

MARKETINGWISSEN
KOMPAKT

ERFOLGSFAKTOR
MARKTANALYSE

Leitfaden zur Identifizierung
passender Zielmärkte

WISSEN
IMPAKT
MARKT
WISSEN
KOMPAKT

GATE // Germany
Internationales
Hochschulmarketing

IMPRESSUM

Herausgeber

Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V.
German Academic Exchange Service
Kennedyallee 50, D - 53175 Bonn
Tel.: +49 228 882-0, Fax: +49 228 882-444,
E-Mail: webmaster@daad.de, Internet: www.daad.de
Vertretungsberechtigter Vorstand: Prof. Dr. Joybrato Mukherjee
Registergericht Bonn, Registernummer VR 2107
Umsatzsteuer-IdNr.: DE122276332

Verantwortlicher i.S.v. § 18 Abs. 2 MSTV:

Dr. Kai Sicks, Kennedyallee 50, 53175 Bonn

Der DAAD ist ein Verein der deutschen Hochschulen und ihrer Studierendenschaften.
Er wird institutionell gefördert durch das Auswärtige Amt.



Referat Geschäftsstelle GATE-Germany und Marketing Wissen, www.gate-germany.de,
DAAD, Kennedyallee 50, D – 53175 Bonn

Projektkoordination

Stephanie Stromeyer (PhD) (Projektleitung), Andreas Mai, Monica-Mailin Spilker,
Stefan Hase-Bergen, Judith Lesch, DAAD

Redaktion und Gestaltung

Fazit Communication GmbH, Frankfurt am Main

Als digitale Publikation im Internet veröffentlicht

1. Fassung, Januar 2025

© DAAD

Dieser Band erscheint im Rahmen des Konsortiums für Internationales Hochschulmarketing – GATE-Germany, das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird. Nachdruck und Verwendung, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung durch GATE-Germany.

GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung



Erfolgsfaktor Marktanalyse

Leitfaden zur Identifizierung passender
Zielmärkte

Inhalt

| | |
|--|-----------|
| Vorwort: Erfolgsfaktor Marktanalyse | 5 |
| 1. Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marktrecherche | 6 |
| 2. Guideline – wie ist der Leitfaden zu lesen? | 6 |
| 3. Dimensionen der Marktanalyse | 8 |
| 4. Länderspezifische Hochschulmarktrecherche | 17 |
| 5. Fazit | 17 |
| 6. Verwendete Daten- und Informationsquellen | 18 |

Vorwort: Erfolgsfaktor Marktanalyse

Leitfaden zur Identifizierung passender Zielmärkte

Zahlreiche deutsche Hochschulen setzen auf eine internationale Ausrichtung, um im globalen Wettbewerb erfolgreich zu sein. Dieser Leitfaden unterstützt dabei, geeignete Zielmärkte für die Rekrutierung internationaler Studierender zu finden und die richtigen Zielgruppen zu bestimmen. Zudem werden acht entscheidende Dimensionen für eine fundierte Marktanalyse vorgestellt, die wertvolle Ressourcen für strategische Entscheidungen bieten.

Immer mehr deutsche Hochschulen streben eine stärkere internationale Ausrichtung an und passen ihr Marketing gezielt auf internationale Zielgruppen an. Diese Entwicklung wird durch den globalen Wettbewerb verstärkt, der Hochschulen dazu drängt, innovative Rekrutierungsstrategien zu entwickeln und neue Märkte zu erschließen. Insbesondere kleinere Hochschulen, die mit sinkenden Studierendenzahlen zu kämpfen haben, setzen verstärkt auf die Gewinnung internationaler Studierender. Gleichzeitig suchen viele Hochschulen nach zuverlässigen Datenquellen und fundierten Analysen, um ihre Zielmärkte präziser zu bestimmen und ihre Maßnahmen zur Studierendenakquise zu optimieren. Eine fundierte Marktanalyse bildet die Grundlage für strategische Entscheidungen im globalen Wettbewerb. Allerdings fehlen oft Zeit und Ressourcen, um diese Aufgabe intern zu bewältigen. Das zeigen die vielen Rückmeldungen und Anfragen, die das Team von GATE-Germany erreichen.

Es gibt zahlreiche Methoden zur Identifikation passender Zielmärkte. Viele Hochschulen nutzen bestehende Kontakte, die durch Kooperationen, Austauschprogramme oder gemeinsame Forschungsprojekte entstanden sind, und bauen diese gezielt aus. Andere greifen auf Umfragen unter internationalen Studierenden, interne Datenanalysen oder Klick-Analysen von länderspezifischen Landingpages zurück. Diese Ansätze sind wertvoll, da sie die spezifische Ausgangslage der jeweiligen Hochschule berücksichtigen. Der Leitfaden zeigt auf, wie ergänzend zu bereits bestehenden Ansätzen eine externe, datenbasierte Methode genutzt werden kann, um Zielmärkte präzise zu bestimmen und deren Potenzial individuell zu bewerten.

1. Voraussetzungen für eine erfolgreiche Marktrecherche

Für eine erfolgreiche Marktrecherche sind eine klare Zieldefinition und eine präzise Marktsegmentierung erforderlich. Die Zieldefinition legt die gewünschten Ergebnisse fest, wie die Gewinnung neuer Studierender oder die Erhöhung der Sichtbarkeit einer Hochschule im internationalen Kontext. Die Marktsegmentierung ermöglicht es, die Marketingstrategie auf die richtigen Zielgruppen abzustimmen, indem potenzielle Studierende nach Herkunft, Bildungszielen oder Interessen unterteilt werden.

Pauschale Antworten auf individuelle Fragen gibt es hier nicht – jede Hochschule muss sie, unter Berücksichtigung ihrer spezifischen Bedingungen, für sich beantworten.

2. Guideline – wie ist der Leitfaden zu lesen?

Dieser Leitfaden hilft Hochschulen, passende Studieninteressierte in verschiedenen Ländern und Regionen zu identifizieren. Typische Fragestellungen sind:

- Wie ausgeprägt ist das Deutschlandinteresse im von der Hochschule recherchierten Land?
- Wie hoch ist der Anteil an Bachelorabsolventinnen und Bachelorabsolventen, die im europäischen Ausland bzw. in Deutschland studieren wollen und über die entsprechenden finanziellen Mittel verfügen?
- Welchem Level entspricht das Sprachniveau potenzieller Studierender auf Deutsch und Englisch?
- Wie viele Absolventinnen und Absolventen relevanter Fachrichtungen gibt es in einem bestimmten Land?

Der Leitfaden kategorisiert solche Fragen in acht Dimensionen:

- Deutschlandinteresse: Identifikation von Studierenden mit Interesse an Deutschland

- Bildungsniveau: Vergleich mit deutschen Anforderungen
- Akademische Schwerpunkte: Relevanz fachlicher Interessen
- Sprachkenntnisse: Vorhandensein von Deutsch- oder Englischkenntnissen
- Hochschulsystem: Vergleichbarkeit mit dem deutschen System
- Hochschulzugang: Zulassungsvoraussetzungen für ein Studium in Deutschland
- Bleibeperspektive: Interesse an Berufseinstieg und Verbleib
- Finanzierbarkeit: Verfügbarkeit finanzieller Mittel

Da diese Dimensionen komplex und nicht vollständig messbar sind, bietet der vorliegende Leitfaden Unterstützung zur Annäherung und liefert praxisnahe Hilfestellung, um relevante Daten- und Informationsquellen zu finden. Jede Hochschule kann und sollte für sich selbst festlegen, welche der acht Dimensionen für sie besonders relevant sind. Wir empfehlen, die Dimensionen nach individuellen Prioritäten zu sortieren und anschließend die Daten- und Informationsquellen der wichtigsten Dimension zu sichten. Erstellen Sie zunächst eine Liste mit maximal zehn Zielländern, die auf der Analyse dieser Dimension basiert. Passen Sie diese Länderliste während der Analyse der weiteren Dimensionen kontinuierlich an, bis Sie Ihre finale Zusammenstellung erarbeitet haben. Zehn Zielländer sind ein guter Start, um die Komplexität der Datenrecherche in einem überschaubaren und dennoch gewinnbringenden Rahmen zu halten. Diese Auswahl können Sie in weiteren Runden selbstverständlich erweitern.

3. Dimensionen der Marktanalyse

Dimension 1: Deutschlandinteresse

Viele Hochschulen fokussieren sich auf internationale Märkte, in denen eine starke Verbindung zu Deutschland als Studien- und Lebensstandort besteht und eine hohe Nachfrage nach Studienaufenthalten herrscht. Die Beweggründe für das Interesse an Deutschland sind vielfältig: Das hochwertige und im Vergleich zu vielen anderen Ländern preiswerte Bildungssystem, attraktive Karrierechancen, Welt-offenheit, kulturelle Vielfalt oder historisch gewachsene Verbindungen spielen dabei eine Rolle. Ziel ist es, gezielt jene Studieninteressierten anzusprechen, die sich explizit für Deutschland entscheiden und sich weniger an anderen europäischen oder angloamerikanischen Destinationen orientieren.

Aus welchen Ländern kommen die meisten internationalen Studierenden nach Deutschland?

Eine Antwort auf diese Frage finden Sie in interaktiven Grafiken von Wissenschaft weltoffen zu [internationalen Studierenden in Deutschland](#) sowie zu [Mobilitätsströmen zwischen einzelnen Ländern und Weltregionen](#).

Daten finden Sie auch im HSI-Monitor, der zudem noch verschiedene Filtermöglichkeiten bietet: [Studierende: Bildungsausländer*innen nach Herkunftsland/-region – HSI-Monitor](#).

Ergänzend dazu können Sie die [DAAD-Datenblätter](#) studieren, sofern Sie bereits konkrete Länder im Blick haben.

Wie hat sich die Bedeutung bestimmter Herkunftsländer entwickelt?

Eine Antwort auf diese Frage finden Sie in einer [interaktiven Grafik von Wissenschaft weltoffen](#).

Die Antworten auf diese Frage sind in den Bildungssystemanalysen (BSA) des DAAD sowie in der individuellen Bildungssystemanalyse, speziell im Kapitel 2 „Hochschul- und Bildungswesen“, zu finden. [Link zur BSA](#).

Informationen zu den jeweiligen Herkunftsländern finden Sie auch in den ersten beiden Kapiteln „Bildung und Wissenschaft“ sowie „Internationalisierung und Bildungskooperationen“ der [DAAD-Länderberichte](#).

Aus welchen Ländern des Globalen Südens kommen besonders viele Studieninteressierte nach Deutschland?

Das Angebot der Bildungssystemanalysen individuell erlaubt den Vergleich von jeweils bis zu zehn Ländern bezüglich des Deutschlandinteresses, das sich als eigene Dimension 3c „Deutschlandinteresse“ im Kapitel 3 „Internationalisierung und Bildungskooperation“ abrufen lässt. [Link zur BSA individuell](#).

Die interaktive Grafik „Internationale Studierendenmobilität weltweit“ auf www.wissenschaft-weltoffen.de ermöglicht die Auswahl eines beliebigen Herkunftslandes im Globalen Süden, für das dann die wichtigsten Gastländer der Studierenden im Ausland aufgelistet werden. So lassen sich diejenigen Länder identifizieren, in denen Deutschland zum Beispiel zu den [zehn wichtigsten Gastländern zählt](#).

Im HSI-Monitor können Studierende verschiedener Herkunftsländer/-regionen nach Fachgruppen betrachtet werden: [Studierende: Bildungsausländer*innen nach Herkunftsland/-region – HSI-Monitor](#).

Wie beliebt ist Deutschland als Gastland für Studierende aus den USA und Kanada?

Einen direkten Vergleich bezüglich des Deutschlandinteresses US-amerikanischer und kanadischer Studierender bietet die [Bildungssystemanalyse individuell](#). In einem ersten Schritt kann man hier zu vergleichende Länder eintragen (USA und Kanada), ergänzt durch die thematische Fokussierung auf Deutschlandinteresse (in Kapitel 3 „Internationalisierung und Bildungskooperation“, Unterpunkt c „Deutschlandinteresse“). Die jeweiligen Analysen und Grafiken werden in einem gemeinsamen PDF zusammengestellt, das zum Download zur Verfügung steht. Detaillierte Informationen zu den USA und Kanada finden Sie in der [BSA](#) und der [BSAi](#).

Bei der interaktiven Grafik „[Internationale Studierendenmobilität weltweit](#)“ auf www.wissenschaft-weltoffen.de können beliebige Länder als Herkunftsländer ausgewählt werden, für die dann die wichtigsten Gastländer

der Auslandsstudierenden aufgelistet werden. So lässt sich die Position Deutschlands als Gastland für Studierende aus den USA und aus Kanada ermitteln.

In welchen Ländern sinken die Zahlen internationaler Studierender, die zum Studium nach Deutschland kommen, kontinuierlich?

Die Antworten auf diese Frage finden Sie in den [DAAD-Datenblättern](#). Die Entwicklung der Anzahl der Studierenden in einem Land finden Sie auch in den [Länderberichten](#) im Kapitel „Statistische Anlagen“.

In der interaktiven Grafik „[Ausländische Studierende in Deutschland nach Herkunftsländern](#)“ können bis zu zehn Länder aus den wichtigsten 100 Herkunftsländern ausländischer Studierender in Deutschland ausgewählt werden. Für die ausgewählten Länder wird dann die Entwicklung der Zahlen seit dem WS 2000/2001 dargestellt. Sie kann sowohl als Grafik als auch als Excel-Datentabelle heruntergeladen werden.

Dimension 2: Bildungsniveau

Das Bildungsniveau bezieht sich auf den Grad der formalen Bildung, den eine Person erreicht hat. Für Hochschulen ist im Rahmen der Marktanalyse entscheidend, in welchen internationalen Märkten das Bildungsniveau den Anforderungen für ein Studium in Deutschland entspricht – sei es auf Bachelor-, Master- oder Promotionsniveau. Ziel ist es, Märkte zu identifizieren, in denen Studieninteressierte eine hochwertige Ausbildung erhalten, die sie für ein erfolgreiches Studium in Deutschland qualifiziert. Ebenso relevant sind Fragen zu geeigneten Lehr- und Lernmethoden, welche die Vorbereitung auf deutsche Studienprogramme fördern.

Wie gut ist ein Schulsystem im Vergleich zu Deutschland/ europäischen Ländern? Erkenntnisse über das Bildungsniveau

PISA (Programme for International Student Assessment) ist eine [internationale Studie der OECD](#), welche die Kompetenz von 15-jährigen Schülerinnen und Schülern in den Bereichen Lesen, Mathematik und

Naturwissenschaften untersucht. PISA bewertet nicht nur, was die Schülerinnen und Schüler wissen, sondern auch, was sie mit diesem Wissen praktisch tun können. Dadurch liefert PISA die umfassendste und detaillierteste internationale Bewertung der Lernergebnisse.

Wo lassen sich Informationen zu Unterschieden und Besonderheiten der Lehr- und Lernkulturen finden?

Hier finden Sie unterschiedliche Quellen:

[Studentenwerke](#)

[GATE-Germany](#)

[Wissenschaft weltoffen](#)

Podcast-Interview mit Jenna Mittelmeier: „[On Researching International Students](#)“ (17.05.2022)

Dimension 3: Akademische Schwerpunkte

Deutsche Hochschulen möchten internationale Studierende oft gezielt für spezifische Studiengänge gewinnen, die auf die Interessen und Bedürfnisse einer globalen Zielgruppe zugeschnitten sind. Um diese Strategie erfolgreich umzusetzen, benötigen sie umfassende Informationen darüber, in welchen Ländern ein besonders großes Interesse an den für sie relevanten Fachrichtungen besteht. Diese gezielte Analyse ermöglicht eine fokussierte Rekrutierung und schafft die Basis für eine strategisch ausgerichtete Vermarktung der Programme, die sowohl den internationalen Studierenden als auch den Hochschulen selbst zugutekommt.

Welche Fächer an deutschen Hochschulen sind bei internationalen Studierenden besonders nachgefragt?

Antworten auf diese Frage finden sich bei [Wissenschaft weltoffen S15_KA2_Faechergruppen-Doppelseiten_RZ.pdf](#) (ab Seite 16).

Gibt es thematische Schwerpunkte in der nationalen Politik (KI, Forschung zu Klimawandel), besonders nachgefragte Fächer oder Exzellenzfelder in einem Land?

Antworten auf diese Fragen finden sich in den Bildungssystemanalysen des

DAAD und der Bildungssystemanalyse individuell, speziell im Kapitel 2 „Hochschul- und Bildungswesen“, Abschnitt i „Akademische Schwerpunkte“.

Dimension 4: Sprachkenntnisse

Gute Sprachkenntnisse in Englisch und Deutsch erhöhen die akademischen, sozialen und beruflichen Erfolgchancen sowie die Lebensqualität internationaler Studierender in Deutschland. Sie erleichtern das akademische Verständnis von Vorlesungen und wissenschaftlichen Publikationen, verbessern die Kommunikation mit Dozierenden, Kommilitoninnen und Kommilitonen sowie Verwaltungspersonal und fördern die soziale Integration. Deutsche Hochschulen interessieren sich bei ihrer Marktrecherche häufig für solche Zielmärkte, in denen gute Englischkenntnisse und Grundkenntnisse in Deutsch vorhanden sind.

- Wie entwickelt sich das Interesse am Deutschlernen in einem Land?
- Wie hoch ist die Zahl der Deutschlernenden in einem Land?
- Wie stark nachgefragt sind englischsprachige Programme?

Die Antworten auf diese Fragen sind in den [Bildungssystemanalysen des DAAD](#) sowie in der [individuellen Bildungssystemanalyse](#), speziell im Kapitel 3 „Internationalisierung und Bildungskooperation“, Abschnitt d „Deutsche Sprachkenntnisse“, zu finden.

Informationen zur letzten Frage finden Sie auch im [HSI-Monitor](#).

Dimension 5: Hochschulsystem

Die Qualität und Vergleichbarkeit eines ausländischen Hochschulsystems mit dem deutschen ist ein zentrales Kriterium bei der Marktanalyse. Ein hohes Qualitätsniveau erhöht die Chancen für internationale Studierende, ihre Studienziele in Deutschland zu erreichen. Zudem interessieren sich deutsche Hochschulen dafür, in welchen Ländern ein deutscher Abschluss besonders anerkannt wird und ob es hierbei Unterschiede in der Bewertung verschiedener Hochschultypen (Volluniversität, Hochschule für angewandte Wissenschaft etc.) gibt.

Welcher Hochschultyp ist bei internationalen Studierenden besonders beliebt?

Der HSI-Monitor bietet eine animierte Grafik, in der die Präferenz Studierender mit ausländischer Staatsbürgerschaft nach Hochschulcluster im Zeitverlauf ausgewertet werden kann: [Studierende mit ausländischer Staatsbürgerschaft – HSI-Monitor](#) (nach Cluster).

Wissenschaft weltoffen, Kapitel B, enthält zahlreiche Abbildungen zur Verteilung der internationalen Studierenden nach Hochschularten. Werfen Sie also einfach einmal einen Blick in die jeweils aktuelle [Hauptausgabe von Wissenschaft weltoffen](#).

Wie ist das Hochschulsystem eines Landes gegliedert, welche unterschiedlichen Abschlussarten gibt es und wie vergleichbar sind diese mit dem deutschen System?

Informationen dazu finden sich insbesondere im Kapitel „Bildung und Wissenschaft“ der [Länderberichte](#).

Die Antworten auf diese Frage sind in den [Bildungssystemanalysen des DAAD](#) sowie in der [individuellen Bildungssystemanalyse](#), speziell im Kapitel 2 „Hochschul- und Bildungswesen“, Abschnitt f „Aufbau und Struktur des Studiensystems“, zu finden.

Wie viele ausländische Hochschulen haben Partnerschaften mit deutschen Hochschulen und bieten Doppelabschluss-Studiengänge an?

Doppelabschluss-Studiengänge führen oft zu mehr Studierendenmobilität zwischen den Partnern. Einen Überblick über deutsche Partnerländer in Doppelabschluss-Studiengängen bietet der HSI-Monitor: [Ausländische Partnerhochschulen in Doppelabschlussstudiengängen nach Partnerland/-region – HSI-Monitor](#).

Dimension 6: Hochschulzugang

Internationale Studierende benötigen eine Hochschulzugangsberechtigung, um in Deutschland studieren zu dürfen. Deutsche Hochschulen sind im Rahmen ihrer Marktanalyse auf verlässliche Informationen darüber angewiesen, wie Bildungsabschlüsse bestimmter Zielmärkte bewertet werden. Diese finden sie bei [anabin](#), dem Informationsportal zur Anerkennung ausländischer Bildungsabschlüsse, das vom Sekretariat der Kultusministerkonferenz betrieben wird. Die Hauptaufgabe von [anabin](#) besteht darin, Informationen zur Anerkennung ausländischer Bildungsabschlüsse in Deutschland bereitzustellen.

Welche Voraussetzungen müssen Studierende für eine Immatrikulation in Deutschland erfüllen?

Informationen zu Voraussetzungen für die Aufnahme eines Studiums in Deutschland bieten [Study in Germany](#) und die [Zulassungsdatenbank des DAAD](#).

Woran erkennt man, welche ausländischen Hochschulen in Deutschland anerkannt sind?

Die Abschlüsse ausländischer Hochschulen können in Deutschland nur dann anerkannt werden, wenn sie an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Institution erworben wurden. Diese Hochschulen sind in der Datenbank [anabin](#) mit dem Status H+ gekennzeichnet.

Welche Studierenden sind besonders von der deutschen Visaproblematik betroffen?

Informationen über eventuelle Visumpflichten und einen Finanzierungsnachweis für internationale Studieninteressierte müssen bei der deutschen Botschaft oder einem deutschen Konsulat im jeweiligen Heimatland der Person angefragt werden. Siehe [study-in-germany](#).

Dimension 7: Bleibeperspektive/Employability

Für 82 Prozent der im Rahmen der DAAD-Studie [„Benchmark internationale Hochschule“ \(BintHo\)](#) Befragten waren die attraktiven beruflichen Perspektiven ausschlaggebend für ihr Studium an einer deutschen Hochschule. Über 60 Prozent von ihnen dachten bereits langfristig und planten, auch nach dem Studienabschluss in Deutschland zu bleiben. Deutsche Hochschulen unterstützen internationale Studierende durch Career Services bei der Vorbereitung auf den Berufseinstieg und erfüllen damit einen wichtigen Beitrag zur Gewinnung hoch qualifizierter Fachkräfte für den deutschen Arbeitsmarkt. Den erfolgreichen Karriereverlauf ihrer Alumnae und Alumni setzen sie dann als Marketinginstrument für die Rekrutierung weiterer internationaler Studierender ein.

Wie relevant ist die Option auf Einstieg in den deutschen oder europäischen Arbeitsmarkt für ausländische Studieninteressierte?

Dieser Frage widmet sich die regelmäßig vom DAAD durchgeführte Studierendenbefragung im Rahmen des Projekts [„Benchmark internationale Hochschule“ \(BintHo\)](#). Auswertungen hierzu finden Sie in den jeweiligen Ergebnisberichten auf der [BintHo-Website](#) sowie in Wissenschaft weltoffen. Darüber hinaus findet sich im [Schlaglicht „Gründe internationaler Studierender für ein Studium in Deutschland und deren Studienzufriedenheit“](#) in Wissenschaft weltoffen 2024 eine entsprechende Auswertung auf Basis der Studierendenbefragung des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW). Sollten Sie Interesse an Sonderauswertungen zu den BintHo-Daten haben, die in den veröffentlichten Berichten und Publikationen nicht vorhanden sind, können Sie sich an den Projektleiter Dr. Jan Kercher (kercher@daad.de) wenden.

Welche Länder/Ländergruppen haben die höchste Verbleiberate in Deutschland?

Auch diese Frage wird regelmäßig in Wissenschaft weltoffen betrachtet, siehe zum Beispiel die Doppelseite „Bleibeabsichten und Bleibequoten“ in Kapitel B2 in [Wissenschaft weltoffen 2024](#).

Welche Länder/Ländergruppen schaffen am häufigsten den Einstieg in den deutschen/europäischen Arbeitsmarkt?

Siehe hierzu das [Schlaglicht „Bleibeabsichten und Bleibequoten internationaler Studierender in Deutschland“](#) in Wissenschaft weltoffen 2023.

Dimension 8: Finanzierbarkeit

Internationale Studierende müssen über ausreichende finanzielle Mittel für ein Studium in Deutschland verfügen. Zwar werden in den meisten Bundesländern keine Studiengebühren erhoben, jedoch müssen Kosten für den Semesterbeitrag, Lebenshaltungskosten und eine Krankenversicherung gedeckt werden. In der Marktanalyse gilt es, die Länder zu identifizieren, in denen sich der bildungsmobile Bevölkerungsanteil einen Studienaufenthalt in Deutschland leisten kann und möchte.

Spielt Wirtschaftlichkeit eine Rolle bei der Studienfachwahl?

Dieser Frage widmet sich die regelmäßig vom DAAD durchgeführte Studierendenbefragung im Rahmen des Projekts „Benchmark internationale Hochschule“ (BintHo). Auswertungen hierzu finden Sie in den jeweiligen Ergebnisberichten auf der [BintHo-Website](#) sowie in Wissenschaft weltoffen. Darüber hinaus findet sich im [Schlaglicht „Gründe internationaler Studierender für ein Studium in Deutschland und deren Studienzufriedenheit“](#) in Wissenschaft weltoffen 2024 eine entsprechende Auswertung auf Basis der Studierendenbefragung des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW). Sollten Sie Interesse an Sonderauswertungen zu den BintHo-Daten haben, die in den veröffentlichten Berichten und Publikationen nicht vorhanden sind, können Sie sich an den Projektleiter Dr. Jan Kercher (kercher@daad.de) wenden.

4. Länderspezifische Hochschulmarktrecherche

Sollte die Zeit für eine eigene Marktanalyse fehlen oder sollten die gesammelten Daten nicht ausreichen, bietet GATE-Germany seinen Mitglieds- und Nutzerhochschulen die Möglichkeit einer länderspezifischen Hochschulmarktrecherche oder einer Zielländerrecherche. Dadurch können sowohl bestehende Zielmärkte vertieft als auch neue, potenziell interessante Märkte identifiziert werden. Bei der Buchung einer Hochschulmarktrecherche steht die Expertise des DAAD-Außennetzwerkes zur Verfügung, das aus 58 weltweit verteilten Netzbüros besteht. Auch individuelle Recherchebedürfnisse können eingebracht werden. Weitere Informationen, einschließlich des zeitlichen Ablaufs und des finanziellen Rahmens einer Recherche, finden Sie hier: [GATE-Germany – Länderspezifische Hochschulmarktrecherchen](#).

5. Fazit

Der Leitfaden unterstützt deutsche Hochschulen dabei, geeignete internationale Zielmärkte für die Rekrutierung von Studierenden präzise zu identifizieren und deren Potenzial zu bewerten. Er orientiert sich an acht zentralen Dimensionen, wie dem Interesse an Deutschland, akademischen Schwerpunkten und Sprachkenntnissen, die bei der Marktanalyse berücksichtigt werden sollten. Ergänzend verweist er auf relevante Daten- und Informationsquellen, die eine fundierte Analyse ermöglichen.

Empfohlen wird, zunächst eine Liste mit bis zu zehn Zielländern zu erstellen und diese durch iterative Analysen schrittweise zu verfeinern. Der Leitfaden ermutigt Hochschulen, die vorgestellten Datenquellen zu nutzen, um das eigene Wissen über Zielmärkte systematisch zu erweitern. Dabei dienen die bereitgestellten Ressourcen als Einstiegshilfe, nicht jedoch als abschließende Lösungen. Sie werden regelmäßig aktualisiert und erweitert, um eine verlässliche Grundlage für strategische Entscheidungen zu bieten.

Sie brauchen noch Unterstützung? Hier finden Sie weitere [Angebote von GATE-Germany](#).

6. Verwendete Daten- und Informationsquellen

Wissenschaft weltoffen

Wissenschaft weltoffen ist ein gemeinsames Projekt des Deutschen Akademischen Austauschdienstes (DAAD) und des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung (DZHW), das sich in über 20 Jahren als zentrale Informationsquelle zur Mobilität von Studierenden und Forschenden in Deutschland und anderen wichtigen Gast- und Herkunftsländern etabliert hat. Wie hat sich die Zahl der internationalen Studierenden an deutschen Hochschulen in den letzten Jahren entwickelt? Wie attraktiv ist Deutschland für ausländische Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler? Wissenschaft weltoffen bietet jedes Jahr kostenfrei Antworten auf diese und weitere Fragen zur Internationalisierung von Hochschulen und öffentlichen Forschungseinrichtungen in Deutschland und weltweit.

HSI-Monitor – Profildaten zur Hochschulinternationalität

Der HSI-Monitor trägt umfassende Daten zu verschiedenen Aspekten der Hochschulinternationalität zusammen und wertet diese aus. Der HSI-Monitor unterstützt als Informations- und Monitoringwerkzeug die Hochschulen bei der Planung und Implementierung von Internationalisierungsstrategien. Die Daten stellen sicher, dass empirische Benchmarks sowohl auf der Ebene der deutschen Hochschulen insgesamt als auch für Hochschulcluster, das heißt Gruppen von Hochschulen ähnlichen Typs und ähnlicher Größe, berechnet werden können.

Bildungssystemanalyse und Bildungssystemanalyse individuell

Die Bildungssystemanalysen des DAAD bieten umfangreiche Analysen zu Hochschultyp und Studiensystem, Hochschulzugang und -abschlüssen, zur Internationalisierung sowie zum Stand der deutschen Sprache in insgesamt 45 Ländern. Interessierte können mit der Bildungssystemanalyse individuell bis zu zehn Länder in den für sie wichtigen Kategorien miteinander vergleichen.

DAAD-Länderberichte

DAAD-Länderberichte bieten eine kurze Einführung in das jeweilige Bildungs- und Wissenschaftssystem sowie die Internationalisierung und Bildungskooperation, ergänzt durch einen Überblick über die DAAD-Aktivitäten in dem jeweiligen Land.