

(IV) Attraktivität des Hochschulraums NRW

Lisa Carl, Jonas Fischer, Valerie Franze, Luisa Prior

1 Einleitung

Zunehmende globale Verflechtungen, technische Entwicklungen und der Wandel zu einer Informations- und Wissensgesellschaft haben der Internationalisierung von Hochschul- und Wissenschaftsräumen Anschub geleistet. Internationalisierung als strategische Ausrichtung der Hochschulen bzw. von Hochschulräumen steht auf der politischen Agenda der Bundesrepublik Deutschland. Internationalität ist dabei ein Qualitätsmerkmal; Wissenschaftskooperationen schaffen Synergieeffekte und sind Priorität für technischen Fortschritt und Entwicklung. Der Fachkräftemangel und der internationale Wettbewerb um ‚Top-Qualifizierte‘ sind weitere Faktoren, die die besondere Rolle der Internationalität des Hochschulstandorts Deutschland und damit NRW unterstreichen.¹ Die Bedeutung Chinas ist hier kein Zukunftsszenario, sondern bereits Realität.

In Deutschland, wie auch in den USA, in Großbritannien oder Australien, stellen chinesische Studierende² bereits die größte Gruppe der BildungsausländerInnen.³ Dies gilt auch für NRW. Hier stellten chinesische Studierende im Jahr 2011 gut 13 % der Gruppe der BildungsausländerInnen, im bundesweiten Vergleich liegt NRW damit auf Platz 5 und einen Prozentpunkt vor dem bundesdeutschen Durchschnitt.⁴ Die Anzahl, sowohl in NRW als auch bundesweit, stagniert zwar bzw. ging leicht zurück – die Zahl der Einschreibungen steigt aber nach wie vor. Eine Begründung dafür ist die Umstellung auf strukturierte Bachelor- und Masterstudiengänge. Dies erleichtert den Studienerfolg chinesischer Studierender und verkürzt die durchschnittliche Studiendauer.⁵ Die Anzahl des chinesischen Personals an Hochschulen in NRW steigt kontinuierlich und lag 2010 bei 440.⁶ Im Vergleich zu den Studierenden besteht aber eine erhebliche Informationsdiskrepanz hinsichtlich des wissenschaftlichen Austausches. So wird das festangestellte ausländische Personal zwar zentral erfasst, nicht aber die geförderten Gastwissenschaftler, die in unterschiedlichsten Kontexten für einen Aufenthalt nach Deutschland kommen. Hier lässt sich nur auf gesammelte Daten von 35 Förderorganisationen zurückgreifen. Im Jahr 2010 wurden über diese 2 382 chinesische WissenschaftlerInnen⁷ in Deutschland gefördert.⁸

Insgesamt lässt sich also bereits eine positive Bilanz ziehen. Dennoch gibt es Raum für Verbesserungen. Daher stellt sich die Frage, welche Anstrengungen unternommen werden können, um die Attraktivität des Landes NRW für chinesische Studierende und WissenschaftlerInnen zu steigern. Um diese Frage zu beantworten, wurden neben dem Literaturstudium qualitative Interviews mit Mitarbeitern von Akademischen Auslandsämtern, privaten Studienkollegs, ChinaexpertInnen des DAAD, WissenschaftlerInnen und Studierenden an vier exemplarisch ausgewählten Universitäten und Fachhochschulen in NRW⁹ geführt.

Dieser Vorgehensweise liegen theoretische Annahmen des Push-Pull-Modells aus der klassischen Migrationsforschung zugrunde, welche von Bodycott (2009) und Chen (2007) auf die Untersuchung der

1 Zum Stand der Forschung der Studierendenmobilität siehe Hahn, Karola (2004): Die Internationalisierung der deutschen Hochschulen. Univ. Wiesbaden, Mainz: 145 ff. Für einen Überblick zu Entwicklungen im globalen Hochschulraum, strategischen Ausrichtungen von Hochschulräumen und der Positionierung Deutschland innerhalb dieser siehe auch Hahn/Lanzendorf 2005: Wegweiser Globalisierung – Hochschulsektoren in Bewegung. Länderanalysen aus vier Kontinenten zu Chancen deutscher Studienangebote. Werkstattberichte 62, Wissenschaftliches Zentrum für Berufs- und Hochschulforschung, Universität Kassel.

2 Als Arbeitsdefinition bezeichnet „Studierende(r)“ eingeschriebene Studierende, die im derzeitigen Studium einen Abschluss anstreben, der unterhalb des akademischen Grades des Doktors liegt.

3 BildungsausländerInnen bezieht sich auf eingeschriebene Studierende, die keine deutsche Hochschulzugangsberechtigung haben.

4 Vgl. DAAD & HIS 2012: 69.

5 Siehe zum Beispiel DAAD & HIS 2012: 36, Interview mit Stefan Hase-Bergen (Funktion) & Susanne Otten am 11.1.2013 in Bonn.

6 IT.NRW: Statistische Berichte. Personal an Hochschulen, sämtliche Ausgaben der letzten Jahre.

7 Als Arbeitsdefinition bezeichnet „WissenschaftlerInnen“ alle Personen, die an einer Hochschule oder einer Forschungsorganisation tätig sind und derzeit den Grad des Doktors anstreben oder einen höheren akademischen Grad haben.

