

**Kleine Anfrage zur schriftlichen Beantwortung mit Antwort**

Anfrage der Abgeordneten Aygül Özkan und Jörg Hillmer (CDU), eingegangen am 08.07.2014

**Ausländische Studentinnen und Studenten in Niedersachsen - Erkennt und nutzt die Landesregierung die Potenziale?**

Die demografische Entwicklung stellt das Land Niedersachsen vor große Herausforderungen. Um dem wachsenden Fachkräftebedarf gerecht zu werden, benötigen Wirtschaft und Gesellschaft hervorragend ausgebildete junge Menschen. Großes Potenzial bietet die Zuwanderung von Fachkräften. Erste Schritte in diese Richtung waren die Verabschiedung des Anerkennungsgesetzes im April 2012, welches das Verfahren zur Bewertung ausländischer Berufsqualifikationen im Zuständigkeitsbereich des Bundes vereinfacht, vereinheitlicht und für bisher nicht anspruchsberechtigte Zielgruppen öffnet, sowie das Landesgesetz im Dezember 2012 für die landesrechtlich geregelten Berufe.

An den Hochschulen in Niedersachsen sind zahlreiche ausländische Studentinnen und Studenten immatrikuliert. Da ein Großteil der Studierenden nach Abschluss des Studiums wieder in das jeweilige Heimatland zurückkehrt, gehen Niedersachsen viele junge Talente verloren, obwohl das Land für die entsprechenden Ausbildungskosten aufkommt. Um Handlungsnotwendigkeiten erkennen zu können, ist es unabdingbar, sich zuvor ein genaues Bild von der aktuellen Situation zu machen.

Daher frage ich die Landesregierung:

1. Wie viele ausländische Studierende gibt es in Niedersachsen insgesamt sowie aufgeschlüsselt nach einzelnen Hochschulen und einzelnen Studiengängen?
2. Wie viele ausländische Studierende sind über das „Erasmus-“ bzw. „Erasmus+“-Programm der Europäischen Union an den Hochschulen in Niedersachsen immatrikuliert?
3. Wie hoch ist der prozentuale Anteil ausländischer Studierender an der Gesamtzahl der Studierenden insgesamt und aufgeschlüsselt nach einzelnen Hochschulen?
4. Ist der Landesregierung bekannt, dass im Koalitionsvertrag zwischen CDU/CSU und SPD auf Bundesebene das Ziel festgeschrieben wurde, die Zahl ausländischer Studierender um etwa ein Drittel auf 350 000 zu erhöhen, und welche Maßnahmen zur Erreichung dieses Ziels führt die Landesregierung durch bzw. plant die Landesregierung?
5. Wie gestaltet sich diesbezüglich die Zusammenarbeit mit den einzelnen Hochschulen?
6. Welche Maßnahmen des Hochschulmarketings führen die einzelnen Hochschulen in Niedersachsen zur Anwerbung ausländischer Studierender durch?
7. Werden Marketingmodelle einzelner Hochschulen zur Anwerbung ausländischer Studierender im Sinne des Best Practice besonders gefördert?
8. Welche weitergehenden Maßnahmen zur Unterstützung einzelner Hochschulstandorte zur Anwerbung ausländischer Studierender führt die Landesregierung durch bzw. plant die Landesregierung?
9. Wie viele ausländische Studierende verbleiben nach Abschluss des Studiums in Deutschland und werden in den hiesigen Arbeitsmarkt integriert?
10. Welche Maßnahmen führen die Landesregierung sowie die einzelnen Hochschulen durch, um die Zahl der aus dem Ausland stammenden und nach ihrem Studienabschluss in Deutschland verbleibenden jungen Talente zu erhöhen?

(An die Staatskanzlei übersandt am 16.07.2014 - II/725 - 839)

**Antwort der Landesregierung**

Niedersächsisches Ministerium  
für Wissenschaft und Kultur  
- M - 01 420-5/839 -

Hannover, den 16.10.2014

Internationalisierung ist von grundlegender Bedeutung für den Wissenschafts- und Forschungsbereich. Nur international profilierte und vernetzte Hochschulen können im globalen Wettbewerb bestehen, die klügsten Köpfe anwerben und ihre Konkurrenzfähigkeit unter Beweis stellen. Die Mobilität ausländischer Studierender sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler trägt zur institutionellen Internationalisierung der Hochschulen und gleichzeitig zur Sicherung des wachsenden Fachkräftebedarfs in Wissenschaft und Wirtschaft bei.

Die besondere Berücksichtigung der Belange ausländischer Studierender ist im Rahmen der Förderung der internationalen Zusammenarbeit im Hochschulbereich und des Austauschs zwischen deutschen und ausländischen Hochschulen gemäß § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 des Niedersächsischen Hochschulgesetzes (NHG) eine Aufgabe der Hochschulen.

Den niedersächsischen Studentenwerken obliegt daneben gemäß § 68 Abs. 2 NHG die wirtschaftliche, gesundheitliche, soziale und kulturelle Förderung und Beratung von Studierenden. Zu ihren Aufgaben gehören dabei insbesondere der Betrieb von Wohnheimen, Mensen, Cafeterien und Betreuungseinrichtungen für Kinder von Studierenden. Alle Einrichtungen und die Unterstützungs- und Beratungsangebote der Studentenwerke stehen dabei allen immatrikulierten Studierenden unabhängig von ihrer Nationalität zur Verfügung. Wichtige Ansprechpartner für die Studierenden aus Nicht-EU-Staaten sind außerdem die Akademischen Auslandsämter oder International Offices der Hochschulen, die neben der Beratung über die für die Einschreibung an der jeweiligen Hochschule notwendigen Schritte auch auf darüber hinausgehende Fragen zum Studium und Aufenthalt in Niedersachsen eingehen.

