

## **Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland. Gemeinsame Initiative von Bund, Ländern, Kommunen, Wissenschaft und Wirtschaft. Aktionsrahmen, beschlossen im Rahmen der BLK am 30. Oktober 2000**

*Bonn : BLK 2000, 11 S.*



Empfohlene Zitierung/ Suggested Citation:

Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland. Gemeinsame Initiative von Bund, Ländern, Kommunen, Wissenschaft und Wirtschaft. Aktionsrahmen, beschlossen im Rahmen der BLK am 30. Oktober 2000. Bonn : BLK 2000, 11 S. - URN: urn:nbn:de:0111-opus-1501

### **Nutzungsbedingungen**

Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Die Nutzung stellt keine Übertragung des Eigentumsrechts an diesem Dokument dar und gilt vorbehaltlich der folgenden Einschränkungen: Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### **Terms of use**

We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document.

This document is solely intended for your personal, non-commercial use. Use of this document does not include any transfer of property rights and it is conditional to the following limitations: All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

### **Kontakt / Contact:**

peDOCS  
Deutsches Institut für Internationale Pädagogische Forschung (DIPF)  
Informationszentrum (IZ) Bildung  
E-Mail: [pedocs@dipf.de](mailto:pedocs@dipf.de)  
Internet: [www.pedocs.de](http://www.pedocs.de)

Mitglied der

  
Leibniz-Gemeinschaft

## Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland

- Gemeinsame Initiative von Bund, Ländern, Kommunen,  
Wissenschaft und Wirtschaft -

### Aktionsrahmen

(Beschlossen im Rahmen der BLK am 30. Oktober 2000)

Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK)  
- Geschäftsstelle -  
Hermann-Ehlers-Str. 10, 53113 Bonn  
Telefon: (0228) 5402-0  
Telefax: (0228) 5402-150  
e-mail: [blk@blk-bonn.de](mailto:blk@blk-bonn.de)  
internet: [www.blk-bonn.de](http://www.blk-bonn.de)

G:\Home\KURUPPU\TEXTE\HEFT\heft\_aktionsrahmen.doc

Die BLK hat im Rahmen eines Bildungspolitischen Gesprächs "Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland" am 30. Oktober 2000 folgenden Beschluss gefasst:

1. Die BLK verständigt sich auf die Einrichtung einer "Konzertierten Aktion Bildungsmarketing" und nimmt das Papier "Aktionsrahmen Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland" hinsichtlich seiner grundsätzlichen Aussagen zur Notwendigkeit und Zielrichtung der "Konzertierten Aktion" zustimmend zur Kenntnis. Für die Unterstützung der Konzertierten Aktion wird beim DAAD ein Sekretariat angesiedelt, das vom Bund finanziert wird. Ein wichtiges Element der Konzertierten Aktion ist die Durchführung einer "Dachkampagne" für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland. Gleichzeitig geht es um die Verbesserung der Rahmenbedingungen und die Attraktivität unserer Angebote. Die Initiative sollte gemeinsame Aktionen anstoßen und ein eng abgestimmtes arbeitsteiliges Vorgehen der Akteure sichern. Die Dachkampagne sollte im Frühjahr 2001 eingeleitet werden.
2. Zur kurzfristigen Erarbeitung eines Konzepts bis Anfang Dezember zur weiteren Umsetzung, insbesondere den konkreten Aufgabenstellungen, den Arbeitsstrukturen und der Finanzierung wird eine Staatssekretärsarbeitsgruppe eingesetzt. Sie wird gebeten, die Ergebnisse des bildungspolitischen Gesprächs einzubeziehen. Ihr gehören an die Länder Baden-Württemberg (MD Fröhlich), Berlin (Sts Dr. Lange), Niedersachsen (Sts Dr. Reinhardt), Nordrhein-Westfalen (Sts Krebs) sowie das BMBF (Sts Dr. Ing.E.h. Thomas) und ein weiterer von der Bundesregierung zu benennender Vertreter.

