

Akzeptanz von Betreuungsangeboten und Studienerfolg

Betreuungsangebote einer Hochschule für ausländische Studierende

- sprachlich, integrativ, fachlich –

„Typen“ von Studienanfängern aus dem Ausland

- *Gibt es einen Zusammenhang?*

- *Welche Verantwortung hat eine Hochschule, die im Ausland wirbt?*

Akzeptanz von Betreuungsangeboten und Studienerfolg

- Entwicklung eines Werbekonzeptes für die im Aus- und Inland anzuwerbenden Studierenden
- Aufbau eines Betreuungskonzeptes für die angeworbenen Studierenden
- Schaffung der notwendigen Infrastruktur an der Hochschule
- Sicherstellung der Kommunikation innerhalb der Hochschule

Akzeptanz von Betreuungsangeboten und Studienerfolg

1)

Einem Marketingkonzept, mit dem eine Hochschule sich die Werbung von ausländischen Studierenden zum Ziel setzt, muss ein vorher abgestimmtes Betreuungskonzept vorausgehen.

„Was machen wir mit den angeworbenen Studierenden, wenn sie dann tatsächlich kommen?“

Akzeptanz von Betreuungsangeboten und Studienerfolg

2)

Es gibt einen Zusammenhang zwischen „Typen“ von Studieninteressenten / Studienanfängern aus dem Ausland und deren Akzeptanz von Betreuungskonzepten.

Besteht ein Zusammenhang zwischen Akzeptanz der Betreuungsangebote und Studienerfolg?

Kann dieser Zusammenhang als weiterer Parameter zur Auswahl von Studierenden und Definition von Zielgruppen dienen?

Studententypen

- **spezifiziert, motiviert, informiert**

bewusste Auswahl eines Studienganges an bestimmter Hochschule

gezielte Suche nach Beratung

Vorbereitung auf den Auslandsaufenthalt (fachlich und sprachlich)

Wechsel von einer anderen deutschen Hochschule mit dem Versuch, doch noch Studienerfolg zu haben

- **unspezifiziert, nicht informiert**

„Verschickte“ , Kauf eines Studienplatzes, einer e-mail Adresse

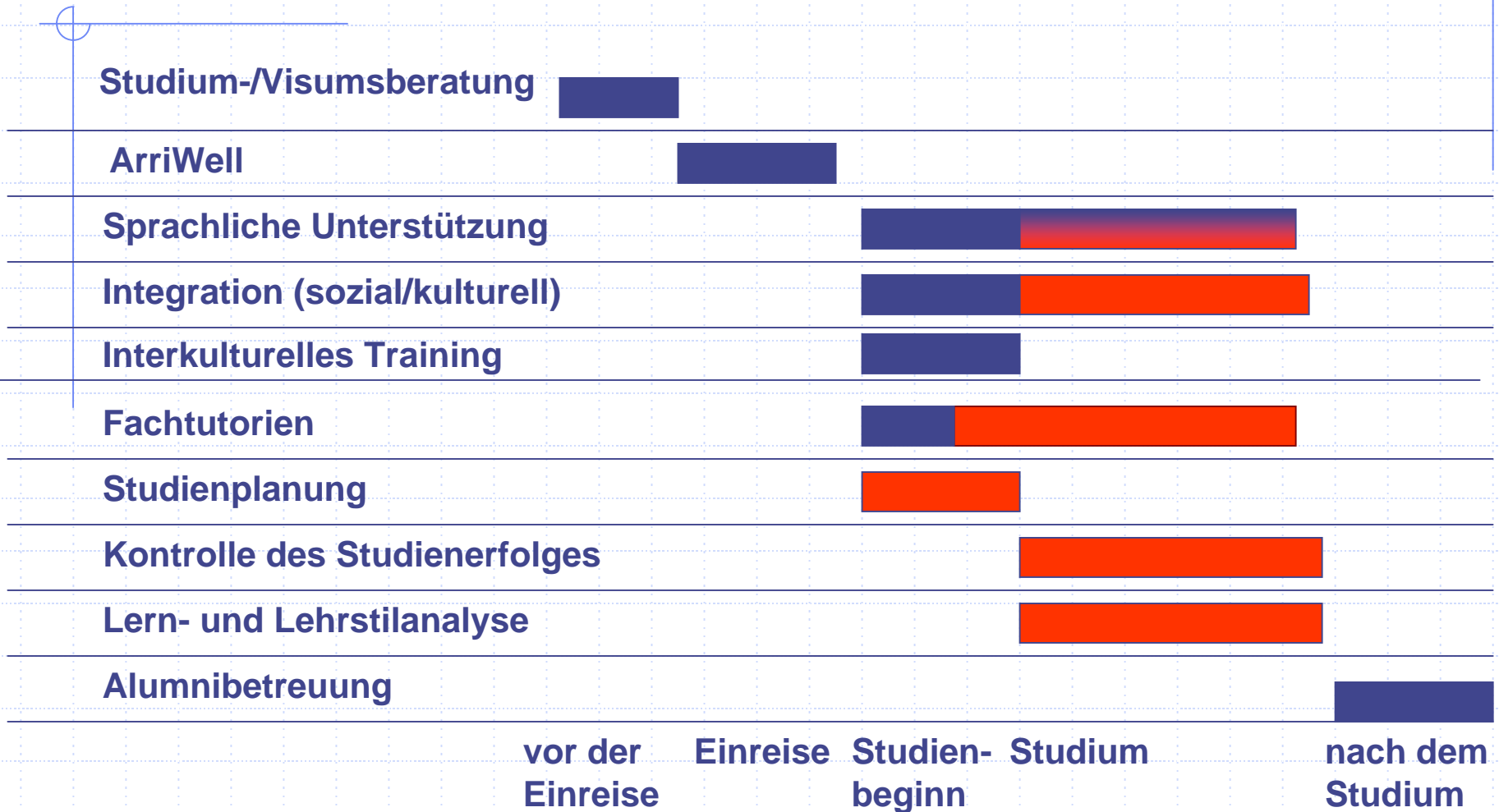
Motivation: Studienzeit an einer Hochschule im Ausland, Abschluss nicht angestrebt

