

Die Bedeutung studienbezogener Auslandsaufenthalte im Transformationsprozess der deutschen Wirtschaft

Ergebnisse einer Unternehmensbefragung

IW-Studie für den Deutschen
Akademischen Austauschdienst (DAAD)

eu.daad.de

IMPRESSUM

Herausgeber

Deutscher Akademischer Austauschdienst e.V.
Kennedyallee 50, D – 53175 Bonn
Tel.: +49 228 882-0, Fax: +49 228 882-444

E-Mail: webmaster@daad.de

Internet: www.daad.de

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Präsident Prof. Dr. Joybrato Mukherjee
Registergericht Bonn, Registernummer VR 2107
Umsatzsteuer-IdNr.: DE122276332
Verantwortlicher i.S.v. § 18 Abs. 2 MStV:
Dr. Kai Sicks, Kennedyallee 50, 53175 Bonn

Der DAAD ist ein Verein der deutschen Hochschulen und ihrer Studierendenschaften. Er wird institutionell gefördert durch das Auswärtige Amt.

Nationale Agentur für Erasmus+ Hochschulzusammenarbeit

Erasmus+ National Agency Higher Education

<http://www.eu.daad.de>

erasmus+news@daad.de

www.linkedin.com/company/erasmus-daad

Projektkoordination

Marina Steinmann (DAAD)

Redaktion

Dr. Christina Anger, Julia Betz, Prof. Dr. Axel Plünnecke,
Dr. Thomas Schleiermacher (alle IW)

Gestaltung

DITHO Design GmbH, Köln

Als digitale Publikation im Internet veröffentlicht

1. Fassung, Februar 2025

© DAAD

Diese Publikation wurde mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert. Sie gibt nur die Meinung der Autorinnen und Autoren wieder. Weder das BMBF noch der DAAD sind für eine mögliche weitere Verwendung der enthaltenen Informationen verantwortlich. Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert. Es wird jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Daten übernommen.



Kofinanziert von der
Europäischen Union



GEFÖRDERT VOM

Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

Kontakt Daten Ansprechpartner

Dr. Christina Anger

Senior Economist für Bildung und MINT

anger@iwkoeln.de

0221 – 4981-718

Julia Betz

Referentin Bildungsmonitor und MINT

betz@iwkoeln.de

0221 – 4981-675

Prof. Dr. Axel Plünnecke

Leiter des Themenclusters Bildung, Innovation, Migration

pluennecke@iwkoeln.de

0221 – 4981-701

Dr. Thomas Schleiermacher

Referent IW-Befragungen

schleiermacher@iwkoeln.de

0221 – 4981-877

Das IW in den sozialen Medien

Twitter: @iw_koeln

LinkedIn: @Institut der deutschen Wirtschaft

Facebook: @IWKoeln

Instagram: @IW_Koeln

Inhaltsverzeichnis

Impressum	2
Zusammenfassung	6
1 Einleitung	9
2 Rahmenbedingungen von Auslandsaufenthalten während des Studiums	13
2.1 Transformation 4D.....	13
2.2 Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker	16
2.3 Entwicklung der studentischen Auslandsmobilität	18
3 Auslandserfahrung und Kompetenzentwicklung	21
3.1 Der Kompetenzbegriff	21
3.2 Studienergebnisse zur Kompetenzförderung durch Auslandserfahrung	22
4 Bedeutung der Auslandserfahrung im Rekrutierungsprozess	30
4.1 Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen allgemein	30
4.1.1 Auslandsbezogene Tätigkeiten der Unternehmen	30
4.1.2 Direkter Effekt: Bedeutung des Auslandsaufenthalts im Rekrutierungsprozess.....	32
4.1.3 Indirekter Effekt: Bedeutung der erworbenen Kompetenzen im Rekrutierungsprozess	37
4.2 Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen nach Unternehmensmerkmalen	43
4.2.1 Auslandsbezogene Tätigkeiten der Unternehmen	44
4.2.2 Direkter Effekt: Bedeutung des Auslandsaufenthalts im Rekrutierungsprozess.....	46
4.2.3 Indirekter Effekt: Bedeutung der erworbenen Kompetenzen im Rekrutierungsprozess	50
4.3 Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die weitere Karriere	54
4.3.1 Kompetenzen bei Führungspositionen allgemein	56
4.3.2 Kompetenzen bei Führungspositionen nach Unternehmenstyp.....	59
4.4 Zwischenfazit	62
5 Weitere Effekte eines Auslandsaufenthalts im Transformationsprozess	64
5.1 Stand der Internationalisierung in Unternehmen	64
5.1.1 Auslandsaufenthalt und Bedeutung der Internationalisierung im Unternehmen	64
5.1.2 Auslandsaufenthalt und Diversity Management	74
5.2 Bedürfnisse der Unternehmen im Transformationsprozess	81
5.2.1 Weltoffenheit und Zusammenhalt der Gesellschaft.....	81
5.2.2 Wünsche an Hochschulen.....	85
6 Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	89
7 Abstract	93
8 Anhang	96
Tabellenverzeichnis	106
Abbildungsverzeichnis	107
Literaturverzeichnis	110

JEL-Klassifikation

I26 – Bildungserträge

I28 – Bildungspolitik

J23 – Arbeitskräftenachfrage

Zusammenfassung

Die deutsche Volkswirtschaft steht aktuell und in diesem Jahrzehnt vor gewaltigen Herausforderungen. Verschiedene Veränderungen wie der demografische Wandel, die Digitalisierung, die Dekarbonisierung und die Deglobalisierung beeinflussen gleichzeitig die Produktionsprozesse und Absatzmärkte von Unternehmen und erfordern dort umfangreiche Anpassungen und neue innovative Lösungen. Um diese genannten Herausforderungen bewältigen zu können, werden Arbeitskräfte benötigt, die mit den erforderlichen Kenntnissen und Fähigkeiten ausgestattet sind. Insbesondere ist ein hoher Grad an Flexibilität und Veränderungsbereitschaft notwendig, um sich den veränderten Anforderungen immer wieder anzupassen.

Dies stellt auch besondere Anforderungen an Berufseinsteigerinnen und -einsteiger. Die durch die Transformation zu erwartenden Umbrüche einer gleichzeitig immer komplexer und ungewisser werdenden Arbeitswelt erhöhen die Bedeutung von Resilienz und Anpassungsfähigkeit auch der Studierenden im späteren Arbeitsleben. In diesem Zusammenhang betont die vorliegende Studie die Bedeutung von Erfahrungen und Kompetenzen, die Studierende während eines Auslandsaufenthalts im Studium und/oder im Praktikum machen.

In einem Literaturüberblick wird zunächst gezeigt, dass ein Auslandsaufenthalt positive Effekte auf verschiedene Persönlichkeitsmerkmale wie Resilienz, Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion oder Verträglichkeit hat. Diese Kompetenzen sind hilfreich, um mit den bevorstehenden Veränderungen der Arbeitswelt umzugehen und damit wichtig für die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands und Europas. Zudem können die erworbenen interkulturellen Kompetenzen das Arbeiten in immer diverser werdenden Belegschaften und Kollegien erleichtern.

Vor diesem Hintergrund liegt der Schwerpunkt dieser Studie darauf, zu untersuchen, wie die Unternehmen die Auslandserfahrung von Studierenden einschätzen. Dazu wurden im Frühjahr 2024 im Rahmen des IW-Personalpanels insgesamt 823 Unternehmen zur Bedeutung der Auslandserfahrung von Studierenden befragt. Um zu untersuchen, ob verschiedene Unternehmen sich bei der Bewertung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts unterscheiden, wurden verschiedene Untergruppen von Unternehmen gebildet. In einem ersten Schritt wurden verschiedene Unternehmenstypen unterschieden: digitale Unternehmen, akademische Unternehmen, innovative Unternehmen und internationale Unternehmen. In einem zweiten Schritt wurden die Unternehmen danach eingeteilt, wie sehr sie vom Transformationsprozess in verschiedenen Bereichen (Klimaschutz, Digitalisierung, Demografischer Wandel, Globalisierung) betroffen sind.

Die Unternehmen wurden zunächst nach dem Umfang ihrer auslandsbezogenen Tätigkeiten und der Bedeutung der Auslandserfahrung im Rekrutierungsprozess befragt. Die häufigste auslandsbezogene Tätigkeit in den Unternehmen ist der Gebrauch von Fremdsprachen. Im zeitlichen Vergleich hat insbesondere die Zusammenarbeit in internationalen Teams deutlich zugenommen. Insgesamt sind in „internationalen“ Unternehmen auslandsbezogene Tätigkeiten am weitesten und deutlich überdurchschnittlich verbreitet.

Für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen ist deren Praxiserfahrung ein besonders wichtiges Kriterium; die direkte Bedeutung eines Auslandsaufenthalts wird von vielen Unternehmen geringer eingeschätzt. „Innovative“ und „internationale“ Unternehmen bewerten einen Auslandsaufenthalt während des Studiums jedoch deutlich häufiger als (sehr) wichtig als der Durchschnitt der Unternehmen.

Weiterhin zeigt sich die Mehrheit der Unternehmen indifferent zwischen einer Verlängerung des Studiums durch einen Auslandsaufenthalt oder der Einhaltung der Regelstudienzeit. Unter den Unternehmen, die eine Präferenz im Trade-Off von Auslandsaufenthalt und Regelstudienzeit haben, zeigt sich eine eindeutige Präferenz zu Gunsten eines Auslandsaufenthalts. Dabei geben Insbesondere „innovative“ und „internationale“ Unternehmen häufiger an, dass sie einen Auslandsaufenthalt als wichtiger erachten als die Einhaltung der Regelstudienzeit.

Von einem Auslandsaufenthalt kann im Rekrutierungsprozess nicht nur ein direkter Effekt im Sinne einer Signalwirkung ausgehen. Von Bedeutung sind auch die Kompetenzen, die mitunter durch einen Auslandsaufenthalt gefördert wurden. Ein Auslandsaufenthalt kann den Rekrutierungsprozess somit auch indirekt über Kompetenzzuwächse in bestimmten Bereichen beeinflussen. Befragt, welche sozialen und persönlichen Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in den Unternehmen wichtig sind, nennen die Unternehmen am häufigsten Selbstständigkeit, Problemlösefähigkeit, proaktives Handeln/Eigeninitiative, Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Neues. Dies sind alles Kompetenzen, die laut der Literaturanalyse im Rahmen eines Auslandsaufenthalts gestärkt werden. Somit wirkt sich ein Auslandsaufenthalt vor allem indirekt auf den Rekrutierungsprozess aus. Sowohl „digitale“ als auch „akademische“, „innovative“ oder „internationale“ Unternehmen schätzen weitere Aspekte wie Fremdsprachenkompetenzen sowie interkulturelle Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen häufiger als (sehr) wichtig ein als die Gesamtheit der Unternehmen.

Weiterhin kann sich ein Auslandsaufenthalt während des Studiums positiv auf den weiteren Karriereerfolg auswirken. Die Unternehmen halten die Fähigkeit, sich auf unterschiedliche Menschen/Charaktere einzustellen sowie die Fähigkeit, mit unsicheren beziehungsweise unklaren Situationen umgehen zu können, für wichtige Kompetenzen, um eine Führungsposition zu übernehmen. Beide Kompetenzbereiche können wiederum durch einen Auslandsaufenthalt gestärkt werden. Diese Kompetenzen sind dabei für „digitale“ Unternehmen besonders wichtig.

Darüber hinaus werden mithilfe der Unternehmensbefragung weitere Effekte eines Auslandsaufenthalts im unternehmerischen Transformationsprozess untersucht. Dazu gehört zunächst die Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für die Unternehmen. Fast ein Drittel der befragten Unternehmen gibt an, dass internationale Geschäftsbeziehungen eher bis sehr wichtig für den Erfolg ihres Unternehmens sind. Die weiteren Auswertungen konnten zeigen, dass es einen Zusammenhang zwischen der Auslandsaktivität eines Unternehmens und der Bewertung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts bei Hochschulabsolventinnen und -absolventen gibt. Jene Unternehmen, denen ein Auslandsaufenthalt wichtig ist, sind überdurchschnittlich häufig jene Unternehmen, denen auch internationale Geschäftsbeziehungen wichtig sind.

Darauf aufbauend wird untersucht, inwiefern Unternehmen bereits Diversity Management durchführen – inwiefern also gezielt Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt und Integration umgesetzt werden. Um von den Vorteilen kultureller Vielfalt innerhalb eines Unternehmens zu profitieren und gleichzeitig potenziellen Risiken vorzubeugen, ist ein aktives Diversity Management von großer Bedeutung. Knapp 60 Prozent der Unternehmen stimmen der Aussage (eher) zu, dass sie in multikulturellen Teams eine Bereicherung sehen. Von den aktiven Maßnahmen in diesem Bereich wird die Verankerung kultureller Vielfalt und Diversität im Leitbild beziehungsweise in den Unternehmenswerten am häufigsten umgesetzt. Die Analysen zeigen weiterhin, dass Unternehmen, die der Bedeutung kultureller Vielfalt im Unternehmen (eher) zustimmen, einen

Auslandsaufenthalt häufiger als (sehr) wichtig und seltener als (überhaupt) nicht wichtig einstufen als Unternehmen, die den Aussagen zur kulturellen Vielfalt im Unternehmen (eher) nicht zustimmen.

In einem weiteren Schritt wird analysiert, welche Bedürfnisse Unternehmen im Transformationsprozess äußern und welche Bedeutung einem Auslandsaufenthalt in diesem Zusammenhang beigemessen wird. Die Unternehmen wurden dazu einerseits zu Aspekten der Internationalisierung in der Gesellschaft befragt. Weiterhin wurde untersucht, welche Impulse sie sich von Hochschulen im Transformationsprozess wünschen. Es zeigt sich, dass Weltoffenheit und gesellschaftlicher Zusammenhalt auch im Unternehmenskontext von Bedeutung sind. Als besonders wichtig werden dabei eine „proeuropäische Haltung in der Gesellschaft“, der „Zugang zu internationalen Netzwerken“ sowie die „Weltoffenheit der Region des Unternehmensstandorts“ angesehen. Die Literaturanalyse zeigt dabei deutlich, dass im Erasmus-Programm geförderte Auslandsstudierende eine deutlich positive proeuropäische Haltung zeigen und ausprägen.

Hochschulen übernehmen im Transformationsprozess vielfältige Aufgaben. Sie wirken angesichts der transformativen Herausforderungen jedoch nicht nur an der Aus-/Weiterbildung und Fachkräftesicherung mit, sondern setzen auch Impulse zur Förderung von Innovations- und Gründungsaktivitäten. Durch Kooperationen mit der Wirtschaft können Synergieeffekte entstehen und wissenschaftliche Erkenntnisse in die Unternehmen weitergetragen werden. Im Rahmen des IW-Personalpanels wurden die Unternehmen befragt, welche Impulse sie sich von Hochschulen wünschen. Die Unternehmen messen dabei am häufigsten den „Innovationsimpulsen durch Wissenstransfer von der Hochschule in Unternehmen“ eine große Bedeutung bei. Mit der „Ausbildung internationaler Studierender“ und der „Expertise zu globalen Fragen“ werden auch auslandsbezogene Impulse besonders häufig gewünscht.

Insgesamt zeigt die Studie, dass international ausgebildete und sozialisierte Studierende wichtig sind, um sowohl weiterhin international zusammenzuarbeiten als auch die durch Migration und Fachkräftegewinnung wachsende Diversität unserer nationalen Gesellschaften zu gestalten. Daher ist es einerseits erfreulich, dass die Zahl internationaler Studierender in Deutschland zunimmt. Zugleich entwickelt sich jedoch die Bereitschaft deutscher Studierender, während ihres Studiums ins Ausland zu gehen, rückläufig. Umso wichtiger sind daher Angebote, wie sie das Erasmus+ Programm mit niederschwelligen und zugleich attraktiven Angeboten für Auslandsstudium und -praktika schafft. Diese Angebote sollten auch in Zukunft auf nationaler und europäischer Ebene weiter ausgebaut werden.

1 Einleitung

Über viele Jahre hat die Zahl der deutschen Studierenden, die während ihres Studiums einen Auslandsaufenthalt absolvieren, zugenommen. Am aktuellen Rand lässt sich jedoch wieder ein Rückgang der Zahl der Auslandsstudierenden feststellen. Dies kann auch darauf zurückgeführt werden, dass sich die Arbeitsmarktbedingungen für Akademikerinnen und Akademiker gegenwärtig sehr gut darstellen. Der Arbeitsmarkt für Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen ist von hohen Bildungsrenditen und einer geringeren Arbeitslosigkeit geprägt. Aufgrund des demografischen Wandels, der zu Fachkräfteengpässen in vielen Bereichen führt, ist auch davon auszugehen, dass sich die Arbeitsmarktchancen dieser Qualifikationsgruppe kurzfristig nicht verschlechtern werden. Daher ist es gegenwärtig für Hochschulabsolventinnen und -absolventen eventuell weniger bedeutsam, sich durch besondere Merkmale wie zum Beispiel einen Auslandsaufenthalt von potenziellen Mitbewerberinnen und Mitbewerbern zu unterscheiden.

Die deutsche Volkswirtschaft steht aktuell und in diesem Jahrzehnt jedoch vor gewaltigen Herausforderungen. Verschiedene Veränderungen beeinflussen gleichzeitig die Produktionsprozesse und Absatzmärkte und erfordern umfangreiche Anpassungen in den Unternehmen. Diese Prozesse können sich auch auf die Anforderungen an die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auswirken. Umfangreich werden die tiefgreifenden Veränderungen und Herausforderungen Europas und damit auch Deutschlands in dem aktuellen Bericht zur Wettbewerbsfähigkeit der EU (European Commission, 2024b) beschrieben: Seit Beginn dieses Jahrhunderts verlangsamt sich das Wachstum in Europa. Die Ära des raschen Wachstums des Welthandels scheint vorbei zu sein, und die Unternehmen der EU sehen sich sowohl einer stärkeren Konkurrenz aus dem Ausland als auch einem schlechteren Zugang zu Überseemärkten gegenüber. Zudem hat Europa mit Russland seinen wichtigsten Energielieferanten verloren. Gleichzeitig nimmt die geopolitische Stabilität ab, und die Abhängigkeit von anderen Ländern hat sich als Schwachstelle erwiesen. Weiterhin beschleunigt sich der technologische Wandel rasant; der Produktivitätsunterschied zwischen der EU und den USA ist weitgehend auf den Technologiesektor zurückzuführen. Zudem nimmt bis zum Jahr 2040 die Zahl der Erwerbstätigen in der EU voraussichtlich um fast 2 Millionen pro Jahr ab. Die Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit der EU wird daher als notwendig angesehen, um die Produktivität wieder anzukurbeln. Dazu werden drei große Veränderungen identifiziert. Die erste ist die Notwendigkeit, die Innovation zu beschleunigen und neue Wachstumsmotoren zu finden. Dabei muss Europa seine kollektiven Bemühungen darauf ausrichten, die Innovationslücke mit den USA und China zu schließen, insbesondere bei den Spitzentechnologien. Zweitens muss Europa die hohen Energiepreise senken und gleichzeitig die Dekarbonisierung und den Übergang zu einer Kreislaufwirtschaft organisieren. Drittens muss Europa auf eine geopolitisch weniger stabile Welt reagieren, in der Abhängigkeiten zu Schwachstellen werden, daher muss die Sicherheit erhöht und Abhängigkeiten müssen reduziert werden. Der Bericht stellt fest, dass es in diesen Bereichen schon einige Maßnahmen auf individueller Ebene in den Mitgliedsstaaten gibt, Europa aber noch mehr erreichen könnte, wenn stärker als Gemeinschaft gehandelt würde. Dazu sollten gemeinsame Ziele formuliert, Ressourcen gebündelt, Spillover-Effekte genutzt und verschiedene Politikbereiche besser koordiniert werden. Ein Ziel ist das Entstehen von Wissenschafts- und Technologieclustern, in denen die räumliche Nähe aller an der Innovation beteiligten Akteure die Produktion von Grundlagenforschung und deren Umsetzung in die Unternehmen fördert. In diesem Zusammenhang wird eine neue Haltung zur Zusammenarbeit eingefordert und eine Konzentration auf die europäischen Werte.

Um diese genannten Herausforderungen bewältigen zu können, werden Arbeitskräfte benötigt, die mit den erforderlichen Kenntnissen und Fähigkeiten ausgestattet sind. In diesem Zusammenhang wird eine relativ geringe Mobilität der Arbeitskräfte zwischen den einzelnen Mitgliedsstaaten festgestellt. Eine größere

Arbeitskräftemobilität kann dazu beitragen, bestehende Engpässe durch eine bessere Verteilung von Qualifikationen und Arbeitskräften sowie Arbeitskapazitäten innerhalb der Mitgliedstaaten und zwischen ihnen, zu verringern. Die Arbeitskräftemobilität ermöglicht es den Arbeitnehmern, in Regionen oder Länder umzuziehen, in denen eine höhere Nachfrage nach ihren Qualifikationen besteht und bessere Beschäftigungsmöglichkeiten bestehen. Die Arbeitskräftemobilität kann auch zur Erweiterung des Arbeitskräftepools für eine Vielzahl von Berufen und Sektoren beitragen und Arbeitgebern Zugang zu mehr qualifizierten Arbeitskräften verschaffen. Die Mobilität der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer innerhalb der EU ist jedoch nach wie vor begrenzter als beispielsweise in den USA. Es existieren sprachliche und kulturelle Barrieren sowie regulatorische Hindernisse, die weiter reduziert werden müssen. Die Vision besteht darin, die Grundlagen für den Aufbau einer „Union der Kompetenzen“ zu schaffen, deren Schwerpunkt auf relevanten Qualifikationen von hoher Qualität liegt, unabhängig davon, wo und wie sie erworben wurden (European Commission, 2024b).

Ein Baustein, die Arbeitskräftemobilität und die engere Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Mitgliedstaaten zu erhöhen, kann ein Auslandsaufenthalt in einem anderen EU-Land schon während der Ausbildung sein. Sprachliche und kulturelle Barrieren können reduziert und die Hemmschwelle, in einem anderen Land zu arbeiten, ist geringer, wenn schon früher in einem anderen Land gelebt wurde. Aber auch bei einer späteren Beschäftigung im eigenen Land können durch einen Auslandsaufenthalt wertvolle Kompetenzen erworben werden, die in dem zunehmend unsicheren Arbeitsumfeld von besonderer Bedeutung sein können. Die durch die Digitalisierung, die Dekarbonisierung und den demografischen Wandel zu erwartenden Umbrüche einer gleichzeitig immer komplexer und ungewisser werdenden Arbeitswelt erhöhen die Bedeutung von Resilienz und Anpassungsfähigkeit der Studierenden im späteren Arbeitsleben. Zudem können die erworbenen interkulturellen Kompetenzen das Arbeiten in immer diverser werdenden Belegschaften und Kollegien erleichtern.

Daher wird in dieser Studie die Bedeutung eines Auslandsaufenthalts während des Studiums für das weitere Arbeitsleben untersucht. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Analyse, welche Kompetenzen durch einen Auslandsaufenthalt gefördert werden und wie diese sich auf den Berufseinstieg und die berufliche Karriere inmitten des wirtschaftlichen Transformationsprozesses auswirken. In Kapitel 2 werden zunächst die Rahmenbedingungen dargestellt, unter denen die Entscheidungsfindung der Studierenden bezüglich eines Auslandsaufenthalts stattfindet. Daran schließt sich in Kapitel 3 eine Literaturanalyse an, in der Studien ausgewertet werden, die den Zusammenhang zwischen Auslandsaufenthalt und der Kompetenzentwicklung der Auslandsstudierenden untersucht haben. Auf dieser Basis wird in Kapitel 4 analysiert, welche Bedeutung eine Auslandserfahrung an sich und insbesondere auch durch die durch Auslandserfahrung erworbenen Kompetenzen für den Berufseinstieg und den beruflichen Aufstieg haben können. Dieser Untersuchung liegen Ergebnisse einer eigens für diese Studie durchgeführten Unternehmensbefragung des IW-Personalpanels zu Grunde. Daran anschließend werden weitere Effekte eines Auslandsaufenthalts im Transformationsprozess betrachtet, wie der Zusammenhang mit der Internationalisierung, mit der zunehmenden Diversität der Belegschaften oder der Weltoffenheit der Gesellschaft. Die Studie schließt mit einer Zusammenfassung der Ergebnisse und abgeleiteten Handlungsempfehlungen. Unterstützt werden die Aussagen der Unternehmensbefragung durch Zitate durch ehemalige Geförderte des Programms Erasmus+ aus den Jahren 2014 bis 2019.

Datengrundlage: Das IW-Personalpanel

Die Daten stammen aus der Welle 35 des IW-Personalpanels und wurden vom 07.03.2024 bis 03.05.2024 erhoben. Es haben insgesamt 823 Unternehmen teilgenommen.

Beim IW-Personalpanel handelt es sich um eine wiederkehrende Unternehmensbefragung. Befragt werden Personalverantwortliche in Unternehmen aller Branchen mit Ausnahme des öffentlichen Dienstes, die mindestens einen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten haben. Neben den aktuellen Schwerpunktthemen internationale Fachkräfte, Ausbildungsmarketing und Bewertung der 4-Tage-Woche werden im IW-Personalpanel verschiedene Strukturdaten erhoben, mit denen sich die Unternehmen charakterisieren lassen. Dazu zählen Informationen zur Beschäftigtenstruktur, Ausbildungsaktivität, Innovationsstätigkeit sowie zur Nutzung digitaler Technologien.

Für die Befragungsteilnahme werden die Unternehmen zufällig in einer nach Unternehmensgröße und Branche geschichteten Stichprobe aus einer Unternehmensdatenbank ausgewählt. Dabei weichen die Verteilungen zwischen Grundgesamtheit und Stichprobe voneinander ab: In der Stichprobe sind anteilig mehr große Unternehmen sowie mehr Unternehmen der Industrie enthalten als in der Grundgesamtheit der bundesdeutschen Wirtschaft. Dieses Vorgehen dient dazu, um auch bei diesen beiden Gruppen eine für die Auswertung hinreichend hohe Fallzahl zu erzielen.

Um repräsentative Gesamtwerte für die Grundgesamtheit (alle privatwirtschaftlichen Unternehmen mit mindestens einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten) zu ermitteln, werden die Befragungsergebnisse mit Anzahlgewichten (nach der Unternehmensanzahl anhand von Daten des Unternehmensregisters des Statistischen Bundesamtes) hochgerechnet. Dabei wird zwischen vier unterschiedlichen Branchengruppen (Verarbeitendes Gewerbe inkl. Bau, Einzel-/Großhandel/Logistik, wirtschaftsnahe Dienstleister, gesellschaftsnahe Dienstleister) sowie drei Mitarbeitergrößenklassen (1 bis 49 Mitarbeitende, 50 bis 249 Mitarbeitende und ab 250 Mitarbeitende) unterschieden.

Zusätzlich erfolgt im Rahmen dieser Hochrechnung eine Nonresponse-Korrektur. Unter „Nonresponse-Bias“ versteht man die potenzielle Verzerrung der Umfrageergebnisse durch eine strukturell unterschiedliche Teilnahmebereitschaft verschiedener Unternehmenstypen: Um diese möglichen Verzerrungen zu minimieren, werden mithilfe eines ökonomischen Modells die Wahrscheinlichkeiten, an einer spezifischen Befragung teilzunehmen, anhand der verfügbaren Strukturvariablen geschätzt. Zu diesen Strukturvariablen zählen die Beschäftigtenzahl (Inland), das Bundesland und die Branche des jeweiligen Unternehmens.

Wenn Sie an zukünftigen Befragungen des IW-Personalpanels teilnehmen möchten, können Sie sich hier registrieren: <http://www.iw-panel-anmeldung.de/>.

Die Hochrechnungsgewichte werden anhand dieser geschätzten Wahrscheinlichkeiten so korrigiert, dass Unternehmen mit einer sehr geringen Teilnahmewahrscheinlichkeit, die tendenziell unterrepräsentiert sind, höher gewichtet werden. Die um Non-Response-Einflüsse korrigierten Gewichte werden dann im Rahmen eines GREG (Generalised Regression)-Modells wieder an den Eckwerten aus der Grundgesamtheit kalibriert. Abschließend werden die Gewichte auf eine maximale Abweichung vom Ursprungsgewicht von drei Standardabweichungen beschränkt, um zu vermeiden, dass einzelne, hochgewichtete Unternehmen einen zu großen Einfluss auf die Hochrechnungsergebnisse haben.

Eine Gewichtung nach der Unternehmensanzahl führt dazu, dass große Unternehmen aufgrund ihrer relativ geringen Anzahl mit einem kleinen Gewicht in das Gesamtergebnis eingehen. Kleine Unternehmen haben hingegen einen großen Anteil an der Gesamtzahl der deutschen Unternehmen und bekommen somit einen höheren Gewichtungsfaktor zugewiesen. Die Ergebnisse geben Aufschluss darüber, wie das durchschnittliche Unternehmen einen Sachverhalt einschätzt.

Um zu untersuchen, ob verschiedene Unternehmen sich bei der Bewertung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts unterscheiden, wurden für die folgenden Auswertungen verschiedene Untergruppen von Unternehmen gebildet. Einmal wurden verschiedene Unternehmenstypen unterschieden:

- Digitale Unternehmen: sechs bis neun digitale Technologien oder Anwendungen werden genutzt (von neun abgefragt)
- Akademische Unternehmen (Anteil Hochqualifizierter ist größer als 25 Prozent)
- Innovative Unternehmen (Einführung neuer Produkte oder Dienstleistungen in den letzten drei Jahren)
- Internationale Unternehmen (Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen eher oder sehr wichtig)

In einem zweiten Schritt wurden die Unternehmen danach unterschieden, wie sehr sie vom Transformationsprozess in verschiedenen Bereichen betroffen sind:

- Klimaschutz: Einfluss des Klima-/Umweltschutzes in den nächsten fünf Jahren (eher) stark
- Digitalisierung: Einfluss der Digitalisierung in den nächsten fünf Jahren (eher) stark
- Demografischer Wandel: Einfluss des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels in den nächsten fünf Jahren (eher) stark
- Globalisierung: Einfluss der Globalisierung in den nächsten fünf Jahren (eher) stark

2 Rahmenbedingungen von Auslandsaufenthalten während des Studiums

Die deutsche Volkswirtschaft steht aktuell und in diesem Jahrzehnt vor gewaltigen Herausforderungen. Verschiedene Veränderungen beeinflussen gleichzeitig die Produktionsprozesse und Absatzmärkte und erfordern umfangreiche Anpassungen in den Unternehmen. Der Arbeitsmarkt, insbesondere für Akademikerinnen und Akademiker, zeigt sich bislang davon wenig beeinflusst und sehr stabil. Es kann aber nicht sicher davon ausgegangen werden, dass dies auch zukünftig der Fall sein wird. Zukünftig könnten die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer einen Vorteil haben, die über Kompetenzen verfügen, mit denen sie sich einem unsicherer gewordenen Arbeitsumfeld leichter anpassen und möglichst flexibel auf neue Herausforderungen reagieren können.

2.1 Transformation 4D

Gegenwärtig wirken vier Veränderungen gleichzeitig disruptiv auf das Geschäftsmodell der deutschen Wirtschaft und die Gesellschaft insgesamt: die **Digitalisierung**, die **Dekarbonisierung**, die **Demografie** und die **Deglobalisierung**. Um die Herausforderungen zu meistern, spielen Innovationen eine zentrale Rolle (Demary et al., 2021; 2024).

Im Rahmen der Digitalisierung versuchen immer mehr Unternehmen, datengetriebene Geschäftsmodelle umzusetzen, die zunehmend zu einem wettbewerbsentscheidenden Faktor werden. Auch die Dekarbonisierung stellt die Unternehmen vor erhebliche Herausforderungen. Es ist erforderlich, Investitionen in umweltfreundlichere Technologien und Produkte vorzunehmen und die Geschäftsmodelle dementsprechend anzupassen. Darüber hinaus wird in den nächsten Jahren ein erheblicher demografischer Ersatzbedarf in vielen Berufsfeldern entstehen, da viele der heute erwerbstätigen Arbeitskräfte bereits kurz vor dem Renteneintrittsalter stehen und die jüngeren Jahrgänge quantitativ kleiner ausfallen (Anger et al., 2024).