**Internationales Marketing für den  
Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland**

**Gemeinsame Initiative von Bund, Ländern, Kommunen, Wissenschaft und Wirtschaft**

**Aktionsrahmen**

**(Beschlossen im Rahmen der BLK am 30. Oktober 2000)**

In einem bildungspolitischen Gespräch der Bund-Länder-Kommission für Bildungsplanung und Forschungsförderung (BLK) am 30. Oktober 2000, an dem teilgenommen haben

Alexander von Humboldt-Stiftung (AvH)  
Bundesbeauftragter für das Hochschulmarketing  
Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB)  
Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI)  
Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)  
Carl Duisberg Gesellschaft (CDG)  
Deutscher Akademischer Austauschdienst (DAAD)  
Deutsche Angestellten-Gewerkschaft (DAG)  
Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)  
Deutscher Gewerkschaftsbund (DGB)  
Deutscher Industrie- und Handelstag (DIHT)  
Deutscher Städtetag (DST)  
Deutsches Studentenwerk (DSW)  
Fraunhofer-Gesellschaft zur Förderung der angewandten Forschung (FhG)  
Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft (GEW)  
Hermann von Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren (HGF)  
Hochschulrektorenkonferenz (HRK)  
Max-Planck-Gesellschaft zur Förderung der Wissenschaften (MPG)  
Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft  
Verein Deutscher Ingenieure (VDI)  
Wissenschaftsgemeinschaft Gottfried Wilhelm Leibniz (WGL)  
Wissenschaftsrat (WR)

ist der nachfolgende gemeinsame Aktionsrahmen verabschiedet worden:

1. Wir stehen in einem internationalen Wettbewerb um Erwerb, Vermittlung und Nutzung von Wissen. Als Teil dieses Wettbewerbs um Köpfe und Märkte entsteht ein Wettbewerb um das Angebot von Bildung, Aus- und Weiterbildung sowie Forschungsmöglichkeiten und -kapazitäten. Durch das Internet, das hier neue Wege eröffnet, und die weltweit steigende Mobilität wird sich dieser Wettbewerb verschärfen. Deutschland will sich dem Wettbewerb offensiv stellen.
2. Deutschland verfügt über ein international anerkanntes Ausbildungssystem und exzellente Forschungseinrichtungen in Hochschulen und im außerhochschulischen Bereich. Die auch im internationalen Vergleich beachtliche Leistungsfähigkeit deutscher Hochschulen und außerhochschulischen Forschungseinrichtungen hat die von der BLK eingesetzte internationale Expertenkommission in ihrem Bericht "Forschungsförderung in Deutschland" (sog. Brook-Bericht; Sommer 1999) bestätigt.<sup>1</sup> Bund, Länder, Wissenschafts- und Forschungsförderungsorganisationen sowie die Hochschulen haben in den letzten Jahren erhebliche Anstrengungen unternommen, die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Bildungs- und Forschungsstandorts Deutschland zu stärken.<sup>2</sup> Zu nennen sind vor allem die Einführung von Master- und Bachelorstudiengängen, eine wachsende Zahl internationaler Studiengänge, der verstärkte Einsatz ausländischer Gastdozenten, Tutorien für ausländische Studierende und Gastwissenschaftler.

Auch die deutsche Berufsbildung genießt im Ausland ein hohes Ansehen. Zudem verfügt Deutschland über hervorragende Einrichtungen der beruflichen Weiterbildung. Im Rahmen verschiedener bilateraler und europäischer Austauschprogramme sowie der Asien-/Pazifik- und Lateinamerika-Konzepte des Bundes und in Kooperationsprojekten insbesondere mit Osteuropa konnten sich verstärkt ausländische Jugendliche in der Erstausbildung, aber auch Fach- und Führungskräfte (insbesondere der beruflichen Qualifizierung) sowie Berufsbildungswissenschaftler in Deutschland weiterbilden.

3. Jedoch reichen diese Maßnahmen und die bisherige Verbesserung der Rahmenbedingungen in Deutschland allein nicht aus. Ebenso wichtig sind auch Maßnahmen in den Zielländern und eine angemessene Berücksichtigung der kulturellen, wissenschaftlichen und beruflichen Sozialisation der potentiellen Interessenten. Deutschland sollte dort wahrgenommen werden als ein wissenschafts- und wirtschaftspolitisch weltoffenes Land für ausländische Studierende und Wissenschaftler, aber auch für Fachkräfte, die sich für eine berufliche Qualifizierung inte-

---

<sup>1</sup> Im Internet abrufbar unter [www.blk-bonn.de](http://www.blk-bonn.de).

