



STUDY & WORK

„Study & Work“ – Regionale Netzwerke zur Bindung von internationalen Studierenden

Ergebnisse und Handlungsempfehlungen aus zehn Modellprojekten



Die Beauftragte der Bundesregierung
für die neuen Bundesländer



STIFTERVERBAND
Bildung. Wissenschaft. Innovation.

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
10115 Berlin
www.bmwi.de

Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Baedekerstraße 1
45128 Essen
www.stifterverband.org

Text und Redaktion

- Beteiligte Projekte
- VDI/VDE Innovation + Technik GmbH
Maxie Lutze, Angelika Frederking
- Bundesministerium für Wirtschaft und Energie
- Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

Gestaltung und Produktion

VDI/VDE Innovation + Technik GmbH

Stand

Mai 2017

Druck

Druck- und Verlagshaus Zarbock GmbH & Co. KG, Frankfurt

Bildnachweise

Florian Bödecker (Seite 83); TU Bergakademie Freiberg/Detlev Müller (Seite 21, 23, 28, 46, 47, 51, 55, 60, 66); TU Bergakademie Freiberg/GraFA/Armin Burkhart (Seite 78); BTU Cottbus-Senftenberg (Seite 31, 37, 49); Deutsches Weininstitut www.deutscheweine.de (Seite 73); Ernst-Abbe-Hochschule Jena (Seite 27, 65, 72); Anna Gatzke (Seite 82); Hochschule Geisenheim University (Seite 26, 39, 53, 54, 56); Hochschule Stralsund, Study & CoWork in Vorpommern (Seite 29, 63, 68, 69); Hochschule Worms (Seite 25, 41, 44, 64); Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft (Seite 74); TU Chemnitz (Seite 61, 62, 67); TU Dresden/Crispin-I. Mokry (Seite 22, 24, 32, 42, 50, 77); Universität Passau (Seite 19, 33, 40, 58, 71, 81); Universität Ulm (Seite 30)

Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie. Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht zum Verkauf bestimmt. Nicht zulässig ist die Verteilung auf Wahlveranstaltungen und an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben von Informationen oder Werbemitteln.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wurde im Text in der Regel die männliche Schreibweise verwendet. Wir weisen an dieser Stelle ausdrücklich darauf hin, dass sowohl die männliche als auch die weibliche Schreibweise für die entsprechenden Beiträge gemeint ist.

Inhaltsverzeichnis

Grußwort.....	3
1 Zusammenfassung.....	4
2 Die Initiative „Study & Work“.....	6
2.1 Internationale Studierende in der Region.....	6
2.2 Netzwerke für internationale Studierende in der Region.....	8
3 Die Projekte der Initiative „Study & Work“.....	10
3.1 Projektregionen.....	10
3.2 Projekthochschulen.....	13
3.3 Projektaufstellung.....	15
4 Internationale Studierende und der Arbeitsmarkteinstieg.....	16
4.1 Wissenschaftliche Begleitstudie: Bleibewunsch internationaler Studierender.....	16
4.2 Wege zu Studienerfolg und Arbeitsmarktintegration.....	19
4.2.1 Studienerfolg als zentrale Voraussetzung für den Arbeitsmarktzugang.....	20
4.2.2 Berufsorientierung und Übergang in den Arbeitsmarkt.....	24
4.2.3 Zugang zu internationalen Studierenden.....	27
5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke.....	31
5.1 Netzwerken in Hochschulen.....	32
5.1.1 Analyse der Akteurs- und Angebotslandschaft in den Hochschulen.....	32
5.1.2 Auswahl und Ansprache von Netzwerkpartnern.....	33
5.2 Hochschulinterne Netzwerkpartner und ihre Rollen.....	33
5.3 Positive Effekte der internen Vernetzung und ihre Wirkung nach außen.....	34
6 Hochschulexterne Vernetzung zum Nutzen der Region.....	36
6.1 Netzwerken in Regionen.....	36
6.1.1 Analyse bestehender regionaler Beziehungen der Hochschule.....	37
6.1.2 Auswahl und Ansprache von Netzwerkpartnern.....	38
6.2 Regionale Netzwerkpartner und ihre Rollen.....	39
6.3 Management, Kommunikation und Arbeitsstrukturen.....	42
6.4 Effekte und Nachhaltigkeit.....	43
7 Unternehmen in regionalen Netzwerken.....	46
7.1 Engagement von Unternehmen in Netzwerken.....	46
7.2 „Study & Work“-Netzwerke und die Mitarbeit von Unternehmen.....	46
7.3 Ansprache und Sensibilisierung von Unternehmen.....	47
7.4 Hemmende und fördernde Faktoren für die Rekrutierung internationaler Absolventen.....	49
7.5 Attraktive Angebote mit etablierten Formaten kombinieren.....	51
8 Gesellschaftliche Integration.....	53
8.1 Deutschland und Region besser verstehen.....	54
8.2 Sichtbarkeit in der Region schaffen.....	54
8.3 Vereinsarbeit und ehrenamtliches Engagement als Weg zur sozialen Integration.....	55
9 Toolbox.....	57
10 Projektblätter.....	74
11 Literatur.....	85

Grußwort



Gut ausgebildete und qualifizierte Fachkräfte bilden gerade in einer so wissens- und technologieintensiven Volkswirtschaft wie Deutschland die Grundlage für wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und gesellschaftlichen Wohlstand.

Vierorts kann jedoch bereits heute der spezifische Fachkräftebedarf nicht mehr adäquat gedeckt werden. In besonders vom demografischen Wandel betroffenen Regionen wie beispielsweise den ostdeutschen Bundesländern kommt es entscheidend darauf an, zusätzliche Potenziale für den Arbeitsmarkt zu erschließen. Es gilt daher zum einen, das inländische Arbeitskräftepotenzial auszuschöpfen. Zum anderen muss man noch attraktiver für qualifizierte Fachkräfte aus dem Ausland werden und optimal auf diese eingehen, sie ausbilden und integrieren.

Den Hochschulen kommt hierbei häufig eine Schlüsselrolle zu, da sie Anziehungspunkt und Ausbildungsstätte für jungen und gut qualifizierten Nachwuchs aus dem In- und Ausland sind. Die Zahl internationaler Studierender an deutschen Hochschulen nimmt seit einigen Jahren stetig zu. Viele dieser Studierenden können sich gut vorstellen, nach ihrem Abschluss zeitweise oder auch langfristig in Deutschland zu leben und zu arbeiten. Nicht wenige sehen sich aber auf dem Weg dahin mit erheblichen Schwierigkeiten konfrontiert.

Mit unserer Initiative „Study & Work – Regionale Netzwerke zur Bindung von internationalen Studierenden“ haben wir

Iris Gleicke
Parlamentarische Staatssekretärin bei der
Bundesministerin für Wirtschaft und Energie
Mittelstands- und Ostbeauftragte der Bundesregierung

es uns deshalb zum Ziel gesetzt, modellhaft zehn regionale Netzwerke dabei zu unterstützen, internationale Studierende und Absolventen an deutschen Hochschulen erfolgreich durch das Studium zu führen, sie sozial und kulturell in die Gesellschaft zu integrieren und ihnen beim Berufseinstieg in der Region Hilfestellung zu leisten.

Zentrale Handlungsfelder waren dabei neben Beratung und Qualifizierung die Vermittlung von Kenntnissen über den deutschen Arbeitsmarkt und die dort geltenden Regeln. Ein Schwerpunkt lag auf der Herstellung von Kontakten zu potenziellen Arbeitgebern und insbesondere zu kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie auf der Einbindung der Studierenden in das gesellschaftliche Leben vor Ort.

Dabei geht es immer auch darum, die Zusammenarbeit regionaler Akteure aus Hochschule, Wirtschaft, Verwaltung und Zivilgesellschaft zu verbessern. Wenn soziale Integration einerseits und die Sicherung einer ausreichenden Fachkräftebasis andererseits gelingen sollen, sind die Kompetenzen und die Kooperation vieler Stellen und Akteure gefragt.

Dies gilt umso mehr, als zunehmend Menschen ein Studium bei uns beginnen, die zunächst als Geflüchtete gekommen sind. Ansätze und Netzwerke wie bei „Study & Work“, die positive Erfahrungen vermitteln und gute Beispiele zur Integration aufzeigen können, werden daher künftig an Bedeutung gewinnen.

In dieser Broschüre finden Sie die zentralen Handlungsfelder und Schlussfolgerungen aus der Initiative „Study & Work“ und die zahlreichen Maßnahmen und Ergebnisse der Arbeit der zehn Netzwerke. Wir danken den Projekten für ihre wichtige Arbeit und laden Sie herzlich ein, die vielfältigen Ideen und Erfahrungen kennenzulernen und für die eigene Arbeit zu nutzen.

Prof. Dr. Andreas Schlüter
Generalsekretär
Stifterverband für die
Deutsche Wissenschaft

1 Zusammenfassung

Internationale Studierende erstmalig im Fokus von regionalen Netzwerken

Mit der Initiative „Study & Work“ wurden im Jahr 2015 für die Dauer von zwei Jahren **zehn regionale Netzwerke** durch die Ostbeauftragte der Bundesregierung und den Stifterverband gefördert. Ziel der regionalen Vernetzung ist es, internationale Studierende bei einem erfolgreichen Studienabschluss und Absolventen beim Übergang von der Hochschule in den Arbeitsmarkt zu unterstützen.

Hochschulen sind bislang vorrangig national und international ausgerichtet, der **Fokus auf lokale und regionale Arbeitsmarktbedarfe** ist vergleichsweise **neu**. Der prognostizierte Fachkräftebedarf in den Regionen jedoch bedarf neuer Ansätze, um auch in Zukunft ausreichend Potenziale für den deutschen Arbeitsmarkt zu erschließen. Im Rahmen der Initiative „Study & Work“ ist es den zehn geförderten Hochschulen gelungen, das Potenzial internationaler Studierender sichtbar zu machen und relevante Akteure für diese Zielgruppe zu sensibilisieren. Die **Projekthochschulen** konnten sich, nicht zuletzt aufgrund ihres direkten Zugangs zu internationalen Studierenden, **als Schlüsselakteure im Handlungsfeld der regionalen Fachkräftesicherung** etablieren.

Gekommen um zu bleiben

Die wissenschaftliche Begleitforschung zur Initiative „Study & Work“, durchgeführt vom Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR), kann Aussagen über die Bleibeabsicht internationaler Studierender in Deutschland treffen: Die Ergebnisse zeigen, dass der **Verbleib in Deutschland auch nach Studienabschluss für einen Großteil der internationalen Studierenden attraktiv** ist. Insbesondere die guten Aussichten auf Beruf, Lebensqualität und Familie befördern dieses Interesse.

Im Rahmen der Projektarbeit der Initiative nahmen sich Hochschulen diesem Interesse an und unterstützen internationale Studierende im Netzwerk beispielsweise mit Programmen zur studienbegleitenden **Aufklärung über den Arbeitsmarktzugang, zur Vermittlung von Schlüsselkompetenzen, zur Studienorganisation, zu Bewerbungstrainings oder zur sozialen Vernetzung**. Besonderen Fokus legen die zehn Projekthochschulen auf die Förderung ausreichender Deutschkenntnisse, da diese aufgrund der wachsenden Anzahl rein englischsprachiger Studiengänge oft nicht mehr regulärer Teil des Studienprogrammes sind. Für den Einstieg in die deutsche Unternehmenslandschaft sind diese jedoch nach wie vor unumgänglich.

Erfolgsfaktor hochschulinternes Netzwerk

Ausgangsbasis für die Gewinnung internationaler Studierender und Absolventen für den Arbeitsmarkt und die Region **ist der Studienerfolg**. Dafür ist insbesondere das **hochschulinterne Netzwerk von Bedeutung**. Neben der Zusammenarbeit von intermediären Akteuren, wie International Offices oder Career Services, ist die Kooperation mit Fakultäten, Professoren, Stabstellen, Fachschaften und anderen Studierendenvertretungen, Sprachenzentren, Alumni-Betreuern und weiteren Stellen der Erfolgsfaktor für einen gelungenen Studienabschluss internationaler Studierender. Die hochschulinterne Vernetzung ist sowohl in Bezug auf fachliche als auch soziokulturelle Aspekte relevant. Zudem ist die zeitliche und organisatorische Anbindung von **Qualifikationsmaßnahmen zur Studierfähigkeit**, wie Sprachkurse und Kurse zu arbeitsmarktbezogenen Schlüsselkompetenzen hochschulintern zu **koordinieren**.

Hochschule als erfolgreicher Koordinator regionaler Netzwerke

Gemeinsam mit regionalen Akteuren des Arbeitsmarkts, wie IHKs, Arbeitsagenturen und Unternehmen, haben die zehn geförderten Hochschulen im Netzwerk Partnerschaften aufgebaut und sich auf geeignete Formate und Maßnahmen zur Arbeitsmarktorientierung und sozialen Integration verständigt. Damit stand die **Zielgruppe der internationalen Studierenden erstmalig im Fokus des koordinierten Handelns regionaler Netzwerke**.

Die Hochschulen – als Anziehungspunkt für Studierende weltweit – haben sich auch **als Koordinator der Netzwerke bewährt**. Regionale Akteure zeigten Interesse, zielorientiert an strategischen Kooperationen zugunsten internationaler Studierender zu arbeiten. Die unterschiedlichen regionalen und hochschulstrukturellen Bedingungen haben zu standortspezifischen Konzepten geführt. Zentral war dabei die Definition von Rollen und Handlungsfeldern für jeden der Netzwerkpartner.

Unternehmen und wirtschaftsnahe Akteure in den Netzwerken

Kleine und mittelständische **Unternehmen (KMU) in den Regionen** traten im Rahmen der Netzwerkarbeit der zehn geförderten Hochschulen selten als unmittelbarer Netzwerkpartner auf, sondern wurden vielmehr zum **Adressaten der Netzwerkaktivitäten**. Sie wurden vorrangig über Mittler-Organisationen, wie IHKs, Wirtschaftsförderorganisationen oder Arbeitsagenturen, vertreten und repräsentiert. Für diese wiederum eröffneten sich einerseits neue

Zugänge zu Unternehmen, andererseits zeigten sich bei der Ansprache aber auch Optimierungsbedarfe. Deutlich wurde zudem der **Internationalisierungsbedarf der wirtschaftsnahen Partner** bezüglich englischsprachiger Angebote und kultursensibler Weiterbildungsangebote. Die Ressourcenverfügbarkeit zur Erfüllung solcher Aufgaben unterscheidet sich jedoch von Unternehmen zu Unternehmen merklich. Entsprechend unterscheidet sich auch das direkte Engagement von Unternehmen im Rahmen der Initiative „Study & Work“. Ein weiterer Grund dafür ist die noch sehr unterschiedliche Wahrnehmung des angezeigten Fachkräftemangels: Noch sind insbesondere für KMU die prognostizierten Fachkräfteengpässe kaum oder aber vorrangig im Bereich der beruflichen Ausbildung spürbar oder nur punktuell ein Problem, sodass die strategische Vernetzung in der Region derzeit noch eine nachrangige Rolle spielt.

Soziale Integration benötigt mehr Raum

Die Arbeit am sozialen Miteinander und die Etablierung einer gelungenen Willkommenskultur sind weitere Faktoren, die die erfolgreiche Integration internationaler Studierender in den deutschen Arbeitsmarkt befördern. Hochschulen haben Möglichkeiten, hierzu einen Beitrag zu leisten: mit der Vermittlung von alltags- und berufsrelevanten Deutschkenntnissen, Foren zur Kontaktabahnung, Zugang zu Möglichkeiten ehrenamtlichen Engagements in Vereinen vor Ort und **kompetenter Verweisberatung**. Durch die Vernetzung mit zivilgesellschaftlichen Partnern aus der Region, wie Vereinen für Kunst, Sport oder Kultur oder Vernetzungsprogramme für Internationale mit deutschen Kommilitonen schaffen Hochschulen Grundlagen für ein soziales und kulturelles Ankommen internationaler Studierender.

Resümee

Betroffene zu Beteiligten machen

Zentrale Aufgabenfelder für die Netzwerkpartner im Rahmen der „Study & Work“-Projekte waren der Zugang zu Studierenden, die Ansprache von Unternehmen, der Umgang mit Studienabbrechern und Angebote zur Jobsuche nach dem Studienabschluss. Aufgrund dieser Fülle an Aufgaben wurde für alle Partner des Netzwerks deutlich, dass der **Netzwerkaufbau ausreichend Zeit benötigt**, um einen umfangreichen Austausch zwischen den Akteuren, die Definition von Zielen, Aufgabenteilung und Vertrauensbildung zu ermöglichen. Insbesondere Fragen zu zeitlichen, personellen und finanziellen Ressourcen konnten untereinander

abgestimmt und effizient adressiert werden. Dies ist vor allem wichtig, da die Netzwerkarbeit für die beteiligten Akteure eine Zusatzaufgabe darstellt. Dennoch zeigte sich, dass Netzwerke gerade in der Initiierungsphase aufwendig und nicht immer, wie angestrebt, ressourcenschonend sind. Besonderen Aufwand bereitet die von Beginn an nötige **aktive Einbindung internationaler Studierender und Unternehmen** in die Netzwerkarbeit, um beide Parteien von Betroffenen zu Beteiligten zu machen.

Strategische Einbettung in die Hochschulstrategie

Für die langfristige und von Einzelakteuren unabhängige Verstetigung der aufgebauten Kontakte und Maßnahmen **bedarf es der strategischen Einbettung der Maßnahmen in die Hochschulaktivitäten**. Der Anspruch, den Anteil Internationaler an der Gesamtstudierendenschaft zu steigern, ist nicht ausreichend. Vielmehr bedarf es einer Qualitätssteigerung von Maßnahmen, die die Betreuungssituation internationaler Studierender sichern und kontinuierlich verbessern. Dazu gehört beispielsweise die **hochschulinterne Befähigung durch interkulturelle Qualifizierung von Mitarbeitern** in Lehre und Verwaltung für die wachsende Gruppe internationaler Studierender. Um Hochschulen in dieser Rolle zu stärken, hat sich der **Austausch von Hochschulen** innerhalb einer Region **untereinander** und auch darüber hinaus bewährt. Dies fördert den Wissensaufbau und -austausch zu Maßnahmen, Rahmenbedingungen und Einflussfaktoren, um regionale Netzwerkprojekte erfolgreich werden zu lassen.

Berücksichtigung internationaler Absolventen in regionalen Fachkräftestrategien

Trotz großer Zuwächse in den vergangenen Jahren ist die Anzahl internationaler Absolventen im Hinblick auf die Zielgruppen regionaler Fachkräftestrategien derzeit noch verhältnismäßig klein. Die Erfahrungen der Projekte geben deutliche Hinweise darauf, dass der spezifische Rekrutierungsansatz für **internationale Absolventen in die regionalen Fachkräftestrategien eingehen sollte**, um diese Potenziale optimal zu nutzen. Die **gezielte Förderung der Beschäftigung von internationalen Absolventen**, die Berücksichtigung der Thematik in bereits bestehenden Netzwerken und die Integration der Hochschulen in die regionalen Fachkräftestrategien könnten über angepasste regionale Ansätze verankert werden.

2 Die Initiative „Study & Work“

Unter dem Motto „Study & Work“ steht der Übergang internationaler Studierender in den regionalen Arbeitsmarkt im Mittelpunkt der Förderinitiative. Studium und Arbeit müssen dabei gemeinsam betrachtet werden.

2.1 Internationale Studierende in der Region

Die wachsende Zahl internationaler Studierender an deutschen Hochschulen ist Ausdruck des exzellenten Rufs deutscher Hochschulen (Times Higher Education, 2016) sowie einer steigenden Bildungsmobilität und trägt spürbar zur Diversifizierung der Gesellschaft bei. Viele der Studierenden können sich gut vorstellen, nach ihrem Abschluss zeitweise oder auch langfristig in Deutschland zu leben und zu arbeiten. Die aktuellen Herausforderungen der Flüchtlingsintegration geben diesem Trend zusätzlich neue Dynamik. Beim Übergang internationaler Studierender in den deutschen Arbeitsmarkt haben sich landesunabhängig spezifische Hemmnisse und Herausforderungen gezeigt. Diese werden mit der „Study & Work“-Initiative adressiert. Dazu gehören:

Spezielle Hürden von internationalen Studierenden

1. Unzureichende Sprachkenntnisse
2. Mangelnde Kenntnisse der Arbeitswelt im Studienland und wenig Praxiserfahrungen
3. Zurückhaltende Arbeitgeber (vor allem in kleinen Unternehmen)
4. Fehlende persönliche und berufliche Netzwerke im Studienland
5. Wenig bedarfsgerechte Unterstützung beim Berufseinstieg bzw. deren mangelnde Inanspruchnahme
6. Rechtliche Barrieren
7. Studienabbruch

Quelle: SVR, 2015

Fachkräftebedarf in Deutschland

Diese Entwicklung an den Hochschulen trifft zusammen mit einem anhaltend hohen Arbeitskräftebedarf deutscher Unternehmen. Vielerorts kann bereits heute der spezifische Fachkräftebedarf nicht mehr adäquat gedeckt werden. Kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) insbesondere mit Standorten in strukturschwächeren und peripheren

Wirtschaftsregionen sind bereits von Fachkräfteengpässen betroffen. Vor allem Arbeitsplätze mit technischem Hintergrund können nicht ausreichend besetzt werden. Dabei sind die Regionen in unterschiedlichem Maße durch die demografischen Entwicklungen betroffen. Die ostdeutschen Bundesländer sind in höherem Ausmaß durch strukturschwache Regionen geprägt und stehen zudem besonders unter demografischem Druck, der durch einen massiven Geburteneinbruch und andauernde Abwanderungsbewegungen insbesondere junger Menschen in den Jahren nach der Deutschen Einheit ausgelöst wurde. Verstärkt wird dieser Trend zusätzlich dadurch, dass die durchschnittlich älteren Belegschaften der KMU Ostdeutschlands in den kommenden Jahren in den Ruhestand gehen (Geis & Orth, 2016). Gerade für jene Regionen, die heute schon einen starken Bevölkerungsrückgang verzeichnen, kommt es entscheidend darauf an, zusätzliche Potenziale für den Arbeitsmarkt zu erschließen.

Hierzu gehört zum einen, das inländische Arbeitskräftepotenzial bestmöglich zu nutzen, und zum anderen auch, attraktiver für qualifizierte Fachkräfte aus dem Ausland zu werden. Die Gewinnung von Fachkräften aus dem Ausland ist allerdings für strukturschwächere Regionen und dort angesiedelte KMU besonders schwierig. Zuwanderer siedeln sich vor allem in Großstädten und wirtschaftlichen Wachstumszentren an, während die Mehrzahl eher ländlich geprägter Räume oft nicht als attraktive Erwerbsregionen wahrgenommen wird. Dabei könnte ein höherer Zuwandereranteil gerade hier deutlich dazu beitragen, dass Engpassberufe besetzt und Schrumpfungsprozesse abgemildert werden.

Hochschulen und ihre „Third Mission“

Hochschulen in diesen Regionen können hierbei als Impulsgeber wirken. Sie ziehen nicht nur qualifizierte Menschen an, die nach erfolgreichem Abschluss des Studiums in der regionalen Wirtschaft einen Beruf ergreifen können. Ihre Aufgaben gehen heute schon weit über die traditionellen Aufträge von Forschung und Lehre hinaus. So begegnen Hochschulen unter dem Titel „Third Mission“ heute gesellschaftlichen Herausforderungen, indem sie partnerschaftliche Kooperationen zwischen Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft eingehen. „Third Mission“ wird als neues Handlungsfeld auch zunehmend profilbildendes Element der Hochschulen in den Regionen. Zu diesem Feld zählen zum Beispiel Wirtschaftskooperationen, Gründungsunterstützung, Weiterbildungsangebote oder stark anwendungsorientierte Forschung mit gezieltem Wissenstransfer. Hochschulen haben im Rahmen der „Third

Mission“ auch den Auftrag, die Beschäftigungsfähigkeit zu unterstützen und den Übergang der Hochschulabsolventen in den Arbeitsmarkt zu begleiten (Roessler, 2016). Dies betrifft somit auch die stetig wachsende Anzahl internationaler Studierender, die sich von 2010 bis 2015 in einigen Bundesländern nahezu oder mehr als verdoppelt hat, z. B. Sachsen + 47,1 %, Thüringen + 62,8 % und Bayern + 45,4 % (Stifterverband, 2015). Gerade in den strukturschwachen Regionen liegt hier ein großes Potenzial bei den Hochschulen, dem künftigen regionalen Fachkräftemangel zu begegnen, denn neben den stark wachsenden Zahlen ausländischer Studierender ist gleichzeitig auch eine Abnahme der Anzahl deutscher Studienberechtigter zu beobachten.

Internationale Studierende als Wettbewerbs- und Standortvorteil

Aus diesen beiden Trends – dem Rückgang deutscher Studienberechtigter und der Zunahme der Anzahl internationaler Studierender – entwickeln sich Herausforderungen, welchen Hochschulen bereits heute begegnen. Sie müssen insbesondere in vom demografischen Wandel betroffenen strukturschwachen Räumen die Auslastung ihrer Kapazitäten (Studienplätze, Lehrpersonal und Infrastruktur) gewährleisten. Dies geschieht in erster Linie über eine ausreichend hohe Anzahl von Studierenden. Dabei kommt der wachsenden Gruppe internationaler Studierender eine immer größere Bedeutung zu.

Wer sind internationale Studierende?

In der Regel werden mit der Initiative „Study & Work“ Studierende mit ausländischer Hochschulzugangsberechtigung und einem ausländischen Pass adressiert, die sich für ein Studium an einer deutschen Hochschule eingeschrieben haben und einen Abschluss anstreben.

Unter den internationalen Studierenden finden sich demnach sowohl Staatsangehörige anderer EU-Mitgliedsstaaten als auch Staatsangehörige von Drittstaaten. Für beide Gruppen ist davon auszugehen, dass sie im Hinblick auf sprachliche und soziale Integration mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert sind. Gleichzeitig gelten für sie aber unterschiedliche rechtliche Regelungen zum Verbleib in Deutschland nach dem Studium.

Spezifische Angebote für die speziellen Anforderungen der Gruppe der internationalen Studierenden sind gefragt. Dazu zählen Maßnahmen, um den Studienerfolg zu sichern ebenso wie die Vorbereitung auf den Beruf in Deutschland. Angebote für internationale Studierende, die eine Karriere in Deutschland anstreben, können auch zu einem Wettbewerbs- und Standortvorteil der Hochschulregionen werden.

Regionale Netzwerke

Kompetenzen und Ressourcen regionaler Kooperationspartner werden zunehmend genutzt, um die an die Hochschulen gerichteten gesellschaftlichen Erwartungen erfüllen zu können. Und auch für die Gewinnung und Bindung internationaler Studierender für die Region kommt regionalen Netzwerken eine besondere Bedeutung zu. Regionale Netzwerke mit Bezug zum regionalen Arbeitsmarkt, bestehend aus z. B. Vertretern der Arbeitsagenturen, Ausländerbehörden, Industrie- und Handelskammern oder Vertretern der Kommunen und unter Leitung der Hochschulen, schaffen Potenziale für Synergien, die der einzelne Akteur nicht realisieren könnte. Alle Akteure eines Netzwerks haben aufgrund unterschiedlicher Motivationen oder Aufträge ein Interesse daran, internationale Studierende für den regionalen Arbeitsmarkt zu gewinnen. Eine gemeinsame Motivation zu erzeugen und in Handlungskonzepten sowie tragfähigen Netzwerken zu verankern, bietet zusätzlich Spielräume für Regionen, um bestehenden und prognostizierten Fachkräfteengpässen zu begegnen.

Verbessertes Aufenthaltsrecht zur Arbeitssuche

Förderlich für diesen Ansatz sind die vergleichsweise neuen aufenthaltsrechtlichen Regelungen seit 2012, die die Möglichkeiten in den meisten anderen bevorzugten Zielländern internationaler Studierender weit übersteigen.

Rechtliche Regelungen zur Arbeitssuche internationaler Absolventen in Deutschland

- Nach Abschluss des Studiums haben Drittstaatsangehörige die Möglichkeit, ihren Aufenthaltstitel zur Arbeitssuche zu verlängern (§ 16 Abs. 4 AufenthG).
- Sie können 18 Monate lang auf Beschäftigungssuche gehen und während dieser Zeit uneingeschränkt einer Erwerbstätigkeit nachgehen.
- Eine Aufenthaltserlaubnis zur Erwerbstätigkeit (§ 18 Abs. 2 u. 4 AufenthG) oder eine Blaue Karte EU (§ 19a AufenthG) können Absolventen einer deut-

schen Hochschule aus Drittstaaten nur beantragen, wenn sie eine Beschäftigung vorweisen können, die ihrer Qualifikation entspricht.

- Diese Aufenthaltstitel erlauben nach einer zweijährigen angemessenen Beschäftigung oder Selbständigkeit den Daueraufenthalt in Deutschland.

Quelle: BMI, 2017

2.2 Netzwerke für internationale Studierende in der Region

Hier setzt die Initiative „Study & Work – Regionale Netzwerke zur Bindung von internationalen Studierenden“ an, die von der Beauftragten für die neuen Bundesländer bei der Bundesministerin für Wirtschaft und Energie und vom Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft initiiert wurde. Sie strebt eine verbesserte Zusammenarbeit aller relevanten Akteure in der Region an mit dem Ziel, internationale Studierende bei einem erfolgreichen Studienabschluss sowie beim Berufseinstieg in der Region zu unterstützen.

Zehn Netzwerke in ganz Deutschland

Über einen Förderzeitraum von zwei Jahren wurden seit Juli 2015 zehn regionale Netzwerke gefördert, die gemeinsam nachhaltige Konzepte entwickeln und umsetzen. Diese bestehen aus Hochschulen insbesondere deren Career Services, International Offices, Akteuren der Wirtschaft und des Arbeitsmarktes (Unternehmen, Industrie- und Handelskammern, Arbeitsagenturen), kommunalen Einrichtungen und anderen gesellschaftlichen Partnern. Aufgrund der besonderen demografischen und wirtschaftlichen Herausforderungen liegt ein Schwerpunkt in den neuen Bundesländern. Sechs der Projekte befinden sich in den ostdeutschen (Chemnitz, Cottbus, Dresden, Freiberg, Jena und Stralsund) und vier Projekte in den westdeutschen Bundesländern (Geisenheim, Passau, Ulm und Worms mit Ludwigshafen und Koblenz-Landau).

Auswahlkriterien der Expertenjury

Die Auswahlkriterien im Wettbewerb der fast 50 Einrichtungen waren die überzeugende Ableitung strategischer Ziele des geplanten „Study & Work“-Netzwerkes von den vor Ort bestehenden demografischen und wirtschaftlichen Herausforderungen in der Region und die Entwicklung passgenauer Maßnahmenpakete. Dabei mussten die einzelnen Beiträge und die potenzielle Zusammenarbeit der

Netzwerkpartner, die sich per Absichtserklärung (Letter of Intent) zur Mitarbeit verpflichteten, beschrieben und die Nachhaltigkeit des Netzwerks abgebildet werden. Die Mitglieder der Expertenjury aus Wissenschaft, Wirtschaft und Politik wählten die überzeugendsten Ansätze für eine Förderung aus. Der Ausgangspunkt für den Projektstart war dabei sehr unterschiedlich. Während es an einigen Projektstandorten bereits erste Ansätze für den Berufsübergang internationaler Studierender gab, auf denen aufgebaut werden konnte, wurden anderenorts Angebote erst mit dem Netzwerkaufbau initiiert.

Erfahrungen und Erwartungen internationaler Studierender

Im Rahmen einer wissenschaftlichen Begleitung durch den Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR) wurde flankierend zur Laufzeit der Projekte eine Längsschnitterhebung durchgeführt, um Antworten auf folgende Fragen zu finden:

- Wie erleben internationale Studierende den Berufseinstieg in Deutschland?
- Wie unterscheidet sich der tatsächliche Übergang nach dem Studienabschluss von ihren ursprünglichen Erwartungen?
- Welche Bedeutung hat die Phase nach Studienabschluss für ihren weiteren Verbleib in Deutschland – bzw. ihre Rückkehr oder Weiterwanderung in ein anderes Land?

Dafür wurden internationale Studierende bzw. Absolventen deutscher Hochschulen zu zwei Zeitpunkten befragt: (1) am Ende ihres Studiums und (2) etwa 18 Monate nach Studienabschluss. Erstmals konnten somit tatsächlich erlebte Berufseinstiegserfahrungen den geäußerten Erwartungen in der Schlussphase des Studiums gegenübergestellt werden (vgl. Kapitel 4.1 Wissenschaftliche Begleitstudie). Ferner konnten damit die Gründe derjenigen internationalen Studierenden beleuchtet werden, die nach dem Abschluss in ihr Herkunftsland oder einen Drittstaat abgewandert sind.

Erfahrungsaustausch der Projekte

Den Austausch der zehn geförderten Projekte untereinander unterstützte die VDI/VDE Innovation + Technik GmbH im Rahmen einer fachlichen Begleitung durch thematische Workshops und ein Verlaufsmonitoring. Über Projektbesuche in den Regionen wurden die Netzwerkentwicklung unterstützt und Interviews durchgeführt.

Dokumentation der Projekterfahrungen

Die vorliegende Broschüre dokumentiert die Erfahrungen und Erkenntnisse, die bei der Entwicklung innovativer Maßnahmen und Strukturen für die Unterstützung internationaler Studierender gemacht wurden.

Sie richtet sich an alle Hochschulen und potenzielle Netzwerkpartner, die im Fachkräftebereich „Internationale Studierende“ kooperieren möchten.

Angesichts der besonderen Rolle, die Hochschulen als Netzwerkitiatoren für Belange des regionalen Fachkräftebedarfs im Projektkontext einnehmen, werden nachfolgend operative Handlungsempfehlungen aus den geförderten „Study & Work“-Projekten abgeleitet, die Aufschluss über strategische Vorgehensweisen geben und konkrete Ansätze für die regionale Bindung internationaler Studierender beleuchten.

Es werden eingangs die zehn Projektregionen und ihre Hochschulen sowie die gesetzten Ziele vorgestellt. Im Anschluss stehen die internationalen Studierenden als Zielgruppe der Netzwerke mit ihren Bedürfnissen in Bezug auf den Arbeitsmarkt und Studienerfolg im Fokus. Einleitend werden dazu die Ergebnisse der aktuellen Erhebung des SVR zur Entwicklung des Bleibewunschs unter internationalen Studierenden präsentiert. Der hochschulinternen Vernetzung wird ein eigenes Kapitel gewidmet, da dort verschiedene Einrichtungen mit internationalen Studie-

renden befasst sind, sodass hoher Abstimmungsbedarf sowie Synergiepotenziale bereits an der Hochschule selbst bestehen und die hochschulinterne Vernetzung damit eine wichtige Voraussetzung für die hochschulexterne Vernetzung ist. Im folgenden Kapitel stehen die externen Partner und Merkmale eines regionalen Netzwerks für die Förderung der Beschäftigungsfähigkeit im Fokus. Die Ansprache von Unternehmen, denen im Arbeitsmarktkontext eine Schlüsselrolle zukommt, wird gesondert beleuchtet sowie auch die gesellschaftliche Integration internationaler Studierender. In einer Toolbox werden abschließend acht entwickelte Maßnahmen kompakt abgebildet. In allen Kapiteln werden über diese Maßnahmen hinaus erwähnte Erfahrungen, Vorgehensweisen und Instrumente einzelner Hochschulen in hellgrün markiert, die dazu bei Interesse gezielt kontaktiert werden können.

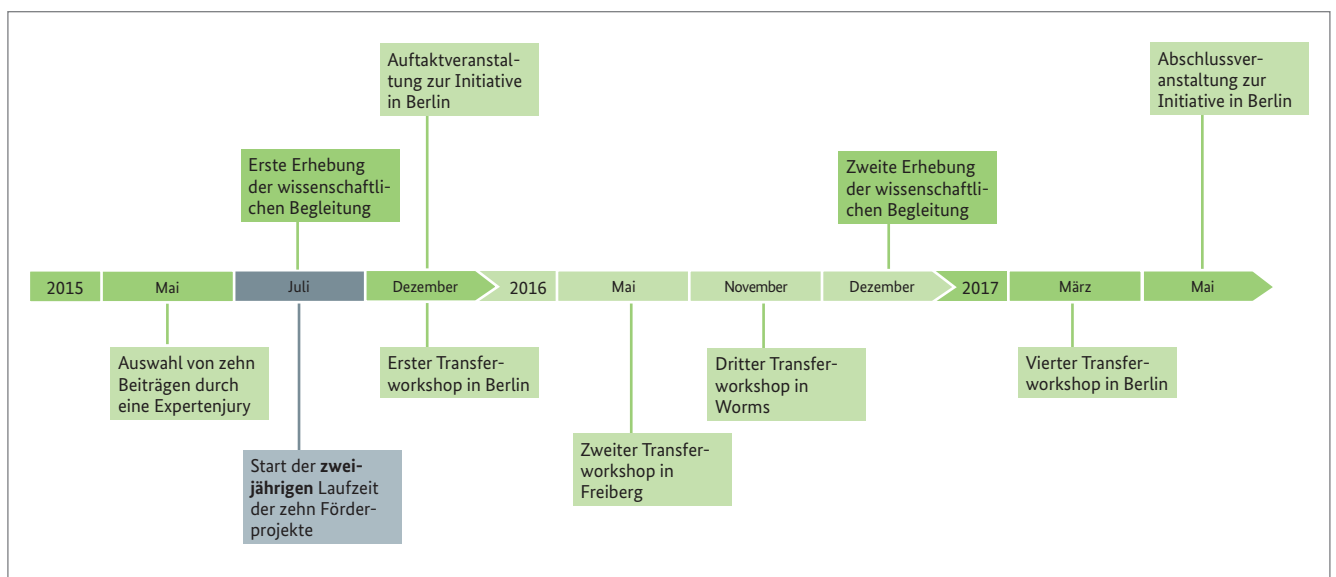


Abbildung 1: Meilensteine der Initiative „Study & Work“

3 Die Projekte der Initiative „Study & Work“

Während sich alle Projekte das gleiche übergeordnete Ziel gesetzt haben, internationale Studierende beim Übergang in den Arbeitsmarkt zu unterstützen, unterscheiden sich die Regionen und Hochschulen in ihren Strukturen vor Ort deutlich voneinander. Diese Vielfalt spiegelt sich auch in unterschiedlichen Wegen zur Zielerreichung wider und soll kurz vorgestellt werden.

3.1 Projektregionen

Die zehn Projektregionen weisen zum Teil sehr unterschiedliche Voraussetzungen in Bezug auf Lage und Größe sowie demografische Merkmale wie Bevölkerungsentwicklung, Erwerbspotenzial, Branchenstruktur und Internationalisierung auf.

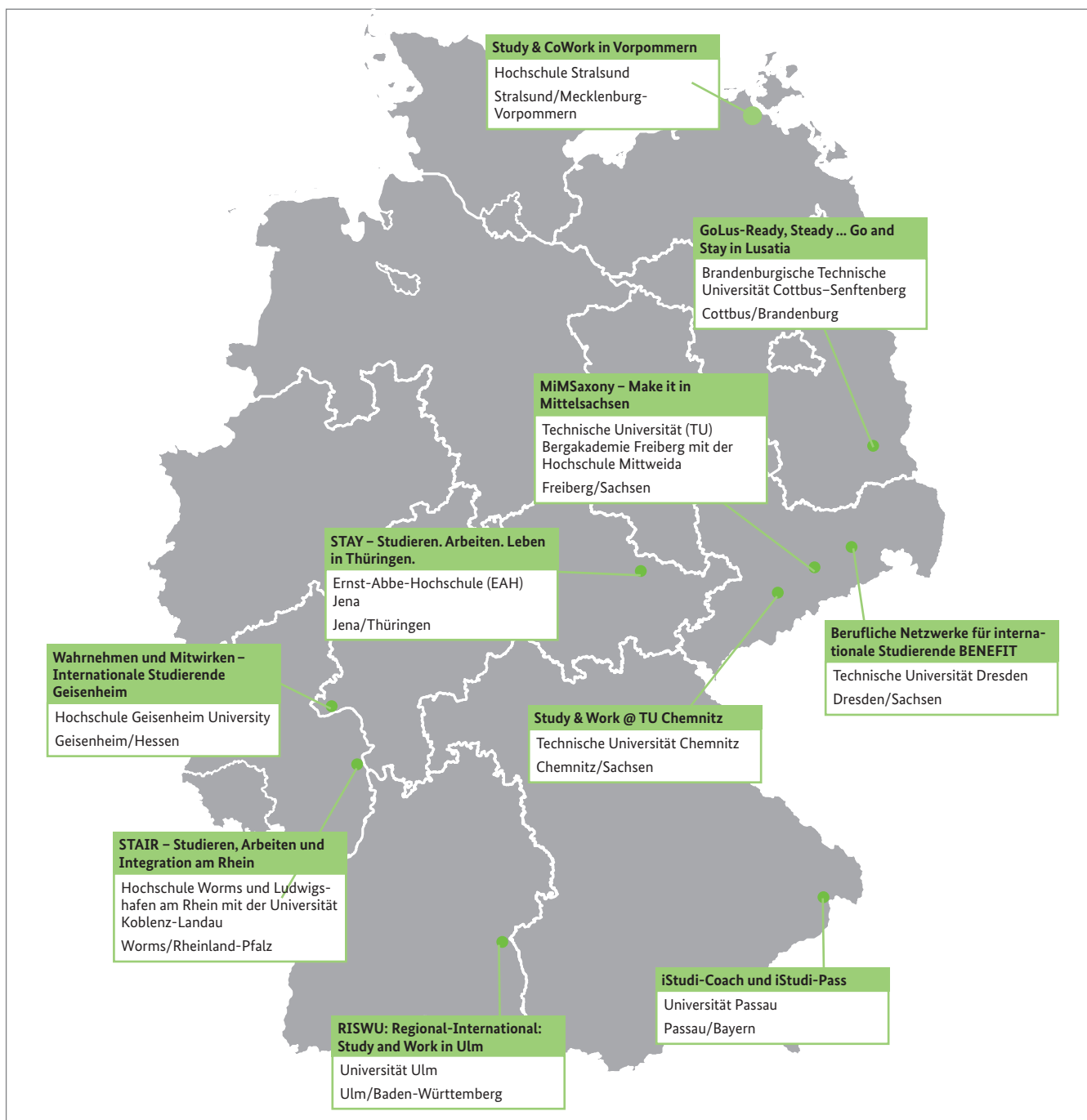


Abbildung 2: Zehn „Study & Work“-Standorte in Deutschland

Die Hochschulen verteilen sich auf acht der 16 Bundesländer, wobei vier Hochschulstandorte in den alten und sechs in den neuen Bundesländern gefördert werden.

