auf, Studierende aus Nicht-EU-Staaten 43,7 Stunden.

Im letzten Kapitel werden Schlussfolgerungen aus allen fünf Befragungen gezogen, die i-graduate im Auftrag von GATE-Germany zusammen mit Hochschulen in Deutschland durchgeführt hat.²⁸ Im Zentrum steht die Frage, welche Maßnahmen deutsche Hochschulen umsetzen sollten, um internationale Studierende zu gewinnen.

Dieses Kapitel ist weniger datenbasiert als die vorherigen Kapitel. Es werden eher Erkenntnisse dargestellt, die bei den Feedback-Präsentationen an 99 deutschen Hochschulen in den Jahren 2009 bis 2011 gewonnen wurden, ergänzt durch Erfahrungsberichte und Best-Practice-Beispiele.

DIE WICHTIGSTEN ERGEBNISSE IM ÜBERBLICK

- Karriereperspektiven, Beschäftigungsfähigkeit und Arbeitsmöglichkeiten nach dem Studium gehören – mehr denn je – zu den wichtigsten Aspekten bei der Studienortwahl und bei der Wertschätzung eines Auslandsstudiums.
- Deutsche Hochschulen sollten aufgrund der festgestellten Defizite bei der Karriereberatung ihre Angebote im Bereich Karriereunterstützung deutlich verbessern.
- Dem Erwartungsmanagement kommt eine Schlüsselrolle zu: Den internationalen Studierenden sollte schon vor ihrer Ankunft klar vermittelt werden, was sie von der jeweiligen Hochschule erwarten können.
- Im Hochschulmarketing ist es unverzichtbar, dass sich die Kommunikation der Inhalte an Ehrlichkeit und Genauigkeit orientiert: Die Marketingaussagen müssen mit dem wirklichen Angebot einer Hochschule und den tatsächlichen Erfahrungen der Studierenden in Einklang stehen.
- Die gegenwärtige Generation der Studierenden vertraut stark auf Empfehlungen von „Freunden“ in sozialen Netzwerken, auch ohne dass man sich persönlich kennt. Diesen Einflussfaktor sollten die Hochschulen ernst nehmen, da sich Bewertungen in den sozialen Medien entscheidend auf die Reputation der Institution auswirken – und somit auch auf die Chance, als Studienort weiterempfohlen zu werden.
- Hochschulen sollten soziale Medien künftig stärker als Instrument nutzen, um mit den Studierenden zu kommunizieren und ihre „Botschaft“ zielgenau an internationale Studieninteressierte zu vermitteln.

²⁸ International Student Barometer 2009, 2010, 2011, ISB-Bounceback 2010/11 und StudentPulse 2011.

BEDEUTUNG DER KARRIERECHANCEN

Die Ergebnisse der verschiedenen Befragungen zeigen deutlich, dass die Aspekte Sicherheit und Kosten (für Ausbildung und Lebenshaltung) zentrale Schlüsselfaktoren bei der Entscheidung über den Studienort sind. Die Attraktivität des Hochschulstandorts Deutschland für internationale Studierende ergibt sich damit vor allem aus einem hohen Maß an persönlicher Sicherheit, der Reputation deutscher Hochschulabschlüsse und vergleichsweise niedrigen Ausbildungskosten.

Die Befragungen haben auch ergeben, dass die Bedeutung der Karriereaussichten und der Beschäftigungsmöglichkeiten nach dem Studium immer wichtiger wird. 2011 nannten 74 % der internationalen Studieninteressierten die „Verbesserung der Karrierechancen“ als Grund für ein Auslandsstudium (vgl. Abbildung 42). Zusammen mit der „Erweiterung des Erfahrungshorizonts“ (ebenfalls 74 %) ist dieser Wunsch eine der beiden Hauptantriebskräfte, um im Ausland zu studieren.

ABBILDUNG 42: GRÜNDE FÜR EIN AUSLANDSSTUDIUM 2011 (N = 9.316)

„Warum haben Sie sich für ein Auslandsstudium entschieden?“²⁹

Erweiterung des Erfahrungshorizonts	74 %
Verbesserung der Karrierechancen	74 %
Bessere Qualität der Ausbildung	72 %
Arbeitsmöglichkeiten während des Studiums	66 %
Stipendium von einer internationalen Organisation	65 %
Zugang zu größerer Expertise und besseren Forschungsmöglichkeiten	61 %
Höhere Reputation des Hochschulabschlusses	54 %
Ausbau der Sprachkenntnisse	51 %
Beschäftigung im Ausland nach dem Studium	51 %
Neue Freunde und Kontakte	43 %
Wunsch der Familie	37 %
Studiengang wird nicht im Heimatland angeboten	29 %
Geringere Lebenshaltungs- und Ausbildungskosten	30 %
Langfristiger Aufenthalt in einem anderen Land	25 %