Wechsel von einer anderen deutschen Hochschule aus anderen Gründen

Betreuungsangebote

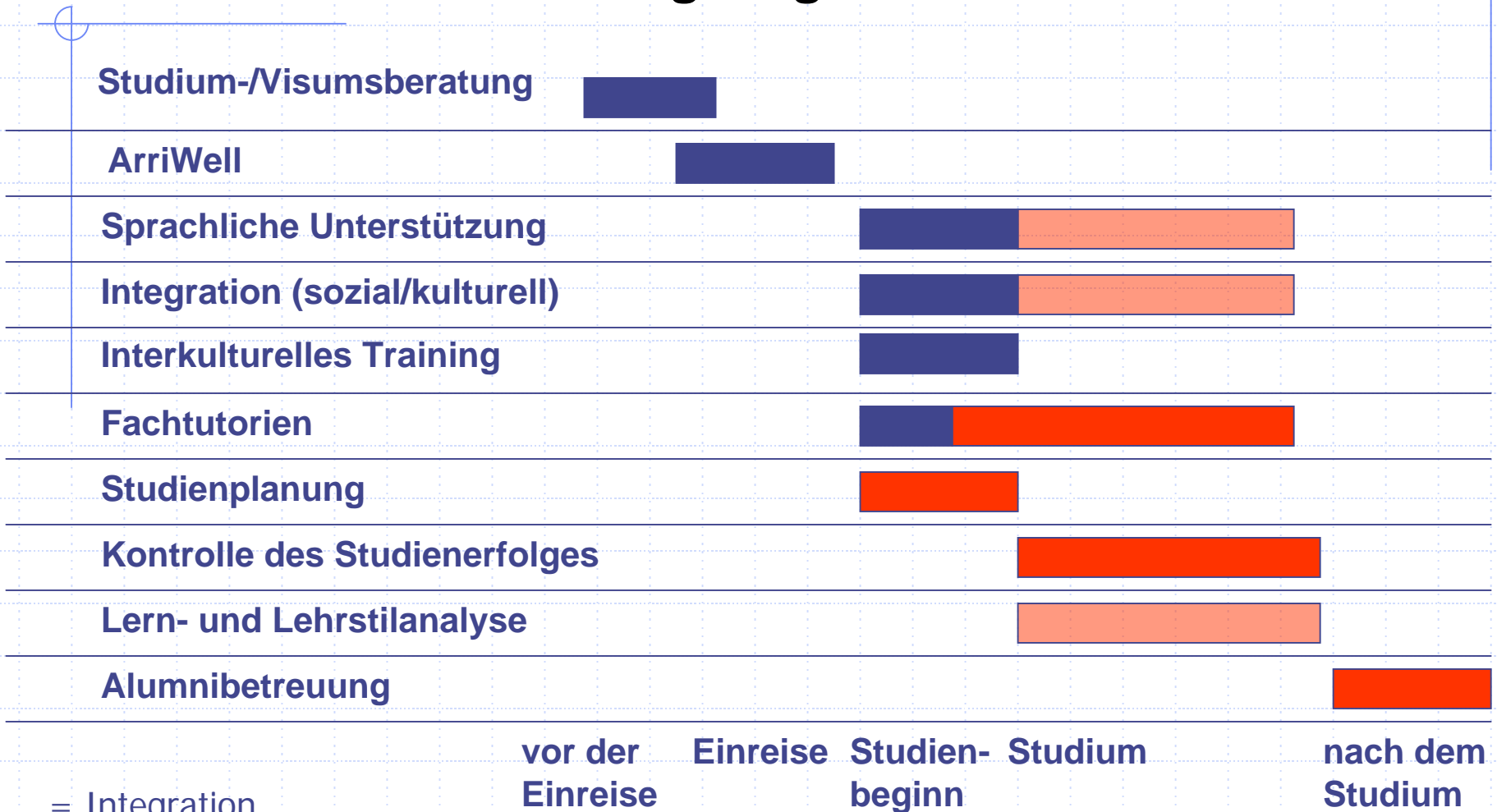
Ziel: Integration

Studienerfolg



Motivierter Student

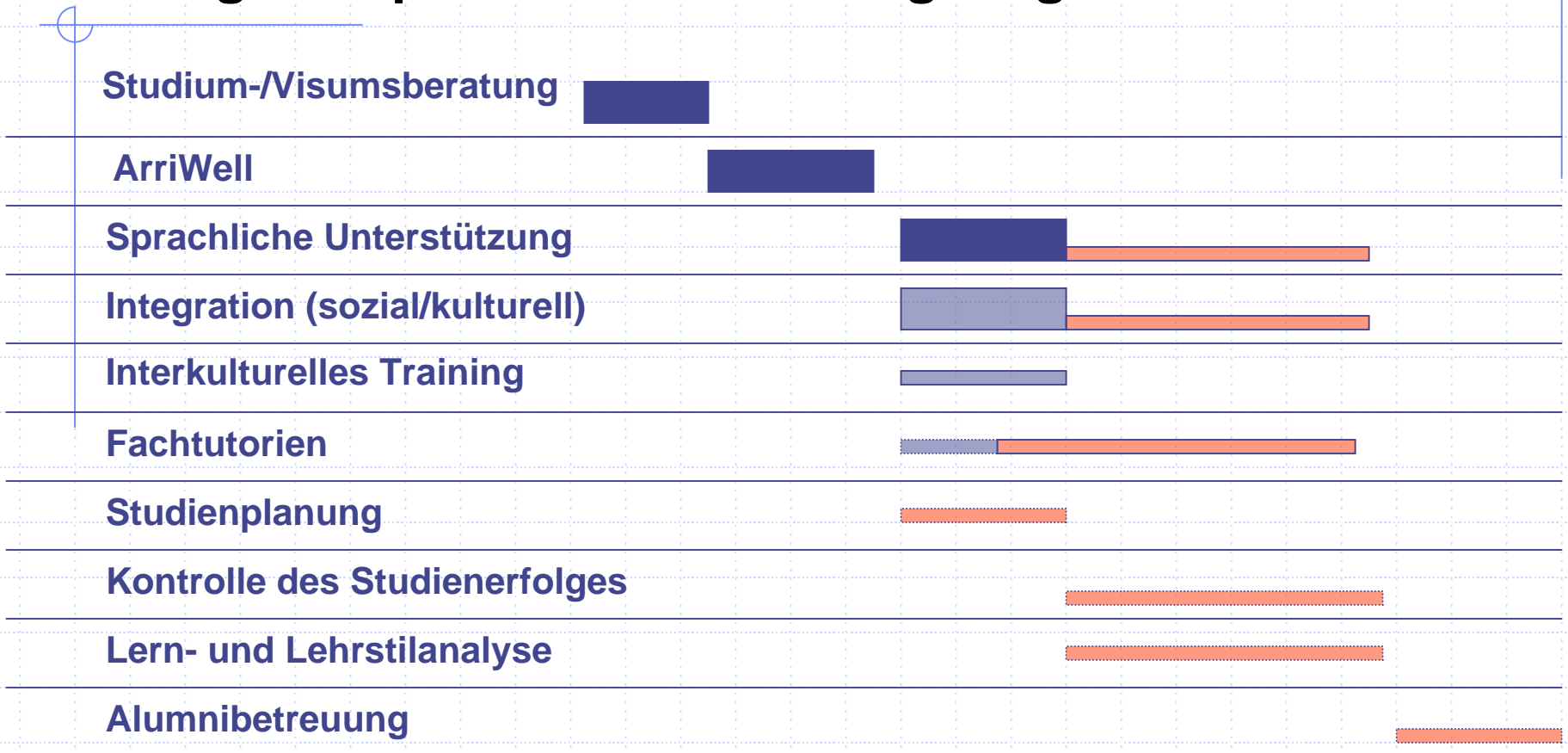
Annahme der Betreuungsangebote



= Integration

= Studienerfolg

Nicht - Motivierter Student wenig Akzeptanz von Betreuungsangeboten



vor der Einreise Einreise Studien- Studium nach dem
 Einreise beginn Studium

= Integration

= Studienerfolg

Akzeptanz der Angebote der Hochschule

motivierte, erfolgsorientierte Studierende aus dem
Ausland

werden diese Angebote

- ◆ brauchen, um in der Regelstudienzeit als ausländische Studierende ihr Studium abschließen zu können
- ◆ annehmen, weil sie ihr Studium gut abschließen und mit Deutschen zusammenarbeiten wollen

Betreuungskonzepte und Studienerfolg

Kann es eine Verbindung geben zwischen dem Marketingkonzept, dem Betreuungskonzept einer Hochschule und dem Studienerfolg ihrer ausländischen Studierenden geben?

Verantwortung der Hochschule:

Vor dem Marketing im Ausland:

- Betreuungsangebote überprüfen
- Auswahlkriterien für zukünftige Studierende festlegen