<sup>2</sup> Vgl. hierzu den Bericht des Bundes und der Länder an die Regierungschefs zur "Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit des Studienstandorts Deutschland" vom 16. Dezember 1999.

ressieren. Diese Bemühungen im Ausland werden dadurch flankiert, dass deutsche Studierende, Wissenschaftler und Weiterbildungsteilnehmer in wachsender Anzahl Bildungs- und Forschungsmöglichkeiten in anderen Ländern in Anspruch nehmen. Sie treten dort als Botschafter Deutschlands auf.

4. Deutschland muss wieder erste Adresse werden, wenn es um die Aus- und Weiterbildung künftiger ausländischer Fach- und Führungseliten geht. Studien- und Weiterbildungsangebote deutscher Einrichtungen sind durchaus der internationalen Konkurrenz gewachsen. Gleichwohl ist es notwendig, stärker als bisher sowohl auf dem internationalen Bildungsmarkt als auch auf dem Markt für wissenschaftlich-technische Spitzenkräfte durch gemeinsame Werbung das Image unseres Landes sowie seines Bildungs- und Forschungssystems zu verbessern. Von den international mobilien Studenten gehen nach Schätzungen etwa 30 % in die USA, 13 % nach Großbritannien. Gegenwärtig liegt der Anteil der in Deutschland studierenden Ausländer (ohne Bildungsinländer) in der Größenordnung von nur 7 %. Angesichts der internationalen Entwicklung ist hier rasches und gemeinsames Handeln von Bund, Ländern, Wissenschaft, Wirtschaft und anderen Verantwortungsträgern das Gebot der Stunde, will Deutschland nicht das Risiko eingehen, international als Bildungs- und Forschungsstandort abgehängt zu werden.
5. Die nationale Bildungs- und Wissenschaftspolitik hat daher in ihren Konsequenzen für das Ausländerstudium, für die Gewinnung von ausländischen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern sowie von ausländischen Fach- und Führungskräften, die sich für eine berufliche Weiterqualifizierung interessieren, auch wachsende Bedeutung für den "Standort Deutschland". Ausbildung, Wissenschaft und Forschung sind Standortfaktoren, die angesichts der wachsenden Globalisierung immer wichtiger werden. Sie bestimmen Startpositionen sowie Entwicklungslinien der Wirtschaft. Im Rahmen des globalen Wettbewerbs können Wissen und Kompetenz einem Standort entscheidende Wettbewerbsvorsprünge gegenüber anderen Standorten verschaffen.

Agieren im globalen Wettbewerb fordert bestimmte Rahmenbedingungen. Insbesondere Hochschulen können sich auf einem auf freiem Wettbewerb basierenden "Bildungsmarkt" nur etablieren und behaupten, wenn sie schnell und flexibel auf internationale Nachfrage reagieren und Möglichkeiten des Marktes effizient nutzen können. Insofern bedarf es weiterer Anstrengungen, den Gestaltungsspielraum der Hochschulen zu erweitern.

Mitentscheidend im Wettbewerb um die besten Köpfe und die Attraktivität des Bildungs- und Forschungsstandorts sind auch ausländer- und arbeitsgenehmigungsrechtliche Bestimmun-

gen: Ob Ausländer für ein Studium, einen Forschungsaufenthalt oder eine berufliche Qualifizierung nach Deutschland kommen, hängt nicht zuletzt davon ab, wie Ausländerrecht und Verwaltungspraxis ausgestaltet sind. Ausländerrecht und vor allem die Verwaltungspraxis müssen daher mit dazu beitragen, die Bemühungen zu unterstützen, den Bildungs- und Forschungsstandort international attraktiv zu machen.

6. Bund, Länder, Kommunen, Wissenschaft und Wirtschaft vereinbaren, in einer gemeinsamen Anstrengung Deutschland als Bildungs- und Forschungsstandort international attraktiver und konkurrenzfähig zu machen. Sie haben daher eine "Konzertierte Aktion" beschlossen. Die Verteilung der Verantwortlichkeiten zwischen Bund, Ländern, Hochschulen, Wissenschaftseinrichtungen, Wirtschaft und anderen Mitwirkenden an dieser Aktion bleibt unberührt. Ein wichtiges Element der "Konzertierten Aktion" soll eine "Dachkampagne" für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland sein. Die Dachkampagne sollte im Frühjahr 2001 eingeleitet sein.

Gleichzeitig geht es um die Verbesserung der Rahmenbedingungen und der Attraktivität unserer Angebote. International attraktive Bildungsangebote stärken auch die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Bildungseinrichtungen auf dem internationalen Bildungsmarkt.