Qualität und Reputation
 Erfahrung und Fähigkeiten
 Kosten
 Beschäftigung/längerer Aufenthalt

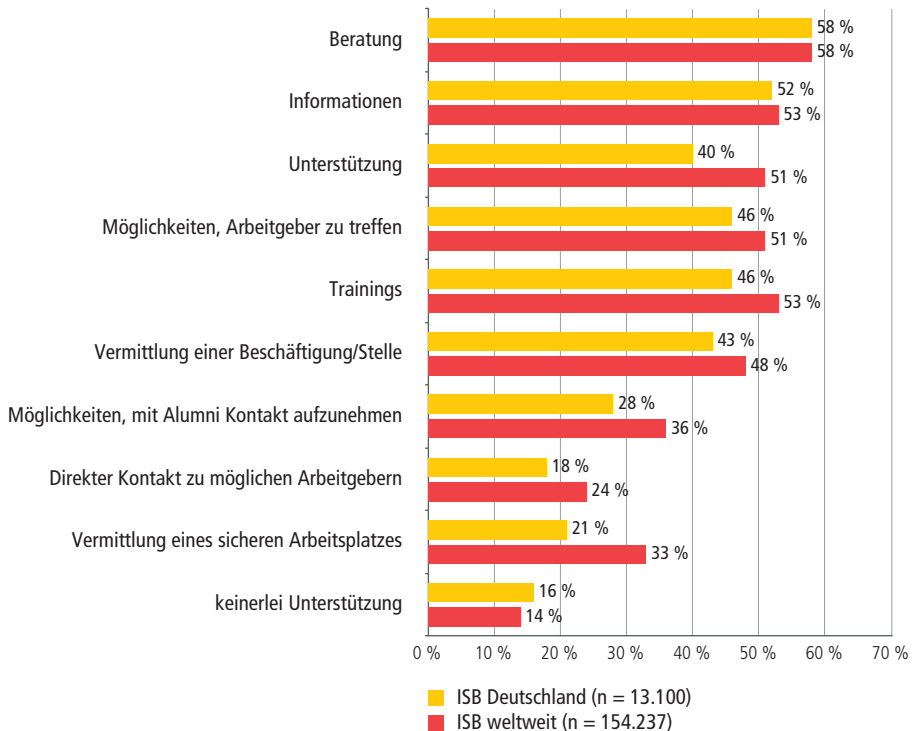
Quelle: StudentPulse GATE DATA 2011

²⁹ In der Befragung StudentPulse 2011 als Multiple-Choice-Frage gestellt.

Angesichts der festgestellten Defizite bei der Karriereberatung (vgl. Kapitel 7) wäre es wichtig, dass deutsche Hochschulen ihre Angebote bei der Karriereunterstützung internationaler Studierender deutlich verbessern. Abbildung 43 zeigt, dass Studierende sowohl eine grundsätzliche Beratung als auch spezielle Informationen brauchen, etwa wie man einen Lebenslauf schreibt (was in Deutschland eventuell anders gehandhabt wird als im Heimatland) und wo sie sich über Arbeitsstellen und den Arbeitsmarkt informieren können.

ABBILDUNG 43: ERWARTUNGEN IM BEREICH KARRIEREUNTERSTÜTZUNG – DEUTSCHLAND IM INTERNATIONALEN VERGLEICH 2011

„Welche Unterstützung erwarten Sie von einer Hochschule in Bezug auf eine Beschäftigung/eine Karriere?“