Die Anwerbung ausländischer Studierender für ein Studium in Niedersachsen unter entsprechenden flankierenden Rahmenbedingungen ist eine sinnvolle Maßnahme, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Dafür werden u. a. die Studienangebote in englischer Sprache von den Hochschulen weiter ausgebaut und verstärkt Studiengänge mit Double- oder Joint-Degree-Abschluss entwickelt.

Zur Beantwortung der Kleinen Anfrage wurden die Hochschulen um Stellungnahme gebeten. Die Fragen 1 bis 3 werden bezogen auf das Wintersemester (WiSe) 2013/2014 beantwortet, da aktuellere Zahlen noch nicht zur Verfügung stehen.

Dies vorausgeschickt werden die Fragen namens der Landesregierung wie folgt beantwortet:

Zu 1:

Im Wintersemester 2013/2014 gab es 16 368 ausländische Studierende an den niedersächsischen Hochschulen. Spitzenreiter mit rund 3 300 ausländischen Studierenden ist die Universität Göttingen, gefolgt von der Universität Hannover (rund 2 700) und der Technischen Universität Braunschweig (etwas mehr als 2 000). Eine Aufstellung der ausländischen Studierenden für alle niedersächsischen Hochschulen kann der **Anlage 1** entnommen werden.

Eine Auswertung der ausländischen Studierenden in der Kombination der Merkmale „Hochschule“ und „Studiengang“ ergäbe eine Tabelle mit mehreren 100 000 Zellen, die nicht mehr darstellbar ist.

Zu 2:

Es wird gebeten, die Antwort den nachstehenden Rückmeldungen der Hochschulen zu entnehmen.

Hochschule	Zahl der ausländischen Studierenden im „Erasmus-“ bzw. „Erasmus+“-Programm der Europäischen Union im WiSe 2013/2014
Technische Universität Braunschweig	145
Technische Universität Clausthal	52
Universität Hannover	331
Medizinische Hochschule Hannover	16
Universität Oldenburg	35
Universität Osnabrück	67
Hochschule für Bildende Künste Braunschweig	12
Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover	20
Universität Vechta	8
Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel	14
Hochschule Hannover	58
Hochschule Hildesheim/Holzwinden/Göttingen	20
Hochschule Emden/Leer	17
Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth	30
Universität Göttingen	231
Tierärztliche Hochschule Hannover	11
Universität Hildesheim	82
Universität Lüneburg	37
Hochschule Osnabrück	58

Zu 3:

Der prozentuale Anteil der ausländischen Studierenden an der Gesamtzahl der Studierenden im Wintersemester 2013/2014, differenziert nach Hochschulen, ist in der **Anlage 2** abgebildet. Bei den staatlichen Hochschulen ist der höchste Prozentanteil an der Hochschule für Musik, Theater und Medien Hannover (31,2 %), gefolgt von der Technischen Universität Clausthal (28,1 %) zu verzeichnen.

Zu 4:

Das Ziel, die Zahl ausländischer Studierender um ein Drittel auf ca. 350 000 zu steigern, ist nicht nur im Koalitionsvertrag zwischen CDU/CSU und SPD festgelegt, sondern ist auch Bestandteil der Strategie für die Internationalisierung der Hochschulen in Deutschland, die die Wissenschaftsministerinnen und Wissenschaftsminister im Rahmen der Gemeinsamen Wissenschaftskonferenz (GWK) in 2013 verabschiedet haben. Die Umsetzung der Internationalisierungsstrategie erfolgt durch den Bund und die Länder in eigener Verantwortlichkeit im Rahmen der verfassungsmäßigen Zuständigkeiten und unter Respektierung der Hochschulautonomie. Im Hochschulentwicklungsvertrag wird in § 1 „Leitlinien der Hochschulentwicklung in Niedersachsen“ explizit Bezug auf die Internationalisierungsstrategie der GWK genommen, indem die Hochschulen erklären, ihre strategische Internationalisierung auf Grundlage der vorgenannten Internationalisierungsstrategie auf allen Ebenen weiter zu forcieren. Dazu zählt demnach auch das Ziel, die Zahl ausländischer Studierender sukzessiv zu erhöhen. In den zurzeit laufenden Zielvereinbarungsverhandlungen zwischen dem Ministerium für Wissenschaft und Kultur (MWK) und den Hochschulen wird Internationalisierung zudem als eine wichtige strategische Zielsetzung der Hochschulen definiert, worunter auch die verstärkte Anwerbung ausländischer Studierender subsumiert wird. Neben der Schaffung von (rechtlichen) Rahmenbedingungen, mit denen die Hochschulen bei der Anwerbung ausländischer Studierender unterstützt werden, stellt MWK den Hochschulen dafür auch finanzielle Mittel zur Verfügung. Mit dem von MWK aufgelegten Programm „Willkommen in Niedersachsen (WiN)“ werden den Hochschulen jährlich Haushaltsmittel für deren Internationalisierung zugewiesen. Diese kommen besonderen Internationalisierungsmaßnahmen der Hochschulen zugute. Dazu zählen u. a. Zuschüsse für innovative Anreizmaßnahmen der Hochschulen zur Anwerbung von ausländischen Studierenden sowie Zuschüsse für kurzzeitige „Orientierungs“-Tutorien für ausländische Studierende zu Beginn ihres Aufenthaltes an einer niedersächsischen Hochschule. Bezüglich der innovativen

Anreizmaßnahmen können Projekte gefördert werden, mit denen ausländische Studierende für bis zu zehn Tage an eine niedersächsische Hochschule eingeladen werden. Während des Aufenthalts sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer nicht nur die Hochschule kennenlernen, sondern es soll ihnen durch ein entsprechendes Rahmenprogramm auch Niedersachsen als mögliches Zielland für ein Auslandsstudium nähergebracht werden. Mit den Zuschüssen für kurzzeitige „Orientierungs“-Tutorien wird die Kurzzeitbetreuung von ausländischen Studierenden zu Beginn ihres Aufenthalts an einer niedersächsischen Hochschule gefördert. Die Anwerbung ausländischer Studierender durch die Hochschulen wird auch durch die Ausgestaltung der Leistungsbezogenen Mittelzuweisung flankiert, da die sogenannten Bildungsausländerinnen und Bildungsausländer einen eigenen Leistungsparameter darstellen. Damit werden konkrete finanzielle Anreize für die Anwerbung ausländischer Studierender gesetzt.