8 DAAD & HIS 2012: 80.

9 FH Aachen, FH Düsseldorf, Uni Duisburg-Essen und Uni Münster.

Standortwahl Studierender aus dem ostasiatischen Raum und speziell China angewendet wurden.¹⁰ Unterschieden wird zwischen Push-Faktoren, also im Heimatland verankerte Gründe, die eine Entscheidung zugunsten des Auslandsaufenthalts beeinflussen, und Pull-Faktoren, die im Zielland verankert sind und die vor allem die Wahl des Aufenthaltsortes beeinflussen.¹¹ Letztere sind für die vorliegende Studie von wesentlicher Relevanz. Dabei gibt es Pull-Faktoren, auf die NRW keinen unmittelbaren Einfluss hat, die aber als natürliche Standortvorteile gewertet werden können (Externe Pull-Faktoren). Dazu gehören beispielsweise gemäßigte Klimabedingungen sowie die Sicherheitsaspekte und die Höhe der Lebenshaltungskosten. Zusätzlich dazu gibt es aber auch solche Pull-Faktoren, die von NRW direkt beeinflusst werden können, wie etwa die Präsenz von Hochschulen auf Bildungsmessen in China und im Internet sowie das Studienangebot oder die Verfügbarkeit von Stipendien (Direkte Pull-Faktoren). Darüber hinaus sind auch solche Pull-Faktoren hervorzuheben, welche die Standortwahl nicht unmittelbar beeinflussen, aber von hoher Relevanz für den Studienerfolg und die Zufriedenheit chinesischer Studierender sind und damit langfristig Einfluss auf die Attraktivität des Hochschulstandortes NRW haben. Hierzu gehören beispielsweise universitäre Beratungs- und Unterstützungsangebote sowie Beschäftigungs- und Migrationsaussichten (Indirekte Pull-Faktoren).

2 Situationsanalyse

2.1 Erfolgreiches NRW

Die aktuellen Recherchen, Statistiken und Interviewergebnisse zeichnen bereits ein erfolgreiches Bild von NRW als interessantem Hochschulraum für chinesische Studierende und WissenschaftlerInnen.

Chinesische Studierende machen mit über 5 300 bereits die größte Gruppe der BildungsausländerInnen in NRW aus. Darauf folgt Österreich mit knapp 2 160 BildungsausländernInnen und schließlich Russland mit 2 112.¹² Wie auch bei anderen Entwicklungs- und Schwellenländern belegen chinesische Studierende vornehmlich technische und naturwissenschaftliche Fächer, gefolgt von Wirtschaftswissenschaften.¹³ Der Trend geht dabei zum weiterführenden Studium; so sind derzeit zwar noch eine größere Anzahl in Erst- bzw. Bachelorstudiengängen eingeschrieben, die Zahlen haben sich aber stark angenähert. Insbesondere der Studienerfolg, der mit dem deutscher Studierenden vergleichbar ist, ist hervorzuheben. Auch bei geförderten ausländischen WissenschaftlerInnen in Deutschland sind Chinesen die zahlenmäßig führende Gruppe. An zweiter Stelle stehen hier die Russische Föderation und schließlich die USA. Hierbei handelt es sich vorwiegend um Postgraduierte; von den 440 Mitarbeitern in NRW sind 28 Professoren.¹⁴

Der im Durchschnitt hohe Anteil chinesischer Studierender und WissenschaftlerInnen in NRW wird einerseits durch erstarkende Push-Faktoren in China begünstigt. So wird mit dem aktuellen Fünfjahresplan erheblich in Bildung und Forschung investiert und die Internationalisierung der Hochschulen angestrebt. Eine wachsende Mittelschicht und die Ein-Kind-Politik führen dazu, dass erhebliche Gelder für die Ausbildung der jungen Generation aufgebracht werden.¹⁵

Andererseits spielen aber auch Pull-Faktoren eine bedeutende Rolle für die bereits heute hohen Zahlen chinesischer Studierender und WissenschaftlerInnen in NRW. So wurden die oben genannten externen Pull-Faktoren, die für Deutschland insgesamt positiv sind, in Interviews von chinesischen Studierenden und WissenschaftlerInnen bestätigt. Insbesondere das seit den jüngsten Reformen im europäischen Ver-

10 Bodycott 2009; vgl. auch Chen 2007.

11 In Bezug auf chinesische WissenschaftlerInnen konnte auf keine Studien zurückgegriffen werden, die an das Push-Pull-Modell angelehnt sind. Insgesamt ist die studentische Mobilität weit mehr erforscht als der Austausch bzw. die Migration von WissenschaftlerInnen. Die hier beschriebenen Informationen zu wissenschaftlichem Personal aus China beziehen sich deshalb primär auf empirische Untersuchungen.