Größe der Projektregionen

Die Größe der Projektregion wurde in den einzelnen Vorhaben selbst definiert. Einige konzentrierten sich auf

eine Stadt, andere nahmen einen deutlich größeren Radius in den Blick, darunter die Hochschule Worms mit der Hochschule Ludwigshafen am Rhein und der Universität Koblenz-Landau, die mit der Hochschul- und Wirtschaftsregion Rhein-Neckar-Pfalz drei Bundesländer umfasst und mehrere Millionen Einwohner zählt. Die TU Chemnitz wiederum weitete ihre Zielregion im Projektverlauf ins

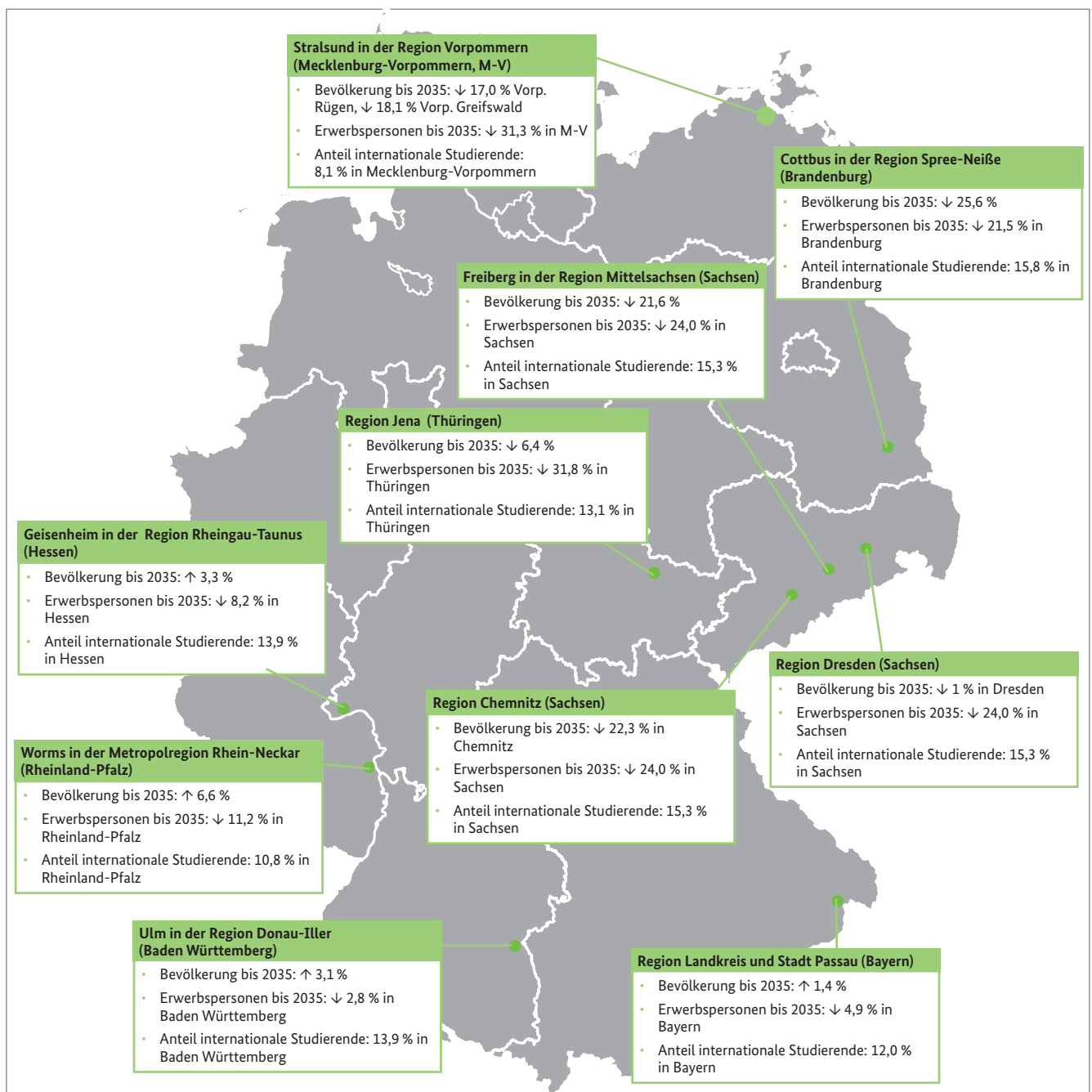


Abbildung 3: Demografische Situation in den „Study & Work“-Regionen - Quellen: Prognosedaten bis 2035 (BBSR, 2015), Anteil internationaler Studierender (StaBA, 2017)

Chemnitzer Umland aus, um über die Stadtgrenze hinaus auch deutlich ländlichere Gebiete einzubinden.

Vielfältige demografische Herausforderungen

In Hinblick auf die demografischen Merkmale sind insbesondere die ostdeutschen Bundesländer bereits heute zum Teil von starken Schrumpfungprozessen betroffen, wobei ländlichere Gebiete einen deutlich stärkeren Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen haben als die Städte.

Die Anwerbung und Bindung internationaler Studierender kann für diejenigen Regionen besondere Bedeutung entfalten, die von einem starken Bevölkerungsrückgang betroffen sind.

Strukturschwache und wirtschaftsstarke Regionen

Zu den geförderten Projektregionen zählten sowohl solche, die im deutschlandweiten Vergleich als eher strukturschwach gelten wie beispielsweise die Regionen um Stralsund und Cottbus, als auch wirtschaftlich starke wie etwa Ulm und Worms. Grundsätzlich korrespondiert die Bevölkerungsentwicklung mit der jeweiligen wirtschaftlichen Situation. Prosperierende Regionen erfahren in der Regel auch Bevölkerungszuwächse, während die schrumpfenden Regionen oft von mehrdimensionalen wirtschaftlichen Problemen betroffen sind. Die Arbeitslosenquote in den Projektregionen variiert zwischen 2,9 % im November 2016 in Niederbayern und 12,0 % im Dezember 2016 in Vorpommern. Während die geförderten Regionen in den neuen Bundesländern mit deutlich höheren Arbeitslosenquoten konfrontiert sind, liegen die Quoten in den Regionen der alten Bundesländer deutlich niedriger.

Akademischer Fachkräftebedarf in den Regionen

Insbesondere in technischen Berufen, den sogenannten „MINT“-Bereichen (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik), besteht bundesweit ein steigender Bedarf sowohl an akademischen als auch an nichtakademischen Fachkräften (Bundesagentur für Arbeit, 2016). Auch wirtschaftlich gut aufgestellte Regionen haben bezüglich des Fachkräftebedarfs spezifische Herausforderungen. So erwartet die Projektregion Ulm bis 2030 einen Fachkräftemangel bei Akademikern von knapp 1.300 Personen, der sich vor allem im Ingenieursbereich und in den Wirtschaftswissenschaften niederschlagen wird. Die Hochschule Geisenheim stellt einen akademischen Fachkräftebedarf im Weinbau fest, der darauf beruht, dass von heute 19.000 Erwerbstätigen über ein Drittel innerhalb der nächsten ein bis zehn Jahre in Rente gehen. In der Region Rhein-Neckar-

Pfalz besteht ein verifizierbarer Bedarf an den für die Region wichtigen Berufsbereichen Mechatronik, Automatisierungs- und Energietechnik sowie im chemischen Bereich (WIAS, 2016). In den ostdeutschen Bundesländern geht in den nächsten Jahren eine Generation von Beschäftigten mehrheitlich einer Altersgruppe in Pension, für die Nachfolger gefunden werden müssen (Geis & Orth, 2016).

Kleinteilige Wirtschaftsstrukturen und internationale Studierende

Inwieweit Teile dieser Bedarfe durch internationale Absolventen gedeckt werden können, hängt dabei von vielen Faktoren ab. Da die Beschäftigung internationaler Fachkräfte insbesondere von EU-Ausländern ein Mehr an bürokratischem Aufwand bedeutet, sehen speziell kleine Unternehmen darin ein Problem. Die Projektregionen sind

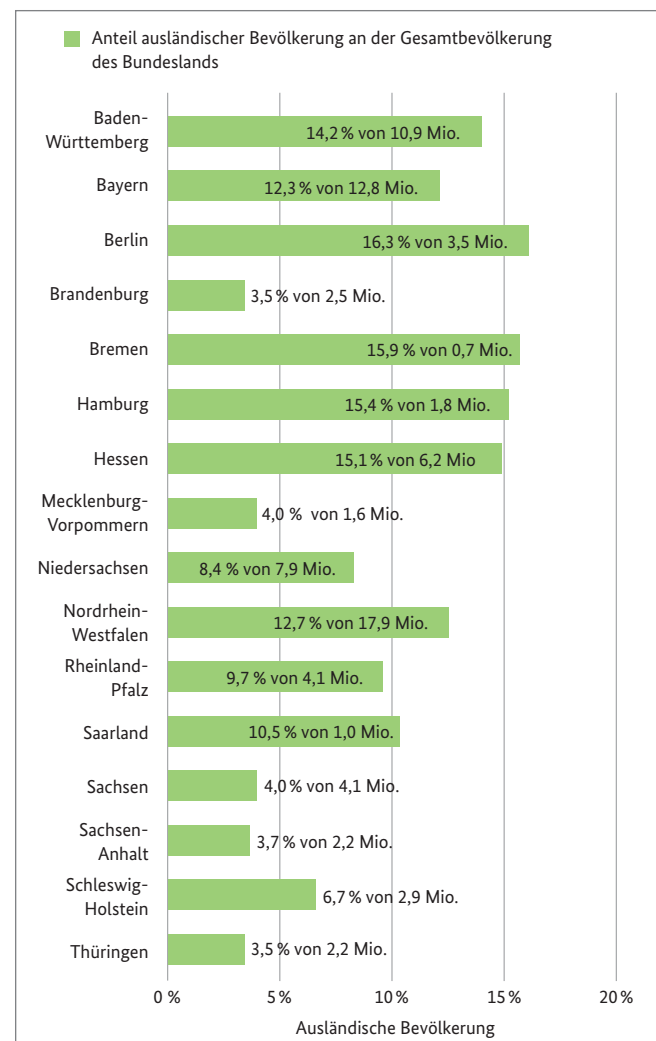


Abbildung 4: Ausländeranteil in den Bundesländern, (StatBA, 2015)

überwiegend von kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) geprägt. Meist gehören über 90 % zu den KMU. Während in der Hochschul- und Wirtschaftsregion Rhein-Neckar-Pfalz zehn der 100 stärksten börsennotierten deutschen Unternehmen angesiedelt sind und Großunternehmen hier einen relevanten Wirtschaftsfaktor darstellen, sind etwa in der Region Freiberg 98 % der Unternehmen Kleinst- und Kleinbetriebe. Dies trifft in ähnlichem Umfang auch für Geisenheim im Rheingau und Stralsund zu.

Ausrichtung der Hochschulen und die regionale Branchenstruktur

Auch hinsichtlich der stärksten Branchen bzw. Industriezweige in den jeweiligen Regionen gibt es einige Unterschiede. Während der Standort Jena etwa stark von Optik und Photonik sowie Medizintechnik und (Bio-) Analytik geprägt ist, ist die Automobilindustrie ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor in Sachsen.

Die Analyse der regionalen Branchenstruktur gibt Anhaltspunkte für den Bedarf an Hochschulabsolventen. Zudem zeigt sich beim Abgleich schnell, inwieweit die Ausrichtung der Studienfächer dem regionalen Fachkräftebedarf entspricht.

Internationalisierung von Region und Gesellschaft

Der Internationalisierungsgrad einer Region hat einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Offenheit der Gesellschaft und des Arbeitsmarktes für internationale Studierende und Absolventen. In den Projektregionen leben unterschiedlich viele Ausländer. In Sachsen gibt es mit 4,0 % der Bevölkerung deutlich weniger Ausländer als im Bundesdurchschnitt mit mehr als 10,0 %. In Dresden sind es 6,2 %, in Chemnitz 6,6 %. Der Landkreis Mittelsachsen, in dem Freiberg liegt, weist lediglich einen Anteil von 2,8 % ausländischer Einwohner auf. Auch in den anderen ostdeutschen Projektregionen leben nur sehr wenige Ausländer (4,0 % in Mecklenburg-Vorpommern, in der Stadt Cottbus und dem Landkreis Spree-Neiße beträgt die Ausländerquote 3,3 %). Deutlich höher liegen die Zahlen in den westdeutschen Projektregionen: in der Stadt Passau sind es beispielsweise 11,3 % (7,95 % in Niederbayern gesamt) und 8,4 % im Rheingau-Taunus-Kreis (Geisenheim).

3.2 Projekthochschulen

Die koordinierenden Projekthochschulen setzen sich aus großen und kleinen Universitäten und Fachhochschulen zusammen. In der Vergangenheit war der Anteil internationaler Studierender nur an den Universitäten vergleichsweise hoch. Es zeigt sich heute, dass die Zahl der internatio-

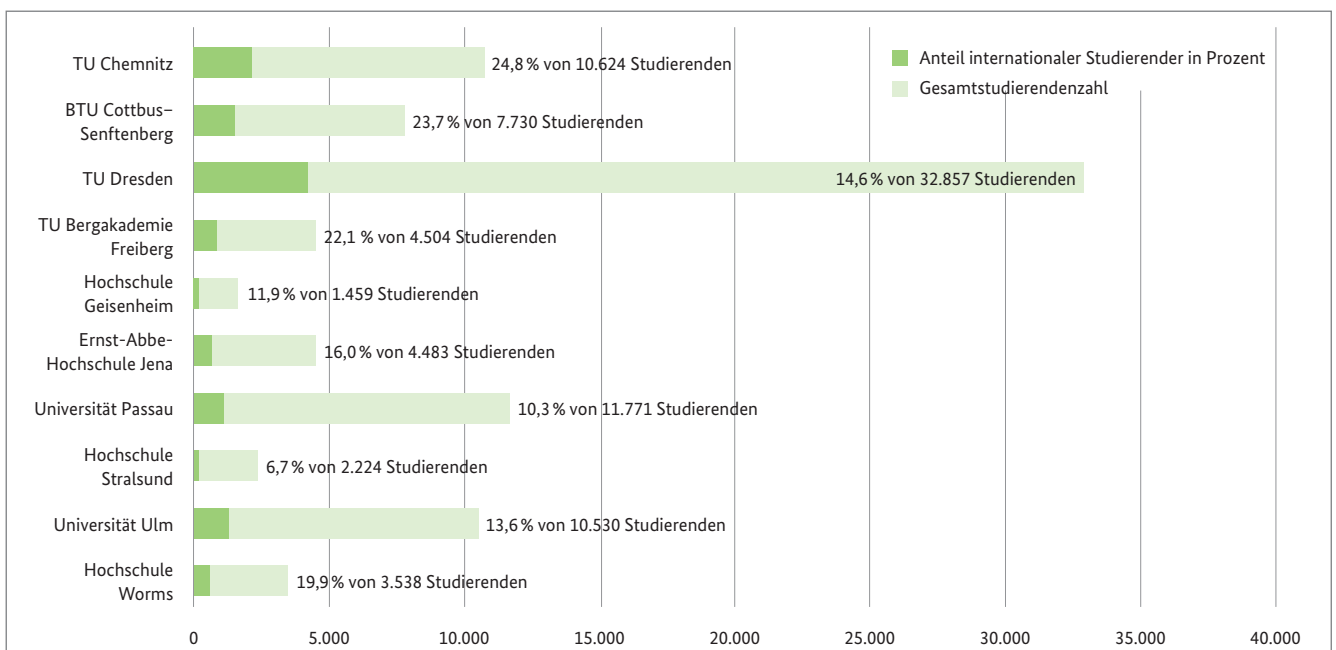


Abbildung 5: Anteil internationaler Studierender an der Gesamtstudierendenzahl im Wintersemester 2016/2017, (StaBa, 2017)

nalen Studierenden auch an den Fachhochschulen deutlich zugenommen hat (DAAD, 2016).

Auffällig ist zudem, dass gerade ostdeutsche Regionen mit bislang eher geringem Ausländeranteil im niedrigen einstelligen Bereich, teils stark steigende Zahlen internationaler Studierender durch die Magnetwirkung der Bildungseinrichtungen verzeichnen.

Die an der Initiative „Study & Work“ beteiligten Universitäten weisen einen höheren Anteil internationaler Studierender auf als die Fachhochschulen. An der BTU Cottbus–Senftenberg und der TU Chemnitz, stellvertretend für die ostdeutschen Universitäten, studieren mit fast 24 bzw. 25 % die meisten internationalen Studierenden, während die Universität Ulm mit knapp 14 sowie die Universität Passau mit rund 10 % die niedrigsten Zahlen vorweisen. Bei den Fachhochschulen reicht das Spektrum internationaler Studierender von knapp 7 % in Stralsund bis 16 % in Jena. In den alten Bundesländern sind internationale Studierende im Rahmen der geförderten Projekte etwas häufiger an Fachhochschulen als an Universitäten immatrikuliert. An der Hochschule Worms sind es fast 20 %, an der Hochschule Geisenheim 12 %.

Herkunftsländer der internationalen Studierenden

Die zehn beteiligten Hochschulen unterscheiden sich nach dem Herkunftsprofil ihrer internationalen Studierenden kaum. China (2.769) steht am häufigsten an erster Stelle und auch Indien (1.685) und Russland (696) sind an den meisten Hochschulen auf den oberen Plätzen zu finden.

Diese Verteilung spiegelt auch die gesamtdeutsche Situation der internationalen Studierenden wider (siehe Abb. 6). Die weiteren Herkunftsländer an den Projekthochschulen verteilen sich wie folgt: Iran (302), Italien (296), Vietnam (277), Ukraine (271), Syrien (269), Türkei (260) und Österreich (242). Offensichtlich spielen regionale Faktoren eine wichtige Rolle: in Passau studieren aufgrund der geografischen Nähe besonders viele Österreicher, in Cottbus stehen Studierende aus Polen an dritter Stelle. Geisenheim wiederum zieht mit seiner inhaltlichen Spezialisierung auf Agrar- und Ernährungswissenschaften wie insbesondere Weinbau viele Italiener an.

Herkunftsland	Anzahl	Anteil in %
China	30.259	12,8
Indien	11.655	4,9
Russland	11.534	4,9
Österreich	9.875	4,2
Frankreich	7.305	3,1
Italien	7.169	3,0
Türkei	6.785	2,9
Bulgarien	6.739	2,9
Kamerun	6.672	2,8
Ukraine	6.645	2,8
Polen	6.165	2,6
Iran	5.916	2,5
Spanien	5.746	2,4
Südkorea	4.838	2,1
USA	4.728	2,0
Marokko	4.680	2,0
Brasilien	4.507	1,9
Indonesien	3.626	1,5
Luxemburg	3.623	1,5
Griechenland	3.423	1,5
Insgesamt	235.858	100

Abbildung 6: Herkunftsländer internationaler Studierender in Deutschland, (DAAD, 2016)

3.3 Projektaufstellung

Mit der Initiative „Study & Work“ wurde eine große Bandbreite an Akteuren angesprochen, die für die erfolgreiche Begleitung internationaler Studierender und Absolventen in den regionalen Arbeitsmarkt von Bedeutung sind. Die geförderten Projekthochschulen haben regionale Netzwerke mit externen, aber auch hochschulinternen Partnern aufgebaut. In der Regel umfassen diese Netzwerke einen Kern und ein erweitertes Netzwerk. Die jeweiligen Partner waren dabei neben weiteren Hochschulen häufig Einrichtungen der regionalen Industrie- und Handelskammern, Arbeitsagenturen und Ausländerbehörden, Wirtschaftsförderungen und Kommunen wie Städte und Landkreise, aber auch sehr regionalspezifische Akteure wie beispielsweise der Verein „Wirtschaft für weltoffenes Sachsen e. V.“ im Chemnitzer Hochschulprojekt und das IQ-Netzwerk Mecklenburg-Vorpommern in Stralsund.

Zielsetzungen der Netzwerke

Alle Projekte der Initiative hatten zum Ziel, internationale Studierende beim Übergang von der Hochschule in den Arbeitsmarkt vor Ort und deutschlandweit zu unterstützen. Die meisten Projekte maßen diesem Ziel auch die höchste Priorität bei der Projektdurchführung zu. Ein Großteil wollte zudem frühzeitig über berufliche Perspektiven informieren. Die Hälfte der zehn geförderten Projekte hatte sich auch die Begleitung der internationalen Studierenden zu einem erfolgreichen Studienabschluss zum Ziel gesetzt.

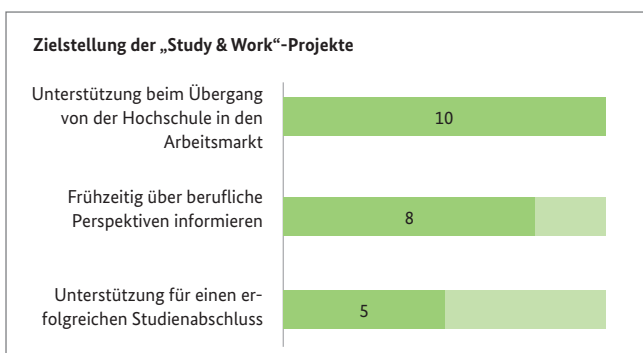


Abbildung 7: Ranking der Häufigkeit von Zielsetzungen innerhalb der zehn Projekte

Maßnahmen zur Zielerreichung

Der Modellcharakter der „Study & Work“-Initiative ermöglichte den Projekten, die Zielstellungen und Maßnahmen bedarfsorientiert auszurichten und den regionalen Gege-

benheiten entsprechend nachzusteuern. Auch der projektübergreifende Austausch auf Vernetzungstreffen förderte Lerneffekte und trug dazu bei, die Maßnahmen hochschulspezifisch und zielorientiert auszurichten.

Vorrangig zielten die entwickelten Maßnahmen darauf ab, Kontakte zu außerhochschulischen Partnern wie den Arbeitsagenturen und Kommunen, die Intensivierung der Kooperation mit der regionalen Wirtschaft und die Sensibilisierung von Unternehmen für die Zielgruppe zu verbessern. In den meisten Projekten wurden darüber hinaus Aktivitäten zur direkten Kontaktherstellung für internationale Studierende zur Arbeitswelt und zur Verbesserung der Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt sowie zur Begleitung bei aufenthaltsrechtlichen und organisatorischen Fragen umgesetzt. Aber auch Maßnahmen zur verbesserten sozialen Integration und zur Sicherung des Studienerfolgs wurden in verschiedenen Projekten konzipiert und angeboten.

Acht der erfolgreich umgesetzten Maßnahmen werden am Ende der Broschüre beschrieben (vgl. Kapitel 9 Toolbox).



Abbildung 8: Ranking der Häufigkeit umgesetzter Aktivitäten innerhalb der zehn Projekte

4 Internationale Studierende und der Arbeitsmarkteinstieg

4.1 Wissenschaftliche Begleitstudie: Bleibewunsch internationaler Studierender

Internationale Studierende gelten als Idealzuwanderer für den Arbeitsmarkt in Deutschland. Ihr Verbleib ist sowohl seitens der Politik in Bund und Ländern, als auch von der Wirtschaft ausdrücklich erwünscht (z. B. BMAS, 2011; BDA et al., 2014). Dies spiegelt sich auch in den rechtlichen Rahmenbedingungen wider, die weltweit zu den großzügigsten zählen (siehe S. 7). Auch die internationalen Studierenden selbst sind häufig gewillt zu bleiben (SVR, 2012). Die Bleibeabsicht kann als entscheidende Voraussetzung für einen tatsächlichen Verbleib verstanden werden, denn die Integration in den Arbeitsmarkt in Deutschland gelingt nur dann, wenn die Absolventen selbst ihre Zukunft hier sehen und entsprechend bereit sind, in diese Zukunft zu investieren – z. B. Deutsch zu lernen, soziale Netzwerke aufzubauen und sich auf die Stellensuche vorzubereiten. Da Studienaufenthalte im Ausland meist temporär angelegt sind, entwickelt sich die Bleibeabsicht internationaler Studierender häufig erst während ihrer Zeit in Deutschland. Für Hochschulen und ihre Netzwerkpartner ist es wichtig zu wissen, an welchen Stellen sie ansetzen können, um internationale Studierende zu einem Verbleib in Deutschland und in der Region zu motivieren. Hierzu werden aktuelle Erkenntnisse zur Bleibeabsicht internationaler Studierender aus der Begleitstudie „Study & Work“ präsentiert, die vom Forschungsbereich beim Sachverständigenrat Deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR-Forschungsbereich) durchgeführt wurde.

Die Studie „Study & Work“: Eine bundesweite Befragung internationaler Studierender

Die großangelegte Längsschnittstudie „Study & Work“ fokussiert darauf, wie internationalen Studierenden der Übergang in den deutschen Arbeitsmarkt gelingt und welche Faktoren während und nach dem Studium einen erfolgreichen Berufseinstieg begünstigen oder erschweren. Hierzu wurden im Juli und August 2015 insgesamt mehr als 5.100 Studierende aus der Europäischen Union sowie aus Drittstaaten an bundesweit 51 Hochschulen online befragt. Schwerpunkt waren ihre beruflichen und studienbezogenen Erfahrungen, Kompetenzen, Netzwerke und Zukunftspläne. Eine Folgebefragung fand im Winter 2016/17 statt.

Für die folgenden Ergebnisse zur Bleibeabsicht wurden die Antworten von 4.302 Teilnehmenden der Studie ausgewertet, die ihren Studienabschluss in den nachfolgenden drei Jahren anstrebten – und für die die Beschäftigung mit der Frage nach den Zukunftsplänen nach Studienende somit besonders relevant ist. Die Teilnehmenden waren zum Zeitpunkt der Befragung durchschnittlich 26,4 Jahre alt, etwas häufiger männlich (56,9 %), stammten überwiegend aus Drittstaaten (75,8 %) und lebten im Durchschnitt seit 2,6 Jahren in Deutschland. 24,2 % der Teilnehmenden strebten einen Bachelor an, 64,3 % studierten ihr Fach im Master und 11,4 % arbeiteten auf eine Promotion hin.

Deutschland bleibt auch nach Studienende attraktiv

Für einen Großteil der internationalen Studierenden ist Deutschland auch für die Zeit nach Studienende ein attraktiver Lebensort. Die Auswertung der Studie zeigt: Sieben von

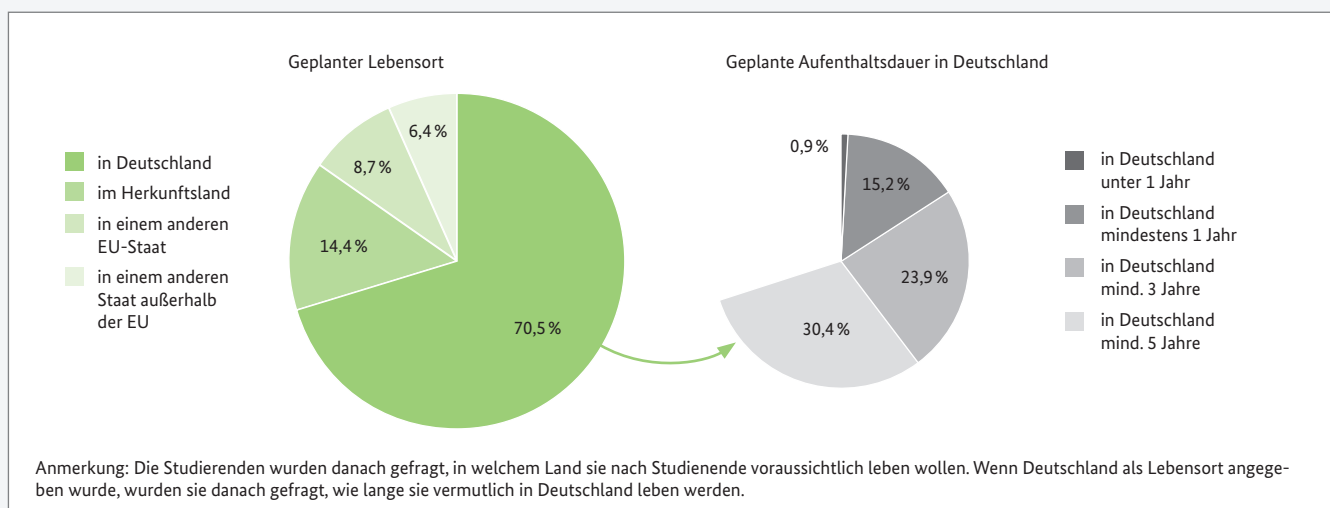


Abbildung 9: Geplanter Lebensort und Aufenthaltsdauer in Deutschland nach Studienende (nach Häufigkeit der Nennungen), Quelle: Erste Erhebung der Begleitstudie „Study & Work“ (SVR-Forschungsbereich, 2015)

zehn Studienteilnehmern möchten nach Studienabschluss weiterhin in Deutschland leben (70,5 %), drei von zehn Teilnehmern sogar fünf Jahre und länger (30,4 %). Wenn Studierende nach ihrem Abschluss auswandern möchten, dann zieht es sie am häufigsten zurück in ihr Herkunftsland (14,4 %). Andere Zielländer spielen in ihren Zukunftsplänen im Vergleich zu Deutschland eine eher untergeordnete Rolle (vgl. Abb. 9).

Die Studienteilnehmer unterscheiden sich voneinander in ihrer Bleibeabsicht. Je länger internationale Studierende bereits in Deutschland leben, desto eher können sie sich vorstellen, auch nach dem Abschluss zu bleiben. Drittstaatsangehörige sind eher entschieden zu bleiben als Bürger aus EU-Staaten. Studierende, die einen Master-Abschluss anstreben, wollen eher in Deutschland bleiben als Bachelorstudierende, während Promovierende eher wegziehen möchten. Frauen und Männer unterscheiden sich dagegen nicht bedeutsam voneinander.

Was motiviert internationale Studierende, nach Beendigung ihres Studiums in Deutschland zu bleiben? Theoretisch lassen sich drei Faktoren zur Erklärung heranziehen (Ajzen, 1991): erstens die eigene positive Bewertung zum Leben nach Studienende in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern, zweitens die Befürwortung des Verbleibs durch wichtige Bezugspersonen wie die Eltern, und

drittens Faktoren, die die Studierenden als förderlich oder hinderlich für den angestrebten Verbleib wahrnehmen. Die Ergebnisse bestätigen diese Annahmen (vgl. Abb. 10). Für die befragten internationalen Studierenden selbst spielt die Einschätzung, nach Studienende attraktive Arbeitsmöglichkeiten in Deutschland zu haben wie z. B. gute Arbeitsbedingungen oder die Möglichkeit, internationale Berufserfahrung zu sammeln, eine ebenso große Rolle wie die Bewertung, dass das Leben in Deutschland eine hohe Qualität hat, z. B. hoher Lebensstandard, gute Bedingungen um Kinder großzuziehen. Zudem können sie sich eher vorstellen in Deutschland zu bleiben, wenn ihre Familie dies befürwortet. Schließlich wird die Bleibeabsicht begünstigt, wenn auch der (Ehe-) Partner in Deutschland lebt, wenn Freunde in Deutschland sind, die ihnen bei Bewerbungen, bei der Jobsuche, in finanziellen und rechtlichen Belangen helfen können, und wenn sie bereits erste Berufserfahrungen in Deutschland gesammelt haben. Dagegen spielen gute Sprachkenntnisse genauso wenig eine Rolle für die Bereitschaft, nach Studienende in Deutschland zu bleiben wie die finanzielle Situation. Aus einer früheren Studie ist bereits bekannt, dass insbesondere Studierende in englischsprachigen Studiengängen die Notwendigkeit guter Deutschkenntnisse für den Berufseinstieg unterschätzen (Arajärvi & Drubig, 2014). Die finanzielle Situation im Studium ist zudem für viele nicht aussagekräftig für die Zeit nach Studienende (z. B. temporäres Einkommen durch ein

Herkunftsland	Bestimmungsfaktoren für die Bleibeabsicht
1. Positive eigene Bewertung von Deutschland	im Bereich Beruf	↗
	im Bereich Lebensqualität/Familie	↗
2. Bewertung relevanter Anderer	Verbleib ist Wunsch der Familie	↗
3. Wahrgenommene förderliche und hinderliche Bedingungen für Verbleib	Lebenspartner in Deutschland (vs. kein Lebenspartner)	↗
	Lebenspartner im Ausland (vs. kein Lebenspartner)	↘
	Deutschkenntnisse	–
	Soziale Unterstützungsnetzwerke in Deutschland	↗
	Nettoeinkommen	–
	Diskriminierungserfahrungen	–
	Berufserfahrungen in Deutschland	↗

Lesehilfe: Dargestellt sind die Ergebnisse einer multiplen logistischen Regressionsanalyse. Mit Pfeilen gekennzeichnete positive (↗) und negative (↘) Zusammenhänge bezeichnen Ergebnisse, die statistisch abgesichert sind (Fehlerwahrscheinlichkeit von 1 %). Die dargestellten Zusammenhänge wurden zusätzlich für Geschlecht, Staatsangehörigkeit (EU- vs. Drittstaatsbürgerschaft), angestrebter Studienabschluss und Aufenthaltsdauer in Deutschland kontrolliert. Detaillierte Ergebnisse werden auf Nachfrage zur Verfügung gestellt.

Abbildung 10: Bestimmungsfaktoren für die Bleibeabsicht in Deutschland, Quelle: Erste Erhebung der Begleitstudie „Study & Work“ (SVR-Forschungsbereich, 2015)

Studienstipendium). Die Ergebnisse decken sich mit denen internationaler Studien (z. B. Baruch et al, 2007; Constant & Massey, 2002; Diehl & Preisendörfer, 2007).

Bleibeabsicht in der Region: Internationale Studierende sind eher mobil

Die Stichprobenteilnehmer studieren an 51 Universitäten und Fachhochschulen bundesweit. Ländliche Regionen sind genauso in der Studie vertreten wie Großstädte, strukturschwache Gebiete genauso wie wirtschaftlich eher starke Regionen. Vielfach, u. a. auch in den Netzwerkprojekten der Initiative „Study & Work“, werden große Anstrengungen unternommen, um internationale Absolventen für den regionalen Arbeitsmarkt zu gewinnen. Deswegen wurde in der Studie die Frage gestellt, wie sehr die Studierenden daran interessiert sind, am Hochschulstandort zu verbleiben und mit welchen Motiven sie den Bleibe- oder Abwanderungswunsch begründen.

Laut der Antworten in der Befragung sind nur die wenigsten Studierenden auf die Region festgelegt (vgl. Abb. 11): Nur drei von zehn (28,9 %) internationalen Studierenden ziehen es vor, nach Studienende am Hochschulstandort wohnen zu bleiben; für rund die Hälfte der befragten Teilnehmer ist der zukünftige Wohnort dagegen unerheblich

(48,3 %). Die hohe Mobilitätsbereitschaft spiegelt sich auch in den Argumenten wider, die die Teilnehmer zur Begründung für oder gegen einen Verbleib am Hochschulstandort nennen. Die internationalen Studierenden zieht es vor allem dahin, wo sie attraktive Arbeitsmöglichkeiten sehen. Freunde am Studienort sind dagegen für viele ein entscheidender Grund zu bleiben. Daneben beeinflusst die wahrgenommene Attraktivität der Region den Bleibewunsch der internationalen Studierenden. Hierzu gehören die Größe und Internationalität der Stadt, ein Gefühl von Sicherheit, das kulturelle Angebot sowie die Verkehrsinfrastruktur innerhalb der Stadt und die Anbindung an andere Städte.

Die Ergebnisse haben Konsequenzen für das Handeln von Hochschulen und anderen regionalen Akteuren. Wenn internationale Studierende in Deutschland und in der Region gehalten werden sollen, ist es nicht nur wichtig, sie frühzeitig „fit“ für den Arbeitsmarkt zu machen. Genauso wichtig erscheint es, bereits während des Studiums an motivationalen Faktoren anzusetzen. Nehmen internationale Studierende wahr, dass sie gute Jobperspektiven haben, erleben sie den Studienort als lebenswert und sind sie in ein soziales Netz eingebunden, können sie sich eher vorstellen zu bleiben. Diese Bleibebereitschaft ist der erste und entscheidende Schritt für den tatsächlichen Verbleib.

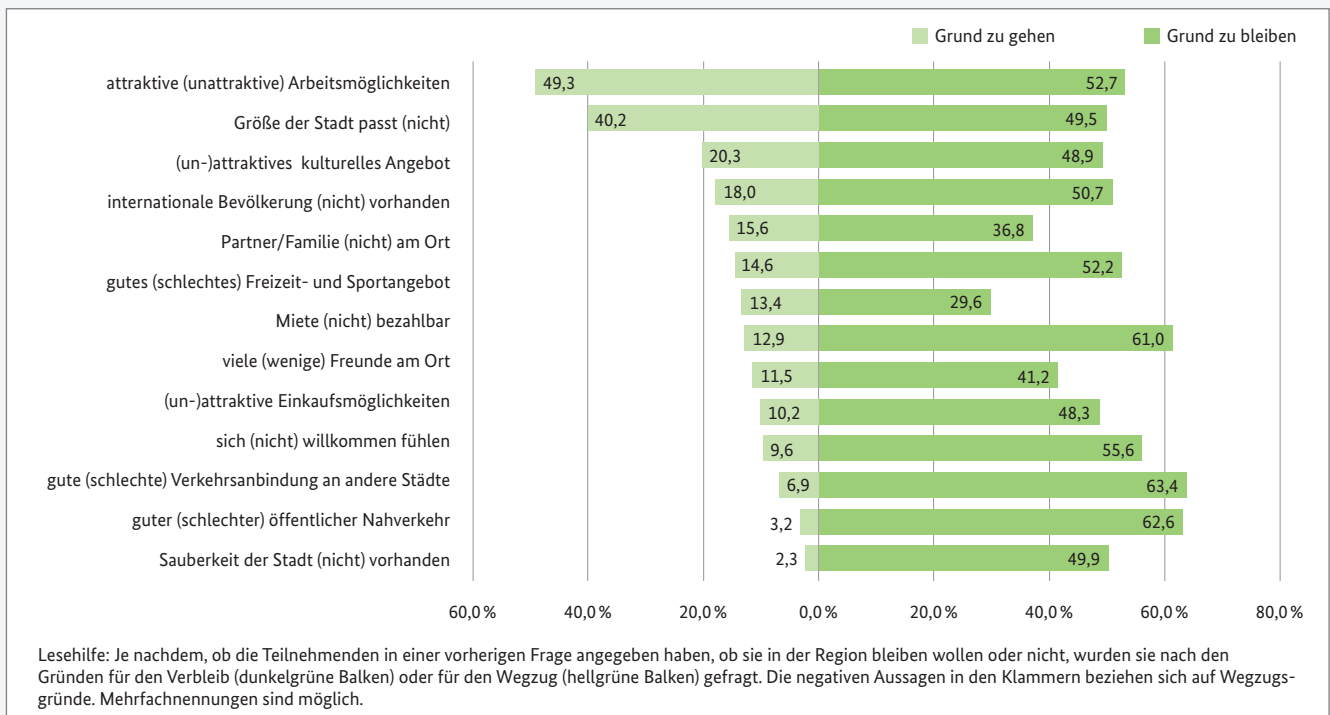


Abbildung 11: Ausschlaggebende Kriterien für den Verbleib in der Region bzw. den Wegzug (nach Häufigkeit der Nennung), Quelle: Erste Erhebung der Begleitstudie „Study & Work“ (SVR-Forschungsbereich, 2015)

4.2 Wege zu Studienerfolg und Arbeitsmarktintegration

Die Mehrzahl internationaler Studierender kommt nicht mit einem vorgefassten Bleibewunsch nach Deutschland, sondern mit dem Ziel, ein (Teil-)Studium erfolgreich abzuschließen. Erst wenn der erfolgreiche Studienabschluss gesichert ist, setzt der akute Entscheidungsprozess ein, wo und wie eine erfolgreiche Karriereentwicklung umgesetzt werden kann. Bekannt ist, dass abhängig vom Herkunftsland und der Abschlussart ca. zwei Drittel nach dem Studium Arbeitserfahrungen in Deutschland sammeln wollen, aber später nur etwa 25 % dies tatsächlich umsetzen (SVR, 2012).

Der Bleibewunsch formt sich in der Regel während des Studiums und ist nach dem Studienabschluss bei Masterstudierenden stärker ausgeprägt als bei Bachelorstudierenden (SVR, 2012). Die Entwicklung nach dem Studium hängt damit von den wahrgenommenen Perspektiven durch entsprechende Angebote während des Studiums ab. Auch die persönlichen Bindungen an das Studienland und die Region stellen Einflussfaktoren für eine Bleibeabsicht dar und sollten nicht ausgeblendet werden (ebenda, 2015).

Zudem erscheint eine frühe Auseinandersetzung mit den Anforderungen des Arbeitsmarktes schon während des Studiums immens wichtig, um aus einem bestehenden oder geweckten Bleibewunsch auch eine realistische Bleibeperspektive zu entwickeln, und das nicht erst nach dem Abschluss, sondern bereits während des Studiums. Entsprechende Angebote, die auch während des Studiums wahrgenommen werden, können dabei unterstützen.

Studienbegleitend über den Arbeitsmarktzugang in Deutschland aufklären

Als förderlich gilt, dass internationale Studierende ihre Karrieremöglichkeiten in Deutschland tendenziell positiv einschätzen (DAAD, 2014). Das betrifft insbesondere MINT-Studierende. Das zu erwartende Einkommensniveau, aber auch Weiterbildungsmöglichkeiten und die vergleichsweise hohe Lebensqualität stellen dabei positive Faktoren für eine Bleibeabsicht von internationalen Studierenden dar. Gegenüber den generell als gut empfundenen Chancen auf dem deutschen Arbeitsmarkt zeigt sich allerdings, dass über die Grundvoraussetzungen zum Zugang wenige Kenntnisse vorliegen.