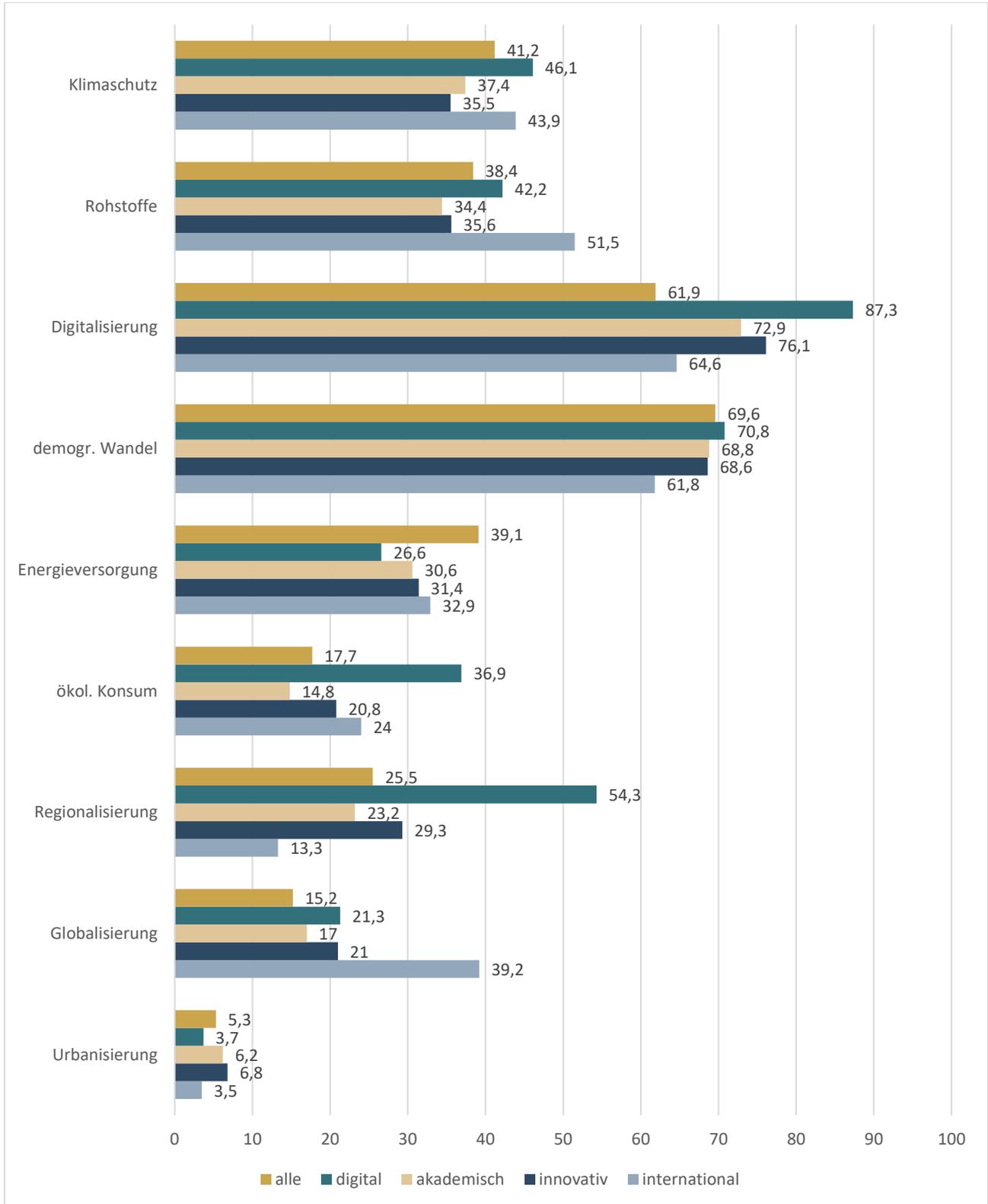
Mit dem Krieg in der Ukraine und dem politischen Ziel, im Umgang mit dem Wirtschaftspartner China auf Diversifizierung und De-Risking zu setzen, nimmt auch die Bedeutung der Deglobalisierung für die Breite aller Unternehmen zu. Das Risiko steigt, dass internationale Wertschöpfungsketten unterbrochen werden und dass das Geschäft mit bisherigen Handelspartnern reduziert werden muss. Dazu muss die Energieversorgung mit hohem Zeitdruck umgestellt werden. Damit wirkt sich auch der Deglobalisierungsdruck stark auf die Energiewende aus und digitale Lösungen für Energie- und Ressourceneffizienz gewinnen an Bedeutung (Demary et al., 2021; 2024).

In der Befragung des IW-Personalpanels, die dieser Studie zu Grunde liegt, wurden die Unternehmen gefragt, welche Themen und Trends in den kommenden fünf Jahren einen (eher) starken Einfluss auf sie haben werden. Am häufigsten wurde mit 69,6 Prozent der demografische Wandel/Fachkräftemangel genannt, gefolgt von der Digitalisierung (61,9 Prozent) sowie dem Klima- und Umweltschutz, der Energieversorgung und der Versorgungssicherheit bei Rohstoffen und Ressourcen, mit Zustimmungswerten von etwa 40 Prozent. Rund 15 Prozent führten die Globalisierung und die Exporte an. Die letzten Aspekte sind besonders wichtig bei Unternehmen, für die internationale Geschäftsbeziehungen sehr relevant sind (Abbildung 2-1).

Abbildung 2-1: Einfluss der Trends in den kommenden fünf Jahren

In Prozent, Anteil: (eher) starker Einfluss, nach Unternehmensmerkmalen, 2024

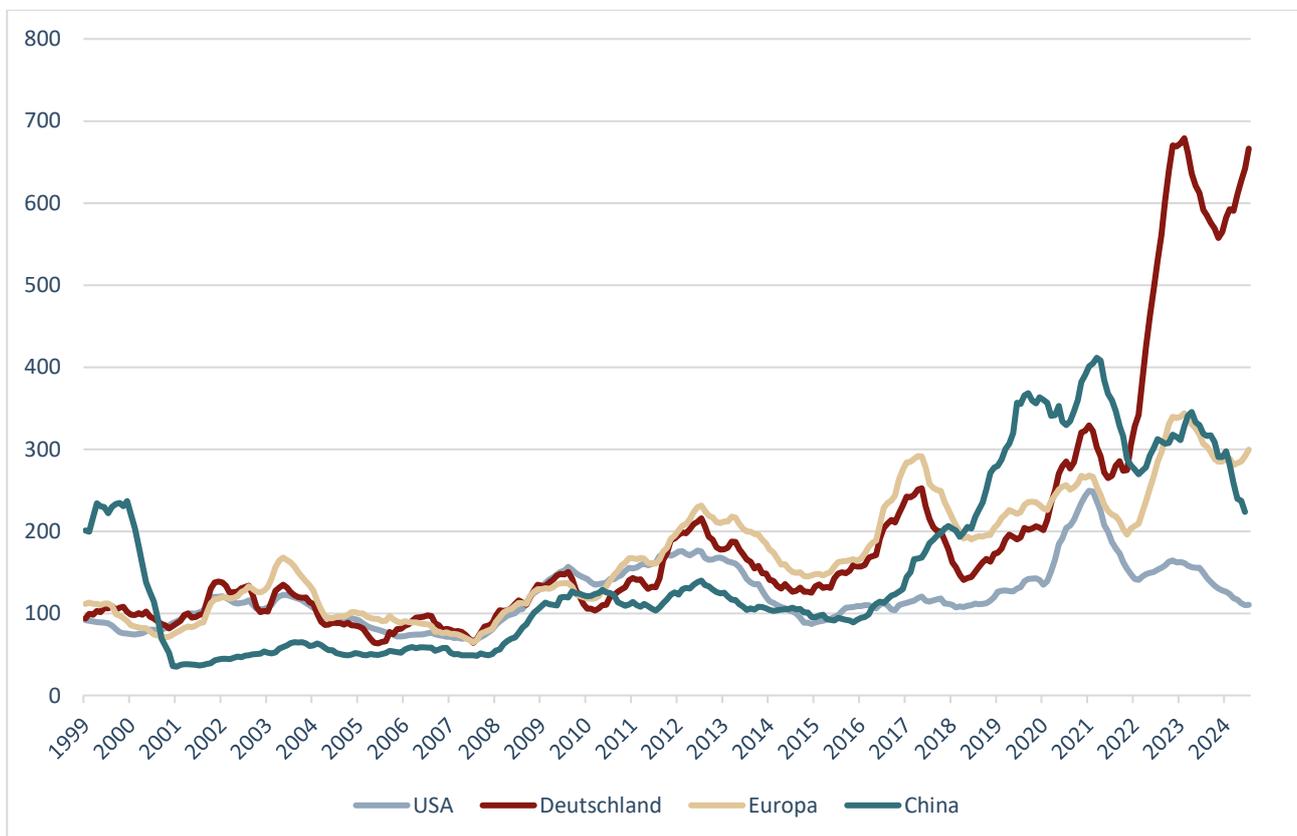
Frage: „Welche Themen und Trends werden Ihr Unternehmen in den kommenden fünf Jahren am stärksten beeinflussen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024; zur Definition der Unternehmensmerkmale siehe Seite 9

Insgesamt steigt durch die vielfältigen Veränderungen die ökonomische Unsicherheit an. Der Economic Policy Uncertainty Index zeigt deutlich, dass die ökonomische Unsicherheit bereits seit den 2000er Jahren unter Schwankungen zugenommen hat. Besonders in Deutschland nimmt dabei die Unsicherheit im Zuge der Corona-Pandemie und dem Ukraine-Krieg zu (Macrobond, 2024). Abbildung 2-2 zeigt die Entwicklung des Economic Policy Uncertainty Index¹ von 2000 bis 2024 in den USA, Deutschland, Europa und China. Seit Mitte der 2000er Jahre ist es zu einer Anhäufung verschiedener komplexer Krisen gekommen, im Zuge derer der Unsicherheitsindex immer wieder gestiegen ist. Betrachtet man die Index-Entwicklung in Deutschland, fällt auf, dass der Indexwert zwar nach jeder Krise wieder gesunken ist, aber nie auf das jeweilige Vor-Krisen-Niveau zurückfiel. Demnach hat die Unsicherheit in den letzten Jahren insgesamt zugenommen. Eine weitere massive Zunahme der Unsicherheit erlebt die deutsche Wirtschaft seit Beginn des Krieges in der Ukraine. Nicht nur lässt der Krieg den Index deutlich steiler ansteigen als in vorherigen Krisen, auch im internationalen Vergleich ist der Anstieg beträchtlich.

Abbildung 2-2: Entwicklung des Economic Policy Uncertainty Index 1999 bis 2024 in den USA, Deutschland, Europa und China



Quelle: Macrobond, Institut der deutschen Wirtschaft

Die Dynamik der Transformation erfordert eine schnelle Reaktionsfähigkeit der Unternehmen und der staatlichen Institutionen. Dabei sind vielfältige und grundlegende Innovationen nötig. Eine Stärkung der

¹ Der Economic Policy Uncertainty Index basiert auf Erwähnungen in Zeitungsartikeln zur politischen Unsicherheit eines Landes. Pro Land werden renommierte nationale Zeitungen ausgewählt, deren Artikel in die Berechnung einfließen. Für Deutschland sind dies das Handelsblatt und die Frankfurter Allgemeine Zeitung. Gezählt wird die Anzahl der Zeitungsartikel, die eine Kombination bestimmter relevante Begriffe (Unsicherheit, Wirtschaft, Defizit, ...) enthalten. Für eine detaillierte Beschreibung der Methode siehe Baker et al. (2016) oder <https://www.policyuncertainty.com/index.html>.

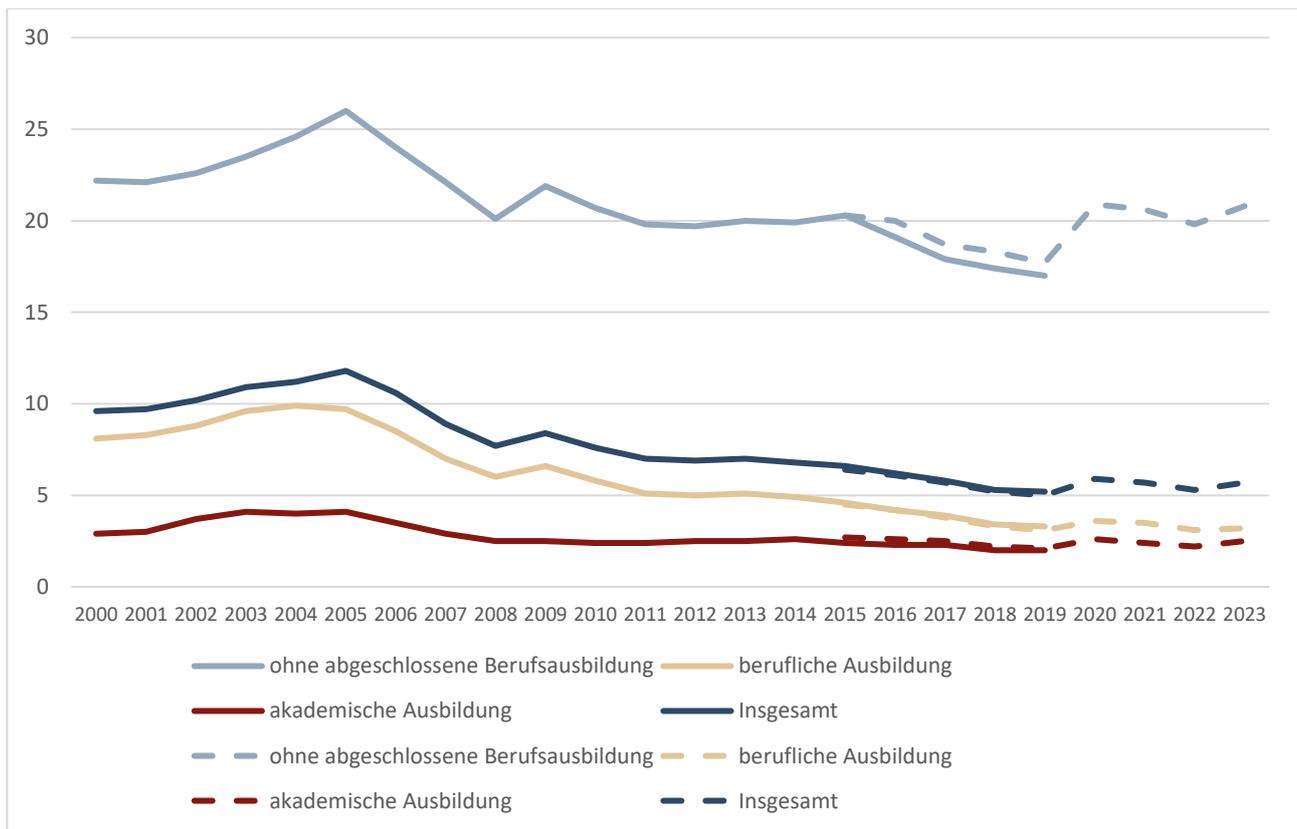
Innovationskraft durch eine Intensivierung von Forschung und Entwicklung sind daher ein Kernelement einer Industriepolitik in der Zeitenwende (Hüther et al., 2023). Die Unternehmen müssen sich daher insgesamt resilienter und krisenfester aufstellen und werden und benötigen dafür auch vermehrt Beschäftigte, die proaktiv mit Veränderungen umgehen können.

2.2 Arbeitsmarkt für Akademikerinnen und Akademiker

Trotz der vielfältigen wirtschaftlichen Veränderungen stellt sich die Arbeitsmarktlage, insbesondere für die Akademikerinnen und Akademiker, nach wie vor relativ gut dar. Das Risiko, arbeitslos zu werden, ist immer noch eng mit dem Bildungsstand einer Person verknüpft. Menschen mit einer höheren Qualifikation haben ein viel geringeres Risiko arbeitslos zu werden. Während die Arbeitslosenquote bei Akademikerinnen und Akademikern im Jahr 2023 nur 2,5 Prozent betrug, ist sie für Personen ohne berufliche Ausbildung mehr als achtmal so hoch (20,8 Prozent). Über einen längeren Zeitraum betrachtet hat sich die Arbeitslosenquote für Personen mit einem Hochschulabschluss sogar etwas rückläufig entwickelt (Abbildung 2-3).

Abbildung 2-3: Qualifikationsspezifische Arbeitslosenquoten

In Prozent



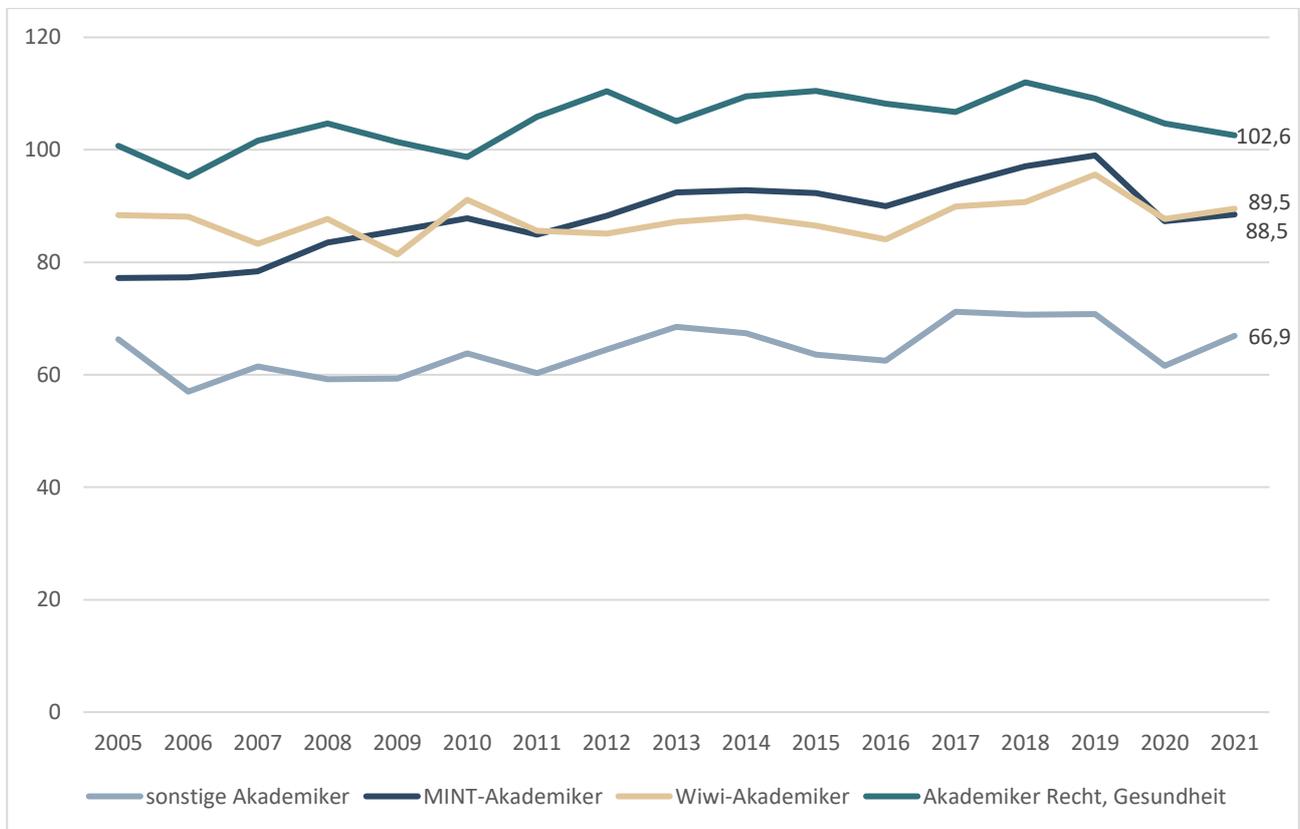
Die Angaben setzen sich aus zwei Datenreihen zusammen. Für die Jahre 2000 bis 2019 wird auf Daten des IAB zurückgegriffen; eine zweite Datenreihe greift auf Berechnungen der BA zurück (2015 bis 2023). Die beiden Datenreihen unterscheiden sich etwas bei der Berechnungsgrundlage, daher werden sie gesondert dargestellt.

Quelle: Röttger et al., 2020; BA, 2024

Weiterhin sind auch die Erträge aus der Investition in ein Hochschulstudium nach wie vor relativ hoch (Abbildung 2-4). Die Lohnprämien für die Akademikerinnen und Akademiker sind auch im Großen und Ganzen in den letzten Jahren konstant hoch geblieben. Relativ hohe Lohnprämien weisen die Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen aus den Bereichen Rechtswissenschaft/Medizin, Wirtschaftswissenschaften und MINT auf. Aber auch mit anderen Hochschulstudiengängen lassen sich relativ hohe Lohnprämien erzielen. So beträgt im Jahr 2021 die so genannte Lohnprämie einer Hochschulabsolventin oder eines Hochschulabsolventen aus den sonstigen Studiengängen im Vergleich zu einer Person ohne einen beruflichen Abschluss und ohne Hochschulreife 66,9 Prozent. Dies bedeutet, dass eine Hochschulabsolventin oder ein Hochschulabsolvent aus diesen Fachbereichen einen um knapp 67 Prozent höheren Bruttostundenlohn aufweist als eine Person, die keinen Abschluss der Sekundarstufe II erreicht hat.

Abbildung 2-4: Lohnprämien für verschiedene Akademikergruppen

In Prozent



Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis des SOEP v38

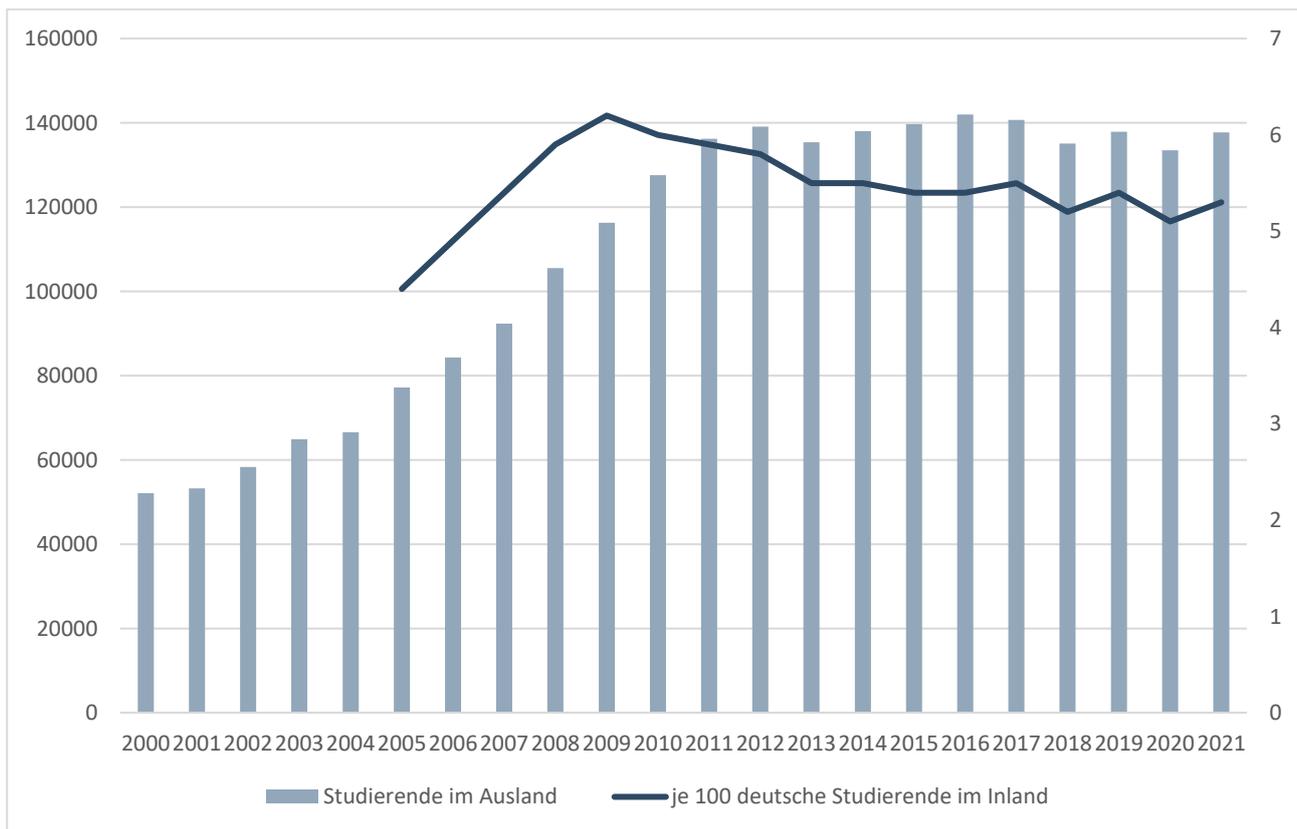
Insgesamt stellen sich die Arbeitsmarktbedingungen für Akademikerinnen und Akademiker damit nach wie vor relativ gut dar. Aufgrund des schon beschriebenen demografischen Wandels, der zu Fachkräfteengpässen in vielen Bereichen führt, ist auch davon auszugehen, dass sich die Arbeitsmarktchancen dieser Qualifikationsgruppe kurzfristig nicht verschlechtern werden. Daher ist es gegenwärtig für Hochschulabsolventinnen und -absolventen eventuell weniger bedeutsam, explizit auf die durch einen Auslandsaufenthalt erlangten zusätzlichen Kompetenzen hinzuweisen, um mehr oder bessere Angebote zu erhalten und sich von Bewerbern und Bewerberinnen ohne Auslandserfahrung abzuheben.

2.3 Entwicklung der studentischen Auslandsmobilität

Die Zahl der deutschen Studierenden, die zumindest einen Teil ihres Studiums im Ausland verbringen, hat seit dem Jahr 2000 zugenommen. Im Jahr 2000 konnten 52.100 Auslandsstudierende verzeichnet werden, im Jahr 2021 waren es mit 137.700 mehr als doppelt so viele. Im Jahr 2016 waren es jedoch 142.000, so dass am aktuellen Rand wieder ein Rückgang der Zahl der Auslandsstudierenden festzustellen ist. Ein deutlicher Anstieg ist vor allem zwischen den Jahren 2002 und 2010 festzustellen, der auch auf die Einführung des gestuften Studiensystems zurückzuführen ist. Der Rückgang im Jahr 2020 kann mit der Corona-Pandemie erklärt werden (DAAD/DZHW, 2023).

Zudem muss berücksichtigt werden, dass sich in diesem Zeitraum auch die Zahl der Studierenden insgesamt erhöht hat. Setzt man die Auslandsstudierenden ins Verhältnis zu den deutschen Studierenden im Inland, so lässt sich zwischen den Jahren 2005 und 2009 zunächst ein Anstieg verzeichnen, danach nimmt die Relation wieder leicht ab und verläuft in den letzten Jahren weitgehend konstant. Im Jahr 2021 lag der Anteil der Auslandsstudierenden an allen deutschen Studierenden bei 5,3 Prozent (Abbildung 2-5).

Abbildung 2-5: Deutsche Studierende im Ausland

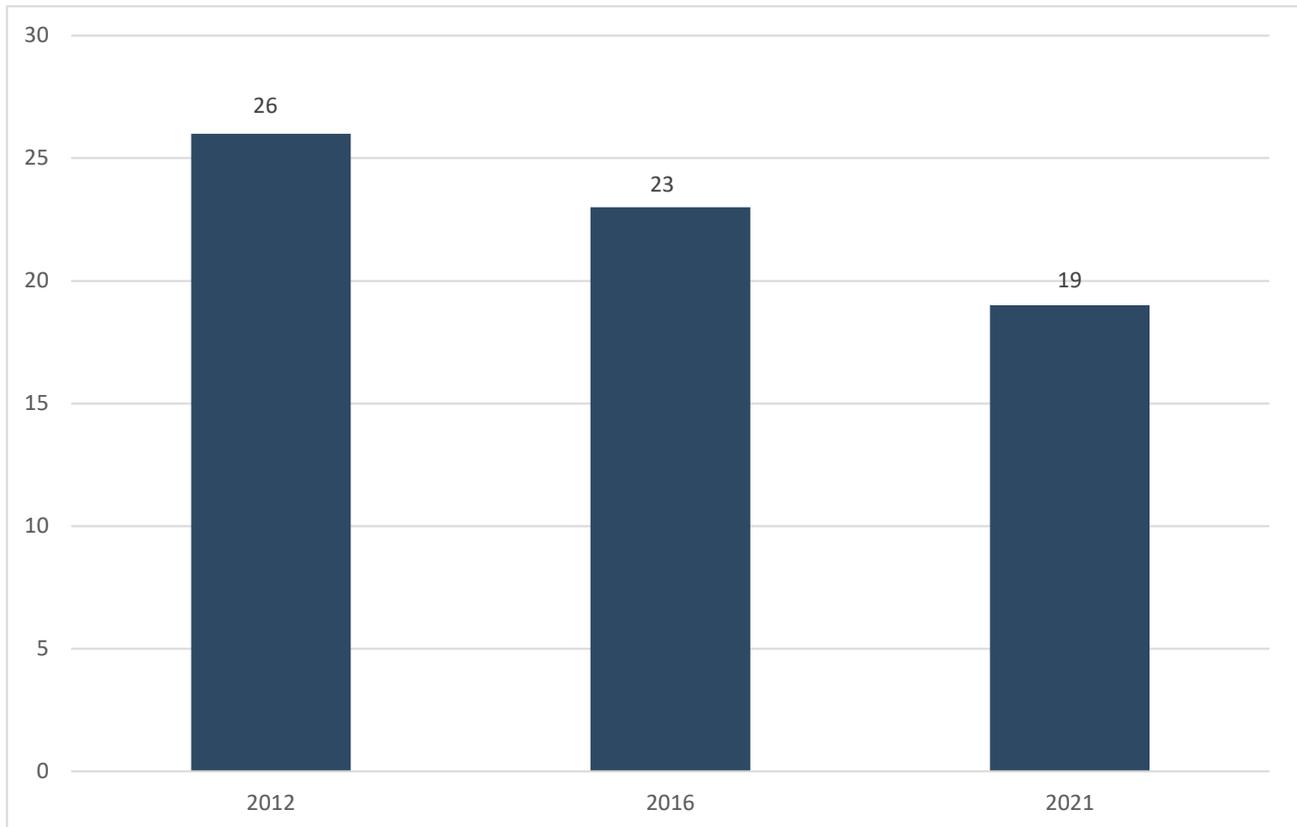


Quelle: Statistisches Bundesamt, verschiedene Jahrgänge

Noch aussagekräftigere Aussagen zum Umfang der Auslandsmobilität lassen sich treffen, wenn die Anzahl der Studierenden in höheren Semestern, die im Verlauf ihres Studiums einen Auslandsaufenthalt absolviert haben, in Relation zu allen inländischen Studierenden betrachtet werden. Dieser Anteil ist an den Hochschulen insgesamt zwischen den Jahren 2012 und 2021 von 26 auf 19 Prozent gesunken (Abbildung 2-6).

Abbildung 2-6: Anteil auslandsmobiler inländischer Studierender in höheren Semestern

In Prozent, Anteil an allen inländischen Studierenden in höheren Semestern, Hochschulen insgesamt



In den Jahren 2016 und 2021 mit Studierenden, die zum Befragungszeitpunkt einen Auslandsaufenthalt absolvierten

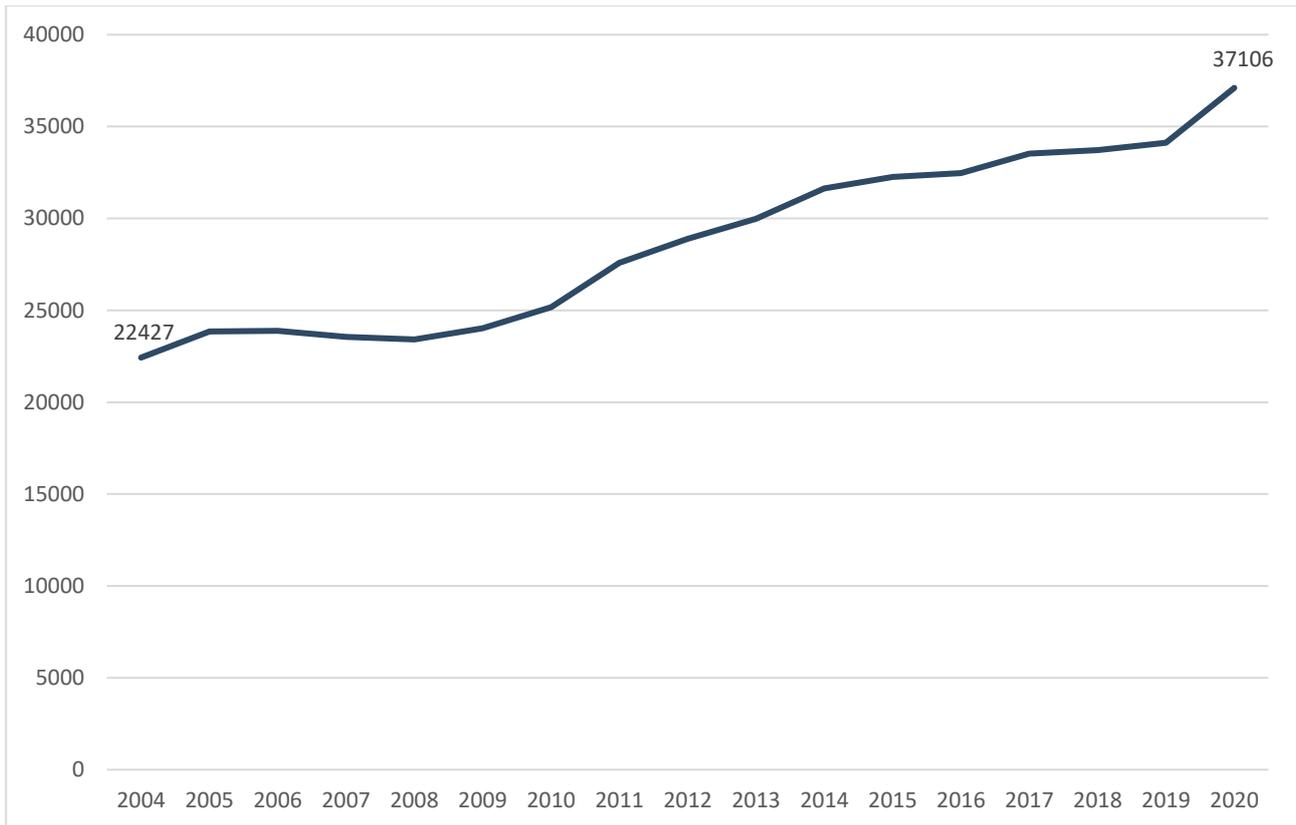
Quelle: Middendorff et al., 2017; Kroher et al., 2023

Ein beachtlicher Teil der Studierenden, die eine gewisse Zeit ihres Studiums im Ausland verbringen, wird während des Auslandsaufenthalts durch das Erasmus-Programm unterstützt. Die Zahl der Studierenden aus Deutschland, deren Auslandsaufenthalt durch das Erasmus-Programm gefördert wurde, ist zwischen den Jahren 2004 und 2020 von 22.427 auf 37.106 angestiegen (Abbildung 2-7). Am häufigsten haben im Jahr 2020 Erasmus-Aufenthalte in Spanien, Frankreich und im Vereinigten Königreich stattgefunden. Dass die Auslandsmobilität inländischer Studierender insgesamt sinkt und die Anzahl der Studierenden, die eine Erasmus-Förderung erhalten, dennoch ansteigt, steht nicht im Widerspruch zueinander, da die Studierenden mit einer Erasmusförderung ja nur einen Teil der gesamten Gruppe der auslandsmobilen Studierender darstellen. Gesunken ist vor allem der Anteil der auslandsmobilen Studierender ohne Erasmus-Förderung.

