



## Internationalisierung Hochschule Hof Strategiepapier

### Vision

Die internationale Ausrichtung der Hochschule (Leitbild) ist geprägt von der hohen, auch im virtuellen Raum umsetzbaren, interkulturellen Kompetenz aller ihrer Mitglieder und von dauerhaft mehr als 1000 internationalen Studierenden. Die fachlich exzellent ausgebildeten Absolventen sind auch wegen ihrer interkulturellen Teamfähigkeit und digitalen Kommunikationsfähigkeiten bei inländischen und ausländischen Unternehmen begehrt. Die profilstiftende, praxisorientierte Forschung wird international sehr geschätzt.

### Mission

Die Programme der Hochschule laden internationale Studierende ein, auf hohem Niveau praxisorientierte und interdisziplinäre Lehre zu erfahren und in international gemischten Teams praxisnahe Projekte umzusetzen. Alle deutschen Studierende sind befähigt, mit internationalen Partnern auch im virtuellen Raum zu kommunizieren und ihr Handeln an kulturellen Besonderheiten auszurichten. Jeder in Lehre und Verwaltung fördert die Zielsetzungen auf der Basis eigener interkultureller Kompetenzen. Internationale Forschungsnetzwerke werden ebenso verstärkt unterstützt wie Unternehmensgründungen mit internationaler Ausrichtung.

### Ziele

#### Internationale Erfahrung aller Studierender (100%)

- Befähigung in internationalen Teams auch digital zu kommunizieren

#### Dauerhaft mehr als 1000 internationale Studierende

500 in den Fakultäten bis WS 2022 (30.9.2024) verteilt nach Professorenanteilen in den Fakultäten zum Stichtag 1.10.2018

500 in der Weiterbildung bis WS 2025 (30.9.2025)

#### Zusammenarbeit mit mindestens einer Partnerhochschule mit virtuellen Angeboten im europäischen und interkontinentalen Raum (virtueller Campus)

#### Steigerung der Attraktivität der Hochschule (auch) für internationale Studierende im digitalen Kontext

#### Konsolidierung des Indienswerpunktes

#### Förderung der Wissenschaftlermobilität in Lehre und Forschung (Outgoings und Incomings – Gastdozenten)

#### Förderung der digitalen und interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten aller Mitglieder der Hochschule

#### Ressourceneffizienz bei der Internationalisierung

## Maßnahmen

### Internationale Erfahrung aller Studierender (100%)

- Obligatorisch mindestens ein internationales Projekt je Studiengang mit 2 interkulturellen und digitalen Elementen
- Berücksichtigung von Mobilitätsfenstern in allen Studiengängen
- Weitere Optionen: primär physisches Auslandsstudium/ Praktikum, Summer Schools, Lehrveranstaltungen bei internationalen Dozenten; anrechenbare Teilnahmemöglichkeiten an online-Angeboten von Partnerhochschulen (online-Vorlesungen, Remote Labore, virtuelle Labore, Simulationen, cyber-physischen Systeme)
- Exkursionen im Zusammenhang mit virtuell gestützten Lehrveranstaltungen oder Projekten mit internationalen Partnern
- Die Studierenden sollen mindestens in Englisch mit Niveau B2 GRS abschließen
- Das Erlernen/Vertiefen einer Fremdsprache ist per se keine internationale Erfahrung
- Dokumentation internationaler „Erfahrungen“ im Diploma Supplement

### Durchschnittlich 1000 internationale Studierende

- Fakultäten
  - Steigerung der englischsprachigen Angebote
  - Obligatorische Integration internationaler Studierender in die interkulturellen und digitalen Projekte
  - Sicherung des Studienerfolgs durch kontrollierte Zulassung ggf. über (virtuelle) oder andere Testverfahren sowie über Zwischentests und enge Führung
  - Mitwirkung an der Attraktivitätssteigerung der Hochschule für internationale Studierende
  - Unterstützung eines virtuellen Campus
- Weiterbildung
  - Weiterentwicklung der Curricula und Qualitätssicherung (Test)

### Zusammenarbeit mit mindestens einer Partnerhochschule bei virtuellen Angeboten im europäischen und interkontinentalen Raum (virtueller Campus)

- Kooperationsvereinbarung mit einer Partnerhochschule mit Angeboten zu virtuellen Studiengängen mit Präsenzphasen und Praktika auch in Deutschland für internationale Studierende – Umsetzung bis Wintersemester 2022 (30.9.2022)