Beratung an der Universität Passau

Unterschätzter Zusammenhang: Sprache und Arbeitsmarkt

Die zentrale Rolle von Deutschkenntnissen als Voraussetzung für eine Tätigkeit in Unternehmen wird von internationalen Absolventen häufig unterschätzt (Arajärvi & Drubig, 2014) und stellt eine Hauptbarriere für die Aufnahme einer beruflichen Tätigkeit dar. Die Projekterfahrungen bestätigen, dass seitens der Unternehmen die Erwartung besteht, dass nach einer mehrjährigen Ausbildung in Deutschland fortgeschrittene Deutschkenntnisse (mindestens B1) vorhanden sind, die auch als Grundlage für die Kommunikation mit Kollegen im Arbeitsumfeld und das professionelle Fachverständnis gesehen werden.

Studienbegleitend vorbereiten

Die beteiligten Hochschulprojekte und Netzwerkpartner konnten die erforderlichen Kompetenzen und Fähigkeiten für den späteren Übergang in den Arbeitsmarkt und konnten diese über geeignete Formate und Ansätze bereits studienbegleitend adressieren.

Schlüsselkompetenzen	Merkmale mit Relevanz für internationale Studierende (Projekterfahrungen)
Sozialkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> • Andere Kulturen verstehen • Teamfähigkeit • Kommunikationsfähigkeit • Konfliktmanagement • Netzwerkfähigkeit

Selbstkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Selbstmanagement/-organisation und -motivation Zeitmanagement Selbstvertrauen im Bewerbungsprozess Eigeninitiative und Entscheidungsfähigkeit Selbststeuerungsfähigkeit und Selbstverantwortung Belastbarkeit und Durchhaltevermögen Selbstpräsentation/Selbstmarketing
Sachkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Deutschkenntnisse Kenntnisse der relevanten rechtlichen Regelungen Arbeitskultur in Deutschland
Methodenkompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> Informationsgewinnung und -auswertung Lern- und Arbeitstechniken wissenschaftliches Arbeiten Projektmanagement Präsentationstechniken Bewerben in Deutschland

Die folgenden Erfahrungen zur Unterstützung des Studierenerfolgs im Allgemeinen, zum Vorgehen bei der frühzeitigen Berufsorientierung, dem tatsächlichen Übergang in den Arbeitsmarkt und bei der angemessenen Ansprache konnten gesammelt werden.

4.2.1 Studienerfolg als zentrale Voraussetzung für den Arbeitsmarktzugang

Studienerfolg umfasst verschiedene Dimensionen und steht im Kontext der Hochschulprojekte zu allererst für das Erreichen definierter Studienziele, also für die Erlangung des Studienabschlusses in einem bestimmten Zeitraum.

Insgesamt ist das Thema Studienerfolg innerhalb der Netzwerkprojekte den berufs- und arbeitsmarktorientierten Zielen untergeordnet. Zu den Aktivitäten, die den erfolgreichen Studienabschluss befördern, gehören Deutschkompetenzen, die Organisation des Studienalltags, fachliche Unterstützung durch Professoren und Kommilitonen sowie Kenntnisse über relevante soziale und kulturelle Aspekte.

Fachliche Qualifizierungsangebote

Unter fachlichen Qualifizierungsangeboten werden solche verstanden, die einen direkten Bezug zum Studieninhalt

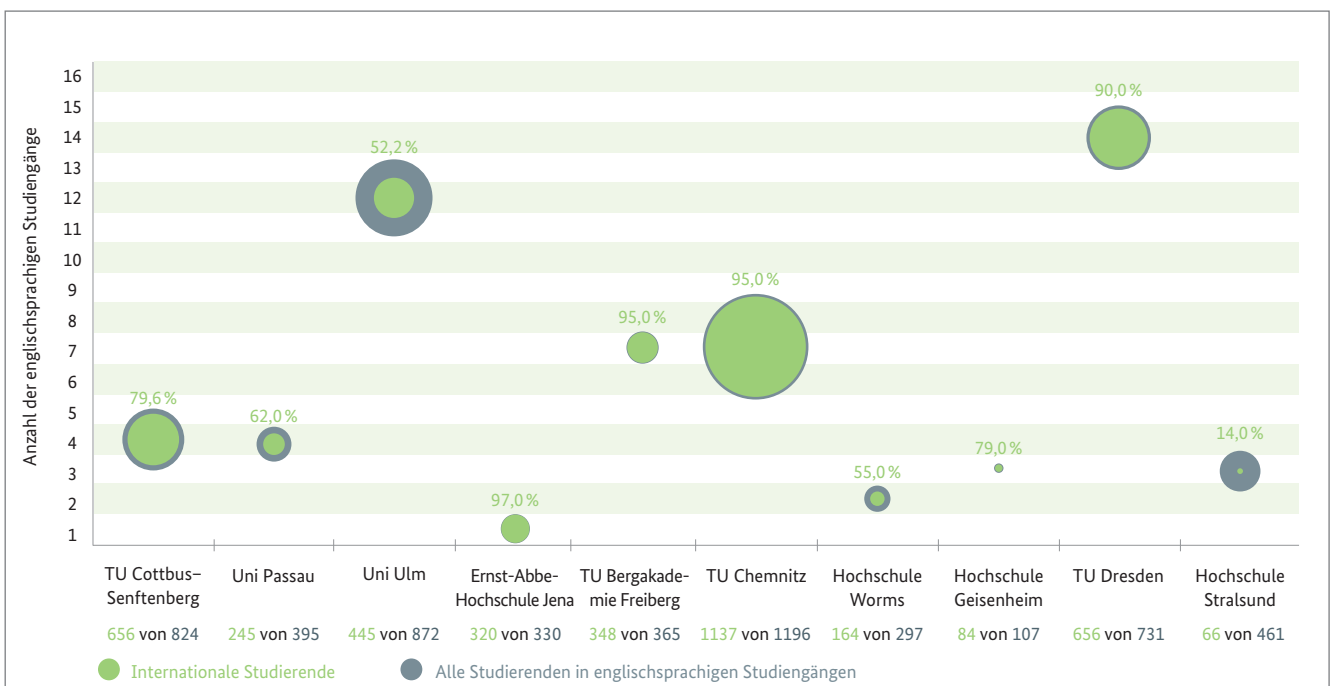


Abbildung 12: Internationale Studierende in englischsprachigen Studiengängen an den „Study & Work“-Hochschulen



Deutsch-Sprachkurs an der TU Bergakademie Freiberg

haben. Dazu können zum Beispiel Fachsprachkurse wie Deutsch für Informatiker oder gezielt auf eine bestimmte Prüfung vorbereitende Kurse zählen, bei denen die unterschiedlichen Ausgangsvoraussetzungen internationaler Studierender gegenüber ihren deutschen Kommilitonen stärkere Berücksichtigung finden. Diese Maßnahmen bildeten in der Initiative „Study & Work“ einen kleinen Anteil der Projektaktivitäten. In Jena wurden für internationale Studierende Fachtutorien zur Nachhilfe in den Fächern Mathematik, Physik, Elektrotechnik, Elektronik und für Mikroskopier-Kurse konzipiert und angeboten. Alle Kurse bereiteten auf die entsprechenden deutschsprachigen Prüfungen und deren Fachvokabular vor. Tutoren waren meist Studierende höherer Semester, oft selbst mit internationalem Hintergrund. Bislang verzeichneten die Prüfungen teils sehr hohe Durchfallquoten, die über die Fachtutorien spürbar gesenkt werden konnten.

Sprachkenntnisse kontinuierlich fördern

Im Zuge der Internationalisierung deutscher Hochschulen steigt die Anzahl englischsprachiger Studiengänge, um auch damit die Attraktivität Deutschlands als Studienort mit exzellenter Ausbildung und geringen Studienbeiträgen zu steigern (Stifterverband, 2015).

Die Projekterfahrungen unterstreichen Bekanntes: Unzureichende Sprachkenntnisse in Deutsch und teilweise auch in Englisch, stellen schon im Studium ebenso wie im Alltag und später auch beim Übergang in den Arbeitsmarkt ein großes Hindernis dar.

Insbesondere spielt Deutsch nicht nur eine wichtige Rolle beim Verständnis von Lehrmaterialien. Auch in administrativen, studienorganisatorischen Angelegenheiten führt mangelhaftes Deutsch zu Verständnisproblemen. Zur Unterstützung der Studierenden verfolgten die „Study &

Work“-Projekte den Ausbau von mehrsprachigen Angeboten an den Hochschulen und ihren Campussen, denn trotz steigender Anzahl internationaler Studierender sind diese nur teilweise vorhanden. Entsprechend wurden Beratungsmaterialien erstellt, die in englischer Sprache auf Beratungsangebote hinweisen (z. B. [TU Bergakademie Freiberg](#), [Universitäten Passau und Ulm](#)), um damit die Orientierung im Studium zu fördern. Zentrale Herausforderung hierbei sind die Ressourcen, die für eine adäquate Übersetzung aufgewendet werden müssen.

Im Hinblick auf die sprachliche Qualifikation internationaler Studierender weisen die Erfahrungen der Projekthochschulen darauf hin, dass die Sprachangebote differenziert für unterschiedliche Zielgruppen ausgelegt werden sollten. Englischsprachige Bachelor- und Masterstudierende benötigen demnach den Ausbau von deutschen Intensivsprachprogrammen, während für deutschsprachige Studiengänge überwiegend Fachsprachenangebote in unterschiedlichen Niveaustufen benötigt werden, z. B. Deutsch für Wirtschaftskommunikation.

Neben der passgenauen Ausrichtung der Deutschförderangebote unterstreichen die Projekterfahrungen, dass diese besser in die häufig straff organisierten Studiengänge integriert werden müssen. Zu berücksichtigen sind hier die Prüfungs- und Ferienzeiten ebenso wie Pflichtveranstaltungen. Die mit der [Hochschule Worms](#) kooperierende [Hochschule Ludwigshafen](#) am Rhein konnte eigens für den Deutschsprachunterricht einen Zeitraum von zwei Stunden wöchentlich festlegen, in denen keine anderen Angebote liegen.

Komplementär bauten die Projekte Sprach-Tandems internationaler und deutschsprachiger Studierender aus, die die Vertiefung der Sprachkompetenzen und gleichzeitig soziale Kontakte fördern.

Gute Sprach- und Kommunikationskompetenzen sowie die Fähigkeit, kulturbedingte Unterschiede wahrzunehmen und darauf zu reagieren, sind eng verbunden. Englisch als alleinige Lehr- und Umgangssprache ist zunächst ein Anreiz für einen einfacheren Start ins Studium. Nachteilig für internationale Studierende in englischsprachigen Studiengängen sind häufig geringe Deutschkenntnisse, da diese für das Studium nicht relevant sind. Meist bestehen zudem weniger Berührungspunkte mit deutschen Studierenden, was interkulturelle Erfahrungen mit dem Gastland und die gesellschaftliche Integration behindert. Auch Einblicke in



Studentin der TU Dresden informiert sich

die Arbeitskultur des deutschen Studienlandes werden erschwert, da insbesondere in kleinen und mittelständischen Unternehmen auch für Praktika häufig solide Deutschkenntnisse erwartet werden.

Unterstützung der Studienorganisation

Sich in neuen, komplexen und nicht den eigenen kulturellen Standards entsprechenden Strukturen allein zurechtzufinden, kann zu Überforderung und hohen Abbruchquoten führen. Die Unterstützung bei der Organisation des Studiums kann für einen erfolgreichen Abschluss

entscheidend sein. Die Informationsstrukturen sind in Hochschulen oft historisch gewachsen und unterscheiden sich entsprechend. Insbesondere an großen Einrichtungen ist es schwer einen Überblick zu erhalten, nicht zuletzt weil auch hochschulintern die Handlungs- und Kompetenzbereiche unterschiedlicher Einrichtungen nicht immer explizit festgelegt und kommuniziert werden. Internationale Studierende kennen diese Strukturen zunächst nicht. Beratungs- und Unterstützungsangebote, die das Verständnis für Studienaufbau und -organisation fördern, dem Krisenfall vorbeugen helfen und gezielt in verschiedenen Phasen des Studiums eingesetzt werden, sind in der Regel wenig vorhanden.

Um in der Angebotsvielfalt bei der Selbstorganisation zu helfen sowie einen Anreiz für die Teilnahme und gleichzeitig eine Sammlung von Referenzen anzubieten, setzte die **Universität Passau** auf ein Dokument, den iStudi-Pass (siehe Abb. 13), in dem sechs unterschiedliche Module aufgeführt werden, die die Studierenden absolvieren müssen. Die Auswahl der Angebote innerhalb eines Moduls nahmen die Studierenden nach Bedarf selbst vor. Für das erfolgreiche Absolvieren erhielten sie einen Stempel, der einerseits motiviert und andererseits dazu berechtigt, ein Zertifikat, das zukünftigen Bewerbungen beigelegt werden kann, zu erlangen.

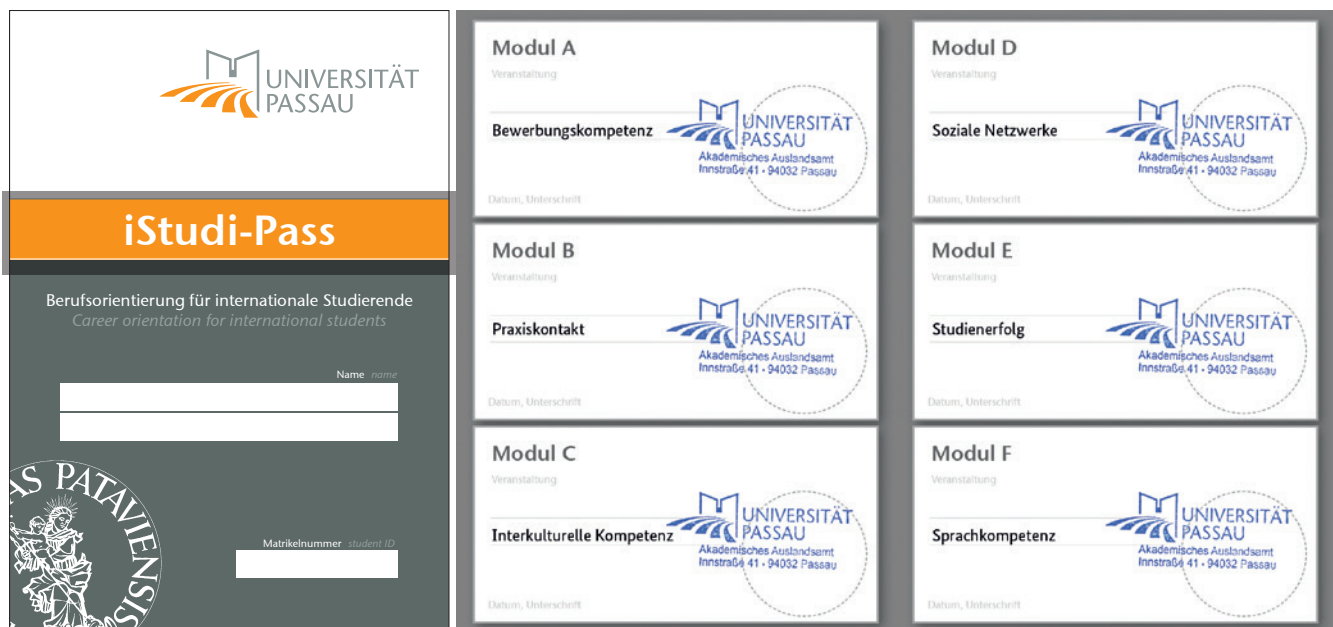


Abbildung 13: Passauer iStudi-Pass als Hilfe zur Selbstorganisation

Verweisswissen strukturübergreifend aufbauen

Zentrale Ansprechpartner mit Verweisswissen und Bezugspersonen für Studierende sowie Brückenbauer zur Hochschulverwaltung fehlen oftmals oder sind nicht interkulturell geprägt. Hochschulen wie **Passau**, **Ulm** und **Dresden** beschäftigten sich zunächst mit der Frage, wie der Informationsfluss sichergestellt werden kann. Es wurde eruiert, welche Organisationseinheit welche Rolle mit welchen Aufgaben bei der Beratung internationaler Studierender in der Hochschule einnimmt. So wurde die Grundlage dafür geschaffen, Studierende entweder selbst zu beraten oder auf kompetente Stellen innerhalb der Uni zu verweisen. Das so aufgebaute Verweisswissen stellte nicht nur sicher, dass die Studierenden entsprechend ihrer Anliegen an kompetente Personen vermittelt werden. Es wurde auch ermöglicht, dass unterschiedliche Angebote unter der internationalen Studierendenschaft verbreitet und die Auslastung von Angeboten gefördert wurden. Im Rahmen von Coaching-Angeboten wurden zudem Personen als Ansprechpartner qualifiziert, die als zentrale Anlaufstellen internationalen Studierenden Fragen zu Studium, Aufenthaltsstatus, Praktikumssuche und Berufseinstieg beantworten können. Neben den Hochschulen sind die Studentenwerke zentrale Ansprechpartner, die spezifische Beratungsangebote z. B. bei finanziellen, psychosozialen oder rechtlichen Fragen haben. Die Arbeitsteilung bei der Betreuung der Studierenden zwischen Hochschulen und Studentenwerken ist den internationalen Studierenden häufig nicht bekannt. Auch aus diesem Grund spielt das Verweisswissen eine große Rolle.

Verweisswissen beschreibt Kenntnisse über einschlägige Strukturen und Ansprechpartner, auf die verwiesen werden kann.

Studienabbruch

Zur Verbesserung des Studienerfolgs zählt auch die aktive Auseinandersetzung mit den Gründen, die zum Abbruch eines Studiums führen. Während die Abbruchquoten für internationale Master-Studierende bei 9 % liegen, brechen noch immer über 40 % der internationalen Studierenden das Bachelorstudium ab (Heublein et al., 2014). Die **BTU Cottbus-Senftenberg** hat ein zukunftsorientiertes Monitoring entwickelt, das Ursachen für Studienabbrüche internationaler Studierender an der Hochschule untersucht. Mittels qualitativer Befragung unter Studierenden und Mitarbeitern zu Erfahrungen mit Beratungsangeboten



Unternehmen erläutern Einstellungsvoraussetzungen in Freiberg

wurden bereits erste Hemmnisse (z. B. Studierende sind mit Studien- und Prüfungsordnung nicht ausreichend vertraut) ermittelt. In einer Auswertung der Exmatrikulationsgründe der besuchten Studiengänge wurde zudem untersucht, ob für den Studienabbruch internationaler Studierender im Bachelorstudium ähnliche Schwierigkeiten eine Rolle spielen wie bei deutschen Studierenden.

Im Falle des Scheiterns an der Hochschule stellte sich die **BTU Cottbus-Senftenberg** gemeinsam mit der regionalen Ausländerbehörde die Frage, ob die aufgewendete Zeit sowie erworbenes Wissen und Fähigkeiten durch den Übergang in einen Ausbildungsberuf und dabei auch in nachgefragte arbeitsmarktorientierte Fähigkeiten übertragen werden können. Festgestellt wurde, dass die geltenden aufenthaltsrechtlichen Bestimmungen diese Durchlässigkeit ausschließen. In einigen Fällen konnten die Projekte den Übergang in ein Duales Studium ermöglichen. Unterschiede wurden dabei hinsichtlich der Auslegungspraxis der Ausländerbehörden deutlich.

Empfehlungen der Projekte zum Studienerfolg

- Für die Bewältigung des Studienalltags sollten Trainings zur gezielten Studienorientierung zu Beginn des Studiums bzw. Semesters angeboten werden ebenso wie zum wissenschaftlichen Arbeiten und Schreiben.
- Informationen, Trainings und Beratung zur Sicherung des Studienerfolgs sind mit den Lernzielen abzustimmen. Auch die fachbezogene Lehrtätigkeit

muss der Heterogenität der Studierenden stärker Rechnung tragen.

- Die Intensivierung der Sprachtrainings und insbesondere der fachsprachlichen Deutschkenntnisse sind notwendig zur Stärkung der Studierfähigkeit, zur Orientierung an der Hochschule und für die Vorbereitung des Berufseinstiegs.
- Eine curriculare Verankerung von Sprachtrainings, Studienorientierungsmaßnahmen und Angeboten zur Arbeitsmarktvorbereitung schafft für alle Akteure Vorteile. Einhergehend damit ist eine verpflichtende Teilnahme für internationale Studierende. Die Verantwortlichen an den Hochschulen sollten Parallelangebote vermeiden.
- Die persönliche Ansprache z. B. durch Studiengangskoordinatoren ist nachweislich effektiv. Der Zeitaufwand ist dafür deutlich höher (nach Projekteinschätzung doppelt so hoch wie im Vergleich zu einem deutschen Studierenden).
- Es kann nicht vorausgesetzt werden, dass die Studierenden die relevanten Angebote in den Hochschulen verstehen, da verschiedene soziale und kulturelle Perspektiven hier zusammenspielen. Ein Hinterfragen und ggf. flexible Erklärungsangebote sind erforderlich.
- Die rechtlichen Rahmenbedingungen für absehbare Studienabbrüche sind frühzeitig zu klären. Für die Durchlässigkeit zwischen Studium und Ausbildung bedarf es entsprechender Anpassungen aufenthaltsrechtlicher Regelungen. Parallel wären Sensibilisierungsbemühungen für Ausbildungsberufe zu implementieren.

4.2.2 Berufsorientierung und Übergang in den Arbeitsmarkt

Da sich über die Hälfte aller internationalen Studierenden vorstellen kann (DAAD, 2014a), für einen längeren Zeitraum nach dem Studium in Deutschland beruflich tätig zu sein und die Fachkräftenachfrage steigt, kommt Hochschulen für die Herstellung von Beschäftigungsfähigkeit eine besondere Bedeutung zu, die aber bislang selten wahrgenommen



Informationsgespräch an der TU Dresden

wird. Dabei liegen hier Potenziale, um neue qualitative Maßstäbe ihrer Lehre zu setzen, indem der Faktor Beschäftigungsfähigkeit in die Curricula integriert wird.

Im Zuge des Bologna-Prozesses haben deutsche Hochschulen den Auftrag erhalten, neben der Fachlichkeit auch die berufliche Relevanz der Studiengänge zu fördern, um die Beschäftigungsfähigkeit von Hochschulabsolventen zu stärken (HRK, 2012). Gleichzeitig ist Employability auch ein Thema des Wirkens der Hochschule in die Region hinein (Third Mission). Derzeit wird im jährlichen Studienqualitätsmonitor die Beschäftigungsfähigkeit der Hochschulen durch die Studierenden allerdings als mangelhaft eingeschätzt (Grützmaker & Willige, 2016). Gleichzeitig betonen auch die Arbeitgeber die Relevanz praktischer Erfahrungen als eine der wichtigsten Fähigkeiten (Stifterverband, 2016). Für eine praxisbezogene Realisierung des Employability-Auftrags ist darum die Kooperation mit Akteuren des Arbeitsmarkts erforderlich (vgl. Kapitel 7 Unternehmen in regionalen Netzwerken).

Die Hochschulprojekte haben eine Reihe von Besonderheiten von internationalen Studierenden aus ihren Erfahrungen zusammengetragen und entsprechende Maßnahmen und Formate entwickelt, die Veränderungen bewirken sollen.

Englisch allein reicht nicht aus

Deutschen Sprachkenntnissen kommt beim Arbeitsmarktzugang wie der Studienbewältigung eine hohe Bedeutung zu. Die „Study & Work“-Projekte stellten in ihrer Arbeit mit internationalen Studierenden fest, dass unter diesen die Annahme verbreitet ist, dass gute Englischkenntnisse ausreichend sind, um in einem Unternehmen Fußzufassen. Im

Hinblick auf die in allen Projektregionen starke klein- und mittelständische Unternehmerschaft, deren Firmensprache überwiegend Deutsch ist, entstand hier eine Diskrepanz. Im „Study & Work“-Projekt in Freiberg wurden daher vom Sprachenzentrum spezielle neu konzipierte fachsprachliche Deutschkurse zum Berufseinstieg in drei Niveaustufen angeboten (vgl. Kapitel 9 Toolbox, S. 60). In dem Projekt der BTU Cottbus–Senftenberg konnten internationale Studierende berufssprachliche Qualifizierungen vor allem im letzten Studiendrittel unter dem Titel „Deutsch im Berufsalltag“ besuchen. Geisenheim hatte im Zuge des Projektes verpflichtende Deutschkurse für den englischsprachigen Studiengang International Wine Business eingeführt.

Schlüsselkompetenzen fokussieren

Arbeitgeber erwarten soziale Kompetenzen, wie Kooperations-, Kommunikations- und Problemlösungsfähigkeit sowie notwendige Schlüsselkompetenzen, wie Teamarbeit, Verhandlungsgeschick, Arbeitsorganisation und Zeitmanagement (Stifterverband, 2016). Im „Study & Work“-Projekt in Stralsund wurden Kleingruppentrainings zu den Themen Rhetorik und Präsentation sowie Projektmanagement durchgeführt. Auch interkulturelle Trainings wurden für internationale Studierende angeboten.

Frühzeitig Arbeitsmarktkontakte herstellen

Auch wenn sich internationale Studierende für Karriereperspektiven auf dem deutschen Arbeitsmarkt interessieren, erschließt sich ihnen nicht automatisch, dass der Weg dahin möglichst frühzeitig eingeschlagen werden sollte. Sie müssen für die Relevanz von z. B. Praktika und fachbezogenen Nebentätigkeiten während des Studiums sensibilisiert werden.

Entsprechende Maßnahmen wie Firmenbesichtigungen, bei denen kleine und mittelständische Unternehmen der Region ihre Tätigkeitsfelder, das Kollegium und Karrierechancen vorstellen und internationale Studierende Fragen stellen können, erfreuten sich großer Beliebtheit. Sofern zunächst ein Eindruck des Unternehmens vermittelt werden soll, wurden auch englischsprachige Besichtigungen als zielführend bewertet.

Die Suche und Vermittlung von Praktika stellte in vielen Projekten einen Schwerpunkt dar. Dort, wo sie per Studienordnung nicht verpflichtend sind, muss ihre hohe Relevanz für die zukünftige Arbeitssuche seitens der Hochschulen und Netzwerkpartner verdeutlicht werden. Als ungünstig erweist sich, dass freiwillige Praktika die Studienzzeit verlängern können. Werden sie entlohnt, gelten sie zudem

als studentische Erwerbstätigkeit, die häufig nicht sehr gut bezahlt sind. Eine curriculare Verankerung von Praktika hält die Mehrzahl der Projekte folglich als zielführend für den Erwerb praktischer Arbeitserfahrungen. Pflichtpraktika mit einer Dauer von bis zu drei Monaten, deren Entlohnung nicht am Mindestlohn orientiert ist, bieten auch aus Sicht der Unternehmen Vorteile. Hochschulstandorte, die Pflichtpraktika in die Studienangebote integrierten, weisen zum Teil auf Herausforderungen beim Matching zwischen Studiengängen und regional ansässigen Unternehmen hin. Entsprechend sollten die Netzwerkooperationen auch dafür genutzt werden, Praktikumsplätze in anderen Regionen bereitzustellen. Die „Study & Work“-Projekte unterstreichen zudem den erforderlichen Beratungsbedarf zu unterschiedlichen Praktikumsanforderungen.

Rechtliche Rahmenbedingungen für Praktika und Arbeitsaufnahme von internationalen Studierenden

Internationale Studierende aus der Europäischen Union, dem europäischen Wirtschaftsraum und der Schweiz:

- sind freizügigkeitsberechtigt.
- dürfen in Deutschland fast uneingeschränkt studieren und arbeiten.

Internationale Studierende aus Drittstaaten:

- müssen einen Aufenthaltstitel zur Studienaufnahme beantragen und regelmäßig verlängern.
- müssen nachweisen, dass sie für ihren Lebensun-



Internationale Studierende an der Hochschule Worms

terhalt aufkommen und ihren Studienabschluss in einem angemessenen Zeitraum erreichen können (§ 16 Abs. 1 AufenthG).

- ist eine Erwerbstätigkeit von 120 ganzen oder 240 halben Tagen im Jahr erlaubt (§ 16 Abs. 3 AufenthG).
- Von dieser Regelung ausgenommen sind für das Studium erforderliche Pflichtpraktika sowie Nebentätigkeiten, die an oder im Umfeld der Hochschule angesiedelt sind, beispielsweise die Mitarbeit in einem Forschungsprojekt.
- Diese Regelung soll internationalen Studierenden die Möglichkeit geben, ihr Studium selbständig zu finanzieren (RL 2004/114/EG), und gleichzeitig gewährleisten, dass sie sich voll und ganz ihrem Studium widmen.

Quelle: BMI (2012)

Gleichwohl beobachteten die „Study & Work“-Projekte, dass eine nicht geringe Anzahl internationaler Studierender ihren Lebensunterhalt durch Nebentätigkeiten finanziert oder aufstockt. Entsprechend sollten Nebenbeschäftigungen als eine Möglichkeit der Berufsorientierung nicht geringgeschätzt werden. Optimal ist eine fachbezogene Tätigkeit, die jedoch wie auch für deutsche Studierende nicht in allen Regionen zu finden ist. Wichtig ist die Aufklärung über rechtliche Einschränkungen, denn studentische Erwerbstätigkeit ist für EU-Ausländer nur in bestimmtem Umfang erlaubt.

Persönliche Begegnung schaffen

Darüber hinaus sind Formate wie z. B. ein gemeinsamer Messeauftritt (vgl. Kapitel 9 Toolbox, S. 66) mit Vorbereitung der Studierenden auf diesen oder Firmenbesuche für Begegnungen zwischen Studierenden und Unternehmen umgesetzt worden.

Das Projekt der [Hochschulen Worms und Ludwigshafen am Rhein](#) und der [Universität Koblenz-Landau](#) hat dafür das Format „Hochschule und Wirtschaft – gemeinsam für die



Internationale Studierende auf dem Streetfood-Festival in Geisenheim



Internationale Studierende der Thüringer Hochschulen

Region“ geschaffen. In sich wiederholenden vom Netzwerk organisierten Veranstaltungen lernen Unternehmen internationale Studierende der drei Hochschulen kennen und erhalten spezifische Informationen zu deren Beschäftigung. Patenprogramme, die internationale Studierende mit Unternehmensmitarbeitern vernetzen, wurden in **Freiberg** erstmalig ausprobiert. Erste Erfahrungen weisen darauf hin, dass Studierende hier vom Erfahrungswissen profitieren. In einem Test-Tandem mit der IHK wurde deutlich, welche konkreten Informationsbedarfe im Hinblick auf deutsche Arbeitsmarktstrukturen, z.B. die Rolle von Berufsverbänden, bestehen. Außerdem wurde eine fachliche Entsprechung zwischen den Tandempartnern als förderlich herausgestellt. Die Erfahrung zeigt auch, dass trotz intensiver Bemühungen und Bewerbung der Netzwerkpartner die Resonanz vieler regionaler Unternehmen bisher gering blieb. Hier gilt es auszuloten, welche Bedarfskriterien die Unternehmen anlegen, wie sie rekrutieren und welche Branchen für internationale Absolventen und die genannten Formate aufgeschlossen sind.

Bewerbungs Kompetenzen aufbauen und stärken

Die Erwartungen an Bewerbungsunterlagen in Deutschland sind hoch. Auch deutsche Bewerber müssen sich vorab intensiv mit der speziellen Sprache und den existierenden Standards auseinandersetzen. Gefragt sind formalisierte Strukturen sowie Bild- und Wortsprache in einem speziellen Duktus. In der begleiteten Vorbereitung auf den Arbeitsmarkt hat das Verfassen professioneller Bewerbungsunterlagen deshalb einen besonders hohen Stellenwert. Bewerbungsinhalte und Anforderungen in Stellenanzeigen werden häufig nicht verstanden. Hier ist zusätzliche Unterstützung erforderlich.

Mit Kleingruppen-Trainings durch qualifizierte Trainer, wie in mehreren Hochschulprojekten umgesetzt, startete die **TU Dresden** zusätzlich ein neu konzipiertes Peer-to-Peer-Coaching. Dafür wurden studentische Hilfskräfte zunächst in Trainings vom Career Service auf die Bewerbungsberatung vorbereitet. Anschließend standen sie in Einzelgesprächen internationalen Studierenden zur Verfügung. So wurde eine sehr individuelle an den Bedürfnissen der Studierenden orientierte Beratung ermöglicht. Neben den Bewerbungs Kompetenzen verfügten die studentischen Tutoren über Know-how zu den Unterstützungsstrukturen in der Hochschule und halfen mit entsprechender Verweisberatung weiter.

Empfehlungen der Projekte zu Berufsorientierung und Übergang in den Arbeitsmarkt

- Die Vorbereitung auf den Berufseinstieg sollte als Begleitmaßnahme modular in jedem Studienabschnitt erfolgen, jeweils mit Bezug zu Studieninhalten und Organisationsabläufen, z. B. Pflichtpraktika, Abschluss Themen, Nebenjobs.
- Bei der Sensibilisierung für die Relevanz von praktischen Arbeitserfahrungen muss über Unterschiede zwischen Pflicht- und freiwilligen Praktika proaktiv aufgeklärt werden.
- Wichtig ist die Aufklärung über rechtliche Einschränkungen, denn studentische Erwerbstätigkeit ist für Studierende aus Drittstaaten nur in bestimmtem Umfang erlaubt.
- Hochschulen und Studierende müssen die Anforderungen von Unternehmen kennenlernen, um die Arbeitsmöglichkeiten für internationale Studierende mit unterschiedlichen Fertigkeiten und Kompetenzen zu unterstützen.

4.2.3 Zugang zu internationalen Studierenden

Laut DAAD (2014b) erreicht nicht einmal die Hälfte der Beratungs- und Unterstützungsangebote die Zielgruppe. Der bessere Zugang und die Ansprache internationaler Studierender stellte auch in allen „Study & Work“-Projekten eine zentrale Herausforderung dar. Dies galt insbesondere für

die studienergänzenden Angebote, die nicht fester curricularer Bestandteil des Studiums sind. Die Anmeldung für die Teilnahme an Maßnahmen wurde häufig nicht als verbindlich gesehen. Die Ursachen dafür wurden nachvollzogen und folgende Erkenntnisse konnten abgeleitet werden.

Angebote und Formate müssen den Bedürfnissen entsprechen

Angebote und Formate werden bisher selten in Kooperation mit der Zielgruppe entwickelt und evaluiert. Regelmäßige Evaluation und Auswertung hilft dabei, Anpassungsbedarfe und neue Wünsche zu identifizieren. Da umfangreiche Erhebungen oft sehr aufwändig sind, können neue Anregungen durch die schriftliche Evaluation einzelner Veranstaltungen erreicht werden.

Die zeitlichen und inhaltlichen Anforderungen des Regelstudiums werden von den internationalen Studierenden bereits als Belastung gespiegelt und begrenzen die Kapazitäten zur freiwilligen Teilnahme an Zusatzangeboten. Gerade zu Beginn des Studiums in Deutschland ist zu berücksichtigen, dass Studierende viele Verpflichtungen und Termine wahrzunehmen haben und auch Zeit zur Eingewöhnung in das neue Umfeld benötigen. Ähnlich hohe Belastungen durchlaufen die internationalen Studierenden am Ende ihres Studiums.

Eine zeitliche Abstimmung mit Fakultäten und Lehrenden der Hochschule ist erforderlich, um gezielt Zeitfenster für diese Zusatzangebote freizuhalten. Auch die curriculare Einbindung der Angebote und die Vergabe von Leistungspunkten schaffen Verbindlichkeit, unterstreichen deren Bedeutung und stärken die Attraktivität.



Information im kleinen Kreis in Freiburg

Angebote, die zu einer Erleichterung der Orientierung beitragen, müssen von der Zielgruppe als Unterstützung erkannt und wahrgenommen werden. Dafür erwies sich eine persönliche Ansprache durch Lotsensysteme bzw. Coaches, z. B. in **Cottbus**, **Passau** und **Dresden** als sinnvoll. Besonders wichtig ist die Informiertheit aller Hochschuleinrichtungen, um Studierende in unterschiedlichen Zusammenhängen auf Angebote hinzuweisen (vgl. Kapitel 5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke). Die Ansprache der Studierenden zur Bewerbung der Angebote sollte nach Ansicht der Netzwerkpartner auch gezielt über die Lehrkräfte und hier besonders über die Professoren erfolgen, da deren Akzeptanz die Motivation der Studierenden sichtbar beeinflussen kann.

Das Planungsverhalten, inklusive der Wahrnehmung der Verbindlichkeit, variiert nicht nur individuell, sondern auch in Abhängigkeit von der Studiensituationen wie z. B. Prüfungsphase oder notwendiger Lernaufwand und einem offenbar kulturell basierten Zeitverständnis. In einigen Fällen hat sich eine Erinnerung kurz vor der Veranstaltung oder am Tag selbst als geeignet erwiesen.

Geeignete Kanäle für die Ansprache und Kommunikation sind soziale Medien wie Facebook und WhatsApp, über die internationale Studierende sehr häufig vernetzt sind und kommunizieren.

Mangelnder Verbindlichkeit seitens der Studierenden begegneten einige Projekte durch eindeutige Regularien. Der explizite Hinweis im Nachgang einer nicht besuchten Veranstaltung ebenso wie klar kommunizierte Regeln für die Abmeldung von Terminen und in Aussicht gestellte Konsequenzen förderten über die persönliche Ansprache hinaus die Verbindlichkeit.

Exklusive Angebote vielfach sinnvoll

Während zahlreiche Projekte zunächst auf konkret für internationale Studierende zugeschnittene Angebote setzten, wird dieser Ansatz nicht von allen Hochschulprojekten geteilt, da er augenscheinlich gegen eine Gleichstellung mit deutschen Studierenden verstößt. Es hat sich gezeigt, dass eine exklusive Adressierung von Internationalen in Bereichen wie Bewerbungsvorbereitung und Besonderheiten der Arbeitswelt aufgrund spezifischer Anforderungen sinnvoll sein kann. Gleichzeitig können die schlechteren Startvoraussetzungen in den Arbeitsmarkt gegenüber deutschen Absolventen durch differenzierte Angebote mit fortschreitender Qualifizierung verbessert werden.



Internationale Studierende in Stralsund

Geeignete Angebote kombinieren

Aufgrund begrenzter zeitlicher Ressourcen suchten die Projektverantwortlichen nach ressourcenschonenden und effizienten Angebotskombinationen.

Die Bündelung von Angeboten auf Karriere- und Bildungsmessen ebenso wie ein Aktionstag „Arbeiten in Deutschland“ an der **TU Dresden** mit Vorträgen zu den Themen Aufenthaltsrecht, Bewerbungsprozess, Arbeitsmarkt, Berufseinstieg usw. kombiniert mit Unternehmensvorstellungen hat sich für die Mehrzahl der Projekte bewährt. Auch die überblicksartige Zusammenstellung der Angebote wie z. B. im iStudi-Pass der **Universität Passau** (siehe S. 22) machten die Maßnahmen für internationale Studierende leichter zugänglich, weil die Information greifbarer und gleichzeitig als relevanter wahrgenommen wird.

Unterschiedliche Kanäle zur Ansprache nutzen

Neben zahlreichen Rahmenbedingungen waren für eine erfolgreiche Platzierung der Angebote unterschiedliche Kanäle zur Ansprache internationaler Studierender von Bedeutung. Das Spektrum der medialen Ansprache war in den Projekten breit gefächert und schloss hochschulspezifische Studierendenplattformen, E-Mail, soziale Medien, Printmedien und Filme ein. Die Kommunikation in eigens gegründeten Online-Gruppen der sozialen Netzwerke erwies sich in vielen Projekten als probates Mittel.

Die Vielzahl an Informationen, die sich häufig an (internationale) Studierende richten, unterstreicht jedoch auch die Notwendigkeit der persönlichen Ansprache in unterschiedlichen Kontexten des Studienalltags wie z. B. Vorlesungen, kulturellen Veranstaltungen oder in der Mensa. Nachdem in den Projekten vielfach festgestellt wurde, dass die Ansprache seitens der Universitätsverwaltung zu abstrakt und häufig ohne Rücklauf blieb, wurden unterschiedliche Kanäle ausprobiert. Die Vernetzung mit den hochschulinternen Akteuren ermöglichte es, die Studierenden zu passenden Themen über verschiedene Kanäle zu erreichen. Von Bedeutung waren hier ganz besonders studentische Hochschulgruppen wie die AEGEE (Association des Etats Généraux des Etudiants de l'Europe/European Students' Forum) und studentische Tutoren für internationale Studierende. Aber auch Professoren und wissenschaftliche Mitarbeiter erwiesen sich als effektvolle Multiplikatoren (vgl. Kapitel 5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke).

Kulturelle Besonderheiten berücksichtigen

Bei der persönlichen Ansprache galt es kulturelle Besonderheiten zu berücksichtigen, z. B. bei der Begrüßung und Art der Kommunikation. Sensibilität und Kenntnis der Kulturen war Voraussetzung für eine respektvolle Ansprache. Auch die Berücksichtigung besonderer Feiertage oder religiöser Praktiken, wie z. B. Gebetszeiten, gehörten dazu. Es ist grundsätzlich zu empfehlen, dass die Mitarbeiter der Hochschule über gute interkulturelle Kenntnisse verfügen und entsprechend geschult werden. Gleichzeitig wurden interkulturelle Veranstaltungen gemeinsam mit deutschen Studierenden seitens der internationalen Studierenden sehr geschätzt, da erstere insbesondere in englischsprachigen Masterstudiengängen teils nicht vertreten sind und somit kein bzw. wenig Kontakt zu deutschen Studierenden besteht.

Englischsprachige Informationen sind unverzichtbar

Die unterschiedlichen Deutschkenntnisse berücksichtigend, verwiesen alle Projekte auf die Relevanz englischsprachiger Informationen. Herausgehoben wurde hier neben der hochschulinternen auch die Kommunikation mit Behörden. Geringe Englischkompetenzen erhöhten teilweise den Aufwand beträchtlich, relevante Informationen, etwa über Regelungen oder auch vorhandene Maßnahmen, in einer den Studierenden verständlichen Sprache bereitzustellen.