12 IT.NRW 2012.

13 Siehe dazu und zum Folgenden DAAD & HIS 2012: 62, 65, 80.

14 IT.NRW 2012a.

15 Für einen Überblick zu Entwicklungen im chinesischen Hochschulraum und deutsch-chinesischer Kooperation siehe GATE Germany (Hrsg.) (2012): *Bildungsmarketing in China. Erfolgreich Rekrutieren und Kooperationen knüpfen*. Ein Leitfaden für deutsche Hochschulen. Schriftenreihe Hochschulmarketing 6. Bertelsmann: Bielefeld.

gleich liberale deutsche Aufenthalts- und Arbeitsrecht¹⁶ sowie die geringen Studiengebühren wurden in diesem Zusammenhang hervorgehoben. Interviewte WissenschaftlerInnen und Studierende sehen explizit den Hochschulstandort NRW positiv und loben sowohl die hohe Qualität der Ausbildung als auch die der deutschen Produkte. Die Region NRW als industrieller Motor Deutschlands und als Modell für Strukturwandel ist angesichts des chinesischen Entwicklungsweges von Interesse. Die Lage NRW im Herzen Europas mit der Nähe zu umliegenden Ländern, die gute Vernetzung des ÖPNV und eine hohe Dichte chinesischer Restaurants und kultureller Angebote wie die nordrhein-westfälischen Konfuzius-Institute sind weitere positive Faktoren. Auch wurden im Ländervergleich gute Erfahrungen mit der staatlichen Bürokratie gemacht, die sich durch Offenheit gegenüber Studierenden auszeichnet.¹⁷ Solche direkten Pull-Faktoren könnten von NRW noch hervorgehoben und effektiver positioniert werden.

Zudem ist die Wissenschaftskooperation zwischen NRW und China bereits weit fortgeschritten; so gibt es bereits eine Vielzahl etablierter und institutionalisierter Hochschul- und Wissenschaftskooperationen zwischen China und NRW.¹⁸

2.2 Problemfelder

Obwohl NRW-Hochschulen bereits erfolgreich Studierende aus China anwerben, gibt es auch Probleme. So sind erhebliche Diskrepanzen sowohl hinsichtlich der Angebote für internationale Studierende als auch der Anzahl internationaler Studierender zwischen Hochschulen zu verzeichnen. Erfolgsmodellen wie beispielsweise der Fachhochschule Aachen mit sehr guten Beratungseinrichtungen und Integrationsprogrammen und der Universität Duisburg-Essen mit einem verhältnismäßig hohen Anteil an chinesischen Studierenden steht Nachholbedarf vor allem an kleineren Fachhochschulen gegenüber.

Zum Teil sind diese natürlich in unterschiedlichen Schwerpunkten begründet, und es gilt, diese Vielfalt im Hochschulraum NRW zu unterstützen. Die im Weiteren thematisierten Problematiken in Bezug auf direkte und indirekte Pull-Faktoren können aber für viele Hochschulen als Felder mit Handlungsbedarf stehen.

Das Studienangebot im Gastland ist ein zentraler direkter Pull-Faktor¹⁹ und wurde in verschiedenen Interviews als ausbaufähig hervorgehoben. So ist das Angebot englischsprachiger Studienprogramme an NRW-Hochschulen bisher nicht ausreichend. Auch die Entwicklung innovativer, für internationale und besonders chinesische Studierende attraktiver Angebote bietet noch Potenzial.

Des Weiteren haben sich nach der Abschaffung der Studienkollegs in NRW bisher trotz staatlicher Anreize keine Alternativen etabliert. Da ausländische Studierende in der Regel in dem Bundesland ein Studium beginnen, in dem sie auch ihre Hochschulzugangsberechtigung erworben haben, entsteht hier momentan ein Standortnachteil für NRW. Im Zusammenhang mit der Studienqualifizierung für internationale Studierende werden Bewerbungsvorgänge derzeit zunehmend von Hochschulen selbst abgewickelt und Plätze nicht mehr zentral vergeben. Das führt zum einen zur Aufweichung von Qualifikationskriterien und zum anderen zur Ausbreitung unterschiedlicher Bewerbungsverfahren und Anforderungsprofile.

Darüber hinaus verfolgen nur wenige nordrhein-westfälische Hochschulen kohärente Marketingstrategien, die einen maßgeblichen Einfluss auf die Anwerbung ausländischer bzw. chinesischer Studierende und WissenschaftlerInnen ausüben können.²⁰ Im Vergleich zu anderen Ländern haben deutsche Hochschulen keine finanziellen Anreize zur Anwerbung internationaler Studierender. Fehlende mehrsprachige Internetauftritte, wenig zielgruppenorientiertes Informationsmaterial und fehlende Vertretungen im Ausland stellen Schwächen dar. GATE-Germany erstellt regelmäßig Studien und Leitfäden zu erfolgreichen Werbestrategien. Dies scheint aber nur wenig wahrgenommen zu werden, was an schlechter Vernetzung zwischen den Hochschulen und GATE bzw. DAAD liegt.

16 Tagesschau 2013.

17 Interviews mit chinesischen Studierenden an den ausgewählten Standorten vom 5. bis 18. 12. 2012; Interviews mit Ansprechpartnern der International Offices an den ausgewählten Standorten.

18 HRK 2010: 5.

19 Bodycott 2009: 358.

20 Ebd. 357.

Überdies lässt sich auch Handlungsbedarf im Bereich der indirekten Pull-Faktoren konstatieren. Chinesische Studierende und WissenschaftlerInnen nehmen oft nicht oder nur wenig am studentischen und sozialen Leben in Deutschland teil. Sprachbarrieren erschweren das Studium und die Integration. Das Studiensystem und die Eigenorganisation des Studiums werden trotz der Umstellung auf strukturiertere Bachelor- und Masterprogramme als komplex empfunden. Auch der Umgang mit partizipativen Lehrformen bereitet Schwierigkeiten. In der Regel gibt es zwar ausreichende Angebote für Beratung wie auch Gestaltungsmöglichkeiten im Freizeitbereich, es mangelt aber an einer Zielgruppenorientierung und Koordinierung sowie festen Ansprechpartnern mit chinesischen oder englischen Sprachkenntnissen.