Dass sich insgesamt am aktuellen Rand keine Steigerung der Studierenden mit Auslandserfahrung mehr feststellen lässt, kann auch auf die beschriebene gute Arbeitsmarktlage für diese Personengruppe zurückgeführt werden. Aufgrund der umfangreichen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen kann jedoch davon ausgegangen werden, dass sich die Anforderungen an die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer zukünftig ebenfalls verändern werden. Mit der steigenden Unsicherheit und dem daraus folgenden Veränderungsdruck könnten auch Kompetenzen wie Flexibilität oder Resilienz an Bedeutung gewinnen. Ein Auslandsstudium kann dazu beitragen, bestimmte Kompetenzen zu stärken, die gerade in einem unsicherer gewordenen Arbeitsumfeld von Bedeutung sein können (Zimmermann et al., 2024b). Daher kann ein

Auslandsaufenthalt während der Ausbildungsphase durchaus mit positiven Auswirkungen für die Studierenden und die Unternehmen, aber auch für die Gesellschaft als Ganzes sowie für die Hochschulen verbunden sein. Daher wird im Folgenden zunächst analysiert, welche Kompetenzen der Studierenden durch einen Auslandsaufenthalt gestärkt werden können, bevor in einem weiteren Schritt untersucht wird, ob diese Kompetenzen gerade für Unternehmen, die sich in einem Transformationsprozess befinden, von größerer Bedeutung sind.

Abbildung 2-7: Deutsche Studierende im Ausland mit Förderung durch das Erasmus-Programm



Quelle: Statistisches Bundesamt, 2024

3 Auslandserfahrung und Kompetenzentwicklung

Im folgenden Kapitel wird dargestellt, welche Bedeutung eine Auslandserfahrung für die Kompetenzentwicklung der Studierenden haben kann. Neben dem reinen Erwerb von Fremdsprachenkenntnissen ist ein temporärer Auslandsaufenthalt während der Ausbildungsphase noch mit dem Erwerb weiterer Kompetenzen verbunden.

3.1 Der Kompetenzbegriff

Weinert (2001) definiert Kompetenzen als „die bei den Individuen verfügbaren und durch sie erlernbaren kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, um bestimmte Probleme zu lösen, sowie die damit verbundenen motivationalen, volitionalen und sozialen Bereitschaften und Fähigkeiten, um die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich und verantwortungsvoll nutzen zu können“. Damit kommt zum Ausdruck, dass der Kompetenzbegriff nicht nur fachliche Kenntnisse, sondern auch wichtige persönliche Eigenschaften umfasst (DAAD, 2020). Um das erworbene Wissen im Arbeitsumfeld anzuwenden, ist der Erwerb von methodischen und sozialen Kompetenzen eine Voraussetzung (Clermont et al., 2012). Damit steht die Handlungskompetenz im Vordergrund und Kompetenzen stellen eine Verbindung von Wissen und Können dar (Schöning/Mendel, 2021, 91).

Es lassen sich dabei vier Basiskompetenzen unterscheiden (Erpenbeck et al., 2017; Heyse/Erpenbeck, 2009):

- **Personale Kompetenzen:** Dispositionen einer Person, reflexiv selbstorganisiert zu handeln, das heißt, sich selbst einzuschätzen, produktive Einstellungen, Werthaltungen, Motive und Selbstbilder zu entwickeln, eigene Begabungen, Motivationen, Leistungsvorsätze zu entfalten und sich im Rahmen der Arbeit und außerhalb kreativ zu entwickeln und zu lernen.
- **Aktivitäts- und umsetzungsorientierte Kompetenzen:** Dispositionen einer Person, aktiv und gesamtheitlich selbstorganisiert zu handeln und dieses Handeln auf die Umsetzung von Absichten, Vorhaben und Plänen zu richten – entweder für sich selbst oder auch für andere und mit anderen, im Team, im Unternehmen, in der Organisation. Diese Dispositionen erfassen damit das Vermögen, die eigenen Emotionen, Motivationen, Fähigkeiten und Erfahrungen und alle anderen Kompetenzen – personale, fachlich-methodische und sozial-kommunikative – in die eigenen Willensantriebe zu integrieren und Handlungen erfolgreich zu realisieren.
- **Fachlich-methodische Kompetenzen:** Dispositionen einer Person, bei der Lösung von sachlich-gegenständlichen Problemen geistig und physisch selbstorganisiert zu handeln, das heißt, mit fachlichen und instrumentellen Kenntnissen, Fertigkeiten und Fähigkeiten kreativ Probleme zu lösen, Wissen sinnorientiert einzuordnen und zu bewerten; das schließt Dispositionen ein, Tätigkeiten, Aufgaben und Lösungen methodisch selbstorganisiert zu gestalten, sowie die Methoden selbst kreativ weiterzuentwickeln.
- **Sozial-kommunikative Kompetenzen:** Dispositionen, kommunikativ und kooperativ selbstorganisiert zu handeln, das heißt, sich mit anderen kreativ auseinander- und zusammzusetzen, sich gruppen- und beziehungsorientiert zu verhalten und neue Pläne, Aufgaben und Ziele zu entwickeln.

Zusammenfassend beschreibt Erpenbeck (2012) Kompetenz als „die Fähigkeit, in unerwarteten, (zukunfts-) offenen Situationen kreativ und selbstorganisiert handeln zu können“.

Im internationalen Berufskontext spielen interkulturelle Kompetenzen eine zusätzliche wichtige Rolle. Nach Deardorff (2006) gehört dazu Respekt (Wertschätzung anderer Kulturen, kulturelle Vielfalt), Offenheit (für interkulturelles Lernen und für Menschen aus anderen Kulturen, Zurückhaltung von Urteilen), Neugier und Entdeckergeist (Toleranz gegenüber Abweichungen und Unsicherheit). Diese Kompetenzen sind eng mit den sozialen und kommunikativen Kompetenzen verknüpft. Daher wird die interkulturelle Kompetenz auch häufig als eine allgemeine Kompetenz in einem interkulturellen Umfeld angesehen (DAAD, 2020). Unter anderem die Kompetenzen „Offenheit“, „Toleranz“ und „Einfühlungsvermögen“ spielen in einem internationalen Kontext eine nochmal wichtigere Rolle (Erpenbeck, 2012). Schöning/Mendel (2021) sprechen sich jedoch explizit dafür aus, die traditionelle Aufteilung in vier Kompetenzbereiche um die Felder „Digitalisierung“ und „Internationalisierung“ zu erweitern, um den veränderten Arbeitsanforderungen gerecht zu werden (Schöning/Mendel, 2021, 110). Personen mit interkultureller Kompetenz sollten dabei in der Lage sein, andere Kulturen so zu verstehen, dass eine für alle Parteien zufriedenstellende Zusammenarbeit entsteht. Die vorhandene Diversität sollte bestmöglich genutzt werden, um gemeinsame Ziele zu erreichen (Schöning/Mendel, 2021, 117).

Im Zusammenhang mit den schon aufgezeigten gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungsprozessen, die eine höhere Unsicherheit mit sich bringen, gewinnt insbesondere auch die Kompetenz der „Resilienz“ eine zunehmend wichtige Bedeutung. Unter Resilienz wird allgemein die Widerstandsfähigkeit eines Systems verstanden, bei der Störungen mithilfe von Flexibilität und Anpassungsfähigkeiten überwunden werden können. Die Resilienz einer Person bezieht sich entsprechend auf die psychische Widerstandsfähigkeit beim Umgang mit Herausforderungen und Stress (Böhme, 2019, 8; Genkova/Kruse, 2021, 136). Resilienz beschreibt dabei einen kurzfristigen Umgang mit einer Herausforderung und ist damit abzugrenzen von langfristig verstandener Ausdauer. Weiterhin ist Resilienz abzugrenzen von Coping, das sich auf die Anwendung von konkreten Bewältigungsstrategien bezieht (Hofmann et al., 2020, 12 f.).

Im beruflichen Kontext wird Resilienz bereits heute als „Schlüsselkompetenz“ betrachtet und wird auch künftig angesichts vielfältiger Herausforderungen eine unerlässliche Kompetenz bleiben (Moser/Häring, 2023). Die Resilienz einer Person wird häufig verstanden als ein dynamischer Prozess, der veränderlich ist und sich in Interaktion mit der Umwelt entwickelt (Chmitorz et al., 2018, 78; Nicolaus/Duchek, 2020, 59f.). So sind etwa mit globalen Wettbewerbsdynamiken und neuen Technologien steigende Anforderungen an Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer verbunden, an die sie sich anpassen müssen (Genkova/Kruse, 2021, 136 f.). Steigende psychische Anforderungen und wachsender empfundener Druck stellen ein Risiko für die Gesundheit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern da (Soucek et al., 2020, 2). Vor diesem Hintergrund unterstützt Resilienz den Schutz der psychischen Gesundheit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern, indem sie ihnen hilft, mit belastenden Situationen und Herausforderungen umzugehen – etwa bei erhöhtem Zeit- oder Leistungsdruck (Soucek et al., 2020, 2). Hofmann et al. (2020) betonen in diesem Zusammenhang, dass Resilienz nicht bedeutet, prinzipiell keinen Druck mehr zu empfinden, sondern es resilienten Menschen besser gelingt, mit Stresssituationen umzugehen.

3.2 Studienergebnisse zur Kompetenzförderung durch Auslandserfahrung

Verschiedenste Studien haben sich mit den Auswirkungen eines Auslandsaufenthalts auf die Kompetenzen und Eigenschaften der Personen auseinandergesetzt. Diesen Studien ist gemein, dass der genaue Einfluss der Auslandserfahrung auf die Kompetenzen nur schwer zu quantifizieren ist. Es treten somit bei dieser

Fragestellung methodische Herausforderungen auf, wobei die Selbstselektion der Teilnehmer eine besonders große Herausforderung ist. Es gibt Hinweise darauf, dass die positiven Veränderungen in den Persönlichkeitsmerkmalen vor allem bei denjenigen Personen auftreten, die bereits vor dem Auslandsaufenthalt eine stärkere positive Ausprägung der jeweiligen Persönlichkeitsmerkmale zeigen als die nicht mobilen Studierenden (Zimmermann/Neyer, 2013). Um das Problem der Selbstselektion zu berücksichtigen, wird beispielsweise in einigen Studien eine Kontrollgruppe von Studierenden, die keinen Auslandsaufenthalt absolviert sowie gegebenenfalls zusätzlich eine Wartegruppe Studierender, denen der Auslandsaufenthalt noch bevorsteht, in die Analysen integriert.

Tabelle 3-1: Übersicht Kompetenzzuwächse durch studienbezogene Auslandsaufenthalte

Zusammenfassung der Ergebnisse unterschiedlicher Quellen

Basiskompetenz	In den Studien erwähnter Kompetenzzuwachs durch studienbezogene Auslandsaufenthalte
Fachlich-methodische Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Analytische Fähigkeiten (EU, 2019; LSE/CFE, 2014) - Fachkenntnisse in Bezug auf das Studienfach (Potts, 2015; Farrugia/Sanger, 2017) - Fähigkeit, sich in einer Fremdsprache sicher auszudrücken (EU, 2019; Farrugia/Sanger, 2017; IU/British Council, 2015; LSE/CFE, 2014; Potts 2016; Engel et al., 2009)
Sozial-kommunikative Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikative Kompetenzen (EU, 2019; Farrugia/Sanger, 2017; Potts, 2015, 2016; LSE/CFE, 2014) - Fähigkeit zur Zusammenarbeit mit Menschen anderer kultureller Hintergründe/Interkulturelle Kompetenzen generell (EU, 2019; AIFS, 2018; Farrugia/Sanger, 2017; Potts, 2016; IU/British Council, 2015; LSE/CFE, 2014; Maddux et al., 2013; Jones, 2012; Engel et al., 2009) - Teamfähigkeit (EU, 2019; Potts, 2015; LSE/CFE, 2014; Jones, 2012)
Aktivitäts- und handlungsbezogene Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Problemlösungskompetenz (Farrugia/Sanger, 2017; Potts, 2015, 2016; LSE/CFE, 2014; Jones, 2012) - Planungs- und Organisationsfähigkeit (EU, 2019; LSE/CFE, 2014; Jones, 2012) - Mehr Engagement für eigene berufliche Entwicklung (Norris/Gillespie, 2008; Potts, 2015; AIFS, 2018) - Fähigkeit, mit ungewohnten Situationen umzugehen (EU, 2019; AIFS, 2018; LSE/CFE, 2014) - Neue persönliche Netzwerke (IU/British Council, 2015) - Selbstständiges Arbeiten (Potts, 2016; LSE/CFE, 2014)
Personale Kompetenzen	<ul style="list-style-type: none"> - Neugier (Curiosity) (Farrugia/Sanger, 2017) - Offenheit (AIFS, 2018) - Kreativität (Maddux et al., 2013; Potts, 2016; LSE/CFE, 2014; Jones, 2012) - Flexibilität/Anpassungsfähigkeit (AIFS, 2018; Farrugia/Sanger, 2017) - Unabhängigkeit (Independence) (AIFS, 2018; IU/British Council, 2015) - Selbstvertrauen/Selbstbewusstsein (AIFS, 2018; Farrugia/Sanger, 2017; IU/British Council, 2015) - Persönliche Weiterentwicklung und Zugewinn an Reife (Potts, 2015) - Resilienz (psychische Stabilität) (LSE/CFE, 2014; Jones, 2012)

Quelle: DAAD, 2020, 39

Die untersuchten Kompetenzen und Persönlichkeitseigenschaften sind insgesamt sehr vielfältig und lassen sich nicht zu einem quantitativ darstellbaren Gesamtergebnis verdichten. Beispielhaft wurden einige der untersuchten Kompetenzen, die durch einen Auslandsaufenthalt beeinflusst werden, von DAAD, 2020, zusammengefasst (Tabelle 3-1).

Über diese Zusammenstellung hinaus werden im Folgenden weitere Ergebnisse einiger aktuellen Studien zusammengefasst, diese umfassen die Auswirkungen eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts auf die sogenannten „Big Five-Eigenschaften“, auf die interkulturelle Kompetenz, auf das Arbeitsengagement beziehungsweise die berufliche Leistungsfähigkeit und auf die Resilienz. Netz (2021) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass bei der Bewertung dieser Studien berücksichtigt werden muss, dass oftmals nicht die Heterogenität der Auswirkungen eines Auslandsstudiums berücksichtigt wurde, sondern häufig durchschnittliche Effekte quantifiziert wurden. Es ist aber unwahrscheinlich, dass alle Personen in gleichem Maße von einem Auslandsstudium profitieren (Netz, 2021).

Auswirkungen eines Auslandsaufenthalts auf die „Big Five“

Eine Längsschnittstudie von Zimmermann/Neyer (2013) befasst sich mit den Veränderungen wichtiger Persönlichkeitsmerkmale durch die internationale Mobilität von Hochschulstudierenden. Es wird untersucht, welchen Einfluss ein Auslandsaufenthalt während des Studiums auf zentrale Persönlichkeitsmerkmale, die sogenannten Big Five (Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Neurotizismus) hat. Die Autoren gehen von der Hypothese aus, dass der Aufbau neuer sozialer Beziehungen einen entscheidenden Einflussfaktor für Veränderungen in den Persönlichkeitsmerkmalen darstellt. Bei den Analysen wird das Problem der Selbstselektion (Studierende mit bestimmten Persönlichkeitsmerkmalen entscheiden sich eher für ein Auslandsstudium) durch die Hinzunahme einer Kontrollgruppe berücksichtigt. Eine Stichprobe von 527 Auslandsstudierenden und eine Kontrollgruppe mit 607 Studierenden wurde dazu über den Verlauf eines akademischen Jahres beobachtet. Die Autoren kommen zu dem Ergebnis, dass nach einem Auslandsaufenthalt sowohl für die Studierenden mit längeren Studienaufenthalten als auch für die Gruppe, die nur ein Semester im Ausland absolvierte, eine Verstärkung der Persönlichkeitsfaktoren „Verträglichkeit“ und „Offenheit“ und eine Verminderung beim Persönlichkeitsfaktor „Neurotizismus“ und demnach eine Stärkung der Emotionalen Stabilität festzustellen ist. Es zeigt sich für die mobilen Studierenden außerdem ein deutlich größerer Zuwachs in den Beziehungen zu Personen, die keine deutsche Staatsbürgerschaft haben. Die Autoren schlussfolgern daraus, dass internationale Mobilität durch die Veränderung in den sozialen Beziehungen wie ein Katalysator für die Persönlichkeitsentwicklung wirkt.

Aufbauend auf den Befunden und dem Datensatz von Zimmermann/Neyer (2013) untersuchten Richter et al. (2021) die langfristigen Veränderungen der Persönlichkeitseigenschaften von Auslandsstudierenden über einen Zeitraum von fünf Jahren. Damit werden nicht nur die unmittelbaren Auswirkungen von Auslandsaufenthalten abgebildet. Hierzu wurden die Teilnehmenden fünf Jahre nach der ersten Befragung erneut befragt, n=441 Teilnehmende bearbeiteten erneut den Fragebogen. Die Analysen zeigen, dass geringe Unterschiede zwischen den Auslandsstudierenden und den Studierenden, die im Inland verblieben sind, bei den Persönlichkeitsmerkmalen Offenheit, Verträglichkeit und Neurotizismus schon nach deren Ausreise, das heißt, im Rahmen eines Semesters auftraten. Weiterhin deuten die Schätzungen darauf hin, dass die (positiven) Effekte des Auslandsaufenthalts auf die Entwicklung von Offenheit über die Zeit Bestand haben oder sich weiter verstärken, die Effekte auf die Entwicklung von Verträglichkeit und Neurotizismus hingegen stabil

bleiben oder gegenläufige Entwicklungstrends einsetzen. Aufgrund von methodischen Einschränkungen, die mit der reduzierten Stichprobengröße zum letzten Messzeitpunkt einhergehen, sind diese Befunde jedoch mit Vorsicht zu interpretieren. Eine Unterscheidung nach Kurzzeit- und Langzeitaufenthalten im Ausland ergab keine wesentlichen Unterschiede im Hinblick auf die langfristigen Entwicklungstrends, aber wiederholte Aufenthaltsmobilität könnte tendenziell dazu beitragen, Unterschiede in der Persönlichkeitsentwicklung zwischen mobilen und nicht mobilen Studierenden aufrecht zu erhalten oder zu verstärken.

Zimmermann et al. (2021a) stellen heraus, dass die internationale Studierendenmobilität ein wichtiges pädagogisches Mittel zur Förderung des internationalen (Arbeitsmarkt-)Potenzials von Hochschulstudierenden ist, indem sie die Persönlichkeitsentwicklung im jungen Erwachsenenalter beeinflusst. In der Studie untersuchten die Autoren neben Effekten der internationalen Studierendenmobilität auf die Persönlichkeitsentwicklung auch Antizipationseffekte durch geplante Auslandsaufenthalte sowie Effekte früherer Mobilitätserfahrungen mit einem längsschnittlichen Kontrollgruppendesign. Die Gesamtstichprobe betrug N=3.070 Personen. Die Ergebnisse bestätigten weitgehend die Effekte internationaler Studierendenmobilität auf die Persönlichkeitsentwicklung. Auslandsstudierende zeigten einen stärkeren Anstieg von Verträglichkeit und einen steileren Rückgang des Neurotizismus als die Kontrollstudierenden. Außerdem hat ein Auslandsstudium, wie vermutet, positive Auswirkungen auf die Entwicklung von Extraversion und Offenheit. Weiterhin wurde auch ein positiver Effekt eines Auslandsstudiums auf die Entwicklung von Gewissenhaftigkeit festgestellt. Zudem zeigten frühere internationale Mobilitätserfahrungen einen positiven Effekt auf die Veränderung der Gewissenhaftigkeit und eine negative Auswirkung auf die Veränderung der Extraversion. Wie erwartet, wurden keine Antizipationseffekte durch einen zukünftigen Auslandsaufenthalt im Rahmen des Studiums beobachtet. Tatsächlich im Ausland Studierende zeigten eine stärkere Zunahme von Offenheit, Gewissenhaftigkeit, Extravertiertheit und Verträglichkeit als zukünftige Auslandsstudierende. Die Veränderungspfade für Neurotizismus unterschieden sich jedoch nicht zwischen diesen beiden Gruppen. Schließlich wurde die Rolle der Kontakte zu anderen internationalen Studierenden beziehungsweise Personen aus Drittländern (also weder dem Herkunfts- noch dem Gastland) sowie Kontakte zur Bevölkerung des Gastlandes auf die Persönlichkeitsentwicklung von Auslandsstudierenden bewertet. Die Analyse der Auswirkungen der Kontakte ergab, dass eine höhere Qualität der internationalen Kontakte mit einem stärkeren Anstieg von Offenheit und Extraversion sowie mit einem verstärkten Rückgang des Neurotizismus verbunden war.

Auswirkungen eines Auslandsaufenthalts auf die interkulturelle Kompetenz

In einer Meta-Studie von Fisher et al. (2022) wurde die Evidenz zu dem Einfluss von Kurzzeitauslandsaufenthalten für Studierende sowie Hochschulabsolventinnen -und absolventen in Bezug auf die „globale Kompetenz“ zusammengefasst. In den Studien (n=92) wurden insgesamt 215 Ergebnisse aus den drei Bereichen Wissen, Einstellungen und Fähigkeiten der globalen Kompetenz berichtet. Die Ergebnisse dieser Auswahl von Studien belegen die positiven Auswirkungen eines Kurzzeitstudiums im Ausland auf die Kompetenzen der Studierenden. Kurzzeitige Studienerfahrungen im Ausland führen bei den Studierenden insgesamt zu einem Zuwachs an globaler Kompetenz (oder zu einem wahrgenommenen Zuwachs, im Falle von selbst durchgeführten Umfragen). Es kann gezeigt werden, dass Studierende während eines Kurzzeitstudiums im Ausland am meisten Wissen über andere Kulturen erwerben. In geringerem Maße zeigten die Ergebnisse, dass ein Kurzzeitstudium im Ausland das Verständnis für die Globalisierung beziehungsweise die Verflechtung der Menschheit in den Bereichen Wirtschaft, Politik, Kultur, Sozialisation und Umwelt verbessert. Im Gegensatz dazu fanden sich schwächere Belege dafür, dass ein Kurzzeitstudium im Ausland das Verständnis der eigenen

Kultur, der Weltgeschichte oder des aktuellen Weltgeschehens verbessert. Die Ergebnisse in Bezug auf die Einstellung zur globalen Kompetenz zeigen insgesamt eine geringe, aber konsistente Verbesserung. Studierende, die an einem Kurzzeit-Studienaufenthalt im Ausland teilgenommen haben, scheinen ein Bewusstsein für andere Weltanschauungen zu entwickeln, die Bereitschaft zu entwickeln, aus ihrer Komfortzone herauszutreten, anderen Kulturen gegenüber offener zu werden und eine Einstellung zu entwickeln, die es ihnen ermöglicht, mit kulturellen Unterschieden umzugehen, eine akzeptierende Haltung gegenüber kulturellen Unterschieden einzunehmen sowie eine wertschätzende Perspektive gegenüber kultureller Vielfalt zu entwickeln.

Kompetenzzuwächse durch eine Auslandserfahrung werden auch hinsichtlich der Ausprägung kultureller Intelligenz angenommen, untersucht etwa durch Genkova/Kruse (2021). Dabei untersuchen die Autorinnen nicht nur den Effekt einer Auslandserfahrung generell, sondern auch den Effekt einzelner Faktoren wie der Aufenthaltsdauer, den Sprachkenntnissen sowie Qualität und Quantität von Kontakten zu Personen des Gastlandes. Wie die Studienergebnisse zeigen, erreichen Personen mit einem Auslandsaufenthalt einen signifikant höheren Mittelwert der kulturellen Intelligenz als Personen ohne Auslandserfahrung. Weiterhin wird auch zwischen der Dauer des Auslandsaufenthalts sowie der Qualität der Kontakte zu Angehörigen des Gastlandes ein signifikant positiver Zusammenhang festgestellt. Für die Quantität der Kontakte konnte dagegen kein signifikanter Zusammenhang festgestellt werden.

Zimmermann et al. (2021b) untersuchen die Auswirkungen eines Auslandsstudiums anhand der folgenden drei Forschungsfragen. Erstens: Wie unterscheiden sich zukünftige Auslandsstudierende von Kontrollstudierenden in Bezug auf ihre multikulturelle Effektivität vor der Abreise? Zweitens: Wie wirkt sich Auslandsmobilität auf die Entwicklung der multikulturellen Effektivität aus? Und drittens: Gibt es Variablen, die die Auswirkungen der Effekte der Auslandsmobilität beeinflussen und damit helfen zu erklären, wer am meisten von der Auslandsmobilität profitiert? Die Längsschnittdaten basieren auf einer Stichprobe von 3.070 Studierenden an deutschen Hochschulen, die drei Gruppen zugeteilt wurden (Kontrollstudierende ohne Mobilitätspläne, derzeitige Auslandsstudierende und eine Wartegruppe von zukünftigen Auslandsstudierenden). Unter multikultureller Wirksamkeit wird dabei multikulturelle Selbstwirksamkeit (spiegelt die persönliche Einschätzung des Einzelnen über seine Fähigkeiten wider, erfolgreich mit Menschen zu interagieren, die einer anderen kulturellen Gruppe angehören als er oder sie selbst), metakognitive interkulturelle Kompetenz (Ausmaß, in dem Menschen sich der Art und Weise bewusst sind, in der die Kultur das Verhalten und Denken anderer beeinflusst) und Intergruppenangst (Gefühle der Unsicherheit und Unbeholfenheit bei der Begegnung mit Menschen, die einer anderen (kulturellen) Gruppe angehören) gefasst. Die Analysen zeigen eine wesentlich höhere multikulturelle Wirksamkeit vor der Abreise bei gegenwärtigen und zukünftigen Auslandsstudierenden im Vergleich zu Kontrollstudierenden sowie positive Auswirkungen eines Auslandsstudiums auf die Entwicklung aller Indikatoren der multikulturellen Wirksamkeit. Die stärksten Auswirkungen wurden bei Studierenden ohne vorherige internationale Mobilitätserfahrung beobachtet.

In einer weiteren Untersuchung analysiert Maharaja (2018) die Auswirkungen eines Auslandssemesters auf die Entwicklung von interkultureller Kompetenz und die persönliche Entwicklung von 150 Studierenden, die in verschiedenen Ländern studiert haben. Die Ergebnisse dieser Analyse zeigen, dass ein Auslandsstudium die interkulturelle Kompetenz und die persönliche Entwicklung fördern kann. Die Auslandsstudierenden gewannen ein besseres Verständnis für die Kultur ihres eigenen Landes und der anderen Länder sowie für kulturelle Unterschiede. Sie steigerten ihr Selbstvertrauen, ihr globales Denken, ihre Geduld, Durchsetzungsvermögen, Reife, Selbstbewusstsein, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit.

Darüber hinaus können Genkova/Schubert (2020) zeigen, dass die interkulturelle Kompetenz einer Person umso höher ist, je länger eine Person im Ausland lebt. Auch die Motivation, im Ausland zu arbeiten, nimmt mit einem längeren Auslandsaufenthalt zu. Verfügt eine Person über eine hohe interkulturelle Kompetenz kann ein längerer Auslandsaufenthalt auch mit einer geringeren Fremdenfeindlichkeit zusammenhängen (Genkova et al., 2022).

Welche Auswirkungen ein Auslandsstudium speziell für angehende Lehrkräfte haben kann, untersuchte Mikulec (2019) in einer Studie an 35 angehenden Lehrkräften, die an einem Auslandsstudienprogramm für Pädagogikstudierende in Brighton teilgenommen haben. Die Teilnehmer absolvierten eine Vielzahl von Aufgaben und Lernaktivitäten vor, während und nach dem Programm, einschließlich 20 Stunden Hospitation in Schulen der Region. Die Ergebnisse zeigen, dass die angehenden Lehrkräfte in Bezug auf ihre persönliche Entwicklung ein höheres Maß an Selbstvertrauen, Autonomie, Ambiguitätstoleranz, Flexibilität und Anpassungsfähigkeit sowie zwischenmenschliche Fähigkeiten erfahren haben. In beruflicher Hinsicht erkannten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer die Rolle der Kultur in Bildung und Pädagogik, beschrieben, dass sie für die Arbeit mit unterschiedlichen Lernenden in den Vereinigten Staaten besser gerüstet seien, und entwickelten Unterrichtsstrategien, die sie in ihren zukünftigen Klassen einsetzen können.

Auswirkungen eines Auslandsaufenthalts auf das Arbeitsengagement und die berufliche Leistungsfähigkeit

In einer Studie von Genkova/Kruse (2021) wird die Hypothese aufgestellt, dass sich ein Auslandsaufenthalt positiv auf das Arbeitsengagement auswirkt. Als einzelne Dimensionen des Arbeitsengagements wurden darüber hinaus die Auswirkungen eines Auslandsaufenthalts auf den Ehrgeiz, die subjektive Bedeutsamkeit der Arbeit, das Perfektionsstreben sowie die Verausgabungsbereitschaft untersucht. Die meisten Befragten mit Auslandsaufenthalt haben diesen im Rahmen eines Auslandsstudiums erlebt, berücksichtigt werden darüber hinaus aber auch Auslandsaufenthalte im beruflichen Kontext, im Rahmen von Work-and-Travel oder während der Schulzeit. Im Durchschnitt betrug die Länge der Aufenthalte 12,5 Monate. Sowohl für das Arbeitsengagement allgemein als auch für die Dimension des beruflichen Ehrgeizes können die Autorinnen einen signifikanten Unterschied zwischen Personen mit und ohne Auslandsaufenthalt feststellen. Die Hypothese, dass sich ein Auslandsaufenthalt positiv auf das Arbeitsengagement einer Person auswirkt, sehen die Autorinnen folglich als gestützt an.

Auch für den personalen Bereich können Kompetenzzuwächse durch Auslandserfahrungen festgestellt werden. Genkova/Kruse (2021) prüfen in diesem Zusammenhang den Effekt einer Auslandserfahrung auf sechs Dimensionen beruflicher Leistungsfähigkeit. Während die Autorinnen für die Dimensionen Stabilität, Disziplin, soziale Kompetenz und Kooperationsbereitschaft keine signifikanten Unterschiede nachweisen können, können sie signifikante Unterschiede zwischen Personen mit und ohne Auslandserfahrung für die Dimensionen Engagement und Dominanz ermitteln.

In einer Studie von Zimmermann et al. (2024a) wird der Zusammenhang zwischen einer proaktiven Persönlichkeit und der internationalen Studierendenmobilität untersucht. Die proaktive Persönlichkeit, das heißt die Bereitschaft des Einzelnen, persönliche Initiative zu ergreifen und Veränderungen zu initiieren, ist ein Persönlichkeitsmerkmal, das mit vielen positiven Ergebnissen im Arbeitsbereich und darüber hinaus verbunden ist. Es wird analysiert, wie eine proaktive Persönlichkeit mit der internationalen Studierendenmobilität

durch Selbstselektion, Sozialisation und Antizipationseffekte zusammenhängt. Es wurde eine Längsschnittstudie (N=2.163) mit zwei Messzeitpunkten und drei Studiengruppen (Kontrollstudierende, die zu Hause geblieben sind, gegenwärtige Auslandsstudierende und eine Wartegruppe von zukünftigen Auslandsstudierenden) durchgeführt. Die Analysen zeigten, dass die Auslandsstudierenden vor ihrer Abreise ins Ausland ein höheres Maß an proaktiver Persönlichkeit aufwiesen als die Kontrollstudenten. Darüber hinaus nahm die proaktive Persönlichkeit bei den gegenwärtigen Auslandsstudierenden im Vergleich zu den anderen zwei Gruppen zu. Dieser Effekt könnte zum Teil dadurch erklärt werden, dass die Auslandsstudierenden häufiger neue Verhaltensweisen erproben. Schließlich gibt es keine Hinweise darauf, dass künftige Auslandsaufenthalte die Entwicklung der Proaktivität durch Antizipationseffekte beeinflussen.