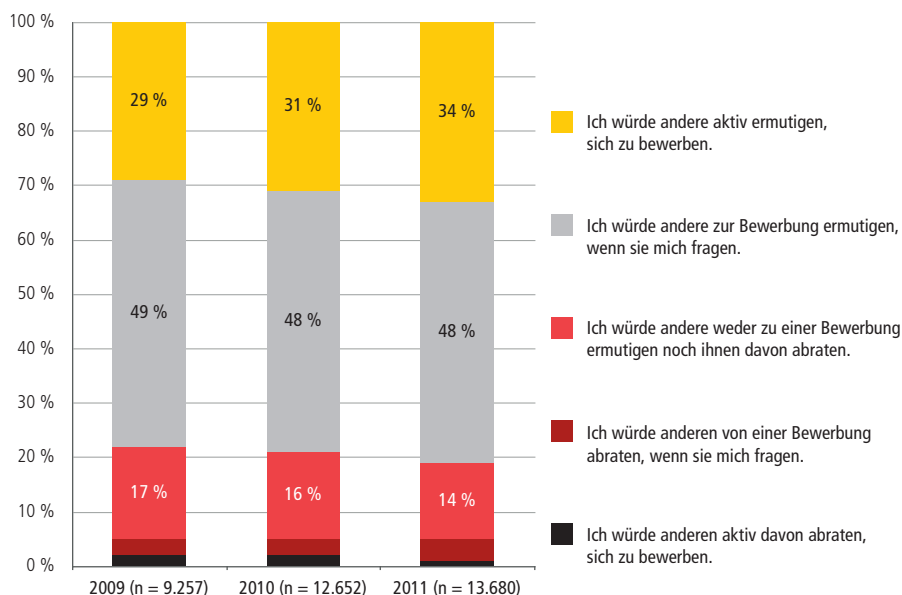


Die Hochschulen sollten den internationalen Studierenden dabei helfen, Hindernisse zur Arbeitswelt zu überwinden. Sinnvoll wäre es zum Beispiel, Verbindungen zu möglichen (lokalen) Arbeitgebern herzustellen. Der wichtigste Tipp für jede Hochschule ist, eine Karriereberatung auf Englisch anzubieten, um möglichst viele internationale Studierende anzusprechen.

WÜRDEN INTERNATIONALE STUDIERENDE DEUTSCHE HOCHSCHULEN WEITEREMPFEHLEN?

Die Wahrscheinlichkeit, dass internationale Studierende deutsche Hochschulen weiterempfehlen, ist über die letzten Jahre gestiegen (vgl. Abbildung 44). Der gelbe Balken in der grafischen Darstellung ist besonders wichtig: Er steht für die Studierenden, die andere aktiv dazu ermutigen würden, sich an einer bestimmten Hochschule zu bewerben. Diese Studierenden werden anderen auch dann von ihren Studienerfahrungen erzählen, wenn sie nicht danach gefragt werden – Hochschulen können sie somit als ihre „Markenbotschafter“ ansehen. Auch der schwarze Balken ist von Bedeutung. Er zeigt jene Studierenden, die anderen Studierenden aktiv von einer Bewerbung abraten würden. Obwohl die Anzahl dieser Studierenden normalerweise gering ist (in Deutschland 1 bis 2 %), können sie den Ruf einer Hochschule beschädigen. Im Vergleich fällt auf, dass Hochschulen, an denen kein Studierender von einem Studium abraten und viele Studierende andere aktiv zur Bewerbung ermutigen würden, zugleich diejenigen Hochschulen sind, die „ihre Versprechen halten“. Diese Erkenntnis wird durch die Ergebnisse des weltweiten ISB und die offenen Kommentare unterstützt.

ABBILDUNG 44: WAHRSCHEINLICHKEIT DER WEITEREMPFEHLUNG EINER HOCHSCHULE – VERÄNDERUNGEN ZWISCHEN 2009 UND 2011



Quelle: IGI Services 2012

Aus diesem Grund ist ein gutes Marketing einer Hochschule zwar wichtig, aber wenn eine Hochschule nicht hält, was sie verspricht, werden ihre Studierenden nicht davor zurückschrecken, dies dem Rest der Welt auch mitzuteilen. Dabei macht es keinen Unterschied, ob es um die versprochene Qualität einer Vorlesung geht oder um eine angekündigte gute Wohnsituation – beides kann gleichermaßen schädigende Auswirkungen auf die Reputation einer Hochschule haben, wenn die Erwartungen nicht erfüllt werden.

WORAUF KOMMT ES BEIM HOCHSCHULMARKETING AN?

Um eine gute Studierenerfahrung internationaler Studierender zu gewährleisten, reicht es keinesfalls aus, gute Marketingexperten einzustellen. Sicherlich ist es wichtig, dass eine Hochschule die „richtigen Botschaften“ an internationale Studierende vermittelt, doch ist die tatsächliche Studierenerfahrung der wesentliche Punkt. Was die heute immatrikulierten Studierenden über eine Hochschule sagen, wird über den künftigen Zustrom neuer Studierender entscheiden. Persönliche Empfehlungen sind über die Jahre zu der mit Abstand wichtigsten Einflussgröße für die Studienortwahl geworden. Dabei sollten sich Hochschulen bewusst machen, dass „Freunde“, von denen sich junge Menschen beraten lassen, nicht zwingend Freunde sind, die sie persönlich kennen.

