

INHALTSVEZRZEICHNIS

1.	PRÄAMBEL	3
2.	ZENTRALE SCHWERPUNKTFELDER DER INTERNATIONALISIERUNG DER UNIVERSITÄT SIEGEN	4
3.	AUSGANGSSITUATION DER UNIVERSITÄT SIEGEN	7
4.	STRATEGISCHE GRUNDSÄTZE DER INTERNATIONALISIERUNG	8
5.	ZIELBEZOGENE HANDLUNGSFELDER UND MAßNAHMEN	11
5.1.	INTERNATIONALISIERUNG DER FORSCHUNG	11
5.2.	INTERNATIONALISIERUNG STUDIUM UND LEHRE	12
5.3.	INTERNATIONALISIERUNG PROMOTION UND HABILITATION	13
5.4.	WEITERENTWICKLUNG INTERKULTURELLER KOMPETENZEN DES HOCHSCHULPERSONALS	14
5.5.	SERVICES IM INTERNATIONALEN KONTEXT	14
5.6.	INTERNATIONALE PARTNERSCHAFTEN	15
5.7.	INTERNATIONALES MARKETING	16
5.8.	QUALITÄTSMANAGEMENT, DOKUMENTATION UND ERFOLGSKONTROLLE DER INTERNATIONALITÄT	17
6.	PERSPEKTIVE	18

1. Präambel

Im Selbstverständnis der Universität Siegen und als Teil der Leitidee „Zukunft menschlich gestalten“ liegt es, regionale Verantwortung für Bildung, Ausbildung und gesamtgesellschaftliche Fragestellungen mit Lehre, Studium, Forschung und Wissenstransfer zu verknüpfen und deren Weiterentwicklung als ständige Aufgabe wahrzunehmen. Die Universität Siegen versteht daher die Internationalisierung als Chance, sich in der Gesamtheit der Hochschule durch eine gelebte Interkulturalität weiterzuentwickeln, dabei die Exzellenz in Forschung und Lehre auszubauen und der Gesellschaft eine Universität der schöpferischen interkulturellen Offenheit zu bieten. Hierbei bedarf es einer Perspektive, die über internationale Standards hinausgeht und diese nicht als abschließendes Ziel, sondern als Minimum der weiteren internationalen Entwicklung ansieht.

Internationalisierung muss daher an der Universität Siegen als konstantes, alle universitären Prozesse und Entwicklungen begleitendes Element verstanden und stetig vorangetrieben werden. Sie wirkt impulsgebend in alle Bereiche der Universität hinein, nimmt aber gleichzeitig rekursiv Impulse auf. Besonders in Lehre und Forschung wird konsequent auf eine internationale Orientierung gesetzt, sei es durch internationale Forschungsk Kooperationen und internationale Studiengänge – so auch in der Lehrer*innenbildung – oder durch die Unterstützung der internationalen Mobilität von Studierenden und Wissenschaftler*innen, aber auch von Beschäftigten in Technik und Verwaltung aus allen Bereichen der Universität.

Grundvoraussetzung für die Internationalität einer Universität ist das internationale Engagement ihrer Lehrenden, Forschenden sowie aller weiteren Hochschulangehörigen. In Verantwortung für qualifizierte ausländische Studierende, Doktorand*innen, Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen sowie durch Beteiligungen an internationalen Projekten in Forschung und Lehre spielt das internationale Renommee der Universität Siegen eine wesentliche Rolle. Dieses Renommee hängt ebenso wie die Platzierung bei nationalen und internationalen Rankings wesentlich von der Wahrnehmung ihrer Wissenschaftler*innen z.B. im Hinblick auf ihre Forschungsqualität, Qualität und Zahl der Forschungsprojekte und Publikationen, aktive Präsenz bei internationalen Tagungen, Gutachter*innentätigkeiten, Lehrtätigkeiten im Ausland, Mitgliedschaften in internationalen Forschernetzwerken, Beiräten, und dem Angebot an internationalen Studiengängen, beginnend bei Joint Diploma über Double Diploma hin zu doppelten Promotionen (z.B. gefördert durch ERASMUS+, La 1 und 2, hochschulübergreifende

Programme des DAAD, der Fulbright-Kommission bis hin zu Antragstellungen in ERASMUS Mundus), ab.

2. Zentrale Schwerpunktfelder der Internationalisierung der Universität Siegen

Internationalisierung ist kein Selbstzweck, sondern stellt vor dem Hintergrund der zunehmenden Globalisierung und des zunehmenden globalen Wettbewerbs in Forschung, Lehre und Transfer ein Kernelement der Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der Universität Siegen dar und lebt meist von bilateralen Kontakten einzelner Akteure einer Universität. Internationalisierung ist deshalb als eine Querschnittsaufgabe zu verstehen, die alle Bereiche und alle Prozesse der Universität betrifft und dort als integraler Bestandteil verankert werden muss. In Forschung, Lehre und Transfer wird die internationale Ausrichtung durch die Fakultäten unter Berücksichtigung ihrer Fachlichkeit getragen. In einer durch Internationalität geprägten Organisation muss jedoch auch in der Administration der Internationalisierung Rechnung getragen werden. Um eine holistisch aufgebaute strategische Orientierung zu erreichen und gleichermaßen Synergien und Kompetenzschwerpunkte aufbauen und nutzen zu können, ist zudem das Angebot zentraler Services als Unterstützungsfunktion für alle betroffenen Felder notwendig. Diese Überlegungen machen deutlich, dass eine erfolgreiche Internationalisierungsstrategie einer Mischung aus Top-down- und Bottom-up-Betrachtungen und Prozessen bedarf, um auf diese Weise sowohl gesamtuniversitäre Ziele erarbeiten und verfolgen zu können als auch individuelle und dezentral in den Fakultäten verfolgten Zielen Raum zu lassen.

