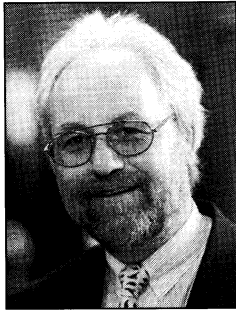


## Mitschwimmen – nicht treiben lassen !



Die deutschen Hochschulen seien international nicht präsent. So kann man es allenthalben hören. „Mitnichten“, kann man da nur sagen. Denn internationale Partnerhochschulen zu haben, sich am Erasmus-Programm zu beteiligen, Doppeldiplome mit ausländischen Partnerhochschulen anzubieten und Bachelor- und Masterstudiengänge einzuführen, – solche Aktivitäten gehören inzwischen zum Standardrepertoire einer Hochschule, die etwas auf sich hält. Die organisatorische und inhaltliche Internationalisierungswelle brandet an Deutschlands Hochschulen nicht vorbei.

Doch wie bei fast allen Aspekten der Hochschulentwicklung kommt es auch hier nicht in erster Linie auf die Summe der Einzelaktivitäten, sondern auf ihre Einbettung in ein strategisches Gesamtkonzept für die Hochschule an. Was sind die Ziele, die mit der Internationalisierung verfolgt werden, in welcher Weise tragen sie zum Profil und der zukünftigen Ausrichtung der Hochschule bei? Welcher Anteil ausländischer Studierender wird eigentlich angestrebt, warum möchte man ausländische Studierende anziehen und was kann man ihnen Spezifisches bieten?

Zunehmend bekommen internationale Aktivitäten der Hochschulen diese strategische Dimension: Wenn internationale Netzwerke und Konsortien von Hochschulen auf dem Gebiet des E-Learning gemeinsame Angebote erstellen, internationales Lobbying betreiben, sich auf gemeinsame Curricula einigen, Maßstäbe für die studiengangsbezogene Qualitätssicherung setzen und Akkreditierungssiegel vergeben, wird die Zugehörigkeit zu dem richtigen Netzwerk und die Mitbeeinflussung der Ziele zu einem entscheidenden Faktor für die Zukunftsperspektiven der Hochschule. Wenn immer mehr Hochschulen Studiengänge nach Osteuropa, Russland, den Nahen Osten oder Südostasien exportieren oder sogar eigene Studienzentren vor Ort eröffnen, wird die Sicherung von Märkten und Wettbewerbsvorsprüngen zu einem Handlungsmotiv.

Dieser neue Charakter der Internationalisierung stellt die Hochschulen vor große Herausforderungen. Es gilt, sich in sinnvoller Weise mit seinen Stärken in das internationale Geschehen einzubringen und dieses für die Verwirklichung eigener Ziele zu nutzen. Mitmachen, um dabei zu sein, ist zu wenig.

Detlef Müller-Böling

# Wissenschaftsmanagement

ZEITSCHRIFT FÜR INNOVATION

7. Jahrgang · Heft 3 · Mai/Juni 2001 · Einzelpreis: 36 DM

### news & facts

- 2** Forschungsfreiheit I
- 3** Forschungsfreiheit II
- 5** Virtuelle Hochschule
- 6** Forschungspolitik

### management

- 7** Rechtsfragen  
Tücken liegen oft im Detail  
Friedrich Graf von Westphalen und  
Thurid Hümb's
- 12** Europa  
Der Rahmen nimmt Gestalt an  
Klaus M. Uckel
- 19** Virtual Campus  
ETH World  
Gerhard Schmitt

### industrieanwendung

- 27** Innovation  
Geld spielt keine Rolle  
Gerd Möhrke und Hans-Ulrich Stamer

### weiterbildung

- 31** Aktueller Begriff  
Offshore education/Studienexporte  
Johanna Witte

### buchbesprechung

- 35** Luzerner Beiträge  
zur Fachhochschulentwicklung  
Paul Senn
- 37** Buchmarkt
- 40** Impressum

### beilage

**Wissenschaftsmanagement Special**  
Public Private Partnership  
in Forschung, Wissens- und  
Innovationsmanagement