Gemeinsam haben die an der "Konzertierten Aktion" Beteiligten am 30. Oktober 2000 in Bonn die Initiative "*Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland*" gestartet. Sie sind sich einig, dass ein erfolgreiches Marketing sowohl eine verstärkte Werbung für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland umfasst als auch die Verbesserung der hier angebotenen Produkte. Die Initiative soll gemeinsame Aktionen anstoßen, ein eng abgestimmtes arbeitsteiliges Vorgehen der Partner sichern und damit die Durchsetzungsfähigkeit sowie die langfristige und weitreichende Wirksamkeit der Maßnahmen zum "Internationalen Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland" verstärken.

In einem Aktionsrahmen haben die an der Aktion Beteiligten sich auf zentrale gemeinsame Aktionslinien und – soweit möglich – auch auf einen Zeitrahmen verständigt. Sie wollen damit insbesondere folgende Ziele erreichen:

- Gemeinsam wollen Staat, Wissenschaft, Wirtschaft und weitere Verantwortungsträger den strategischen Dialog über Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland vertiefen. Die Ergebnisse wollen sie durch gemeinsames und abgestimmtes Handeln in der "Konzertierten Aktion" umsetzen. Ein zentrales Anliegen der



"Konzertierten Aktion" ist es, für "Bildung und Forschung in Deutschland" als Marke auf dem internationalen Bildungs- und Forschungsmarkt zu werben. Gleichzeitig sollen die bereits eingeleiteten operativen Schritte der verschiedenen Beteiligten zur Steigerung der Attraktivität des Bildungs- und Forschungsstandorts Deutschland ausgeweitet und vorhandene Aktionslinien auch unter Beteiligung weiterer Aktionspartner verstärkt werden.

- Noch bestehende ausländerrechtliche und arbeitsrechtliche Mobilitätshemmnisse sollen rasch beseitigt werden. Ziel muss es sein, ausländischen Studierenden, Gastwissenschaftlern sowie Interessenten an einer beruflichen Qualifizierung einen Aufenthalt in Deutschland für Aus- und Weiterbildung sowie für Lehr- und Forschungszwecke zu erleichtern. Wichtig ist auch, Studienabsolventen und Nachwuchswissenschaftlern die Möglichkeit zu eröffnen, nach ihrer Ausbildung noch einige Jahre in Deutschland berufstätig zu sein.
- In allen Fächern sollen insbesondere Studierende, Lehrende und Forscher aus dem Ausland gewonnen werden, die eine hohe Qualität in Studium, Lehre und Forschung versprechen. Eine strikte Fächerbegrenzung soll es nicht geben. Angesichts des sich immer deutlicher abzeichnenden Defizits soll jedoch ein besonderer Schwerpunkt auf die naturwissenschaftlichen und technischen Fächer gelegt werden.
- Bund, Länder, Wissenschaft und Wirtschaft wollen den Anteil der ausländischen Studierenden in Deutschland in kurzer Zeit entscheidend erhöhen. Wünschenswert wäre ein Steigerung um 50 % bis zum Wintersemester 2003/4. Dabei soll durch entsprechende Studien- und Betreuungsangebote die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Hochschulen um die "besten Köpfe" gestärkt werden. Dies erfordert einen zusätzlichen Mitteleinsatz. Der Anteil ausländischer Doktoranden soll verdoppelt werden. Auch sollen vermehrt Postdocs, Nachwuchsforscher sowie Fach- und Führungskräfte, die an einer beruflichen Weiterbildung interessiert sind, nach Deutschland kommen. Ein zentrales Anliegen ist, insbesondere auch Studentinnen und Nachwuchswissenschaftlerinnen sowie weibliche Fach- und Führungskräfte, die sich für eine berufliche Qualifizierung interessieren, für einen Aufenthalt in Deutschland zu gewinnen.
- Internationale Hochschul- und Forschungspartnerschaften sollen erweitert und vertieft werden. Der gute Ruf des Forschungsstandorts Deutschland erweist sich auch durch die Intensität der Forschungs Kooperationen mit und Forschungsinvestitionen aus dem Ausland.