Für die Ausrichtung der Internationalisierung an der Universität Siegen bildet die Fokussierung auf drei Schwerpunktfelder den wesentlichen Rahmen: **(1) Internationalisation at Home, (2) internationale Mobilität und (3) strategische Partnerschaften**, die in ihrer Breite als Querschnittsfaktor über alle Arbeitsfelder verstanden werden können.



1. Die **Internationalisation „at Home“** bildet eine wichtige Facette der Internationalisierung ab, bei der Internationalisierungsangebote zur Erweiterung der internationalen Kompetenzen und Fähigkeiten vor Ort an der Universität Siegen im Vordergrund stehen, so in Form von Fremdsprachenangeboten, Angeboten zur internationalen Wissenschaftskultur und -kompetenz, Studienangeboten (z.B. International Tracks oder vollständige Studiengänge) in Fremdsprachen und „Incoming“-Internationalisierung in Form von Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen, Gastdozent*innen und internationalen Studierenden. Auch die Planung und Etablierung von digitalen Lehr- und Lernelementen, beispielsweise durch Projekte wie „Präsenz digital gestalten“, stellen ein langfristiges Ziel dar, das im Kontext der Internationalisation at Home zukünftig eine wichtige Facette abbilden soll.

Die Angebote in diesem Schwerpunktfeld stellen für die weiteren Aktivitäten eine wichtige Basis und zudem eine erhebliche Bereicherung dar, insbesondere um beispielsweise auch Studierenden mit Kindern, gesundheitlich beeinträchtigten Studierenden oder Personen mit pflegebedürftigen Familienmitgliedern die interkulturelle Weiterentwicklung auch ohne Auslandsaufenthalt zu ermöglichen.

2. Aus diesem Grund bildet die Förderung der **internationalen Mobilität** sowohl „incoming“ als auch „outgoing“ eine zentrale Komponente der Internationalisierung. In diesem Kontext spielt sowohl die bereits etablierte

Förderung der Studierendenmobilität eine Rolle, stark ausgebaut werden soll jedoch auch die Förderung der internationalen Wissenschaftler*innenmobilität oder die des Personals aus Technik und Verwaltung. Insbesondere in diesem Bereich sind eine Professionalisierung der Servicestruktur und der Unterstützungsmöglichkeiten (z.B. in Form von Beratungsangeboten und administrativer Unterstützung) für „Outgoing-Wissenschaftler*innen“ auf allen Ebenen, aber auch die Etablierung einer Willkommenskultur und einer Infrastruktur für Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen erforderlich, um langfristig die Wettbewerbsfähigkeit der Universität Siegen in Forschung, Lehre und Transfer zu fördern. Ziel ist es, administrative Abläufe zu professionalisieren, etwa wie Doktorand*innen und PostDocs statistisch geführt werden (z.B. Forschungsaufenthalte, Dienstreisen oder Entsendungen), um hieraus weitere Bedarfe ableiten zu können.

3. Um die Aktivitäten der Internationalisierung nicht einer Zufälligkeit zu unterwerfen oder sie lediglich auf bilateralen, fallweisen Beziehungen basieren zu lassen, sondern stabile und nachhaltige internationale Partnerschaften zu fördern, ist ein Ausbau **internationaler strategischer Partnerschaften** sowohl durch eine gezielte Auswahl als auch durch eine strukturelle und monetäre Unterstützung maßgeblich. Strategisches Ziel ist es, mit tendenziell weniger, dafür aber sorgfältig ausgewählten Partnern verstärkt zu kooperieren, dieses aber auf einem intensiveren, tieferen und breiteren Niveau. Gerade diese Partnerschaften spielen bei der langfristigen Steigerung der Mobilität eine besondere Rolle. Hierzu müssen die internationalen Partnerschaften der Universität Siegen stetig erfasst und hinsichtlich ihrer Ausrichtung, Relevanz und Potenziale strukturiert werden. Die Partnerschaften sind bezüglich ihrer Bedeutung und der (fachlichen, strukturellen und institutionellen) Schwerpunkte zu strukturieren.

Internationalisierung geschieht aufgrund von „organizational inertia“ in der Regel nicht „von alleine“, sondern bedarf der Motivation, Sensibilisierung und Unterstützung der Akteur*innen. Handlungsfelder im Kontext dieser Überlegungen liegen deshalb neben der Weiterführung und Optimierung der bereits vor allem im Kontext der internationalen Studierendenmobilität etablierten Programme und Maßnahmen in dem Ausbau einer diversitätsbewussten Servicestruktur für die internationale Wissenschaftler*innenmobilität (Incoming und Outgoing), in dem Ausbau von Infrastruktur, der Etablierung einer Willkommenskultur und im Ausbau einer Support-, Förder- und Beratungsstruktur für Wissenschaftler*innen. Die internationale

Sichtbarkeit soll dabei nicht nur durch die Förderung und Intensivierung der Mobilität gesteigert werden, sondern gleichermaßen durch ein professionalisiertes internationales Hochschul- und Forschungsmarketing.