Eine weitere Längsschnittstudie von Zimmermann et al. (2024b) beleuchtet den Einfluss von studienbezogenen Auslandsaufenthalten auf verschiedene arbeitsmarktbezogene Fähigkeiten und Charakteristika. Die Studierenden aus drei Gruppen (Kontrollstudierende, die zu Hause geblieben sind, gegenwärtige Auslandsstudierende und eine Wartegruppe von zukünftigen Auslandsstudierenden) wurden zu zwei Messzeitpunkten befragt; zudem wurde auf verschiedene demografische Merkmale kontrolliert. Die Analysen führen zu dem Ergebnis, dass ein studienbezogener Auslandsaufenthalt die Fähigkeiten der Studierenden in mehreren Bereichen positiv beeinflussen können. So wird einmal die allgemeine selbstwahrgenommene Kompetenz, erforderliche Handlungen auszuführen und Aufgaben effizient zu bewältigen (allgemeine Selbstwirksamkeit) erhöht. Des Weiteren lassen sich positive Effekte auf die selbstwahrgenommene Kompetenz, Kontakte mit Personen, die einer anderen kulturellen Gruppe angehören, konstruktiv zu gestalten, (multikulturelle Selbstwirksamkeit) feststellen. Auch die Fähigkeit und Motivation, auf Krisensituationen effektiv zu reagieren und mit Arbeitsstress konstruktiv umzugehen (individuelle Adaptationsfähigkeit) wird positiv durch einen Auslandsaufenthalt beeinflusst. Schließlich werden auch die Eigenverantwortung für das Erreichen von Karrierezielen, die Erkundung von Karrieremöglichkeiten und die Informationssuche zur fundierten Entscheidungsfindung, verbessert. Die Autorinnen kommen damit zu dem Schluss, dass ein studienbezogener Auslandsaufenthalt nennenswerte Auswirkungen auf arbeitsmarktrelevante Fähigkeiten und Eigenschaften von Studierenden hat (Zimmermann et al., 2024b, 5 f.).

Auswirkungen eines Auslandsaufenthalts auf die Resilienz

Neben der Relevanz eines Auslandsaufenthalts für den Berufseinstieg und die Karriere im Allgemeinen, weisen Studien im Zusammenhang mit erworbenen Auslandserfahrungen auch eine höhere Resilienz nach. Welche konkreten Auswirkungen von Resilienz ausgehen, stellen Soucek et al. (2020) in einem Studienüberblick heraus. So wirkt sich Resilienz etwa positiv auf das Arbeitsengagement sowie die Arbeitszufriedenheit von Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmern aus. Weiterhin trägt Resilienz zu einer geringeren emotionalen Erschöpfung bei.

Die Studie von Genkova/Kruse (2021) untersucht in diesem Zusammenhang, welchen Einfluss ein Auslandsaufenthalt auf die Resilienz einer Person hat. Die Autorinnen gehen konkret von der Hypothese aus, dass Personen mit Auslandsaufenthalt eine höhere Resilienz aufweisen. Die Hypothese basiert darauf, dass trotz der fortschreitenden Globalisierung ein Aufenthalt im Ausland nach wie vor eine anspruchsvolle Stresssituation darstellt, die eine gesteigerte Anpassungsfähigkeit erfordert (Genkova/Kruse, 2021, 137). Neben dem Einfluss auf die Resilienz im Allgemeinen werden auch Subskalen von Resilienz (Distanzierungsfähigkeit, offene Problembewältigung, innere Ruhe, Ausgeglichenheit und niedrige Resignationstendenz) untersucht.

Sowohl für die Resilienz als auch für die Subskalen der Distanzierungsfähigkeit und der offenen Problembewältigung konnte ein signifikant positiver Effekt eines Auslandsaufenthalts festgestellt werden. Die Autorinnen sehen die aufgestellte Hypothese damit bestätigt und kommen zu dem Schluss, dass Auslandsaufenthalte „ein Indiz für die Belastungsfähigkeit von Bewerber*innen sein [kann]“ (Genkova/Kruse, 2021, 145). Für die Dimensionen innere Ruhe, Ausgeglichenheit und niedrige Resignationstendenz konnten keine signifikanten Unterschiede zwischen Personen mit und ohne Auslandsaufenthalt gefunden werden.

Larcombe et al. (2023) analysieren ebenfalls den Zusammenhang zwischen einem Auslandsstudium und der Resilienz. Insbesondere wird das Selbstmitgefühl betrachtet – eine Strategie zur Emotionsregulierung, von der bekannt ist, dass sie die Auswirkungen von Stressoren auf die psychische Gesundheit abfedert. In der Studie werden die Niveaus des Selbstmitgefühls und die Auswirkungen des Selbstmitgefühls zwischen internationalen und einheimischen Studierenden verglichen. Die Analysen ergaben, dass internationale Studierende im Durchschnitt deutlich mehr Selbstmitgefühl angaben als ihre inländischen Kommilitonen. Ohne den Schutz, den diese höheren Selbstmitgefühl-Niveaus bieten, würden internationale Studierende nach Schätzung der Autoren eine höhere psychische Belastung und ein geringeres psychisches Wohlbefinden aufweisen als einheimische Studierende. Die Autoren kommen zu dem Schluss, dass die meisten Auslandsstudierenden eine selbstmitfühlende Haltung einnehmen, um mit den verschiedenen Stressfaktoren, denen sie begegnen, umzugehen. Dies zeugt von ihrer Widerstandsfähigkeit.

4 Bedeutung der Auslandserfahrung im Rekrutierungsprozess

4.1 Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen allgemein

Die Studienergebnisse aus Kapitel 3.2 weisen positive Effekte eines Auslandsaufenthalts auf die Kompetenzentwicklung von Studierenden nach. Daraus leitet sich die Frage ab, welche Bedeutung Unternehmen in der Praxis einem studienbezogenen Auslandsaufenthalt beimessen. Auf Grundlage der Daten des IW-Personalpanels aus dem Frühjahr 2024 wird zunächst ausgewertet, welche auslandsbezogenen Tätigkeiten grundsätzlich in den Unternehmen stattfinden (Kapitel 4.1.1). Darauf aufbauend wird untersucht, welcher direkte Effekt von einem studienbezogenen Auslandsaufenthalt ausgeht. Dazu wird ausgewertet, welche Kriterien (zum Beispiel Studiendauer oder Auslandsaufenthalt) Unternehmen im Rekrutierungsprozess von Hochschulabsolventinnen und -absolventen als besonders relevant erachten (Kapitel 4.1.2). Die im Rahmen eines Auslandsaufenthalts erworbenen und weiterentwickelten Kompetenzen können jedoch auch eine indirekte Wirkung entfalten. Aus diesem Grund wird zusätzlich analysiert, welche Bedeutung bestimmte Kompetenzen im Rekrutierungsprozess haben (Kapitel 4.1.3).

4.1.1 Auslandsbezogene Tätigkeiten der Unternehmen

Zu den auslandsbezogenen Tätigkeiten in einem Unternehmen zählen sowohl Aktivitäten im In- als auch im Ausland. Der häufige Gebrauch von Fremdsprachen, regelmäßige Kontakte ins Ausland und die Zusammenarbeit in internationalen Teams sind auslandsbezogene Tätigkeiten, die auch im Inland stattfinden können. Dazu kommen explizit im Ausland stattfindende Tätigkeiten wie Dienstreisen oder längere Entsendungen. Für die Ergebnisse in Abbildung 4-1 wurden Unternehmen befragt, die Akademikerinnen und Akademiker beschäftigen oder dies planen.

Über die Hälfte der befragten Unternehmen geben an, dass der häufige Gebrauch von Fremdsprachen bereits in ihrem Unternehmen stattfindet (46,0 Prozent) oder dies geplant ist (6,1 Prozent). Diese auslandsbezogene Tätigkeit ist damit am verbreitetsten. Auch die Auslandskontakte im Rahmen der täglichen Arbeit, Dienstreisen ins Ausland und die Zusammenarbeit in internationalen Teams werden von jeweils mehr als 40 Prozent der befragten Unternehmen als gängige Tätigkeit genannt. Unter den fünf abgefragten auslandsbezogenen Tätigkeiten fallen die längerfristigen Entsendungen zurück. Etwas mehr als jedes zehnte Unternehmen (13,0 Prozent) gibt an, dass Entsendungen ins Ausland, die zeitlich über eine klassische Dienstreise hinausgehen, in ihrem Unternehmen durchgeführt werden oder dies geplant ist.

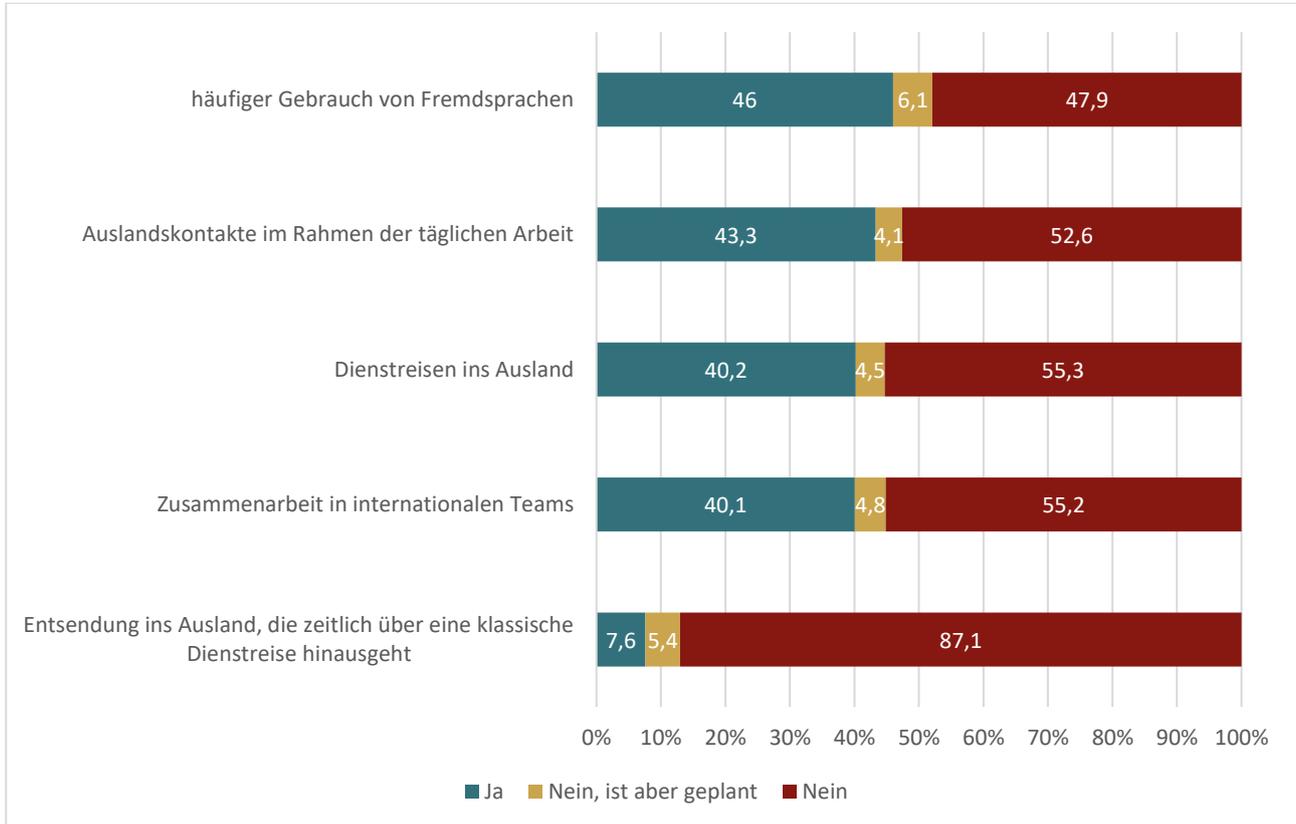
Die Daten des IW-Personalpanels lassen auch eine Auswertung differenziert nach bestimmten Unternehmensmerkmalen, wie etwa der Unternehmensgröße oder Branche, zu. Eine nach Unternehmensgröße differenzierte Auswertung zeigt kaum signifikante Unterschiede hinsichtlich auslandsbezogener Tätigkeiten. Auslandsbezogene Tätigkeiten sind in kleinen, mittleren und großen Unternehmen relativ gleich häufig vertreten. Eine Differenzierung nach Unternehmensbranche zeigt dagegen, dass auslandsbezogene Tätigkeiten tendenziell häufiger im verarbeitenden Gewerbe und dem Groß- und Einzelhandel beziehungsweise der Logistik vorkommen und seltener in gesellschaftsnahen Diensten. Auslandskontakte im Rahmen der täglichen Arbeit finden etwa in 62,7 Prozent der Unternehmen im verarbeitenden Gewerbe, in 55,3 Prozent der

Unternehmen im Groß- und Einzelhandel beziehungsweise in der Logistik statt, während dies nur auf 31,5 Prozent der Unternehmen in gesellschaftsnahen Dienstleistungen zutrifft.

Abbildung 4-1: Auslandsbezogene Tätigkeiten in den Unternehmen

In Prozent, 2024

Frage: „Welche der folgenden auslandsbezogenen Tätigkeiten gibt es in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

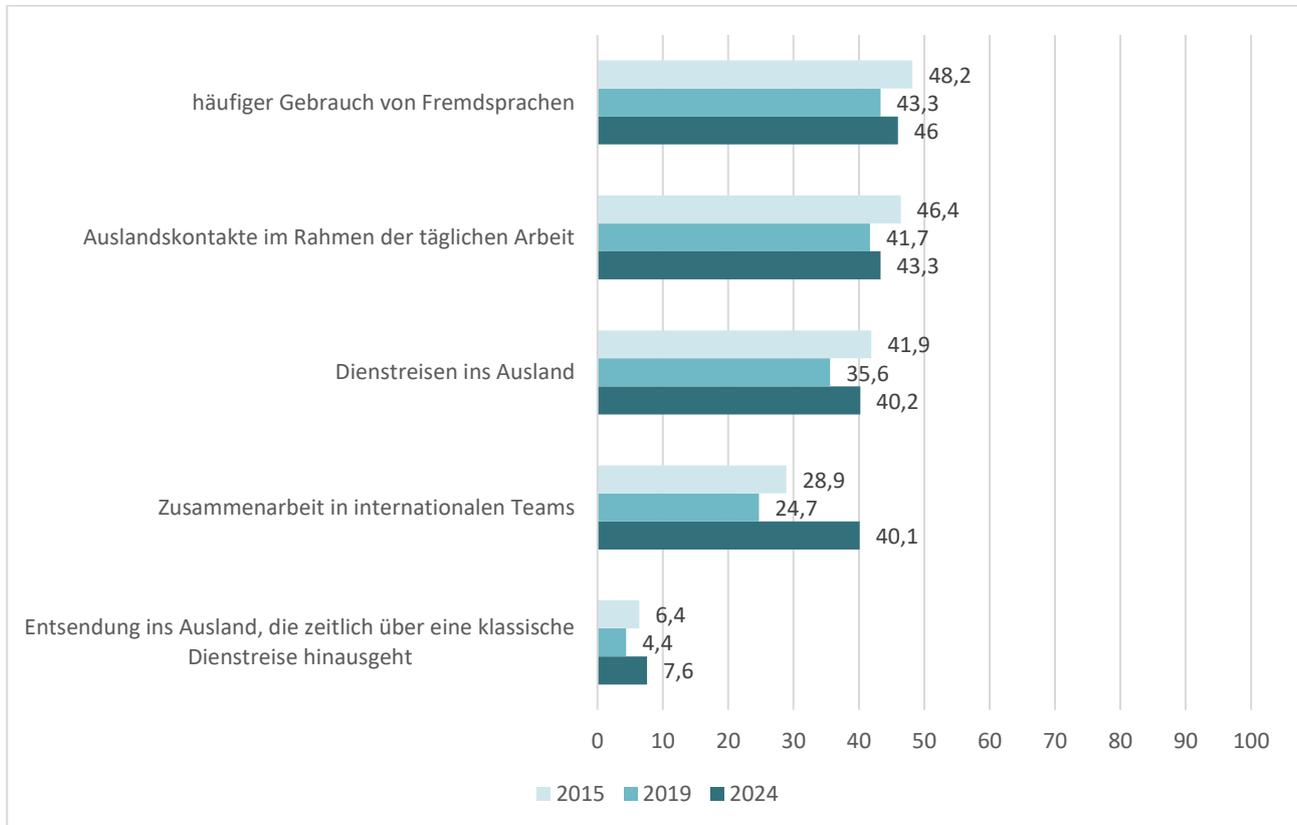
Abbildung 4-2 zeigt die Entwicklung auslandsbezogener Tätigkeiten in Unternehmen zwischen den Jahren 2015, 2019 und 2024. Die Rangfolge der fünf abgefragten Tätigkeiten hat sich zwischen den Erhebungsjahren nicht geändert. Bereits in den Jahren 2015 und 2019 war der häufige Gebrauch von Fremdsprachen die häufigste und die längerfristige Entsendung ins Ausland die am wenigsten häufige auslandsbezogene Tätigkeit in Unternehmen.

Im zeitlichen Vergleich sind vor allem drei Befunde feststellbar. Erstens hat die Häufigkeit aller abgefragten auslandsbezogenen Tätigkeiten zwischen den Jahren 2015 und 2019 abgenommen, zwischen 2019 und 2024 aber wieder zugenommen. Zweitens hat insbesondere die Zusammenarbeit in internationalen Teams deutlich zugenommen und ist im Jahr 2024 ähnlich wichtig wie die drei am häufigsten stattfindenden auslandsbezogenen Tätigkeiten. In den Jahren 2015 und 2019 war noch eine deutliche Abstufung zwischen den ersten drei Rängen und der Zusammenarbeit in internationalen Teams als viertem Rang feststellbar. Als dritter Befund lässt sich feststellen, dass die Häufigkeiten der auslandsbezogenen Tätigkeiten im Jahr 2024 nicht nur im Vergleich zum Jahr 2019 aufholen konnten, sondern in Bezug auf die Zusammenarbeit in internationalen Teams und die Entsendung ins Ausland sogar die Werte aus dem Jahr 2015 übertroffen werden konnten.

Abbildung 4-2: Auslandsbezogene Tätigkeiten in den Unternehmen im Zeitverlauf

In Prozent, Angabe der Zustimmungquoten

Frage: „Welche der folgenden auslandsbezogenen Tätigkeiten gibt es in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, 2015, 2019, 2024; DAAD, 2016, 2020

4.1.2 Direkter Effekt: Bedeutung des Auslandsaufenthalts im Rekrutierungsprozess

„Bei meinem beruflichen Einstieg habe ich von meiner damaligen Chefin das direkte Feedback bekommen, dass sie zum einen nur Leute einstellt, die einen Auslandsaufenthalt absolviert haben, da diese Leute aus ihrer Erfahrung selbstständiger und organisierter seien. Dies hätte sich in mir bestätigt, ich sei von Anfang an sehr selbstständig und "hands-on" gewesen und hätte mich durch kleine Probleme nicht so leicht aus der Ruhe bringen lassen. Ich sei außerdem sehr offen und aufgeschlossen. Ich selbst merke, dass ich nicht so leicht aufgabe und die Fassung verliere wie Kollegen, die nicht im Ausland waren.“

Saskia war 2019 für ein Praktikum in Spanien

Unternehmen berücksichtigen im Rekrutierungsprozess verschiedene Kriterien, die mit unterschiedlicher Relevanz in den Entscheidungsprozess einfließen. Das Kriterium „studienbezogener Auslandsaufenthalt“ kann dabei als Signal wirken und sowohl allgemeines als auch transnationales Humankapital seitens des Bewerbers vermitteln (Petzold, 2017). Petzold (2017) hat in diesem Zusammenhang ein Experiment durchgeführt. Dabei wurden 231 Praktikumsbewerbungen eines realen Studenten mit systematisch variierenden Angaben zu Auslandsaufenthalten und Arbeitserfahrung an deutsche Arbeitgeber versendet. Die Ergebnisse des Experiments zeigen, dass ein Auslandsaufenthalt die Antwortzeit verkürzt und die Wahrscheinlichkeit einer

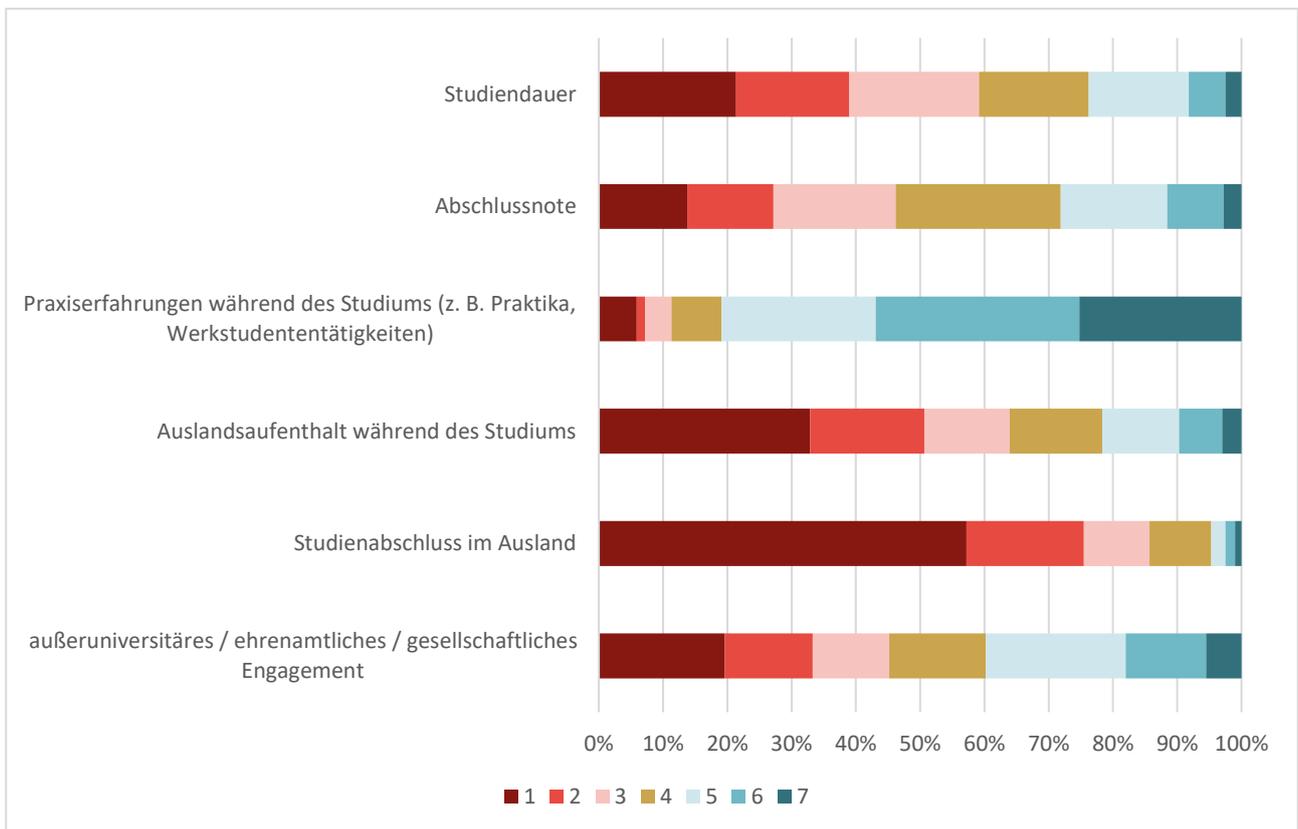
Einladung leicht steigert. Gleichzeitig zeigt sich, dass der Auslandsaufenthalt für Arbeitgeber mit Auslandsniederlassungen von größerer Bedeutung ist als für Arbeitgeber ohne Auslandsniederlassung.

Im Rahmen des IW-Personalpanels werden Unternehmen nach der Wichtigkeit bestimmter Kriterien für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen befragt (Abbildung 4-3). Die Relevanz können sie auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht wichtig“) bis 7 („sehr wichtig“) bewerten. Zu den abgefragten Items gehören quantitative, fachliche Kriterien (Studiendauer, Abschlussnote), qualitative Kriterien (Praxiserfahrung während des Studiums, außeruniversitäres/ehrenamtliches/gesellschaftliches Engagement) sowie explizit auslandsbezogene Kriterien (Auslandsaufenthalt während des Studiums, Studienabschluss im Ausland).

Abbildung 4-3: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen

In Prozent, Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis 7 „sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

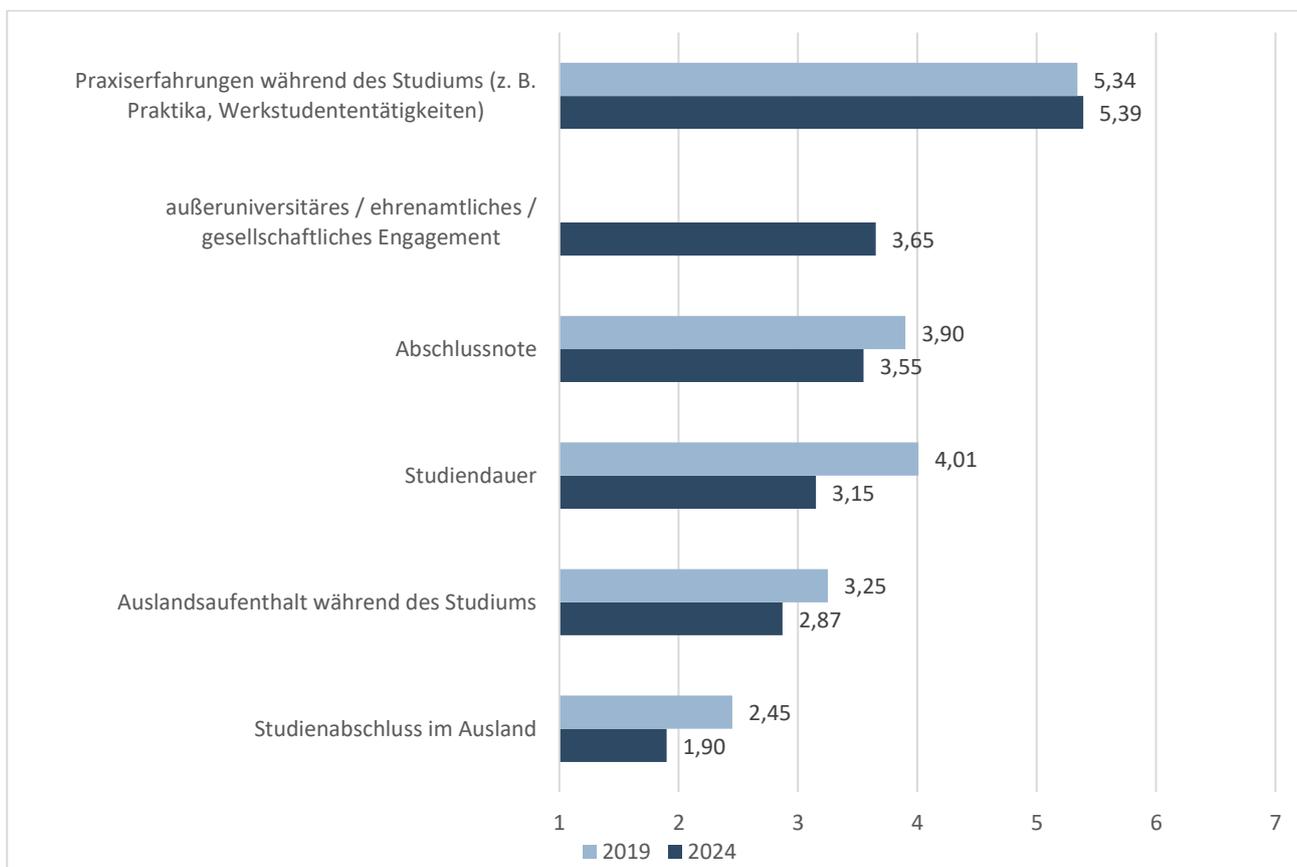
Empirische Untersuchungen zeigen vielfach, dass sich studienbezogene Auslandsaufenthalte positiv auf für den Arbeitsmarkt relevante Persönlichkeitsmerkmale und Kompetenzen von Studierenden auswirken können (Kapitel 3.2). Dieses Potenzial auslandsbezogener Kriterien spiegelt sich jedoch nicht unmittelbar in den von den befragten Unternehmen angegebenen Wichtigkeiten wider. So gibt fast ein Drittel der Unternehmen an, ein Auslandsaufenthalt während des Studiums sei im Rekrutierungsprozess „überhaupt nicht wichtig“, bezogen auf einen Studienabschluss im Ausland gibt dies sogar über die Hälfte der Unternehmen an.

Als besonders wichtig sticht unter allen abgefragten Kriterien die Praxiserfahrung während des Studiums hervor. Während nur 5,9 Prozent der Unternehmen dieses Kriterium als „überhaupt nicht wichtig“ im Rahmen des Rekrutierungsprozesses einschätzen, bewerten 25,2 Prozent der Unternehmen das Kriterium Praxiserfahrung als „sehr wichtig“. Relativ ähnlich zueinander fallen die Bewertungen der Kriterien Studiendauer, Abschlussnote und außerschulisches Engagement aus. Diese Kriterien werden von 13,8 bis 21,4 Prozent der Unternehmen als „überhaupt nicht wichtig“ und von 2,5 bis 5,5 Prozent der Unternehmen als „sehr wichtig“ eingestuft.

Abbildung 4-4: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Das Item „außeruniversitäres / ehrenamtliches / gesellschaftliches Engagement“ wurde im Jahr 2019 nicht abgefragt.

Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 4-4 zeigt die Unternehmensangaben im zeitlichen Vergleich zwischen den Jahren 2019 und 2024. Bis auf das außeruniversitäre Engagement wurden alle Kriterien bezüglich ihrer Wichtigkeit für den Rekrutierungsprozess in beiden Jahren abgefragt. Abgebildet wird der Mittelwert der Unternehmensangaben. Die Rangfolge hat sich im zeitlichen Vergleich nur geringfügig geändert. In beiden Jahren wurde der Praxiserfahrung während des Studiums die größte Wichtigkeit und dem Studienabschluss im Ausland die geringste Wichtigkeit beigemessen. Im Jahr 2019 wurde die Studiendauer mit einem Mittelwert von 4,01 geringfügig wichtiger eingeschätzt als die Abschlussnote (3,90), im Jahr 2024 wird dagegen die Abschlussnote mit einem Mittelwert von 3,55 geringfügig wichtiger bewertet als die Studiendauer (3,15). Der zeitliche Vergleich zeigt

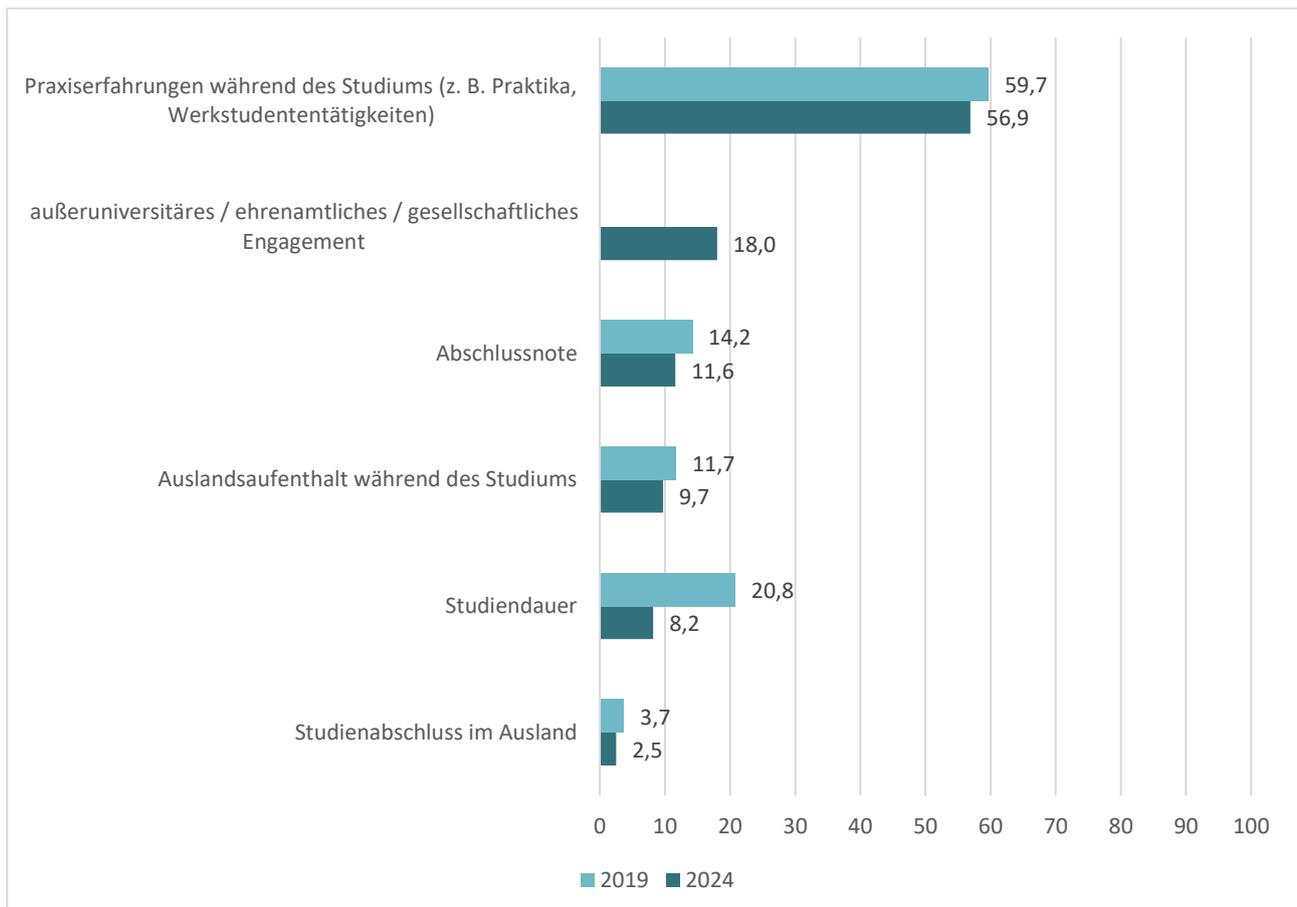
weiterhin, dass die Wichtigkeit der abgefragten Kriterien für den Rekrutierungsprozess grundsätzlich gesunken ist. Dies gilt für alle Kriterien, ausgenommen der Praxiserfahrung, deren Wichtigkeit von 5,34 auf 5,39 minimal gestiegen ist. Verglichen zur Erhebung des Jahres 2019 haben sich im Jahr 2024 die Mittelwerte der Studiendauer und des Auslandsaufenthalts angenähert. Lagen die Mittelwerte im Jahr 2019 noch um einen Wert von 0,76 auseinander, beträgt die Differenz im Jahr 2024 nur noch 0,28.