Wie eingangs erwähnt, ist in § 3 Abs. 1 Satz 1 Nr. 5 NHG festgelegt, dass die Förderung der internationalen Zusammenarbeit im Hochschulbereich und des Austausches zwischen deutschen und ausländischen Hochschulen, unter besonderer Berücksichtigung der Belange ausländischer Studierender, originäre Aufgaben der Hochschulen sind. Um die Hochschulen dabei zu unterstützen und dadurch die Bereitstellung internationaler und interkultureller Lernangebote sowie die Weiterentwicklung von Studiengängen im Sinne der Internationalisierungsstrategie zu forcieren, stellt MWK den Hochschulen jährlich Mittel zur Verfügung, die vornehmlich zur Unterstützung der internationalen Profilbildung der Hochschulen und der interregionalen Hochschulzusammenarbeit vorgesehen sind. Konkret werden mit diesen Mitteln internationale Projekte der Hochschulen gefördert, wie beispielsweise Reisen zur Anbahnung von wissenschaftlichen Kooperationen und Planungen von internationalen Studiengängen mit ausländischen Partnern. Insgesamt werden die Hochschulen durch die vorgenannten Maßnahmen bei der Anwerbung ausländischer Studierender gezielt seitens des Landes unterstützt.

Zu 5:

Wie bereits in der Antwort zu Frage 4 ausgeführt, werden die Hochschulen bei der Anwerbung ausländischer Studierender durch verschiedene Rahmenbedingungen und Maßnahmen seitens MWK unterstützt. Dabei bleibt es in erster Linie den Hochschulen selbst überlassen, welche Instrumente sie zu ihrer Internationalisierung und zur Anwerbung ausländischer Studierender ergreifen. Im Rahmen von halbjährlichen Regionalkonferenzen der Leiterinnen und Leiter der Akademischen Auslandsämter der Hochschulen aus Niedersachsen und Bremen, an denen in der Regel Vertreterinnen und Vertreter des MWK teilnehmen, werden regelmäßig alle international relevanten Fragestellungen diskutiert, wie auch die Anwerbung ausländischer Studierender. Bei den Zielvereinbarungsgesprächen findet ebenso ein Austausch zwischen Hochschulen und MWK zu dieser Thematik statt. Hinsichtlich der Förderlinie „Willkommen in Niedersachsen (WiN)“ werden die Förderentscheidungen von einem Beirat getroffen, dem Vertreter der Akademischen Auslandsämter der Hochschulen und des MWK angehören. Nach Entscheidung des Beirates werden die Mittel dem EU-Hochschulbüro der Universität Hannover zugewiesen, welches die Mittel dann an die beteiligten Einrichtungen weiterleitet. Damit ist ein unmittelbarer Kontakt zwischen MWK und Hochschulen im Bereich der Anwerbung ausländischer Studierender sichergestellt.

Zu 6:

Es wird gebeten, die Maßnahmen den nachstehenden Rückmeldungen der Hochschulen zu entnehmen.

Technische Universität Braunschweig:

- Rekrutierung von internationalen Studierenden auf Auslandsmessen,
- Angebot von Dual-Degree-Studiengängen in Kooperation mit ausgewählten internationalen Partnern,
- Besuch von deutschen Auslandsschulen und Durchführung von Studieninformationstagen,
- geplant: Einsatz von Braunschweiger Studierenden, die eine deutsche Auslandsschule besucht haben, als Botschafter für Rekrutierungs- und Marketingveranstaltungen vor Ort,

- Durchführung der TU9<sup>1</sup>-Ing-Woche in Kooperation mit anderen TU9-Hochschulen (in und außerhalb von Niedersachsen): Schnupperwochen für Studierende deutscher Auslandsschulen (Probestudium, Teilnahme an Laboren, Besuch von Forschungsinstituten, Treffen mit Braunschweiger Studierenden, Rahmenprogramm).

#### Technische Universität Clausthal:

- Teilnahme an Multiplikatorenmessen (NAFSA<sup>2</sup>, EAIE<sup>3</sup>, APAIE<sup>4</sup>),
- Teilnahme an Bildungsmessen im Ausland,
- Teilnahme an Informationsveranstaltungen von deutschen Schulen im Ausland, Besuche an deutschen Schulen, Kooperationsverträge mit deutschen Schulen,
- Erstellung von mehrsprachigem Informations- und Werbematerial,
- Zweisprachiger Internetauftritt (deutsch/englisch - allerdings noch nicht durchgängig umgesetzt),
- Durchführung einer jährlichen „International Staff Training Week“ für Personal von Partnerhochschulen zum besseren Kennenlernen der Hochschule und zur weitergehenden internationalen Vernetzung.

#### Universität Hannover:

- Teilnahme an internationalen Bildungsmessen zusammen mit TU9 in Russland, Südostasien, Lateinamerika. Hochschulkooperationen mit Sonderprogrammen (Vietnam, China, Indien) zur Anwerbung von Masterstudierenden in den Ingenieurwissenschaften,
- Etablierung von Double Degrees im Masterbereich und englischsprachigen Masterstudiengängen,
- Anwerbung von Schülerinnen und Schülern von PASCH<sup>5</sup> und DSD2<sup>6</sup>-Schulen durch Teilnahme am BIDS<sup>7</sup> Programm des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) sowie von Deutschen Internationalen Schulen (zusammen mit den neun führenden Technischen Universitäten Deutschlands „TU9“).