Die Hochschulleitung unterstützt daher das internationale Engagement ihrer Wissenschaftler*innen als strategisches, zukunftsorientiertes Ziel zur nachhaltigen Entwicklung der Universität und stellt die dafür erforderliche Infrastruktur zur Verfügung. So wird das International Office als zentrale Servicestelle für Ausländer*innen und das Auslandsstudium verstanden und hierdurch auch der Wissenschaftler*innenaustausch sowie internationale Partnerschaften gefordert und gefördert. Eine Einwerbung von Mitteln für internationale Kooperationen soll begleitet und auch zukünftig verstärkt wertgeschätzt werden. Hierbei kann die Forschungsförderung bei Anbahnung und Durchführung internationaler Forschungsprojekte im Rahmen von Forschungsnetzwerken unterstützend wirken. Zusätzlich wird das Sprachenzentrum mit einem breiten Angebot an Fremdsprachenkursen zur interkulturellen Weiterentwicklung der Studierenden, aber auch der Beschäftigten, beitragen. Flankiert wird dieses Angebot durch die Hochschuldidaktik, die hinsichtlich interkultureller Kompetenzen für die internationale Hochschulbühne entsprechende Programme anbietet. Darüber hinaus wurde STARTING als Willkommensort im Studierendensekretariat für ausländische Studierende gegründet, wobei diese Initiative durch eine daran anschließende durchgängige Betreuung der Studierenden in der Abteilung International Student Affairs flankiert wird. Analog für Wissenschaftler*innen wird dieser Willkommensort und die Betreuung im Welcome Center bereitgestellt. Zugleich werden durch ein intensives Qualitätsmanagement, aufbauend auf Kennzahlen der Internationalisierung, die Bemühungen im Rahmen der Internationalität stetig überprüft, um gegebenenfalls Anpassungen im Sinne eines Qualitätszuwachses vorzunehmen.

3. Ausgangssituation der Universität Siegen

Die Internationalisierung stellt schon seit vielen Jahren ein strategisch wichtiges Thema an der Universität Siegen dar. Um diesem wichtigen Thema Rechnung zu tragen und es weiterzuentwickeln, unterzog sich die Universität Siegen im Jahr 2016 dem HRK Audit „Internationalisierung der Hochschulen“.

Als Ergebnis wurde deutlich, dass die hohe gesamtinstitutionelle Relevanz sich nicht nur mit Blick auf die formulierten Motive und Ziele zeigt, sondern auch in den zahlreichen strategischen und operativen Einheiten der Universität, in denen Internationalität bereits gelebte Praxis ist und als Querschnittsaufgabe auf alle Funktions- und Arbeitsbereiche einwirkt. Generell weist die Universität gegenwärtig bereits in einigen Bereichen eine ausgeprägte Internationalität auf. Dies äußert sich

etwa im Anteil der Ausländer*innen unter den Masterstudierenden sowie im Anteil der Bildungsausländer*innen im wissenschaftlichen Personal, der ebenfalls den nationalen Durchschnitt übertrifft. Eine weitere günstige Rahmenbedingung für die Internationalisierung stellt der Umstand dar, dass die Universität Siegen generell großes Interesse an einer zunehmend strategisch geleiteten Internationalisierung zeigt und dieses Thema bereits explizit in HEP, Leitbild, institutioneller Grundordnung und der Ressortverteilung des Rektorats verankert hat. Überdies ist positiv hervorzuheben, dass die Universität eine überaus starke lokale bzw. regionale Verankerung aufweist, die ihr eine Vielzahl attraktiver Kooperationspotenziale mit Stadt und Wirtschaft offeriert. Die starke Unternehmensstruktur in Siegen und Umgebung mit einer bemerkenswerten Vielzahl an „Hidden Champions“ und „Global Players“ unterstreicht dieses Potenzial. Eine zusätzliche, für die weitere Internationalisierung der Universität sehr relevante günstige Rahmenbedingung stellen die Planungsschritte zur Schaffung einer gesamtinstitutionellen Corporate Identity dar, die die nationale wie internationale Sichtbarkeit der Universität Siegen erhöhen und ihr Profil schärfen soll.

Der gegenwärtige Zeitpunkt für die vorliegende Strategie erscheint sinnvoll: Das zentrale Engagement wird durch vielfältige Aktivitäten in den Fakultäten und Instituten flankiert, sodass die Universität bereits in einigen Bereichen ihrer Lehre und Forschung über internationale Strahlkraft verfügt. Darüber hinaus besteht seitens der fünf Fakultäten die Bereitschaft, den Strategieprozess aktiv mitzutragen und inhaltlich mitzugestalten. Den Hinweisen an positiven externen wie internen Einflussfaktoren sind gleichwohl auch einige Aspekte gegenüberzustellen, die eine weitere Internationalisierung der Universität Siegen potenziell erschweren. Mit Blick auf die internen Strukturen und Faktoren, die einer weiteren Internationalisierung durchaus entgegenwirken könnten, sind das Fehlen hochrangiger international anerkannter Akkreditierungen sowie die ausbaufähige externe Sichtbarkeit der Universität zu nennen, welche in Zukunft adressiert werden müssen. Das nötige Problembewusstsein und die Bereitschaft, die Internationalisierung reflektiert strategisch weiterzuentwickeln, sind an der Universität bereits auf vielen Ebenen deutlich erkennbar.