Der allgemeine Rückgang in der Relevanz der Einstellungskriterien dürfte unter anderem in den Veränderungen des Arbeitsmarkts begründet sein. Die bereits bestehenden Fachkräfteengpässe und die durch den demografischen Wandel verstärkte Problematik könnten dazu geführt haben, dass Arbeitgeber im Rekrutierungsprozess flexibler agieren und einzelnen Kriterien nicht mehr die gleiche Gewichtung wie früher zuweisen.

Abbildung 4-5: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen

Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala)

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Das Item „außeruniversitäres / ehrenamtliches / gesellschaftliches Engagement“ wurde im Jahr 2019 nicht abgefragt.

Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Um die Abweichungen in den Wertungen deutlicher darzustellen, werden in einer weiteren Auswertung nur die Anteile der Unternehmen berücksichtigt, die auf der siebenstufigen Skala der Wichtigkeit die hohen

Bewertungen von sechs und sieben Punkten vergeben haben (Abbildung 4-5). In dieser Auswertung wird die hohe Relevanz, die der Praxiserfahrung zugeschrieben wird, nochmals deutlicher. Die Praxiserfahrung ist das einzige Kriterium, das mit 56,9 Prozent im Jahr 2024 von der Mehrheit der Unternehmen als (sehr) wichtiges Rekrutierungskriterium bewertet wurde. Sie scheint für Arbeitgeber ein deutliches Signal zu sein, dass die Fähigkeit, theoretisches Wissen und Methoden aus dem Studium in die Praxis eines Unternehmens zu übertragen, bereits erfolgreich angewendet wurde. Prozentual abgeschlagen folgen auf dem zweiten Rang das außeruniversitäre Engagement (18,0 Prozent), das im Jahr 2019 noch nicht abgefragt wurde, und die Abschlussnote (11,6 Prozent) auf dem dritten Rang.

Im zeitlichen Vergleich zwischen den Jahren 2019 und 2024 wird deutlich, dass Unternehmen sämtliche abgefragten Kriterien in der jüngsten Befragung seltener als (sehr) wichtig bewerten als noch fünf Jahre zuvor. Haben etwa im Jahr 2019 noch 20,8 Prozent der Unternehmen die Wichtigkeit der Studiendauer mit „6“ oder „7“ bewertet, geben dies im Jahr 2024 nur noch 8,2 Prozent der Unternehmen an. Die Wichtigkeit des Kriteriums „Auslandsaufenthalt während des Studiums“ hat im zeitlichen Vergleich nicht so viel an Zustimmung eingebüßt wie etwa die Studiendauer. Damit ist der „Auslandsaufenthalt während des Studiums“ im Jahr 2024 in der Rangordnung aufgestiegen und wird, im Durchschnitt, höher gewichtet als die Studiendauer.

Ein Auslandsaufenthalt während des Studiums kann mit einer Verlängerung der Studienzeit einhergehen. Trotz der Vereinheitlichungen innerhalb der EU im Zuge des Bologna-Prozesses ist es nicht immer möglich, für den Studienverlauf passgenaue Kurse an einer ausländischen Universität zu belegen. Für manche Studierende ergibt sich daraus eine Abwägung zwischen den Vorteilen eines Auslandsaufenthalts und den erwarteten Nachteilen einer Studienzeitverlängerung.

Abbildung 4-6 zeigt, dass die Abwägung zwischen Auslandssemester und Studienzeit für Unternehmen in der Regel kein Problem im Rekrutierungsprozess darstellt. Dies gilt für alle drei Erhebungsjahre. Konkret wurden die Unternehmen befragt, wie sie eine Studienzeitverlängerung von ein bis zwei Semestern aufgrund eines Auslandsaufenthalts bewerten. In allen drei Erhebungsjahren gab die Mehrheit der Unternehmen an, diesbezüglich keine Präferenz zu haben. Im Jahr 2024 gaben diese Bewertung rund 62,4 Prozent der Unternehmen ab.

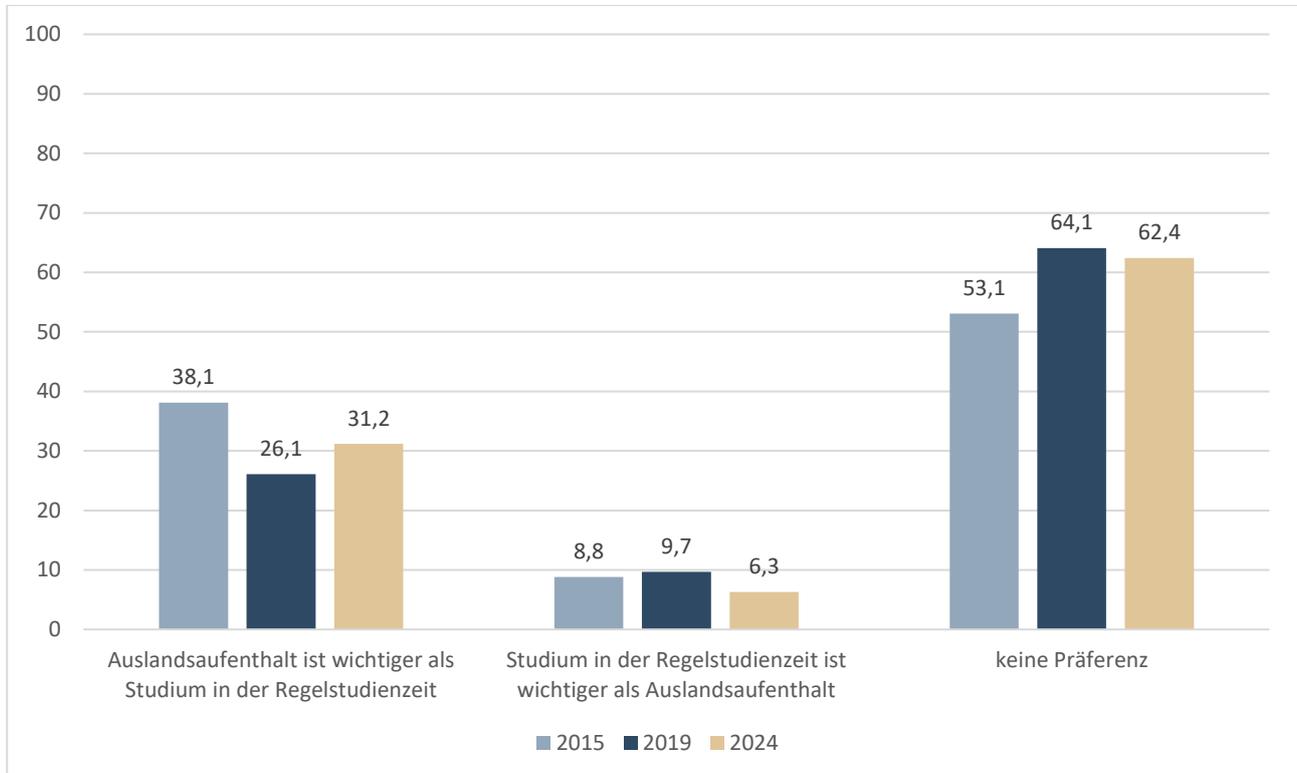
Unter den Unternehmen, die eine Präferenz im Trade-Off von Auslandsaufenthalt und Regelstudienzeit haben, zeigt sich eine eindeutige Präferenz zu Gunsten eines Auslandsaufenthalts. Während der Anteil der Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt wichtiger als eine reguläre Studienzeit bewerten, zwischen den Jahre 2015 (38,1 Prozent) und 2019 (26,1 Prozent) abgenommen hat, ist der Anteil im Jahr 2024 wieder deutlich angestiegen (31,2 Prozent). Damit gibt fast jedes dritte Unternehmen an, den Auslandsaufenthalt eines Bewerbenden höher zu gewichten als eine eingehaltene Regelstudienzeit. Lediglich 6,3 Prozent der Unternehmen präferiert eine eingehaltene Regelstudienzeit. Das ist der niedrigste Anteil im Vergleich zwischen den drei Erhebungsjahren.

Die Auswertungen dieses Kapitels zeigen, dass der direkte Effekt eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts weniger deutlich ist, als sich auf Grundlage der Literatur vermuten ließe. Es zeigt sich jedoch auch, dass Unternehmen einen Auslandsaufenthalt häufiger höher gewichten als die Einhaltung der Regelstudienzeit.

Abbildung 4-6: Bewertung Auslandsaufenthalt im Vergleich zur Regelstudienzeit

In Prozent, 2024

Frage: „Ein Auslandsaufenthalt kann zu einer Studienzeitverlängerung von 1-2 Semestern führen. Wie bewerten Sie dies bei der Entscheidung über einen Bewerbenden?“



Quelle: IW-Personalpanel, 2015, 2019, 2024, DAAD, 2016, 2020

4.1.3 Indirekter Effekt: Bedeutung der erworbenen Kompetenzen im Rekrutierungsprozess

„Die Zeit während des Auslandsaufenthalts war die wertvollste in meinem Studium. Die Erfahrungen sind für Sprachkenntnisse, Selbständigkeit und für das Durchhaltevermögen Gold wert. Während dieser Zeit habe ich meine Masterarbeit geschrieben, was in Kombination mit dem Aufenthalt im Ausland meine Resilienz stark gefördert hat. Neben dem Studium konnte man natürlich auch einen tiefen Einblick in das Land bekommen.“

Oliver war 2017 für einen Studienaufenthalt in Schweden

Von einem Auslandsaufenthalt kann im Rekrutierungsprozess nicht nur ein direkter Effekt im Sinne einer Signalwirkung ausgehen. Von Bedeutung sind auch die Kompetenzen, die mitunter durch einen Auslandsaufenthalt gefördert wurden. Ein Auslandsaufenthalt kann den Rekrutierungsprozess somit auch indirekt über Kompetenzzuwächse in bestimmten Bereichen beeinflussen. Im Rahmen des IW-Personalpanels 2024 wurden die Unternehmen daher ebenfalls befragt, wie wichtig bestimmte soziale wie persönliche Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in ihrem Unternehmen sind. Abgefragt wurden 13 Kompetenzen auf einer Skala von 1 („überhaupt nicht wichtig“) bis 7 („sehr wichtig“). Aus den zusammengetragenen Studienergebnissen in Kapitel 3.2 lassen sich für die abgefragten Items bereits zu erwartende Effekte ableiten (Tabelle 4-1).

Tabelle 4-1: Erwartete Effektrichtung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts auf Kompetenzen

Kompetenz	Literaturhinweis	Erwarteter Effekt
Durchhaltevermögen	Maharaja, 2018	+
Gewissenhaftigkeit	Zimmermann et al., 2021a	+
Selbstständigkeit	LSE/CFE, 2014; Potts, 2016	+
Kommunikationsfähigkeit	EU, 2019; Farrugia/Sanger, 2017; Potts, 2015, 2016; LSE/CFE, 2014	+
Offenheit für Neues	AIFS, 2018; Farrugia/Sanger, 2017; Richter et al., 2021; Zimmermann/Neyer, 2013; Zimmermann et al., 2021a	+
Flexibilität	Maharaja, 2018	+
Fremdsprachenkenntnisse	Engel et al., 2009; EU, 2019; Farrugia/Sanger, 2017; IU/British Council, 2015; LSE/CFE, 2014; Potts 2016	+
Kreativität, Innovationsfähigkeit	Jones, 2012; LSE/CFE, 2014; Maddux et al., 2013; Potts, 2016;	+
Mit unsicheren bzw. unklaren Situationen umgehen zu können	Genkova/Kruse, 2021; Larcombe et al., 2023	+
Problemlösefähigkeit	Farrugia/Sanger, 2017; Jones, 2012; LSE/CFE, 2014; Potts, 2015, 2016	+
Interkulturelle Kompetenz	AIFS, 2018; Engel et al., 2009; EU, 2019; Farrugia/Sanger, 2017; Fisher et al, 2022; Genkova/Kruse, 2021; IU/British Council, 2015; Jones, 2012; LSE/CFE, 2014; Maddux et al., 2013; Maharaja, 2018; Potts, 2016; Zimmermann et al., 2021b	+
Belastbarkeit/Stressresistenz	Jones, 2012; LSE/CFE, 2014; Zimmermann/Neyer, 2013	+
Proaktives Handeln/Eigeninitiative	Zimmermann et al., 2024a	+

Abbildung 4-7 zeigt die Antworten der Unternehmen auf die Frage, wie wichtig ihnen die jeweiligen Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in ihrem Unternehmen sind. Die Unternehmen beurteilen die Kompetenzen mehrheitlich mit den Skalenpunkten 5 bis 7 und somit tendenziell als wichtig. Auffällig sind die Bewertungen zu den Kompetenzen „Fremdsprachenkenntnisse“ und „interkulturelle Kompetenz“. Bei diesen beiden Kompetenzen zeigen die Auswertungen im Vergleich zu den anderen Kompetenzen höhere Anteile in den niedrigeren Antwortkategorien 1 bis 3.

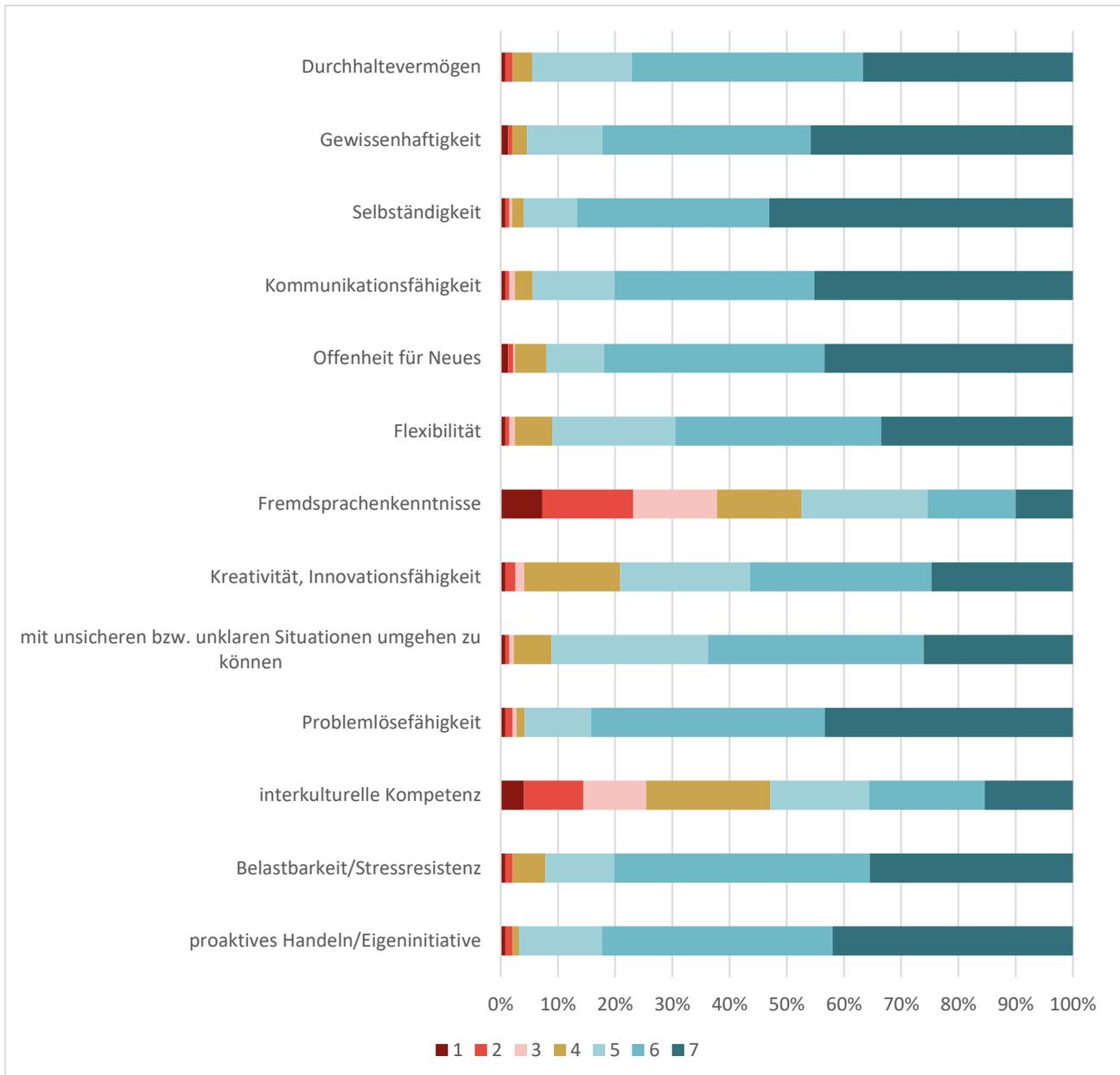
Die Auswertungen der Unternehmensangaben werden im Hinblick darauf interpretiert, welche Bedeutung ein studienbezogener Auslandsaufenthalt im Rekrutierungsprozess von Hochschulabsolventinnen und -absolventen hat. Die Ergebnisse zur Relevanz der Kompetenzen (Abbildung 4-7) zeigen zwar zunächst, dass die eindeutig auslandsbezogenen Kompetenzen „Fremdsprachenkenntnisse“ und „interkulturelle Kompetenz“

nicht von allen Unternehmen als besonders wichtig wahrgenommen werden – die direkten Effekte sind also nur moderat erkennbar. Die aus der Literatur abgeleiteten Kompetenzen, die im Rahmen eines Auslandsaufenthalts gestärkt werden, werden jedoch allesamt sehr positiv bewertet. Dies deutet darauf hin, dass sich ein Auslandsaufenthalt vor allem indirekt auf den Rekrutierungsprozess auswirkt.

Abbildung 4-7: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen

In Prozent, Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

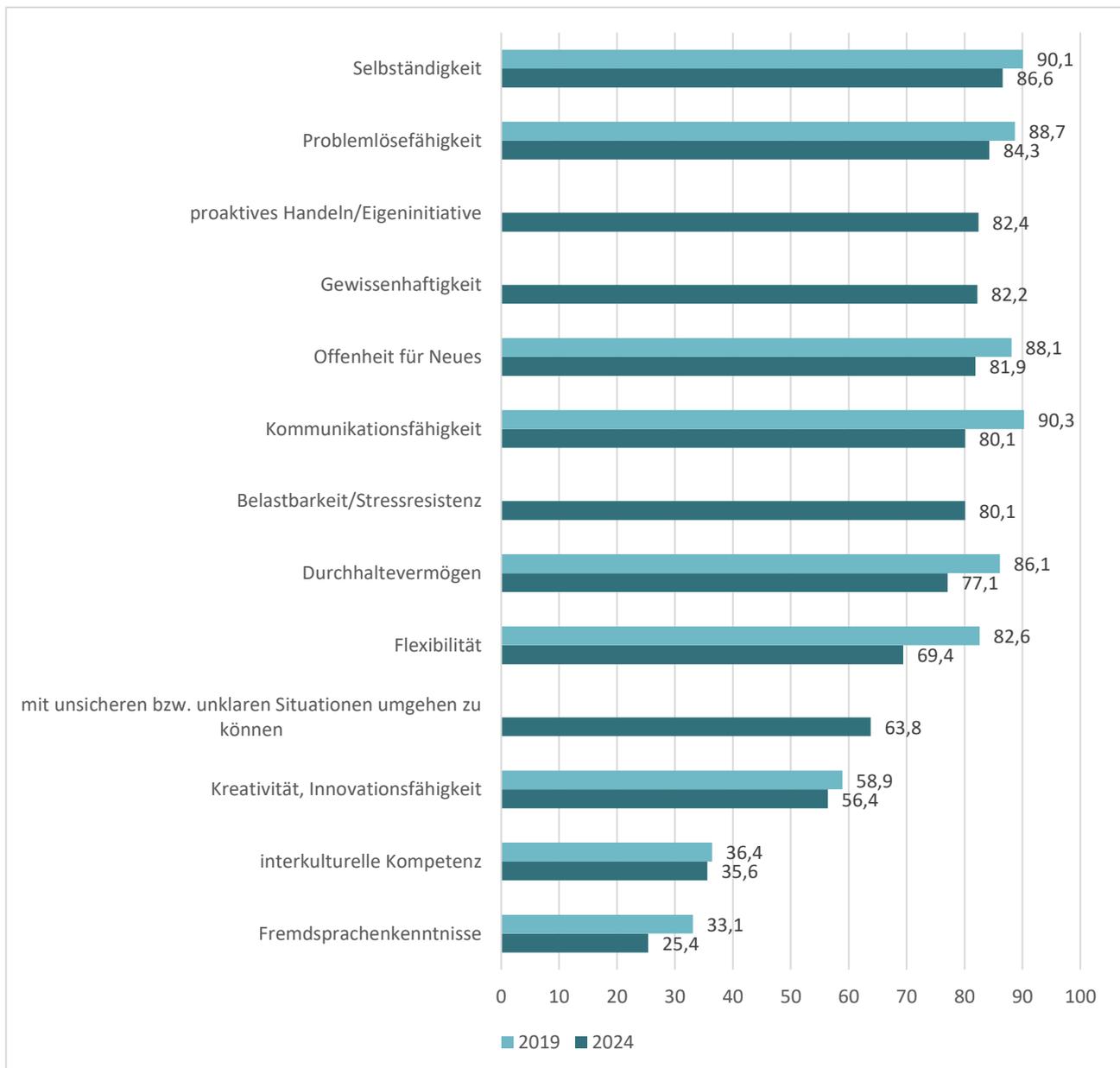
Unternehmen erwarten von Hochschulabsolventinnen und -absolventen ein großes Spektrum an sozialen und persönlichen Kompetenzen. Abbildung 4-8 verdeutlicht, welche Kompetenzen von den Unternehmen auf der Siebener-Skala mit einer „6“ oder „7“ und somit als (sehr) wichtig im Auswahlprozess bewertet

wurden. Wenn die Merkmale auch im Jahr 2019 abgefragt wurden, werden die Ergebnisse aus dem Jahr 2024 den Ergebnissen aus dem Jahr 2019 gegenübergestellt.

Abbildung 4-8: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen

Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala), 2024

Frage: „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Nicht alle Items wurden im Jahr 2019 abgefragt.

Quelle: IW-Personalpanel, 2019, 2024; DAAD, 2020

Vor allem zwei Befunde werden in den Auswertungen deutlich. Erstens zeigen die Auswertungen in Abbildung 4-8, dass die Anteile der Unternehmen, die die abgefragten Kompetenzen als (sehr) wichtig bewerten, hoch sind. Elf der abgefragten Items werden von mehr als der Hälfte der Unternehmen als (sehr) wichtig

bewertet, acht Items sogar von mehr als dreiviertel der Unternehmen. Die am häufigsten als (sehr) wichtig bewerteten Kompetenzen sind „Selbstständigkeit“ (86,6 Prozent), „Problemlösefähigkeit“ (84,3 Prozent) und „proaktives Handeln/Eigeninitiative“ (82,4 Prozent). Dass diese Kompetenzen durch einen Auslandsaufenthalt gestärkt werden, zeigt auch die zusammengetragene Literatur (Tabelle 4-1). So wird etwa die Selbstständigkeit gefördert, indem sich Studierende in einer unbekannteren Umgebung, separiert von Familie und Freunden, zurechtfinden müssen (LSE/CFE, 2014, 39 ff.). Farrugia/Sanger (2017, 12) verweisen in ihrer Studie auf große Kompetenzzuwächse im Bereich der Problemlösefähigkeit. In ihrer Befragung von 4.500 Alumni geben 52,7 Prozent an, deutlich („significant“) von ihrem Auslandsstudium in Bezug auf ihre Problemlösefähigkeit profitiert zu haben, weitere 34,0 Prozent bestätigen dies zu einem gewissen Grad („some degree“). Zimmermann et al. (2024a) zeigen, dass die proaktive Persönlichkeit bei Studierenden, die planen ins Ausland zu gehen, bereits vor der Ausreise größer ist als bei anderen Studierenden. Durch den Auslandsaufenthalt konnten sie dies jedoch noch weiter ausbauen. Eine Begründung könnte sein, dass Studierende während eines Auslandsaufenthalts häufiger neue Verhaltensweisen erproben.

Wenngleich die Items „interkulturelle Kompetenz“ und „Fremdsprachenkenntnisse“ etwas hinter den anderen Items zurückfallen, werden auch sie von 35,6 beziehungsweise 25,4 Prozent der Unternehmen als (sehr) wichtig eingestuft. Somit sind auch diese Kompetenzen für jedes dritte beziehungsweise jedes vierte Unternehmen von (großer) Bedeutung bei der Einstellung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen.

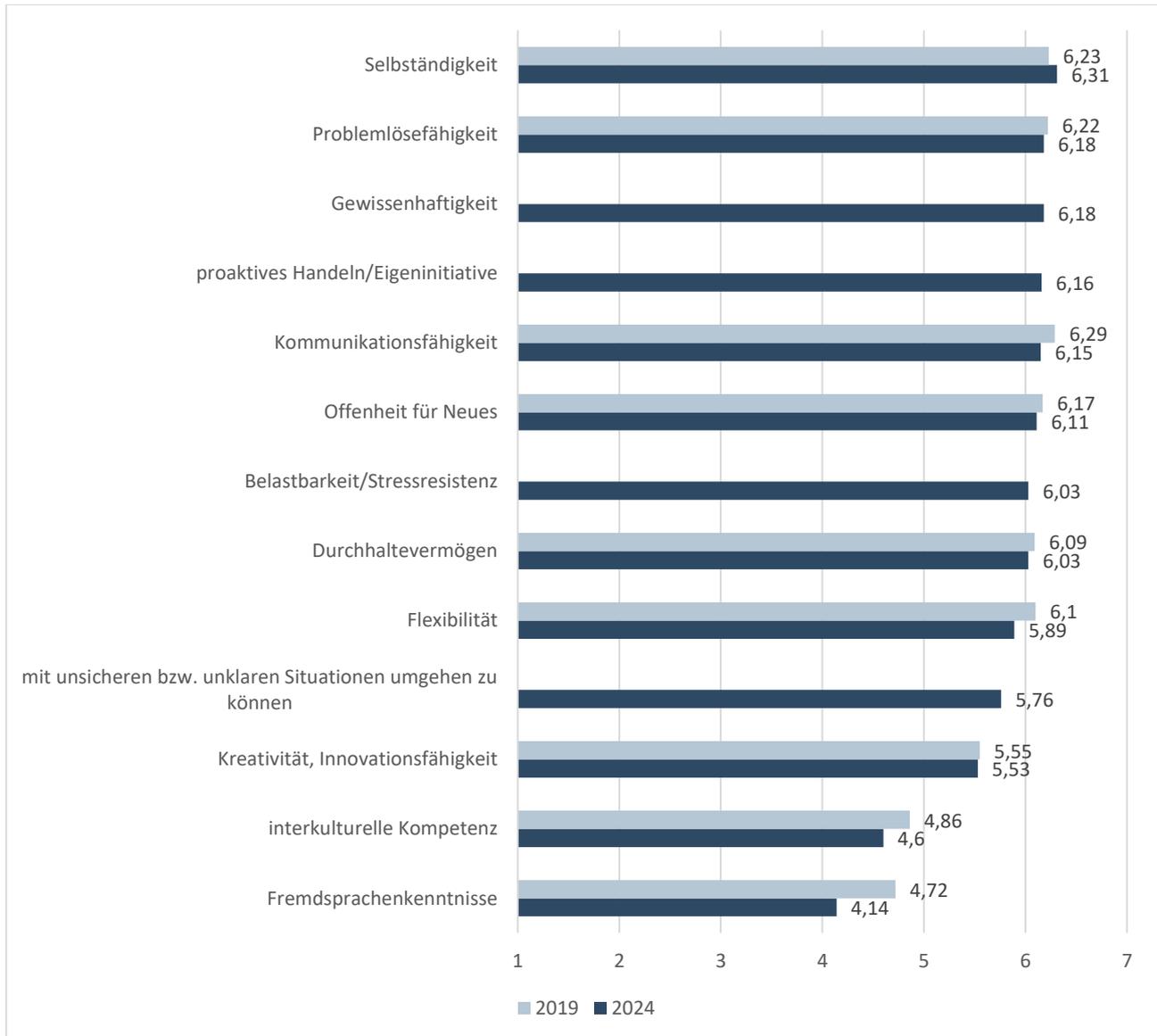
Als zweiter Befund ist ein grundsätzlicher Rückgang in der Wichtigkeit festzustellen. Bei allen Items, die in beiden Jahren abgefragt wurden, zeigt sich, dass der Anteil der Unternehmen, die die Items als (sehr) wichtig bewerten, zurückgegangen ist. Im Jahr 2019 belegte die Kommunikationsfähigkeit mit einem zustimmenden Anteil von 90,3 Prozent der befragten Unternehmen Rang 1. Im Jahr 2024 ist der Anteil der Unternehmen, die die Kommunikationsfähigkeiten als (sehr) wichtig bewerten auf 80,1 Prozent gesunken. Im Jahr 2024 belegt das Item Selbstständigkeit mit 86,6 Prozent Rang 1, was jedoch ebenfalls einen Rückgang zu dem Anteil aus dem Jahr 2019 (90,1 Prozent) bedeutet. Der stärkste prozentuale Rückgang zwischen den Jahren 2019 und 2024 ergibt sich mit -23,3 Prozent für das Item Fremdsprachenkenntnisse, gefolgt von den Items Flexibilität (-16,0 Prozent) und Kommunikationsfähigkeit (-11,3 Prozent). Die geringsten Rückgänge zeichnen sich für die Items interkulturelle Kompetenz (-2,2 Prozent), Selbstständigkeit (-3,9 Prozent) und Kreativität/Innovationsfähigkeit (-4,2 Prozent) ab.

Wenngleich die abgefragten Kompetenzen in der Einstellung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen seltener als (sehr) wichtig bewertet werden als noch im Jahr 2019, bedeutet dies nicht notwendigerweise, dass die Kompetenzen im Arbeitskontext weniger oder nicht mehr gebraucht werden. Es greift erneut das Argument des sich verändernden Arbeitsmarktes, auf dem Unternehmen häufig flexibler in ihren Einstellungsentscheidungen sein müssen. Dass insbesondere die Relevanz von Fremdsprachenkenntnissen als Einstellungskriterium abgenommen hat, dürfte unter anderem auch darin begründet sein, dass die Fremdsprachenkenntnisse grundsätzlich gestiegen sind. Während Vergleichsstudien unter Schülerinnen und Schülern zeigen, dass Kompetenzen in Mathematik oder Deutsch in den letzten Jahren gesunken sind, setzt sich für Englischkompetenzen ein positiver Trend fort. So zeigt etwa die IQB-Studie, dass die Englischkompetenzen von Neuntklässlerinnen und Neuntklässlern bereits zwischen den Erhebungsjahren 2009 und 2015 deutlich gestiegen sind, sich zwischen den Erhebungsjahren 2015 und 2022 aber nochmals signifikant verbessert haben (Niemietz et al., 2023). Geben Unternehmen im Jahr 2024 seltener an, Fremdsprachenkenntnisse als (sehr) wichtig im Rekrutierungsprozess einzustufen, kann dies daher auch darauf zurückgeführt werden, dass häufiger bereits von einem guten Niveau ausgegangen wird.

Abbildung 4-9: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen im Zeitvergleich

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Nicht alle Items wurden im Jahr 2019 abgefragt.

Quelle: IW-Personalpanel, 2019, 2024; DAAD, 2020

Abbildung 4-9 zeigt die Bedeutung der abgefragten sozialen und persönlichen Kompetenzen anhand ihrer Mittelwerte. Die Mittelwerte aller Items liegen in der oberen Hälfte der siebenstufigen Skala, acht der Items erzielen einen Mittelwert größer als „6“. Die Auswertung nach Mittelwerten unterstreicht damit ebenfalls die hohe Bedeutung, die Unternehmen den abgefragten Kompetenzen beimessen. Diese Auswertung zeigt weiterhin, dass eines der Items im Jahr 2024 im Vergleich zum Jahr 2019, gemessen am Mittelwert, wichtiger geworden ist: Erreichte das Item „Selbstständigkeit“ im Jahr 2019 einen Mittelwert von 6,23, ist dieser im Jahr 2024 leicht auf 6,31 gestiegen. Für die weiteren Items zeigen sich analog zu den Auswertungen in

Abbildung 4-8 leichte Rückgänge in den Mittelwerten. Die höchsten Rückgänge sind für die Items „Fremdsprachenkenntnisse“ (-12,3 Prozent), „interkulturelle Kompetenz“ (-5,3 Prozent) und „Flexibilität“ (-3,4 Prozent) feststellbar. Die geringsten Rückgänge zeigen die Items „Kreativität/Innovationsfähigkeit“ (-0,4 Prozent), „Problemlösefähigkeit“ (-0,6 Prozent) und „Offenheit für Neues“ (-1,0 Prozent). Der Rückgang ist erneut vor dem Hintergrund des sich verändernden Arbeitsmarktes zu bewerten.