3 Strategische Handlungsfelder

Im Folgenden werden die zentralen strategischen Felder aufgezeigt, in denen Handlungsbedarf besteht, um NRW langfristig als attraktiven Hochschulstandort für chinesische Studierende und WissenschaftlerInnen zu etablieren. Diese lassen sich in fünf Bereiche einteilen: (1) Internationalität der Lehre, (2) Hochschulmarketing, (3) Information und Vernetzung, (4) Integration sowie (5) Zentralisierung auf Landesebene.

3.1 Internationalität der Lehre

Aus der Problemfeldanalyse ist deutlich geworden, dass die Strukturen für die Internationalität der Lehre, insbesondere bezogen auf spezifische Lehrangebote und Studienqualifizierung als wichtige direkte Pull-Faktoren²¹, ausbaufähig sind. Der Problematik der Sprachbarrieren chinesischer Studierender kann durch eine Ausweitung englischsprachiger Studienangebote effektiv entgegengewirkt werden und ist gleichzeitig kongruent mit allgemeineren Internationalisierungszielen von Hochschulen. Diesbezüglich wäre aber zusätzlich auch die Förderung von Modellstudiengängen wie den International Oriented Studies (IOS) denkbar, welche beispielsweise an der FH Aachen und der Universität Duisburg-Essen (hier unter der Abkürzung ISE) sehr erfolgreich etabliert wurden. Hier findet der Unterricht zunächst auf Englisch und erst ab dem dritten Semester deutschsprachig statt. Das vermindert Einstiegshürden und trägt gleichzeitig zur sprachlichen Integration von Studierenden bei. Auch wissenschaftliches Personal kann hierüber integriert werden, da es in der englischsprachigen Lehre eingesetzt werden kann.

Ein weiteres Instrument ist die Entwicklung gemeinsamer Curricula. ChinaexpertInnen heben dies hervor, da ein strukturierter Austausch ermöglicht wird und chinesische Lerngewohnheiten beachtet werden können. Dabei können übliche Probleme mit der Komplexität des deutschen Studiensystems umgangen werden.²²

Auffällig ist, dass Fachhochschulen häufig weniger international ausgerichtet sind als Universitäten. Dies zeigt sich an den dort im Vergleich geringeren Zahlen chinesischer Studierender und WissenschaftlerInnen.²³ Dabei treffen die Praxisnähe und Strukturiertheit der Fachhochschulen sowie die häufige Ausrichtung auf technische Studiengänge durchaus chinesische Präferenzen. Dieses Potenzial ließe sich durch erhöhte Anstrengungen in den Internationalisierungsstrategien und eine bessere Vermarktung des Konzepts „Fachhochschule“ nutzen.²⁴

Schließlich sollte in NRW zügig eine Lösung für die Studienqualifizierung (wie vormals durch die staatlich finanzierten Studienkollegs vermittelt) eingeführt werden. Dabei sollte dem bereits beschriebenen Trend der Aufweichung von Eingangskriterien entgegengewirkt werden. Stattdessen sollte ein zukunftsfähiges Modell entwickelt werden, mit dem NRW langfristig auch eine Vorreiterrolle für andere Bundesländer einnehmen kann. Denkbar wären hier entweder die aktive Stärkung kostenpflichtiger privater Studienkollegs, bei gleichzeitiger Erhöhung entsprechender Stipendien für solche Bewerber, die nicht über die notwendigen finanziellen Ressourcen verfügen, oder die Einführung einer kriterienbasierten Auswahl durch Bewerbungstests in China. Diese könnten zum Beispiel in den DAAD-Außenstellen

21 Mazzaro 2001: 11.

22 HRK 2010: 5 ff.

23 IT.NRW 2012.

24 DAAD 2012: 62.

direkt vor Ort durchgeführt werden, da dort die nötige Expertise bereits vorhanden ist und solche Auswahlverfahren bereits erfolgreich durchgeführt werden.²⁵ Die Variante der Förderung privater Studienkollegs würde sich insofern anbieten, da es bereits ein bestehendes Institut gibt, das erfolgreich auf die staatliche Aufnahmeprüfung zur Hochschulzulassung vorbereitet: Das Freshman Institut an der FH Aachen. Dieses hat aufgrund effektiver Marketingsstrategien einen großen Anteil an den hohen Zahlen chinesischer Studierender an der FH Aachen und den Kooperationsuniversitäten wie den Universitäten Duisburg-Essen oder Bielefeld und stellt damit einen direkten Pull-Faktor dar. Darüber hinaus wird das Institut nicht durch staatliche Zuwendungen getragen und stellt daher ein Vorbild für eine kostengünstige Alternative zu dem Modell der staatlichen Studienkollegs dar.