4. Strategische Grundsätze der Internationalisierung

Basierend auf dem Prozess des HRK-Audits verfolgt die Universität Siegen mit einer zunehmenden Internationalisierung vier strategische Grundsätze, welche sich aufbauend auf den drei primären Internationalisierungsfeldern der Universität wie folgt äußern:

- **Auf- und Ausbau der strukturellen Rahmenbedingungen der Internationalisierung**
 - *Der erste¹ Grundsatz umfasst den generellen Aufbau eines flexiblen, anpassungsfähigen, aber dennoch berechenbaren Systems über alle Teilbereiche der Universität hinweg, um die Internationalisierung qualitativ hochwertig verstetigen zu können. Maßnahmen zeigen sich hier beispielsweise im Ausbau der Fremdsprachenkompetenzen der Beschäftigten oder in der strategischen Ausrichtung internationaler Partnerschaften bis hin zur Qualitätssicherung der Maßnahmen. In der Summe stehen daher die Schaffung und Weiterentwicklung von Strukturen zur Entwicklung einer Kultur der Offenheit gegenüber Neuem im Fokus.*
- **Ausbau internationaler Marketingaktivitäten und der Profilierung**
 - *Der zweite Grundsatz umfasst vor allem den Aufbau von Marketingmaßnahmen im internationalen Kontext und der klaren Profilierung nach innen und außen. Zweck ist die Attraktivitätssteigerung der Universität Siegen zur Sicherung des wissenschaftlichen Nachwuchses, der gezielten Ansprache von ausländischen Studierenden, aber auch in der Akquisition exzellenter Wissenschaftler*innen für Forschung und Lehre.*
- **Steigerung der Internationalisierung der Lehre**
 - *Der dritte Grundsatz umfasst vor allem die Orientierung der Umsetzung der Lehre unter Berücksichtigung international ausgerichteter Handlungsmaßnahmen. Ziel ist es vor allem, eine höhere Mobilität sowohl für inländische als auch für ausländische Studierende zu ermöglichen, bei gleichzeitiger Berücksichtigung aktueller und kommender Curricula. Der hier angestrebte interkulturelle Austausch ist maßgeblich für die Employability unserer Studierenden.*
- **Steigerung der Internationalisierung der Forschung**
 - *Der letzte Grundsatz umfasst als eines der zentralsten Felder einer Universität die Forschung. Primär umfassen die dazugehörigen Teilziele die Förderung der Mobilität der Wissenschaftler*innen sowie die Förderung und Unterstützung bei strategischen Partnerschaften, z.B. bei Forschungsvorhaben.*

¹ Die Reihenfolge der Grundsätze stellt keine Gewichtung dar.

Die Grundsätze stellen die gemeinsam erarbeiteten und durch das Rektorat unterstützten Zielbereiche dar, die als Querschnitt in unterschiedlichen Handlungsfeldern durch entsprechende Maßnahmen etabliert werden sollen.

Diese Grundsätze sind daher die Grundlage der Attraktivität der Universität für international führende Wissenschaftler*innen, für begabte Nachwuchswissenschaftler*innen sowie für leistungs- und begeisterungsfähige Studierende aus allen Teilen der Welt. Letztere können im Anschluss auch die Fachkräfte darstellen, die neben der fachlichen Qualifikation sprachliche Fähigkeiten und interkulturelle Kompetenzen mitbringen und somit fruchtbar in die Region hineinwirken können. Der Mehrwert zeigt sich allerdings auch für hiesige Studierende, insbesondere im Ausbau interkultureller Kompetenzen, und der damit steigenden Employability in Zeiten einer globalisierten Arbeitswelt. Die oberste Prämisse der Universität Siegen ist in diesem Prozess der Internationalisierung das sich durch alle Fakultäten und Einheiten durchziehende, übereinstimmende Gebot, Qualität vor Quantität zu setzen.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass die Universität Siegen ihr zukünftiges Internationalisierungshandeln eng an einer Reihe wesentlicher Aspekte ausrichten wird:

- Dazu gehören die Verstetigung hochschulweiter Kommunikations- und Abstimmungsstrukturen,
- der konsequente Auf- bzw. Ausbau eines umfassenden Qualitätsmanagementsystems für die Perspektive einer erfolgreichen Internationalisierung,
- die Konzipierung einer gesamtinstitutionellen Sprachen- und interkulturellen Kompetenzförderungspolitik,
- der mehrwertorientierte Aufbau eines Netzwerks internationaler strategischer Partnerschaften
- sowie der Ausbau von Strukturelementen innerhalb des Schwerpunktfeldes Internationalisation at Home.

Zudem ergeben sich Gestaltungsmöglichkeiten für die zukünftige Internationalisierung im weiteren Ausbau international attraktiver Studien- und Promotionsprogramme und deren gesteigerte internationale Vermarktung bzw. Sichtbarmachung sowie eine gesteigerte strategisch betriebene Anwerbung qualifizierter ausländischer Studierender, Wissenschaftler*innen sowie Professor*innen.

Mit Blick auf die Außendarstellung der Universität kommt der systematischen Professionalisierung der englischsprachigen, barrierefreien Website eine zentrale Bedeutung zu. Für die Etablierung einer umfassenden Willkommenskultur will die Universität Siegen ferner auf die qualitätsorientierte und diversitätsbewusste Weiterentwicklung ihrer Betreuungsstrukturen, Vernetzungsangebote und Unterbringungsmöglichkeiten für inländische und ausländische Studierende, Promovierende sowie Wissenschaftler*innen hinwirken.