Wie die Auswertungen dieses Kapitels zeigen, sind die indirekten Effekte eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts besonders relevant. Die Kompetenzen, die gemäß Forschungsliteratur im Rahmen eines Auslandsaufenthalts gefördert werden, sind für Unternehmen im Rekrutierungsprozess von großer Bedeutung. Leichte Rückgänge im zeitlichen Vergleich der Jahre 2019 und 2024 dürften vor allem auf Änderungen der Arbeitsmarktsituation zurückzuführen sein.

4.2 Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen nach Unternehmensmerkmalen

Studien deuten darauf hin, dass sich Auslandsaufenthalte während des Studiums unterschiedlich stark auf die spätere berufliche Karriere auswirken können. Ein relevanter Aspekt ist dabei der spätere Beschäftigungskontext, wie die Zusammenfassungen des Literaturreviews von Netz (2022) zeigen. So sind Hochschulabsolventinnen und -absolventen, die einen Auslandsaufenthalt in ihr Studium integriert haben, besonders häufig im privaten Beschäftigungssektor, in großen und multinationalen Unternehmen tätig. Insbesondere auf diesen Zugang zu gut zahlenden großen und multinationalen Unternehmen seien positive Einkommenseffekte für jene Absolventinnen und Absolventen zurückzuführen (Netz, 2022). Netz (2022) findet in vielen der untersuchten Studien den Erklärungsansatz, dass Arbeitgeber die „Auslandserfahrung als Signal für wertvolle Kompetenzen werten“ (S. 5).

Angesichts der Studienlage zur Relevanz des Beschäftigungskontexts sollen im Folgenden die bereits allgemein ausgewerteten Fragen zur Bedeutung eines Auslandssemesters im Rekrutierungsprozess (Kapitel 4.1) nun differenziert nach Unternehmenstypen und dem transformativen Kontext ausgewertet werden, um zu überprüfen, ob Unterschiede je nach Unternehmenskontext bestehen. Die Auswertungen zeigen, in welchen Beschäftigungskontexten auslandsbezogene Tätigkeiten besonders verbreitet sind (Kapitel 4.2.1). Außerdem wird verglichen, ob es je nach Beschäftigungskontext Unterschiede in der Gewichtung von Einstellungskriterien (Kapitel 4.2.2) und der Bedeutung bestimmter Kompetenzen (Kapitel 4.2.3) gibt, die von Hochschulabsolventinnen und -absolventen erwartet werden.

Die differenzierte Betrachtung erfolgt einerseits nach Unternehmenstypen. Die Unternehmenstypen werden auf Basis der IW-Personalpanel-Daten unterteilt in „digitale“, „akademische“, „innovative“ sowie „internationale“ Unternehmen. Als „digitale“ Unternehmen werden solche gewertet, die bereits mindestens sechs der neun abgefragten Technologien nutzen. Unternehmen gelten als „akademisch“, wenn der Anteil der Hochqualifizierten an allen Beschäftigten größer als 25,0 Prozent ist. Zu „innovativen“ Unternehmen werden Unternehmen gezählt, die in den letzten drei Jahren neue Produkte oder Dienstleistungen eingeführt haben. „Internationale“ Unternehmen definieren sich dadurch, dass sie internationale Geschäftsbeziehungen als eher oder sehr wichtig einstufen.

Die Betrachtung nach Unternehmenstypen wird ergänzt um die Betrachtung nach transformativen Herausforderungen. Diese werden unterteilt in die Herausforderungen des Klimaschutz (Einfluss des Klima-

/Umweltschutzes in den nächsten fünf Jahren (eher) stark), der Digitalisierung (Einfluss der Digitalisierung in den nächsten fünf Jahren (eher) stark), des demografischen Wandels (Einfluss des demografischen Wandels und des Fachkräftemangels in den nächsten fünf Jahren (eher) stark) sowie der Globalisierung (Einfluss der Globalisierung in den nächsten fünf Jahren (eher) stark).

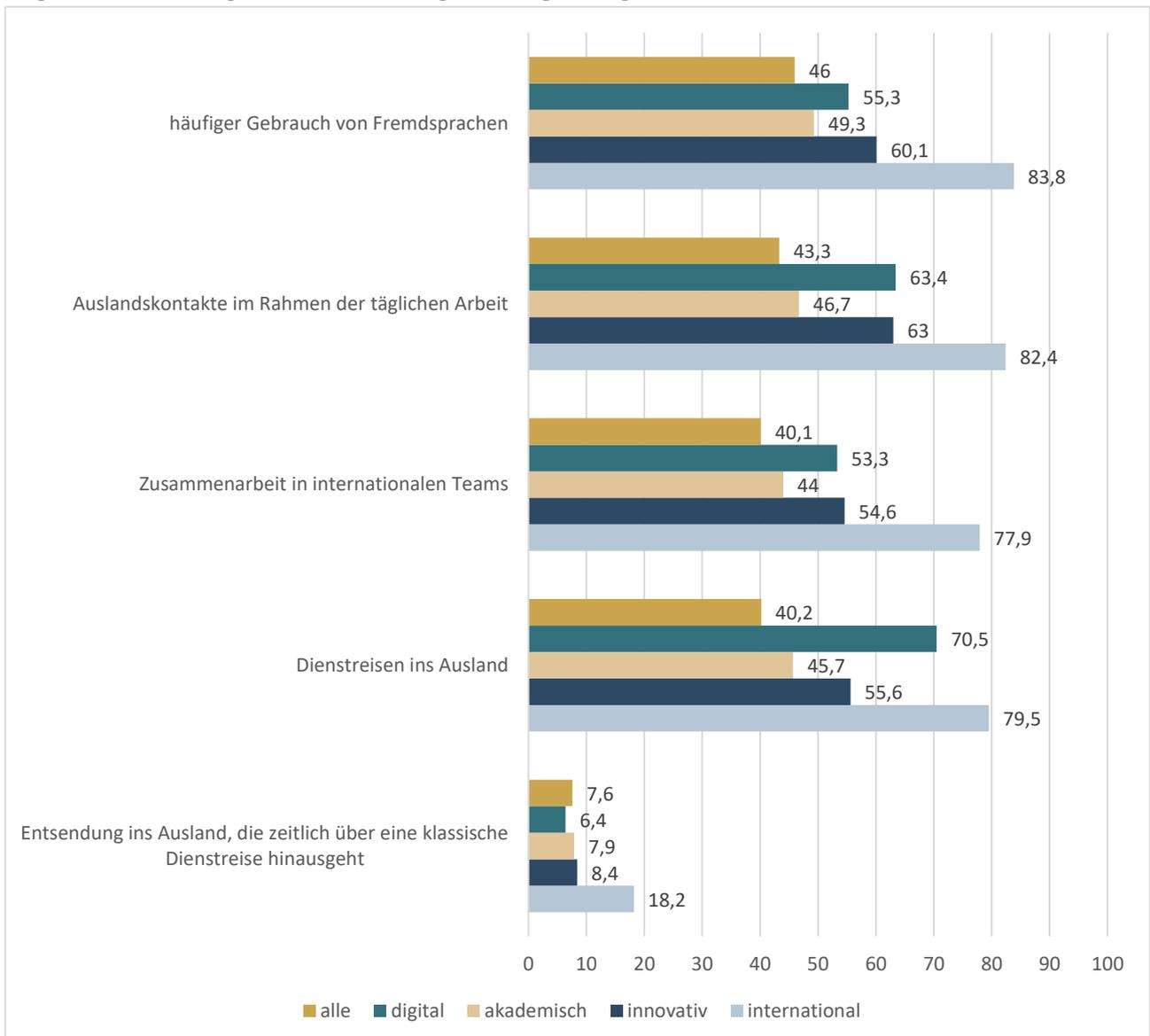
4.2.1 Auslandsbezogene Tätigkeiten der Unternehmen

Eine Differenzierung nach Unternehmenstypen zeigt, dass auslandsbezogene Tätigkeiten je nach Unternehmenstyp von unterschiedlicher Relevanz sind (Abbildung 4-10). In „digitalen“, „akademischen“, „innovativen“ oder „internationalen“ Unternehmen sind auslandsbezogene Tätigkeiten häufiger verbreitet als im Durchschnitt aller Unternehmen.

Abbildung 4-10: Auslandsbezogene Tätigkeiten im Unternehmen nach Unternehmenstyp

In Prozent, Angabe der Zustimmungquoten, 2024

Frage: „Welche der folgenden auslandsbezogenen Tätigkeiten gibt es in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

In „internationalen“ Unternehmen sind die abgefragten auslandsbezogenen Tätigkeiten am weitesten und deutlich überdurchschnittlich verbreitet. Während etwa in nur 46,0 Prozent aller befragten Unternehmen der häufige Gebrauch von Fremdsprachenkenntnissen im Unternehmensalltag notwendig ist, ist dies in 83,8 Prozent der „internationalen“ Unternehmen der Fall. Auch die Auslandskontakte, die Zusammenarbeit in internationalen Teams und die Dienstreisen ins Ausland kommen jeweils in über dreiviertel der „internationalen“ Unternehmen vor. Längerfristige Entsendungen ins Ausland finden in 18,2 Prozent der „internationalen Unternehmen“ statt und sind damit weniger verbreitet als die weiteren auslandsbezogenen Tätigkeiten. Verglichen mit der Verbreitung von Entsendungen in allen Unternehmen (7,6 Prozent) ist der Anteil in „internationalen“ Unternehmen deutlich höher.

Auch unter „digitalen“ oder „innovativen“ Unternehmen sind alle abgefragten auslandsbezogenen Tätigkeiten deutlich häufiger verbreitet als gemessen an allen Unternehmen. Besonders häufig verbreitet in „digitalen“ Unternehmen sind Dienstreisen ins Ausland. Sie kommen in 70,5 Prozent der digitalen Unternehmen vor und liegen damit 30 Prozentpunkte über dem Anteil unter allen Unternehmen. Die am häufigsten stattfindende auslandsbezogene Tätigkeit in „innovativen“ Unternehmen sind Auslandskontakte im Rahmen der täglichen Arbeit, die Bestandteil in 63,0 Prozent der innovativen Unternehmen sind.

Im Vergleich zu „internationalen“, „digitalen“ oder „innovativen“ Unternehmenstypen fällt die Verbreitung auslandsbezogener Tätigkeiten bei „akademischen“ Unternehmen weniger stark ausgeprägt aus. Doch auch hier lässt sich für alle abgefragten Items feststellen, dass sie in „akademischen“ Unternehmen weiter verbreitet sind als im Querschnitt aller Unternehmen. Während etwa Dienstreisen ins Ausland in 40,2 Prozent aller Unternehmen stattfinden, steigt dieser Anteil auf 45,7 Prozent, wenn ausschließlich nach „akademischen“ Unternehmen differenziert wird.

Abbildung 4-11 zeigt eine weitere Differenzierung der Auswertungen. Differenziert wurde hier danach, welche Unternehmen von den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung betroffen sind. Während sich Unternehmen, die vom Klimaschutz, der Digitalisierung oder vom demografischen Wandel betroffen sind, in ihren Zustimmungsanteilen nicht erheblich von den Zustimmungsanteilen der Gesamtheit aller Unternehmen abheben, ergibt sich für von der Globalisierung betroffene Unternehmen ein anderes Bild.

Unternehmen gelten in der IW-Panelbefragung als von der Globalisierung betroffen, wenn sie von Themen und Trends der Globalisierung und des Exports in den nächsten fünf Jahren einen (eher) starken Einfluss auf ihr Unternehmen erwarten. In Unternehmen, die dies tun, finden zum Stand der Befragung deutlich häufiger auslandsbezogene Tätigkeiten statt. Der häufige Gebrauch von Fremdsprachen, Auslandskontakte im Rahmen der täglichen Arbeit sowie Dienstreisen ins Ausland finden allesamt in über drei Viertel der Unternehmen im Transformationsfeld der Globalisierung statt. Bei allen drei Items liegt der Zustimmungswert mehr als 30 Prozentpunkte über dem Zustimmungswert der Gesamtheit aller Unternehmen. Auch die Zusammenarbeit in internationalen Teams findet in von der Globalisierung betroffenen Unternehmen häufiger statt. Hier unterscheiden sich die Zustimmungsanteile von 66,9 Prozent (Globalisierung) zu 40,1 Prozent (alle). Lediglich hinsichtlich der Entsendung ins Ausland sind keine großen Unterschiede feststellbar.

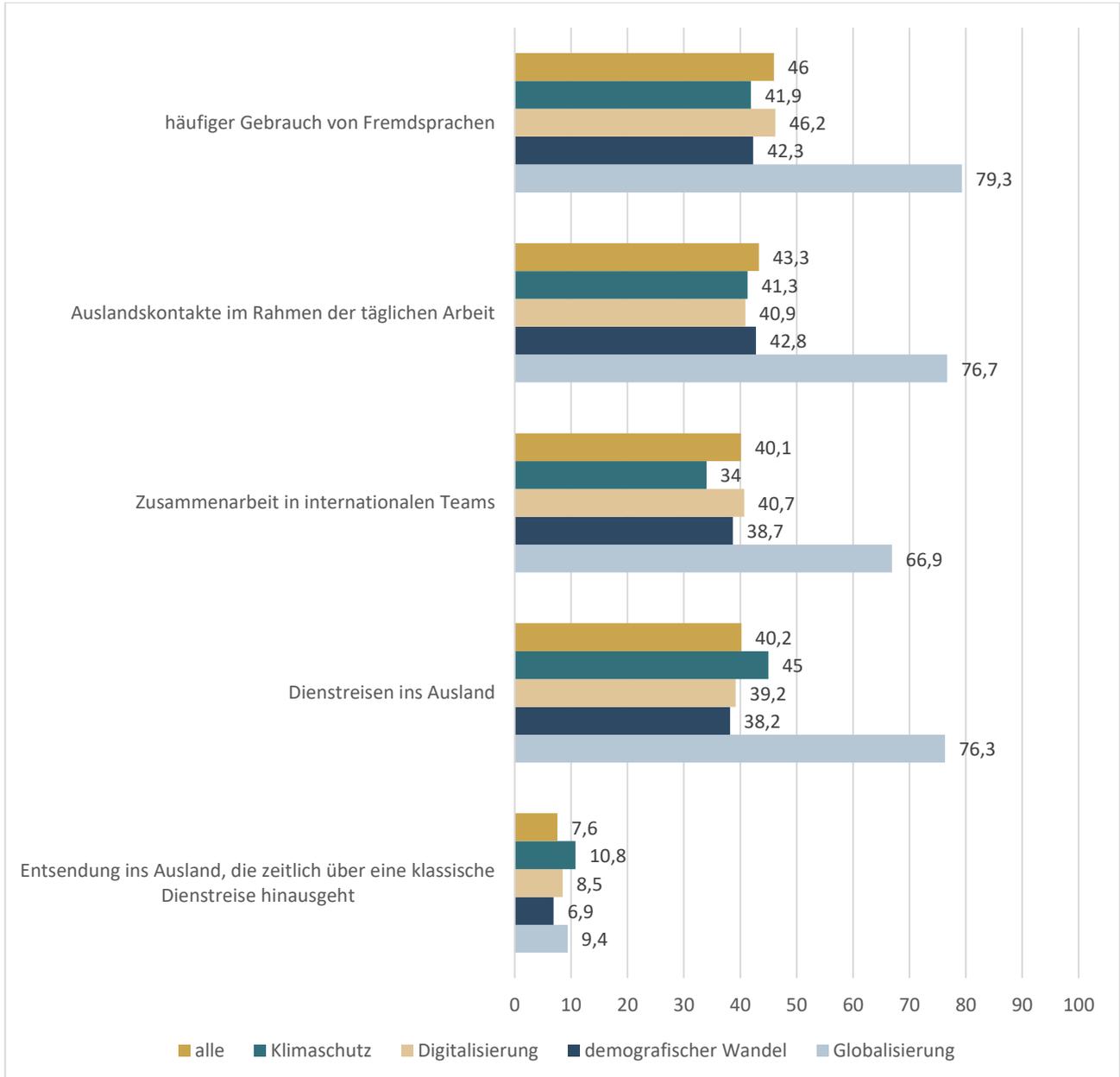
Die Auswertungen dieses Kapitels zeigen, dass auslandsbezogene Tätigkeiten je nach Unternehmensmerkmalen unterschiedlich stark verbreitet sind. Es sind allen voran „internationale“ Unternehmen und Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind, in denen Auslandstätigkeiten besonders

verbreitet sind. Aber auch in „innovativen“ und „digitalen“ Unternehmen finden Auslandstätigkeiten besonders häufig statt.

Abbildung 4-11: Auslandsbezogene Tätigkeiten im Unternehmen nach Transformationsfeld

In Prozent, Angabe der Zustimmungquoten, 2024

Frage: „Welche der folgenden auslandsbezogenen Tätigkeiten gibt es in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

4.2.2 Direkter Effekt: Bedeutung des Auslandsaufenthalts im Rekrutierungsprozess

„Mein Erasmus+ Aufenthalt in Spanien war ein entscheidender Grund für meine Anstellung in einem DAX-Unternehmen in der Lateinamerika-/Spanien-Abteilung. Ohne diesen hätte ich einerseits nicht meine Sprach-

und Kulturkenntnisse vertiefen können, andererseits war der Nachweis eines Auslandsaufenthaltes ein Einstellungskriterium.“

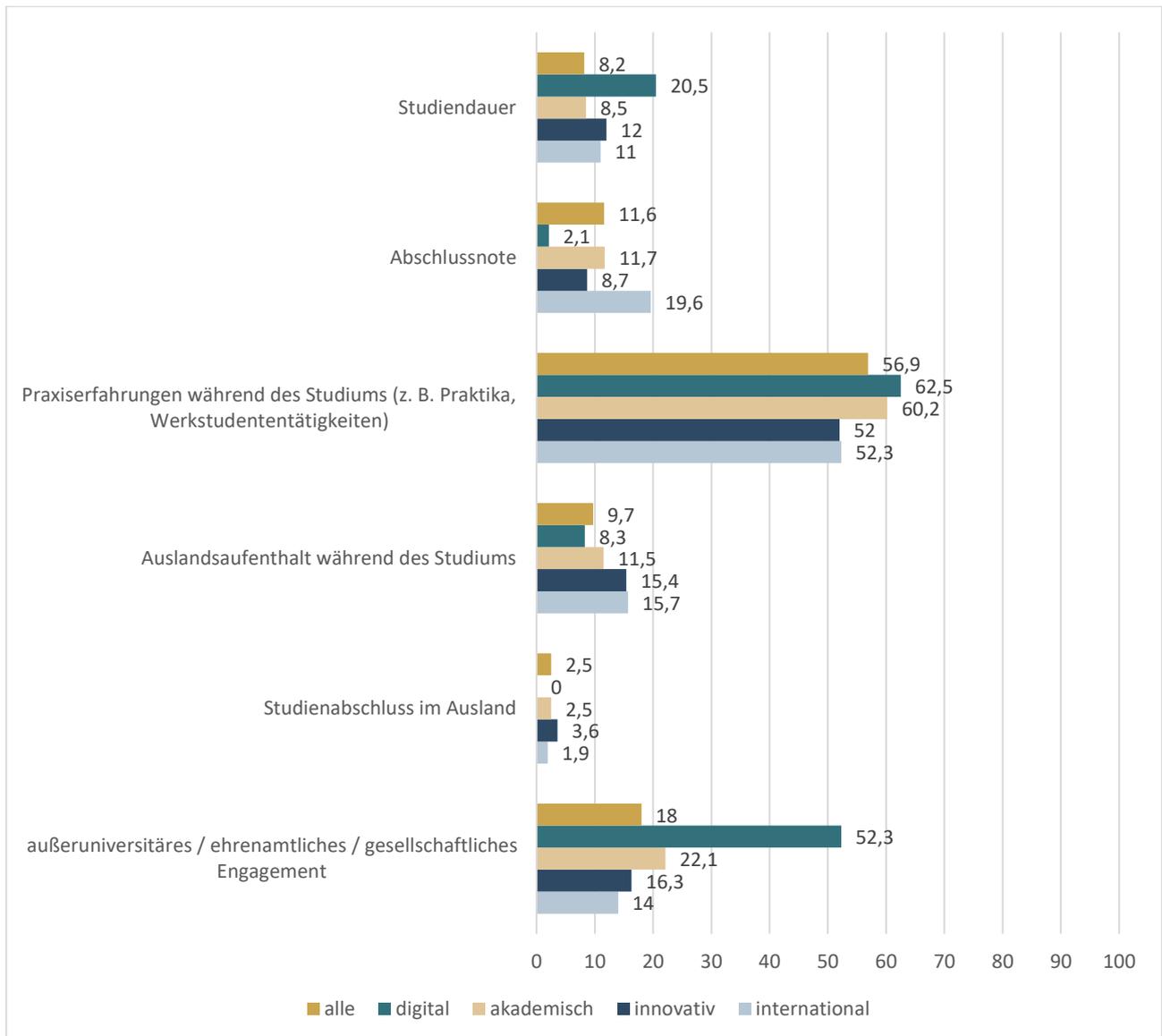
Marcus war 2017 für einen Studienaufenthalt in Spanien

Eine Differenzierung nach Unternehmenstyp zeigt weiterhin, dass Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen unterschiedlich stark gewichtet werden. Abbildung 4-12 gibt an, wie hoch der Anteil der Unternehmen ist, die das jeweils abgefragte Kriterium mit „6“ oder „7“ und somit als (sehr) wichtig bewerten. Differenziert wird dabei nach „digitalen“, „akademischen“, „innovativen“ und „internationalen“ Unternehmenstypen.

Abbildung 4-12: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Unternehmenstyp

Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala), 2024

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Aus der Differenzierung nach Unternehmenstyp geht etwa hervor, dass „innovative“ und „internationale“ Unternehmen einen Auslandsaufenthalt während des Studiums mit 15,4 beziehungsweise 15,7 Prozent deutlich häufiger als (sehr) wichtig bewerten als der Durchschnitt der Unternehmen (9,7 Prozent). Dagegen bewerten „innovative“ und „internationale“ Unternehmen Kriterien wie die Praxiserfahrung oder außeruniversitäres Engagement seltener als der Durchschnitt der Unternehmen als (sehr) wichtig bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen.

„Digitale“ Unternehmen bewerten einzelne Kriterien deutlich überdurchschnittlich stark. So bewertet etwa jedes fünfte digitale Unternehmen die Studiendauer als (sehr) wichtig (gegenüber 8,2 Prozent aller Unternehmen) und über die Hälfte der „digitalen“ Unternehmen bewerten außeruniversitäres Engagement als (sehr) wichtig (gegenüber 18,0 Prozent aller Unternehmen). Die explizit auslandsbezogenen Kriterien des Auslandsaufenthalts und des Studienabschlusses im Ausland werden dagegen von digitalen Unternehmen seltener beziehungsweise überhaupt nicht als (sehr) wichtig beurteilt. Dies könnte jedoch darin begründet sein, dass in „digitalen“ Unternehmen häufiger internationale Fachkräfte beschäftigt sind und Auslandserfahrungen weiter verbreitet sind. Auswertungen des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (KOFA) zeigen in diesem Zusammenhang, dass der Anteil sozialversicherungspflichtig Beschäftigter mit ausländischer Nationalität in IT-Berufen deutlich höher liegt als im Durchschnitt aller Berufe (2020, 13).

Während Abbildung 4-12 zeigt, wie hoch der Anteil der Unternehmen ist, die die abgefragten Kriterien als (sehr) wichtig bewerten, zeigt Abbildung 4-13 den Mittelwert der Antworten. Die Mittelwerte der „digitalen“, „akademischen“, „innovativen“ und „internationalen“ Unternehmen liegen fast immer höher als die Mittelwerte der Gesamtheit aller Unternehmen.

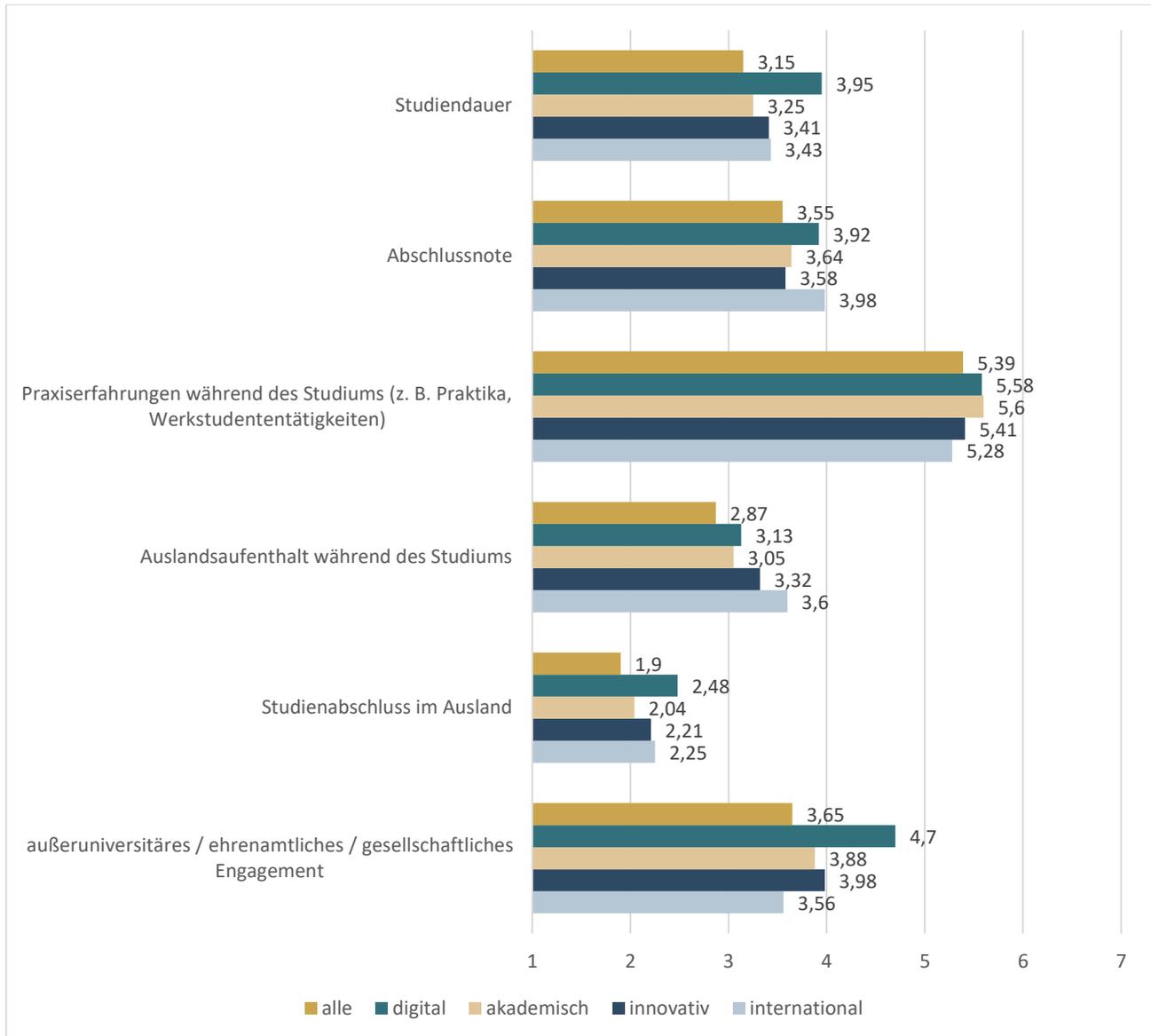
Eine differenzierte Auswertung der Ergebnisse nach den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung liefert keine zusätzlichen Erkenntnisse. Sowohl die Anteile der Unternehmen, die die Kriterien mit „6“ oder „7“ und somit als (sehr) wichtig bewerten (siehe Abbildung 8-1 im Anhang) als auch die Mittelwerte der Unternehmen (siehe Abbildung 8-2 im Anhang) liegen relativ dicht beieinander. Abweichungen lassen sich am ehesten für Unternehmen feststellen, die von dem Transformationsfeld der Globalisierung betroffen sind. Unter diesen Unternehmen ist der Anteil derer, die die Studiendauer als (sehr) wichtiges Kriterium bewerten (17,7 Prozent) höher als gemessen an der Gesamtheit aller Unternehmen (8,2 Prozent). Dagegen bewerten sie deutlich seltener (5,8 Prozent gegenüber 18,0 Prozent) außerschulisches Engagement als (sehr) wichtig. Auch bezogen auf die Mittelwerte der Antworten ergeben sich Abweichungen zur Gesamtheit aller Unternehmen am ehesten für Unternehmen, die von der Globalisierung betroffen sind. In der Bewertung eines Auslandsaufenthalts während des Studiums liegt der Mittelwert der von der Globalisierung betroffenen Unternehmen mit 3,62 etwas höher als der Mittelwert der Gesamtheit aller Unternehmen (2,87).

Zusätzlich zur grundsätzlichen Bewertung der Auswahlkriterien für Hochschulabsolventinnen und -absolventen wurden die Unternehmen auch danach gefragt, ob sie einem Auslandsaufenthalt oder der Einhaltung der Regelstudienzeit mehr Gewicht beimessen. Hier zeigen sich Abweichungen von „digitalen“, „akademischen“, „innovativen“ und „internationalen“ Unternehmenstypen zu dem Querschnitt aller Unternehmen (Abbildung 4-14). Während bereits 30,1 Prozent der Gesamtheit aller Unternehmen angeben, ein Auslandsaufenthalt sei wichtiger als die Einhaltung der Regelstudienzeit, erhöht sich dieser Anteil in der Differenzierung nach Unternehmenstypen auf bis zu 45,3 Prozent (innovative Unternehmen).

Abbildung 4-13: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Unternehmenstyp

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



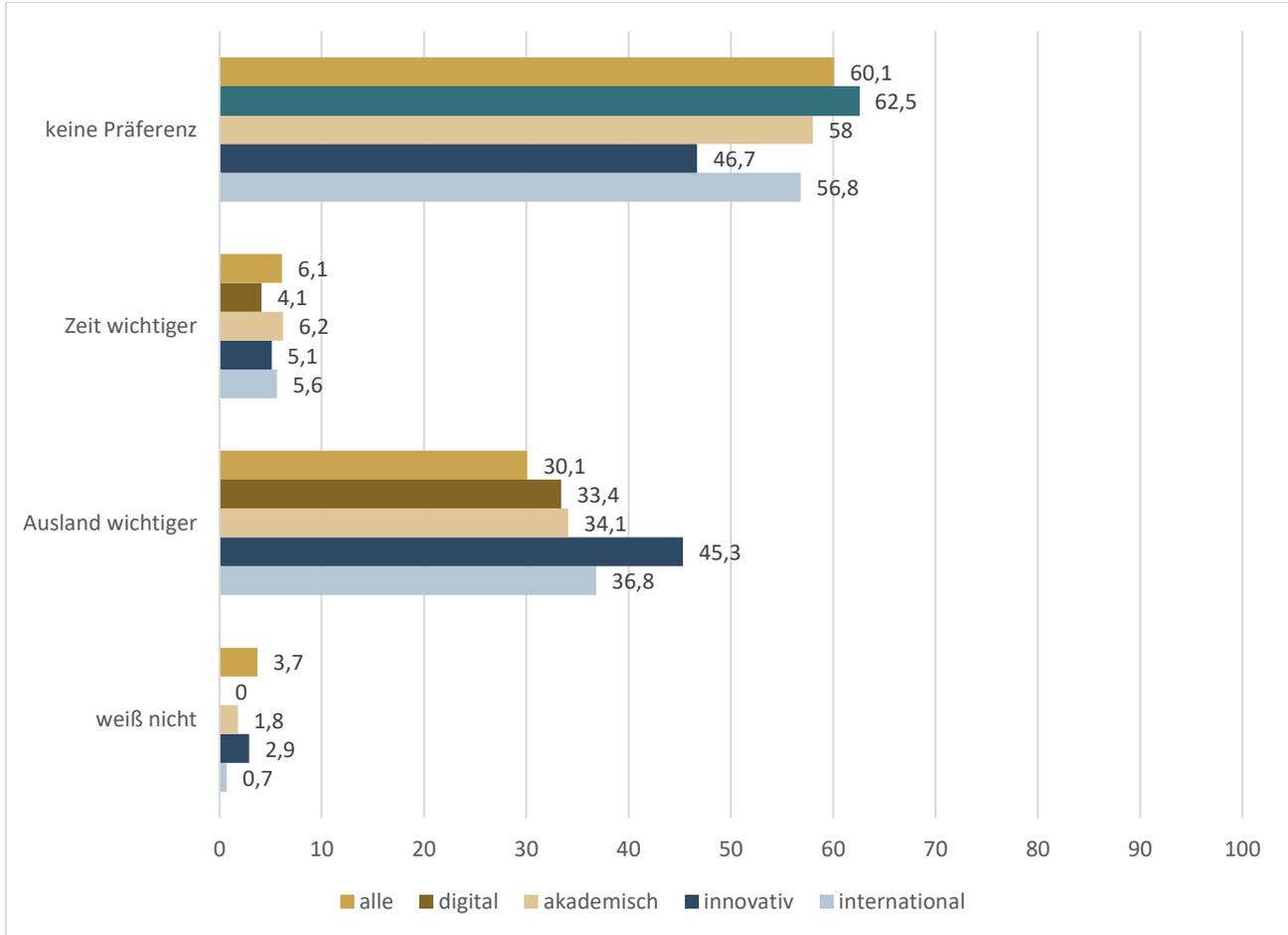
Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Werden die Antworten differenziert nach der Betroffenheit von den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung ausgewertet, zeigen sich keine großen Unterschiede zu den Antworten der Gesamtheit aller Unternehmen (Abbildung 8-3 im Anhang). Lediglich die Unternehmen des Transformationsfeldes Globalisierung zeigen eine deutliche Abweichung. Während 30,1 Prozent aller Unternehmen einen Auslandsaufenthalt wichtiger einschätzen als die Einhaltung der Regelstudienzeit, liegt dieser Anteil bei Unternehmen, die von der Globalisierung stark betroffen sind, mit 39,7 Prozent fast 10 Prozentpunkte höher.