3.2 Hochschulmarketing

Das Hochschulmarketing besitzt einen großen Einfluss auf die Hochschulwahl von Studieninteressierten und kann maßgeblich dazu beitragen, geeignete StudienbewerberInnen und wissenschaftliches Personal zu werben. Dringender Handlungsbedarf besteht in diesem Zusammenhang insbesondere bei den folgenden direkten Pull-Faktoren: (1) Webmarketing, (2) Bildungsmessen in China und (3) Hochschulaußenstellen.²⁶

Im Bereich des Webmarketings sind zunächst die mehrsprachige Pflege (durchgängige englischsprachige und – falls möglich – chinesischsprachige Webangebote) und die regelmäßige Überprüfung von Inhalten zielführend. Für eine bessere Kundenorientierung wäre auch die stärkere Repräsentation in sozialen Medien und auf strategisch relevanten chinesischen Internetseiten wie z. B. Baidu, Douban oder Renren²⁷ von Vorteil, da diese Medien in China von herausragender Bedeutung sind.²⁸

Bildungsmessen in China sind häufig ausschlaggebend für die Standortwahl von chinesischen Studierenden. Die Präsenz der Hochschulen auf wichtigen Bildungsmessen wie der China Education Expo oder der Süd China Tour sollte daher langfristig gestärkt und ausgebaut werden.

Die Errichtung von Hochschulaußenstellen in China voranzutreiben wäre zweifelsohne sinnvoll, da Hochschulen mit solchen Außenstellen besonders erfolgreich rekrutieren und mit anderen Hochschulen kooperieren (z. B. FU Berlin, RWTH Aachen, TU München, Universität Göttingen). Durch gemeinsame Repräsentanzbüros von Bildungs- und Hochschulinstitutionen könnten Synergieeffekte entstehen und der Studienstandort NRW insgesamt vermarktet werden.²⁹

GATE Germany bietet finanzielle und logistische Unterstützung mit Hinblick auf Marketingstrategien und stellt konkrete Handlungsempfehlungen im Rahmen einer aktuellen Publikation zum Thema.³⁰ Der Vergleich unterschiedlicher Hochschulen zeigt zudem, dass langfristige Strategien und die Kombination verschiedener Marketinginstrumente erfolgsversprechender sind als kurzfristige isolierte Maßnahmen.³¹

3.3 Vernetzung

Wie in Abschnitt 2.2 beschrieben, mangelt es auf vielen Ebenen des nordrhein-westfälischen Hochschulsystems an Vernetzungsanstrengungen und Informationsdiffusion. Eine Verbesserung des Informationsflusses kann daher erheblich dazu beitragen, direkte wie indirekte Pull-Faktoren zukünftig zu stärken.

Persönliche Bindungen besitzen in China einen sehr hohen Stellenwert und sind unerlässlich für erfolgreiche Hochschul- und Forschungsk Kooperationen.³² Da persönliche Beziehungen (*Guanxi*) in China noch von weit umfassenderer und tiefgreifenderer Bedeutung sind als in Deutschland, stellen sie

25 GATE 2011: 11.

26 HRK 2010: 41.

27 Die Internetseite Baidu ist die meistgenutzte Suchmaschine Chinas, Renren ist ein Campusnetzwerk und ähnelt „Facebook“, Douban ist ein wichtiges Forum für Veranstaltungskündigungen und Diskussionen.

28 GATE 2012: 59.

29 Ebd. 63.

30 Ebd.

31 GATE 2012: 55.

32 GATE 2011.

einen der wichtigsten direkten Pull-Faktoren für die Standortwahl chinesischer Studierender und WissenschaftlerInnen dar.³³ Dies wird auch an einer Befragung³⁴ deutlich, bei der die Mehrheit angab, sich Informationen über Deutschland hauptsächlich bei Bekannten und Verwandten eingeholt zu haben.³⁵ Auch auf Hochschulebene werden Kooperationen in den meisten Fällen durch das Interesse und Engagement von Einzelpersonen initiiert.³⁶ Es ist deshalb besonders wichtig, persönliche Beziehungen zu fördern und bereits bestehende Netzwerke und deren Expertise, wie die des DAADs, zu nutzen und zu erweitern. Langfristig könnte vor allem der Ausbau von Alumninetzwerken dazu beitragen, persönliche Kontakte zu pflegen und zukünftige AnsprechpartnerInnen in China zu gewinnen.³⁷ Durch die gute Vernetzung von chinesischen Studierenden und Absolventen kann sich ein positives NRW-Image verbreiten, das wiederum qualifizierte WissenschaftlerInnen und Studierende anzieht und damit Chancen für Kooperationen eröffnet.

Ein weiterer wichtiger Aspekt in diesem Zusammenhang ist die Förderung der chinesischen Sprache durch Lehrangebote an den deutschen Hochschulen. Sprachliche Kompetenz erleichtert den Beziehungsaufbau und kann als indirekter Pull-Faktor langfristig zum Ausbau deutsch-chinesischer Kooperation auf politischer und wirtschaftlicher Ebene beitragen. NRW könnte sich in diesem Bereich durch die Förderung von chinesischen Lehramtsstudiengängen einen Standortvorteil gegenüber anderen Bundesländern verschaffen.³⁸

Ein weiterer wichtiger Aspekt betrifft den Informationsaustausch zwischen Hochschulen und dem DAAD, der ausbaufähig ist. Hierunter fällt auch die Vernetzung innerhalb von Hochschulen, also etwa zwischen einzelnen Instituten und International Offices.³⁹ Dies führt zu einem hohen Aufwand bei der Informationsbeschaffung und kann letztlich dazu führen, dass bestehende Angebote und Fördermöglichkeiten nicht ausreichend bekannt sind und somit nicht wahrgenommen werden können. Hier könnte ein besseres Qualitätsmanagement der internen Kommunikation Abhilfe schaffen. Auch eine Stärkung von strukturellen Kapazitäten für die Internationalisierung an Hochschulen, wie die Aufstockung von Personal, wäre förderlich, um die genannten Vernetzungsdefizite zu adressieren.