### Steigerung der Attraktivität der Hochschule (auch) für internationale Studierende im digitalen Kontext

- Verfolgung einer konsequenten Content Strategie nach Maßgabe eines Gesamtmarketingkonzepts (on- und off-line u.a. virtuelle Führung, Einblicke in Lehrveranstaltungen, virtueller Erfahrungsaustausch mit Gaststudierenden etc.)
- Internationale Akkreditierung

3

### Konsolidierung des Indienswerpunktes

- Nachhaltige Verankerung der Indienkompetenz als Profilverfahren in Lehre und Forschung
- Indien als ein Schwerpunkt, aber kein Ausschlusscharakter

### Förderung der Wissenschaftlermobilität in Lehre und Forschung

- Outgoings: Unterstützung für Lehrveranstaltungen/Forschungsaktivitäten als Gastdozent/-forscher an Partnerhochschulen aus Hochschulmitteln der Fakultäten bzw. Förderprogrammen
- Incomings: Unterstützung internationaler Gastdozenten/-forscher aus Förderprogrammen, insbesondere in Lehrveranstaltungen, summer schools etc.

### Förderung der digitalen und interkulturellen Kommunikationsfähigkeiten

- Weiterbildungsangebote an der Hochschule im Rahmen eines Personalentwicklungskonzeptes

### Ressourceneffizienz bei der Internationalisierung

- Bevorzugte Förderung der Aktivitäten in von den Fakultäten/ der Weiterbildung definierten Schwerpunktregionen oder individuelle Betreuung einer Partnerhochschule („Kümmerer von Gastdozenten“)
- Neue Zielregionen und Partnerschaften nur nach vorheriger Abstimmung mit Präsidenten und International Office

## Begründung

Deutschland ist 2017 wieder Exportweltmeister! Dies haben wir auch den Menschen zu verdanken, die unsere exzellenten Produkte weltweit vertreiben und mit besonderem Geschick, die Bedürfnisse anderer Länder und ihrer Bevölkerung aufgreifen und Lösungen anbieten. Dazu müssen sie nicht nur die Funktionsweise der Waren und Dienstleistungen verstehen, sondern sich auch in die Menschen hinein fühlen können, um sie von der Nachhaltigkeit unserer z.T. doch nicht immer preiswerten Güter zu überzeugen. In diesem Beziehungsgeflecht haben wir uns in



der Vergangenheit exzellent geschlagen. Wir müssen uns aber anstrengen, die gebauten Brücken funktionsfähig zu erhalten und weitere zu bauen. Ziel muss es sein, unsere Gesellschaft weiter offen zu halten und gerade junge Leute anderer Nationen frühzeitig mit unseren Produkten und unserer Wirtschaftsphilosophie vertraut zu machen. Die Begegnung vor Ort – bei uns wie in den Heimatländern 4 unserer Gäste - schafft Freundschaften und Einblicke in andere Welten, und öffnet so für beide Seiten neue Marktchancen.

Die Hochschule Hof leistet schon immer ihren Beitrag, ihre Studierende fit für die Welt zu machen.

Von Anfang an war die Hochschule bestrebt eine größere Anzahl gelebter Partnerschaften weltweit zu pflegen (aktuell: 105), um so den eigenen Studierenden ein gesichertes Auslandsstudium zu gewährleisten. Der Studiengang Internationales Management, der erste seiner Ausrichtung in Bayern, setzt noch heute verpflichtend auf ein ausländisches Auslandssemester und ein halbes Jahr Praktikum im Ausland. Um für internationale Studierende attraktiv zu sein, wurden die englischsprachigen Angebote sukzessive weiterentwickelt (z.B. Innovative Textiles) und vor allem in der Weiterbildung z.T. komplette Studiengänge in Englisch eingeführt. Mit Hilfe der verschiedenen Programme u.a. des DAAD (Deutscher Akademischer Austauschdienst) unterstützt die Hochschule in exzellenter Weise inländische und ausländische Studierende (z.B. Erasmus) sowie Dozenten (z.B. Gastdozenten). Dem stagnierenden Interesse an längeren Auslandsaufenthalten, was z.T. den verkürzten Studienzeiten durch den Bologna-Prozess geschuldet ist, verstärkt die Hochschule die Anreize u.a. mittels Mobilitätsfenstern in den Studiengängen und ermöglicht internationale Begegnungen zu Hause (Internationalization at home) mit Summer Schools, International Teaching Weeks uvm. und verkürzte Auslandsaufenthalte (z.B. Exkursionen) entgegen. Die Gründung des Bayerisch-Indischen Hochschulzentrums an der Hochschule Hof vor 10 Jahren, das Einzige seiner Art an einer Hochschule für angewandte Wissenschaften (HaW), wurde nicht nur die nationale und internationale Wahrnehmung der Hochschule verstärkt, sondern auch mit 11 Partnerhochschulen in Indien ein Schwerpunktthema gesetzt, das der künftigen Bedeutung Indiens in der Welt frühzeitig Rechnung trägt.