#### Medizinische Hochschule Hannover:

An der Hochschule existieren in den grundständigen Studiengängen keine gesonderten Maßnahmen. In den Promotionsstudiengängen der „Hannover Biomedical Research School (HBRS)“ findet in enger Kooperation mit dem DAAD ein gezieltes Rekrutierungsprogramm ausländischer Kandidatinnen und Kandidaten statt bis hin zu jährlich durchgeführten Auswahlinterviews in Indien und China.

#### Universität Oldenburg:

- Einrichtung und Pflege einer Facebookgruppe für internationale Studierende,
- Werbe- und Infobroschüren,
- internationales Sommerfest als Angebot für Incomings auch vor dem Hintergrund, dass diese an ihren Heimathochschulen für die Universität Oldenburg unter ihren Kommilitoninnen und Kommilitonen werben,
- einzelne Studiengänge nutzen Studierende, die auf Heimatbesuch sind, gezielt für Werbezwecke an Hochschulen,
- Give-Aways,
- Besuch von Netzwerkkonferenzen,
- Gemeinsamer Niedersachsenstand auf der EAIE und der NAFSA,
- Besuche einzelner Partnerhochschulen,

<sup>1</sup> German Institutes of Technology

<sup>2</sup> Association international Educators

<sup>3</sup> European Association for International Education

<sup>4</sup> Asia-Pacific Association for International Education

<sup>5</sup> Initiative „Schulen: Partner der Zukunft“

<sup>6</sup> Schulen bieten das Deutsche Sprachdiplom an

<sup>7</sup> BetreuungslInitiative Deutsche Auslands- und PartnerSchulen

- Outgoings/Stipendiatinnen und Stipendiaten werden zu Botschafterinnen und Botschaftern der Uni Oldenburg an Partnerhochschulen,
- Werbemaßnahmen, z. B. bei International days, Stipendienprogramme,;
- gezielte internationale Öffentlichkeitsarbeit: Ausschreibung eines hochschulinternen „Preis der Internationalisierung“ erstmalig im Jahr 2013.

#### Universität Osnabrück:

An der Hochschule wird ein interkulturelles Mentoringprogramm (imos) angeboten. imos hat sich zum Ziel gesetzt, die Studiensituation internationaler Studierender zu verbessern. Die internationalen Studierenden werden bei der Integration in die deutsche Kultur und bei dem Einstieg in das deutsche Universitätssystem von deutschen Studierenden und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern (Mentorinnen und Mentoren) individuell und unter Berücksichtigung ihres kulturellen Hintergrunds unterstützt.

Die Internetseite der Hochschule bietet weitreichende Informationen für Studieninteressierte aus dem Ausland, sowohl zum Bewerbungs- und Zulassungsverfahren als auch zu den angebotenen Studiengängen und den Service- und Freizeitangeboten. Fast alle Informationen sind auch in englischer Sprache verfügbar. Darüber hinaus wird eine umfassende Beratung für ausländische Studieninteressierte angeboten (Telefon, E-Mail, persönlich).

Daneben soll der Anteil der englischsprachigen Masterstudiengänge erhöht werden.

#### Hochschule für Bildende Künste Braunschweig:

Bei Veränderungen wie beispielsweise der Neugestaltung der Homepage, ist eine englischsprachige Ausgabe im Gespräch. Entsprechendes gilt für englischsprachige Studienangebote.

#### Universität Vechta:

- Gezielte Ansprache von Partnerhochschulen,
- englischsprachiger Webauftritt,
- englischsprachige Informationsmaterialien.

#### Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel:

Die Anwerbung ausländischer Studierender erfolgt derzeit im Wesentlichen durch Kooperationen mit ausländischen Partnerhochschulen. Die jeweiligen Betreuerinnen und Betreuer der Hochschulkooperation in den Fakultäten werben anlässlich von Besuchen, Gastvorträgen oder Exkursionen mit Studierenden bei den Partnerhochschulen für ein Studium oder einen Studienaufenthalt an der Hochschule.

#### Hochschule Hannover:

Projekte/Maßnahmen, die gezielt auf die Anwerbung von ausländischen Studieninteressierten und Studierenden ausgerichtet sind, bestehen an der Hochschule nicht.

#### Hochschule Hildesheim/Holzmanden/Göttingen:

Die Beteiligung an großen internationalen Hochschulmessen (NAFSA; EAIE, u. a.) als einer Form des Hochschulmarketings hat für die Hochschule nicht die gewünschten Erfolge gezeigt. Die Hochschule praktiziert deshalb Maßnahmen der Anwerbung von Bildungsausländerinnen und Bildungsausländern, die jeweils fach- und zielorientiert auf die internationale strategische Ausrichtung einer Fakultät entsprechend der gesetzten Länderschwerpunkte erfolgt. In nicht wenigen Fällen kehren internationale Studierende, die sich zunächst in Austauschprogrammen wie Erasmus, ISAP (Programm Internationale Studien- und Ausbildungspartnerschaften beim DAAD), Stibet (Stipendien- und Betreuungsprogramm beim DAAD), etc. an der Hochschule aufgehalten haben, später an die Hochschule zwecks eines Doppelabschlusses oder eines weiterführenden Studiums im Master zurück. Darüber hinaus hat die Hochschule den Kodex der Hochschulrektorenkonferenz Ausländerstudium unterzeichnet.

Die Anwerbung von Bildungsausländerinnen und Bildungsausländern an eher kleineren Hochschulstandorten gelingt am ehesten durch ein interessantes, nachgefragtes und eher spezielles Fächerangebot, das optimalerweise in Englisch angeboten wird, ergänzt durch ein gutes Welcome-

/Serviceangebot bezüglich Orientierung, Betreuung, Unterbringung, etc. seitens des Akademischen Auslandsamts. Erfolgt das Studium auf Deutsch, ist das Vorhandensein eines Propädeutikums am Studienstandort bzw. das Angebot qualifizierter Deutschkurse für den Hochschulzugang oft auswahlentscheidend.