Empfehlungen der Projekte für den Zugang zu internationalen Studierenden

- Internationale Studierende brauchen Angebote, die ihre besonderen Bedarfslagen berücksichtigen, denn allgemeine Angebote erreichen sie häufig nicht.
- Bedarfsabfragen und standardisierte, sehr konkrete Angebote für internationale Studierende sowie eine persönliche zugewandte Ansprache, die Heimweh und Besonderheiten der sozialen und kulturellen Prägung berücksichtigt, sollten Bestandteile einer Willkommenskultur der Hochschulen und der Region sein.
- Eine langfristige Planung und Ankündigung, z. B. mittels eines Semesterprogramms, sowie eine Wiederholung von Angeboten erhöht die Teilnahme.
- Eine erfolgreiche Ansprache internationaler Studierender muss studentische Vertretungen für Internationale (z. B. Hochschulgruppen) oder Tutoren (Peer-to-Peer Ansatz) einbeziehen.
- Deutsche Studierende sollten gezielt für die Begleitung internationaler Studierender motiviert werden und diese Aktivitäten als Elemente des interkulturellen Kompetenzerwerbs wertschätzen. Dies kann durch eine curriculare Verankerung gefördert werden.
- Aus Sicht der Netzwerkpartner bedarf es einer Koordinierungsstelle für internationale Studierende (Stichwort „Verweisswissen“), die Informationen bündelt, Dopplungen vermeidet und Nachhaltigkeit für erprobte Formate und Maßnahmen schafft.
- Diversity-Schulungen bzw. die Sensibilisierung von Hochschulmitarbeitern sowie die gezielte Besetzung der Koordinierungsstellen durch Personen mit Migrationshintergrund, können sich als förderlich für die Kommunikation mit internationalen Studierenden erweisen.

- Die Ansprache für Angebote sollte auf Deutsch und Englisch erfolgen. So können Informationen effektiver vermittelt werden. Dafür werden zusätzliche Ressourcen benötigt.
- Die von internationalen Studierenden präferierten Kommunikationskanäle sollten genutzt werden (insbesondere soziale Medien).



Studierende der Universität Ulm

5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke

Das Ziel der strategischen Begleitung internationaler Studierender bei dem Übergang in den Arbeitsmarkt umfasst Maßnahmen zur Sicherung des Studienerfolgs, der Arbeitsmarktorientierung und der gesellschaftlichen Einbindung. Die vielschichtigen Anliegen sind Querschnittsaufgaben, die in unterschiedliche Handlungsfelder der Hochschulen wie zum Beispiel Internationalisierung und Employability fallen. Entsprechend variationsreich kann die organisatorische Verankerung innerhalb der Hochschule erfolgen.

Die jeweilige hochschulinterne Verortung gibt dabei einen Hinweis darauf, welche strategischen Ziele vordergründig verfolgt werden. Diese sind insbesondere folgende drei Themen:

- Beitrag zur Internationalisierung,
- Förderung der Employability und
- Ausbau und Pflege der (regionalen) Vernetzung und Kommunikation.

Koordinierende Stellen der „Study & Work“-Netzwerke

Die beteiligten Hochschulen im Projekt spiegeln in Größe und Organisationsvarianten die Vielfalt der deutschen Hochschulen wider. Die organisatorischen Zuordnungen der Projekte sind dabei entsprechend sehr unterschiedlich erfolgt. Die Technischen Universitäten Chemnitz, Dresden und die TU Bergakademie Freiberg wurden vom Career Service bzw. Center aus koordiniert, die Hochschule Worms vom Stabsbereich Kooperationen und Projekte. Zwei weitere Projekte – der Ernst-Abbe-Hochschule Jena und der Universität Ulm – wurden beim International Office durchgeführt. Die Projekte der Universität Passau (Abteilung Internationales und Studierendenservice im Ressort der

Vizepräsidentin für Internationale Beziehungen), BTU Cottbus–Senftenberg (Stabsstelle International Relations Office, dem Präsidenten unterstellt) und Hochschule Stralsund (Stabsstelle International Affairs, dem Rektor unterstellt) waren ebenfalls in Organisationseinheiten mit Berührungspunkten zum Thema Internationales verankert, mit der Besonderheit, dass sie unterschiedliche Services in diesem Themenfeld zusammenfassen. Das Projekt der Hochschule Geisenheim wurde in der Abteilung Kommunikation und Hochschulbeziehungen realisiert, die dem Präsidenten unterstellt ist.

Zugeordnet waren die Projekte damit zur Hälfte den Einrichtungen der Hochschule, die einen engen Bezug zum Thema Internationalisierung bzw. internationale Studierende haben, oder auf Employability und den Arbeitsmarkt ausgerichtet sind (3 von 10 Projekten). Die zwei kleineren Projekthochschulen siedelten das Projekt an intermediären Schnittstellen an, die sich mit externer Vernetzung und Finanzierung wie an der Hochschule Worms, bzw. Kommunikation und Hochschulbeziehungen befassen wie an der Hochschule Geisenheim.

Bedeutung der Verortung des Projekts

Gemeinsam war allen zehn Projekten, dass die koordinierenden Organisationseinheiten per se keinen direkten Einfluss auf Studieninhalte und -organisation haben, sondern eher verwaltungsnah platziert sind. Für den Erfolg und die Nachhaltigkeit des Projektes können sich die institutionellen Gegebenheiten förderlich oder hinderlich auswirken.

Als förderlich hat sich erwiesen, wenn die ausführende Einheit einer leitungsnahen, z. B. einer Stabsstelle zugeordnet und damit direkt dem Präsidium unterstellt ist. Dann kann von einer stärkeren Sichtbarkeit und einem stärkeren Leitungskontakt ausgegangen werden. Auch eine Organisationsstruktur, die verschiedene Services zusammenfasst, (Studierende allgemein, International Office, Anlaufstelle für Forschermobilität etc.) ermöglichte eine stärkere Vernetzung und Vermeidung von Redundanzen bezogen auf Zuständigkeiten und Aktivitäten. Bereits bestehende Angebote und Kontakte konnten entsprechend untereinander ausgetauscht und genutzt werden.

Internationalisierungsstrategie als programmatischer Träger und Verpflichtung

Bei den hochschulinternen Vernetzungsbestrebungen ist es zudem von Vorteil, wenn internationale Studierende von der Hochschulleitung als wichtige Zielgruppe für den



Projektvorstellung „Study & Work“ an der BTU Cottbus–Senftenberg

Bestand und die strategische Ausrichtung der Hochschule gesehen werden. Eine schriftlich fixierte Internationalisierungsstrategie ist ein wichtiger Träger für Ziele und Verfahren, da sie auch eine Bedarfs- und Nachfrageorientierung der Angebote für Internationale beinhalten und Ergebnisse messbar und vergleichbar machen sollte.

5.1 Netzwerken in Hochschulen

Gerade die unterschiedlichen organisatorischen Verankerungen der Projekte an den Hochschulen zeigten, dass eine Vernetzung innerhalb der Hochschule wichtiger Gelingensfaktor für das Projektziel ist, da an Hochschulen an vielen Stellen bereits bestehende Strukturen, Kontakte und Angebote existieren und nur abgestimmt mit einer Stimme nach außen kommuniziert werden sollte. Unabhängig von der organisatorischen Verankerung des Projektes können hochschulinterne Netzwerke Synergien bewirken und Ressourcen effizienter einsetzbar machen. Die Kooperation muss dabei gezielt gesucht und strategisch angegangen werden.

Die koordinierende Stelle des jeweiligen „Study & Work“-Projekts war folglich nicht nur Impulsgeber für die Netzbildung außerhalb der Hochschule, sondern auch Initiator für die hochschulinterne Vernetzung zum „Study & Work“-Thema. Um Synergien der sehr autonom agierenden Einheiten an der Hochschule zu erschließen, war es für die Projekte folglich von Bedeutung, existierende Angebote und Strukturen sowie verantwortliche Akteure zu erfassen.

5.1.1 Analyse der Akteurs- und Angebotslandschaft in den Hochschulen

Mit unterschiedlichen Institutionen und Personen, die Schnittstellen zu den komplexen und miteinander verbundenen Anliegen wie Studienerfolg, Arbeitsmarktorientierung und -übergang sowie sozialer Integration und der Zielgruppe selbst aufweisen, ist die Akteurslandschaft innerhalb der Hochschule groß.

Neben den koordinierenden Stellen der akademischen Einrichtungen, wie den beteiligten Career Services und International Offices sind Service- und Verwaltungseinheiten sowie Fakultäten beschäftigt. Diese und die hier tätigen Personen wie Professoren, Praktikumsbeauftragte oder Fachschaftsvertreter sind sowohl für die Vernetzung intern als auch extern von Bedeutung. Professoren, die im Rahmen



Beratung durch den Career Service in Dresden

von Hochschulpartnerschaften enge Bezüge zu internationalen Studierenden und Kulturkreisen mitbringen oder jene, die starke Praxiskooperationen pflegen, sind wichtige Akteure für die Umsetzung des Anliegens. Dies gilt sowohl im Hinblick auf die Vernetzung mit Akteuren außerhalb als auch innerhalb der Hochschule. Die Einbindung der Professoren gestaltete sich dabei nicht immer einfach, da die Arbeitsmarktorientierung internationaler Studierender für einen wissenschaftlichen Anspruch der Studiengänge nicht im Vordergrund steht (Ausnahme Duales Studium). Dies zeigte sich z. B. bei Studienabschlussarbeiten, bei denen wissenschaftlicher Erkenntnisgewinn und unternehmensbezogene Zielstellungen konkurrieren können.

Auch Studiengangsleiter, Praktikumsbeauftragte der Fakultäten oder auch die Transferzentren haben häufig exklusive und etablierte Kontakte zu Unternehmen für ihren Fachbereich. Der Zugang zu diesen für die „Study & Work“-Projektstellen wichtigen Partnern war oftmals erst Ergebnis einer kontinuierlichen Kontaktpflege. Auffällig ist, dass das hochschulinterne Netzwerk der „Study & Work“-Projekte Initiativen und Verbünde (internationaler) Studierender bisher eher punktuell einbezog.

Im Rahmen der Projektarbeit von Career Services und International Offices sowie anderen intermediären Einheiten gibt es einen hohen Anteil an Aufgaben, zu deren Erfüllung eine Kooperation mit anderen (hochschulinternen wie -externen) Einrichtungen und Personen notwendig ist. Entsprechend sind diese bereits umfangreich vernetzt.

Eine darüber hinausgehende Erschließung der Akteurslandschaft erfolgt in den Hochschulen auf unterschiedliche Weise, abhängig von der Hochschulgröße und vorhandenen Austauschstrukturen.

5.1.2 Auswahl und Ansprache von Netzwerkpartnern

Zur Erschließung der Vielfalt wurden in den „Study & Work“-Projekten u. a. Hochschul-Organigramme im Hinblick auf Bedürfnisse der Zielgruppe internationaler Studierender analysiert. Auch der Austausch in bereits etablierten themen- oder zielgruppenspezifischen Beratungsgruppen bot vielfach einen Zugang zu Akteuren, Strukturen und Angeboten, die bezogen auf Information und Beratung bestehen.

In den kleineren Hochschulen oder solchen, in denen ein strukturierter Austausch zum Projektanliegen neu war, wurden u. a. Veranstaltungen realisiert, zu denen alle relevanten Akteure eingeladen und Informationen zur Zielsetzung des Projekts vermittelt wurden. Auch die Verbreitung über hochschulinterne Medien wie Hochschulzeitungen oder Newsletter wurden genutzt, um auf das Projektziel und gewünschte Kooperationen hinzuweisen. War die Hochschulleitung selbst nicht in den Akteursgruppen vertreten, wurde die Leitung in einem persönlichen Gespräch über Anliegen und Projektteam informiert.

Die Mehrzahl der „Study & Work“-Projektstellen wurde zum Projektstart neu besetzt, sodass der Leitungskontakt für alle Hochschulprojekte von hoher Bedeutung war.

Bei der Ansprache setzten die Projektakteure zunächst überwiegend auf die persönliche Ansprache, um die Verbindlichkeit der Kooperation zu fördern. Der damit erzielte Vertrauensvorsprung konnte anschließend auch im Rahmen von schriftlicher Kommunikation wie E-Mails verfestigt und ausgebaut werden.

5.2 Hochschulinterne Netzwerkpartner und ihre Rollen

Im Zuge eines strukturierten Austauschs wurde deutlich, dass viele Akteure einer Hochschule Berührungspunkte mit der Zielgruppe internationale Studierende haben. Dabei konnten zudem Aufgabenverteilungen festgelegt sowie ineffiziente Prozesse erkannt und optimiert werden. Die verständliche Kommunikation dieser abgestimmten Aufgabenteilung muss nach innen und außen stringent kommuniziert werden.

Wichtig ist, dass unter allen Hochschuleinheiten Klarheit über die Angebote der unterschiedlichen Anlaufstellen

für Studierende besteht, nur dann ist eine effiziente und kompetente Verweisberatung möglich. Durch die hochschulinterne Vernetzung zum Thema konnten die meist engen materiellen und personellen Ressourcen einzelner Anlaufstellen partiell kompensiert werden.

„Study & Work“-Partner und Aufgabenfelder

Als intermediäre Einrichtung waren die beteiligten Projektstellen bereits vielfach hochschulintern und -extern vernetzt und konnten so grundsätzlich auf zahlreiche Kontakte zurückgreifen. Über die Projektlaufzeit konnten ein wachsender Personenkreis und zunehmend interne Organisationseinheiten für das Anliegen von „Study & Work“ sensibilisiert werden. Die projektbezogene Kooperation war dabei auch von den einzelnen Zielstellungen der Projekte geprägt.

Die Vielfalt der beteiligten Hochschulen im Hinblick auf ihre Größe, ihre Fächerstrukturen oder historisch gewachsenen Strukturen zeigen eine erhebliche Variationsbreite für die Aufstellung und Verantwortungsbereiche hochschulinterner Netzwerke. Eine entsprechende Rollenbeschreibung kann folglich nur exemplarisch erfolgen.



Infomaterial der Universität Passau

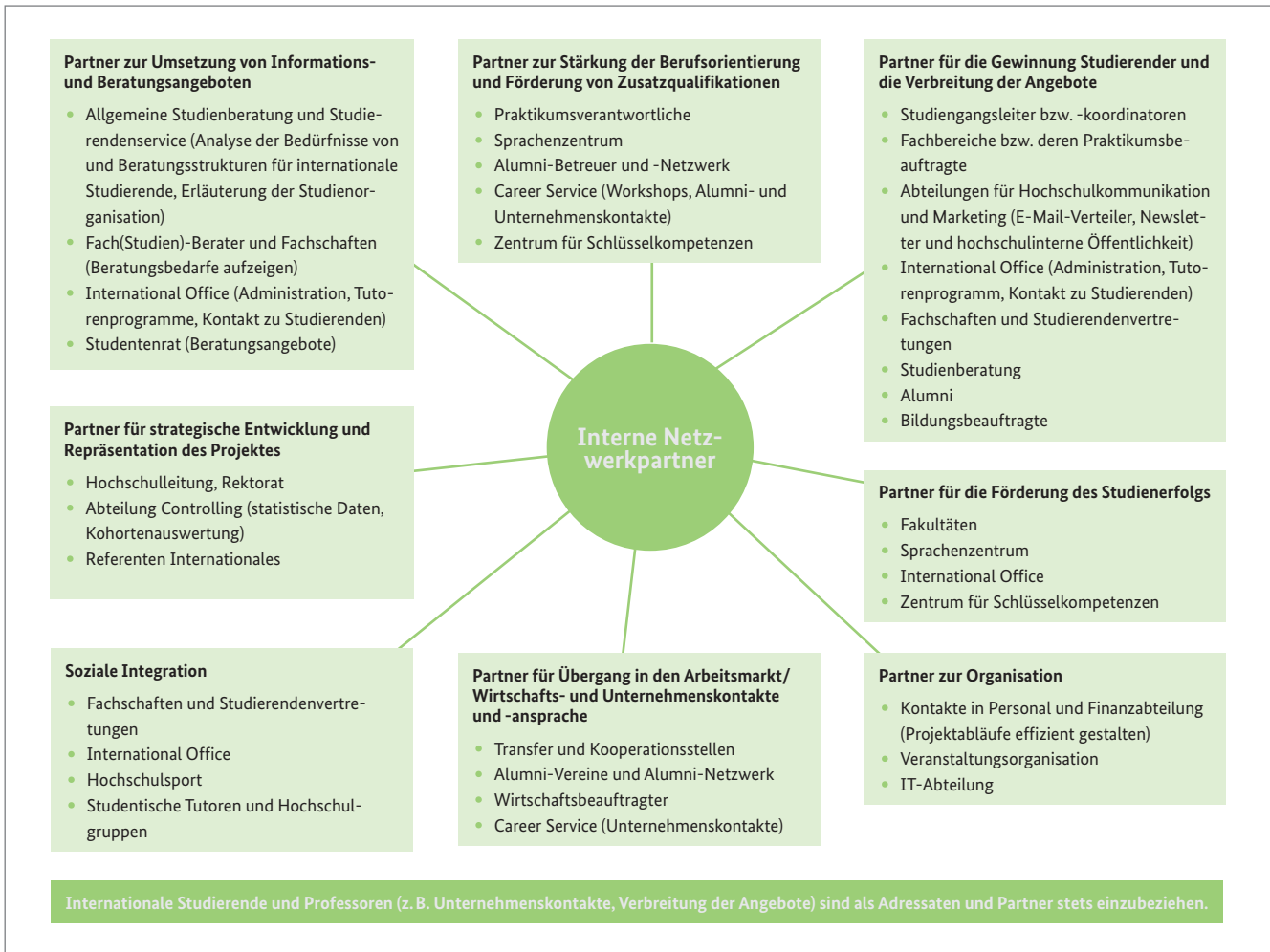


Abbildung 14: Rollen und Verantwortungsbereiche hochschulinterner Netzwerkakteure

In der oben stehenden Zusammenstellung wird die große Vielfalt an Hochschulakteuren, die einen Bezug zu den Belangen von „Study & Work“ haben, exemplarisch abgebildet.

5.3 Positive Effekte der internen Vernetzung und ihre Wirkung nach außen

Der Austausch über Maßnahmen und Akteure untereinander stärkte die Kooperation und eine Kommunikation der „kurzen Wege“. Auch Erfahrungswissen zur Ansprache internationaler Studierender konnte im Hinblick auf die Zielstellung ausgetauscht und Feedback zum Vorgehen eingeholt werden. Durch die internen Vernetzungsaktivitäten konnte ferner die Verbreitung der Angebote von unterschiedlichen Stellen der Hochschulen befördert werden.

„Es haben mich alle auf die Angebote hingewiesen, also musste ich hingehen“, merkte ein internationaler Studierender aus Passau während des Projektes an. Die Kooperation ermöglichte es zudem, auf individuelle Bedürfnisse Studierender besser einzugehen, wenn z. B. mithilfe eines hochschulansässigen Familienservices ein Kinderbetreuungsplatz während eines Workshops zur Verfügung gestellt werden konnte.

Nicht zuletzt erwies sich aus Sicht einiger Projekte auch der Perspektivwechsel als förderlich für die Projektarbeit und Kooperation. Die fachliche ebenso wie die funktionale Diversität kann neue Lösungsansätze hervorbringen und neue Ideen auf den Weg bringen.

Neben den genannten Effekten förderte die interne Vernetzung auch ein klares Auftreten nach außen.

Verständnis für hochschulinterne Strukturen in der Region schaffen

Die Projekterfahrungen ebenso wie der hochschulübergreifende Austausch auf den Transferworkshops, auf denen die Erfahrungen aus den zehn Projekte gemeinsam reflektiert wurden, zeigen, dass ein Verständnis für die hochschulinternen Strukturen gerade bei externen Partnern häufig fehlt. Gemeinsame Ziele und Kommunikationskanäle der Hochschule ermöglichen eine transparente Kommunikation außerhalb, sodass für Externe klar ersichtlich wird, welche Arbeit die Servicestelle konkret leistet bzw. was erwartet werden kann. Die **BTU Cottbus-Senftenberg** bereitete einen Flyer auf, in dem vier Einrichtungen der Hochschule mit Arbeitsmarktbezug herausarbeiteten, für welchen Aspekt der Vermittlung an Unternehmen sie jeweils zuständig sind (u. a. Praktika oder Duales Studium). Dieser wurde an die regionalen Unternehmen verschickt, um die Ansprache durch verschiedene Universitätseinheiten zu erklären.

Empfehlungen der Projekte zum internen Netzwerk

- Die Verortung eines hochschulinternen Netzwerks für internationale Studierende sollte strategisch angegangen werden, da die ausführende Stelle in der Hochschule großen Einfluss auf die Ausrichtung der Angebote hat.
- Werden Hochschulleitungen eingebunden und Bezüge zu den Internationalisierungsstrategien der Hochschulen hergestellt, erhöhen sich Akzeptanz und Legitimation für das Thema.
- Ist die Ansprache der internationalen Studierenden über hochschulinterne Netzwerke abgestimmt, können diese besser erreicht werden. Dafür sind passfähige Methoden zu identifizieren.
- Angebote für internationale Studierende sollten gemeinsam mit ihnen und entlang ihrer Bedarfe konzipiert werden.
- Erkenntnisse zu Defiziten bei der Beratung und Betreuung an unterschiedlichen Stellen sollten ausgetauscht und abgeglichen werden und steigern im Effekt die Angebotsqualität.

- Zur effizienten Verbreitung der Hochschulangebote für internationale Studierende (inkl. Projektziele und -aktivitäten) sollten diese in Lehrveranstaltungen vorgestellt werden.
- Eine kulturelle Sensibilisierung für internationale Studierende sollte auch die Lehrenden und Mitarbeiter der Hochschulverwaltung einbeziehen.
- Der Aufbau und die Kommunikation eines Wissensnetzwerkes ermöglicht den Ausbau von Strukturen zu Verweisswissen.
- Die Klärung von Rollen und Verantwortlichkeiten hochschulinterner Akteure sowie deren transparente Kommunikation ist wichtig für eine koordinierte Ansprache regionaler Netzwerkpartner.
- Die Ansprache von Unternehmen sowie die Bereitstellung von Informationen sollten über bereits bestehende Kontakte wie z. B. Professoren oder Career Services erfolgen.
- Die personelle Kontinuität der Ansprechpartner auf Hochschuleseite ist wichtig für die kontinuierliche Kontaktpflege mit den internen und externen Partnern.

6 Hochschulexterne Vernetzung zum Nutzen der Region

Netzwerke gelten vielfach als Strategie, Herausforderungen komplexer und sich wandelnder Gesellschaften gemeinsam anzugehen (Castells, 2002). Regionale Netzwerke können einen Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit von Standorten leisten und positiv auf die Beschäftigungssituation wirken, das zeigen unterschiedliche auf die Netzwerkbildung ausgerichtete Fachkräftenetzwerke wie auch die Fachkräfteoffensive der Bundesministerien für Wirtschaft und Energie und für Arbeit und Soziales gemeinsam mit der Bundesagentur für Arbeit sowie die zahlreichen ins Leben gerufenen Fachkräfteallianzen. Für eine Beförderung der Fachkräftesicherung und Stärkung der Willkommenskultur sind folgende Effekte der Netzwerkkoperationen von Bedeutung:

Positive Effekte für die Region durch Netzwerke:

- Systematische Herangehensweise an komplexe Themen durch Erfassung und Bewertung aktueller regionaler Bedarfe und Problemlagen.
- Schaffen eines gemeinsamen Problemverständnisses sowie die Ableitung gemeinsam getragener Ziele.
- Entwicklung spezifischer Handlungskonzepte durch Akteure, die mit den regionalen Gegebenheiten vertraut sind.
- Steigerung von Innovation, Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit einer Region.
- Identifikation und Veröffentlichung von Best Practice-Erfahrungen.
- Bündelung von Kompetenzen und Ressourcen durch Arbeitsteilung sowie die Koordination von Aktivitäten.
- Schaffung von Transparenz über Angebote und Aktivitäten einzelner regionaler Akteure.
- Identifikation noch fehlender Angebote und Strukturen sowie Reduzierung von Redundanzen.
- Qualitätssicherung und -steigerung akteursspezifischer und gemeinsamer Angebote.

- Informationszugang sowie Wissenstransfer und -aufbau.
- Stringente regionale Kommunikation zum Thema des Netzwerks.

Quellen: z. B. Diller (2002), Sternberg (1999), Sautter (2004)

Neue regionale Netzwerke für internationale Studierende

Die neuen „Study & Work“-Netzwerke verfolgten das Ziel, die Integrationsprozesse internationaler Studierender zu befördern, um diesen einen erfolgreichen Start ins Berufsleben in Deutschland zu ermöglichen sowie zusätzliche Fachkräftepotenziale für die Wirtschaft zu erschließen. Dabei schloss die gelungene Integration einen erfolgreichen Studienabschluss, die Vorbereitung und Realisierung des Arbeitsmarkteintritts sowie die soziale Bindung ein. Ausgangspunkt und Motivation für ein Engagement im Netzwerk bot die Komplexität des Anliegens ebenso wie die zu erwartenden oben genannten positiven Effekte für die Region.

Regionale Synergien für den Arbeitsmarktzugang

Ob Hochschulen, Arbeitsmarktakteure oder Lokalpolitik und kommunale Verwaltung, es gibt zahlreiche regionale Akteure, deren Auftrag und Interessen genau in diesen Handlungsfeldern liegen.

Derart vielschichtige Zielsetzungen sind jedoch nur gemeinsam zu leisten, da sie über das klassische Leistungs- und Verantwortungsspektrum sowie die Möglichkeiten eines einzelnen Akteurs hinausgehen. Der stetige Anstieg internationaler Studierender an den Hochschulen unterstreicht den Handlungsbedarf. Folglich ist die Kooperation relevanter Partner rund um das breite Handlungsfeld des Arbeitsmarktzugangs im Sinne der Übergangsgestaltung von der Hochschule hin zum Arbeitsmarkt vielversprechend.

6.1 Netzwerken in Regionen

Entscheidende Teile der „Study & Work“-Netzwerke fußten auf bereits etablierten Strukturen, andere haben sich im Projektkontext erst zusammengefunden. Alle „Study & Work“-Projekte sind mit vorab definierten Netzwerkkon-

stellationen gestartet. Entsprechend haben die Hochschulen bereits in der Antragsphase zum Förderprogramm externe Partner für ein Netzwerk identifiziert. Einzelne arbeiteten bereits aktiv an der Formulierung der Netzwerkziele am Förderantrag mit.

Die Entwicklung der Netzwerke an den zehn Hochschulen erfolgt in einen Bottom-Up-Ansatz, in dem öffentliche und private Akteure gemeinsam identifizieren, wie internationale Studierende durch gemeinsames und koordiniertes Handeln in die Region eingebunden und ihre Potenziale zur Geltung gebracht werden können. Auf der Grundlage einer regionalen Zielstellung eine abgestimmte Strategie zu entwickeln, war das Anliegen der Netzwerkakteure. Dies ging einher mit der freiwilligen Verpflichtung zur Übernahme von Verantwortung für einen bestimmten Kompetenzbereich und dessen Weiterentwicklung in Bezug auf das regional wenig adressierte Thema.

6.1.1 Analyse bestehender regionaler Beziehungen der Hochschule

Für die Projekte war es von Bedeutung, die existierenden Beziehungen ihrer Hochschulen zunächst aufzuarbeiten, um Dopplungen in der Ansprache zu vermeiden und um bereits bestehende Kooperationen zu nutzen. Alle Projekthochschulen haben sich darum bei Projektstart zunächst einen Überblick über bereits bestehende regionale Netzwerkstrukturen verschafft, in die ihre jeweiligen Hoch-

schulen eingebunden sind (vgl. Kapitel 5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke). Es hat sich gezeigt, dass alle bereits Kontakte zu wirtschaftsverbundenen Einrichtungen wie der IHK und/oder regionalen Wirtschaftsfördergesellschaften hatten. In vielen Fällen waren auch Kontakte zu Arbeitsagenturen oder der kommunalen Verwaltung etabliert. Die Mehrheit der Hochschulen verfügte auch über Netzwerke, die sich auf Ziele in den Bereichen Internationalisierung, Technologietransfer, und Fachkräfte konzentrieren (TU Chemnitz und Dresden, Universität Passau und Ulm, Ernst-Abbe-Hochschule Jena und Worms).

Status Quo potenzieller Netzwerkpartner in der Region

Nachdem eine auf die Zielgruppe internationaler Studierender orientierte Bedarfsanalyse vorgenommen wurde, konnten wichtige Akteure für das Thema identifiziert werden. Die Bestandserhebung zu existierenden regionalen Netzwerken, meist von der Hochschule durchgeführt, führte im Abgleich zur Aufstellung potenziell interessanter Netzwerkpartner für die Anliegen von „Study & Work“. Informationen zu bereits bestehenden Kontakten der Hochschule konnten häufig die Kommunikationsabteilungen, Transferzentren sowie Career Services und überwiegend auch die Leitung der Hochschulen geben.

Mit diesem Vorgehen wurden nicht nur neue Kontakte erschlossen, sondern auch bereits bestehende Kooperationen mit Organisationen vertieft, nicht zuletzt durch das Kennenlernen neuer Akteure oder Abteilungen eines Partners.



„Study & Work“-Netzwerk in Cottbus

Hochschule ist erstmalig regionaler Initiator rund um Fachkräftesicherung

Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass die Hochschulen zwar umfangreich vernetzt, Netzwerkkontakte in Hinblick auf die Fachkräftesicherung aber unterschiedlich stark ausgeprägt sind. In der Mehrzahl der Fälle arbeiten sie bislang eher anlassbezogen wie bei Veranstaltungen als strategisch zusammen. Netzwerkstrukturen, die sich auf internationale Studierende fokussieren, sind jedoch überall neu. Damit treten Hochschulen erstmalig auch als Initiatoren für Belange des regionalen Fachkräftebedarfs auf.

Eine Orientierung an lokalen und regionalen Arbeitsmarktbedarfen ist vergleichsweise neu, denn Hochschulen bilden für den internationalen und nationalen Markt aus.

Die Hochschulen sind Akteure eines Netzwerkes für den Übergang in den Arbeitsmarkt und stellen den internationalen Studenten bzw. Absolventen in den Mittelpunkt.

6.1.2 Auswahl und Ansprache von Netzwerkpartnern

Die Auswahl der Ansprechpartner bei den regionalen Akteuren erfolgte durch Stakeholder-Analysen, die Aussagen über die Interessenlagen der potenziellen Partner am Thema geben sollte. Diese erfolgten oft informell durch persönliche Kontaktaufnahme. Alle Netzwerke waren zudem offen für Partner, die aktiv auf das Netzwerk zukamen.

Das Verfahren zur Ansprache und Aktivierung von Netzwerkpartnern ist bei den meisten Projektpartnern vergleichbar und wird als erfolgreich eingeschätzt.

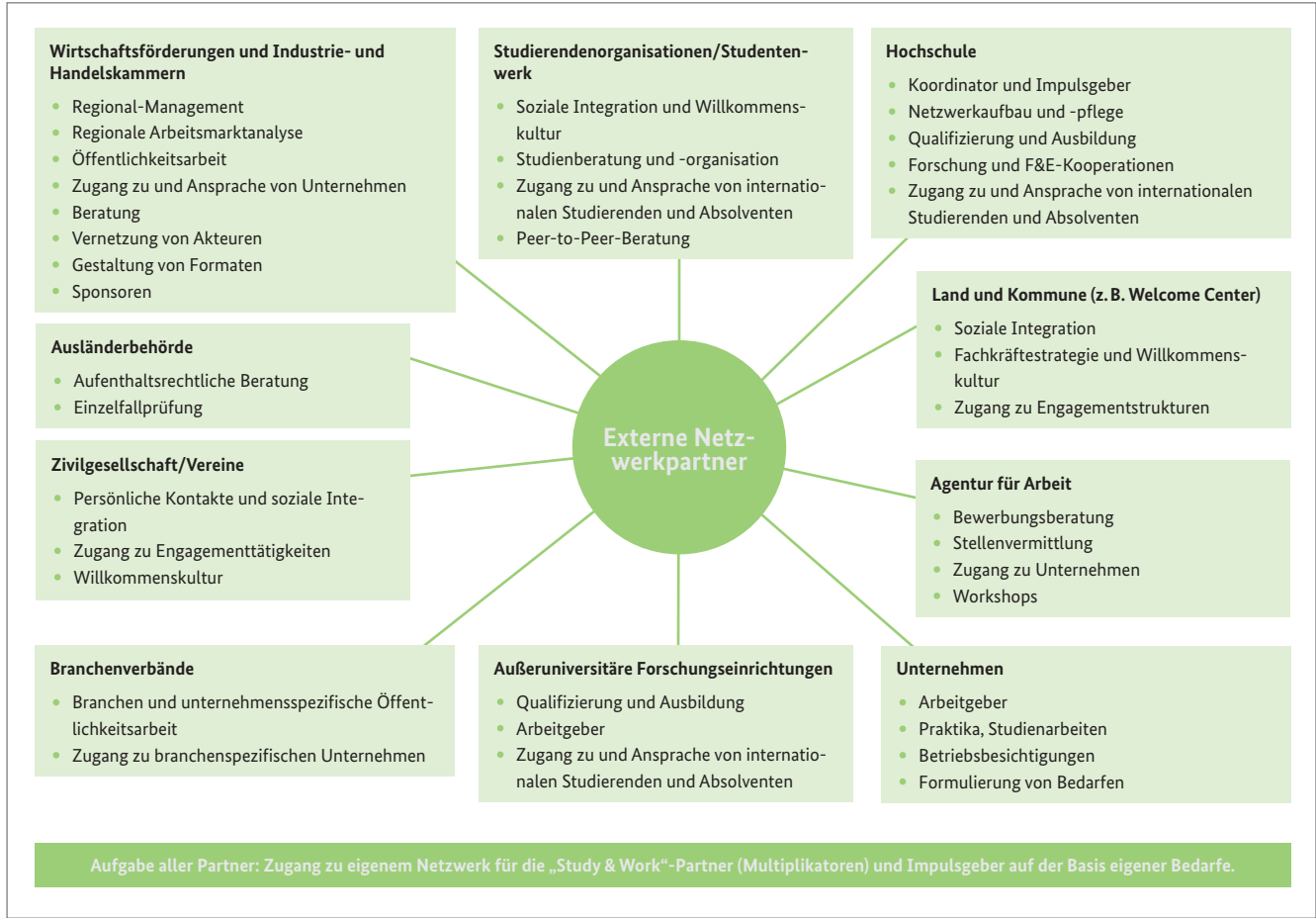


Abbildung 15: Rollen und Verantwortungsbereiche externer Netzwerkakteure



„Study & Work“ Netzwerk in Geisenheim

Ansprache und Verbindlichkeiten von Netzwerkpartnern

In den „Study & Work“-Projekten wurden sowohl formelle als auch informelle Ansätze der Kooperation verfolgt. Die Aufnahme von Partnern in das Netzwerk erfolgte häufig über bilaterale Absprachen und ohne formale Vereinbarung. In verschiedenen „Study & Work“-Netzwerken wurden schriftliche Absichtserklärungen (Letters of Intent) formuliert. Im **Jenaer Hochschulprojekt** wurden beidseitige Kooperationsbestrebungen im Kernnetzwerk in einem Memorandum of Understanding (MoU) festgehalten. Die Kooperation der **Hochschulen Worms** mit der **Hochschule Ludwigshafen am Rhein** und der **Universität Koblenz-Landau** wurde in einem Kooperationsvertrag geregelt. Die Verbindlichkeit der Teilnahme und eines festgelegten Beitrags zum Netzwerk konnte durch Vereinbarungen erhöht werden. Alle Projekte waren auch offen gegenüber Partnern, die anlassbezogen und nicht kontinuierlich aktiv im Netzwerk mitarbeiten. Der informelle Informationsaustausch ist vielen Netzwerkakteuren sehr wichtig. Der Ausstieg von Netzwerkpartnern ist jederzeit möglich. In den Projekten haben sich in sehr wenigen Fällen Partner zurückgezogen, sofern Erwartungen nicht erfüllt wurden.

6.2 Regionale Netzwerkpartner und ihre Rollen

Insgesamt ist die Zahl gänzlich neu initiiertter Kontakte, im Sinne von erstmaliger Zusammenarbeit überhaupt, überschaubar, da im Kontext der Zielstellungen (Verbesserung des Studienerfolgs, frühzeitige Information und Orientierung auf berufliche Perspektiven sowie Unterstützung vom Übergang aus der Hochschule in den Arbeitsmarkt) bestimmte Akteure mit ihren Kompetenzen gesetzt sind.

Hochschule: Studienerfolg und Arbeitsmarktfähigkeit stärken

Die Hochschule nahm in allen Projekten eine impulsgebende und koordinierende Rolle für das Netzwerk ein. Dies liegt in den Anforderungen der Ausschreibung begründet und deckt sich mit Forschungsempfehlungen (Meschter, Schwabedissen & Pott, 2015). Institutionell tritt die Hochschule als ein Akteur auf, ist aber intern mit verschiedenen Organisationseinheiten beteiligt. Die koordinierende Einheit, die oft im verwaltend-operativen Bereich der Hochschule angesiedelt ist, ist bestrebt, den Kontakt zu den lehrenden Einheiten zu pflegen, da bei aller Fokussierung auf den zukünftigen Arbeitsmarkt und damit verbundenen Kompetenzen, der Studienerfolg wesentlich ist (vgl. Kapitel 5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke). Durch die Hochschule wird der Zugang zu den Studierenden sichergestellt. Gleichzeitig ist sie auch selbst Akteurin und Wirtschaftsfaktor der Region, indem sie qualifizierte Arbeitskräfte hervorbringt und über Forschung und Entwicklung einen Beitrag zu Erschließung und Gestaltung regionaler Bedarfslagen leisten kann. Neben den operativen Aufgaben als Koordinator des Netzwerks wie Verwaltung der Haushaltsmittel, Organisation der Treffen und Präsentation des Netzwerks, nimmt sie weitere wichtige Rollen ein. Innerhalb des hochschulinternen Kosmos sorgt die koordinierende Einheit für die Präsenz des Themas bei der Leitung und den weiteren Einrichtungen der Hochschule und kann durch die Nähe zu internationalen Studierenden für eine realistische Ausrichtung des Programms zwischen studentischer Gegenwart und beruflicher Zukunft sorgen. Ein wesentlicher Teil der Arbeit besteht darin, das aufgebaute Netzwerk von Partnern zu pflegen sowie eine Verbindlichkeit und Dauerhaftigkeit des Themas zu erreichen. Die Hochschule bietet die Plattform für die Partner und trägt gerade in der Initialphase eine wichtige Verantwortung bei der Definition möglicher Rollen von Netzwerkpartnern und der Sicherstellung, dass diese Rollen auch zum Tragen kommen. Häufig können zudem durch Kooperationen mit anderen Hochschulstandorten Synergien erschlossen werden.

Interessenvertretung internationaler Studierender

Eine noch wenig beschriebene Rolle kommt den Studierendenvertretungen in den Netzwerken zu. Sie wurden im Laufe der Projektarbeit als zentrale Akteure für die Netzwerkarbeit erkannt. Studierendeninitiativen, die sich insbesondere auch der sozialen Integration besonders verpflichtet fühlen, haben sehr engen Kontakt mit internationalen Studierenden und stellten in den Projekten sicher,

dass die Bedürfnisse der Zielgruppe adressiert werden und auch aktuelle Themen aufgenommen wurden. Denn internationale Studierende sollten in den Netzwerken nicht nur als Bedarfsträger wahrgenommen werden, sondern bereits hier so integriert werden, dass ihre Potenziale sichtbar und eingebunden werden.

Brückenbauer zu Unternehmen

Dazu gehören Industrie- und Handelskammern und Wirtschaftsfördereinrichtungen, Arbeitsagenturen und die hochschulinternen Strukturen wie Career Service und in einigen Fällen auch die International Offices.

Unternehmensverbände wie die IHK oder auch kommunale Wirtschaftsfördereinrichtungen übernahmen in den Netzwerken eine zentrale Rolle, denn sie stellen als Repräsentanten der Wirtschaft die Kontakte zu den Unternehmen her. Sie sind auch in der Lage, eine Reihe weiterer Aufgaben zu übernehmen wie die Durchführung von Personalbedarfsanalysen, Standortmarketing, Informationsveranstaltungen, Messen und Unternehmertreffen bis hin zu Weiterbildungsveranstaltungen.

Verbände oder Netzwerke als fachliche Interessenvertretung wie das Photoniknetzwerk OptoNet e. V. in Thüringen oder die Wirtschaftsinitiative Lausitz e. V. haben ein Interesse daran, für ihre Branche gute Absolventen zu gewinnen und fühlen sich gleichermaßen der Entwicklung der Region verpflichtet. Sie möchten sich zukünftigen Herausforderungen demografischer Entwicklungen wie dem Fachkräftebedarf stellen und dies auch ihren Mitgliedern vermitteln. Über einen Austausch mit den Hochschulen zu den branchenspezifischen fachlichen Bedarfen konnten sie ihre Mitglieder zum punktuellen Mitwirken im Projekt gezielt anregen. Sie boten einen Zugang zu KMU, die häufig keine Kapazitäten für ein dauerhaftes Engagement im Netzwerk haben.

Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber

Da die Unternehmen in den „Study & Work“-Netzwerken den direkten Zugang zum Arbeitsmarkt und ersten Berufserfahrungen über Praktika darstellen, nahmen sie eine Schlüsselrolle ein. Generell waren die Unternehmen als potenzielle Arbeitgeber internationaler Absolventen und mit einer authentischen Perspektive auf die Bewerber von wichtiger Symbolkraft.

Meist haben diese ein eigenes Interesse, neue Mitarbeiter zu rekrutieren. In den Projekten haben sie zudem Bewerber-



„Study & Work“ Netzwerk in Passau

mappen-Checks durchgeführt oder über ihre Einstellungsvoraussetzungen und -prozedere informiert. Auch Maßnahmen wie Unternehmensbesichtigungen wurden unterstützt und neue Begegnungsformate mitentwickelt. Sie selbst profitierten von direkten Begegnungen mit Studierenden, Einblicken in deren Qualifikationsprofile und Beratungsangeboten zu rechtlichen Fragen. Während Großunternehmen, sofern in der Region ansässig, leichter über eine direkte Ansprache für das Thema gewonnen werden konnten, konnten KMU eher über die IHK und Verbände erreicht werden.