Abbildung 4-14: Bewertung Auslandsaufenthalt im Vergleich zur Regelstudienzeit, nach Unternehmenstyp

In Prozent, 2024

Frage: „Ein Auslandsaufenthalt kann zu einer Studienzeitverlängerung von 1-2 Semestern führen. Wie bewerten Sie dies bei der Entscheidung über einen Bewerbenden?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

In der nach Unternehmensmerkmalen differenzierten Auswertung zeigt sich der direkte Effekt eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts deutlicher als in der Auswertung der Gesamtheit aller Unternehmen. „Digitale“, „akademische“, „innovative“ und „internationale“ Unternehmen bewerten einen Auslandsaufenthalt im Durchschnitt höher als die Gesamtheit aller Unternehmen. Die Differenzierung nach der Betroffenheit der Transformationen zeigt nur geringfügige Unterschiede zur Auswertung der Gesamtheit aller Unternehmen.

4.2.3 Indirekter Effekt: Bedeutung der erworbenen Kompetenzen im Rekrutierungsprozess

„Innerhalb meiner Erasmuszeit in Antwerpen, Belgien durfte ich die verschiedensten Dinge lernen und konnte mich in sehr vielen Bereichen, sowohl persönlich als auch beruflich, weiterentwickeln. Aktuell bin ich als Recruiterin für einen internationalen Pharmakonzern tätig und betreue hier sowohl nationale als auch internationale Positionen, meist etwa 25-30 Positionen gleichzeitig in verschiedenen Abteilungen. Ich würde sagen, dass mir der Auslandsaufenthalt insbesondere beim Thema Selbstständigkeit und Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten geholfen hat und auch meine Problemlösungsfähigkeiten weiterentwickeln konnte. Für meinen jetzigen Job sind diese Fähigkeiten essenziell, ich muss selbstständig arbeiten und die verschiedensten Bälle

gleichzeitig in der Luft halten können. Außerdem werde ich von Kandidaten und Managern mit Problemen konfrontiert und muss hier eigenständig Lösungen anbieten und mich auch durchsetzen können.“

Cecilia war 2018/19 für ein Studiensemester in Belgien

Neben grundsätzlichen Kriterien zur Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen wird im IW-Personalpanel auch die Wichtigkeit spezifischer Kompetenzen aus Unternehmenssicht abgefragt. Abbildung 4-15 zeigt den Anteil der Unternehmen, die mit „6“ oder „7“ geantwortet und die abgefragten Items somit als (sehr) wichtig beurteilen. Die Anteile werden sowohl für den Querschnitt der Unternehmen als auch differenziert nach den Unternehmenstypen ausgewertet.

Die Auswertungen zeigen ein grundsätzlich gemischtes Bild. Zum Teil werden Items von einigen Unternehmenstypen häufiger, zum Teil seltener als (sehr) wichtig eingeschätzt als von der Gesamtheit aller Unternehmen. Während das Durchhaltevermögen beispielsweise von 77,1 Prozent aller Unternehmen als (sehr) wichtig eingeschätzt wird, ist dies mit 97,4 Prozent bei fast allen „digitalen“ Unternehmen der Fall, jedoch mit 73,0 Prozent deutlich seltener unter innovativen Unternehmen.

Lediglich bei zwei Items bewerten sowohl „digitale“, „akademische“, „innovative“ und „internationale“ Unternehmen die jeweilige Kompetenz häufiger als (sehr) wichtig als die Gesamtheit der Unternehmen. Diese beiden Items sind die explizit auslandsbezogenen Kompetenzen Fremdsprachen und interkulturelle Kompetenz. Fremdsprachen werden von 25,4 Prozent aller befragten Unternehmen als (sehr) wichtig eingestuft. Für die einzelnen ausgewerteten Unternehmenstypen liegen diese Anteile höher. Für „internationale“ Unternehmen liegt der Anteil mit 51,8 Prozent am höchsten. Das zweite Item, die interkulturelle Kompetenz, wird von 35,6 Prozent aller Unternehmen als (sehr) wichtig eingeschätzt. Bei den untersuchten einzelnen Unternehmenstypen steigt der Anteil auf bis zu 50,4 Prozent („digitale“ Unternehmen).

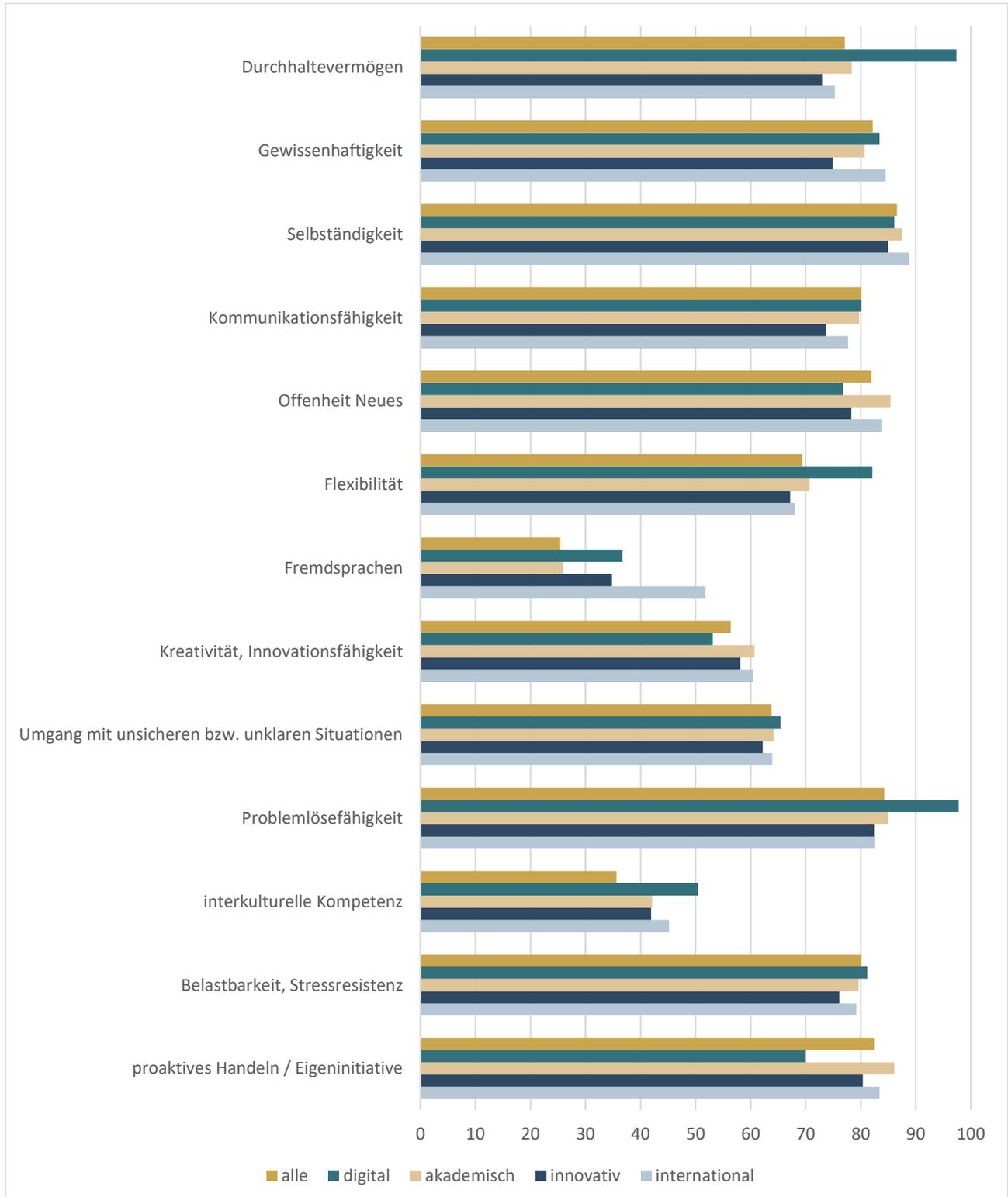
Werden die Antworten differenziert nach der Betroffenheit von den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung ausgewertet, zeigen sich keine deutlichen Unterschiede (Abbildung 8-4 im Anhang). Lediglich von der Globalisierung betroffene Unternehmen heben sich hinsichtlich der Bedeutung von Fremdsprachen und interkultureller Kompetenz etwas von den weiteren Anteilen ab. Während Fremdsprachen von 25,4 Prozent aller Unternehmen als (sehr) wichtige Kompetenz bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen eingeschätzt wird, liegt dieser Anteil bei Unternehmen, die besonders von dem Transformationsfeld der Globalisierung betroffen sind, bei 53,7 Prozent. Auch die interkulturelle Kompetenz wird mit einem Anteil von 45,4 Prozent (gegenüber 35,6 Prozent) etwas häufiger als (sehr) wichtig bewertet, ebenso die Belastbarkeit mit einem Anteil von 91,1 Prozent (gegenüber 80,1 Prozent).

Während Abbildung 4-15 die Anteile der Unternehmen darstellt, denen die abgefragten Kompetenzen (sehr) wichtig sind, zeigt Abbildung 4-16 die Mittelwerte der abgegebenen Antworten nach Unternehmenstyp. Aus der Auswertung nach den Mittelwerten lässt sich ein ähnlicher Befund wie in der Auswertung nach besonders hoher Wichtigkeit ableiten.

Abbildung 4-15: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Art des Unternehmens

Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala), 2024

Frage: „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“

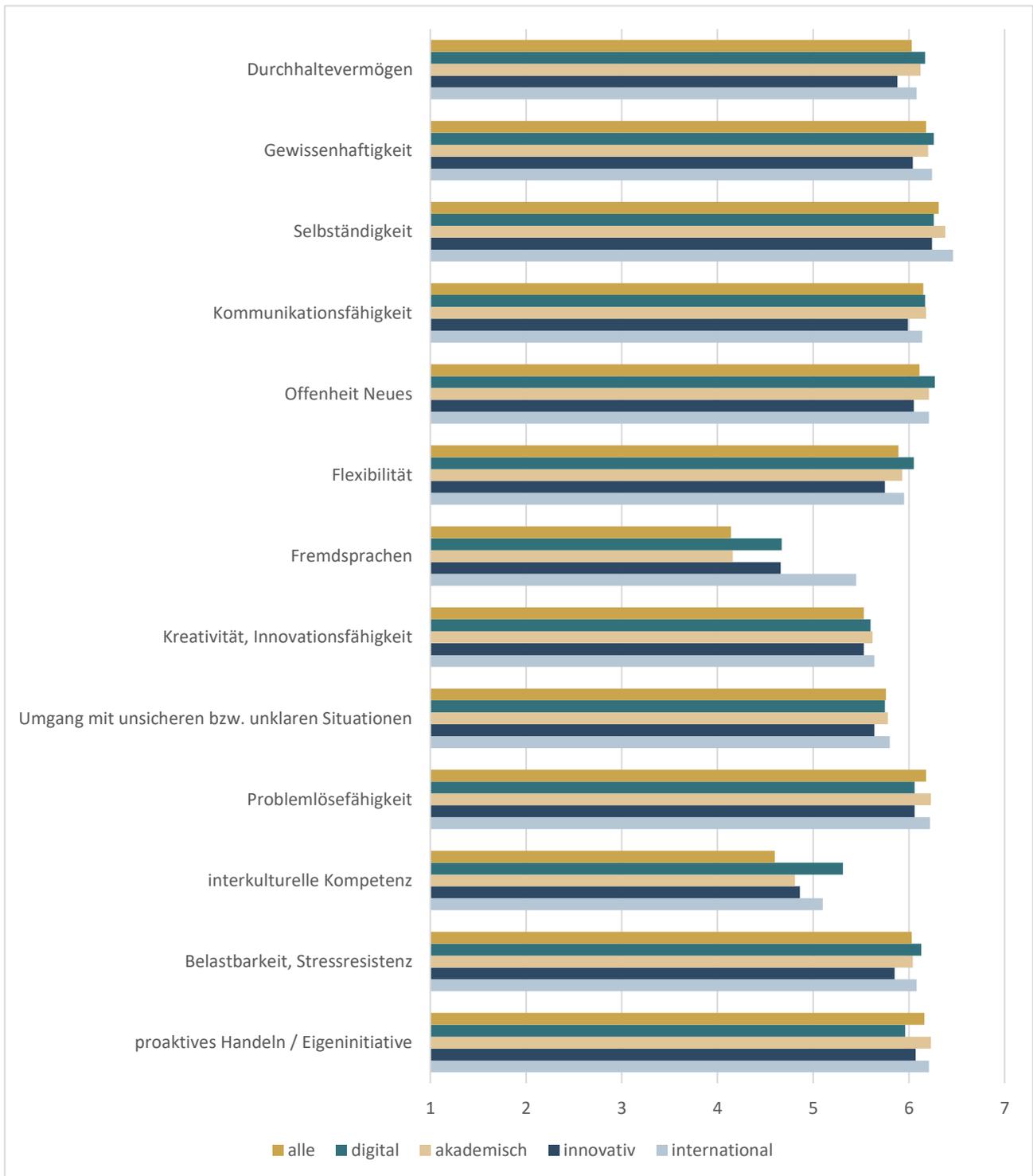


Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 4-16: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Art des Unternehmens

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Es zeigt sich grundsätzlich ein gemischtes Bild. Zum Teil werden Items von einigen Unternehmenstypen häufiger, zum Teil seltener als (sehr) wichtig eingeschätzt als von der Gesamtheit aller Unternehmen. Das Item „Belastbarkeit/Stressresistenz“ weist beispielsweise im Durchschnitt aller Unternehmen einen Wert von 6,03 auf. Der Mittelwert innovativer Unternehmen liegt mit 5,85 etwas darunter, der Mittelwert digitaler Unternehmen mit 6,13 etwas darüber. Insgesamt ergeben sich jedoch nur minimale Abweichungen vom Mittelwert.

Erneut heben sich jedoch die gleichen zwei Kompetenzen von diesem Befund hervor: Die explizit auslandsbezogenen Items „Fremdsprachenkenntnisse“ und die „interkulturelle Kompetenz“. Bei diesen beiden Items zeigen sowohl „digitale“, „akademische“, „innovative“ als auch „internationale“ Unternehmen höhere Mittelwerte als die Gesamtheit aller Unternehmen. Fremdsprachenkompetenzen werden im Mittel aller Unternehmen mit 4,14 bewertet. In der Differenzierung nach Unternehmenstypen steigt dieser Wert auf bis zu 54,5 unter „internationalen“ Unternehmen. Die interkulturelle Kompetenz wird im Mittel aller Unternehmen mit 4,60 bewertet. In der Differenzierung nach Unternehmenstypen steigt dieser Wert auf bis zu 5,31 unter „digitalen“ Unternehmen.

Werden die Antworten differenziert nach der Betroffenheit von den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung ausgewertet, zeigen sich keine großen Unterschiede zu den Antworten der Gesamtheit aller Unternehmen (Abbildung 8-5 im Anhang). Lediglich die Bewertungen der Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind, heben sich bei zwei Items ab. Während Fremdsprachenkenntnisse im Durchschnitt aller Unternehmen einen Mittelwert von 4,14 erzielen, liegt der Mittelwert bei Unternehmen, die von der Globalisierung betroffen sind, mit 5,65 über einen Skalenpunkt höher. Auch interkulturelle Kompetenzen werden von Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind, im Durchschnitt höher bewertet (5,35) als im Durchschnitt der Gesamtheit aller Unternehmen (4,60).

Die Auswertungen dieses Kapitels zeigen, dass die explizit auslandsbezogenen Kompetenzen „Fremdsprachen“ und „interkulturelle Kompetenz“ von „digitalen“, „akademischen“, „innovativen“ und „internationalen“ Unternehmen sowie von Unternehmen, die von der Globalisierung betroffen sind, häufiger als (sehr) wichtig bewertet werden als von der Gesamtheit aller Unternehmen. Für die weiteren Kompetenzen ergibt sich ein gemischtes Bild. Je nach Unternehmensmerkmal werden sie zum Teil häufiger, zum Teil weniger häufig als (sehr) wichtig bewertet als von der Gesamtheit aller Unternehmen.

4.3 Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die weitere Karriere

Ein Auslandsaufenthalt während des Studiums kann sich positiv auf den weiteren Karriereerfolg auswirken. Empirische Arbeiten zeigen, dass eine studienbezogene Auslandserfahrung zu höheren Einkommen im Berufsleben beitragen kann.

Netz (2022) untersucht in einem Literaturreview die Ergebnisse von 19 Studien, die sich mit dem Zusammenhang studienbezogener Auslandsaufenthalte und späteren Arbeitseinkommen von Hochschulabsolventinnen und -absolventen befassen. Zwar zeigt sich, dass viele Hochschulabsolventinnen und -absolventen mit Auslandserfahrung häufig ohnehin über Merkmale verfügen, die sich positiv auf das spätere Arbeitseinkommen

auswirken. Doch auch Studien, die gezielt für weitere Merkmale kontrollieren, können nach wie vor einen (moderaten) positiven Effekt von studienbezogenen Auslandsaufenthalten auf das spätere Arbeitseinkommen nachweisen. Beispiele sind etwa die italienische Studie von Favero/Fucci (2017), die auf polnischen Daten basierende Studie von Liwiński (2019) oder die deutsche Studie von Kratz/Netz (2018). Netz (2022) kommt auf Grundlage des Literaturreviews weiterhin zu dem Schluss, dass die Einkommenseffekte studienbezogener Auslandsaufenthalte häufig einige Jahre nach dem Hochschulabschluss deutlicher ausfallen als unmittelbar nach dem Abschluss. Als Erklärungsansatz für den positiven Einkommenseffekt leitet Netz (2022) ab, dass auslandserfahrene Hochschulabsolventinnen und -absolventen auf dem Arbeitsmarkt „effizienter mobil“ (S. 5) sind und in einem größeren Umkreis nach Beschäftigungen suchen, wodurch die Chancen auf eine gut bezahlte Anstellung steigen. Durch die Mobilität und den größeren Arbeitsmarktradius können Hochschulabsolventinnen und -absolventen, die über studienbezogene Auslandserfahrung verfügen, ihr Arbeitseinkommen auch schneller als andere Absolventinnen und Absolventen steigern und gewinnbringender ihre Stellen wechseln. Keinen wesentlichen Einfluss auf das Einkommen leisten dagegen bessere Fremdsprachenkenntnisse.

Auf Grundlage von Daten des Verbundprojekts Absolventenpanel 2017 berechnet Plasa (2021) die konkrete Höhe des Einkommensvorteils mittels Regressionsanalyse. Das Modell beinhaltet auch wichtige Kontrollvariablen, wie etwa die Fächergruppe oder die Abschlussnote. Gemessen wird der Einkommensvorteil eineinhalb Jahre nach dem Hochschulabschluss. Die Regressionsanalyse zeigt, dass ein studienbezogener Auslandsaufenthalt mit einer Dauer von mehr als einem Monat zu einem leichten Einkommensvorteil in Höhe von 147 Euro brutto gegenüber Hochschulabsolventinnen und -absolventen ohne Auslandserfahrung führt.

Die Studie von Asankulova/Thomsen (2024) konzentriert sich auf die Lohnvorteile von ausschließlich weiblichen Hochschulabsolventinnen. Dazu nutzen sie Daten aus den Absolventenpanels des Deutschen Zentrums für Hochschul- und Wissenschaftsforschung und dem Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften. Die Regressionsanalyse implementiert auch Kontrollvariablen, wie etwa sozioökonomische Variablen oder studienbezogene Variablen (zum Beispiel das Studienfach). Die Autoren leiten zwei zentrale Ergebnisse aus ihren Berechnungen ab: Erstens führt die Auslandserfahrung bei Hochschulabsolventinnen zu einem um 3,2 Prozent höheren Einstiegslohn pro Stunde im Vergleich zu Hochschulabsolventinnen ohne Auslandserfahrung. Zweitens steigt der Lohnvorteil nach fünf Jahren auf 4,0 Prozent an.

Die Studienlage deutet insgesamt auf einen positiven Karriere- beziehungsweise Einkommenseffekt eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts hin. In diesem Zusammenhang wurden jene Unternehmen des IW-Personalpanels, die Akademikerinnen und Akademiker anstellen, nach der Bedeutung bestimmter Kompetenzen für Führungspositionen in ihrem Unternehmen befragt. Abgefragt wurde die Relevanz von neun Kompetenzen, die zum einen laut Forschungsliteratur im Kontext transformativer Herausforderungen wie der Globalisierung und der Digitalisierung notwendig sind, um Veränderungen zu gestalten und sich flexibel an verschiedene Situationen in der betrieblichen Praxis anzupassen. Weiterhin bauen sie auf den bereits für die vorherigen Fragen formulierten Kompetenzen auf, die laut Forschungsliteratur positiv durch einen Auslandsaufenthalt beeinflusst werden (Tabelle 4-1). Acht der Kompetenzen wurden bereits in der vorherigen Befragung im Jahr 2019 abgefragt und im Erhebungsjahr 2024 um eine weitere Kompetenz ergänzt. Die Bewertung erfolgte auf der bekannten Skala von „1“ (überhaupt nicht wichtig) bis „7“ (sehr wichtig).

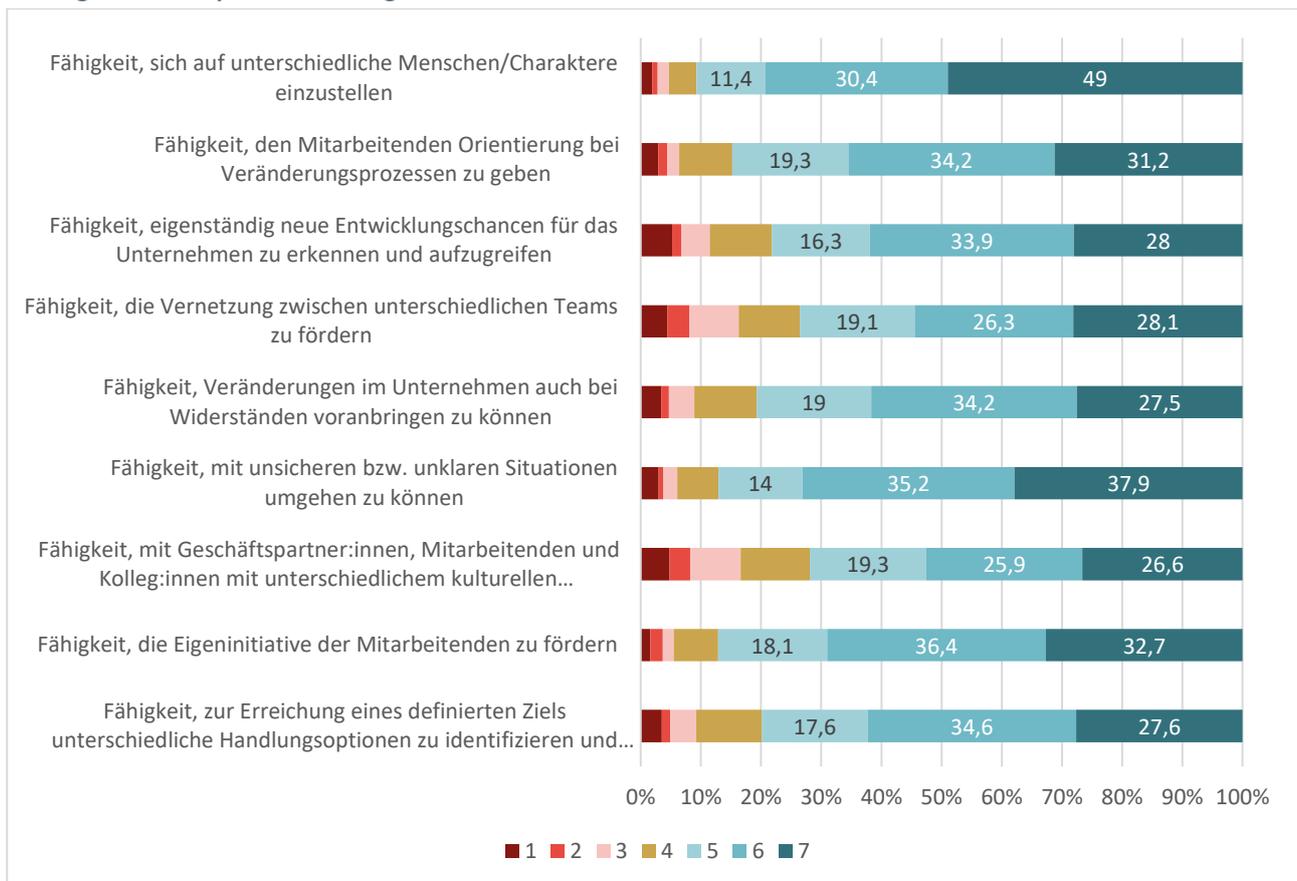
4.3.1 Kompetenzen bei Führungspositionen allgemein

Wie Abbildung 4-17 zeigt, werden die Kompetenzen für Führungspositionen von den Unternehmen mehrheitlich als eher wichtig bis sehr wichtig eingeschätzt. Eine Bewertung in den niedrigen Bewertungskategorien „1“ bis „3“ übersteigt bei keinem Item die 20-Prozent-Marke.

Abbildung 4-17: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen

In Prozent, Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig ist es Ihrem Unternehmen in der Regel, dass die Bewerbenden für eine Führungsposition über die folgenden Kompetenzen verfügen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

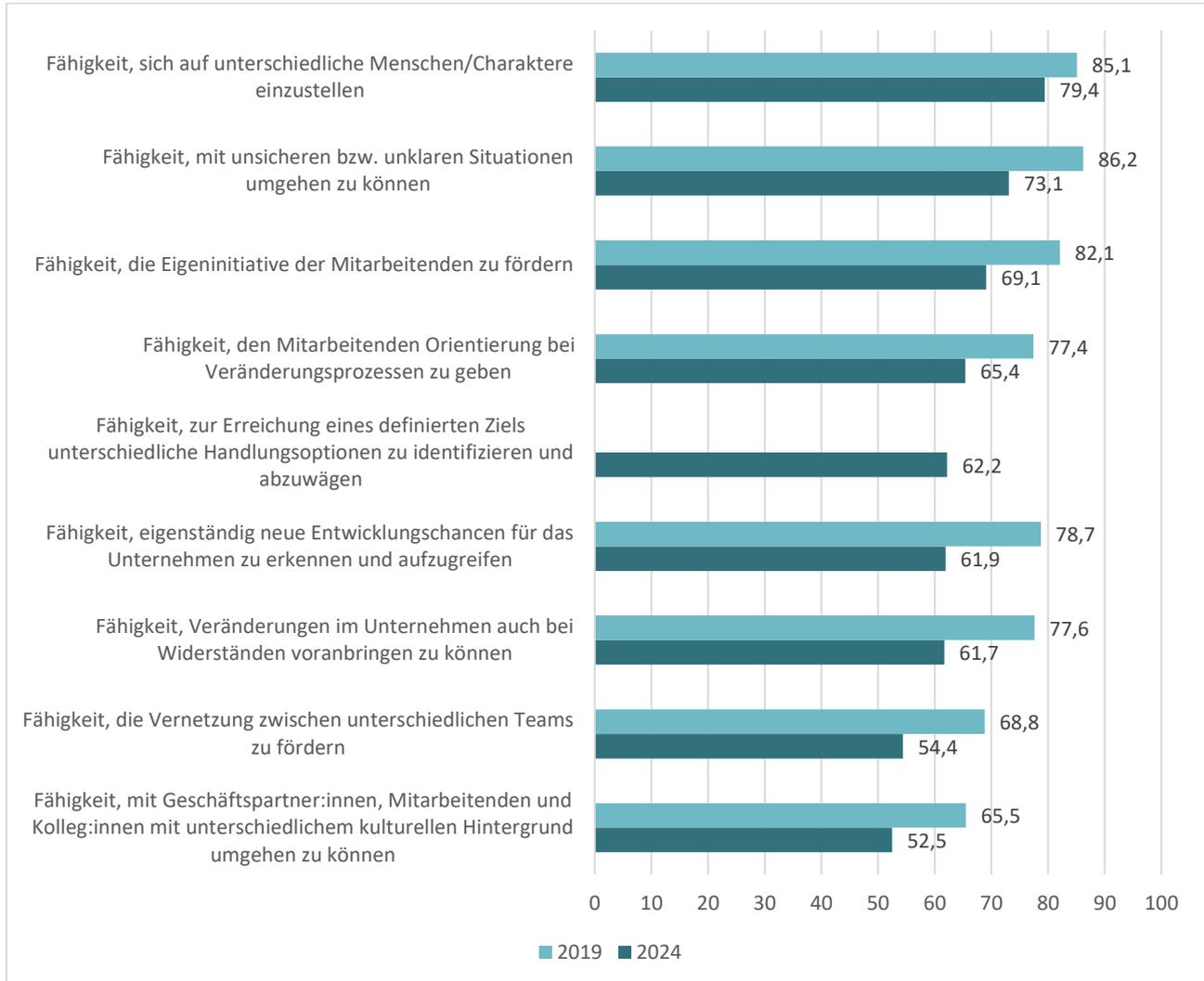
Abbildung 4-18 zeigt die Anteile der Unternehmen, die die Kompetenzen für Führungspositionen mit „6“ oder „7“ und somit als besonders wichtig bewertet haben. Acht der neun Kompetenzen wurden bereits in der Panel-Befragung aus dem Jahr 2019 abgefragt und den Antworten aus dem Jahr 2024 gegenübergestellt.

Es ergeben sich vor allem drei Befunde. Die Auswertungen zeigen erstens, dass die Anteile der Unternehmen, die die Kompetenzen als (sehr) wichtig für Führungspositionen einschätzen bei allen Items gesunken sind. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass sich die Arbeitsmarktlage zwischen 2019 und 2024 verändert hat. Der demografische Wandel führt zu Fachkräftengpässen und hohen Ersatzbedarfen in vielen Bereichen, sodass Unternehmen womöglich Abstriche bei einzelnen Kompetenzen eher in Kauf nehmen.

Abbildung 4-18: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen im Zeitverlauf

Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala)

Frage: „Wie wichtig ist es Ihrem Unternehmen in der Regel, dass die Bewerbenden für eine Führungsposition über die folgenden Kompetenzen verfügen?“



Nicht alle Items wurden im Jahr 2019 abgefragt.

Quelle: IW-Personalpanel, 2019 und 2024; DAAD, 2020

Zweitens bleibt die Rangfolge zwischen den Jahren 2019 und 2024 nahezu unverändert. Das Item „Fähigkeit, den Mitarbeitenden Orientierung bei Veränderungsprozessen zu geben“ rutscht auf Rang 4 vor, die restlichen Rangfolgen ändern sich nicht. Am häufigsten wird das Item „Fähigkeit, sich auf unterschiedliche Menschen/Charaktere einzustellen“ als (sehr) wichtig bewertet – im Jahr 2019 von 85,1 Prozent und im Jahr 2024 von 79,4 Prozent der Unternehmen. Am wenigsten häufig wird das Item „Fähigkeit, mit Geschäftspartner:innen, Mitarbeitenden und Kolleg:innen mit unterschiedlichem kulturellen Hintergrund umgehen zu können“ als (sehr) wichtig eingeschätzt – im Jahr 2019 von 65,5 Prozent und im Jahr 2024 von 52,5 Prozent der Unternehmen.