- Stärker als bisher sollen auch Angebote der beruflichen Weiterbildung auf dem internationalen Bildungsmarkt angeboten werden. Mit der Entwicklung zur globalen Wissens- und Dienstleistungsgesellschaft steigen Nachfrage und Angebot in der Weiterbildung. Als Folge entsteht in Europa und weltweit ein wachsender Weiterbildungsmarkt, auf dem Deutschland stärker präsent sein muss. Dazu müssen Wirtschaft und Weiterbildungsträger ihre Weiterbildungsangebote verstärkt auf den ausländischen Markt ausrichten.

Diese Ziele sollen mit Aktionslinien erreicht werden, die sich vor allem auf folgende Bereiche erstrecken:

**A: Strategischer Dialog und konzertiertes Handeln in der Initiative: "Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland"**

**Aktionslinie :** Bund und Länder haben in der BLK am 30. Oktober 2000 im Rahmen eines Bildungspolitischen Gesprächs zusammen mit Wissenschaft, Wirtschaft, Kommunen und Deutschem Studentenwerk eine Konzertierte Aktion "*Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland*" gestartet. Sie umfasst strategische und operative Maßnahmen. Ein wichtiges Element der "Konzertierten Aktion" ist eine "Dachkampagne" für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland. Sie soll im Frühjahr 2001 eingeleitet sein. Gleichzeitig geht es um die Verbesserung der Rahmenbedingungen und die Attraktivität von Angeboten deutscher Bildungseinrichtungen. Die Initiative soll gemeinsame Aktionen anstoßen und ein eng abgestimmtes arbeitsteiliges Vorgehen der Akteure sichern.

Die BLK hat am 30. Oktober eine Staatssekretärs-Arbeitsgruppe eingesetzt, die unter Einbeziehung der Ergebnisse des Bildungspolitischen Gesprächs der BLK über "Internationales Marketing für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland" bis Anfang Dezember 2000 ein konkretisiertes Konzept zu den Aufgabenstellungen, den Arbeitsstrukturen und der Finanzierung der "Konzertierten Aktion Bildungsmarketing" vorlegen soll.

Für die operativen Maßnahmen der "Konzertierten Aktion" soll ein Sekretariat beim DAAD eingerichtet werden.

Die Aktivitäten im Rahmen der "Konzertierten Aktion" werden durch ein gemeinsames Internetportal erschlossen. "Die Konzertierte Aktion" wird ihren Erfolg nach etwa einem Jahr überprüfen.

Mitglieder der Staatssekretärs-Arbeitsgruppe sind die Bundesregierung sowie die Länder Baden-Württemberg, Berlin, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen

## B: Werbung für den Bildungs- und Forschungsstandort Deutschland im Ausland

**Aktionslinie 1:** Im Rahmen der "Konzertierten Aktion" soll eine wirkungsvolle Kampagne für das Bildungs- und Forschungsmarketing gestartet werden, die mit professionellen Mitteln gestaltet werden muss. Der Bund wird dazu u.a. in Zusammenarbeit mit größeren Auslandsvertretungen in regelmäßigen Abständen zentrale Veranstaltungen durchführen, in deren Rahmen unter Beteiligung aller einschlägigen Institutionen die deutsche Bildungs- und Forschungslandschaft in ihrer Vielschichtigkeit und mit all ihren Möglichkeiten vorgestellt wird. Im Jahr 2001 wird mit professioneller Unterstützung eine Medienoffensive gestartet, mit der für Hochschulbildung/die berufliche Aus- und Weiterbildung sowie für die Forschungsmöglichkeiten in Deutschland geworben wird.

**Aktionspartner sind insbesondere:** AHKn,<sup>1</sup> Bundesregierung, BIBB, CDG, DAAD, HRK, Goethe-Institute, Sozialpartner, Wissenschafts- und Kultusministerien der Länder

**Aktionslinie 2:** Da der Informationsbedarf von Ausländerinnen und Ausländern, die sich für ein Studium oder eine berufliche Qualifizierung interessieren, je nach Herkunftsland, akademischer, beruflicher und kultureller Sozialisation sehr unterschiedlich sein kann, ist es notwendig, entsprechendes fremdsprachiges Informations- und Werbematerial zu erstellen und zu verbreiten. Zur Verbreitung sollten vorhandene Online-Informationssysteme genutzt werden, wie z.B. "Studien- und Berufswahl online", der "Deutsche Bildungsserver", die Internetangebote der HRK und das geplante Internetportal der Bundesregierung.

**Aktionspartner sind insbesondere:** AHKn, BLK, Bundesregierung, Bundesanstalt für Arbeit, CDG, DAAD, Goethe-Institute, HRK, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 3:** Bund und Länder fördern die Erarbeitung von "Fachstudienführern" für die Fachgebiete, in denen ein besonderes Interesse an ausländischen Studierenden besteht.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesanstalt für Arbeit, Bundesregierung, DAAD, HRK, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 4:** Um das Interesse an Forschungsaufenthalten in Deutschland zu wecken bzw. um qualifizierte Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler anderer Länder für einen Forschungsaufenthalt in Deutschland zu gewinnen, ist es wichtig, für verschiedene Wissenschaftsbereiche Exzellenzzentren der Forschung in Deutschland im Ausland bekannt zu machen.

**Aktionspartner sind insbesondere:** AvH, BMBF, DFG, FhG, HGF, HRK, MPG, WGL, WR, Wissenschaftsministerien der Länder

<sup>1</sup> Auslandshandelskammern

## C: Verstärkte Betreuung und Verbesserung der Rahmenbedingungen

**Aktionslinie 1:** In allen größeren Städten werden Beratungsstellen eingerichtet, an die sich ausländische Studierende, Gastdozenten, Gastwissenschaftler sowie ausländische Fach- und Führungskräfte, die sich beruflich weiterqualifizieren wollen, unmittelbar nach ihrer Ankunft wenden können, um Unterstützung bei Behördengängen und der Wohnungssuche sowie anderen Anlaufschwierigkeiten zu erhalten. Außerdem wird die soziale und interkulturelle Betreuung von ausländischen Studierenden sowie von Fachkräften, die in Deutschland qualifiziert werden, verbessert. Hierzu werden CDG, DSW und DST Konzepte mit dem Ziel erarbeiten, beispielhafte Konzepte bzw. Einrichtungen im ersten Halbjahr 2001 vorzustellen.

**Aktionspartner sind insbesondere:** CDG, DSW, Deutscher Städtetag

**Aktionslinie 2:** Bund und Länder werden im Rahmen ihrer Zuständigkeiten auf die Beseitigung hemmender, noch bestehender ausländer- und arbeitsrechtlicher Regelungen hinwirken. Sowohl hinsichtlich der aufenthaltsrechtlichen Bestimmungen für ausländische Studierende, Gastwissenschaftler sowie für Teilnehmer an einer beruflichen Weiterbildung als auch hinsichtlich der arbeitsgenehmigungsrechtlichen Bestimmungen gilt es, nicht nur die rechtlichen Regelungen als solche, sondern insbesondere auch die konkrete Anwendung der Vorschriften im Sinne einer für ausländische Studierende und Gastwissenschaftler positiven Auslegung und Handhabung zu gestalten. Hierzu gehören auch die Möglichkeit eines angemessenen Familiennachzugs sowie die Möglichkeit, nach der Ausbildung für begrenzte Zeit in Deutschland Berufserfahrung zu sammeln; dabei sollte auch eine berufliche Tätigkeit des Ehepartners möglich sein.

Nach Auffassung der Wissenschafts- und Mittlerorganisationen besteht Handlungsbedarf insbesondere in folgenden Bereichen:

- Schaffung einer Aufenthaltsgenehmigung zur wissenschaftlichen Qualifikation, die ein kontinuierliches – Studium, Promotion und Postdoktorandenphase – umfassendes, effizientes und planbares wissenschaftliches Arbeiten an Forschungsprojekten in Deutschland ermöglichen würde
- Schaffung der Möglichkeit für Wissenschaftler, von Deutschland aus eine Verlängerung ihrer Aufenthaltsgenehmigung bzw. Neuerteilung für einen anderen Zweck beantragen zu können (ohne Notwendigkeit der Heimreise zur Neubeantragung vor Ort )
- Schaffung eines wissenschaftlichen Besuchervisums für sechs Monate, das Tätigkeiten des im Rahmen wissenschaftlicher Arbeit Üblichen ermöglicht
- Großzügigere Erteilung von Arbeitsgenehmigungen, insbesondere, wenn es sich um eine 'studiennahe' Tätigkeit handelt
- Wegfall der Vorrangprüfung für Nicht-EU-Angehörige
- Außer-Kraft-Setzen des 630-DM-Gesetzes für den Hochschul-Bereich
- Da die 90-Tage-Regelung Probleme bei der Zählung der Tage aufwirft, sollte sie in eine Stundenregelung überführt werden.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesregierung, zuständige Landesministerien

## D. Produktoptimierung:

**Aktionslinie 1:** Bund, Länder und Hochschulen werden weiter auf die stärkere Internationalisierung des Studienangebots in Deutschland hinwirken. Die Hochschulen haben hierzu durch eine Vielzahl von Maßnahmen sowohl in den grundständigen Studiengängen als auch in Aufbaustudiengängen mit entwicklungsländerbezogener Thematik eine stärkere internationale Orientierung ihrer Studienangebote eingeleitet. Einen starken Impuls haben hierzu die Modellprogramme "Auslandsorientierte Studiengänge" und das "Masterplus"-Programm für qualifizierte Ausländer mit einem ersten Hochschulabschluss gegeben. Außerdem werden die Hochschulen in größerem Umfang als bisher Angebote zur Fort- und Weiterbildung auch gegen Entgelt bereitstellen, die für ausländische Wissenschaftler sowie für Fach- und Führungskräfte aus dem Ausland von Interesse sind.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesregierung, DAAD, HRK, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 2:** Für die Attraktivität des Studien- und Forschungsstandorts Deutschland ist es unerlässlich, dass auch die Möglichkeiten ausgebaut werden für ausländische Bewerber die Promotion an einer deutschen Hochschule attraktiv zu machen. Hierzu gehören insbesondere die Identifizierung von Exzellenzzentren und die Einführung strukturierter Promotionsstudiengänge entsprechend dem Modell der Graduiertenkollegs, die Erhöhung der Zahl ausländischer Doktoranden in Graduiertenkollegs, die Einrichtung internationaler Graduiertenkollegs und International Max-Planck Research Schools sowie gemeinsame Promotionsverfahren mit ausländischen Hochschulen.

**Aktionspartner sind insbesondere:** DAAD, DFG, HRK/Hochschulen - auch in Verbindung mit außerhochschulischen Forschungseinrichtungen -, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 3:** Die Hochschulen in Deutschland werden verstärkt auch englischsprachige virtuelle Studienangebote (auch zur Studienvorbereitung) – ggf. in Kooperation mit ausländischen Hochschulen und im Rahmen von public-private-partnership – entwickeln und diese Produkte auf dem internationalen Bildungsmarkt auch als "Werbung" für ein Studium in Deutschland einsetzen. Diese Angebote werden u.a. über das BLK-Informationssystem [www.e-studying-in-germany.de](http://www.e-studying-in-germany.de) international abrufbar sein. Mit dem Ziel, verstärkt auch ausländische Fach- und Führungskräfte über Angebote der beruflichen und Aus- und Weiterbildung zu informieren, wird [www.e-studying-in-germany.de](http://www.e-studying-in-germany.de) mit dem Internetangebot der CDG verlinkt.

**Aktionspartner sind insbesondere:** BLK, CDG, HRK, Wirtschaft

**Aktionslinie 4:** Der Export deutscher Studienangebote wird durch off-shore-Gründungen deutscher Hochschulen im Ausland gefördert; ebenso wird die Präsenz der außeruniversitären Forschungseinrichtungen und Wissenschaftsorganisationen im Ausland verstärkt. Bund, Länder, Wissenschaft und Wirtschaft werden insbesondere für off-shore-Gründungen deutscher Hochschulen ein gemeinsames Konzept erarbeiten und der BLK bis Sommer 2001 vorlegen.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesregierung, DAAD, HRK, Wirtschaft, Wissenschaftsministerien der Länder

#### **E: Gewinnung ausländischer Wissenschaftler und Studierender sowie Rückgewinnung deutscher Wissenschaftler aus dem Ausland**

**Aktionslinie 1:** Im Rahmen spezifischer Maßnahmen – z.B. innerhalb bestehender Programme (z.B. Sonderforschungsbereiche, Schwerpunktprogramme, Graduiertenkollegs, International Max Planck Research Schools, DAAD-Programme) – sollen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler aus dem Ausland für einen Forschungsaufenthalt in Deutschland gewonnen werden. Über die Fördermaßnahmen wird derzeit über das Internetangebot [www.research-in-germany.de](http://www.research-in-germany.de) informiert.

**Aktionspartner sind insbesondere:** AvH, Bundesregierung, DAAD, DFG, FhG, Helmholtz-Zentren, HRK, MPG, WGL, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 2:** Für deutsche Nachwuchswissenschaftlerinnen und Nachwuchswissenschaftler, die derzeit an ausländischen Hochschulen und Forschungseinrichtungen tätig sind, werden attraktive Rückkehrmöglichkeiten geschaffen. Ebenso werden die Möglichkeiten der Gewinnung von Auslandserfahrung für deutsche Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler gefördert.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesregierung, DFG, FhG, HRK, Helmholtz-Zentren, MPG, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 3:** In Zusammenarbeit mit den Botschaften, den Auslandsvertretungen der Wirtschaft, Hochschulen, den Kommunen und den Studentenwerken wird ein Mentorenprogramm für ausländische Studierende aufgelegt, die in Deutschland studieren wollen. Ausländische Studierende sollten die Möglichkeit haben, unter Nutzung der Kontakte vor Ort - im Rahmen eines Tandem-Projekts – z.B. über Internet, möglichst früh mit ihrem Mentor Kontakt aufzunehmen und sich auf ihren Studien- und Ausbildungsaufenthalt vorzubereiten. Auch für Gastwissenschaftler werden Unterstützungsmaßnahmen vorgesehen.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesregierung, DAAD, DIHT, DST, DSW, HRK, Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 4:** In den deutschen Schulen im Ausland und in internationalen Begegnungsschulen werden im Rahmen der Vorbereitung auf die Studien- und Berufswahl gezielt Informationsveranstaltungen für ein Studium oder eine berufliche Ausbildung in Deutschland durchgeführt. Im Informationssystem [www.studienwahl.de](http://www.studienwahl.de) wird eine auf diese Zielgruppe ausgerichtete Leitseite eingerichtet. Die Hochschulen werden ihr Informationsangebot im Internet durch Beispiele für Studieninhalte und Fachkurse ("Schnupperstudienkurse") anreichern.

**Aktionspartner sind insbesondere:** BLK, HRK, Bundesanstalt für Arbeit, Bundesregierung, Bundesverwaltungsamt, Schul- und Wissenschaftsministerien der Länder

**Aktionslinie 5:** Die Wirtschaft wird prüfen, ob für ausländische Studierende und Graduierte vor allem aus den Schwellenländern ein strukturiertes Praktikantenprogramm aufgelegt werden kann. Das Programm soll die Möglichkeit eröffnen, noch bis zu drei Jahren eine Berufstätigkeit in dem deutschen Unternehmen auszuüben, in dem das Praktikum abgeleistet wurde. Hochschulen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen werden ihre Zusammenarbeit auf regionaler Ebene verbessern mit dem Ziel, ausländischen Studierenden und Graduierten verstärkt Praktika anzubieten.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Außerhochschulische Forschungseinrichtungen, Bundesregierung, CDG, HRK, Wirtschaft

## **F: Berufliche Weiterbildungsangebote für ausländische Fach- und Führungskräfte sowie Förderung von Zusammenarbeit**

**Aktionslinie 1:** Für ausländische Fach- und Führungskräfte werden verstärkt Qualifizierungsmaßnahmen und strukturierte Betriebspraktika in Deutschland angeboten. Insbesondere das Angebot an fremdsprachigen und mediengestützten Angeboten muss verstärkt werden. Das Auslandsengagement deutscher Unternehmen sollte stärker mit Qualifizierungsmaßnahmen verbunden werden.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesregierung, CDG, BIBB und die Spitzenverbände der Deutschen Wirtschaft

**Aktionslinie 2:** Im Ausland besteht großes Interesse an der deutschen Berufsbildung. Bisher sind schriftliche Materialien dazu jedoch ganz überwiegend nur in deutsch verfügbar. Deshalb werden mit Unterstützung des Bundes Informationsmaterialien zur Berufsbildung in Deutschland in wichtige Sprachen übersetzt und ausländischen Interessenten zur Verfügung gestellt werden. Hierzu gehören auch gute Übersetzungen der Ausbildungsinhalte und der Abschlussbezeichnungen. Dabei sollten auch die Möglichkeiten der neuen Medien genutzt werden.

**Aktionspartner sind insbesondere:** Bundesanstalt für Arbeit, Bundesregierung, BIBB, CDG, Spitzenverbände der Wirtschaft, DGB