3.4 Integration

Ein Thema, das sich in allen bisher behandelten Bereichen wiederfindet, bezieht sich auf Integrations-schwierigkeiten von chinesischen Studierenden und WissenschaftlerInnen in ihr soziales und gesellschaftliches Umfeld. Auch das deutsche Studiensystem, das im Gegensatz zum chinesischen eine unbekanntere Eigenverantwortung fordert, wird als Herausforderung gesehen.⁴⁰ Insbesondere die Bereiche Sprache, interkulturelles Lernen und Beratungsangebote wurden von den Interviewteilnehmern als zentrale Problemfelder hervorgehoben.⁴¹ Verbesserungen im Bereich dieser indirekten Pull-Faktoren könnten die Zufriedenheit während eines Studien- oder Forschungsaufenthalts erhöhen und somit die Attraktivität des Studienstandortes NRW langfristig stärken. Wie bereits in Abschnitt 3.1 erwähnt, stellt die deutsche Sprache für viele chinesische Studierende und WissenschaftlerInnen eine große Herausforderung dar. Da die erworbenen Sprachkenntnisse häufig nicht ausreichen oder sich sogar während des Aufenthaltes in Deutschland noch verschlechtern,⁴² könnte die Einführung obligatorischer Sprachkurse zu besseren Deutschkenntnissen beitragen. Anreize für die Belegung von Sprachkursen könnten auch durch die Vergabe von Credit Points erfolgen. Da Sprachkenntnisse die soziale Interaktion erleichtern,

33 Bodycott 2009: 358.

34 Nicht-repräsentative Studie im Rahmen der Dissertation von Jun Zhou (2009). Methodenmix: Standardisierter schriftlicher Fragebogen – 173 Befragte und leitfadengestützte qualitative Interviews mit chinesischen Studierenden in Bochum, Dortmund, Osnabrück und Münster. Zhou, Jun 2009: 47 f.

35 Zhou, Jun 2009: 83 f.

36 Interview mit ChinaexpertInnen des DAAD am 11. 1. 2013 (Interviewpartner baten um Anonymität).

37 GATE 2011: 13 und GATE 2012: 65.

38 Interview mit ChinaexpertInnen des DAAD (Interviewpartner baten um Anonymität).

39 Interview mit International Office Münster (Ansprechpartner bat um Anonymität).

40 Guan 2007: 137 f.

41 Interviews mit Studierenden an den ausgewählten Standorten vom 5. bis 18. 12. 2012; Interview mit dem International Office (mehrere Ansprechpartner) Duisburg-Essen am 20. 12. 2012 in Duisburg; siehe auch Guan 2007: 122.

42 Vgl. Chen, Yu 2012.

können die beschriebenen Empfehlungen langfristig auch zu einer besseren Integration in die deutsche Gesellschaft beitragen.

Ein weiterer Aspekt ist die Förderung von interkulturellen Kompetenzen, da große kulturelle Unterschiede zwischen der chinesischen und deutschen Kultur bestehen. Laut einer Studie von 2009 bereiten sich nur ca. 50 % der befragten Studienteilnehmer überhaupt auf das Studium im Gastland Deutschland vor, was diese Studierenden bei Ankunft vor große Probleme stellt. Auch wird herausgestellt, dass besonders die ersten Wochen nach Ankunft ausschlaggebend für einen erfolgreichen Abschluss des Studiums sind und dieser von deutscher Seite beeinflusst werden kann.⁴³ Zur Unterstützung des Erlernens kultureller Gegebenheiten könnten sogenannte Propädeutika beitragen. Hierbei handelt es sich um mehrmonatige Vorbereitungskurse, im Rahmen derer Kompetenzen bezüglich der deutschen Kultur und des deutschen Bildungssystems vermittelt werden. Im Bereich der Bachelorstudiengänge könnten diese auch in Verbindung mit studienqualifizierenden Maßnahmen eingeführt werden.⁴⁴

Bei den Beratungsangeboten sind insbesondere die Angebote für WissenschaftlerInnen ausbaufähig, ihr Mangel wurde durch verschiedene InterviewpartnerInnen betont. Um die Integration in der Anfangsphase zu erleichtern, könnten Welcome Center, integriert in International Offices, sehr hilfreich sein. Für die langfristige Integration von Studierenden und WissenschaftlerInnen, aber auch von Familienangehörigen, wären zudem die Etablierung bzw. Stärkung von Career Centern sowie eine verbesserte Kooperation mit Arbeitsagenturen von Vorteil. Die genannten Unterstützungen werden bereits an der FH Aachen und der Universität Bielefeld praktiziert und könnten in ähnlicher Form von anderen Hochschulen übernommen werden. Da chinesische BildungsausländerInnen Beratungsangebote oft nur unzureichend wahrnehmen, wäre gerade in der Anfangsphase ein proaktiver Zugang integrationsfördernd. Beratungs- oder Einführungsangebote könnten mittels verpflichtender Termine und fester Ansprechpartner einen besseren Zugang gewährleisten.⁴⁵