#### Hochschulen Emden/Leer:

- International Office: Staff Mobility Angebote (Staff Weeks in Emden und Mitarbeitereteiligungen an gleichen im Ausland/Partnerhochschulen), EAIE Konferenzen, „Meet our Students“: Profile von Internationalen Studierenden und Erfahrungsberichte auf der Website des International Office,
- Studiengang Technical Management (M.Eng.): verstärkte Studiengangpräsenz in DAAD Broschüre „International Masterprogrammes in Germany“, Errichtung einer Vollzeitstelle zur Kontaktpflege zu internationalen TM-Studienbewerberinnen,
- Zentrale Studienberatung: Studium-Orientierungsmessen für nationale und internationale Studieninteressierte, Projektarbeit Emsregion „Studieren, eine Alternative für Sie?“ in Kooperation mit der Hochschule Emden/Leer und der Historisch Ökologischen Bildungsstätte (HÖB).

#### Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth:

An der Hochschule werden folgende Maßnahmen des Hochschulmarketings durchgeführt:

- Regelmäßige Besuche ausgewählter Partnerhochschulen, von denen eine größere Anzahl ausländischer Studienbewerberinnen und Studienbewerber an die Hochschule kommt, wie z. B. in Hefei, China,
- Durchführung eines „Studiums auf Probe“ für ausländische Schülerinnen und Schüler,
- Verleihung von Motivationsstipendien für das erste Studienjahr an ausgewählte „DSD Schülerinnen und Schüler“, also Schülerinnen und Schüler, die über das Deutsche Sprachdiplom verfügen,
- Einsatz von erfolgreichen ausländischen Studierenden als Multiplikatoren zu Schulbesuchen im Ausland,
- Webseite und Flyer in deutscher und englischer Sprache; Präsentation von für ausländische Studierende interessanten Studienangeboten in DAAD Broschüren,
- Versendung von Informationsmaterial an DAAD Außenstellen, Goethe-Institute und Studienkollegs.

#### Universität Göttingen:

- Entwicklung englischsprachiger zielgruppenorientierter und regionalspezifischer Print-Produkte,
- Werbung auf ausgewählten nationalen und internationalen Messen für ihr Studienangebot,
- Intensivierung der Beziehung zu den internationalen Alumni,
- Ausbau der Präsentation ihrer Studienangebote im Netz (sowohl auf der eigenen Webseite als auch auf externen Infoportalen),
- Pflege englischsprachiger Profile der Universität in Social Media (Facebook, Youtube),
- die Universität unterstützt ihre Fakultäten und Einrichtungen, ausländischen Studierenden in Göttingen positive Erfahrungen zu vermitteln.

#### Tierärztliche Hochschule Hannover:

Projekte/Maßnahmen, die gezielt auf die Anwerbung von ausländischen Studieninteressierten und Studierenden ausgerichtet sind, bestehen an der Hochschule nicht.

#### Universität Hildesheim:

Ausländische Studierende werden zum einen über den Internetauftritt der Universität angeworben. Die Seiten des International Office sind auf Deutsch und Englisch verfügbar, die Seiten der einzelnen Studiengänge sind teilweise auf Englisch verfügbar und werden sukzessive übersetzt. Der virtuelle Auftritt wird durch Printmaterial und die Präsenz auf Hochschulmessen (durchgeführt von der Zentralen Studienberatung) ergänzt.

Um die Zusammenarbeit mit der Türkei auszubauen und verstärkt türkischstämmige Studienbewerberinnen und Studienbewerber anzuwerben, hat die Universität in der Vergangenheit bereits an dem Programm BIDS teilgenommen, in dessen Rahmen türkische Schülerinnen und Schüler der TAKEV-Schule in Izmir für eine Probestudienwoche an der Universität Hildesheim zu Gast waren. Im Gegenzug haben Vertreterinnen und Vertreter der Universität Hildesheim im Folgejahr die TAKEV-Schule besucht, um die Kooperation der Institutionen zu intensivieren und für ein Studium an der Universität Hildesheim zu werben. Im Zuge dieses Besuchs wurde die Universität auch auf einer Hochschulmesse in Izmir präsentiert.

Universität Lüneburg:

Das Marketing entwickelt neben klassischen Instrumenten des Hochschulmarketings insbesondere spezifische Zielgruppen-Ansprachen über unterschiedliche Online-Kanäle.

Hochschule Osnabrück:

- Teilnahme an internationalen Bildungsmessen (NAFSA, EAIE);
- Aufbau zielgruppenorientierter englischsprachiger Internetauftritt;
- Erstellung von Printmaterialien;
- Entwicklung und Umsetzung einer Strategie für internationales Marketing (2014).

Zu 7:

MWK unterstützt die Hochschulen kontinuierlich im Bereich des internationalen Bildungsmarketings. Seit mehreren Jahren werden die Auftritte der Hochschulen auf der internationalen Bildungsmesse NAFSA (Association of International Educators) und dem europäischen Pendant EAIE (European Association for International Education) seitens MWK finanziell gefördert. Damit wird den Hochschulen die Möglichkeit eröffnet, bestehende Kontakte zu internationalen Partnereinrichtungen zu pflegen und neue Kontakte anzubahnen. Des Weiteren erhalten die Hochschulen Impulse für innovative Ideen hinsichtlich ihrer eigenen Internationalisierung. Die regelmäßige Teilnahme und Präsenz niedersächsischer Hochschulen auf der NAFSA und der EAIE trägt in erheblichem Maße dazu bei, ausländische Studierende sowie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler zu rekrutieren und den internationalen Bekanntheitsgrad des Wissenschafts- und Forschungsstandortes Niedersachsen nachhaltig zu steigern. Die TU9-Ing-Woche der Technischen Universität Braunschweig in Kooperation mit anderen TU9-Hochschulen (s. Antwort zu Frage 6) wurde im Rahmen des BIDS-Programms des DAAD gefördert.