Neue Angebote von Behörden

Die Rollen von Ausländerbehörden und Arbeitsagenturen im Netzwerk waren gewissermaßen durch ihr Portfolio und ihren Auftrag definiert, der Beratung zu rechtlichen Fragen zum Aufenthalts- und Arbeitsrecht sowie der Arbeitsvermittlung. Diese brachten sie in Workshops und Vorträgen ein. Die Arbeitsagenturen schulten die Netzwerkpartner zu Fragen des Arbeitsrechts, beteiligten sich an gemeinsamen Messeauftritten und vermittelten Absolventen in Arbeitsverhältnisse. Vertreten wurden die Arbeitsagenturen unter anderem auch vom Hochschulteam oder lokalen EURES-Beratern (European Employment Service, dem europäischen Netzwerk für berufliche Mobilität), die inhaltliche Anknüpfungspunkte zur Initiative „Study & Work“ mitbringen. Die Ausländerbehörden unterstützten die Erstellung von Publikationen zum Thema Aufenthaltsrecht und berieten individuell zu Regularien einer Anstellung internationaler Studierender. Sie etablierten oder intensivierten die Zusammenarbeit mit den Hochschulen ihrer Region. Auf diese Weise entstand ein „kurzer Draht“, um auch bei unklaren Fällen schnell eine Lösung zu finden. Ebenso konnte das Netzwerk auch zum Wissensaufbau beider Behörden beitragen, z. B. beim Thema Existenzgründung. Zudem

wurden neue Angebote entwickelt, etwa ein Bewerbungsmappen-Check auf Englisch bei einigen Arbeitsagenturen. Auch für „traditionelle“ Akteure wie Arbeitsagenturen oder Ausländerbehörden hat sich gezeigt, dass sie für die Erschließung der Ressource „internationale Studierende“ erweiterte und innovative Ansätze entwickeln müssen. Insbesondere KMU brauchen gezielte Beratung und Unterstützung, um eine Rekrutierung und Einarbeitung internationaler Bewerber erfolgreich zu gestalten bzw. überhaupt in Erwägung zu ziehen. Arbeitsagenturen müssen sich auf die Nachfrage einstellen und ihre Angebote zur Karrierevorbereitung oder auch zu rechtlichen und administrativen Fragen in Englisch vorhalten. Andere Netzwerkpartner wie Ausländerbehörden stehen auch vor neuen Herausforderungen wie sprachlichen und inhaltlichen Darstellungen, um eine Willkommenskultur zu etablieren.

Engagement der Kommune

Die Ausrichtung der Projekte auf die Region bedingte auch neue Kontakte zu kommunalen Amtsträgern, die meist gut vor Ort vernetzt sind. Im komplexen Themenkreis zwischen Studium, Alltag und Arbeitsmarkt nehmen Vertreter der kommunalen Institutionen eine wichtige und mobilisierende Multiplikatorfunktion ein sowohl im Hinblick auf die Bürger als auch die Unternehmen und Verbände. Oft sind es die (Ober-) Bürgermeister persönlich, die für die Ansprache internationaler Studierender bei Studienbeginn oder -abschluss sowie zu Neujahrsempfängen gewonnen werden können. Sie sind auch wichtige Promoter in die regionale Öffentlichkeit hinein, z. B. durch Presseberichterstattungen. Gleichzeitig sind sie zentraler Partner bei der

Sensibilisierung für demografische und Fachkräfte bezogene Entwicklungen. Durch die Mitarbeit in den Netzwerken konnten innerhalb der Laufzeit internationale Studierende in zahlreiche kommunale Anliegen eingebunden und damit auch sichtbar werden, etwa bei Übersetzungshilfen zur Unterstützung der Flüchtlingsarbeit. Eine stärkere Internationalisierung als regionales Ziel beförderte in Teilen das Engagement im Netzwerk. Kommunale Netzwerkpartner stellten zudem in mehreren Projekten die Infrastruktur für Treffen und Veranstaltungen zur Verfügung. Der Zugang erfolgte häufig über die Leitung der Hochschule.

Die Kommunalpolitik ist aber auch ein Partner, der in hohem Maße von Einzelpersonlichkeiten und deren Interessenlagen zum Thema internationale Studierende geprägt ist. Im Falle von Amtswechseln der kommunalpolitischen Akteure kann die Kontinuität der Zusammenarbeit erschwert werden und damit auch personell bedingt an Aufmerksamkeit gewinnen oder verlieren.

Außeruniversitäre Forschungseinrichtungen als Sparringspartner

Außeruniversitäre Forschungseinrichtungen sind Institutionen, in denen die Internationalität der Doktoranden bzw. Mitarbeiter besonders deutlich ausgeprägt ist. Aufgrund dieser Mitarbeiterstruktur besteht ein immanenter Bezug zum „Study & Work“-Thema. Durch die mehrjährigen Forschungsprojekte besteht auch ein Interesse, sich über die dort meist etablierten Einstellungsprozesse hinaus für internationale Studierende zu engagieren. Denn das Renommee der Forschungseinrichtungen wird durch attraktive



Erste Veranstaltung des Formats „Hochschule und Wirtschaft – gemeinsam für die Region“ in Worms

Standorte mit Lebensqualität und interkultureller Offenheit gestärkt. Diesen Ansatz verfolgte bspw. das Hochschulprojekt Stralsund.

Soziale Integration über die Zivilgesellschaft

Über die Projektlaufzeit wurden zunehmend auch zivilgesellschaftliche Strukturen als Akteure in die Netzwerke eingebunden, die über eigenes Engagement für Migranten, z. B. in Vereinen, Erfahrungen einbringen können. Internationale Studierende sind hier bisher nicht primär Teil von Integrationskonzepten und -maßnahmen.

Zivilgesellschaftliche Akteure befähigen internationale Studierende, indem sie nicht nur Ziel der Integrationsbemühungen sind, sondern selbst über die Wahrnehmung eines ehrenamtlichen Engagements aktiv am gesellschaftlichen Leben der Region teilnehmen können. Davon profitieren die Organisationen ebenso wie die Kommune. Engagement der Gesellschaft für internationale Studierende oder deren Engagement für die Gesellschaft kann die soziale Integration stark befördern.

6.3 Management, Kommunikation und Arbeitsstrukturen

Das Management der Netzwerke wurde in allen Projekten durch die Hochschulen übernommen, d. h. diesen obliegt sowohl die Koordination der Netzwerkpartner als auch die Entwicklung einer effektiven Arbeitsweise im Netzwerk. Sie haben das Netzwerk initiiert und waren der erste Impulsgeber oder auch „die Spinne im Netz“.

Netzwerke managen

Gezielte Organisation und Steuerung sind notwendig, um den Aufbau von Netzwerken mit heterogenen Akteursgruppen zu erreichen. Ein funktionales Management nimmt dabei strategische wie operative Aufgaben wahr. Es verantwortet die Entscheidung über Zielsetzungen, eine nutzbringende Zusammensetzung der Partner und stellt eigenverantwortliche Beiträge der Netzwerkpartner unter Einbeziehung des partnerspezifischen Nutzens sicher. Ein professionelles Management umfasst zudem die Einhaltung vereinbarter Regeln sowie einer kooperativen Kommunikationskultur und den Aufbau von Vertrauen unter den Partnern.

Netzwerkarbeit und -struktur

Gerade zu Beginn der Zusammenarbeit ist es wichtig, die



Netzwerken auf einer Veranstaltung

Netzwerkziele klar von anderen bestehenden Angeboten oder Projekten abzugrenzen. Um eine Balance zwischen Aufwand und Nutzen für die Netzwerkpartner jenseits der gemeinsamen Aktionen zu finden, erwiesen sich vierteljährliche Treffen als zielführend. Im Fokus standen dort Themen, die von Gesamtinteresse sind, z. B. Existenzgründung oder Anerkennung von Abschlüssen, sowie der persönliche Kontakt untereinander. In **Worms** bildete das Netzwerk vier Arbeitsgruppen entlang der verschiedenen Kompetenzen der Netzwerkpartner: Studienerfolg, Praktikums- und Arbeitsplätze, Existenzgründung und Integration. Die Ergebnisse der Gruppen waren jeweils Aufhänger für die Netzwerktreffen. Gern angenommen wurde auch die Integration in eine ohnehin stattfindende Veranstaltung eines Partners, wie z. B. Unternehmerstammtische, auf der alle Netzwerkakteure etwas lernen und interessante Kontakte geknüpft werden konnten.

Kommunikations- und Arbeitsprozesse sowie -ergebnisse müssen dokumentiert werden. Durch Personenwechsel und Fluktuation in Institutionen geht Know-how zu Verfahren und Aktivitäten im Netzwerk schnell verloren. Handlungsleitfäden für die Netzwerkarbeit können hier hilfreich sein.

Ein umfassender und regelmäßiger Informationsfluss, z. B. durch Newsletter und gemeinsame Internet-Plattformen, schafft Transparenz, hilft Unstimmigkeiten zu vermeiden und stellt eine effiziente Beteiligung der Akteure sicher.

Startet ein Netzwerk, braucht es entsprechend Zeit, um diese Faktoren integriert umzusetzen. Den Netzwerken ein Gesicht zu geben und damit auch die Beziehungsebene zu bedienen, ist neben der Vielzahl von operativen Tätigkeiten

für Netzwerkmanager eine deutliche Herausforderung. Innerhalb einer Projektförderdauer sind dabei klare Grenzen gesetzt.

Erfolgsfaktoren für Netzwerke sind:

- die Koordination liegt in festen Händen
- alle relevanten Akteure machen mit
- ein regelmäßiger Austausch findet statt
- Aufbau „persönlicher“ Beziehungen und deren Kontaktpflege
- ein Nutzen für jeden Beteiligten im Netzwerk besteht
- definierte Rollen der Akteure
- Transparenz und Akzeptanz der Einzelinteressen
- gemeinsame Visionen und strategische Ziele
- innovative Lösungswege
- öffentlichkeitswirksame Wahrnehmung

Dauerhafte Aufgaben und Mehrwert müssen bestehen
Vernetzung ist ein komplexes Thema und Netzwerkarbeit kostet Zeit. Persönliche Kontakte und die gute und langfristige Pflege dieser sind von zentraler Bedeutung. Eine auf Nachhaltigkeit angelegte Beziehungspflege und ein auf Dauer angelegter Mehrwert der Netzwerkarbeit für jeden einzelnen Akteur sind entscheidend für die Attraktivität und Langlebigkeit von Netzwerken.

6.4 Effekte und Nachhaltigkeit

Ziel der Initiative „Study & Work“ ist die nachhaltige Implementierung von Netzwerken, um internationale Studierende für die Region zu gewinnen. Die Nachhaltigkeit lässt sich sowohl an der Qualität und Dauerhaftigkeit des Netzwerks messen als auch an der Annahme, Beständigkeit und Weiterentwicklung etablierter Formate. Hierüber kann

nach dem erfolgreichen zweijährigen Netzwerkaufbau noch kein abschließendes Urteil gefällt werden. Erst im Zuge der weiteren Routine und Professionalisierung des Netzwerks werden sich diese langfristigen Erfolge oder Misserfolge messen lassen. Einzelne Ansätze für die dauerhafte Verankerung des Netzwerks jenseits der Förderung lassen sich insbesondere an den Hochschulen und in stärkerer Aufgabenteilung zwischen Hochschule und einzelnen Netzwerkpartnern nachvollziehen.

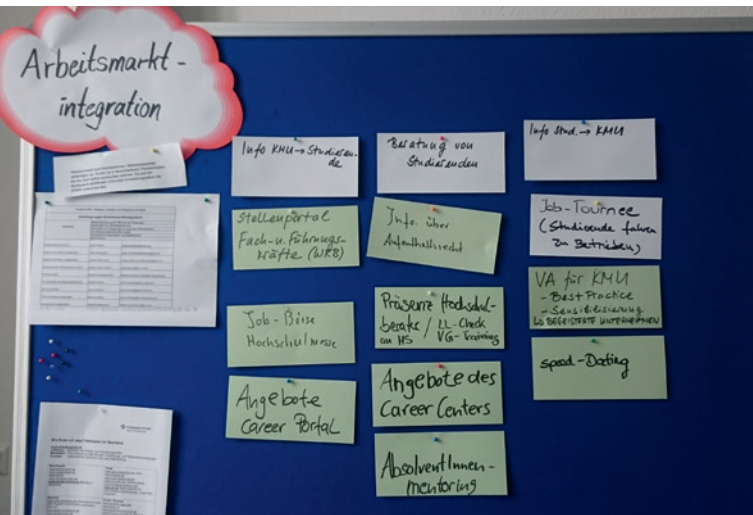
Schwerpunkte der Netzwerkarbeit

Besonders häufig wurde in allen Projekten der Übergang in den Arbeitsmarkt adressiert. Dies liegt auch daran, dass bei diesem Aspekt jeder der Netzwerkpartner mit seiner Rolle einen Beitrag leisten konnte. Oft wurden bereits bestehende Angebote für Studierende allgemein auf den Bedarf internationaler Studierender angepasst oder neu aufgelegt. Dass Maßnahmen zum Studienerfolg weit weniger vom Netzwerk bearbeitet wurden, lag vermutlich daran, dass hier die dominierende Zuständigkeit bei der Hochschule gesehen wird.

Dauerhafte hochschulinterne Verankerung

Einzelne Maßnahmen, die in den „Study & Work“-Projekten entwickelt wurden, können absehbar allein durch die hochschulinterne Vernetzung (vgl. Kapitel 5 Hochschulinterne Vernetzung für erfolgreiche regionale Netzwerke) über Eigenfinanzierung oder durch Drittmittel (z. B. auch über Sponsoren, Stiftungen) weitergeführt werden. An der **TU Dresden** wurde zur Umsetzung des Internationalisierungskonzepts im Rahmen der Career-Service-Arbeit eine Stelle geschaffen, die im Anschluss an das Projekt den Berufseinstieg der international Studierenden begleiten und die entsprechende Netzwerkbetreuung fortsetzen wird.

Bestehenden finanziellen und personellen Unsicherheiten innerhalb der Hochschule wird an vielen Hochschulen durch die Erstellung von Handlungsleitfäden begegnet, so dass einzelne Angebote und Konzepte auch personenunabhängig weiterhin realisiert werden können. Weitere Ansätze für eine ressourcenschonende Angebotsstruktur sehen die stärkere Einbeziehung von Studierenden vor, die über eine curriculare Verankerung ihr Engagement für internationale Studierende auf das Studium angerechnet bekommen (z. B. Universität Koblenz-Landau). Zudem wird ein professionelles hochschulübergreifendes Customer Relationship Management System als sinnvoll erachtet, um Transparenz über bestehende Kontakte zu schaffen und entsprechende Synergien zu nutzen.



Ideensammlung der Netzwerkpartner in Worms

Stärkere Kooperationen mit einzelnen Partnern

Um dauerhaft ein professionelles Netzwerkmanagement sowie personelle und finanzielle Ressourcen sicherzustellen, erwägen einige Hochschulen, die koordinierenden Tätigkeiten stärker unter den Netzwerkpartnern aufzuteilen. Die Hochschulen sind dabei als wesentlicher Impulsgeber und mit dem Zugang zu den internationalen Studierenden unbestritten. Durch die intensive Auseinandersetzung mit diesen hat sich jedoch eine geeignete Aufgabenteilung entwickelt, die geteilte koordinierende Verantwortungen ermöglichen.

Empfehlungen der Projekte zu externen Netzwerken

- Vor der Initiierung neuer Netzwerke sollte geprüft werden, ob bereits Netzwerke vorhanden sind, die dem Projektzweck dienen können. Der unnötige Aufbau paralleler Netzwerke sollte vermieden werden.
- Ein neu initiiertes Netzwerk bedarf eines geplanten Vorgehens beim Aufbau, einschließlich einer Analyse vorhandener regionaler Strukturen.
- Studentische und regionale Bedarfe sollten gemeinsam fortlaufend analysiert werden, um die Netzwerkaktivitäten zu steuern und an den Einzel- und gemeinsamen Interessen auszurichten.

- Der Ansatz, hochschulinterne und hochschulübergreifende Netzwerkstrukturen zusammenzubringen, ist zielführend.
- Die koordinierende Stelle muss mit angemessenen zeitlichen Ressourcen ausgestattet werden.
- Ein regelmäßiger Austausch zum Fortschritt der Netzwerkziele muss stattfinden. Dies hat auch motivierende Funktion und hält das Netzwerk lebendig.
- Um passgenaue Angebote zu schaffen, müssen sich auch die Netzwerkpartner weiter internationalisieren, z. B. englischsprachige Angebote für Informationsvermittlung bereitstellen.
- Aktuell sind die Netzwerke vorrangig auf den Arbeitsmarktzugang ausgerichtet. Eine stärkere Einbindung von sozialen Themen wie Wohnen, Familie, Finanzierung und nicht zuletzt Willkommenskultur ist ein nächster Schritt hin zu einer umfassenden Integrationsstrategie.
- Netzwerke brauchen einen hohen Grad an Sichtbarkeit bei allen Zielgruppen um wirken zu können.
- Die Netzwerkaktivitäten sollten sowohl operativ als auch strategisch an der Hochschule verankert sein.

Exkurs: Hochschulkooperationen

Die Kooperation zwischen Hochschulen war eine besondere Form des Netzwerkens in den Projekten. In sechs „Study & Work“-Netzwerken kooperierten die geförderten Hochschulstandorte mit weiteren Hochschulen der Region. In **Jena**, **Stralsund** und **Worms** agierten die Projekte bundeslandweit und bezogen entsprechend weitere Hochschulen aus Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern bzw. Rheinland-Pfalz in die Projektarbeit ein. Auch die Aktivitäten in **Dresden**, **Ulm** und **Freiberg** erfolgten in Kooperation mit anderen Hochschulstandorten. Von den Kooperationen versprachen sich die Beteiligten einen kollektiven Nutzen, in dem Angebote ohne großen Mehraufwand jeweils für Studierende anderer benachbarter Standorte geöffnet werden sollten.

Regionale Verantwortung und Synergieeffekte

Zwar stehen die beteiligten Hochschulen in einer gewissen Konkurrenz zueinander. Im Fokus stand jedoch die Zielstellung, regionaler Verantwortung Rechnung zu tragen, den Akademikern von morgen Perspektiven zu bieten, um ihr Interesse für die Region zu wecken und somit den steigenden Fachkräftebedarf abzusichern. Zudem ist die Gruppe der internationalen Studierenden eine zwar wachsende, aber im Vergleich zur Gesamtstudierendenzahl kleinere Zielgruppe, sodass gern Aktivitäten anderer Standorte für die Erschließung von Synergien genutzt werden. Eine orts- und institutionsübergreifende Strategie erschien den Projekten dafür erforderlich.

Die Projekthochschulen profitierten von der Zusammenarbeit insbesondere hinsichtlich des Ressourceneinsatzes und der Erreichbarkeit durch folgende Aspekte:

- Bestehende Netzwerkpartnerschaften in der Region wurden durch die beteiligten Hochschulen der jeweils anderen Institution geöffnet.
- Erfahrungsaustausch zur Identifizierung regionaler Bedarfe sowie zur Arbeit mit internationalen Studierenden wie z. B. in Bezug auf die Ansprache, Workshop-Inhalte, die Vermittlung in den Arbeitsmarkt oder zu Beratungsstellen in der Region.
- Es erfolgte eine kontinuierliche gemeinsame Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Publikation und der Transfer von Arbeitsergebnissen.
- Vorhandene Marketing-Materialien wie Broschüren, Flyer oder Informationsmaterial konnten ausgetauscht oder gemeinsam erstellt werden.
- Die Ausweitung des Wirkungsradius durch die Hochschulkooperationen erwies sich auch für die Netzwerkpartner als interessant, da diese wiederum mehrere Studierende gleichzeitig erreichten.

Empfehlungen der Projekte zu Hochschulkooperationen

- Es hat sich gezeigt, dass unterschiedliche Organisationsmodelle für Hochschulkooperationen bei der Umsetzung der Projektziele notwendig sind (vgl. Kapitel 5 Hochschulinterne Vernetzung).
- Für die künftige hochschulübergreifende Zusammenarbeit sind besonders bereits bestehende thematische Kooperationsanliegen förderlich wie z. B. Frauenförderung und Existenzgründung.
- Eine Herausforderung für die langfristige und persönliche Netzwerkpflge besteht in der Befristung vieler Akteure. Um Kompetenzen nicht nur aufzubauen, sondern auch zu halten, sind Finanzierungsansätze zu finden.
- Regionale Hochschulkooperationen bieten das Potenzial, finanzielle und personelle Ressourcen zu bündeln, z. B. indem eine Stelle gemeinsam finanziert wird, die dann rotierend an den Standorten berät.
- Digitale Lösungen wie der Aufbau einer hochschulübergreifenden Plattform für Studierende, die Praktikums- und Stellenangebote bereitstellt, können Ressourcen bündeln. Auch ein Austausch von Lern- und Lehrmaterialien kann so gefördert werden.

7 Unternehmen in regionalen Netzwerken

Unternehmen, egal ob große oder kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) sind an gut qualifizierten Fachkräften interessiert. KMU haben es dabei im Vergleich generell schwerer ihre Stellen zu besetzen, da die Auswahlmöglichkeiten an Kandidaten oft deutlich geringer als für größere Unternehmen sind (IAW, 2017). Denn KMU zahlen oftmals geringere Löhne, haben weniger Personalrekrutierungs- und Weiterbildungskapazitäten und häufig sehr spezifische Qualifikationsbedarfe (z. B. für Nischentechnologien). Internationale Studierende bzw. Absolventen an den Hochschulen können darum ein bislang wenig ausgeschöpftes Fachkräftepotenzial für regionale Arbeitgeber darstellen. KMU werden in der Initiative „Study & Work“ insbesondere angesprochen, da die deutsche Wirtschaftsstruktur stark von diesen geprägt ist, internationale Absolventen bei diesen wenig im Fokus stehen und umgekehrt auch internationale Studierende und Absolventen mit Bleibewunsch selten die KMU in der Region als Adressaten bei der Jobsuche in Erwägung ziehen.

7.1 Engagement von Unternehmen in Netzwerken

Erhebungen zum Engagement von KMU in Netzwerken (vgl. Duschek & Rometsch, 2004) zeigen, dass sich diese in Netzwerken seltener aktiv (unter Bereitstellung von Ressourcen) und mehrheitlich passiv als Adressat oder Kunde des Netzwerks beteiligen. Die Beteiligung größerer Unternehmen in Netzwerken wirkt auf eine Mitwirkung im Netzwerk förderlich, da so ein hohes Übertragungswissen für das eigene Unternehmen erwartet wird. Attraktive Themen

und Personengruppen sowie Branchenfokusse haben sich dabei weiterhin als positive Faktoren für ein Engagement im Netzwerk erwiesen (ebenda, 2017).

7.2 „Study & Work“-Netzwerke und die Mitarbeit von Unternehmen

Die Einbindung und Nutzung der Potenziale internationaler Studierender und Absolventen durch Arbeitgeber in Deutschland ist ein komplexer und langfristig angelegter Entwicklungsprozess. Dies war bereits eine Ausgangsannahme für die Projekte und hat sich bei der Durchführung weiter präzisiert und insgesamt bestätigt.

Die Projektansätze gingen zunächst davon aus, dass die prognostizierten Engpässe in der akademischen Fachkräfteverfügbarkeit zu einer großen Offenheit und Aufnahmebereitschaft für eine Zielgruppe wie internationale Studierende seitens der KMU führen würde.

Gezeigt hat sich jedoch, dass gerade bei den KMU der Fachkräftemangel an Hochschulabsolventen in einigen Regionen zwar sicher prognostiziert, aber noch nicht überall spürbar bzw. sehr branchenspezifisch ist. Deshalb hat sich der Fokus der Netzwerke bei der Unternehmensansprache überwiegend auf MINT-Berufe sowie eher auf Mittler- und Vertretungsorganisationen wie IHKs und Wirtschaftsfördervereine konzentriert, die diese Aufgabe engagiert aufgenommen haben.

Mit dem Netzwerkaufbau für den Arbeitsmarktübergang internationaler Studierender in den zehn Regionen hat sich gezeigt, dass KMU selten in der Startphase der „Study & Work“-Netzwerke aktiv werden.

Großunternehmen wie die Lausitzer Energie Bergbau AG in Cottbus oder die T-Systems Multimedia Solutions GmbH in Dresden hingegen nahmen bereits in einem frühen Stadium Praktikanten auf und brachten ihre Erfahrungen mit internationalen Mitarbeitern in das Netzwerk ein. KMU konnten weniger über das Angebot der Netzwerkkooperation als über konkrete und passgenaue Angebote gewonnen werden. Als eher passive Partner des Netzwerks (im Sinne des Adressaten oder Kunden) brachten sie sich jedoch punktuell in Maßnahmen ein, z. B. indem sie auf Netzwerktreffen einmalig einen thematischen Beitrag leisteten.



Unternehmen stellen sich in Freiberg vor

7.3 Ansprache und Sensibilisierung von Unternehmen

Um Unternehmen für Netzwerke zu gewinnen, sind Form und Inhalt der Ansprache besonders wichtig. Mehr als bei anderen Netzwerkpartnern muss bereits bei der ersten Ansprache ein überzeugender kurzfristiger Mehrwert und ein konkretes Angebot kommuniziert werden. Während das Engagement für Themen der Region von Netzwerkpartnern wie der IHK und Wirtschaftsförderungen zum Hauptanliegen gehört, steht bei Unternehmern die Abwägung zwischen Aufwand und Nutzen im Vordergrund.

Persönliche und bewährte Kontakte nutzen

Von Vorteil ist die persönliche Kontaktaufnahme. Auf E-Mails oder Schreiben ist die Rücklaufquote eher gering. Hilfreich ist es, sich bei der Ansprache auf Kontakte oder Personen zu beziehen, die beim Unternehmen bereits bekannt und positiv konnotiert sind. So hat die **Ernst-Abbe-Hochschule Jena** ihre Rücklaufquoten bei Unternehmen erhöht, indem sie von E-Mail-Informationen auf die direkte Ansprache über die Wirtschaftsförderung wechselte. Auch die Kontaktaufnahme über bereits vorhandene hochschulinterne Kontakte, z. B. über andere (Förder-) Projekte oder Professoren, die mit bestimmten Unternehmen regelmäßig zusammenarbeiten, erwiesen sich als effizienter. Die sogenannten Türöffner oder Multiplikatoren konnten nach einer Einführungsphase, in der Informationen ausgetauscht und Vertrauen aufgebaut werden konnte, ihre Kontakte an die Koordinatoren der Hochschulen übergeben, die dann weitere Kommunikations- und Kooperationskanäle entwickelten. Bei dieser Konstellation liegt die Verantwortung für die Entwicklung der Unternehmenskontakte explizit bei den Hochschulpartnern.

Angebot und Nachfrage analysieren

Neue Kooperationsformen und Veranstaltungsformate, die Unternehmen einbeziehen sollen (z. B. „Hochschule und Wirtschaft - gemeinsam für die Region“ in **Worms**), brauchen zum Teil lange Kommunikations- und Vorlaufzeiten. Gelingt die Ansprache nicht, sollten die Ursachen ermittelt und Änderungen vereinbart werden. Die Annahme, dass ein Unternehmen per se kein Interesse an Themen hat, die mit der Rekrutierung und Aufnahme Internationaler zu tun haben, kann erst bei deutlicher Ablehnung der Unternehmen als richtig gelten. Das Gleiche gilt für die Annahme, dass ein Veranstaltungsformat gescheitert ist, wenn bei einmaligem Angebot die Nachfrage oder Beteiligung gering war. Ein



Persönlicher Kontaktaufbau auf der Karrieremesse ORTE in Freiberg

Informationsaustausch und regelmäßiges Feedback können Aufschluss über die Ursachen geben.

Win-win-Situationen schaffen

Beim aktiven Aufbau von Unternehmenskontakten sollten diese nach fachlicher Passfähigkeit zu den Fachrichtungen sehr genau ausgewählt werden, um gezielt Win-win-Situationen für Unternehmen, Hochschulen und internationale Studierende schaffen zu können. Positive Erfahrungen wie z. B. die Vermittlung von geeigneten und motivierten Praktikanten werden unter Unternehmern schnell ausgetauscht und können zu Verstärkungseffekten führen. Gleichmaßen können negative Erfahrungen wie z. B. der Abbruch eines Praktikums ohne nachvollziehbare Gründe aufgrund der geringeren Zahlen und Erfahrungswerte im Vergleich zu einheimischen Studierenden wesentlich nachhaltiger wirken und Vorbehalte in der Belegschaft deutlich schüren.

Ein **Leitfaden zur Kontaktaufnahme und -pflege** von Unternehmen wurde aus der Erfahrung der Projekte zusammengetragen:

Vorbereitungsphase

1. Ein kurzes Assessment der regional infrage kommenden Firmen sollte die Frage der „Offenheit“ für internationale Studierende als Personalressource mit einschließen.

2. Eine erste Fokussierung auf Firmen, die entsprechend ihrer Branchenzugehörigkeit ein Interesse an bestimmten Studiengängen haben, erleichtert es, die passenden internationalen Studierenden und Absolventen zu empfehlen.
3. Sinnvoll sind Recherchen zu den Zielmärkten einzelner Unternehmen, um bestimmte Nationalitäten mit Unternehmen zusammenzubringen. Es sind erhöhte Aufwände dafür zu berücksichtigen, die durch die Einbindung studentischer Hilfskräfte abgedeckt werden können.
4. Die Ziele der Ansprache sollten klar strukturiert und formuliert werden.
5. Die Bedarfe der Unternehmen zu kennen bzw. zu erfragen sowie knappe Zeitfenster für den Austausch einzuplanen, erleichtert die Zusammenarbeit.
6. Auf Informationsdefizite hinsichtlich administrativer Verfahren und die rechtliche Situation bei der Einstellung internationaler Absolventen, insbesondere bei kleineren Firmen, sollte der Koordinator vorbereitet sein und kompetent beraten können.
5. Bewerbungsunterlagen werden nach in Deutschland üblichen Kriterien erwartet, auch wenn sie teilweise in Englisch sein können.
6. Die Vermittlung in Praktika sollte nach der Mindestlohneinführung stärker durch Beratung flankiert werden. Die Einführung von Pflichtpraktika während des Studiums ist eine Alternative und kann durch die Hochschulen selbst initiiert werden.
7. Ein regelmäßiges Nachhalten von Kontakten durch Ergebnisprotokolle und Rückmeldung über Projektfortschritte mittels digitaler Karrierenetzwerke (wie Xing oder LinkedIn) oder durch Newsletter, Pressemitteilungen u. ä. unterstützt den Kommunikationsprozess, insbesondere wenn konkrete Anliegen vermittelt werden.
8. Die mit der Öffentlichkeitsarbeit des Projekts verbundene kostenlose Werbung für ein Unternehmen anlässlich von Veranstaltungen, auf denen dies mitwirkt, wird gerne angenommen.

Durchführungsphase

1. Persönliche Treffen, Besuche und Telefonate sind erfolgreicher als mehrfache E-Mail-Kontakte.
2. Eine Rückmeldung auf Anfragen erfolgt seitens der Unternehmen oft nicht in den erwarteten Zeiträumen. Lange Anlaufzeiten und wiederholte Erinnerungen sind einzukalkulieren.
3. Der organisatorische und zeitliche Mehraufwand für Unternehmen bei der Vorbereitung und Durchführung von Maßnahmen sollte gering gehalten werden. Die Unterschiede in den Ressourcen von kleinen und großen Unternehmen werden hier besonders deutlich.
4. Nehmen Unternehmen an Veranstaltungen teil, sollten die internationalen Studierenden gezielt auf diese vorbereitet werden. Die notwendige individuelle Beratung ist aufwendig und zeitlich einzuplanen.

Nachbereitung und Verstetigung

1. Neben der regelmäßigen und bedarfsorientierten Kontaktpflege sind auch feste und verfügbare Ansprechpartner in Hochschulen, Netzwerken und den Unternehmen eine Bedingung für eine funktionierende Zusammenarbeit. Bei einem Wechsel der Ansprechpartner sollte eine nachvollziehbare Übergabe laufender Kontakte und Projekte erfolgen sowie eine gegenseitige Information bei Personal- oder Verantwortungsänderung.
2. Interkulturelle Kompetenz zu stärken, schafft eine Voraussetzung, die Integration in den Arbeitsmarkt proaktiv anzugehen. Dabei ist Lernbereitschaft kein Alleinstellungsmerkmal für Studierende. Hochschullehrende und -mitarbeiter sowie Unternehmensvertreter sind ebenso gefragt, Stereotype und Erwartungshaltungen im Umgang miteinander und im Arbeits- wie Bildungsumfeld zu hinterfragen.

3. Eine Verstärkung des Zugangs zu internationalen Studierenden wird von Veranstaltungsformaten, die die unternehmerischen Fachkräftestrategien berücksichtigen, befördert.
4. Maßnahmen, die einmalig umgesetzt werden, sind auch bei Erfolg für die langfristige Gewinnung und Einbindung von Unternehmen wenig geeignet.
5. Die dauerhafte Unterstützung des Integrationsprozesses internationaler Studierender ist nicht ohne verstärktes Engagement der Unternehmen im regionalen Kontext zu erreichen und schließt finanzielles Engagement ein, spätestens dann wenn die Wirkung der Maßnahmen für die Unternehmen deutlich sichtbar ist.

7.4 Hemmende und fördernde Faktoren für die Rekrutierung internationaler Absolventen

Für die Bereitschaft von Unternehmen zur Rekrutierung und Aufnahme internationaler Absolventen erscheinen im Kontext der Netzwerkerfahrungen der „Study & Work“-Projekte folgende Faktoren relevant:

Größe und Branche der Unternehmen sowie Wachstumsaussichten

Ansprache und Umfang der Netzwerkkontakte hängen von der Größe der Unternehmen ab. Für kleine und mittlere Firmen ist die Anbahnung über persönliche Kontakte und das Kennenlernen der Gesprächspartner immens wichtig, bevor Entscheidungen über verbindliche Kooperationen getroffen werden. Dies gilt gleichermaßen für Netzwerke als auch für die Studierenden selbst. Ein Stufenmodell des Kennenlernens hat sich vielfach bewährt. Beginnend mit Betriebsbesichtigungen oder Messebegegnungen über Praktika bzw. Abschlussarbeiten wird eine gegenseitige Wertschätzung aufgebaut, die eine gute Grundlage für eine Einstellungszusage werden kann. KMU mit klaren Wachstumszielen sind für personelle Neugewinne deutlich offener. Da in den Projektregionen durchschnittlich 90 % der ansässigen Unternehmen den KMU zuzurechnen sind, sind angepasste Vermittlungsstrategien bezogen auf diese Unternehmensgrößen ein Muss. Große Firmen, die in der Regel bereits Erfahrungen haben mit internationalen

Beschäftigten, betreiben meist eine aktive Bewerbung gut qualifizierter Studierender und stoßen zugleich auf große Nachfrage unter internationalen Studierenden, da diese bessere Karriere- und Einkommenschancen bei bekannten und international agierenden Unternehmen sehen. Matching-Verfahren sind mit diesen Firmen vielfach einfacher, aber auch hier sind die Wachstumsziele entscheidend für den Zugang von internationalen Absolventen.

Internationale Studierende sind selten Zielgruppe regionaler Fachkräftestrategien

Regionale Fachkräftestrategien werden aufgrund aktueller oder prognostizierter Bedarfslagen aufgesetzt. Oft sind sinkende Geburtenzahlen, absehbar in den Ruhestand gehende Belegschaften, ein Mangel an nachgefragten Qualifikationen oder der Erhalt des Wohlstands bei sich ändernden Bedingungen der Ausgangspunkt für einen Maßnahmenkatalog. Die Federführung liegt häufig bei den staatlichen Organen wie Landesregierungen oder Regionen. Gemeinsam mit Unternehmen und weiteren regionalen Akteuren werden meist regionalspezifische Schlüsselfaktoren identifiziert, entlang derer Maßnahmenpakete und Unterstützungen entwickelt werden.

Regionale Fachkräftestrategien bieten damit einen Rahmen, an denen sich die Strategien nachgeordneter Ebenen orientieren, z. B. regionale Fachkräfteallianzen einzelner Städte, die Internationalisierungsstrategien der Hochschulen oder auch die Programme der Industrie- und Handelskammern. In den regionalen Fachkräftestrategien in Deutschland und den umsetzenden Fachkräftenetzwerken spielt die Gruppe



Unternehmensrundgang in Cottbus



Austausch zu Einstellungsvoraussetzungen in Dresden

der internationalen Studierenden und Absolventen meist keine Rolle. Dabei können sie wichtige Impulse für die Beförderung des Arbeitsmarktzugangs darstellen, wenn das „Study & Work“-Thema in die Landes- oder Regionalstrategie integriert wird.

Internationale Ausrichtung der Unternehmen

Direkte Kontakte zu internationalen Kunden in bestimmten Zielländern sind für viele Firmen Anlass, sich um internationales Personal zu bemühen. Die zunehmende Internationalisierung der Märkte und wachsende Exportkapazitäten für Produkte und Dienstleistungen sind allerdings für KMU und Zulieferer auch in den Projektregionen nicht automatisch mit einer Internationalisierung der Managementstrukturen und Personalstrategien verbunden.

Häufig geringe Kapazitäten für Personalmanagement in KMU

Es wurde vielfach festgestellt, dass die Personalmanagementstrukturen in KMU den Zugang internationaler Absolventen begrenzen. Sind keine fachlich Verantwortlichen für Personalentwicklung und Rekrutierung vorhanden, können engagierte Unternehmer und Geschäftsführer diese Aufgaben generell übernehmen. Die Erfahrungen zeigen aber, dass zum Beispiel Zeitverzug bei Bewerbungsbearbeitungen den Eindruck mangelnder Professionalität im Bewerbungsverfahren fördert. Für internationale Bewerber wird der Eindruck erweckt, in KMU nicht willkommen zu sein. Die Kontaktaufnahme zu Vermittlern, auf die sich KMU bei der Personalrekrutierung stützen (wie Zeitarbeitsfirmen), könnte ein Ansatz der zukünftigen Netzwerkarbeit sein.

Unternehmenskultur und interkulturelle Kompetenzen

Für traditionelle Unternehmenskulturen mit homogenen Belegschaften und Managementstrukturen ist der Übergang zu heterogenen Belegschaften eine Herausforderung. Der Diversity-Ansatz, d. h. der Umgang mit Unterschiedlichkeit und nicht die Erwartung einer völligen Anpassung neuer Mitarbeiter an eine bestehende Unternehmenskultur ist auch für Firmen, die deutlich auf Offenheit setzen, ein kontinuierlicher Lernprozess. Organisationsprozesse im Unternehmen werden dabei nicht per se durch demografische Prognosen in Gang gesetzt. Die Akzeptanz von Vielfalt als Chance wird aber insbesondere für den Einstieg der internationalen Absolventen als ein Kriterium für erfolgreiche Personalentwicklung gesehen.

Aktuelle Migrationsentwicklung

Die öffentliche Berichterstattung und Diskussion über die Möglichkeiten und Grenzen der Arbeitsmarktintegration von geflüchteten Menschen hat bei Unternehmen in einigen Projektregionen eher den Eindruck verstärkt, dass Integrationsprozesse sehr langwierig und komplex sind. Der Unterschied von Flüchtlingen zu den in Deutschland ausgebildeten akademischen internationalen Fachkräften wird wenig thematisiert und kaum deutlich. Bei einigen Projektpartnern hat diese Entwicklung eine abwartende Haltung verstärkt. Auch wie Unternehmensbelegschaften auf kulturelle Vielfalt vorbereitet werden, wird zu wenig thematisiert.

Sprach- und Kulturkompetenzen sind besondere Herausforderungen

Die Erwartung seitens der Unternehmen an passende Hard und Soft Skills von Absolventen verschiedenster Bildungsabschlüsse, von Fachausbildung bis Universitätsabschluss, stellt die Ausbildungseinrichtungen vor neue Herausforderungen. Gleichzeitig sind Unternehmen gefordert, Flexibilität und Eigeninitiative einzubringen, wenn sie Berufsanfänger erfolgreich einbinden wollen. Internationale Absolventen sollten darauf eingestellt sein, mit gleichen Anforderungen wie deutsche Berufseinsteiger konfrontiert zu werden, sind jedoch ohne passende Unterstützungsmaßnahmen oftmals überfordert. Die Hauptursachen für ein Scheitern des Berufseinstiegs liegen vorrangig in Defiziten der Sprach- und Kulturkompetenzen und weniger im fachlichen Bereich.

Studieninhalte und regionale Passfähigkeit

Die Vereinheitlichung von Abschlüssen auf Bachelor- und Masterniveau erleichtert es Unternehmen, Kenntnisse über

Studieninhalte zu erlangen und diese mit ihren Anforderungen zu vergleichen. Auf regionaler Ebene bietet sich hier für die Hochschulen die Chance, ihre Lehrinhalte und deren Anwendbarkeit mit den Unternehmen zu diskutieren.

Rechtliche und Verfahrens-Fragen zum Arbeitsmarktzugang

Die Verunsicherung von Unternehmen über rechtliche Rahmenbedingungen bei der Einstellung internationaler Studierender und Absolventen ist überraschend groß. Informationsbroschüren zu diesem Thema können einen Überblick bieten. Individuelle Begleitung durch erfahrene Netzwerkpartner oder Hochschulvertreter im Prozess der Einstellung – auch bei Praktika – schafft mehr Sicherheit. Der Ermessensspielraum von Behörden in diesem Prozess ermöglicht nach Berichten der Beteiligten immer noch unterschiedliche Handhabungen.

Aus dieser Bandbreite ist bereits ableitbar, dass eine Reihe der in den Projektregionen ansässigen Firmen nicht zu prioritären Ansprechpartnern für die Beschäftigung internationaler Absolventen werden. Eine gezielte Ansprache aller Unternehmen einer Region durch die Hochschulen, ohne die Einbindung von kundigen Netzwerkpartnern, die bei einer Auswahl unterstützen können, bedeutet hier eine Überforderung der Hochschulstrukturen. Dies kann zu enttäuschten Erwartungen zum Unternehmensengagement führen.

7.5 Attraktive Angebote mit etablierten Formaten kombinieren

Während einige förderliche und hemmende Faktoren nicht direkt durch die „Study & Work“-Projekte beeinflusst werden können, haben sich insbesondere zwei Ansatzpunkte herauskristallisiert.

Einerseits sollte die Sichtbarkeit internationaler Studierender bei der regionalen Wirtschaft gesteigert werden. Andererseits sollte die konkrete Vermittlung internationaler Studierender und Absolventen unterstützt werden. Beide Ziele gingen auf die unternehmerischen Bedarfe und auch mögliche Vorbehalte regionaler Unternehmen gegenüber der internationalen Zielgruppe ein. Ziel war es, einen offenen Zugang zu den Studierenden und Absolventen zu fördern und insbesondere die fachliche Qualifikation herauszustellen.

