

Vorwort	5
Zusammenfassung	7
1 Methodik der Befragungen	15
International Student Barometer.....	15
ISB-Bounceback.....	20
StudentPulse.....	21
Aufbau des Buches.....	22
2 Studienland Deutschland	23
Interesse an einem Studium in Deutschland.....	24
Gefragte Studienabschlüsse und Fachgebiete.....	24
Was ist für Studieninteressierte besonders wichtig?.....	25
Wie wählen internationale Studierende eine Hochschule aus?.....	27
Angenommene Kosten und geplante Finanzierung.....	30
Visafragen.....	30
Soziales Umfeld.....	32
Hochschulstandort Deutschland als „Marke“.....	33
3 Die Ankunftsphase	35
Der Bewerbungsprozess.....	36
Präsenz der deutschen Hochschulen in den sozialen Medien.....	39
Die Erfahrungen bei der Ankunft.....	43
4 Studieren/Lernen in Deutschland	53
Einflussfaktoren bei der Studienortwahl.....	54
5 Wohnen/Leben in Deutschland	67
6 Unterstützende Serviceleistungen	83
Bewertung der unterstützenden Serviceleistungen.....	84
Nutzung der unterstützenden Serviceleistungen.....	91

7 Nach dem Studium in Deutschland	95
Welche internationalen Studierenden wollen in Deutschland bleiben?.....	96
Was bringt internationale Studierende dazu, in Deutschland zu bleiben?.....	97
Was bringt internationale Studierende dazu, Deutschland zu verlassen?.....	101
Wie verbringen internationale Studierende ihre Studienzeit in Deutschland?.....	104
8 Erwartungs- und Reputationsmanagement	107
Bedeutung der Karrierechancen.....	108
Würden internationale Studierende deutsche Hochschulen weiterempfehlen?.....	110
Worauf kommt es beim Hochschulmarketing an?.....	111