Die Universität Göttingen hat im November 2012 beim MWK einen Antrag auf Förderung ihrer institutionellen Strategie gestellt, der nach positiver Evaluation durch die Wissenschaftliche Kommission Niedersachsen im Februar 2013 bewilligt wurde. In diesem Rahmen steht für internationales Marketing ein Sachmittelbudget von 50 000 Euro pro Jahr zur Verfügung.

Zu 8:

In Anbetracht der aufgeführten Maßnahmen, mit denen MWK die Hochschulen bei der Anwerbung ausländischer Studierender unterstützt, wird derzeit keine Notwendigkeit weiterer Unterstützungsmaßnahmen gesehen.

Zu 9:

Der Landesregierung liegen hierzu keine Erkenntnisse vor, da im Rahmen der laufenden Bevölkerungsstatistik zwar Wanderungsbewegungen verarbeitet, etwaig vorhandene Studienabschlüsse oder auch andere Angaben zur Ausbildung hierbei aber nicht erhoben werden.

Zu 10:

Es wird gebeten, die Maßnahmen der Hochschulen den nachstehenden Rückmeldungen zu entnehmen.

Technische Universität Braunschweig:

Die TU Braunschweig bietet allen ihren Studierenden und Promovierenden, gleich welcher nationalen Herkunft bzw. welchen Studienhintergrundes oder -fortschrittes, einen „Career Service“. Ziel des Career Service ist es, unter Berücksichtigung der jeweils individuellen Interessen und Möglich-



keiten auf das Berufsleben vorzubereiten und Chancen auf dem Arbeitsmarkt zu erhöhen. Das geschieht in enger Zusammenarbeit mit Partnern aus der Wirtschaft. Der überwiegende Teil dieser Partner hat seinen Hauptsitz oder zumindest einen Standort in Niedersachsen.

Zu den Angeboten, die teilweise jedes Semester, mindestens aber einmal im akademischen Jahr angeboten werden, gehören u. a.

- Workshops und Informationsveranstaltungen zu den einzelnen Phasen des Bewerbungsprozesses (z. B. Gruppenberatungen zu schriftlichen Bewerbungen im deutschsprachigen Raum, Assessment Center Trainings, „Business Knigge - Dos and Don'ts im Job“),
- Soft Skill Trainings (z. B. „Business Knigge - Dos and Don'ts im ersten Job“, „Präsenz und Ausstrahlung“, „Fit für den Job beim Global Player“),
- Exkursionen und Berufsfeldvorstellungen (u. a. in Partnerschaft mit Lufthansa Technik AG, Volkswagen AG, Miele & Cie. KG, Fraunhofer - Institut für Schicht- und Oberflächentechnik, aber auch mit vielen mittelständischen Unternehmen, um diesen für Deutschland und Niedersachsen zentral wichtigen Wirtschaftsfaktor erfahrbar zu machen).

Daneben bietet der Career Service eine Online-Jobbörse und Mentoring-Programme, um sich über einen längeren Zeitraum von ca. einem Jahr mit einer lebens- und arbeitserfahrenen Person aus dem Berufsleben über Fragen der Tätigkeitswahl und des Berufseinstiegs auszutauschen und ein persönliches Netzwerk aufzubauen. Schließlich besteht die Möglichkeit zu einer intensiven Einzelberatung - auch in englischer Sprache - bei Fragen der Berufs- oder Arbeitgeberwahl oder für die Erarbeitung einer persönlichen Bewerbungsstrategie. Und es wird regelmäßig die Broschüre „Karrierestart in Deutschland? Informationen für ausländische Hochschulabsolventen aus Drittstaaten“ der AGEF gGmbH an internationale Studierende sowie angehende Absolventinnen und Absolventen ausgegeben. Hier erhalten diese konkrete Hinweise für die aktive Planung und Umsetzung ihrer Karriereplanung (auch zu gesetzlichen Bestimmungen beim Aufenthaltsrecht, Bedingungen zur Aufnahme verschiedener Arten von Erwerbstätigkeit, etc.).

#### Technische Universität Clausthal:

Jährlich Durchführung der Karrieremesse „Hochsprung“.

#### Universität Hannover:

Der Career Service der Hochschule bietet Bewerbungstrainings an.

#### Medizinische Hochschule Hannover:

Frühe Bindung der Studierenden der „Hannover Biomedical School (HBRS)“ an Forschungslabore/wissenschaftliche Arbeitsgruppen der Hochschule mit praktischer Tätigkeit in den jeweiligen Projekten und damit einhergehend, frühe Sichtung des qualitativ hochwertigen Nachwuchses und gezielte Maßnahmen, diesen nach Beendigung des Studiums in diesen Bereichen zu halten.

#### Universität Oldenburg:

- Im Rahmen der individuellen Beratung (Bewerbungsmappencheck und Karriereberatung) unterstützt der Career Service Nicht-Muttersprachlerinnen und Nicht-Muttersprachler im Hinblick auf den Berufseinstieg. Im Jahr 2013 wurden insgesamt 589 Beratungen durchgeführt, davon 88 für Nicht-Muttersprachlerinnen und Nicht-Muttersprachler.
- Seit 2011 wird jährlich eine gemeinsame Informationsveranstaltung vom Career Service und dem International Student Office der Universität Oldenburg zum Berufseinstieg für ausländische Studierende angeboten.
- Für das Jahr 2015 ist geplant, das Veranstaltungsformat „Career Day“ mit dem Fokus „(Inter)nationale Fach- und Führungskräfte für die Region gewinnen“ durchzuführen.
- Einmal jährlich findet unter dem Titel „Gründer[international]“ eine gemeinsame Veranstaltung des Gründungs- und Innovationszentrum (GIZ) mit dem International Student Office (ISO) der Universität Oldenburg statt. Im April 2014 wurde zudem das Netzwerk „Integration durch Qualifizierung“ einbezogen.

Universität Osnabrück:

Beratung durch die Agentur für Arbeit für akademische Berufe im Rahmen des Beratungsangebots der Zentralen Studienberatung (einmal pro Woche, auch in englischer Sprache).

Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel:

Den ausländischen Studierenden steht der Career Service der Hochschule zur Verfügung, dessen Angebot die Begleitung der Praxisphasen und des Berufseinstiegs, den Aufbau von Kontakten zwischen Studierenden und Unternehmen sowie die Bewerbungsberatung (auch in Englisch) umfasst.

Hochschule Hildesheim/Holzminen/Göttingen:

Sofern Absolventinnen und Absolventen nach Studienende eine wissenschaftliche Karriere anstreben, ist der Verbleib an den Hochschulen als wissenschaftliche Mitarbeiterin oder als wissenschaftlicher Mitarbeiter eine auch im Sinne der „Internationalization at Home“ sehr förderliche Maßnahme. Das Akad. Auslandsamt informiert interessierte internationale Absolventinnen und Absolventen bei Studienabschluss über die Regelungen der Beschäftigungsverordnung, nach der sie 18 Monate nach Studienende eine dem Abschluss entsprechende Beschäftigung in Deutschland (ohne die bisherige Vorrangprüfung) suchen können und gegebenenfalls zur Finanzierung des Lebensunterhalts parallel auch anderweitig arbeiten dürfen.

Hochschule Emden/Leer:

- Workshop Schlüsselqualifikationen für ausländische Studierende: „Bewerbungstraining: Arbeiten in Deutschland“ (Gesamtumfang von 8 LVS),
- fachbereichsinterne Bewerbungstrainings (M.Eng. Technical Management),
- Workshop „Fit für den Berufseinstieg“,
- Informationen auf der Webseite des International Office (z. B. Tipps zu Fachkräfte-Portalen und aktuellen Unternehmensmessen),
- vorhandene Recherchematerialien im International Office,
- Kooperation mit der Industrie- und Handelskammer für Ostfriesland und Papenburg (IHK) zur Vernetzung von internationalen Studierenden und regionalen Unternehmen zur Praktikumssuche im Studium,
- Projekt „Job-Bus“ zwischen der Hochschule Emden/Leer und der Ems-Achse-Jobmotor West,
- Absicht der Teilnahme/Umsetzung am „Nationalen Kodex für das Ausländerstudium an deutschen Hochschulen“ (Bundesministerium für Bildung und Forschung, DAAD, Hochschulrektorenkonferenz).

Hochschule Wilhelmshaven/Oldenburg/Elsfleth:

An der Hochschule werden die ausländischen Studierenden zum Studienabschluss hin über die rechtlichen Möglichkeiten über einen Verbleib in Deutschland informiert. Dazu finden regelmäßig gemeinsame Informationsveranstaltungen in Kooperation mit der Ausländerbehörde und der Agentur für Arbeit statt. Ebenso werden vom International Office organisierte Bewerbertrainings durchgeführt. Den ausländischen Studierenden steht selbstverständlich auch das Angebot des Career Centers offen.

Universität Göttingen:

Die Universität Göttingen bietet seit längerem Angebote zur Karriereplanung für internationale Studierende und Promovierende an:

- Beratung:
  - Einzelberatung und Gruppenberatung mit Orientierungshilfen bei der Berufswegplanung und der beruflichen Perspektiventwicklung sowie Tipps zu den verschiedenen Bewerbungsphasen.
- Veranstaltungen:
  - Bewerbungsworkshops mit externer Trainerin bzw. externem Trainer für deutsche und internationale Studierende,

- Unternehmensexkursionen mit integriertem Workshop zu einem bewerbungsrelevanten Thema: Otto Bock HealthCare GmbH, Continental AG u. a.,
- Vorträge: Jobopportunities at EU Institutions,
- Präsentation sowie Information und Beratung im Rahmen von universitätsinternen Karriere-messen.

#### Tierärztliche Hochschule Hannover:

Besondere Maßnahmen wurden nicht ergriffen. Generell wird versucht, besondere Talente - unabhängig von ihrer Herkunft - als wissenschaftliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Promotion oder Postdocs) zu halten und wenn nicht anders möglich über Stipendien oder Drittmittelanträge zu finanzieren. Damit werden diese Talente gefördert, erwerben gegebenenfalls weitere Qualifikationen wie z. B. Fachtierärztin bzw. Fachtierarzt oder European Diplomate und stehen dem deutschen Arbeitsmarkt zur Verfügung.

#### Universität Hildesheim:

Der umfassende Service und die intensive Betreuung durch das International Office tragen entscheidend dazu bei, dass sich die Zahlen der ausländischen Programmstudierenden und der ausländischen Doktorandinnen und Doktoranden kontinuierlich erhöht haben. Angebote wie die Beratung und Betreuung durch das International Office und Dozentinnen und Dozenten, Veranstaltungsangebote durch Studierendeninitiativen, Netzwerktreffen für ausländische Doktorandinnen und Doktoranden, ein breites Angebot semesterbegleitender sowie Intensivsprachkurse in Deutsch und das Zusammenbringen von deutschen und ausländischen Studierenden durch Sprach- und Schreibbandems oder in interkulturellen Trainings sind die Basis für eine gute Integration vor Ort. Diese wiederum ist die Voraussetzung dafür, dass sich die ausländischen Studierenden heimisch fühlen und bleiben möchten. So ist beispielsweise zu beobachten, dass verstärkt ehemalige Hildesheimer Erasmus-Studierende nach ihrem Hochschulabschluss in der Heimat wieder nach Hildesheim zurückkehren und versuchen, hier beruflich Fuß zu fassen.

#### Hochschule Osnabrück:

- Beratung durch Career Center.
- Kooperation zwischen Career Center und Innovationszentrum für Internationalisierung: Es wird derzeit eine Befragung von regionalen Unternehmen vorbereitet, die an der Jobmesse Chance der Hochschule Osnabrück teilnehmen, um bei diesen ein Bewusstsein für internationale Absolventinnen und Absolventen und zu schaffen. Im Jahr 2014 sollen erstmals Stände von Unternehmen gekennzeichnet werden, die besonders an internationalen Studierenden interessiert sind oder sich gut vorstellen können, z. B. eine Abschlussarbeit, ein Praktikum oder einen Einstiegsjob an internationale Bewerberinnen und Bewerber zu vergeben.
- Weiterführung des MWK-geförderten Stipendienprogramms, WWW Niedersachsen-Anhui durch das Programm „Fachkräfte für die Wirtschaft Deutschland-China“: Firmen in der Region stellen Stipendiengelder zur Verfügung, die durch DAAD-Mittel verdoppelt werden und als Teilstipendium an chinesische Bachelorabsolventinnen und Bachelorabsolventen von chinesischen Partnerhochschulen der Hochschule Osnabrück für ein einjähriges Gaststudium an der Hochschule Osnabrück ausgezahlt werden (ein Semester Studium + ein Semester Praktikum in der beteiligten Firma). Während des anschließenden Masterstudiums an der Hochschule Osnabrück bleiben die Studierenden im engen Kontakt zu „ihren“ Unternehmen.

Gabriele Heinen-Kljajić

## Anlage 1

Ausländische Studierende an nds. Hochschulen im WS 2013/2014 in absteigender Reihenfolge

Hochschulen Namen	Lehrnachfrage Studierende Ausländer WS 2013/2014 Anzahl
Hochschulen insg.	16 368
U Göttingen	3 287
U Hannover	2 709
TU Braunschweig	2 034
TU Clausthal	1 272
H Hannover (FH) insg.	1 099
U Oldenburg	907
U Osnabrück	682
H Braunschweig-Wolfenbüttel (FH) insg.	678
H Osnabrück (FH) insg.	531
U Lüneburg insg.	452
Medizinische H Hannover	434
H für Musik, Theater und Medien Hannover	420
H Wilhelmshaven-Oldenburg-Elsfleth (FH) insg.	410
U Hildesheim	354
H Hildesheim/Holzminen/Göttingen (FH) insg.	302
Tierärztliche H Hannover	180
H Emden-Leer (FH) insg.	172
U Vechta	146
H für Bildende Künste Braunschweig	140
FH für interkulturelle Theologie Hermannsburg (Priv. FH)	47
Priv. FH Göttingen	42
FH Ottersberg (Priv. FH)	27
Hochschule21, Buxtehude (Priv. FH)	23
Priv. FH der Wirtschaft Hannover insg.	13
H Weserbergland (HSW), Hameln (Priv. FH)	4
Leibniz-FH Hannover (Priv. FH)	3

Quelle: Hochschulen, ICE Niedersachsen

- = Kein Wert vorhanden.

Bestand: 701

Auswertung aus der ICE-Datenbank des MWK Niedersachsen (ICE = Information, Controlling, Entscheidung)

Ein System des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung, <http://www.dzhw.eu>

Letzte Änderung: 21. Juli 2014

## Anlage 2

Prozentualer Anteil der ausländischen Studierenden an der Gesamtzahl der Studierenden im WS 2013/2014 nach Hochschulen

Hochschulen Namen	Lehrnachfrage Studierende WS 2013/2014			
	Deutsche und Ausl. insg.	Deutsche	Ausländer	
	Anzahl(100)	Anzahl	Anzahl	Prozent
Hochschulen insg.	177 571	161 203	16 368	9,2
U Oldenburg	12 100	11 193	907	7,5
U Osnabrück	11 791	11 109	682	5,8
Norddeutsche H für Rechtspflege, Hildesheim	269	269	-	-
Hannover, Kommunale FH für Verwaltung in Niedersachsen (Priv. Verw-FH)	815	815	-	-
U Vechta	4 029	3 883	146	3,6
U Hildesheim	6 369	6 015	354	5,6
U Lüneburg insg.	8 170	7 718	452	5,5
U Göttingen	26 586	23 299	3 287	12,4
TU Braunschweig	17 194	15 160	2 034	11,8
TU Clausthal	4 534	3 262	1 272	28,1
U Hannover	23 135	20 426	2 709	11,7
Medizinische H Hannover	3 278	2 844	434	13,2
Tierärztliche H Hannover	2 413	2 233	180	7,5
H Weserbergland (HSW), Hameln (Priv. FH)	458	454	4	0,9
Leibniz-FH Hannover (Priv. FH)	443	440	3	0,7
FH für interkulturelle Theologie Hermannsburg (Priv. FH)	63	16	47	74,6
H für Musik, Theater und Medien Hannover	1 347	927	420	31,2
H für Bildende Künste Braunschweig	1 091	951	140	12,8
H Wilhelmshaven-Oldenburg-Elsfleth (FH) insg.	6 648	6 238	410	6,2
H Emden-Leer (FH) insg.	4 368	4 196	172	3,9
H Braunschweig-Wolfenbüttel (FH) insg.	11 673	10 995	678	5,8
H Hannover (FH) insg.	8 914	7 815	1 099	12,3
H Hildesheim/Holzminen/Göttingen (FH) insg.	5 271	4 969	302	5,7
Priv. FH der Wirtschaft Hannover insg.	495	482	13	2,6
Priv. FH Göttingen	1 891	1 849	42	2,2
Priv. FH für Wirtschaft und Technik Vechta/Diepholz/Oldenburg insg.	684	684	-	-
FH Ottersberg (Priv. FH)	451	424	27	6
H Osnabrück (FH) insg.	12 262	11 731	531	4,3
Hochschule21, Buxtehude (Priv. FH)	829	806	23	2,8

Quelle: Hochschulen, ICE Niedersachsen

- = Kein Wert vorhanden.

Bestand: 701

Auswertung aus der ICE-Datenbank des MWK Niedersachsen (ICE = Information, Controlling, Entscheidung)  
Ein System des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung, <http://www.dzhw.eu>

Letzte Änderung: 21. Juli 2014