Auch von Universitäten organisierte interkulturelle Workshops, Trainings und Ausflüge verbessern die Integration chinesischer Studierender erheblich, allerdings stellt hier der Mangel an finanziellen und personellen Kapazitäten ein großes Hindernis dar.⁴⁶

Von besonderer Bedeutung für einen verbesserten und vereinfachten Zugang zu Beratungs- und Integrationsangeboten ist die Zentralisierung dieser Angebote durch eine gemeinsame Repräsentation. Angestellten der International Offices zufolge könnten hierdurch Doppelstrukturen, die beim Studentenwerk und dem International Office bestehen, vermieden, bürokratische Hürden gemindert und damit die Zugänglichkeit zu den Angeboten insgesamt erleichtert werden.⁴⁷ Ein gelungenes Modell wurde bereits am Campus Jülich der FH Aachen mit dem Akademikerzentrum AKZENT etabliert. Es handelt sich um ein Netzwerk von Studierendenberatungen und -unterstützungen, welches durch die Integration verschiedener Akteure wie International Office, Studierendenvertretung, psychosozialer Beratung, Career und Job Center koordinierte und effektive Beratung gewährleistet.⁴⁸

Eine solche Zentralisierung bedarf größerer personeller Kapazitäten, alternativ könnten aber auch private All-Inclusive-Pakete etabliert werden, die Integrations-Services kostenpflichtig anbieten und somit nicht von staatlicher Seite aus finanziert werden müssen. Hier gibt es bereits einige erfolgreiche Beispiele privater Anbieter wie etwa das an die Sprachakademie Aachen angegliederte Unternehmen *preStep*, das bereits beschriebene Freshman Institut sowie das Institut für Kommunikation Akoun & Scholten in Duisburg. Alle Agenturen bieten Unterkunft, Versicherungen, Beratungsangebote, Unterstützung bei Behördengängen sowie Sprach- und interkulturelle Trainings speziell für chinesische Studierende an, die diese auf die deutsche Sprachprüfung für den Hochschulzugang (DSH) und das Leben in Deutsch-

43 Zhou, Jun 2009: 84 ff.

44 GATE 2012: 42.

45 Guan 2007: 127.

46 Interview mit dem International Office WWU Münster (Interviewpartner bat um Anonymität).

47 Interview am 5. 12. 2012 in Duisburg (Interviewpartner bat um Anonymität).

48 <http://www.akzent-fh-juelich.de/> (13. 3. 2013).

land vorbereiten.⁴⁹ Sie füllen damit die Lücke, die der Wegfall von Studienkollegs hinterlassen hat und sind trotz hoher Preise (zwischen 5 000 und 17 000 Euro) stark nachgefragt.⁵⁰

4 Etablierung eines Hochschulkompetenzzentrums China-NRW

Die bisherigen strategischen Handlungsempfehlungen beziehen sich auf die Mikro- und Mesoebene, allerdings sollte auch die zentrale Koordination auf Makroebene nicht außer Acht gelassen werden. Für die Belange der Internationalisierung, die Entwicklung einer Gesamtstrategie für NRW und eine zielgruppenspezifische Vermarktung des Bundeslandes könnte eine zentrale Steuerungsstelle auf Landesebene wichtige Akzente setzen. Im Rahmen einer langfristigen und koordinierten Strategie wäre daher die Schaffung von Kapazitäten hilfreich, die nicht direkt an eine Hochschule angegliedert sind, da dies vor dem Hintergrund des Wettbewerbs zwischen Hochschulen problematisch ist. Die Etablierung eines China-NRW-Hochschulkompetenzzentrums wäre ein konsequenter Schritt, zentrale Aufgaben zu vereinen und zu koordinieren. Dieses Kompetenzzentrum könnte drei zentrale Verantwortungsbereiche übernehmen:

1. Die Repräsentation NRW nach außen, also die Entwicklung und Umsetzung einer Marketingstrategie für den Hochschul- und Wissenschaftsraum NRW. Im Rahmen dessen können auch die in Abschnitt 2.1 beschriebenen besonderen Merkmale und Standortvorteile NRW effektiver positioniert und damit direkte Pull-Faktoren positiv beeinflusst werden.
2. Als Informationsvermittlung für nordrhein-westfälische Hochschulen bezüglich chinesischer Präferenzen und möglicher Probleme sowie Aufarbeitung und Weitervermittlung von Erfolgskonzepten und *best practice*-Beispielen. Dadurch können Studienerfolge verbessert und somit indirekte Pull-Faktoren langfristig aufgewertet werden.
3. Die gezielte Verbreitung von Informationen über bestehende GATE- und DAAD-Leistungen zwecks einer intensiveren und koordinierten Nutzung.

Ein solches China-NRW-Kompetenzzentrum würde einen hohen Mehrwert schaffen, da es Doppelstrukturen verhindern, Informationen leicht zugänglich machen und damit die Attraktivität des Hochschulstandortes NRW für China langfristig stärken würde.