Informieren und Begegnungen schaffen

Etablierte KMU-Veranstaltungen bieten einen geeigneten Anlass, um für internationale Studierende zu werben. Dazu können Karrieremessen gehören, auf denen Unternehmen Mitarbeiter suchen. Aber auch ein regionaler Unternehmerstammtisch oder Fachmessen bieten sich dafür an.

In dem „Study & Work“-Projekt in Jena wurden Filme zur Sensibilisierung von internationalen Studierenden und Thüringer Unternehmen gedreht. Darin wurden gängige Vorurteile wie fehlender Bleibewunsch internationaler Studierender, geringe Identifikation mit der Region oder



Besucher der Karrieremesse ORTE in Freiberg

mangelhafte Deutschkenntnisse adressiert. Unternehmen mit internationalen Mitarbeitern stellten zudem die Gewinne für das Unternehmen vor, wie die Sprachkompetenz gegenüber Kunden in bestimmten Zielmärkten (vgl. Kapitel 9 Toolbox, S. 72).

Mitwirken bei regionalen Events

In dem „Study & Work“-Projekt in Geisenheim wurde eine regionale Großveranstaltung, das Streetfood-Festival für den Rheingau, konzipiert und umgesetzt. Dabei gestalteten und organisierten internationale Studierende der Hochschule in Zusammenarbeit mit regionalen Unternehmensverbänden die Veranstaltung, bei der die Internationalität auf sozialer Ebene im Vordergrund stand (Essen, Musik und Begegnungen). Auf diesem Weg erlangten die internationalen Studierenden der Hochschule Sichtbarkeit bei Unternehmensvertretern und in der Region. Im Ergebnis wurde das Projekt in die neue internationale Marketingstrategie der Region aufgenommen.

Interkulturelle Trainings

Auch interkulturelle Trainings wurden von den Netzwerkprojekten für die Unternehmen der Region konzipiert und angeboten. Die von den Projekten festgestellte Offenheit von Großunternehmen für dieses Format gegenüber der abwartenden Haltung kleinerer Unternehmen weist weiteren Sensibilisierungsbedarf für kulturelle Themen aus. Geringe Anmeldezahlen seitens der KMU in Regionen mit geringen Integrationserfahrungen sprechen dafür, künftig auch Veranstaltungen mit wenigen Teilnehmern durchzuführen, um im Nachgang Spill-over-Effekte auf andere Unternehmen zu erreichen.

Passfähigkeit sicherstellen

Das Matching von Stellenangeboten von Unternehmen mit internationalen Studierenden kann vom Netzwerk unterstützt werden, so ein Ergebnis aller „Study & Work“-Projekte. Dies gilt für Praktikumsplätze, Bachelor- und Masterarbeiten oder konkret zu besetzende Stellen. Die fachliche Passfähigkeit ist dabei sehr wichtig, um enttäuschten Erwartungshaltungen seitens Studierender und Unternehmen vorzubeugen. Um eine fachliche Entscheidung zur Einstellung zu ermöglichen, haben sich anonymisierte Lebensläufe als zielführend erwiesen. Sie geben konkret Auskunft über die Qualifikationen und haben die Aussichten für ein persönliches Vorstellungsgespräch nachweislich gesteigert. Positive Erfahrungen wurden damit an der TU Chemnitz sowie an den Hochschulen Geisenheim und Worms gemacht.

Empfehlungen der Projekte zu Unternehmen

- Die Analyse der Unternehmensbedarfe erleichtert ein zielgerichtetes Zugehen auf Unternehmen.
- Die hohe fachliche Qualifikation internationaler Studierender als Hauptkriterium für die Einstellung in Unternehmen sollte herausgestellt werden.
- Eine Feedback-Kultur zwischen den Netzwerkpartnern – insbesondere Hochschulen, Arbeitsmarktmultiplikatoren (z. B. IHK, Wirtschaftsförderung) und Unternehmen – ist unerlässlich, um die Bedarfsorientierung der Angebote sicherzustellen und Informationsdefizite zu Themen wie Fachkräftebedarfe und Akzeptanzbarrieren abzubauen.
- Die spezifischen Interessen und Hemmnisse der KMU bei der Arbeitsmarktintegration internationaler Bewerber sollten auch über die Fachkräfte- und Willkommensstrategien der Regionen adressiert werden.
- Etablierte Vorbehalte in Unternehmen können nicht allein durch Bewusstseinsappelle und zusätzliche Informationen ausgeräumt werden. Persönliche Erfahrungen mit internationalen Studierenden sind hier wichtig.
- Best-Practice-Beispiele anderer regionaler Unternehmen dienen als Türöffner für Firmen ohne Vorerfahrung mit internationalen Studierenden.
- Zeitlich begrenzte Förderanreize auf regionaler, Landes- oder Bundesebene zur Einstellung internationaler Absolventen in Unternehmen schaffen, um die Potenziale internationaler Studierender zu entwickeln und einzubringen.

8 Gesellschaftliche Integration



Internationale Studierende auf Streetfood-Festival in Geisenheim

Die gesellschaftliche oder auch als soziale Integration bezeichnete Einbindung internationaler Studierender und Absolventen in das soziale Leben und die Gesellschaft ist wichtig für das Entwickeln eines Bleibewunsches, der nicht allein an einer Beschäftigungsperspektive hängt (Scott et al., 2015). Die soziale Integration in ein bestehendes System ist dabei immer ein mehrdimensionaler Prozess (Esser, 2004). Er schließt ein, dass Zugewanderte über ausreichende Kenntnisse und Fähigkeiten verfügen, um an der neuen Gesellschaft teilzunehmen und persönliche Kontakte mit dieser aufzubauen.

Nicht zuletzt führt erst eine bewusste Interaktion mit Personen der Mehrheitsgesellschaft zur Entwicklung von persönlichen Beziehungen, die dann wiederum eine emotionale Bindung zur aufnehmenden Gesellschaft und zur Region bewirken können.

Da in der Regel gute Sprachkenntnisse, ein qualifizierter Bildungsabschluss und eine soziale Integration die gesellschaftliche und berufliche Anerkennung fördern, kann eine Reihe von Indikatoren abgeleitet werden, die auch die gegenseitige Akzeptanz und Bindung der internationalen Studierenden an die Regionen unterstützen.

Anforderungen an internationale Studierende und die Aufnahmegesellschaft

Eine erfolgreiche Integration stellt sowohl Anforderungen an die Aufnahmegesellschaft als auch an die Menschen mit anderem kulturellen Hintergrund. Die Benennung und Einbeziehung dieser Dimensionen verdeutlicht den potenziellen Nutzen der entstandenen „Study & Work“-Netzwerke. Diese können durch die Einbindung von Akteuren wie

Kommunalvertretern und zivilgesellschaftlichen Vereinigungen geeignete Mittler zwischen den bildungsorientierten Hochschulen, ihren internationalen Studierenden und den regionalen Integrationsangeboten sein.

Persönliche Kontakte und Landeskunde

Angesichts der unterschiedlich hohen Internationalisierungsquoten und dazugehörigen Erfahrungen an den Hochschulstandorten und ihren Projektregionen (vgl. Kapitel 3.1 Projektregionen) haben die „Study & Work“-Projekte unterschiedliche Ansätze zur Förderung der sozialen und gesellschaftlichen Integration gestaltet. Es werden Studierenden und Absolventen frühzeitig Informationen über die deutsche Gesellschaft vermittelt und persönliche Kontakte zu Einheimischen im Rahmen unterschiedlicher Formate hergestellt. Veranstaltungen mit internationalem Fokus wie auch Kooperationen mit bestehenden zivilgesellschaftlichen Initiativen wurden dazu initiiert.

Für Aktivitäten außerhalb der Hochschulen, die nicht direkt mit dem Studium zusammenhängen, ist die Rolle der Netzwerkpartner von besonderer Bedeutung. Ehrenamtliche Aktivitäten für Organisationen, Vereine und Kommunen bieten das Potenzial für internationale Studierende, das Gefühl des Ankommens zu stärken. Positive Rückwirkungen auf die Studienmotivation und den Studienerfolg sind impliziert.

Wichtige Akteure in der Region sind darum in den „Study & Work“-Netzwerken die kommunalen Partner, vor allem als institutioneller Mittler zur Zivilgesellschaft, aber immer auch als Organisation selbst. Sie sind wichtige Signalgeber einer regionalen Willkommenskultur über die Hochschule hinaus.

8.1 Deutschland und Region besser verstehen

„Alle Deutschen können viele Gedichte auswendig.“ oder „Deutsche sind besessen vom Mülltrennen.“ – stereotype Einschätzungen und besondere Erfahrungen gehören zu einem Aufenthalt im Ausland dazu. Soziale Aktivitäten wie Exkursionen und Länderabende wurden von einigen Projekten neu konzipiert oder ausgeweitet, um Begegnungen und Erfahrungen in der Region im gemeinsamen Austausch zwischen deutschen und internationalen Studierenden besser zu verstehen und einordnen zu können.

Hochschulorganisationen einbinden

Die Vernetzung der Projektstellen mit studentischen Hochschulorganisationen erwies sich dabei als zielführend. Mit humorvollen landeskundlichen Vorträgen zu „How to survive in Germany“ zog die AEGEE (Association des Etats Généraux des Etudiants de l'Europe / European Students' Forum) in **Passau** zahlreiche internationale Studierende an. Die Erfahrung zeigt, dass Studierendenorganisationen im Umgang mit Austauschstudierenden bereits umfangreiche Erfahrungen haben und entsprechende Angebote ausbauen und unterstützen können. Von diesem Austausch profitieren im Umkehrschluss genauso die deutschen Studierenden. So auch in Formaten wie der „International Night“ (Passau) und dem „International Day“ (Worms), bei der internationale Studierende kurze Präsentationen über ihre Herkunftsländer hielten. Gleichzeitig trugen derartige Formate dazu bei, die kulturelle Vielfalt auf dem Campus sichtbar zu machen und in den Austausch darüber zu treten. Ganz nebenbei werden hier auch die Präsentations- und Kommunikationsfähigkeiten trainiert.

Studentische Institutionen und Interessenvertretungen spielen bei der sozialen und gesellschaftlichen Integration auf verschiedenen Ebenen eine Rolle. Neben explizit kulturell ausgerichteten Veranstaltungen fördern sie ebenfalls den Aufbau studentischer sozialer Netzwerke. Neben der Sensibilisierung und Unterstützung von Fachschaften für die Anliegen und Bedürfnisse ihrer internationalen Studierenden in den Fakultäten ging es an den **Universitäten Passau** und **Ulm** auch darum, aktives Marketing für international ausgerichtete Hochschulgruppen durchzuführen. Denn über eine Mitgliedschaft in einer Studierendeninitiative wie z. B. Internationale Liste oder „Student of Color“ können internationale Studierende ihre gemeinsamen Interessen schlagkräftig vertreten und sich selbst organisieren, etwa mit Forderungen nach bestimmten Angeboten.



Gemeinsam für die Region in Geisenheim

Internationale und deutsche Studierende zusammenbringen

Gesellschaftliche Integration auf dem Campus auf der Basis einer besseren Vernetzung zwischen internationalen und deutschen Studierenden wird an fast allen Projekthochschulen in Buddy-Programmen gefördert. Häufig kann die Nachfrage seitens internationaler Studierender nicht gedeckt werden. Um diesem Missverhältnis zu begegnen, honoriert die mit der **Hochschule Worms** kooperierende **Universität Koblenz-Landau** die Begleitung internationaler Studierender mit Leistungspunkten. Die Förderung von Integration wird hier als persönlichkeitsbildende Maßnahme verstanden und curricular verankert. Dieser Peer-to-Peer-Ansatz ermöglicht Unterstützung bei universitären sowie Alltagsfragen und umfasst auch die Einbindung erfahrener Internationaler für zukünftige internationale Studierende. Auch Sprach-Tandemprogramme sind klassische Formate, die deutsche und internationale Studierende zum Erlernen der jeweiligen Muttersprache zusammenbringen und aus denen sich häufig weiterführende soziale Kontakte und gemeinsame Aktivitäten ergeben.

8.2 Sichtbarkeit in der Region schaffen

Haben Menschen wenig Erfahrung mit Zuwanderung, führt Unsicherheit häufig zu Abgrenzung und Vorurteilen. Persönliche Begegnungen können helfen, gegenseitiger Ablehnung und Diskriminierung zu begegnen. Für deren erfolgreiche Gestaltung ist ein allgemeines Klima der Offenheit förderlich (Asbrock et al., 2014).

Soziale Integrationsansätze im außeruniversitären Umfeld

Die in der Laufzeit der Projekte zu beobachtenden politischen Entwicklungen in Deutschland (Schlagwort Pegida)

tragen dazu bei, dass diese Integrationskomponente besonders sensibel ist. Rassismus-Erfahrungen führen zu Verunsicherungen auch bei den Studierenden, selbst wenn sie nicht direkt betroffen sein sollten. Zum relativ verbreiteten Gefühl des Nicht-Willkommen-Seins (z. B. Dömling & Pasternack, 2014; DSW, 2015; SVR, 2011) in Deutschland zählen auch wahrgenommene Defizite bei der Unterstützung während des Studiums oder während der Bewerbungsphase.

Gemeinsam mit anderen Netzwerkpartnern haben die Hochschulen mit der Initiative „Study & Work“ den Blick in und auf die Region und die dortigen Internationalen geschärft.

Internationalen Studierenden ein Gesicht geben

Mit einer an der **BTU Cottbus-Senftenberg** entwickelten Wanderausstellung wurden individuelle Geschichten internationaler Studierender der Hochschule präsentiert. Ihre Persönlichkeiten in Wort und Bild wurden verknüpft mit Informationen zum Thema Beschäftigung internationaler Absolventen (z. B. zu Einstellungsmodalitäten oder Aufenthaltsrecht). Den Weg in die Öffentlichkeit fand die Ausstellung durch beteiligte Netzwerkakteure. Zum Auftakt eröffnete der Geschäftsführer eines Wirtschaftsverbands auf einem Neujahrsempfang mit regionalen Unternehmen die Ausstellung und stellte dabei auch das Hochschulprojekt in den Mittelpunkt. Man setzte damit in Cottbus auf einen Doppelleffekt: Unternehmen wurden zunächst selbst für internationale Studierende sensibilisiert und werden so zu Multiplikatoren in die Gesellschaft hinein. Anschließend zeigen andere kooperierende Akteure, wie ein Krankenhaus und eine Bibliothek die Ausstellung, um weitere Gesellschaftsgruppen zu erreichen. Begleitend entstand eine Broschüre, in der die wichtigsten Informationen der Ausstellung aufbereitet wurden.

Einbinden von internationalen Studierenden in lokale Events und Strategien

Die **Projekthochschule Geisenheim** verfolgte auch das Ziel, internationalen Studierenden ein Gesicht zu geben und für regionale Unternehmen und die Bevölkerung die Internationalisierungspotenziale des Rheingaus sichtbar zu machen. So beteiligten sich die Studierenden der Hochschule an der Ausrichtung eines Streetfood-Festivals. Weltmusik und länderspezifische Delikatessen erwiesen sich als Besuchermagnet und stellten die Internationalität der eher traditionell ausgerichteten Region in den Fokus. Erstmals kooperierte die Hochschule mit einem lokalen Wirtschaftsverband und den städtischen Verwaltungen bei der

Vorbereitung und Ausrichtung des Festivals. Im Ergebnis wurden die internationalen Studierenden in die Internationalisierungsstrategie der Marke „Rheingau“ in den entsprechenden regionalen Arbeitskreis aufgenommen. Um ein klares Willkommenssignal an internationale Studierende zu senden, wurden zudem u. a. in Cottbus, Geisenheim, Ulm und Freiberg seitens des (Ober-)Bürgermeisters jährliche Begrüßungsveranstaltungen eingeführt.

Ein Wohnortwechsel zieht oft auch einen sozialen Wechsel nach sich, der zunächst von Fremdsein und Neuorientierung geprägt ist. So sind auch internationale Studierende daran interessiert, die Geschichte der Region und (touristische) Ausflugsziele kennenzulernen. Mit dem Netzwerkpartner „Rheingau-Taunus Kultur und Tourismusverband GmbH“ ist die **Hochschule Geisenheim** eine neue Kooperation eingegangen mit dem Ziel, internationalen Studierenden Zugang zur Region zu eröffnen. Dazu wurden spannende Programme in englischer Sprache und mit jungen Fremdenführern entwickelt. Der Tourismus-Verband erhält somit Zugang zu einer neuen wichtigen Zielgruppe und kann durch attraktive Angebote ein Ankommen in der Region fördern.

8.3 Vereinsarbeit und ehrenamtliches Engagement als Wege zur sozialen Integration

Weitere Kontaktmöglichkeiten außerhalb des Hochschulalltags eröffnen Vereine und ehrenamtliche Tätigkeiten. Beispielhaft für den Nutzen bereits bestehender Initiativen wurde in **Worms** eine Kooperation mit dem Verein „Integration durch Bildung e. V.“ aufgenommen. Der Wormser Verein setzt sich u. a. für die Belange von Kindern und



Internationaler Länderabend in Mittweida



Internationale Studierende der Hochschule Geisenheim

Jugendlichen mit Migrationshintergrund ein. Durch die Kooperation der Hochschule Worms mit der Einrichtung konnten internationale Studierende Nachhilfe geben oder Arbeitsgemeinschaften leiten sowie Lehrkräfte bei der Hausaufgabenbetreuung unterstützen. Diese Aufgaben förderten häufig auch Kontakte mit Wormser Familien. An einigen Hochschulstandorten wurden die internationalen Studierenden in den kommunalen Laiendolmetscherdienst (Worms, Ulm, Geisenheim) eingebunden, für den sie vorab geschult wurden. Gerade bei den aktuellen Herausforderungen der Kommunen bei der Aufnahme von Flüchtlingen spielten die internationalen Studierenden eine wichtige Rolle. Durch diese Interaktion mit Einheimischen, in denen Studierende verantwortungsvolle Tätigkeiten übernahmen, ergaben sich häufig Freundschaften, Angebote für Praktika oder auch Weiterempfehlungen zur Wohnungssuche. Damit bestätigen die Projekte Studienergebnisse zum freiwilligen Engagement des Sachverständigenrats deutscher Stiftungen für Integration und Migration (SVR, 2016). Durch das Kennenlernen anderer Menschen im Rahmen der Tätigkeiten wird der Aufbau persönlicher Netzwerke gefördert, die bei der Praktikumsuche oder bei Bewerbungsschwierigkeiten helfen können und sich positiv auf die Kenntnisse zu aufenthaltsrechtlichen Bestimmungen auswirken.

Von Bedeutung ist außerfachliches Engagement auch im Hinblick auf finanzielle Unterstützungsangebote wie Stipendien. In Stipendienprogrammen wie dem Deutschlandstipendium zählen neben guten Studienleistungen auch Praktika und Engagement-Erfahrungen zu den Auswahlkriterien (BMBF, 2015).

Die Projekte berichten, dass internationale Studierende hier zum Teil das Nachsehen haben, wenn entsprechende Aktivitäten nicht nachgewiesen werden können.

Empfehlungen der Projekte zur gesellschaftlichen Integration

- Soziale Integrationsmaßnahmen sollten zusammen mit Studienerfolg und Arbeitsmarktintegration betrachtet und behandelt werden.
- Studierende sollten in die Konzeption von Formaten zur sozialen Integration eingebunden werden, um diese bedarfs- und zielgruppengerecht mitzugestalten.
- Studentische Initiativen sind das zentrale Bindeglied bei der sozialen Integration an den Hochschulen und sollten darum eingebunden werden.
- Die Einbindung in das öffentliche Leben in der Stadt ist essentiell (z. B. Wohnen in der Stadt ermöglichen, Studentenkneipen in denen auch englischsprachige Studierende willkommen sind fördern, internationale Stammtische).
- Die Integrationsbereitschaft der Studierenden kann durch regionale Akteure befördert werden. Dies gilt auch dann, wenn es keine geeigneten Arbeitsmöglichkeiten gibt.
- Durch gemeinsame Aktivitäten und gegenseitiges Lernen können persönliche Beziehungen befördert werden.
- Öffentlichkeitswirksame Aktivitäten der Hochschule sollten für internationale Studierende geöffnet werden (Teilnahme an Messen, Akademische Abschlussfeiern, sonstige öffentliche Auftritte etc.).
- Auf regionaler und städtischer Ebene sollte für die Akzeptanz von internationalen Studierenden aktiv geworben werden, z. B. durch die Einbindung der Kommunalpolitik in die Projekte.

9 Toolbox

Über die zweijährige Laufzeit der „Study & Work“-Projekte sind zahlreiche konkrete Maßnahmen entwickelt und erprobt worden. Dabei handelt es sich in Teilen um bekannte und etablierte Formate, die jedoch auf die Zielgruppe der internationalen Studierenden angepasst oder neu ausgerichtet wurden oder ganz neue Ansätze, die jeweils in Kooperation mit den Netzwerkpartnern in den Regionen entstanden sind.

Um die erlangten Erfahrungen bei der Umsetzung an interessierte Hochschulen und regionale Akteure weiterzugeben, wurden diese Maßnahmen im Folgenden so aufbereitet, dass der Kern der Idee deutlich wird und die jeweiligen Rollen der Netzwerkpartner beschrieben werden. Erfolge und Hürden bei der Realisierung werden auf den Punkt gebracht, um interessierten Lesern Anhaltspunkte für eigene regionale Maßnahmen zu geben. Auch Ableitungen für die Nachhaltigkeit werden aufgeführt. In einem abschließenden Resümee werden die wichtigsten operativen Hinweise für ein Gelingen zusammengefasst.

Mit allen der acht Maßnahmen wird das Ziel verfolgt, internationale Studierende bereits während des Studiums über die Hochschule hinaus in Kontakt mit Akteuren der Region zu bringen. Damit sollen der Bleibewunsch geweckt oder verstärkt werden, der Horizont für den deutschen Arbeitsmarkt geöffnet und auch die Akteure vor Ort auf ein Potenzial aufmerksam gemacht werden, das bis jetzt nur sehr begrenzt wahrgenommen wird.

Mit konkreten Produkten, wie Filmen oder Informationsbroschüren, sind anschauliche Materialien entstanden, die auch von anderen interessierten Hochschulen verwendet werden können. Für Workshop-Formate, Messebesuche und Betreuungsprogramme wurden innovative Inhalte entwickelt, deren Mehrwert nicht nur den internationalen Studierenden zugute kam, sondern allen Netzwerkpartnern. Die Maßnahmen wurden in der Regel jeweils von mindestens zwei Hochschulen gemeinsam verfasst, die am Ende der Darstellung genannt werden und gern für weitere Nachfragen bereitstehen.



Coaching im Bewerbungsprozess

Was wird entwickelt?

Die Sprechstunden des Career Service reichen oft nicht aus, um zu spezifischen Anliegen längerfristig beraten zu können. Dafür schult der Career Service Coaches, die internationale Studierende individuell unterstützen. In Dresden sind dies studentische Hilfskräfte. Der Passauer iStudi-Coach leitet zugleich das Projekt. Die Coaches übernehmen Unterlagenchecks, vermitteln Suchstrategien für Stellenanzeigen, analysieren und optimieren die studentischen Profile aus Unternehmensperspektive, unterstützen die berufliche Orientierung und die Vorbereitung von Bewerbungsgesprächen sowie den Besuch von Karrieremessen (vgl. Kapitel 9 Toolbox, S. 66). Das dort vermittelte Wissen gleicht sprachliche oder kulturelle Hürden aus. Die speziell geschulten Coaches bieten zudem soziale Unterstützung, z. B. individuelle Bestärkung, Vermittlung weiterer Hilfsangebote, Ansprechen von Unsicherheiten und Finden von Lösungen, wie z. B. passende Job- und Stipendienangebote und Kontakt mit der Ausländerbehörde. Internationale Studierende werden so kompetenter und kommunizieren auf Augenhöhe mit Unternehmensvertretern.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Der Career Service bietet für das Coaching die Infrastruktur, Expertise und die Werbeplattform. Die Coaches übernehmen die Bewerbungsberatung der internationalen Studierenden. Bei anderen Anliegen vermitteln sie die richtigen Kontakte, z. B. zu Studentenwerk (Finanzierung), Auslandsamt, Studienberatung, sowie Mentoren/Tutoren, Buddy-Programmen und dem Welcome Center sowie an Netzwerkpartner für Aufenthaltsfragen und Praktikumsmöglichkeiten. Expertise in den Bereichen Arbeitsmarkt und -kultur, Selbstmarketing sowie Selbstvertrauen und Durchhaltevermögen im Bewerbungsprozess bringen in Passau der iStudi-Coach, für Dresden externe Partner, wie die akademischen Berater der Agentur für Arbeit und Workshop-Anbieter ein. Dies schließt auch die Vorbereitung für Telefoninterviews, Teamtraining und Konfliktmanagement ein. Die Netzwerkpartner beteiligen sich an der Schulung der Coaches.

Unsere bisherigen Erfolge

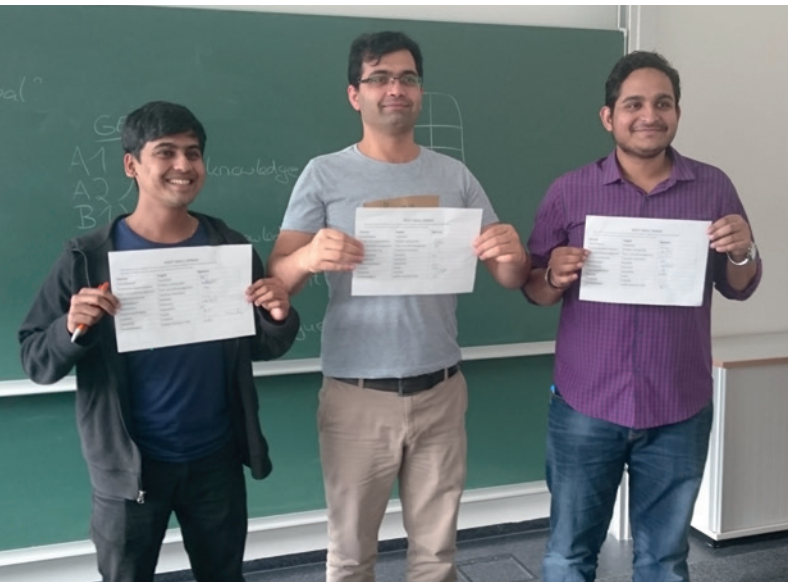
An der Technischen Universität Dresden fanden 2016 im Career Service 216 Beratungen durch die studentischen Bewerbungs-Coaches und zusätzlich ca. 80 Beratungen durch die Agentur für Arbeit statt. An der Universität Passau belief sich die Zahl der Beratungen auf 163. Die Nachfrage seitens der Zielgruppe sowie die Weiterempfehlungsrate sind hoch. In einigen Fällen wurden Studierende erfolgreich in Praktika oder Jobs vermittelt.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Das Qualitätsmanagement und der Verwaltungsaufwand bei der Auswahl der Coaches, der Organisation der Räumlichkeiten und Teamtreffen sowie die Dienstplanerstellung und Dokumentation benötigen viel Zeit. Die Coaches sollten auf schwierige Beratungssituationen, z. B. psychische Probleme und Notsituationen Studierender, vorbereitet werden. Der Prozess gestaltet sich einfacher durch eine gute Vorauswahl geeigneter Bewerber, etwa anhand von Bewerbungsunterlagen und Sprachkenntnissen. Der Koordinierungsaufwand für Absprachen und Informations-



Soft-Skill-Bingo an der Universität Passau



Bewerbungstraining in Passau

weitergaben untereinander kann unterstützt werden durch spezielle IT-Programme für die Vernetzungsarbeit wie z. B. Sharepoint. Für die Koordination von Terminen konnte zum Teil auf technische Lösungen zurückgegriffen werden, d. h. Studierende melden sich online an. Der kollegiale

Austausch mit den Beratern des Career Service, der Studienberatung, dem Akademischen Auslandsamt und dem

Psychologischen Dienst sowie der direkte Zugriff auf die Netzwerkpartner half bei schwierigen Beratungsthemen.

So ist die Maßnahme nachhaltig

Je nach finanziellen Möglichkeiten kann die Arbeit studentisch weitergeführt werden. Die Coaches sollten methodisch (Beratungsphasen, -methoden) und thematisch (Bewerbungsunterlagen, Bewerbungsprozess, Netzwerkaufbau, Jobmessen, Vorstellungsgespräch) geschult werden und einen Erfahrungsschatz aufbauen, von dem langfristig profitiert wird. Das dafür erstellte Schulungskonzept und -material kann für zukünftige Coaches verwendet werden, u. a. auch ein Beratungsleitfaden an der Technischen Universität Dresden. Erfahrene Coaches können zukünftig die Schulung der neuen Coaches übernehmen. Kontinuität kann auch dadurch erreicht werden, dass die Beratung nur von einer festen und dauerhaft beschäftigten Ansprechperson übernommen wird.

Durchgeführt von: Universität Passau, Technische Universität Dresden

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- Bachelorstudierende sollten erst nach der Studiengangphase adressiert werden; Masterstudierende suchen dagegen jederzeit Praktika, wenn auch mit stark steigender Nachfrage zum Studienende.
- In der Ansprache erwiesen sich Online-Werbung wie z. B. die Website des Career Service oder Facebook, spezifische Veranstaltungen wie Einführungsveranstaltungen, die Internationale Weihnachtsfeier des Akademischen Auslandsamts, Länderpartys der Erasmus-Initiative oder Mailings als zielführend.
- Eine themenspezifische Schulung und Vorbereitung ist wichtig. Es sollten drei Monate für die Auswahl und Qualifizierung der Coaches eingeplant werden.
- Das Angebot muss niedrigschwellig gestaltet und in Fremdsprachen angeboten werden – mit einfachem Anmeldeprozedere und kurzen Wartezeiten.
- Die Anbindung an Career Service, Kompetenzzentrum o. ä. ist für den Erfolg ausschlaggebend.
- Die Verläufe der „Bewerbungscoachings“ zeigen, dass Beratungsangebote aufgrund häufiger Nachfragen erweitert werden müssen, z. B. zum ehrenamtlichen Engagement, zur Finanzierung des Aufenthalts, zu Promotionsmöglichkeiten und Übergang in die Selbstständigkeit.
- Zu Beginn des Coaching sollte die Erwartung der Studierenden abgefragt und die möglichen Leistungen kurz skizziert werden.

Deutsch für Alltag und Beruf

Was wird entwickelt?

Deutschkenntnisse sind unabdingbar, um auf dem regionalen Arbeitsmarkt bestehen zu können. Deshalb wurden Deutschkurse entwickelt, die mit einem Fokus auf Fachsprachenkompetenz und Deutsch für den Beruf sowohl den erfolgreichen Studienabschluss als auch die Chancen auf dem Arbeitsmarkt unterstützen. Sie wurden für verschiedene Sprachniveaus konzipiert. Im Grundstufenbereich wurden A1- und A2-Kurse angeboten, die eine spezielle Ausrichtung auf das Berufsleben hatten. In den fachsprachlichen Kursen auf den Niveaustufen B2 und C1 wurden die Deutschkursteilnehmer vor allem in rhetorischen Kompetenzen wie Argumentieren sowie Prozesse und Arbeitsabläufe beschreiben geschult. Das Konzept wurde mit 120 internationalen Studierenden und Promovierenden der TU Bergakademie Freiberg getestet.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Die Kurse fanden in Zusammenarbeit von Career Service und dem internationalen Universitätszentrum statt, an das Fachsprachenzentrum der TU Bergakademie Freiberg angegliedert ist. Zu Projektbeginn wurden die Kurse in Strategietreffen konzipiert.

Unsere bisherigen Erfolge

Gerade die Fachsprachenkurse auf dem Niveau B2 und C1 wurden als neuartiges Angebot der Universität sehr gut angenommen. Die sprachliche Vorbereitung der ausländischen Studierenden bzw. Promovierenden mit höherem Sprachniveau auf einen Berufseinstieg in Deutschland und die unterstützende Wirkung als Fachsprachenkurse für den Studienerfolg sind ein Mehrwert. Sie werden voraussichtlich in einem ähnlichen Format mit Leistungspunkten nach Projektende fortgeführt.



Deutschunterricht in Freiberg



Kurs an der TU Chemnitz

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Da die Deutschkurse frei gestaltet werden sollten, wurden diese anfangs bewusst ohne Prüfung und ohne Anrechnung für das Studium konzipiert. Darum erwies es sich gerade für das Anfängerniveau als schwierig, ausreichend Teilneh-

mer zu akquirieren. Folglich war eine intensive Werbung über alle Kommunikationskanäle der Universität und in persönlichen Gesprächen notwendig. War zu Semesterbeginn eine hohe Motivation zu verzeichnen, nahm diese mit zunehmender Arbeitsbelastung durch Hausarbeiten und Prüfungsvorbereitung spürbar ab.

So ist die Maßnahme nachhaltig

Die entwickelten Kursangebote werden in das Portfolio des Fachsprachenzentrums und ins Lehrangebot aufgenommen.

Durchgeführt von: TU Bergakademie Freiberg, BTU Cottbus-Senftenberg

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- Die Fachsprachenkurse sollten in den drei letzten Semestern des Studiums angeboten werden, da sie sowohl für das Studium als auch für das Berufsleben nützlich sind. In der Studieneingangsphase stehen Fragen der Orientierung im Vordergrund, sodass andere Prioritäten bestehen.
- Eine Unterteilung des Kurses in einzelne Module kann förderlich sein, da keine Verpflichtung für eine Teilnahme über ein ganzes Semester nötig ist. Jedes Modul sollte in sich geschlossen sein und ein spezielles Thema behandeln – z. B. Arbeitsprozesse beschreiben, Argumentieren und Diskutieren oder Berichte schreiben. Besonders beliebte Module könnten häufiger angeboten werden.
- Eine höhere Verbindlichkeit der Teilnahme könnte ggf. durch eine geringe Schutzgebühr oder andere Anreizsysteme erreicht werden, wie z. B. die Erteilung der Zugangsberechtigung zu einem besonders attraktiven Event erst bei einer Teilnahme ab 85 % der Seminare.

Intensivprogramm

Was wird entwickelt?

Für die Vorbereitung internationaler Studierender auf die Integration in den regionalen Arbeitsmarkt kann es zielführend sein, besonders motivierte und qualifizierte Studierende in kleinen Gruppen zwischen 8 und 25 Teilnehmenden zu betreuen. Diese deutschsprachigen Programme beginnen mit einem Bewerbungsverfahren. In Chemnitz konnten sich Studierende aus MINT-Studiengängen zwei Mal pro Jahr mit einem deutschen Lebenslauf, Motivations schreiben, Leistungsnachweis und einem Sprachniveau von mindestens B1 für das einsemestrige Intensivprogramm bewerben. In Stralsund richtete sich das zweisemestrige Intensivprogramm an internationale Studierende aller Fachrichtungen. Beide Programme beinhalteten Bewerbungstrainings, Infoveranstaltungen, z. B. zur Sensibilisierung für den deutschen Arbeitsmarkt, und Informationen rund um Berufsperspektiven in der Region. Dabei fanden Coachings sowohl individuell als auch in Kleingruppen statt. Zum Programmabschluss wurden Zertifikate ausgestellt, die als Referenzen für die Bewerbungen genutzt werden können. Im Idealfall stand am Ende des Programms ein Praktikum oder ein Arbeitsverhältnis.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Das Career Center in Chemnitz bzw. die Stabsstelle Transfer und Kooperation in Stralsund unterstützten beim Aufbau des Kontakts zu interessierten Unternehmen.

Das Studentenwerk verwies in Chemnitz auf das Programm und beriet zu sozialen und rechtlichen Fragen. Die International Offices stellten das Programm in der Willkommenswoche vor; Professoren, Studiengangs-Koordinatoren und Fachstudienberater warben ebenfalls und unterstützten Unternehmensexkursionen. Auch studentische Initiativen wirkten als Multiplikatoren. Die hochschulexternen Netzwerkpartner wie die Agentur für Arbeit (Angebote der Agentur), IQ-Netzwerk (Anerkennung von Abschlüssen) und Ausländerbehörde (Aufenthaltsrecht) nahmen eine wichtige beratende Rolle in den Veranstaltungen ein. Wirtschaftsförderer und IHK stellten den regionalen Arbeitsmarkt vor, vermittelten Kontakte zu Firmen und unterstützten ggf. Veranstaltungen durch das Bereitstellen von Räumlichkeiten und einem Catering. Für das Auswahlverfahren legten die Netzwerkpartner in Stralsund gemeinsam Kriterien für die Programmteilnahme fest und beteiligten



Intensivprogrammteilnehmer der TU Chemnitz



Kleingruppen-Training in Stralsund

sich daran als Jurymitglieder. Regelmäßige Treffen, gemeinsame Veranstaltungen und Rundmails zu den Aktivitäten bildeten die Grundlage für den Austausch im Netzwerk.

Unsere bisherigen Erfolge

Über Intensivprogramme wurden Studierende gezielt auf den regionalen Arbeitsmarkt vorbereitet. Die Deutschkenntnisse verbesserten sich deutlich, da das Programm auf Deutsch stattfand. Darüber hinaus wurden die Standards deutscher Bewerbungen vermittelt sowie Soft Skills wie Selbstpräsentation, Teamfähigkeit oder Netzwerken gestärkt.

In einem Jahr Projektlaufzeit konnten so zehn Programmteilnehmer in Vollzeitverhältnisse, zwölf in Praktika

und drei Personen in Abschlussarbeiten in Unternehmen vermittelt werden. Drei weitere erhielten eine fachbezogene Anstellung als studentische Mitarbeiter.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Eine intensive Betreuung erfordert einen hohen Zeitaufwand, auch weil Beratungen und Veranstaltungen in einfachem Deutsch vorbereitet und durchgeführt werden. Berufs- oder fachspezifische Deutschkurse sollten daher verstärkt angeboten werden. Auf Veranstaltungen ist Englisch häufig zielführender. Teilnehmende schätzten ihre fachlichen Kenntnisse oftmals besser ein, als es die Rückmeldung der Unternehmen zeigte. Die Beratung und das Feedback seitens der Unternehmen im Netzwerk trugen zu einer realistischen Einschätzung bei.

So ist die Maßnahme nachhaltig

Eine Stellenfinanzierung für eine Person (mind. 75 %), die die Maßnahme koordiniert und das Netzwerk lenkt, sowie Räumlichkeiten müssen für eine dauerhafte Fortführung gesichert sein.

Durchgeführt von: Technische Universität Chemnitz, Hochschule Stralsund

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- Regionale Bedarfe der Unternehmen sowie Qualifizierungs- und Informationsbedarfe Studierender müssen vor Programmbeginn ermittelt werden.
- Intensivprogramme sollten bevorzugt am Ende des Studiums angeboten werden.
- Werbung für das Angebot sollte durch die Fakultäten, Studenteninitiativen und andere hochschulinterne Partner mit gutem Vorlauf vor dem Start erfolgen.
- Erfolgreich teilnehmende Alumni können bei der Bewerbung des Programms auftreten.
- Eine Vorauswahl der Teilnehmer ist wichtig, damit Ausgangsbedingungen und Motivation der Gruppe auf einem ähnlichen Niveau sind.
- Umfang und Zeitplan des Intensivprogrammes müssen mit Studium und Nebenjob gut vereinbar sein.
- Regeln zur Verbindlichkeit der Teilnahme sollten zu Beginn klar kommuniziert werden.

Face2Face – Studierende und Unternehmen

Was wird entwickelt?

Für ein Kennenlernen von Studierenden und Unternehmen eignen sich Begegnungsformate, in denen sich die Teilnehmenden vorstellen und für beide Seiten relevante Informationen vermittelt werden. Internationale Studierende werden so bei der Praktikumssuche sowie beim beruflichen Netzwerken für den Berufseinstieg unterstützt. Dazu gehören moderierte Interviews mit internationalen Studierenden und Absolventen, die bereits Praktika absolviert haben oder in Arbeitsverhältnissen stehen, sowie deren Vorgesetzten. Sie berichten anhand von Best-Practice-Beispielen von Erfahrungen bei der Praktikums- und Stellensuche sowie bei der Einarbeitung in Unternehmen. Steckbriefe mit beruflichen Stationen, Praktika und dem persönlichen Profil der Studierenden werden verfasst und vorab den Unternehmen zugestellt. In kurzen Vorstellungsrunden werden die Steckbriefe persönlich präsentiert und dienen so als Türöffner für Gespräche mit Personalverantwortlichen. Auch die Unternehmen stellen sich, mögliche Tätigkeitsfelder und Bewerbungskriterien in einzelnen Beiträgen vor. Ergänzend werden Fachvorträge eingebunden, z. B. durch die Agentur für Arbeit zu Arbeitsperspektiven oder rechtlichen Rahmenbedingungen, sowie Präsentationen einzelner Netzwerkpartner.



„Treffpunkt Hochschule und Wirtschaft“ in Bürstadt bei Worms

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Hochschulintern sind vor allem das International Office/ Akademische Auslandsamt eingebunden sowie das Career Center mit den Unternehmenskontakten. Für die Akquise von Unternehmen und die Inhalte der Workshops kommen entweder das International Office oder die Netzwerkpartner auf, die ggf. auch bei der Finanzierung unterstützen. Die Hochschulkommunikation wird einbezogen, um für die Veranstaltung zu werben und darüber zu berichten. Netzwerkpartner, wie z. B. die Wirtschaftsförderung oder das regionale Welcome Center, aber auch IHKs bieten häufig bereits themenbezogene Veranstaltungen für Unternehmen an, an die das Format angehängt werden kann. Sie sind auch für die Gewinnung der Unternehmen wichtig. Zusätzlich ist die Ansprache von Sponsoren wie Banken, Krankenkassen und Versicherungen zu empfehlen, deren Wahrnehmung in der Öffentlichkeit gestärkt wird. Auch die regionale Presse unterstützt diese Wirkung und die Verbreitung der Veranstaltung.

