

<b>Vorwort</b> .....	5
<b>Zusammenfassung</b> .....	7
<b>1 Methodik der Befragungen</b> .....	15
International Student Barometer.....	15
ISB-Bounceback.....	20
StudentPulse.....	21
Aufbau des Buches.....	22
<b>2 Studienland Deutschland</b> .....	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
<b>3 Die Ankunftsphase</b> .....	35
Der Bewerbungsprozess.....	36
Präsenz der deutschen Hochschulen in den sozialen Medien.....	39
Die Erfahrungen bei der Ankunft.....	43
<b>4 Studieren/Lernen in Deutschland</b> .....	53
Einflussfaktoren bei der Studienortwahl.....	54
<b>5 Wohnen/Leben in Deutschland</b> .....	67
<b>6 Unterstützende Serviceleistungen</b> .....	83
Bewertung der unterstützenden Serviceleistungen.....	84
Nutzung der unterstützenden Serviceleistungen.....	91

<b>7 Nach dem Studium in Deutschland</b> .....	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
<b>8 Erwartungs- und Reputationsmanagement</b> .....	107
Bedeutung der Karrierechancen.....	108
Würden internationale Studierende deutsche Hochschulen weiterempfehlen?.....	110
Worauf kommt es beim Hochschulmarketing an?.....	111