Die Anstrengungen der Hochschulmitglieder gipfelte 2015 im HRK-Audit *Internationalisierung der Hochschulen*, dass das Erreichte positiv hervorhob und weitere Perspektiven aufzeigte: Mainstreaming der Internationalisierung auf allen Hochschulebenen (breites Mittragen des Internationalisierungsziels) Die Zielerreichung setzt eine Vielzahl von Maßnahmen voraus, die hier nur umrissen werden können.

Angesichts mittelfristig zurückgehender nationaler Studierender ist die Internationalisierung auch eine existenzsichernde Maßnahme, an der sich alle Mitglieder der Hochschule beteiligen. Dabei ist die Zahl von mehr als 500 Studierenden, unabhängig von den Aktivitäten der Weiterbildung mit ebenfalls 500 Studierenden, anteilig nach der Größe der Fakultäten anzustreben. Dazu müssen die Studierenden nicht immer zwingend in Hof unterrichtet werden, sondern sie können auch die noch zu entwickelnden online-Angebote in einem virtuellen Campus und die von uns durchgeführten Präsenzveranstaltungen an Partnerhochschulen nutzen. Im Rahmen der für die Hochschule insgesamt ausgegebenen Strategie diskutieren aktuell die Fakultäten und das Institut für Weiterbildung ihre Schwerpunkte in verschiedenen Arbeitsgruppen. Neben den schon stark international ausgerichteten Programmen der Weiterbildung sind auch alle



Studiengänge der grundständigen Lehre auf den Prüfstand zu stellen und am Maßstab der Attraktivität für internationale Studierende zu messen. Deren Integration ist, trotz unterschiedlichem Lernverhaltens, durch Teilhabe an international besetzten Projekten zu fördern. Mittels entsprechender Projekte u.ä. Angebote ist die Fähigkeit, zu stärken in globalen Teams online zu kommunizieren (digitale und interkulturelle Kompetenzen). Unterstützt wird diese Zielsetzung durch blended learning Veranstaltungen, virtuellen Laboren u.v.m.

5

Mit Hilfe von Schwerpunktregionen wird der effiziente Ressourceneinsatz bei Exkursionen und Partnerschaftspflege gesteuert. Der Bezug zur internationalen Erfahrung ist nur sichergestellt, wenn die Exkursion im Zusammenhang mit virtuell gestützten Lehrveranstaltungen oder Projekten mit internationalen Partnern steht. Die Weiterqualifizierung zur interkulturellen Kompetenz ist Teil des Personalentwicklungskonzepts.

### Definitionen

#### Internationale Studierende:

Internationale/ Ausländische Studierende = alle mit einer ausländischen Staatsangehörigkeit

Bildungsinländer/-innen = alle mit einer ausländischen Staatsangehörigkeit, die ihre Hochschulzugangsberechtigung (HZB) an einer Schule in Deutschland erworben oder in Deutschland eine Begabten- oder Eignungsprüfung bestanden haben

Bildungsausländer/-innen = alle mit einer ausländischen Staatsangehörigkeit die Hochschulzugangsberechtigung (HZB) an einer Schule im Ausland erworben haben (inklusive deutsche Schulen im Ausland) oder im Ausland erworbene schulische Qualifikation durch ein deutsches Studienkolleg ergänzt haben

#### Auslandsaufenthalt

Kurzzeitaufenthalt = zwischen einer Woche und einem Monat (z.B. Exkursionen, Summer Schools, Sprachkurse)

Semesteraufenthalt = Studium oder Praktikum im Ausland in der Regel zwischen drei und sechs Monaten pro Aufenthaltswitzweck, bei Doppelabschluss und bis zu zwölf Monaten

Sonstige Aufenthalte = übrige Dauer zum Beispiel für freiwillige Sommerpraktika