Ehrlichkeit und Genauigkeit sind zwei Schlüsselwörter im Marketing. Eine Hochschule muss sicherstellen, dass sie die „richtigen“ Studierenden anspricht, die zur Art ihres Bildungsangebotes und zum Typus ihrer Institution passen. Dieser Ratschlag mag sich nach einer „offenen Tür“ anhören, doch zeigte sich während der ISB-Feedback-Präsentationen, dass einige Hochschulen deutlich besser abgeschnitten haben als andere, wenn sie durch ihr Marketing Inhalte verbreiteten, die sie auch lieferten. Im Gegensatz dazu gab es Hochschulen, die eine tolle Marketinggeschichte erzählten, an denen aber die Studierenden ganz andere Erfahrungen machten, sie zum Beispiel feststellen mussten, dass ihre Hochschule keine forschungsintensive Universität war oder nicht in der Nähe einer großen Stadt lag. Dieser Hinweis sollte nicht missverstanden werden: Nicht jede Hochschule muss forschungsintensiv sein, aber sie sollte die Studierenden mit dem Bildungsangebot, das sie auch wirklich bereitstellt, für sich gewinnen.

Einige deutsche Hochschulen haben das bereits sehr gut umgesetzt. So wurden zum Beispiel auch als „weniger vorteilhaft“ einzustufende Hochschulen von vielen Studierenden als Studienort positiv bewertet, weil sie von vornherein wussten, dass das Hochschulgebäude in einem schlechten Zustand ist oder weit vom Stadtzentrum entfernt liegt. Die Studierenden,

die sich trotz dieses Wissens für diese Hochschule entschieden hatten, machten ihre Entscheidung an anderen Punkten fest. Bei der Ankunft wurden sie dann nicht vom Zustand der Gebäude oder der Umgebung negativ überrascht.

Wenn es problematische Aspekte gibt, sollten Hochschulen diese transparent machen und dafür sorgen, dass die Studierenden verstehen, was sie erwarten können. Bietet eine Hochschule zum Beispiel keinen Abholservice vom Bahnhof oder Flughafen an, sollte sie das gleich klarstellen und über Alternativen nachdenken. Es geht nicht um den Abholservice als solchen, sondern darum, was die Studierenden erwarten. Mit den Erwartungen der Studierenden angemessen umzugehen – also ein professionelles Erwartungsmanagement – ist der Schlüssel zum Erfolg. Hochschulmarketing muss die richtigen Erwartungen bei den Studierenden wecken – und zwar bereits vor ihrer Ankunft an der Hochschule.

Angesichts der Tatsache, dass die gegenwärtige Generation (internationaler) Studierender aktiv auf ihre „Freunde“ in den sozialen Medien hört, und angesichts der großen Bedeutung der Kommunikation über das Internet (Website und soziale Medien) sollten sich Hochschulen auch damit auseinandersetzen, wie sie soziale Medien besser als Instrument nutzen können, um ihre Botschaft an internationale Studierende zu vermitteln.

Insbesondere in der Ankunfts- und Eingewöhnungsphase können soziale Medien sehr nützlich sein, um Informationen für internationale Studierende bereitzuhalten – besonders, wenn es gelingt, die momentanen Studierenden in die Kommunikation mit einzubeziehen und sie dazu zu motivieren, den neuen Studierenden mit Ratschlägen und Unterstützung in Bezug auf ihr neues Studienumfeld zur Seite zu stehen. Denn wer könnte besser geeignet sein, die richtigen Erwartungen zu wecken und hilfreiche Tipps zu geben, als die Studierenden an einer Hochschule selbst?

HRK Hochschulrektorenkonferenz

Die Stimme der Hochschulen

DAAD

Deutscher Akademischer Austausch Dienst
German Academic Exchange Service

Rund 50.000 international mobile Studieninteressierte, Studierende und Doktoranden im In- und Ausland wurden in den vergangenen Jahren im Auftrag des Konsortiums Internationales Hochschulmarketing GATE-Germany zu ihrer Standortwahl und ihrer Zufriedenheit befragt. Band 8 der Schriftenreihe Hochschulmarketing liefert einen Überblick über die Ergebnisse und stellt diese im zeitlichen Vergleich dar.

Die Ergebnisse bieten die Möglichkeit, von den Erfahrungen international mobiler Studierender und Doktoranden zu lernen und ihre Erwartungen an die deutschen Hochschulen konkreter zu erfassen. Darüber hinaus lassen sich Entwicklungspotenziale im Hinblick auf das Gewinnen und Halten von internationalen Talenten aufzeigen – sowohl bezogen auf die einzelne Hochschule als auch für den Studien- und Forschungsstandort Deutschland insgesamt.

GATE-Germany ist ein 2001 vom Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD) und der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) gemeinsam gegründetes Konsortium für internationales Hochschulmarketing.

W. Bertelsmann Verlag



ISBN 978-3-7639-5317-2

GEFÖRDERT DURCH



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung