DAAD

Internationale Hochschulmessen: „Neue Bildungsmärkte erschließen“



GATE-Germany

Guido Schnieders bei der Eröffnung der "Study in Europe Fair Peru" in Lima: "Bei allen Messen profitieren die Hochschulen vom weltweiten Netzwerk des DAAD“

Das Interesse deutscher Hochschulen an dem Messeangebot von GATE-Germany wächst stetig. Dem trägt das Konsortium von DAAD und Hochschulrektorenkonferenz (HRK) auch mit neuen innovativen Formaten wie virtuellen Messen Rechnung. Aufstrebende neue Bildungsmärkte abseits der ohnehin beliebten Zielländer lassen sich erfolgreicher erschließen, wenn man die dortigen Zielgruppen und Potenziale kennt, weiß Dr. Guido Schnieders, seit Mai 2016 Leiter des Referats Internationales Hochschulmarketing im DAAD und davor Leiter des DAAD-Informationszentrums in der malaysischen Hauptstadt Kuala Lumpur. Im Interview spricht er über aktuelle Entwicklungen bei den Internationalen Hochschulmessen, die unmittelbar bevorstehende „Study in Europe Virtual Fair USA and Canada 2016“ und neue Angebote wie die Webinar-Reihe Russland im März 2017.

Herr Dr. Schnieders, welche Bedeutung haben internationale Messen derzeit für das Marketing der deutschen Hochschulen?

Guido Schnieders: Wir wissen, dass das Interesse der deutschen Hochschulen am Messeangebot von GATE-Germany sehr groß ist, weil die Hochschulen den Mehrwert für sich erkannt haben. Man muss grundsätzlich zwischen zwei Arten von Messen unterscheiden: klassische Rekrutierungsmessen und internationale Netzwerkmessen. Bei ersteren können sich die deutschen Hochschulen internationalen Studieninteressierten präsentieren und mit möglichen Bewerbern ins Gespräch kommen. Bei den Netzwerkmessen steht der Austausch mit Hochschulvertretern aus aller Welt sowie mit Experten von

Wissenschafts- und Mittlerorganisationen im Vordergrund. Die Hochschulen können neue Kontakte knüpfen, bestehende Kooperationen ausbauen und über aktuelle hochschulpolitische Themen diskutieren. Die kürzlich im September in Liverpool durchgeführte Jahreskonferenz der EAIE (European Association for International Education) ist dafür ein gutes Beispiel. Da ging es um hochschulpolitische Fragen, die Europa betreffen, etwa die Auswirkungen des „Brexit“ oder die Integration von Flüchtlingen in die Hochschulen. Bei allen Messen profitieren die Hochschulen vom weltweiten Netzwerk des DAAD.



GATE-Germany

Guido Schnieders am "Study in Germany"-Messestand in Lima: persönliche Ansprechpartner, kompetente Beratung

Inwieweit trägt GATE-Germany der gestiegenen Nachfrage der deutschen Hochschulen im aktuellen Messekalender Rechnung?

Zunächst einmal indem wir weltweit präsent sind. Außerdem erschließen wir für unsere Mitgliedshochschulen neue Bildungsmärkte, die diese bisher als Zielländer noch nicht im Fokus gehabt haben. Peru und Ecuador sind dafür aktuelle Beispiele. So fand Mitte September die „Study in Europe Fair Peru“ in Lima statt, zeitlich gekoppelt an die „Study in Europe Fair Ecuador“. Für Peru war diese von GATE-Germany organisierte Messe eine Premiere. Peru ist ein besonders aufstrebender Bildungsmarkt. Die Nachfrage peruanischer Studierender nach einem Auslandsstudium ist sehr groß. Bei den südamerikanischen Studierenden in Deutschland bilden peruanische Studierende bereits die drittgrößte Gruppe.

Zum Zweiten reagieren wir mit neuen Formaten: So findet jetzt am 14. Oktober die erste virtuelle europäische Messe mit der Zielregion USA und Kanada statt, die „Study in Europe Virtual Fair USA and Canada 2016“. Dieses innovative Instrument ermöglicht es den teilnehmenden Hochschulen gerade in dieser attraktiven Zielregion relativ unaufwendig mit einem virtuellen Messestand präsent zu sein, mit Besuchern per Chat zu kommunizieren, Infomaterial zum Download anzubieten, auf Online-Angebote zu verlinken und Präsentationen zu zeigen.





GATE-Germany

Virtuell – aber sehr präsent: Stände der "Study in Europe Virtual Fair USA and Canada 2016"

Welche Rolle wird das Format „Virtuelle Messe“ in Zukunft im Messeangebot spielen?

Virtuelle Messen haben die Vorteile, dass sie für die Hochschulen mit weniger Zeitaufwand verbunden sind und keine Reisekosten entstehen. Die junge Zielgruppe kann ortsunabhängig teilnehmen und wird zeitgemäß angesprochen. Allerdings bleibt der persönliche Kontakt auf Präsenzmessen in vielen Weltregionen wichtig, zum Beispiel auch für Zielgruppen wie Eltern, die etwa im asiatischen Raum häufig auf Messen anwesend sind und sich informieren. Präsenzmessen werden auf jeden Fall weiterhin einen Schwerpunkt unseres Angebots bilden. Wichtig ist uns, dass wir beides im Programm haben und dass wir die innovativen Formate wie zum Beispiel die Webinar-Reihe Russland im März 2017 kontinuierlich weiterentwickeln.

Sie waren bis Ende April 2016 Leiter des DAAD-Informationszentrums in der malaysischen Hauptstadt Kuala Lumpur. Sind die rasante Entwicklung der dortigen Bildungspolitik und der Hochschullandschaft typisch für die globalen Veränderungen der Bildungsmärkte?

In Malaysia hat man erkannt, dass der Ausbau der Infrastruktur und des nationalen Bildungssystems entscheidende Schlüssel sind, um das Land zu entwickeln. Dafür hat man viel Geld in die Hand genommen und klare Pläne aufgestellt. Man muss allerdings auch sagen: Malaysia ist stark hierarchisch organisiert; dort werden solche Pläne „top down“ durchgesetzt. Das ist nicht einfach übertragbar auf andere Regionen. Insgesamt gibt es auch aufgrund der neuen aufstrebenden Hochschulmärkte wie Malaysia eine steigende Dynamik auf dem weltweiten Bildungsmarkt und damit steigende Konkurrenz um die besten Köpfe. Gleichzeitig nehmen auch die Möglichkeiten für Kooperationen und gemeinsame Projekte zu. Die deutschen Hochschulen sind sowohl, was internationale Kooperation als auch, was Wettbewerb angeht, gut aufgestellt – doch die Herausforderungen werden größer. Deshalb wollen wir die deutschen Hochschulen weiterhin kompetent dabei unterstützen, sich erfolgreich international zu positionieren.

Interview: Claudia Wallendorf (13. Oktober 2016)

WEITERE INFORMATIONEN

GATE-Germany [http://www.gate-germany.de]

Internationale Hochschulmessen [http://www.gate-germany.de/internationale-hochschulmessen/alle-hochschulmessen.html]

GATE-Germany Messekalender für die 1. Jahreshälfte 2017 [http://www.gate-germany.de/fileadmin/dokumente/angebote/Hochschulmessen/GATEMessekal

Artikelansicht von 15 führenden Portalen von GATE-Germany

Artikelserie zum 15-jährigen Bestehen von GATE-Germany [https://www.daad.de/der-daad/daad-aktuell/de/48900-1-jahre-gate-germany-der-ideale-tueroeffner-zu-internationalen-hochschulen/]