Unsere bisherigen Erfolge

Die Veranstaltungen waren sowohl von Studierenden als auch Unternehmen sehr gut besucht. Es gab eine messbar steigende Zahl von Bewerbungen bei den Unternehmen, deren Qualität sich zudem deutlich verbessert hat. Internationale Studierende gewannen an Selbstbewusstsein im Bewerbungsprozess.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Mangelnde personelle und zeitliche Ressourcen bei kleinen und mittelständischen Unternehmen erschweren die Unternehmensakquise für diese Dialogveranstaltung. Die Anbindung der Veranstaltung an bereits bestehende Formate wie z. B. Unternehmerkreis oder Branchentreff sowie das Matching von Studierendenprofilen und auf dem Arbeitsmarkt gesuchten Fachrichtungen fördern die Teilnahmebereitschaft von Studierenden und Unternehmen. Eine geringe Beteiligung von Studierenden konnte durch Teilnahmezertifikate erheblich erhöht werden.



„Triff Dein Unternehmen - Thüringer Unternehmen im Dialog mit internationalen Studierenden“ in Jena

So ist die Maßnahme nachhaltig

Um die Unternehmenskontakte nach der Veranstaltung lebendig zu halten, sollten gleich im Anschluss an die

Veranstaltung Feedback-Gespräche und zukünftige Kooperationsmöglichkeiten ausgelotet werden. Eine schnelle Vermittlung von Studierenden in offene Praktikumsplätze zeigt frühzeitig positive Effekte für Studierende und Unternehmen und schafft eine messbare Relevanz des Formats. Wird das Face2Face-Format an verschiedenen Standorten und für unterschiedliche Fachrichtungen angeboten, besteht Potenzial, längerfristig gute Teilnehmerzahlen zu erreichen. Eine gute Organisation der Veranstaltung ist wichtig, um bei den teilnehmenden Unternehmen und Studierenden einen professionellen und qualitativen Eindruck zu hinterlassen.

Durchgeführt von: Ernst-Abbe-Hochschule Jena, Hochschulen Worms und Ludwigshafen am Rhein

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- Das Format eignet sich in Vorbereitung auf Praktikumssemester, am Ende des Studiums für die Stellensuche sowie für die Ansprache von Unternehmen und Multiplikatoren.
- Die eingeladenen Unternehmen und die Fachgebiete der Studierenden müssen gut zusammenpassen.
- Eine intensive Vorbereitung der internationalen Studierenden in Bezug auf deutsche Unternehmenskultur, Networking und Bewerbungsunterlagen sowie die anwesenden Unternehmen sollte erfolgen.
- Präsentationen der internationalen Studierenden sowie die Erstellung von Steckbriefen und die Vorstellungsrunde sollten geübt werden.
- Bei der Ansprache von Studierenden per E-Mail müssen diese motiviert werden, sich vorab über das Unternehmen zu informieren.
- Die Fachkenntnisse der Studierenden sollten hervorgehoben werden, nicht die Internationalität.
- Um die Verbindlichkeit der Anmeldung von Studierenden zu stärken, können Teilnahmezertifikate ausgegeben bzw. diese curricular verankert werden.
- Neben inhaltlichen Beiträgen sollte es Raum und Gelegenheit geben, informell miteinander ins Gespräch zu kommen.
- Bei der zeitlichen Planung sollte auf die Arbeitszeiten von Unternehmen Rücksicht genommen werden.
- Bestehende Konkurrenzen zwischen Unternehmen können sowohl zu positiven (Motivation zur Teilnahme) als auch zu negativen (Absage der Teilnahme) Effekten führen. Vor der Einladung der Unternehmen sollten die Netzwerkpartner befragt werden.

Messebesuche

Was wird entwickelt?

Internationalen Studierenden fehlt oft eine realistische Einschätzung der Chancen am Arbeitsmarkt, zudem sind sie auf diesem schlechter vernetzt. Karrieremessen sind eine effektive und an vielen Hochschulen etablierte Maßnahme, um Studierenden erste Kontakte in die Arbeitswelt zu ermöglichen. Bei der Nutzung etablierter Messen kommt es vor allem darauf an, internationale Studierende zu ermutigen, auf Unternehmen zuzugehen. Sie müssen darum im Vorfeld intensiv vorbereitet werden, um von einem Besuch zu profitieren. Spezielle Begegnungsformate, wie geführte Rundgänge zu Unternehmen und Netzwerkpartnern, Workshops und das aktive Vernetzen, können internationalen Studierenden dazu dienen, sich als potenzielle Kandidaten zu platzieren.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Das Career Center als Messeorganisator ist der wichtigste Partner für die Ausrichtung einer Messe. Messetipps, die speziell für Internationale aufbereitet werden, Infos zum deutschen Bewerbungsprozedere sowie die optimale Unternehmensansprache und die Verbreitung einer geeigneten Unternehmensliste sind für das Briefing internationaler

Studierender wichtig. Internationale Vertreter von Alumni-Netzwerken sind geeignete Ansprechpartner auf Augenhöhe beim Erfahrungsaustausch. Um die Bandbreite für den Berufseinstieg aufzuzeigen, lohnt sich die Einbindung von Gründungsinitiativen.

Wichtiger externer Partner für die Messgestaltung ist die Agentur für Arbeit als Unterstützerin des Career Centers beim Bewerbungsmappen-Check, als Zugang zur Zentralen Auslandsvermittlung sowie als Mitwirkende im Rahmenprogramm der Messe, z. B. zu Themen wie Aufenthalts- und Arbeitsrecht. Die Industrie- und Handelskammer kann den Kontakt zur Außenhandelskammer vermitteln und bei der Gewinnung international ausgerichteter Unternehmen zur Teilnahme an der Messe unterstützen. Kooperierende Unternehmen können Feedback zu Bewerbungsunterlagen von Teilnehmenden geben. Die Einbindung Studierender als Campusspezialisten für die Betreuung der Unternehmen fördert ein gegenseitiges Kennenlernen.



Job- und Praktikumsangebote auf der Karrieremesse ORTE in Freiberg

KARRIEREMESSEN

- universitätsinterne Organisation
- externe Messeorganisation

- Instrumente**
- **Vorbereitungsprogramm:** Infotage, Newsletter und Workshops zum Messebesuch
 - **Messekatalog** (Botschafter bspw. internationale Mitarbeitende im Vorwort)
 - **Messestand:** Sichtbarkeit der Akteure (Hochschulen, Netzwerkpartner und internationale Studierende)
 - **Workshops für Unternehmen** (Rekrutierung und Integration internationaler Fachkräfte)
 - **Fokusthema und Vorträge im Rahmenprogramm** (Internationaler Alumni-Report)
 - **Messerundgang in englischer Sprache**
 - **Campuspezialisten:** Studentische Hilfskräfte betreuen Unternehmen
 - **Netzwerk:** Im Dialog mit den Unternehmen – persönlicher Besuch am Stand
 - **Jobwall:** Aushang von Praktika, Werkstudentenstellen und offenen Jobs

Grüne Kennzeichnung: Spezielle Maßnahmen für internationale Studierende.

Abbildung 11: Geeignete Instrumente auf Karrieremessen

Ob die Synergien durch einen gemeinsamen Messestand oder die jeweils eigene Präsentation als zielführend erachtet werden, ist jeweils im Einzelfall zu entscheiden. Für eine erfolgreiche Messe müssen jedoch alle Akteure ihre etablierten Angebote erweitern und anpassen. Um eine Messe gemeinsam aufzusetzen, bedarf es regelmäßiger Absprachen im Vorfeld. Um den direkten Kontakt mit Unternehmen und weiteren Netzwerkakteuren zu unterstützen, hat sich eine „Guided Tour“ im Sinne eines organisierten Rundganges bewährt.

Unsere bisherigen Erfolge

Durch die stärkere Ausrichtung auf internationale Studierende konnte ein Anstieg dieser Besuchergruppe auf der Messe verzeichnet werden. Englischsprachige Vorträge zur Berufsorientierung haben sich als zielführend erwiesen, um den Wissenstransfer sicherzustellen.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Das Matching ausstellender Unternehmen und Studierender verschiedener Fachbereiche ist schwierig. Um Enttäuschungen vorzubeugen, ist es bei der Vorbereitung wichtig, den internationalen Studierenden die Angebote und deren Mehrwert zu verdeutlichen.



Informationstag an der TU Chemnitz

So ist die Maßnahme nachhaltig

Die Qualität der Netzwerkarbeit für internationale Studierende profitiert von gemeinsamen Aktionen auf Messen. Feedback sollte daher regelmäßig ausgewertet werden, Informationsmaterialien auch in englischer Sprache vorgehalten sowie aktualisiert werden.

Durchgeführt von: TU Bergakademie Freiberg, Universität Passau, Universität Ulm, Technische Universität Dresden, BTU Cottbus-Senftenberg

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- Es sollten bereits etablierte Messen genutzt werden.
- Studierendenorganisationen und Fachschaften sind einzubinden, um ressourcenschonend wichtiges Know-how zu binden.
- Angebote (z. B. Erfahrungsberichte von Studierenden, Bewerbungsmappen-Checks), die für internationale Studierende, aber auch für die Allgemeinheit interessant sind, sollten erstellt werden. Dabei ist auch auf englischsprachige Informationen zu achten.
- Auf Messen sollte proaktiv auf Unternehmen zugegangen werden.
- Gutes Online-Marketing ist für die Bekanntmachung der Maßnahme wichtig. Synergien, um Öffentlichkeitsarbeit und Marketing zu bündeln, sind zu suchen.
- Kurzfristige Erinnerung auf Englisch am Tag vor der Veranstaltung (per E-Mail) erhöht die Teilnehmerzahl.
- Die Qualität ist durch Evaluation im Netzwerk zu sichern, um den Nutzen für die Partner und internationale Studierende zu optimieren.

Existenzgründungsberatung

Was wird entwickelt?

Spezifische Begleitangebote für internationale Studierende zur Existenzgründung fehlen an Hochschulen sowie externen Beratungseinrichtungen. Netzwerkpartner wie die Wirtschaftsförderung in Worms und die „WITENO GmbH – Wissenschafts- + Technologiepark Nord°Ost“ in Stralsund haben darum die Unterstützung internationaler Studierender bei einer angestrebten beruflichen Selbstständigkeit aufgenommen.

Stralsund kombinierte individuelle Beratungsangebote mit Workshops zur Existenzgründung und erweiterte den bestehenden Ideenwettbewerb durch einen Sonderpreis für internationale Studierende sowie englischsprachige Informationen.

In Worms wurde auf Veranstaltungen des studentisch initiierten GründerClubs e. V. die Bildung von Teams aus inländischen und internationalen Studierenden fachbereichs- und hochschulstandortübergreifend gefördert. Ein im Aufbau befindliches Netzwerk zielt nun darauf, Mentoren mit Migrationshintergrund zu gewinnen, um internationale Studierende passgenau zu beraten.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

An beiden Hochschulen waren das International Center/die Stabsstelle International Affairs und die Gründungsbüros beteiligt. Das International Center unterstützte bei der Bekanntmachung des Projekts und der Zielgruppenansprache. Die Gründungsbüros begleiteten die inhaltliche Entwicklung, z. B. Workshop-Gestaltung, sowie die Verstetigung der Ideen durch die Gewinnung von Mentoren und die Entwicklung zweisprachiger Materialien. Der Wormser GründerClub e. V. stellte Kontakte zu gründungsinteressierten Studierenden her und unterstützte die Bedarfsermittlung. Stralsund kooperierte mit dem regionalen Gründerzentrum WITENO GmbH und der studentischen Gründungsinitiative Gründungswerft e. V., die die Studierenden individuell berieten bzw. die Vernetzung mit anderen Gründern förderten und bei der Workshop-Durchführung mitwirkten.



Workshop zur Existenzgründung in Stralsund

Regionale Partner in Worms waren die Wirtschaftsförderungen der umliegenden Städte und Landkreise, die ihr Wissen und ihre Erfahrungen einbrachten. Das Institut für sozialpädagogische Forschung Mainz unterstützte mit Beratungsangeboten für Gründungsinteressierte. Banken, IHK, Versicherungen sowie Steuerberatungskanzleien boten jeweils spezifische Beratungs- und Begleitmaßnahmen an. Die Mentorengewinnung wurde von den ebenfalls kooperierenden Vereinen „Senioren der Wirtschaft“ und „Wirtschaftspaten“ unterstützt.

Unsere bisherigen Erfolge

Eine passende Ansprache und der Sonderpreis im Hochschul-Ideenwettbewerb Stralsund führten zu einer sehr guten Studierendenbeteiligung an den Workshops und dem Wettbewerb.

Projektpartner erweiterten ihre Aktivitäten durch neue zielgruppenspezifische Angebote, z. B. mobile Beratung für gründungswillige internationale Studierende durch das Gründerzentrum WITENO GmbH sowie zweisprachige Beratung für die Teilnahme am Ideenwettbewerb.

Die Aktivitäten des Gründungsbüros förderten die Verstetigung. Die Kooperation ermöglichte eine bessere Unterstützung internationaler Gründungsinteressierter, wovon auch die geplante standortübergreifende Kooperation

der Hochschulen Worms, Ludwigshafen und Universität Koblenz-Landau profitieren wird.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Da in Worms die Ansprache internationaler Studierender zunächst schwierig war, kam dem Projekt die Initiierung des GründerClubs zu Hilfe. Studierende konnten durch die vom Verein gebildeten Gründerteams für das Projekt gewonnen werden. Der Wissenstransfer zur Genehmigung einer Selbstständigkeit internationaler Studierender in Deutschland war, z. B. für die Kommunikation mit der Ausländerbehörde in Stralsund, ein großer Gewinn. Zudem wurden die Studierenden gezielt zu Anforderungen und Rechtsfragen beraten und begleitet.

So ist die Maßnahme nachhaltig

Die Hochschule Worms erachtete die Übernahme der speziell konzipierten Beratungs- und Unterstützungsmaßnahmen wie Sprachentwicklung, ausländerrechtliche Besonderheiten und Mentoring in das Gründungsbüro



Preisverleihung zum Hochschulwettbewerb in Stralsund

sowie die Ausarbeitung zukünftiger curricularer Angebote als zentral. Für eine Verstetigung der Ergebnisse ist eine enge hochschulinterne Zusammenarbeit unabdingbar. Dies betrifft die frühzeitige Information der Studierenden in den Orientierungswochen sowie Verweise auf Angebote und Ansprechpartner zum Thema Existenzgründung durch Professoren, Incoming-Koordinatoren und Beratungsstellen. Mitarbeiter der Gründungsbüros und International Offices müssen dafür zu aufenthaltsrechtlichen Regelungen bei Unternehmensgründung oder Selbstständigkeit bei internationalen Studierenden und Absolventen geschult sein. Die Kooperation mit regionalen Gründerzentren soll ausgebaut werden, um die Gründerszene außerhalb der Hochschule sowie andere regionale Akteure, wie Beratungsstellen, Förderer und Ausländerbehörden, für die neue Zielgruppe zu sensibilisieren.

Durchgeführt von: Hochschule Stralsund, Hochschule Worms

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- An das Thema Existenzgründung sollte langfristig herangeführt werden, um für die erforderlichen Kompetenzen zu sensibilisieren und bei Defiziten zu beraten (z. B. rechtliche und konzeptionelle Fragen, Sprache).
- Best-Practice-Beispiele sind geeignet, um internationale Studierende für Existenzgründungen zu begeistern.
- Niederschwellige Angebote sollten auch in englischer Sprache unterbreitet werden.
- Ein enger Kontakt zu Gründungswilligen mittels Beratung und interaktiver Workshops ist herzustellen.
- Die internationalen Studierenden wachsen über Tandems mit einem einheimischen Partner leichter in das deutsche Gründungsumfeld hinein.

Informationsbroschüre zum Übergang in den Arbeitsmarkt

Was wird entwickelt?

Die zweisprachige Informationsbroschüre soll internationale Studierende, Promovierende und Absolventen nach Abschluss ihrer akademischen Ausbildung beim Übergang vom Studium in den Beruf unterstützen. Dazu werden die wichtigsten regionalen Ansprechpartner mit den zentralen Informationen ihrer Institutionen gesammelt abgebildet. Aufgeführt werden relevante arbeits- und aufenthaltsrechtliche sowie sozialversicherungsbezogene Hinweise. Für die Broschüre wurden die übersichtlichen Illustrierungen und aktuellen Daten von „Make it in Germany“ zur Verfügung gestellt, ein Online-Portal für internationale Fachkräfte mit wichtigen Informationen zum Leben und Arbeiten in Deutschland. Der Rückgriff auf solche bereits vorhandenen berufsspezifischen Inhalte schont Ressourcen. Durch den regelmäßigen Abgleich der dort verfügbaren Informationen können Änderungen im Arbeits- und Aufenthaltsrecht unkompliziert aktualisiert werden. In der Publikation werden des Weiteren regionale und überregionale Jobportale aufgezeigt. Für Promovierende sind zusätzlich regionale Forschungsinstitute und -gesellschaften aufgelistet. Beratungsangebote für den Berufseinstieg werden innerhalb und außerhalb der „Study & Work“-Projektregion abgebildet. Kontaktdaten und Adressen von Behörden wie der Ausländerbehörde, des Finanzamts, der Deutschen Rentenversicherung usw. werden in Form von Infoboxen und für eine bessere Übersicht zusätzlich auf einer Stadtkarte veranschaulicht.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Sowohl hochschulinterne Netzwerkpartner, wie z. B. die Career-Service-Stellen der beteiligten Hochschulen sowie die Zentrale Berufsberatung (ZBB), als auch externe Netzwerkpartner wie Agentur für Arbeit, Welcome Center der IHK und Regionalpartner werden als wichtige Akteure benannt und können ihre Angebote präsentieren. Das Netzwerk kann die Broschüre gleichfalls für eigene Beratungszwecke nutzen und darüber hinaus in kommunalen Behörden, auf Firmenkontaktmessen und auf anderen Veranstaltungen verbreiten.

Unsere bisherigen Erfolge

Die gemeinsame Arbeit der Netzwerkpartner an der Veröffentlichung und die damit einhergehende Bündelung von regionalen Angeboten für die Zielgruppe hat sich positiv auf das Netzwerk ausgewirkt, insbesondere die Sensibilisierung der Akteure für die Zielgruppe machte große Fortschritte. Die Broschüre als wesentlicher Bestandteil der berufsspezifischen Beratung ist von Studierenden und Netzwerkpartnern sehr gut angenommen worden.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Hauptkosten für die Erstellung der Broschüre entstehen durch die Druckausgaben. Eine universitätsinterne Stelle für das Layout hat den Vorteil, die Kosten für die grafische Ausarbeitung erheblich zu reduzieren. Vor der redaktionellen Zeitplanung ist eine frühzeitige Abstimmung mit dem Grafiker zu empfehlen.

So ist die Maßnahme nachhaltig

Eine Informationsbroschüre mit spezifischen Angeboten für diese Zielgruppe ist nachhaltig und nutzbringend: Berufsspezifische Angebote für die Region werden zusammengestellt und können über die Projektlaufzeit verstetigt werden. Dabei ist es empfehlenswert, die Beratungsstellen möglichst ohne direkte Ansprechpartner darzustellen, sodass die Kontaktdaten nicht stetig aktualisiert werden müssen.

Link zum Broschüren-Template

Die Vorlage können interessierte Hochschulen nutzen und anpassen: www.uni-ulm.de/en/io/degree-phd/students/working-after-graduation/

Durchgeführt von: Universität Ulm



Informationsbroschüren für internationale Studierende

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

- Im Netzwerk sollten zunächst die verantwortlichen Stellen für die Freigabe von Texten, Logos, Bildrechten und Grafiken abgefragt und eine schriftliche Genehmigung eingeholt werden.
- Eine frühzeitige Sammlung von themenspezifischen Informationen innerhalb des Netzwerkes ist sinnvoll.
- Auf die Abfrage der Inhalte sollte die Erstellung eines Redaktionsplans mit fester Terminierung erfolgen.
- Der Austausch im Netzwerk funktioniert dabei am besten über E-Mail, da wichtige Absprachen hierdurch schriftlich festgehalten werden können.

Filme

Was wird entwickelt?

Internationale Studierende und Unternehmen wissen häufig nicht viel voneinander. Filme dienen vor allem der Steigerung der gegenseitigen Wahrnehmung in der Region und können mögliche Vorbehalte adressieren. Die authentische Darstellung von internationalen Persönlichkeiten an Hochschulen zeigt, dass diese auch über Deutschkenntnisse verfügen, hohe fachliche Kompetenzen besitzen, an einer Anstellung interessiert sind und sich durchaus vorstellen können, eine längere Lebensphase in Deutschland zu verbringen. Studierende oder Alumni können so branchen- und regionenspezifisch vorgestellt werden. Unternehmen präsentieren andererseits, was aus ihrer Sicht interessante Absolventen auszeichnet und welche Bewerbungsstandards bestehen. KMU benötigen meist mehr Überzeugungsarbeit, Motivation und Unterstützung im Einstellungsprozess von internationalen Studierenden. Deshalb dienen praxisnahe Fallbeispiele als Anreiz zur Nachahmung. Filme sind zudem vielseitig einsetzbar und mehrmals verwendbar.

Welche Rolle spielen die Netzwerkpartner bei der Umsetzung der Maßnahme?

Die Filmideen wurden in Jena vom International Office entwickelt und gemeinsam mit einer Filmproduktionsfirma umgesetzt. In Geisenheim erfolgte die Filmkonzeption und Produktion in Kooperation der Kommunikationsabteilung mit dem Deutschen Weininstitut. Engster Partner war in

Jena das Welcome Center Thuringia. Dieses und weitere wirtschaftsnahe Netzwerkpartner wie z. B. die JenaWirtschaft und OptoNet e. V. konnten Kontakt zu Unternehmen vermitteln, bei denen gedreht wurde. Je nach Zielgruppe der Filmbeiträge arbeiteten das International Office, das Welcome Center Thuringia, die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena mbH JenaWirtschaft, Analytik Jena AG und die Agentur für Arbeit Jena zusammen. Insbesondere bei der Verbreitung der Filme nahmen alle Netzwerkakteure eine tragende Rolle ein.

Unsere bisherigen Erfolge

Grundsätzlich wurden die Filme von internationalen Studierenden, Thüringer Unternehmen, Netzwerkpartnern und anderen Interessierten sehr gut angenommen. Die im YouTube-Kanal eingestellten Filme wurden bis zu 900 Mal angeschaut und auf Firmenkontaktbörsen und bei öffentlichen Veranstaltungen durch die Netzwerkpartner gezeigt. Die beteiligten Hochschulen und das Welcome Center Thuringia setzten die Filme auf ihren Websites ein. Die Filme wurden in den Hochschulzeitungen der Ernst-Abbe-Hochschule Jena und im interkulturellen Studentenmagazin für Jena, Weimar und Erfurt beworben.

Diese Hürden bestehen und können gelöst werden

Internationale Studierende als Redakteur und Darsteller professionell fachlich zu betreuen, erfordert mehr Aufwand. Dies muss eingeplant werden. Es ist nicht einfach, Unternehmen als Filmakteur zu finden. Die Ausrichtung am regionalen Fachkräftebedarf bei der Auswahl der Studierenden ist dabei hilfreich. Zudem sollten Anforderungen und Befürchtungen seitens der Unternehmen beim Dreh berücksichtigt werden (Industriespionage).

So ist die Maßnahme nachhaltig

In Thüringen wurden gezielt mehrere Hochschulstandorte als Drehort eingebunden. Durch die Unterstützung der Thüringer Hochschulen konnten mehrere internationale Studierende als Protagonisten gewonnen werden. Damit



Filmdreh des Jenaer Projekts



Anzeige für geplantes Filmprojekt in Geisenheim

werden die Filme ein interessantes und relativ zeitloses Werbemittel für alle Regionen und Hochschulen des Bundeslands. Die Kurzfilme können auf Veranstaltungen gezeigt, auf der Webseite oder in Präsentationen eingebunden sowie auf Speichermedien weitergegeben werden.

Links zu bereits produzierten Filmen:

Internationale Studierende für Thüringen!
www.youtube.com/channel/UCHvT5C73b1wN2ud29p0I6VQ

Internationale Studierende in Thüringen – Studierendenporträts aus dem Bereich MINT
www.youtube.com/watch?v=YcFjI6v6aOI

Internationale Studierende in Thüringen – Studierendenporträts aus dem Bereich Geisteswissenschaften
www.youtube.com/watch?v=fvovwf7df_w

Internationale Studierende in Thüringen – Studierendenporträts aus dem Bereich Wirtschaftswissenschaften
www.youtube.com/watch?v=YwZJ6TpaOuY

Wege in den Arbeitsmarkt Thüringen
www.youtube.com/watch?v=APaip_3iwTE

Durchgeführt von: Ernst-Abbe-Hochschule Jena, Hochschule Geisenheim in Kooperation mit dem Deutschen Weininstitut

Worauf ist bei der Umsetzung zu achten?

Filme eignen sich sehr gut für Einführungstage, Informationsmessen und weitere Events, auf denen internationale Bewerber Kontakt mit den Hochschulen suchen.


- Der Prozess der Filmentstehung, insbesondere des Drehbuchs mit Studierenden, ist langwierig und hat im Falle der Kurzfilmreihe „Internationale Studierende in Thüringen – Studierendenporträts aus den Bereichen: MINT, Geistes- und Wirtschaftswissenschaften“ ca. ein Jahr in Anspruch genommen.
- Die Protagonisten, die oft das erste Mal vor der Kamera stehen, benötigen eine gute Vorbereitung.
- Rechtliche Bestimmungen der Auftragsvergabe müssen berücksichtigt werden. Eine erneute Ausschreibung ist ggf. notwendig.
- Die Jahreszeit und zeitliche Verfügbarkeit der Protagonisten bestimmen den Ablauf ebenso wie eventuell notwendige Drehgenehmigungen und Öffnungszeiten von Drehorten.
- Es ist empfehlenswert, während des gesamten Produktionsprozesses enge Abstimmungsschleifen mit der Produktionsfirma zu halten und sich Vorabversionen zeigen zu lassen, damit der Film den gewünschten Zielen entspricht.


10 Projektblätter

Die zehn „Study & Work“-Projekte starteten im Juli 2015 mit dem Ziel, den Übergang internationaler Studierender in den Arbeitsmarkt zu unterstützen. Bei gleicher Zielstellung unterscheiden sich die Projekte in den Ansätzen und Maßnahmen je nach den Bedingungen und Herausforderungen vor Ort.

Die folgenden Projektblätter informieren über diese projektspezifischen Ansätze, die in der Laufzeit von den Hochschulen und ihren regionalen Netzwerkpartnern entwickelt wurden. Sie geben auch einen Überblick darüber, unter welchen hochschulbezogenen und regionalen Rahmenbedingungen die „Study & Work“-Ansätze umgesetzt wurden. Es finden sich zudem die konkreten Ansprechpartner vor Ort, um sich bei Interesse zu informieren.

Lesehilfe

 Steht für internationale Studierende

 Die Pfeile beschreiben einen Anstieg oder Rückgang der Bevölkerung oder der Erwerbspersonen in der „Study & Work“-Region und dem jeweiligen Bundesland.

✓ Der Haken zeigt an, ob internationale Studierende als Zielgruppe in den folgenden Strategien adressiert werden:

- Internationalisierungsstrategie der Hochschule
- Fachkräftestrategie der Region
- Internationalisierungsstrategie der Region



Projektleiterinnen und Projektleiter auf der Auftaktveranstaltung in Berlin

Study & Work @ TU Chemnitz

TU Chemnitz, Zentrum für Wissens- und Technologietransfer, Career Service

Das Projekt der TU Chemnitz hatte das Ziel, internationale Studierende und Absolventen aus dem MINT-Bereich bei der erfolgreichen Aufnahme von Praktika und Arbeitsverhältnissen zu unterstützen.

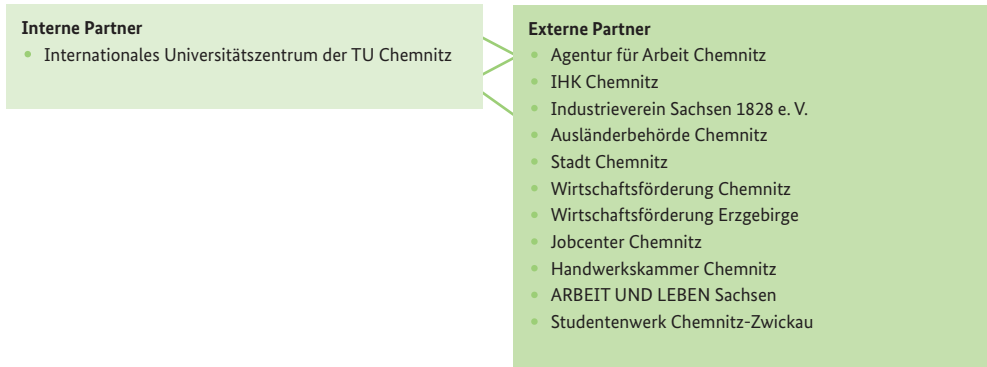
Dabei lag der Fokus auf der Sensibilisierung von Studierenden und Unternehmen. Hierzu wurde ein „Kümmerer“ etabliert, der die Studierenden und Absolventen bedarfsorientiert begleitete, zum Beispiel durch Gespräche mit relevanten Institutionen und Unternehmen. Die enge Begleitung ermöglichte ein kontinuierliches Monitoring der Prozesse – den Informationszugang, die Arbeitssuche oder die Vorstellungsgespräche betreffend – und die Identifikation von Hürden auf dem Weg vom Studienabschluss zum Arbeitsverhältnis. Parallel dazu wurden im Projekt die Bedürfnisse von Unternehmen erhoben und bei der Vermittlungsarbeit adressiert. Die Umsetzung des Projekts erfolgte in zwei Phasen pro Semester:

1. Phase (Information): Internationale Studierende wurden zu Themen wie dem Berufseinstieg in Deutschland, Bewerbungsbedingungen etc. informiert. Ferner erfolgte eine Qualifizierung der internationalen Studierenden für die zweite Phase, die ausschließlich über ein Auswahlverfahren zugänglich war.

2. Phase (Bewerbung, Vermittlung): 25 Personen pro Semester wurden durch eine sehr enge Begleitung (insbesondere Unterstützung im Bewerbungsverfahren) in versicherungspflichtige Arbeitsverhältnisse gebracht. Zielgruppe: vorrangig Masterstudierende, kurz vor dem Abschluss; Sprachniveau mindestens B1.

Langfristige Ziele des Projekts sind die Generierung von Good-Practice-Beispielen zur Ansprache von kleinen und mittleren Unternehmen in der Region und die systematische Identifikation von Hürden im Vermittlungsprozess internationaler Studierender.

12 Netzwerkpartner



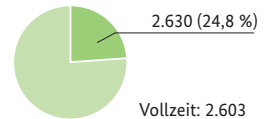
Kontakt



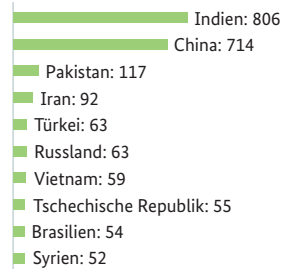
Julia Werner
 Technische Universität Chemnitz
 Dittesstraße 15
 09126 Chemnitz
www.tu-chemnitz.de/career-service/study-and-work/

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



1.137 in 7 englischsprachigen Masterstudiengängen

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil Chemnitz/Sachsen

Bevölkerungsentwicklung bis 2035

⬇️ 22,3 % (Sachsen: ⬆️ 14,3 %)

Arbeitslosenquote 2016

8,2 % (Sachsen: 7,6 %)

Erwerbspersonenentwicklung bis 2035: ⬇️ 24,0 % in Sachsen

Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 6,6 %

(Sachsen 3,9 %)

Anteil internationale Studierende

15,3 % (Sachsen)

GoLus-Ready, Steady ... Go and Stay in Lusatia

Brandenburgische Technische Universität Cottbus–Senftenberg, International Relations Office

Ziele, wie die Nachfrage der Unternehmen und das Angebot der Absolventen abzustimmen, auf die Arbeitswelt Deutschland vorzubereiten sowie Erfahrungen von Unternehmen mit internationalen Arbeitnehmern zu steigern, wurden wie folgt adressiert:

1. Erweiterung des Recruitings internationaler Studierender: Alumni warben mittels Testimonial-Beitrag für das Studium mit späterem Arbeitsmarkteinstieg in der Region. Da regionaler Fachkräftebedarf vor allem im mittleren Segment liegt, stand das Duale Studium und der grundständige Bereich bei Besuchen an Schulen mit deutschem Sprachdiplom (DSD) im osteuropäischen Ausland im Vordergrund.
2. Nachhaltige Steigerung des Studienerfolgs internationaler Studierender: Interviews zur Qualität bestehender Beratungsangebote wurden durchgeführt. Die Ergebnisse zeigten, dass viele der implementierten Angebote bereits gut funktionieren. Dennoch fiel es internationalen Studierenden oft schwer, ihre Probleme darzustellen; die Fachsprache stellte oft noch eine Herausforderung dar und private Sorgen wirken sich negativ im Studium aus. Ein entwickelter Maßnahmenkatalog sollte die bestehenden Angebote ausdifferenzieren und die verschiedenen Akteure stärker verzahnen.
3. Netzwerkaufbau und Förderung der Willkommenskultur: Regionale Wirtschaftsverbände, Vertreter der Städte und Unternehmen der Region trafen sich regelmäßig zum Austausch über Beschäftigung internationaler Arbeitskräfte. Ergänzt wurden die Treffen durch fachlichen Experten-Input sowie die Vorstellung von Good-Practice-Beispielen. Eine Wanderausstellung präsentierte BTU-Alumni im Porträt und ihre Beweggründe für einen Berufsstart in der Region.
4. Berufssprachliche Qualifizierung internationaler Studierender im letzten Studiendrittel: Persönliche Strategien, um den zukünftigen Arbeitgeber durch ein gut strukturiertes Profil sowie durch Selbstpräsentation zu überzeugen, wurden entwickelt und auf die deutsche Arbeitswelt vorbereitet.
5. Sensibilisierung der Betriebe für das Potenzial internationaler Arbeitskräfte: Durch interkulturelles Training wurden die Betreuer von internationalen Praktikanten für den konstruktiven Umgang mit Diversität sensibilisiert. Während der Firmenkontaktmessen an der BTU erhielten internationale Studierende die Möglichkeit zum Austausch.

13 Netzwerkpartner

Interne Partner

- Career Center
- Stabstelle Kommunikation und Marketing
- Abteilung Lehre und Studium

Externe Partner

- Stadt Cottbus | der Oberbürgermeister und Integrationsbeauftragter
- Landkreis Oberspreewald-Lausitz

- Stadt Cottbus | GB II – Bürgerservice/Ausländerbehörde
- Landkreis Oberspreewald-Lausitz | Ausländerbehörde
- Wirtschaftsinitiative Lausitz e. V. (WiL)
- LEAG – Abteilung Personal/Strategie
- Energieregion Lausitz-Spreewald GmbH
- Agentur für Arbeit Cottbus
- Industrie- und Handelskammer Cottbus
- Unternehmensverband Berlin-Brandenburg

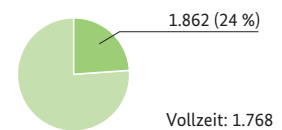
Kontakt



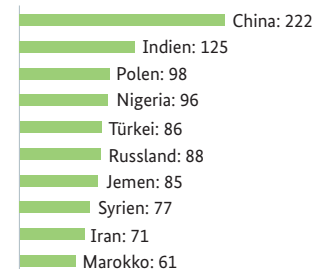
Dr. Bruna Leuner
Brandenburgische Technische Universität Cottbus–Senftenberg
Platz der Deutschen Einheit
03046 Cottbus
www.b-tu.de/international/incomings/studium-beenden/projekt-golus

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



656 in 4 englischsprachigen Studiengängen

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil der Region Spree-Neiße/Brandenburg

Bevölkerungsentwicklung bis 2035
 ⬇️ 25,6 % (Brandenburg) ⬆️ 6,7 %
 Arbeitslosenquote 2016
 8,1 % (Brandenburg: 9,0 %)
 Erwerbspersonenentwicklung bis 2035:
 ⬇️ 21,5 % in Brandenburg

Internationalisierung

Ausländeranteil: 4,0 % (Brandenburg: 3,5 %)
 Anteil internationale Studierende
 15,8 % (Brandenburg)
 Internationalisierungsstrategie: ✓

BENEFIT – Berufliche Netzwerke für internationale Studierende Technische Universität Dresden, Career Service

Die Projektaktivitäten wurden in drei Aktionsfeldern realisiert.

Aktionsfeld „Arbeitgeber“: Regionale Unternehmen wurden für den Einsatz internationaler Mitarbeiter sensibilisiert. In Workshops auf regionalen Messen wurden die internationalen Bewerber der Region vorgestellt und aufenthaltsrechtliche Bestimmungen sowie Informations- und Unterstützungsmöglichkeiten für Unternehmen thematisiert. Intensiv unterstützt wurde der Career Service durch Netzwerkpartner, die Erfahrungen der eigenen Internationalisierungsaktivitäten aus Unternehmenssicht weitergeben konnten.

Aktionsfeld „Arbeitsmarkt“: Ziel war es, Potenziale und Surplus internationaler Studierender sichtbar zu machen. Gelegenheit hierfür bot der 2. Aktionstag „Arbeiten in Deutschland“ an der TU Dresden mit einem umfangreichen Vortragsprogramm und Networking-Möglichkeiten. Die Vorträge thematisierten den Arbeitsmarkt Sachsen, die Vorstellung der DRESDEN-concept e. V. – Wissenschaftslandschaft in Dresden sowie Informationen zur Unterstützung bei Unternehmensgründungen. Danach konnten Kontakte geknüpft werden. Zudem wurden regionale Branchenveranstaltungen genutzt, um den internationalen Studierenden Jobeinstiegs- und Netzwerkmöglichkeiten aufzuzeigen und Kontakte für die Projektarbeit aufzubauen. Die Beteiligung am Gemeinschaftsstand „Willkommen in Sachsen“ des IQ-Netzwerks Sachsen während der Messe „KarriereStart“ in Dresden erwies sich dafür als sehr wertvoll.

Aktionsfeld „Internationale Studierende“: Studentische Bewerbungs-Coaches unterstützten mit individueller Beratung zum Bewerbungsprozess für Jobs und Praktika durch Vermittlung von Suchstrategien, Vorbereitung auf Jobmessen, Bewerbungsmappen-Checks, Trainings für Vorstellungsgespräche sowie die Vermittlung weiterführender Kontakte. Flankiert wurde das Beratungsangebot von Workshops zum Berufseinstieg und zu Schlüsselkompetenzen. Auch in das Aktionsfeld konnten Netzwerkpartner mit ihren Beratungsangeboten eingebunden werden.

16 Netzwerkpartner

Interne Partner

- Akademisches Auslandsamt
- Studentenrat
- Dezernat Forschung
- Welcome Center von DRESDEN-concept e. V. und TU Dresden
- Referenten Internationales der fünf Bereiche
- Lehrzentrum Sprachen und Kulturräume (LSK)
- Studierenerfolgsprojekte
- Graduiertenakademie
- Drittmittelverwaltung

Externe Partner

- Hochschule für Technik und Wirtschaft (HTW) Dresden
- Abteilung Staatsangehörigkeits- und Ausländerangelegenheiten der Stadt Dresden
- Agentur für Arbeit Dresden – Akademikerberatung
- DRESDEN-concept e. V.
- Bundesverband mittelständische Wirtschaft e. V. – BVMW Wirtschaftsregion Dresden
- Silicon Saxony Management GmbH/Silicon Saxony e. V.
- Amt für Wirtschaftsförderung Dresden
- T-Systems Multimedia Solutions GmbH
- Push your Career Bewerbungsberatung
- HTS Hoch Technologie Systeme GmbH
- Procter & Gamble Manufacturing GmbH – Rothenkirchen
- Bonding Studenteninitiative e. V.
- pro Dresden e. V.

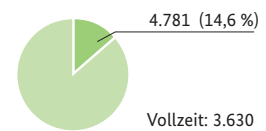
Kontakt



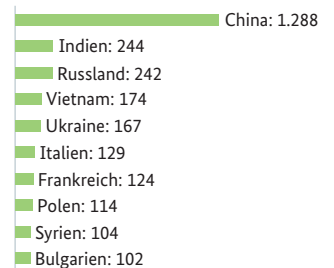
Birgit Brand
Technische Universität Dresden
Strehleener Straße 24
01062 Dresden
www.tu-dresden.de/karriere/berufseinstieg/semesterprogramm/BENEFIT

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



656 in 14 englischsprachigen Studiengängen

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil der Region Dresden/Sachsen

Bevölkerungsentwicklung bis 2035:

↓ 1 % (Sachsen: ↓ 14,30 %)

Arbeitslosenquote 2016:

7,3 % (Sachsen: 7,6 %)

Erwerbspersonenentwicklung bis 2035: ↓ 24,0 % in Sachsen

Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 6,8 % (Sachsen 3,9 %)

Anteil internationale Studierende: 15,3 % (Sachsen)

MiMSaxony – Make it in Mittelsachsen TU Bergakademie Freiberg, Career Center

Strategisches Ziel des „Study & Work“-Projekts MiMSaxony – Make it in Mittelsachsen war es, ein auf den Landkreis Mittelsachsen fokussiertes Netzwerk zwischen Hochschulen, Unternehmen und Institutionen der Regionalentwicklung zur Gestaltung und Umsetzung von Maßnahmen, die die regionale Arbeitsmarktintegration von internationalen Studierenden und Absolventen fördern, aufzubauen und zu etablieren. Im Projektfokus für die internationalen Studierenden der TU Bergakademie Freiberg und der kooperierenden Hochschule Mittweida standen der erfolgreiche Studienabschluss und der erleichterte Arbeitsmarktzu- gang sowie Berufseinstieg in regionale Unternehmen. Zudem wurden die mittelsächsischen Unternehmen für das Potenzial hoch qualifizierter internationaler Fachkräfte sensibilisiert und bei deren Gewinnung unterstützt.

