

<b>1 Vorwort</b>	5
<b>2 Bildungsmarkt in Russland</b>	9
2.1 Wirtschaft und Demografie	10
2.1.1 Wirtschaftspolitische Rahmenbedingungen	10
2.1.2 Bevölkerung und Bildung	14
2.2 Das Hochschulsystem	25
2.2.1 Vorbemerkung	25
2.2.2 Historischer Exkurs	25
2.2.3 Hochschuleingangsvoraussetzungen	27
2.2.4 Strukturen im tertiären Bereich	28
2.2.5 Aktuelle Entwicklungen	30
2.2.6 Studienstruktur	33
2.2.7 Entwicklung im Bereich der Schulsprachen	33
2.2.8 Internationalisierungsstrategie	34
<b>3 Bildungsmarketing in Russland</b>	35
3.1 Von Bildungsmessen, Verbindungsbüros und Science Lectures: Marketingaktivitäten für den Studien- und Forschungsstandort Deutschland	37
3.1.1 Einblicke in die Arbeit der DAAD-Außenstelle Moskau	37
3.1.2 Hochschulbüro als Marketinginstrument: das Verbindungsbüro der FU Berlin	50
3.1.3 Das Deutsche Wissenschafts- und Innovationshaus Moskau	56
3.2 Bildungsmarkt in St. Petersburg und Marketing-Instrumente des Informationszentrums	61
3.3 Blick in andere Regionen: Russische Zentren im Osten und ihre Marketingmöglichkeiten für deutsche Studienangebote	76
3.3.1 Bildungsmarketing im Grossraum Kasan	76
3.3.2 Bildungsmarketing in Sibirien	82
<b>4 Deutsch-Russische Hochschulkooperationen</b>	97
4.1 Akademischer Austausch mit Russland – ein Überblick	98
4.2 Geisteswissenschaften: „Form follows Function“ – Internationale Repräsentanz einer Fachdisziplin am Beispiel der (Auslands-) Germanistik	102
4.3 Naturwissenschaften: Interdisziplinäre Forschung und Lehre am deutsch-russischen Exzellenz-Zentrum G-RISC	116
4.4 Sozial- und Kulturwissenschaften: Institutionalisierte Kooperation in Forschung, Lehre und Austausch – Das Zentrum für Deutschland- und Europastudien St. Petersburg/Bielefeld	122
4.5 Ingenieurwissenschaften: Über die strategische Zusammenarbeit der TU Ilmenau mit Russland	132
4.6 DAAD-Programme für die Russische Föderation	140
4.7 Exkurs: „Go East“ – Das DAAD-Programm für Deutsche nach Russland	143
<b>5 Ausblick</b>	147
<b>Literatur- und Quellenverzeichnis</b>	151