5. Zielbezogene Handlungsfelder und Maßnahmen

5.1. Internationalisierung der Forschung

Die Forschung stellt das Herzstück einer Universität dar und bedarf daher einer mehr als ausreichenden Unterstützung im Rahmen der Internationalisierung. Die bereits vorhandenen internationalen Kooperationen zwischen Siegener Wissenschaftler*innen, Forschungseinrichtungen und Förderorganisationen sollten daher als Basis für den Aufbau gemeinsamer Forschungsräume (beispielsweise innerhalb der europäischen Union) genutzt werden. Gemeinsame Forschungsräume bilden die höchste Integrationsstufe wissenschaftlicher Kooperation und sollten das Fernziel der Kooperation nicht nur im europäischen Forschungsraum, sondern mit Ländern in allen Weltregionen sein. Hierfür sollen verstärkt länderübergreifende Forschungsfelder identifiziert und im Rahmen von bi- und multilateralen Projekten bearbeitet werden. Bestehende Hürden in der Antragsstellung, Begutachtung und Durchführung können z.B. durch entsprechende Abkommen mit Partnerorganisationen weiter abgebaut und durch gemeinsam entwickelte und getragene Strukturen ersetzt werden. Begleitet werden soll dieses Engagement zudem durch die Identifikation und Förderung von Forschungspotenzialen und -programmen sowie eine Transparentmachung in die Universität hinein. Das Rektorat strebt hierbei allerdings zusätzlich an, exzellente, high potential Forschungsk Kooperationen mit weiteren Ressourcen zu unterstützen, sofern eine Grundfinanzierung nach Ausschöpfung sämtlicher Finanzierungsmöglichkeiten nicht gewährleistet ist, gleichzeitig aber nachweislich verdeutlicht werden kann, dass ein solches Projekt mehr als förderwürdig ist. Ziel ist es, die Strukturen für länderübergreifende Projekte zu stärken und bürokratischen Aufwand zu minimieren.

Für die Identifizierung von exzellenten Arbeitsgruppen und Forschenden als Kooperationspartner*innen soll ein Netzwerk von Vertrauens- und Verbindungspersonen in Schwerpunktländern aufgebaut werden. Hierbei sollte, um auf die genannten Handlungsfelder positiv wirken zu können, eine Teilnahme im Rahmen eines Netzwerks von sog. „Young Universities“ angestrebt werden, um im Rahmen der potenziellen Forschungsk Kooperationen eine höhere Sichtbarkeit der

Universität Siegen gewährleisten zu können. Zudem können Forscher*innen-Alumni, die als internationale Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen bereits Forschungs Kooperation mit Siegener Wissenschaftler*innen durchgeführt haben, in diesem Netzwerk eine besondere Funktion übernehmen. So ergibt sich hieraus eine Bindung der internationalen Forscher*innen-Alumni, die auch als „Botschafter*innen“ in ihren Heimatländern und -institutionen zur Positionierung der Universität Siegen im internationalen Wettbewerb wirken können und nachhaltig über die Angebote des Alumni-Netzwerks der Universität gepflegt werden. Hierfür müssen allerdings die Ansprechpartner*innen für mögliche Kooperationen im Vorfeld nach außen transparent identifizierbar sein. Es erscheint daher sinnvoll, entsprechende Kontaktstellen für externe Forschungsinteressenten bereitzustellen.

5.2. Internationalisierung Studium und Lehre

Für den Handlungsbereich Studium und Lehre erweisen sich insbesondere die Anerkennungsproblematik der im Ausland erbrachten Studienleistungen, Schwierigkeiten bei der Einführung integrierter Mobilitätsfenster und ein mangelndes Angebot an englisch- bzw. fremdsprachiger Lehre als große Herausforderungen für die Internationalisierung der Universität Siegen. Als Ziel des Paradigmenwechsels auf dem Weg zu einer tief verankerten Internationalisierung sollen daher ausländische Studienleistungen grundsätzlich anerkannt und somit die Beweislast einer möglicherweise nicht gegebenen Anrechenbarkeit nicht bei den Studierenden, sondern bei der Hochschule angesiedelt werden. Dieses gilt in besonderer Weise für Anerkennungsprozesse im Rahmen des Europäischen Hochschulraums.

Ziel ist es, Studienzeiterverlängerungen durch Auslandsaufenthalte zu vermeiden, indem (1) vermehrt integrierte Auslandsphasen (Mobilitätsfenster) in die Bachelor- und Mastercurricula eingebaut werden und (2) eine Anerkennung von im Ausland erbrachten Studienleistungen vereinfacht wird. Neben zentralen Support-Strukturen sind im selben Maße die fach- bzw. fakultätsspezifischen Angebote auszubauen; insbesondere zur Integration internationaler Studierender in den Universitäts-Alltag. Im Rahmen von internationalen Studiengängen sollen mehr „Joint Degree“-Programme mit Partnerhochschulen angeboten werden, so dass Studierende ein binationales Studium mit Doppelabschluss absolvieren können. Auf diese Weise kann „Brain Drain“ zu Lasten anderer Länder vermieden und „Brain Circulation“ gefördert werden. Der interkulturelle Austausch fördert die Persönlichkeitsentwicklung ebenso wie die Entwicklung der fachlichen Kompetenz und Kreativität durch den Austausch von Ideen und Methoden. Der Mehrwert zeigt sich zudem insbesondere im Ausbau interkultureller Kompetenzen der Studierenden und der damit steigenden Employability in Zeiten einer globalisierten Arbeitswelt.