5 Fazit

Wie aus den Ergebnissen der vorliegenden Studie hervorgeht, ist der Standort NRW bereits ein attraktiver Studien- und Wissenschaftsstandort für chinesische BildungsausländerInnen. Um aber langfristig attraktiv zu sein und das Potenzial für eine verstärkte Wissenschaftskooperation mit China zu nutzen, gibt es Handlungsbedarf. Die Internationalität der Lehre, kohärentes Hochschulmarketing, Vernetzung zwischen Bildungsakteuren und Angebote für bessere soziale Integration sind hier die zentralen Felder zur Stärkung wichtiger direkter und indirekter Pull-Faktoren. Besonders hervorzuheben sind strukturierte englischsprachige Angebote, beispielsweise durch von chinesischen und deutschen Hochschulen gemeinsam entwickelte Curricula. Im Bereich des Marketings sind das Internet, soziale Netzwerke im chinesischen Internet und auch die Repräsentation vor Ort, also auf Bildungsmessen und in Repräsentanzbüros von besonderer Wichtigkeit. Neben der Vernetzung der Akteure im Hochschulbildungsbereich in Deutschland und der Verbesserung des Kommunikationsmanagements in Hochschulen muss ebenfalls auf chinesisch-deutsche Netzwerke gebaut werden. Dabei kann intensive Alumniarbeit ein Ansatz sein. Dauerhafte Ansprechpartner sind auch im Hinblick auf das Beratungsangebot von Bedeutung. Wesentliche Elemente sind zielgruppenspezifische soziale Beratung und Angebote, und damit einhergehend deren Zentralisierung. Mit einer gezielten Anreizsetzung können bereits bestehende Angebote besser genutzt und neue, zielgruppenorientierte Strukturen errichtet werden. In diesem Zusammenhang bieten DAAD, HRK oder GATE-Germany eine Vielzahl hilfreicher Anknüpfungspunkte.

49 <http://www.kommunikation-as.de/>, zuletzt geprüft am 3. 3. 2013; <http://www.fh-aachen.de/hochschule/freshman/> (3. 3. 2013).

50 Interview mit Weijing Le (Studentin) am 18. 12. 2012 in Duisburg; Interview mit dem Freshman Institut am 18. 12. 2012 (Interviewpartner bat um Anonymität).

Ein zentrales China-NRW-Hochschulkompetenzzentrum könnte zudem langfristig dazu beitragen, die Hochschul- und Wissenschaftskooperation zwischen China und NRW sicherzustellen und zu vertiefen und damit die Attraktivität des Hochschulstandortes für chinesische Studierende und WissenschaftlerInnen weiter zu steigern.

Literatur

- Bodycott, P. (2009): Choosing a higher education study abroad destination: What mainland Chinese parents and students rate as important. In: *Journal of Research in International Education*, 8 (3): 349–373.
- Chen, Liang-Hsuan (2007): East-Asian Students' Choice of Canadian Graduate Schools. In: *International Journal of Educational Advancement*, 7 (4): 271–306.
- Chen, Yu (2012): Verbessern chinesische Studierende ihre Sprechfertigkeit im Deutschen während des Fachstudiums in Deutschland? Eine empirische Untersuchung unter Berücksichtigung sozialer Aspekte. *Duisburger Arbeiten zur Sprach- und Kulturwissenschaft*, Bd. 91.
- DAAD/HIS (2012): Wissenschaft Weltoffen. Daten und Fakten zur Internationalität von Studium und Forschung in Deutschland. Chinesische Studierende an deutschen Hochschulen.
- GATE-Germany (2011): Länderprofile. Analysen – Erfahrungen – Trends. Edition China.
- GATE-Germany (Hrsg.) (2012): Bildungsmarketing in China. Erfolgreich Rekrutieren und Kooperationen knüpfen. Ein Leitfaden für deutsche Hochschulen. Schriftenreihe Hochschulmarketing, 6. Bertelsmann: Bielefeld.
- Guan, Huiping (2007): Anpassung und Integration der chinesischen Studierenden in Deutschland. Eine Untersuchung anhand des Beispiels an der Universität Bremen. Dissertation, Universität Bremen. Online verfügbar unter <http://webdoc.sub.gwdg.de/ebook/dissts/Bremen/Guan2007.pdf> (19. 10. 2012).
- HIS (2010): Projektbericht. Julia Behrens, Lars Fischer, Karl-Heinz Minks, Lena Rösler: Die internationale Positionierung der Geisteswissenschaften in Deutschland. Eine empirische Untersuchung.
- HRK (2010): Gemeinsame deutsch-chinesische Studien- und Promotionsprogramme. Beiträge zur Hochschulpolitik, 5/2010.
- IT.NRW – Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik (2012): Hochschulen in Nordrhein-Westfalen 2010/2011. Düsseldorf.
- IT.NRW – Information und Technik Nordrhein-Westfalen – Geschäftsbereich Statistik (2012a): Personal an Hochschulen in Nordrhein-Westfalen. Düsseldorf.
- Mazzarol, T. (2001): Push-Pull Factors Influencing International Student Destination Choice. CEMI Discussion Paper Series, DP 0105, Centre for Entrepreneurial Management and Innovation.
- Tagesschau (2013): Deutschland hat ein Imageproblem bei Zuwanderern. 4. 2. 2013. <http://www.tagesschau.de/wirtschaft/zuwanderung-arbeitsmarkt100.html> (14. 3. 2013).
- Zhou, Jun (2009): Zwischen ‚Elite von morgen‘ und ‚Müllstudenten‘. Chinesische Studenten in Deutschland. Dissertation, WWU Münster.