Folgende Projektaktivitäten unterstützten die Zielsetzungen:

Ziel 1:

- Verbesserung der deutschen Fachsprachfähigkeit
- drei neu konzipierte berufsorientierende Deutsch-Sprachkurse in verschiedenen Niveaustufen

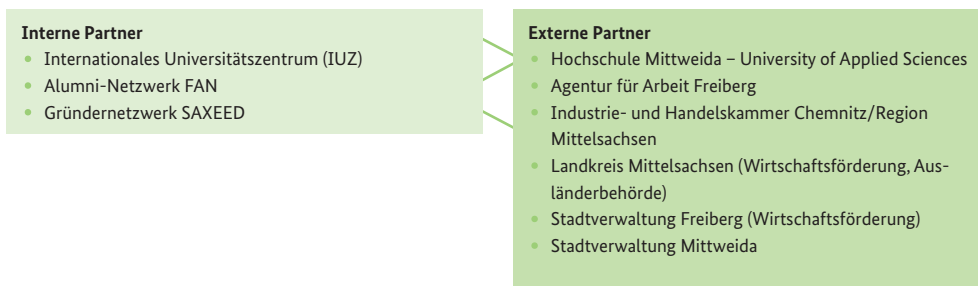
Ziel 2:

- Kontakte und Einbindung in die regionale Arbeitswelt und kulturelle Sensibilisierung
- Internationalisierung der Karrieremesse ORTE mit neu entwickelten Angeboten (englischsprachige Guided Tour, vorbereitende Workshops mit Bewerbungstraining, englischsprachige Karrierevorträge im Rahmenprogramm)
- Praxistage mit internen Netzwerkpartnern und regionalen Industriepartnern (u. a. mit Unternehmensbesichtigungen, Vorträgen zu Kompetenzen und Perspektiven auf dem deutschen Arbeitsmarkt und Karrierecoachings)
- Patenprogramm mit regionalen Industriepartnern

Ziel 3:

- Kompetenzentwicklung und Wissenserweiterung zum Berufseinstieg
- Workshops, Coachings und individuelle Bewerbungsmappenchecks zur Förderung der Bewerbungskompetenzen internationaler Studierender

9 Netzwerkpartner



Kontakt

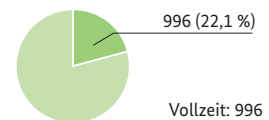


Dr. Kristina Wopat
Technische Universität
Bergakademie Freiberg
Akademiestraße 6
09599 Freiberg

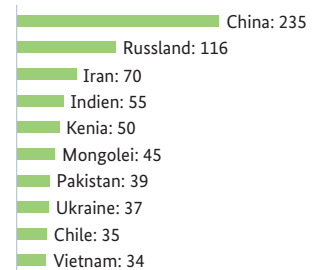
tu-freiberg.de/career-center/
mimsaxony

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



348 in 7 englischsprachigen Studiengängen

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil Mittelsachsen/Sachsen

Bevölkerungsentwicklung bis 2035:

⬇️ 21,6% (Sachsen: ⬇️ 14,3%)

Arbeitslosenquote 2016:

6,9% (Sachsen: 7,6%)

Erwerbspersonenentwicklung bis

2035: ⬆️ 24,0% in Sachsen

Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 6,8% (Sachsen 3,9%)

Anteil internationale Studierende: 15,3% (Sachsen)

Wahrnehmen und Mitwirken – Internationale Studierende Geisenheim Hochschule Geisenheim University, Abteilung Kommunikation

Die Stadt Geisenheim hat kürzlich den Status „Hochschulstadt“ erhalten. Die Studierenden sind jedoch in erster Linie mit den Angeboten des Hochschulcampus verbunden und nehmen nur selten die Angebote des gesellschaftlichen Lebens innerhalb der Region und der Stadt wahr. Zudem scheint die Bevölkerung der Stadt wenig Kenntnis über die Anwesenheit einer wachsenden Zahl internationaler Studierender an der Hochschule Geisenheim University zu haben. Eine verbesserte Wahrnehmung und ein intensiveres Miteinander könnten die soziale Integration internationaler Studierender nachhaltig fördern und deren Bleibeabsichten erhöhen. Das Projekt in Geisenheim fußte auf einer bereits bestehenden breiten Palette an Maßnahmen für internationale Studierende, welche durch das International Office und den Career Service der Hochschule angeboten werden.

Es ergab sich die Möglichkeit, die bestehenden Maßnahmen durch kommunikative und öffentlichkeitswirksame Instrumente zu begleiten und runde Tische zur Vernetzung der Akteure in der Region zu etablieren. Folgende Projektmodule standen im Mittelpunkt:

Medienprojekte: Video-Porträts internationaler Absolventen aus aller Welt in Zusammenarbeit mit einem öffentlichkeitswirksamen Kooperationspartner, Aktionen der internationalen Studierenden auf öffentlichen Veranstaltungen der Region und Mitwirken internationaler Studierender bei der Regionalentwicklung Rheingau.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit rund um das Thema der Standortsicherung u. a. über Netzwerkarbeit in regionalen Unternehmer- und Politikernetzwerken, regelmäßige Veröffentlichungen in den Campus-Medien, Sozialen Medien und regionalen Zeitungen.

Messerepräsentanz: Unternehmen stärkten ihren Messeauftritt und Betreuung von Messe-delegationen mit internationalen Nachwuchsfachkräften (Fach- und Fremdsprachenkompetenz). Bewerbung bei den Unternehmen erfolgte standardisiert über Einführung eines anonymisierten Lebenslaufs, dem „Geisenheimer Jobprofil“.

Runde Tische: Der Aufbau einer regelmäßigen Kommunikationsplattform für die Sensibilisierung der Region für die Veränderung durch den demografischen Wandel war zentral. Partner aus dem sozialen, politischen und dem fachlichen Umfeld der Hochschule Geisenheim University nahmen daran teil. Wichtig war dabei auch die Einbindung von internen Netzwerkpartnern der Hochschule Geisenheim University.

36 Netzwerkpartner, 8 Kernnetzwerkpartner

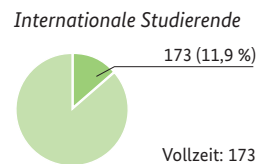


Kontakt

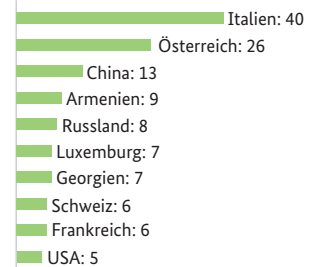


Angela Diermeyer
Hochschule Geisenheim University
Von-Lade-Straße 1
65366 Geisenheim
www.hs-geisenheim.de/international/study-work.html

Internationales Profil der Hochschule



Top Ten der Herkunftsländer



84 in 3 englischsprachigen Studiengängen

Profil Rheingau-Taunus/Hessen

Bevölkerungsentwicklung bis 2035
 ⬆️ 3,3% (Hessen: ⬆️ 1,6%)
 Arbeitslosenquote 2016
 5,0% (Hessen: 5,4%)
 Erwerbspersonenentwicklung bis 2035:
 ⬆️ 0,4% (Hessen: ⬆️ 8,2%)
 Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 8,4% (Hessen 15,1%)
 Anteil internationale Studierende 13,9% (Hessen)

STAY – Studieren. Arbeiten. Leben in Thüringen

Ernst-Abbe-Hochschule Jena, Akademisches Auslandsamt

Im Projekt „STAY – Studieren. Arbeiten. Leben in Thüringen“ stand die Sensibilisierung von Thüringer Unternehmen und internationalen Studierenden im Vordergrund. Bei beiden Gruppen sollte die Wahrnehmung der jeweils anderen Gruppe gesteigert werden. Um dies zu erreichen, wurden mehrere Kurzfilme gedreht, die jeweils eine der beiden Zielgruppen adressieren. Im Film „Wege in den Arbeitsmarkt Thüringen“ (2015) gaben Akteure des regionalen Arbeitsmarkts Informationen zu Schlüsselqualifikationen und Voraussetzungen speziell für internationale Bewerber. Mit dem Animationsfilm „Internationale Studierende für Thüringen!“ (2015) möchte das Projekt Studierende und Studieninteressierte in Thüringen willkommen heißen und ihre Bedeutung für das Bundesland hervorheben. Um die Potenziale von internationalen Studierenden aufzuzeigen, wurde die Kurzfilmreihe „Internationale Studierende in Thüringen – Studierendenporträts aus den Bereichen MINT, Geistes- und Wirtschaftswissenschaften“ (2016) produziert. In drei Filmen kommen insgesamt zehn Studierende zu Wort und berichten über ihre Qualifikationen, Kompetenzen und interkulturellen Erfahrungen.

Einen weiteren Schwerpunkt bildeten die exemplarischen Fachtutorien, die internationale Studierende der Ernst-Abbe-Hochschule und der Friedrich-Schiller-Universität Jena auf dem Weg zum Studienerfolg begleiten. Die Veranstaltungsreihe „Triff Dein Unternehmen“ brachte internationale Studierende und engagierte Thüringer Unternehmen in den Dialog. Gleichzeitig wurden internationale Studierende durch weitere Maßnahmen wie z. B. Informationsveranstaltungen und Workshops zu Berufsfeldern und zur Erstellung von Bewerbungsunterlagen auf den Einstieg in den Arbeitsmarkt vorbereitet und auf Thüringen als Standort aufmerksam gemacht. Die Projektfortschritte wurden im Weblog des Projekts für alle Interessenten transparent dokumentiert und bieten Raum für Kommentare und direktes Feedback. Ausgehend von der EAH Jena wurden Maßnahmen entwickelt, von denen alle interessierten Thüringer Hochschulen profitieren.

Die Sensibilisierungskampagne verfolgte die Ziele, Hürden und Ängste abzubauen, die Wahrnehmung der internationalen Studierenden und Absolventen auf dem regionalen Arbeitsmarkt zu erhöhen, Hinweise und Hilfestellung zu Bewerbungsmodalitäten zu geben sowie die Inanspruchnahme bereits bestehender Beratungs- und Betreuungsangebote zu verstärken.

14 Netzwerkpartner

<p>Interne Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prorektor für Studium und Lehre • International Office • ServiceZentrum Studium und Studienberatung • Fachbereich SciTec • Fachbereich Elektro- und Informationstechnik • Fachbereich Medizintechnik und Biotechnologie • Fachschaftsrat Medizintechnik 	<ul style="list-style-type: none"> • Friedrich-Schiller-Universität Jena • Welcome Center Thuringia • Wirtschaftsförderungsgesellschaft Jena <p>Die strategischen Partner:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analytik Jena • Carl Zeiss SMS GmbH • IWT – Institut der Wirtschaft Thüringens GmbH • OptoNet e. V. <p>Die am Projekt interessierten Hochschulen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bauhaus-Universität Weimar • Fachhochschule Erfurt • Fachhochschule Schmalkalden • Hochschule Nordhausen • Technische Universität Ilmenau
<p>Externe Partner</p> <p>Die Projektgruppe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e. V. • Bundesagentur für Arbeit/Agentur für Arbeit Jena 	

Kontakt

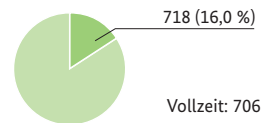


Ekaterina Maruk
Ernst-Abbe-Hochschule Jena
Carl-Zeiss-Promenade 2
07745 Jena

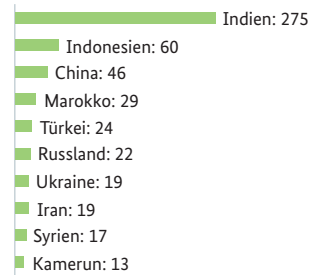
www.eah-jena.de/fhj/fhjena/de/international/International-Studierende/stay-studieren-arbeiten-leben-in-thueringen/

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



320 in 1 englischsprachigen Studiengang

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil Jena/Thüringen

Bevölkerungsentwicklung bis 2035

📈 6,4% (Thüringen: 📈 18,9%)

Arbeitslosenquote 2016

6,5% (Thüringen: 6,9%)

Erwerbspersonenentwicklung bis 2035: 📈 31,8% in Thüringen

Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 7,2% (Thüringen 3,5%)

Anteil internationale Studierende

13,1% (Thüringen)

Internationalisierungsstrategie: ✓

iStudi-Coach und iStudi-Pass

Universität Passau, Abteilung Internationales und Studierendenservice

Der iStudi-Coach wurde im Rahmen von „Study & Work“ als zentrale Ansprechperson für internationale Vollzeitstudierende – sogenannte iStudis – an der Universität Passau etabliert. Der iStudi-Coach unterstützte und beriet die Zielgruppe individuell bei der Berufsorientierung und Stellensuche sowie zu Studium, Leben und Arbeiten in Passau. Zentral für den Erfolg sind die hohe Verweiskompetenz sowie die Vernetzung innerhalb und außerhalb der Universität.

Zudem wurde der iStudi-Pass, ein Berufsorientierungsprogramm für internationale Studierende entwickelt. Der iStudi-Coach organisierte und koordinierte dieses Programm und bot gemeinsam mit den Netzwerkpartnern die entsprechenden Veranstaltungen an. Im iStudi-Pass dokumentierten die Teilnehmenden mit Stempel und Unterschrift ihre Aktivitäten aus sechs verschiedenen Modulen, die sie auf ihrem Weg in den Berufseinstieg absolvieren. Die Module orientierten sich an den Gesamtzielen der Initiative „Study & Work“ und beinhalteten Bewerbungskompetenz, Praxiskontakt, interkulturelle Kompetenz, soziale Integration, Studienerfolg und Deutschkenntnisse. Aktivitäten waren zum Beispiel Workshops zu interkulturellen Fragestellungen im Beruf oder Bewerbungsgestaltung, Messebesuche sowie Unternehmensbesichtigungen. Abschließend erhielten die Studierenden ein Zertifikat, das sie ihren Bewerbungen beilegen können. Somit motivierte der iStudi-Pass, sich frühzeitig auf den Berufseinstieg vorzubereiten, macht das entsprechende Angebot für die Zielgruppe sichtbar und schafft Transparenz für zukünftige Arbeitgeber.

Ziel war es, eine zunehmende Zahl internationaler Vollzeitstudierender (Sommersemester 2015 bis Wintersemester 2016/17 + 34 %) engmaschig während ihres Studiums und beim Übergang in den Beruf zu betreuen. Durch die systematische Berücksichtigung der Zielgruppe sollten die Rahmenbedingung, ihr Studienerfolg und ihre Zufriedenheit verbessert werden.

Die Sensibilisierung des regionalen Arbeitsmarkts für internationale Bewerber und ihre bessere Integration in den regionalen Arbeitsmarkt wurde angestrebt. Aktuelle Erfolgsbeispiele von internationalen Kandidaten aus der Universität Passau weisen bereits einen positiven Entwicklungstrend auf.

16 Netzwerkpartner, 10 Kernnetzwerkpartner

<p>Interne Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Transferzentrum • Sprachenzentrum • Studienberatung und Psychologische Beratung • Kommunikation und Marketing • Akademisches Auslandsamt • Willkommensdienstleistungen und Forschungsmobilität • Career Service • Zentrum für Schlüsselkompetenzen 	<ul style="list-style-type: none"> • Deutsch-Spanische Gesellschaft in Passau e. V. (DSG) • Industrie- und Handelskammer Niederbayern in Passau • ICUnet.ag • kuwi netzwerk international e. V. • Micro-Epsilon Messtechnik GmbH & Co. KG • msg systems AG • Neuburger Gesprächskreis • ONE LOGIC GmbH • Stadt Passau • Wirtschaftsforum der Region Passau • ZF Friedrichshafen AG • Studentenwerk Niederbayern/Oberpfalz • AEGEE-Passau e. V. • 4process AG • crealytics GmbH
<p>Externe Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • AlumniClub – Ehemaligenverein der Universität Passau e. V. • Bundesagentur für Arbeit Passau 	

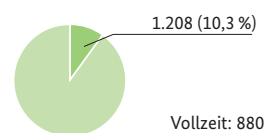
Kontakt



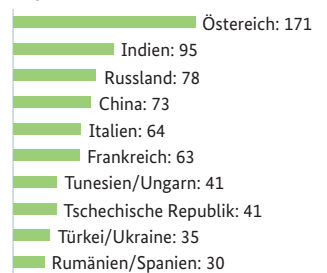
Luise Haack
 Universität Passau
 94030 Passau
www.uni-passau.de/istudi

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



245 in 4 englischsprachigen Studiengängen

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil Stadt und Landkreis Passau/Bayern

Bevölkerungsentwicklung bis 2035

↑ 1,4 % (Bayern: ↑ 1,8 %)

Arbeitslosenquote 2016

4,4 % (Bayern: 3,8 %)

Erwerbspersonenentwicklung bis 2035:

👤 4,9 % in Bayern

Internationalisierung

Ausländeranteil: 7,1 % (Bayern 12,3 %)

Anteil internationale Studierende 12,0 % (Bayern)

Study & CoWork in Vorpommern Hochschule Stralsund, Stabsstelle International Affairs

Der Schwerpunkt des Projekts lag auf der Beratung internationaler Studierender und auf der Vermittlung von berufsrelevanten Kompetenzen und Informationen zum Thema Berufseinstieg in Deutschland. Anhand einer Analyse der studentischen Bedarfe wurden die Beratungsangebote und Programme spezifiziert, in welchen 120 bis 160 Studierende in unterschiedlichen Veranstaltungen informiert und qualifiziert werden. Den internationalen Studierenden stand eine Beratungsstelle an der Hochschule Stralsund sowie mobile Beratung an den Standorten Greifswald und Neubrandenburg zur Verfügung. Bis zu acht Personen wurden pro Jahr im Rahmen eines einjährigen Intensivprogramms begleitet. Das Intensivprogramm beinhaltete folgende Trainingsmodule:

1. Bewerben und Arbeiten in Deutschland
2. Interkulturelles Training (Gepflogenheiten der Berufswelt)
3. Rhetorik und Präsentation
4. Strategisches Netzwerkmanagement
5. Einführung in das Projektmanagement
6. Workshops zum Thema Existenzgründung (als ergänzendes Modul für Interessierte)

Flankierend fanden folgende Maßnahmen statt: individuelle Coachings, Kontakthanbahnung zu Unternehmen sowie Informationsveranstaltungen und Exkursionen zu regionalen Unternehmen. Für die erfolgreiche Teilnahme wurden Zertifikate ausgestellt. Adressiert wird eine ganze Region (Dreieck Stralsund, Greifswald und Neubrandenburg) überwiegend in den MINT-Fachrichtungen. Das Vorhaben wurde in enger Zusammenarbeit mit regionalen Netzwerkpartnern umgesetzt. Neben den regelmäßigen Netzwerktreffen fand der Informationsaustausch über einen E-Mail-Verteiler sowie im bi- oder trilateralen Format statt.

21 Netzwerkpartner, 15 Kernnetzwerkpartner

<p>Interne Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stabsstelle Transfer und Kooperation • International Office (Studien- und Prüfungsangelegenheiten und Internationales) • Professoren und Studiengangs-Koordinatoren • Hochschul-Ideenwettbewerb • Studentische Initiative International Event Point • KarriereStartMentoring M-V • Familiencenter 	<ul style="list-style-type: none"> • Industrie- und Handelskammer Neubrandenburg für das östliche Mecklenburg-Vorpommern • Industrie- und Handelskammer zu Rostock • IQ Netzwerk Mecklenburg-Vorpommern (migma e. V.) • Landkreis Vorpommern-Greifswald • Landkreis Vorpommern-Rügen • Leibniz-Institut für Plasmaforschung und Technologie e. V. (INP Greifswald) • Max-Planck-Institut für Plasmaphysik (IPP) • Steinbeis Forschungszentrum Institut für Ressourcen-Entwicklung • Stralsunder Mittelstandsvereinigung e. V. • Studentische Gründungsinitiative Gründungswerft e. V. • Universitäts- und Hansestadt Greifswald • Unternehmensnetzwerk „Zukunftsmacher MV“ • Wirtschaftsfördergesellschaft Vorpommern mbH (WFG) • WITENO GmbH, Wissenschafts + Technologiepark Nord°Ost°
<p>Externe Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ernst-Moritz-Arndt-Universität Greifswald • Agentur für Arbeit Greifswald • Agentur für Arbeit Stralsund • Friedrich-Loeffler-Institut (FLI) – Bundesforschungsinstitut für Tiergesundheit • Hansestadt Stralsund • Hochschule Neubrandenburg • Hochschule Wismar 	

Kontakt

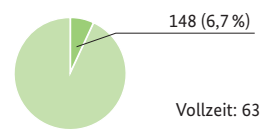


Anna Gatzke
Hochschule Stralsund
Zur Schwedenschanze 15
18435 Stralsund

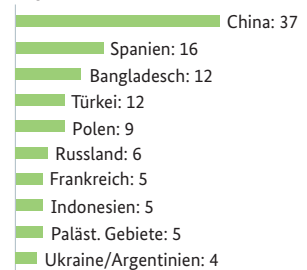
www.fh-stralsund.de/international/study-amp-cowork-in-vorpommern

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer

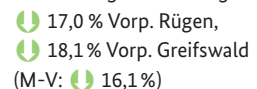


66 in 3 englischsprachigen Studiengängen

Internationalisierungsstrategie: ✓

Profil Vorpommern/ Mecklenburg-Vorpommern

Bevölkerungsentwicklung bis 2035



Arbeitslosenquote 2016
10,3 % (M-V: 7,6 %), 12,4 % Vorp.

Rügen und Vorp. Greifswald

Erwerbspersonenentwicklung bis 2035: 31,3 % in M-V

Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 3,1% Vorp. Rügen

3,8 % VP Greifswald (M-V 2,9%)

Anteil internationale Studierende:

8,1% (M-V)

RISWU: Regional-International: Study and Work in Ulm

Universität Ulm, DEZ II-3 Internationale Angelegenheiten, International Office

Es wurden folgende Maßnahmen angeboten:

- Speziell zugeschnittene Workshop-Angebote informierten über die Jobsuche regional und national, die Gestaltung von Bewerbungsunterlagen, das Führen von Vorstellungsgesprächen, die arbeitsrechtlichen Bedingungen und kulturelle Standards in Deutschland.
- Besichtigungen von Betrieben und Forschungseinrichtungen in englischer Sprache boten internationalen Studierenden die Möglichkeit, potenzielle Arbeitgeber in ihren Einrichtungen kennenzulernen. Dabei fanden nicht nur Führungen statt, die Betriebe informierten auch über Bewerbungsverfahren und freie Stellen oder Praktikumsplätze.
- Direkten Kontakt zu Unternehmen ermöglichten auch Firmenkontaktmessen (z. B. Career Day, BioChemContact). Die studentischen Initiativen als Organisatoren dieser Messen wurden durch ein Rahmenprogramm unterstützt, das internationalen Studierenden neben Vorträgen zur Arbeitsplatzsuche in Deutschland auch kostenlose Bewerbungsmappenchecks und kostenlose Bewerbungsfotos bot.
- Internationale Studierende wurden zusätzlich individuell beraten. Auf Anfrage waren Bewerbungsmappenchecks in englischer Sprache möglich sowie Beratungen zu Deutschkursen, zu Arbeitgebern in der Region, zu offenen Stellen und der Arbeitsplatz- und Praktikumsuche in Deutschland generell.
- Von den Netzwerkpartnern wurde eine deutsch-englischsprachige Info-Broschüre entwickelt, die internationalen Studierenden, Absolventen und Promovierenden als Orientierungshilfe dient.

Diese Angebote wurden jedes Semester in einem institutionenübergreifenden Veranstaltungsverzeichnis in gedruckter und elektronischer Form veröffentlicht und von den Netzwerkpartnern beworben.

16 Netzwerkpartner

<p>Interne Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Career Center • Studierendenfachschaften, verfasste Studierenden-schaft, International Unit • Studienkommissionen • SAPS:RI – School of Advanced Professional Studies: Regional – International • Studierendenwerk Uni Ulm • TAD – Türkische Akademiker Deutschlands e. V. • Sprachenzentrum • AKIK – Arbeitskreis Industriekontakte • VDE – Hochschulgruppe an der Universität Ulm • btS e. V. (Studierende und Promovierende aus den Fächern Biologie, Biochemie, Molekulare Medizin und anderer Studiengänge) 	<p>Externe Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hochschule Ulm • Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm • Welcome Center, Industrie- und Handelskammer Ulm • Agentur für Arbeit Ulm • Stadt Ulm – Koordinierungsstelle Internationale Stadt • Verein zur Förderung der Innovationsregion Ulm – Spitze im Süden e. V. <p>Erweitertes Netzwerk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Beratungsnetzwerk Willkommensregionen der Bertelsmann Stiftung • Fachkräftebündnis (IHK) • Initiative MINTernational • Integrationsbeauftragte der Stadt Biberach an der Riß • Diversity Management der Firma Boehringer Ingelheim
---	--

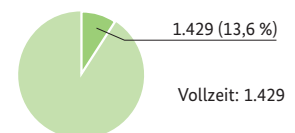
Kontakt



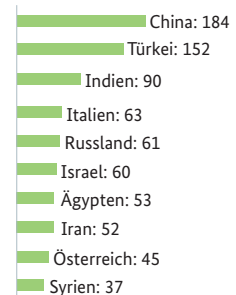
Dr. Florian Bödecker
 Universität Ulm
 Albert-Einstein-Allee 5
 89069 Ulm
www.uni-ulm.de/io/info/projekte/study-and-work

Internationales Profil der Hochschule

Internationale Studierende



Top Ten der Herkunftsländer



455 in 12 englischsprachigen Studiengängen

Profil der Region Donau-Iller

Bevölkerungsentwicklung bis 2035
 ↕ 3,1% (Baden-Württemberg: ↕ 3,4%)
 Arbeitslosenquote 2016
 3,1% (Baden Württemberg: 3,8%)
 Erwerbspersonenentwicklung bis 2035: ↕ 2,8% in Baden-Württemberg
 Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung
 Ausländeranteil: 11,8% (Baden-Württemberg 14,2%)
 Anteil internationale Studierende: 13,9% (Baden-Württemberg)

Internationalisierungsstrategie: ✓

STAIR – Studieren, Arbeiten und Integration am Rhein Hochschule Worms, Stabsbereich Kooperationen und Projekte

Das Netzwerk um die beiden Hochschulen Worms und Ludwigshafen am Rhein und die Universität Koblenz-Landau entwickelte im Förderzeitraum von Oktober 2015 bis Oktober 2017 ein Konzept zur Begleitung von internationalen Studierenden, die nach ihrem Studium auf dem regionalen Arbeitsmarkt Fuß fassen möchten. Mittels einer Analyse des Fachkräftemarkts im Bereich der Netzwerkpartner wurden die Fachrichtungen identifiziert, deren Studierende im Rahmen des Projekts gefördert werden.

Mit dem Projekt wurde die Verstetigung eines strategischen Übergangsmagements verfolgt, das internationale Studierende systematisch hin zu einem erfolgreichen Studienabschluss begleitet und bei der Integration in den regionalen Arbeitsmarkt und die Gesellschaft unterstützt. Die Zusammenarbeit der Hochschulen sowohl untereinander als auch mit der Wirtschaft und arbeitsmarktnahen Partnern wurde verstärkt. Kommunikationswege und Kooperationen wurden gefördert und daraus Synergieeffekte geschaffen. Um einem drohenden Fachkräftemangel entgegenwirken zu können und für die Zukunft aufgestellt zu sein, hatten die Netzwerkpartner für ihr Pilotprojekt folgende vier Projektziele herausgearbeitet:

- Ziel 1:** Verbesserung des Studienerfolgs (Synergieeffekte aus bestehenden und geplanten Angeboten, interkulturelles Training, Deutschkurse, Mentoring-/Buddyprogramm, Beratung und Orientierung)
- Ziel 2:** Arbeitsmarktintegration (Bewerbertraining, Informationen zu Arbeits- und Aufenthaltsrecht, Vermittlung von Praktika, Abschlussarbeiten und Arbeitsplätzen, verschiedene Veranstaltungsformate für Studierende und KMU)
- Ziel 3:** Ermöglichen von Existenzgründungen (Beratung, Unterstützung und Patenschaften)
- Ziel 4:** Soziale Integration (Ehrenamt, Engagement in sozialen Vereinen fördern)

Analog zu den Zielen hatten sich vier Arbeitsgruppen gebildet, die in regelmäßigen Treffen und enger Zusammenarbeit die in den einzelnen Projektzielen definierten Maßnahmen (Veranstaltungen, Kurse und Programme etc.) entwickelten und planten. Das Gesamt-Netzwerk tagte zusätzlich, um Fortschritte zu verfolgen und übergreifende Themen zu besprechen.

13 Netzwerkpartner

Interne Partner

- Verbundprojekt der Hochschulen Worms und Ludwigshafen und der Universität Koblenz-Landau
- Interne Partner in den Hochschulen:
 - Career Center/Zentrum für berufliche Entwicklung
 - International Center/International Office/Referat für Internationale Zusammenarbeit
 - Stabsbereich Forschung und Transfer
 - Gründerclub Worms
 - Kompetenzzentrum für Studium und Beruf

Externe Partner

- Agenturen für Arbeit in Ludwigshafen am Rhein, Mainz und Landau
- Donnersbergkreis
- Stadt Ludwigshafen am Rhein
- Stadt Worms
- Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH
- Fasihi GmbH
- IHK für die Pfalz
- IHK Darmstadt – IT FOR WORK e. V.
- Metropolregion Rhein-Neckar GmbH
- ProfeS GmbH
- IT-Forum Rhein-Neckar e. V.
- IQ Fachstelle Migrantenökonomie

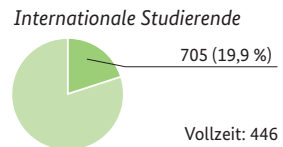
Kontakt



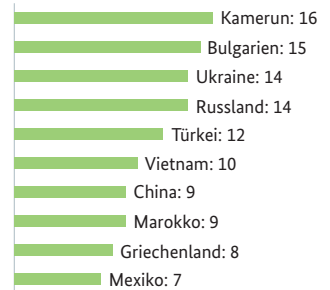
Stefanie Rauh
Hochschule Worms
Erenburgerstraße 19
67549 Worms

www.hs-worms.de/index.php?id=638

Internationales Profil der Hochschule



Top Ten der Herkunftsländer



164 in 2 englischsprachigen Studiengängen

Profil Metropolregion Rhein-Neckar/Rheinland-Pfalz

Bevölkerungsentwicklung bis 2035
 ↕ 6,6 %
 (Rheinland-Pfalz: ↕ 2,6 %)
 Arbeitslosenquote 2016
 4,2% (Rheinland-Pfalz: 5,4%)
 Erwerbspersonenentwicklung bis 2035: ↕ 11,2% in Rheinland-Pfalz
 Fachkräftestrategie: ✓

Internationalisierung

Ausländeranteil: 8,0% (Rheinland-Pfalz: 9,7%)
 Anteil internationale Studierende: 10,8% (Rheinland-Pfalz)

Internationalisierungsstrategie: ✓

11 Literatur

- Ajzen, Icek (1991): The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2). Amherst. Online verfügbar: doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T, zuletzt abgerufen: 30.03.2017.
- Arajärvi, Outi/Drubig, Roland (2014): VISS - Verbleibspotential internationaler Studierender in Sachsen. Abschlussbericht mit Handlungsempfehlungen. Leipzig. Online verfügbar: www.netzwerk-iq-sachsen.de/dok/VISS-Abschlussbericht.pdf, zuletzt abgerufen: 30.03.2017.
- Asbrock, Frank/Lemmer, Gunnar/Becker, Julia/Koller, Jeffrey/Wagner, Ulrich (2014): „Who are these foreigners anyway?“ - The content of the term foreigner and its impact on prejudice. *SAGE Open*, 4(2).
- Baruch, Yehuda/Budhwar, Pawan S./Khatri, Naresh (2007): Brain drain: Inclination to stay abroad after studies. *Journal of World Business*, 42(1).
- BBSR, Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (Hrsg.) (2015): Raumordnungsprognose 2035 nach dem Zensus. Online verfügbar: www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/Raumb Beobachtung/UEBERRaumb Beobachtung/Komponenten/Raumordnungsprognose/Download_ROP2035/DL_ROP2035_uebersicht.html;jsessionid=0A549C395E6F07EAC1E30AF9C0422438.live11291?nn=444934#doc1129830b odyText2., zuletzt abgerufen: 04.04.2017.
- BDA, Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, Bundesverband der Deutschen Industrie/Hochschulrektorenkonferenz (Hrsg.) (2014): Internationales Potenzial für Deutschlands Zukunft nutzen. Kompetenzen für Wissenschaft und Wirtschaft gewinnen. Berlin/Bonn.
- BMBF, Bundesministerium für Bildung und Forschung (Hrsg.) (2015): Wie sind die Kriterien für die Auswahl der Studierenden? Online verfügbar: www.deutschlandstipendium.de/de/1700.php, zuletzt abgerufen: 30.03.2017.
- BMAS, Bundesministerium für Arbeit und Soziales (Hrsg.) (2011): Fachkräftesicherung. Ziele und Maßnahmen der Bundesregierung. Berlin.
- BMI, Bundesministerium des Innern/Die Beauftragte der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration/DAAD – Deutscher Akademischer Austauschdienst (Hrsg.) (2012): Arbeitsmöglichkeiten von ausländischen Studierenden – was erlaubt ist und was zu beachten ist. Online verfügbar: www.bundesregierung.de/Content/DE/_Anlagen/IB/2012-11-08-merkblattarbeitsm%C3%B6glichkeiten.pdf?__blob=publicationFile, zuletzt abgerufen: 30.03.2017.
- BMI, Bundesministerium des Inneren (Hrsg.) (2017): Arbeitsmigration. Online verfügbar: www.bmi.bund.de/DE/Themen/Migration-Integration/Zuwanderung/Arbeitsmigration/arbeitsmigration_node.html, zuletzt abgerufen: 30.03.2017.
- Bundesagentur für Arbeit, Statistik/Arbeitsmarktberichterstattung (2016): Der Arbeitsmarkt in Deutschland – MINT-Berufe. Nürnberg. Online verfügbar: www.statistik.arbeitsagentur.de/Statischer-Content/Arbeitsmarktberichte/Branchen-Berufe/generische-Publikationen/Broschuere-MINT-2016.pdf, zuletzt abgerufen: 30.03.2017.
- Castells, Manuel (2002): The Internet Galaxy. Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford.
- Constant, Amelie/Massey, Douglas S. (2002): Return migration by German guestworkers: Neoclassical versus new economic theories. *International migration*, 40(4).
- DAAD, Deutscher Akademischer Austauschdienst (Hrsg.) (2016): Wissenschaft weltoffen. Daten und Fakten zur Internationalität von Studium und Forschung in Deutschland. Bielefeld. Online verfügbar: www.wissenschaftweltoffen.de/publikation/wiwe_2016_verlinkt.pdf, zuletzt abgerufen: 02.02.2017.
- DAAD, Deutscher Akademischer Austauschdienst (Hrsg.) (2014a): Wissenschaft weltoffen. Daten und Fakten zur Internationalität von Studium und Forschung in Deutschland. Bielefeld. Online verfügbar: www.wissenschaftweltoffen.de/publikation/wiwe_2014_verlinkt.pdf, zuletzt abgerufen: 02.02.2017.
- DAAD, Deutscher Akademischer Austauschdienst (Hrsg.) (2014b): Ergebnisbericht zur Evaluierung des DAAD-Programms – STIBET I und STIBET III Matching Funds. Bielefeld. Online verfügbar: www.daad.de/medien/der-daad/medien-publikationen/publikationen-pdfs/2014-06_stibet_00_dokmat_bd76.pdf, zuletzt abgerufen: 02.02.2017.

Diehl, Claudia/Preisendörfer, Peter (2007): Gekommen um zu bleiben? Bedeutung und Bestimmungsfaktoren der Bleibeabsicht von Neuzuwanderern in Deutschland. Soziale Welt.

Diller, Christian (2002): Zwischen Netzwerk und Institution. Eine Bilanz regionaler Kooperationen in Deutschland. Opladen.

Dömling, Martina & Pasternack, Peer (2014): Wer schon da ist, könnte auch bleiben. Internationale Studierende als künftiges Fachkräftepotenzial in ostdeutschen Regionen. In: Peer Pasternack (Hrsg.): Wissensregion Sachsen-Anhalt. Hochschule, Bildung und Wissenschaft: Die Expertisen aus Wittenberg. Leipzig. Online verfügbar: www.hof.uni-halle.de/dateien/pdf/Doemling_WHP_Bd.pdf, zuletzt abgerufen: 17.03.2017.

DSW, Deutsches Studentenwerk (Hrsg.) (2015): Welcome to Germany - really?: Wie Studierende aus dem Ausland unsere Willkommenskultur erleben. DSW-Journal 2015(3). Online verfügbar: www.studentenwerke.de/sites/default/files/dsw_journal_doppelseiten.pdf, zuletzt abgerufen: 17.02.2017.

Heublein, Ulrich/Richter, Johanna/Schmelzer, Robert/Sommer, Dieter (2014): Die Entwicklung der Studienabbruchquoten an den deutschen Hochschulen. Statistische Berechnungen auf der Basis des Absolventenjahrgangs 2012. In: Forum Hochschule 4/2014. Hannover.

Duschek, Stephan/Rometsch, Markus (2004): Netzwerktypologien im Anwendungsbereich Kompetenzentwicklung. In: QUEM, 13(3).

Esser, Hartmut (2004): Does the 'new' immigration require a 'new' theory of intergenerational integration? *International Migration Review*, 38(3).

Geis, Wido/Orth, Anja Katrin (2016): IW-Report 9-2016. Regionale Fachkräftesicherung durch Zuwanderung, Köln. Online verfügbar: www.iwkoeln.de/_storage/asset/274855/storage/master/file/9081093/download/IW-Report_2016-9-Fachkr%C3%A4ftezuwanderung-regional.pdf, zuletzt abgerufen: 31.01.2017.

Grützmaker, Judith/Willige, Janka (2016): Die Studiengangphase aus Studierendensicht. Ergebnisse aus dem Studienqualitätsmonitor 2015. Hannover. Online verfügbar: www.dzhw.eu/pdf/21/2016-07-04_sqm-jahresbericht-2015.pdf, zuletzt abgerufen: 20.02.2017.

HRK, Hochschulrektorenkonferenz (2012): Bericht der HRK-Arbeitsgruppe „Europäische Studienreform“. Bonn. Online verfügbar: www.hrk.de/fileadmin/redaktion/hrk/02-Dokumente/02-03-Studium/02-03-01-Studium-Studienreform/HRK_Bericht_Studienreform.pdf, zuletzt abgerufen: 18.02.2017.

IAW, Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung (2017): KMU als Partner regionaler Fachkräftenetzwerke. Online verfügbar: www.fachkraeftebuero.de/fileadmin/user_upload/IB_Themenstudie_Kurzfassung_Final.pdf, zuletzt abgerufen: 19.02.2017.

Meschter, Diana/Meyer zu Schwabedissen, Friederike/Pott, Andreas (2015): Bildungsmigranten in der Region. Instrumente und Handlungsempfehlungen zur Unterstützung des Berufseinstieges von internationalen Studierenden mit deutschem Hochschulabschluss, Policy Brief, Universität Osnabrück. Osnabrück.

Roessler, Isabel/Duong, Sindy/Hachmeister, Cort-Denis (2016): Welche Missionen haben Hochschulen? Third Mission als Leistung der Fachhochschulen für die und mit der Gesellschaft, Centrum für Hochschulentwicklung (CHE). Gütersloh.

Sautter, Björn (2004): Regionale Cluster. Konzept, Analyse und Strategie zur Wirtschaftsförderung. In: *Standort - Zeitschrift für Angewandte Geographie*, 28(2).

Scott, Colin/Safdar, Saba/Trilokekar, Roopa Desai/El Masri, Amira (2015): International Students as „Ideal Immigrants“ in Canada: A Disconnect between Policy Makers' Assumptions and the Lived Experiences of International Students, in: *Comparative and International Education/Éducation Comparée et Internationale*, 43(3).

Sternberg, Rolf (1999): Innovative Netzwerke und Regionalentwicklung. In: Akademie für Raumforschung und Landesplanung (Hrsg.): Europäische Einflüsse auf die Raum- und Regionalentwicklung am Beispiel des Naturschutzes, der Agenda 2000 und des regionalen Milieus. Hannover.

StatBA, Statistisches Bundesamt (2015). Ausländische Bevölkerung. Online verfügbar: www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/MigrationIntegration/AuslaendischeBevoelkerung/Tabellen/Bundeslaender.html, zuletzt abgerufen 28.03.2017.

StaBa, Statistisches Bundesamt (2017). Studierende an Hochschulen - Vorbericht. Online verfügbar: www.destatis.de/DE/Publikationen/Thematisch/BildungForschungKultur/Hochschulen/StudierendeHochschulen-Vorb2110410178005.xlsx?__blob=publicationFile, zuletzt abgerufen: 28.03.2017.

Stifterverband (2016): Hochschul-Bildungs-Report 2020: Hochschulbildung für die Arbeitswelt 4.0. Essen. Online verfügbar: hochschulbildungsreport2020.de/download/file/fid/141, zuletzt abgerufen: 30.01.2017.

Stifterverband (2015): Hochschul-Bildungs-Report 2020: Internationale Bildung. Essen. Online verfügbar: hochschulbildungsreport2020.de/download/file/fid/40, zuletzt abgerufen: 30.01.2017.

SVR, Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (2011). Vom internationalen Studierenden zum hochqualifizierten Zuwanderer: Ein Vergleich der rechtlichen Rahmenbedingungen in fünf Staaten der Europäischen Union. Berlin. Online verfügbar: www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2014/11/Studie-Value-Migration-Nov-2011.pdf, zuletzt abgerufen: 17.03.2017.

SVR, Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (2012): Mobile Talente? Ein Vergleich der Bleibeabsichten internationaler Studierender in fünf Staaten der Europäischen Union, Berlin. Online verfügbar: www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2012/04/Studie_SVR-FB-Mobile-Talente.pdf, zuletzt abgerufen: 02.02.2017.

SVR, Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (Hrsg.) (2015): Zugangstor Hochschule. Internationale Studierende als Fachkräfte von morgen gewinnen, Berlin. Online verfügbar: www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2015/06/Studie_Zugangstor-Hochschule_SVR-FB_Web.pdf, zuletzt abgerufen: 02.02.2017.

SVR, Forschungsbereich beim Sachverständigenrat deutscher Stiftungen für Integration und Migration (Hrsg.) (2016): Engagiert gewinnt. Bessere Berufschancen für internationale Studierende durch Praxiserfahrungen. Berlin. Online verfügbar: www.svr-migration.de/wp-content/uploads/2016/02/Policy-Brief_Engagiert_gewinnt.pdf, zuletzt abgerufen: 02.02.2017.

Times Higher Education (Hrsg.) (2016): World Reputation Ranking. Online verfügbar: www.timeshighereducation.com/news/world-university-rankings-2016-2017-results-announced, zuletzt abgerufen: 01.02.2017.

WIAS, Weierstraß-Institut für Angewandte Analysis und Stochastik (2016): Jahresreport 2016. Berlin.