Um die Attraktivität der Universität Siegen für ausländische Studierende zu erhöhen, ist es erforderlich, die Anzahl der englischsprachigen Lehrveranstaltungen zu steigern. Dabei darf im Sinne einer Mehrsprachenpolitik eine solche Entwicklung nicht zu Lasten des Deutschen als Wissenschaftssprache gehen. Ziel ist es daher, eine institutionsspezifische Sprachenpolitik zu formulieren, die sowohl zum Erhalt des Deutschen als Wissenschaftssprache beiträgt als auch den qualifizierten Erwerb und den Einsatz anderer Sprachen fördert. Dabei darf nicht nur die Quantität der englischsprachigen Lehre gefördert werden, sondern es muss auch stets die Prämisse der Qualität berücksichtigt werden. Neben der Qualifizierung des eigenen Personals der Universität Siegen kann der Einsatz ausländischer Dozierender ebenso wie von Muttersprachler*innen hierzu beitragen. Um diese Ziele zu erreichen, muss die Hochschule in die Lage versetzt werden, ein angemessenes Sprachenausbildungs- und Unterstützungsangebot vorzuhalten. Im Rahmen dieser beiden Ebenen zeigt sich eben vor allem das Potenzial, Gastdozierende zu gewinnen und Austauschprogramme für Lehrende zu fördern. Es sollten Stipendienprogramme sowie die Einrichtung von Förderungsfonds zur Erleichterung des Auslandsstudiums fokussiert und angeboten werden, da die vorliegenden Möglichkeiten im Rahmen beispielsweise der Erasmus-Förderung vom Umfang her meist nicht ausreichend sind, um eben einen potenziellen Aufenthalt im Ausland aus monetärer Sicht sorgenfrei zu gestalten. Hierbei soll ein Beitrag zur Steigerung von Bildungsgerechtigkeit geleistet werden.

5.3. Internationalisierung Promotion und Habilitation

Promotionen ebenso wie Habilitationen sind Schlüsselemente der mittelfristigen Sicherung internationaler Wissenschaftskommunikation und Forschungsqualität. Aus diesem Grund ist diese Qualifizierungsphase noch weiter zu fördern. Ziel sollte es daher sein, den Aufbau bilateraler internationaler Doktorandenprogramme mit Partnerhochschulen fruchtbar auszubauen und diese langfristig als Teil des Siegener Promotions- und Habilitationsprogramms zu verstetigen. Für Nachwuchswissenschaftler*innen ist es wichtig, die Transparenz von Förderprogrammen zur Finanzierung eines Forschungsaufenthalts im Ausland zu erhöhen.

Um für deutsche und ausländische Nachwuchswissenschaftler*innen attraktiver und konkurrenzfähiger zu werden, sollte weiter in die Forschungsinfrastruktur, in Mentoring-Programme und verlässliche Strukturen für wissenschaftliche Karrieren investiert werden, beispielsweise durch den Ausbau internationaler Doktorand*innenprogramme. Dieses kann zusätzlich durch die Gründung und Verstetigung internationaler Graduiertenkollegs flankiert werden.

Ziel des Rektorats ist es, die Weiterentwicklung junger Wissenschaftler*innen zu fördern und zu verankern. Wenn verlässliche Strukturen weiter ausgebaut werden, werden sich junge Nachwuchswissenschaftler*innen auch in Zukunft auf die Universität Siegen als Partnerin für die wissenschaftliche Entwicklung einlassen und damit auch den gewünschten und wichtigen Fortbestand an wissenschaftlichem Nachwuchs an der Universität Siegen sichern.

5.4. Weiterentwicklung interkultureller Kompetenzen des Hochschulpersonals

Die internationalen und interkulturellen Qualifikationen des Siegener Hochschulpersonals sind im wissenschaftlichen wie auch im administrativen Bereich das Schlüsselstück für das Gelingen von Internationalisierungsprozessen an der Universität Siegen. Aus diesem Grund gilt es, die Maßnahmen zugunsten einer grundlegenden Internationalisierungsausrichtung beim Hochschulpersonal zu verstärken. Dies beginnt bei der Vermittlung von Sprachkenntnissen und interkultureller Kompetenz und verfolgt das Ziel, die internationale Orientierung des wissenschaftlichen wie administrativen Hochschulpersonals zu stärken. Neben der Unterstützung des wissenschaftlichen Personals ist somit auch die Einbindung von Maßnahmen für Mitarbeiter*innen aus Technik und Verwaltung erforderlich, um interkulturelle Kompetenzen allen internen Akteur*innen zu ermöglichen.

5.5. Services im internationalen Kontext

Verwaltungs- und Serviceeinrichtungen sollen internationale Studierende, Graduierte und Wissenschaftler*innen auf demselben hohen Niveau beraten wie „Bildungsinländer*innen“. Dazu ist sowohl Wissen über kulturelle Unterschiede als auch die Fähigkeit erforderlich, interkulturell zielgerichtet, erfolgreich und der Situation angemessen zu kommunizieren. Neben den in Deutsch- und Fachkursen versorgten grundständigen internationalen Studierenden sind auch solche Bildungsausländer zu betreuen, die zu Beginn ihres Studiums oder ihrer Arbeitsverhältnisse an der Universität Siegen über keine oder nicht ausreichende Deutschkenntnisse verfügen. In diesem Kontext sind auch Dienstleistungen zur Integration internationaler Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen an der Universität Siegen zu berücksichtigen. Ziel ist es daher, Strukturen und den Support für internationale Forschungsk Kooperationen in ihrer gesamten Breite, d.h. sowohl für „Incomings“ als auch „Outgoings“, im Kontext von Forschung und Lehre, zu schaffen und auszubauen. Ein erster Schritt hierzu erfolgte bereits durch die Einführung des „Welcome Centers“ im International Office zur Information und Beratung für international mobile Forschende. Langfristig müssen die dort angebotenen Services rund um den Forschungsaufenthalt von Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen einschließlich der Unterstützung bei der Wohnungssuche noch stärker ausgebaut

werden, um als zentrale Anlaufstelle für Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen verankert zu sein und um dem Ziel einer ausländischen Forschungs- oder Lehrkooperation als fundamentalem Bestandteil der wissenschaftlichen Karriere genüge zu leisten. Bei sämtlichen schriftlichen Informationen (Print und Internet) sollte zudem überprüft werden, ob eine englische Textfassung die Serviceorientierung unterstützen kann. Dabei sollte für die Beschäftigten ein Schulungs- und Weiterbildungsprogramm im Bereich „interkulturelle Kommunikation und Kommunikationskompetenz Englisch“ entwickelt werden.

5.6. Internationale Partnerschaften

Ein strategisches Anliegen der Universität Siegen liegt in Aufbau und Pflege weitreichender internationaler Beziehungen. Querschnittsaufgabe ist es daher, diese in Forschung, Lehre und Transfer zu etablieren. Im vorliegenden Kontext spielt das Handlungsfeld der strategischen Partnerschaften eine besondere Rolle.

In Anlehnung an das Institute of International Cooperation verstehen wir strategische Partnerschaften als eine formelle Allianz zwischen zwei oder mehr Hochschuleinrichtungen, die in einem bewussten und gezielten Prozess entwickelt wurde, bei dem die Partner*innen ihre Ressourcen teilen und komplementäre Stärken nutzen, um klar definierte und gemeinsame Ziele zu erreichen. Die strategische Zusammenarbeit ist an die strategischen Ziele einer akademischen Einheit, einer Hochschule oder der Universität als Ganzes gebunden. Sie weist auf ein mehrdimensionales Engagement der beteiligten Institutionen hin und impliziert die gemeinsame Durchführung vielfältiger Aktivitäten. Hierbei setzt die Universität diese Anforderungen als maßgeblich für eine Bildung von strategischen Partnerschaften voraus. So sollte die Zusammenarbeit auf eine Dauer von mindestens drei Jahren tragfähig und eine gleichzeitige Sicherstellung einer mindestens mittelfristigen Finanzierungsperspektive umsetzbar sein. Ein geplanter Wissenschafts-, Forschungs-, Dozent*innen- oder Studierendenaustausch ist hierbei wünschenswert. Der Austausch hiesiger Wissenschaftler*innen sowie Personal aus Technik und Verwaltung sollte durch Bemühungen im Rahmen einer Ko-Finanzierung mit Fakultäten und Rektorat, aufbauend auf einem Antragsverfahren, flankiert werden.

Die bereits vorhandenen Verbindungen und Abkommen zu Hochschulen und Institutionen weltweit bilden eine gelungene Basis für den Austausch von Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen sowie ausländischen Studierenden, die zur Wissenschaft, zum Leben und Lernen an der Universität Siegen beitragen sollen. Ziel ist es daher, mit tendenziell weniger, dafür aber sorgfältig ausgewählten Partner*innen im Rahmen von strategischen Partnerschaften zu kooperieren, dieses aber auf einem intensiveren, tieferen und breiteren Niveau.

Letzteres bedarf aber nicht nur zwar wichtigen und eine grundlegende Basis schaffenden regulären Kooperationen, sondern muss hinsichtlich des Eintritts der Universität Siegen in Kooperationen mit weltweit anerkannten Partner*innen der Forschung forciert werden.

Diese Reduzierung der Hochschulpartnerschaften bei gleichzeitiger Fokussierung auf hochkarätige Partner*innen und Weiterentwicklung zu strategischen Partnerschaften hat zum Ziel, die Zusammenarbeit mit strategisch wichtigen Partner*innen fächer- und fakultätsübergreifend sowie länderbezogen in den Fokus zu rücken und als signifikantes Merkmal der Internationalität der Hochschule in Forschung und Lehre zu betonen. Sie führt dabei zu einer höheren internationalen Sichtbarkeit und zahlt ebenso auf zuvor genannte Ziele wie einer höheren Studierendenmobilität sowie zu einem verstärkten Austausch von Lehrenden mit ein.

5.7. Internationales Marketing

Ein wichtiges Ziel zur Förderung der Internationalisierung liegt auch in der Steigerung der internationalen Sichtbarkeit der Universität Siegen. Grundlage für weitere internationale Marketingmaßnahmen ist das im Jahr 2015 erarbeitete Marketingkonzept der Universität Siegen. Die dort getroffenen Entscheidungen sind daher in den internationalen Kontext zu adaptieren.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass, um den internationalen Charakter der Universität nach außen zu tragen, eine gezielte internationale Öffentlichkeitsarbeit notwendig ist. Eine primär notwendige Maßnahme auf gesamtuniversitärer Ebene im Bereich Marketing zur Weiterentwicklung der Internationalität ist zum einen die durchgehende Außendarstellung der Internationalisierung der Universität, die vor allem den durchgängig bilingual deutsch-englischen, nutzerorientierten, barrierefreien und anwenderfreundlichen Internetauftritt aller universitären Einrichtungen und angeschlossenen Institute sowie die Erstellung umfassender englischsprachiger Informationsmaterialien umfasst. Zum anderen geht damit einher, dass eine Erarbeitung eines internationalen Kommunikationskonzeptes im Kontext der bestehenden Marketingstrategie förderlich ist, um den Erfolg der internationalen Vermarktung der Angebote im Bereich von Lehre und Forschung der Universität Siegen zu vergrößern. Hierbei geht es nicht etwa nur darum, lediglich mehrsprachige Broschüren für Fakultäten, Studiengänge und Gesamtuniversität zu entwickeln und die Web-Präsenz im Hinblick auf englischsprachige Informationen zentral und dezentral auszubauen, sondern Ziel ist es, mit Blick auf die Umsetzung der Internationalisierungsstrategie, die geeigneten Kommunikationskanäle effektiv und effizient zu nutzen und zu „bespielen“.

5.8. Qualitätsmanagement, Dokumentation und Erfolgskontrolle der Internationalität

Die Universität Siegen hat ein Qualitätsmanagementsystem (QMS) eingeführt, welches auf die Strukturen, Ressourcen und Gegebenheiten der Universität Siegen abgestimmt ist. Aufgrund der Querschnittsfunktion der Internationalität tangiert sie alle Primärbereiche (Governance, Forschung, Lehre, Third Mission und Service) im Rahmen des QMS und wird damit einhergehend stetig geprüft. Die oberste Prämisse der Universität Siegen im Kontext der Internationalisierung ist, das sich durch alle Fakultäten und Einheiten durchziehende, übereinstimmende Gebot, Qualität vor Quantität zu setzen.

An der Universität Siegen fehlt bisher eine ausreichende Datenbasis, um die internationale Ausrichtung der Forschungstätigkeit (z.B. internationale bzw. fremdsprachige Publikationen, Einwerbung internationaler Fördermittel für F&E-Projekte etc.) gezielt weiterzuentwickeln. Mithilfe der unten aufgeführten Kennzahlen (s. Tabelle 1) lässt sich die Umsetzung der aufgezeigten Maßnahmen mittel- und langfristig, wenn auch nicht nach den gängigen Gütekriterien, so doch mit den vorhandenen Ausgangswerten vergleichen. Zudem ermöglichen sie im Rahmen des Hochschulstatistikgesetzes das Monitoring internationaler Tätigkeiten. Daher sollten die folgenden Kennzahlen für das langfristige Monitoring, wenn immer möglich, berücksichtigt werden.

• Prozentsatz der Studienprogramme, die in einer Fremdsprache angeboten werden
• Publikationen mit internationaler Ko-Autorschaft
• Prozentsatz ausländischer Mitarbeiter*innen
• Prozentsatz der Studierenden, die in Studienprogrammen mit ausländischen Partner*innen immatrikuliert sind ("Joint Study Programmes")
• Prozentsatz der ausländischen Personen an allen Absolvent*innen (Doktoratsstufe)
• Prozentsatz ausländischer Studierender, die einen akademischen Abschluss erwerben möchten ("Degree-seeking Students")
• Prozentsatz der ausländischen Studierenden, die als Austauschstudierende an die Hochschule kommen („Incoming Students")
• Prozentsatz der Studierenden, die als Austauschstudierende ins Ausland gehen ("Outgoing Students")
• Prozentsatz ausländischer Studierender insgesamt
• Zufriedenheit der Studierenden mit den Gelegenheiten, die ein Studienprogramm für ein Auslandsstudium bietet

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• international eingeworbene Drittmittel |
| <ul style="list-style-type: none">• Anzahl international mobiler Forschender, sowohl Incoming („Gastwissenschaftler*innen und Gastkünstler*innen“, z.B. auf Stipendienbasis) als auch Outgoing (Dozent*innen- und Mitarbeiter*innenmobilität) |

Tabelle 1. Kennzahlen der Internationalisierung

6. Perspektive

Die Internationalisierung berührt ein breites Spektrum unserer Aktivitäten innerhalb der Universität. Eine „One-Size-fits-all-Internationalisierungsstrategie“ kann es dabei nicht geben, weil die Anforderungen, Voraussetzungen, Ziele und Interessen der Stakeholder innerhalb und außerhalb der Universität äußerst divers, individuell und unterschiedlich sind. Auch kann es keine „in Stein gemeißelte“ Agenda geben, da Flexibilität und Offenheit sowohl notwendige Tugenden für Veränderungen als auch für sich herausbildende Bedarfe darstellen, die maßgeblich zum Erfolg einer Internationalisierung beitragen können. Die Internationalisierung unserer Universität erfolgt nicht aus Zwang heraus, sondern kann nur aus eigenem Antrieb der Akteur*innen forciert werden. Dieses Verständnis sowie das Engagement und die Unterstützung unserer Kolleg*innen sollen dazu beitragen, dass Internationalisierung langfristig keines Maßnahmenplans mehr bedarf, sondern als Teil des gesamtuniversitären Lebens verankert ist.