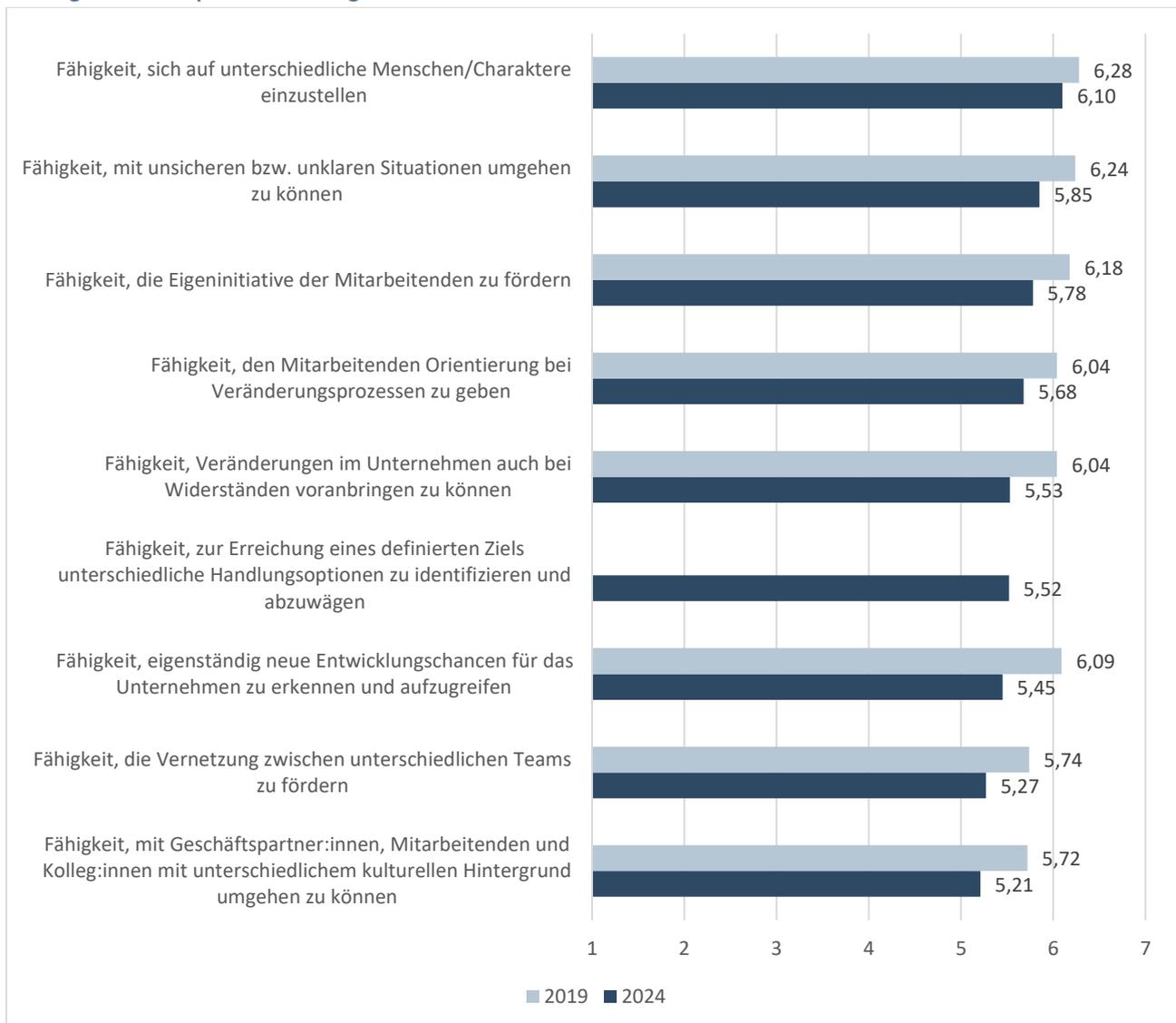
Als dritter Befund ergibt sich, dass zwar die Anteile der Unternehmen, die diese Kompetenzen für Führungskräfte als besonders wichtig einschätzen grundsätzlich gesunken sind. Dennoch werden weiterhin alle Kompetenzen von der Mehrheit der Unternehmen als (sehr) wichtig eingeschätzt.

Eine Auswertung nach Mittelwerten verdeutlicht die bereits abgeleiteten Befunde zu den Bewertungen der Kompetenzen bei Führungspositionen (Abbildung 4-19). Zwar sind alle Mittelwerte zwischen den Jahren 2019 und 2024 zurückgegangen, dennoch bleiben alle Mittelwerte über dem Skalenpunkt „5“ und werden somit im Durchschnitt aller Unternehmen als eher wichtig angesehen. Eines der neun abgefragten Merkmale erreicht einen Mittelwert oberhalb der Wertung „6“: Die Fähigkeit, sich auf unterschiedliche Menschen und Charaktere einstellen zu können ist damit für Unternehmen von besonders hoher Bedeutung.

Abbildung 4-19: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen im Zeitverlauf

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“

Frage: „Wie wichtig ist es Ihrem Unternehmen in der Regel, dass die Bewerbenden für eine Führungsposition über die folgenden Kompetenzen verfügen?“



Nicht alle Items wurden im Jahr 2019 abgefragt.

Quelle: IW-Personalpanel, 2019 und 2024; DAAD, 2020

Die Auswertungen dieses Kapitels zeigen im zeitlichen Vergleich der Jahre 2019 und 2024 einen leichten Rückgang in der Relevanz der abgefragten Kompetenzen für Führungspositionen. Insgesamt werden sämtliche abgefragten Kompetenzen jedoch weiterhin von der Mehrheit der Unternehmen als (eher) wichtig eingestuft.

4.3.2 Kompetenzen bei Führungspositionen nach Unternehmenstyp

Während die bisherigen Auswertungen zeigen, dass die abgefragten Kompetenzen bei Führungspositionen grundsätzlich für die meisten Unternehmen bedeutend sind, zeigt Abbildung 4-20, dass dies umso mehr der Fall ist für „digitale“, „akademische“, „innovative“ und „internationale“ Unternehmen. Die Abbildung fokussiert erneut die Anteile der Unternehmen, die mit den hohen Ausprägungen „6“ und „7“ geantwortet haben.

Die „Fähigkeit, Veränderungen im Unternehmen auch bei Widerständen voranbringen zu können“ liegt für „akademische“ Unternehmen in der Nachkommastelle knapp hinter dem Anteil der Gesamtheit aller Unternehmen. Davon abgesehen liegen die Anteile für alle differenziert ausgewerteten Unternehmenstypen bei allen Items höher als für die Gesamtheit aller Unternehmen.

Insbesondere „digitale“ Unternehmen messen den Kompetenzen zu hohen Anteilen eine (sehr) wichtige Bedeutung bei. Bei vier der neun abgefragten Kompetenzen liegen die Anteile bei über 90,0 Prozent – somit geben mehr als neun von zehn digitalen Unternehmen an, dass ihnen die jeweilige Kompetenz (sehr) wichtig bei Führungspositionen ist. Rang 1 belegt mit einem Anteil von 99,2 Prozent die Fähigkeit, sich auf unterschiedliche Menschen und Charaktere einzustellen. Die größte Abweichung besteht bei der Fähigkeit, die Vernetzung zwischen unterschiedlichen Teams zu fördern. Während hier der Anteil aller Unternehmen, die mit „6“ oder „7“ geantwortet haben, bei 54,4 Prozent liegt, beträgt der Anteil unter digitalen Unternehmen 91,1 Prozent – eine Differenz von 36,7 Prozentpunkten.

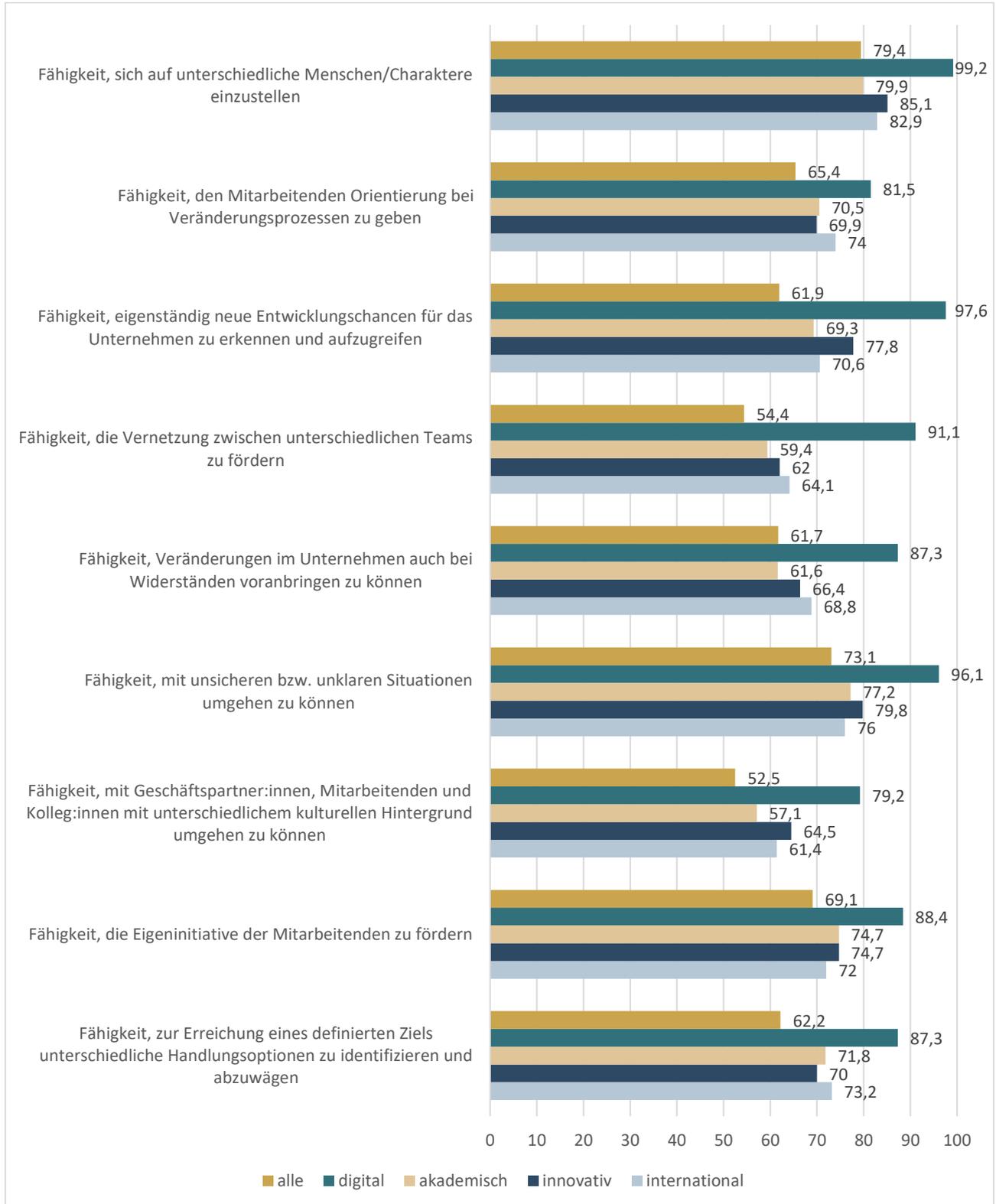
Unter „innovativen“ und „internationalen“ Unternehmen gibt es keine klare Rangfolge, welcher Unternehmenstyp die Merkmale grundsätzlich als bedeutender einschätzt als der andere. Bei fünf Merkmalen ist der Anteil „innovativer“ Unternehmen höher, bei vier Merkmalen der Anteil „internationaler“ höher. Die Anteile „akademischer“ Unternehmen liegen nie über jenen der „innovativen“ oder „internationalen“ Unternehmen, jedoch häufig zwischen oder nur knapp unter ihnen.

Zusätzlich zur Differenzierung nach Unternehmenstypen wurde auch eine Auswertung basierend auf der Betroffenheit in den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung durchgeführt (Abbildung 8-6 im Anhang). Bei dieser Differenzierung sind jedoch nur geringfügige Abweichungen erkennbar. Die nach Prozentpunkten größte Abweichung lässt sich für das Item „Fähigkeit, eigenständig neue Entwicklungschancen für das Unternehmen zur erkennen und aufzugreifen“ ausmachen. Während 61,9 Prozent aller Unternehmen diese Kompetenz bei Führungspositionen mit „6“ oder „7“ und somit als (sehr) wichtig bewerten, liegt der Anteil bei Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind, mit 71,2 Prozent fast zehn Prozentpunkte höher.

Abbildung 4-20: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Unternehmenstyp

Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala), 2024

Frage: „Wie wichtig ist es Ihrem Unternehmen in der Regel, dass die Bewerbenden für eine Führungsposition über die folgenden Kompetenzen verfügen?“

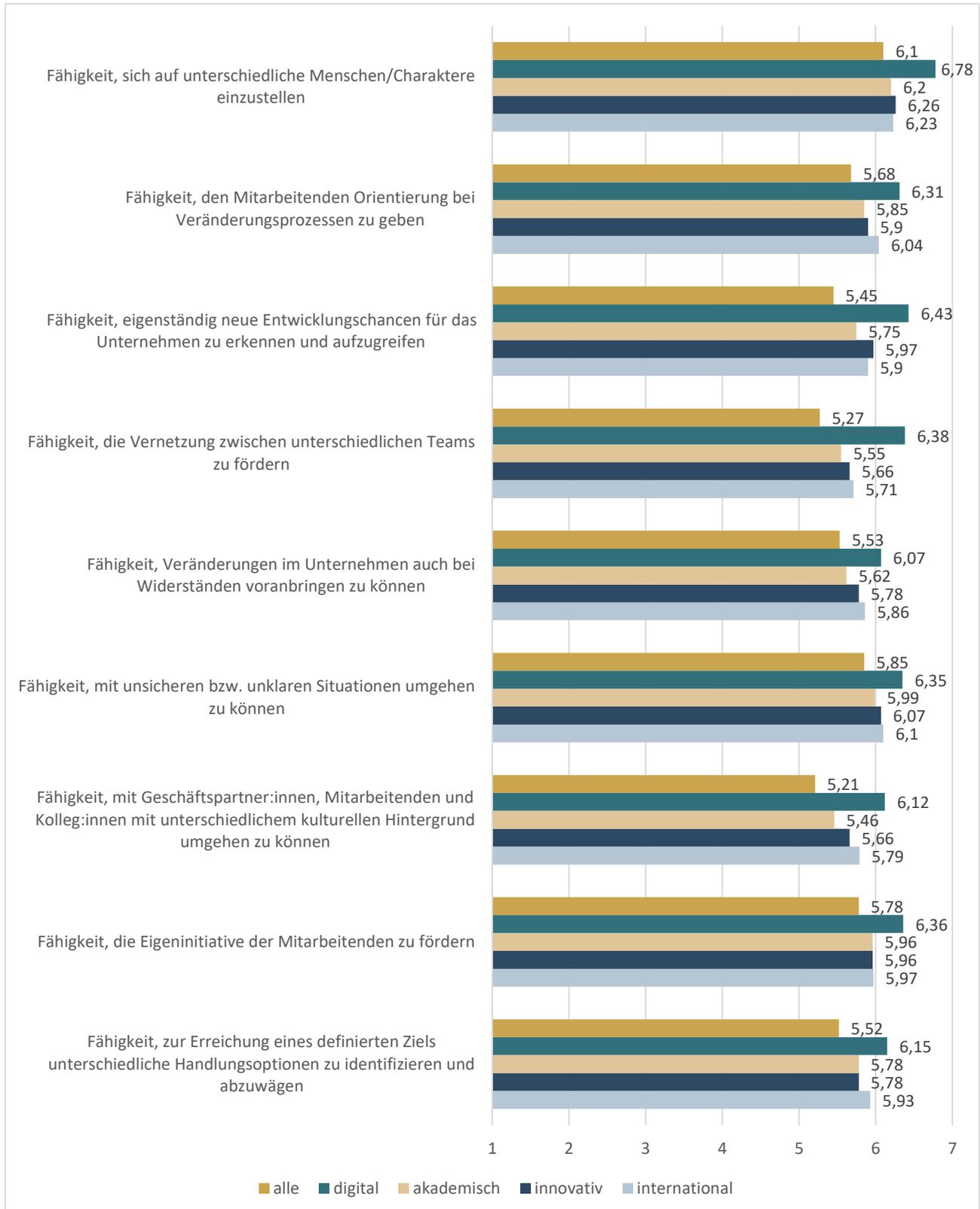


Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 4-21: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Unternehmenstyp

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage: „Wie wichtig ist es Ihrem Unternehmen in der Regel, dass die Bewerbenden für eine Führungsposition über die folgenden Kompetenzen verfügen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Ein Blick auf die Mittelwerte der separat ausgewerteten Unternehmenstypen ergibt ein ähnliches Bild wie die Auswertung nach den hohen Antwortkategorien „6“ und „7“. Für alle abgefragten Merkmale ergeben sich für die spezifischen Unternehmenstypen höhere Mittelwerte als für die Gesamtheit aller Unternehmen (Abbildung 4-21). Die „digitalen“ Unternehmen stechen hervor und erreichen bei allen Merkmalen die höchsten Mittelwerte. Die Mittelwerte liegen dabei stets zwischen „6“ und dem maximalen Skalenwert „7“. Die Mittelwerte „akademischer“ Unternehmen sind bei allen Items größer als die Mittelwerte der Gesamtheit der Unternehmen, jedoch nicht größer als die Mittelwerte „innovativer“ oder „internationaler“ Unternehmen.

Ergänzend zur Differenzierung nach Unternehmenstypen wurde erneut eine Auswertung, basierend auf der Betroffenheit in den Transformationsfeldern Klimaschutz, Digitalisierung, demografischer Wandel und Globalisierung, durchgeführt (Abbildung 8-7 im Anhang). Bei dieser Differenzierung sind jedoch nur geringfügige Abweichungen zwischen den Mittelwerten erkennbar.

Die Auswertungen dieses Kapitels zeigen, dass die abgefragten Kompetenzen bei Führungsfunktionen grundsätzlich von den Unternehmen hoch bewertet werden, jedoch nochmals stärker von „digitalen“, „akademischen“, „innovativen“ und „internationalen“ Unternehmen.

4.4 Zwischenfazit

Aus den bisherigen Analysen lassen sich die folgenden Kernaussagen zusammenfassen:

- Die häufigste auslandsbezogene Tätigkeit in den befragten Unternehmen ist der Gebrauch von Fremdsprachen.
- Im zeitlichen Vergleich hat insbesondere die Zusammenarbeit in internationalen Teams deutlich zugenommen.
- In „internationalen“ Unternehmen sind auslandsbezogene Tätigkeiten am weitesten und deutlich überdurchschnittlich verbreitet.
- Ein besonders wichtiges Kriterium für die Rekrutierung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen ist deren Praxiserfahrung; die direkte Bedeutung eines Auslandsaufenthalts wird von vielen Unternehmen geringer eingeschätzt.
- „Innovative“ und „internationale“ Unternehmen bewerten einen Auslandsaufenthalt während des Studiums mit deutlich häufiger als (sehr) wichtig als der Durchschnitt der Unternehmen.
- Die Mehrheit der Unternehmen zeigt sich indifferent zwischen einer Verlängerung des Studiums durch einen Auslandsaufenthalt oder der Einhaltung der Regelstudienzeit. Unter den Unternehmen, die eine Präferenz im Trade-Off von Auslandsaufenthalt und Regelstudienzeit haben, zeigt sich eine eindeutige Präferenz zu Gunsten eines Auslandsaufenthalts.
- Insbesondere „innovative“ und „internationale“ Unternehmen geben häufiger an, dass sie einen Auslandsaufenthalt als wichtiger erachten als die Einhaltung der Regelstudienzeit.
- Von einem Auslandsaufenthalt kann im Rekrutierungsprozess nicht nur ein direkter Effekt im Sinne einer Signalwirkung ausgehen. Von Bedeutung sind auch die Kompetenzen, die mitunter durch einen Auslandsaufenthalt gefördert wurden. Ein Auslandsaufenthalt kann den Rekrutierungsprozess somit auch indirekt über Kompetenzzuwächse in bestimmten Bereichen beeinflussen. Befragt, welche sozialen und persönlichen Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und

-absolventen in den Unternehmen sind, nennen die Unternehmen am häufigsten Selbstständigkeit, Problemlösefähigkeit, proaktives Handeln/Eigeninitiative, Gewissenhaftigkeit und Offenheit für Neues. Dies sind alles Kompetenzen, die im Rahmen eines Auslandsaufenthalts gestärkt werden können. Somit wirkt sich ein Auslandsaufenthalt vor allem indirekt auf den Rekrutierungsprozess aus.

- Sowohl „digitale“ als auch „akademische“, „innovative“ oder „internationale“ Unternehmen schätzen Fremdsprachenkompetenzen sowie interkulturelle Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen häufiger als (sehr) wichtig ein als die Gesamtheit der Unternehmen.
- Ein Auslandsaufenthalt während des Studiums kann sich positiv auf den weiteren Karriereerfolg auswirken. Die Unternehmen halten die Fähigkeit, sich auf unterschiedliche Menschen/Charaktere einzustellen sowie die Fähigkeit, mit unsicheren beziehungsweise unklaren Situationen umgehen zu können für wichtige Kompetenzen, um eine Führungsposition zu übernehmen. Beide Kompetenzbereiche können durch einen Auslandsaufenthalt gestärkt werden. Diese Kompetenzen sind dabei für „digitale“ Unternehmen besonders wichtig.

5 Weitere Effekte eines Auslandsaufenthalts im Transformationsprozess

Die aktuellen Transformationen der „4D's“, Digitalisierung, Deglobalisierung, Dekarbonisierung und demografischer Wandel, führen zu Umbrüchen in Wirtschaft und Gesellschaft (siehe dazu auch die Ausführungen in Kapitel 2.1). Die Transformationen fördern dabei auch die Vielfalt in der Gesellschaft als Ganzes und tragen dadurch zu einer größeren Vielfalt am Arbeitsmarkt bei (Littkemann et al., 2020, 154). Demografische Prozesse und Zuwanderungsdynamiken führen etwa dazu, dass die Heterogenität innerhalb der Gesellschaft und damit auch unter den Beschäftigten in Unternehmen zunimmt (Genkova, 2022, 3). Interkulturelle Situationen könnten so etwa in der Zusammenarbeit mit kulturell diversen Kolleginnen und Kollegen am eigenen Standort entstehen (Herzfeldt/Sackmann, 2019, 353). Die Digitalisierung erleichtert weiterhin die internationale Kommunikation und Zusammenarbeit, da ein Austausch über Ländergrenzen hinweg virtuell stattfinden kann (Herzfeldt/Sackmann, 2019, 354).

Während das vorangegangene Kapitel die Bedeutung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts von Hochschulabsolventinnen und -absolventen speziell im Rekrutierungsprozess von Unternehmen fokussiert, untersucht das folgende Kapitel weitere Effekte eines Auslandsaufenthalts im unternehmerischen Transformationsprozess. Die Auswertungen zeigen, welche Relevanz internationale Geschäftsbeziehungen für die Unternehmen des IW-Personalpanels haben und wie sie die Entwicklung für die kommenden Jahre einschätzen. Darauf aufbauend wird untersucht, inwiefern Unternehmen bereits Diversity Management durchführen – inwiefern also gezielt Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt und Integration umgesetzt werden (Kapitel 5.1). In einem weiteren Schritt wird analysiert, welche Bedürfnisse Unternehmen im Transformationsprozess äußern und welche Bedeutung einem Auslandsaufenthalt in diesem Zusammenhang beigemessen wird (Kapitel 5.2). Unternehmen werden dazu einerseits befragt, welche Bedeutung sie Aspekten der Internationalisierung in der Gesellschaft beimessen. Weiterhin wird untersucht, welche Impulse sie sich von Hochschulen im Transformationsprozess wünschen

5.1 Stand der Internationalisierung in Unternehmen

5.1.1 Auslandsaufenthalt und Bedeutung der Internationalisierung im Unternehmen

„Ich bin Applikationsingenieur in einem international agierenden Technikunternehmen. Ich habe täglich Kontakt zu internationalen Kunden, und bin öfters weltweit auf Dienstreisen. Mein Auslandsaufenthalt war zentral in der zweiten Runde des Bewerbungsprozesses. Es wurde mehrfach darauf eingegangen. Ich konnte dadurch Sprachkenntnisse nachweisen (ohne ein Zertifikat zu haben), und konnte daran Selbstständigkeit und Durchhaltevermögen demonstrieren.“

Lucas war 2015/16 für zwei Studiensemester in der Türkei

Der Zusammenhang zwischen Internationalisierung und Unternehmenserfolg ist noch nicht hinreichend erforscht, jedoch deuten Studien darauf hin, dass sich internationale Aktivitäten positiv auf den Unternehmenserfolg auswirken. Zu diesem Ergebnis kommt der DAAD (2020) in einem Literaturreview. Die zusammengetragenen Ergebnisse der Studien zeigen, dass international tätige Unternehmen eine höhere Produktivität aufweisen, höhere Investitionen tätigen, ein größeres Beschäftigungswachstum haben, mehr in Forschung

und Entwicklung investieren und innovativer sind als Unternehmen ohne Auslandsaktivitäten (DAAD, 2020; Zimmermann, 2015; Geyer/Uriep, 2012; IW Consult, 2011).

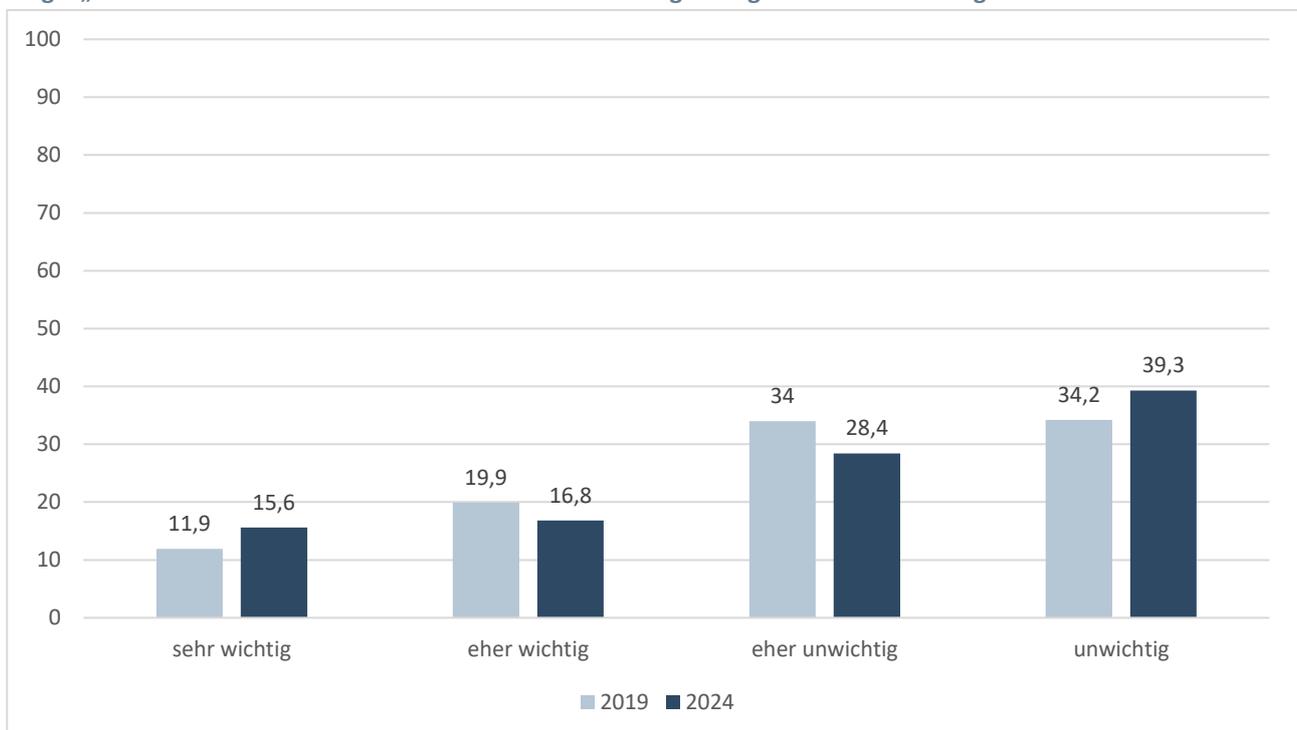
Vor diesem Hintergrund wurden Unternehmen im Rahmen des IW-Personalpanels zu ihrer Einschätzung bezüglich der Relevanz auslandbezogener Tätigkeiten auf ihren Unternehmenserfolg befragt. Die Auswertungen werden im Folgenden präsentiert. Weiterhin wird der Bogen zur Bedeutung von studienbezogenen Auslandsaufenthalten gespannt. Es geht die Vermutung voraus, dass Unternehmen, die international aktiv sind, beziehungsweise die auslandsbezogenen Tätigkeiten eine hohe Relevanz einräumen, auch Auslandsaufenthalten eine größere Bedeutung beimessen.

Während die Forschungsliteratur darauf hindeutet, dass sich auslandsbezogene Tätigkeiten positiv auf den Unternehmenserfolg auswirken, zeigen die Ergebnisse der IW-Panelbefragung ein differenziertes Bild. Die Unternehmen wurden auf einer vierstufigen Skala von „sehr wichtig“ bis „unwichtig“ befragt, eine neutrale Bewertung auslandsbezogener Tätigkeiten war damit nicht möglich. Mit 32,4 Prozent gibt fast ein Drittel der befragten Unternehmen im Jahr 2024 an, dass internationale Geschäftsbeziehungen eher bis sehr wichtig für den Erfolg ihres Unternehmens sind (Abbildung 5-1). Daraus folgt, dass die übrigen zwei Drittel der befragten Unternehmen auslandsbezogene Tätigkeiten als (eher) unwichtig bewerten.

Abbildung 5-1: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für den Unternehmenserfolg

In Prozent

Frage: „Wie relevant sind internationale Geschäftsbeziehungen insgesamt für den Erfolg Ihres Unternehmens?“



Quelle: IW-Personalpanel, 2019, 2024; DAAD, 2020

Im Vergleich zum Jahr 2019 lassen sich vor allem zwei Befunde feststellen. Einerseits ist der Anteil der Unternehmen, die internationale Geschäftsbeziehungen als eher bis sehr wichtig beurteilen, von 31,8 Prozent auf 32,4 Prozent gestiegen. Deutlicher als dieser Anstieg um 0,6 Prozentpunkte sind jedoch die Anstiege in den maximalen Antwortmöglichkeiten „sehr wichtig“ und „unwichtig“. Gaben im Jahr 2019 noch 11,9 Prozent der

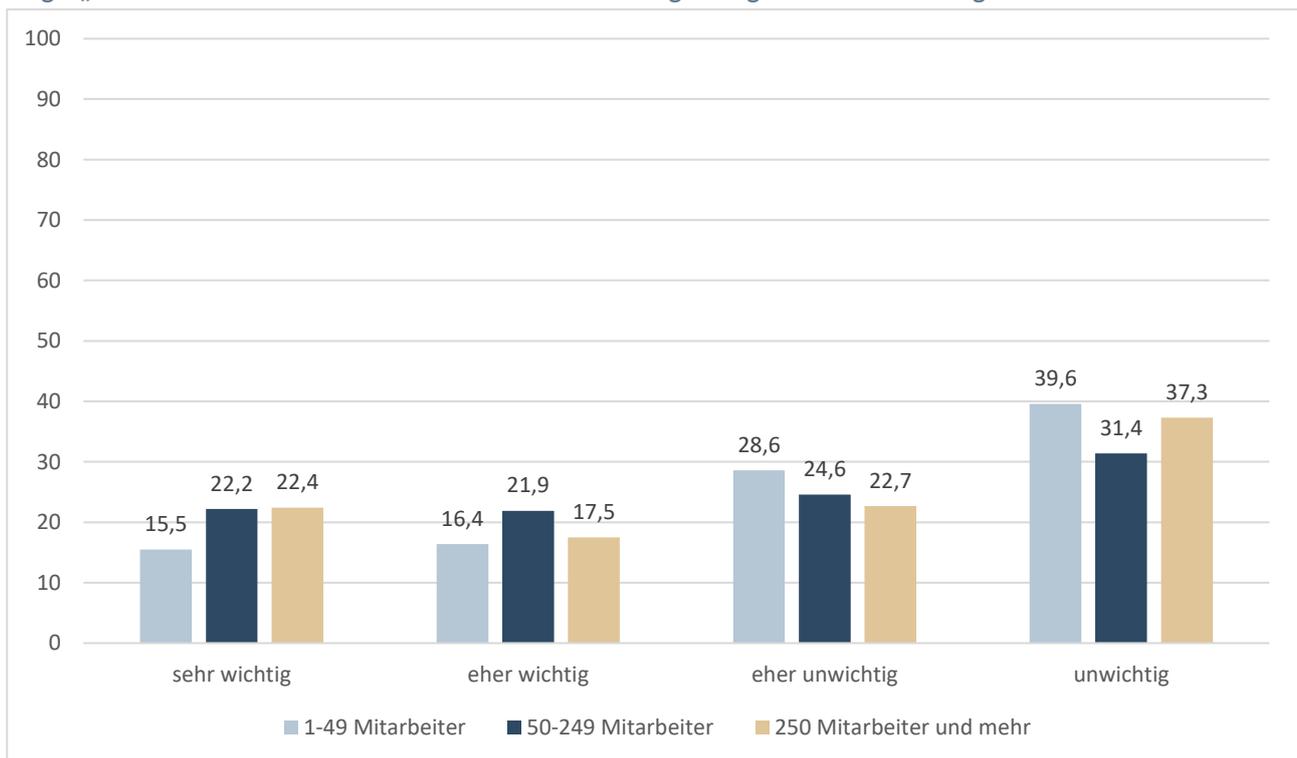
Unternehmen an, auslandsbezogene Tätigkeiten seien sehr wichtig für den Unternehmenserfolg, ist dieser Anteil im Jahr 2024 um 3,7 Prozentpunkte auf 15,6 Prozent gestiegen. Der Anteil der Unternehmen, die auslandsbezogene Tätigkeiten als „unwichtig“ für ihren Unternehmenserfolg bewerten, ist im gleichen Zeitraum von 34,2 Prozent auf 39,3 Prozent gestiegen. Es ergibt sich demnach eine deutlichere Positionierung der Unternehmen in die eine oder andere Richtung.

Wird die Frage nach der Bedeutung internationaler Geschäftsbeziehungen nach Unternehmensgröße differenziert betrachtet (Abbildung 5-2), so wird deutlich, dass für die kleinen Unternehmen internationale Geschäftsbeziehungen eine geringere Bedeutung für den Unternehmenserfolg haben als für mittlere oder größere Unternehmen. Unterschiede lassen sich auch bei einer Differenzierung nach Branchen feststellen (Abbildung 5-3). So sind internationale Geschäftsbeziehungen für Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe oder aus dem Groß- oder Einzelhandel eher relevant als für Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich.

Abbildung 5-2: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für den Unternehmenserfolg nach Unternehmensgröße

In Prozent, 2024

Frage: „Wie relevant sind internationale Geschäftsbeziehungen insgesamt für den Erfolg Ihres Unternehmens?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

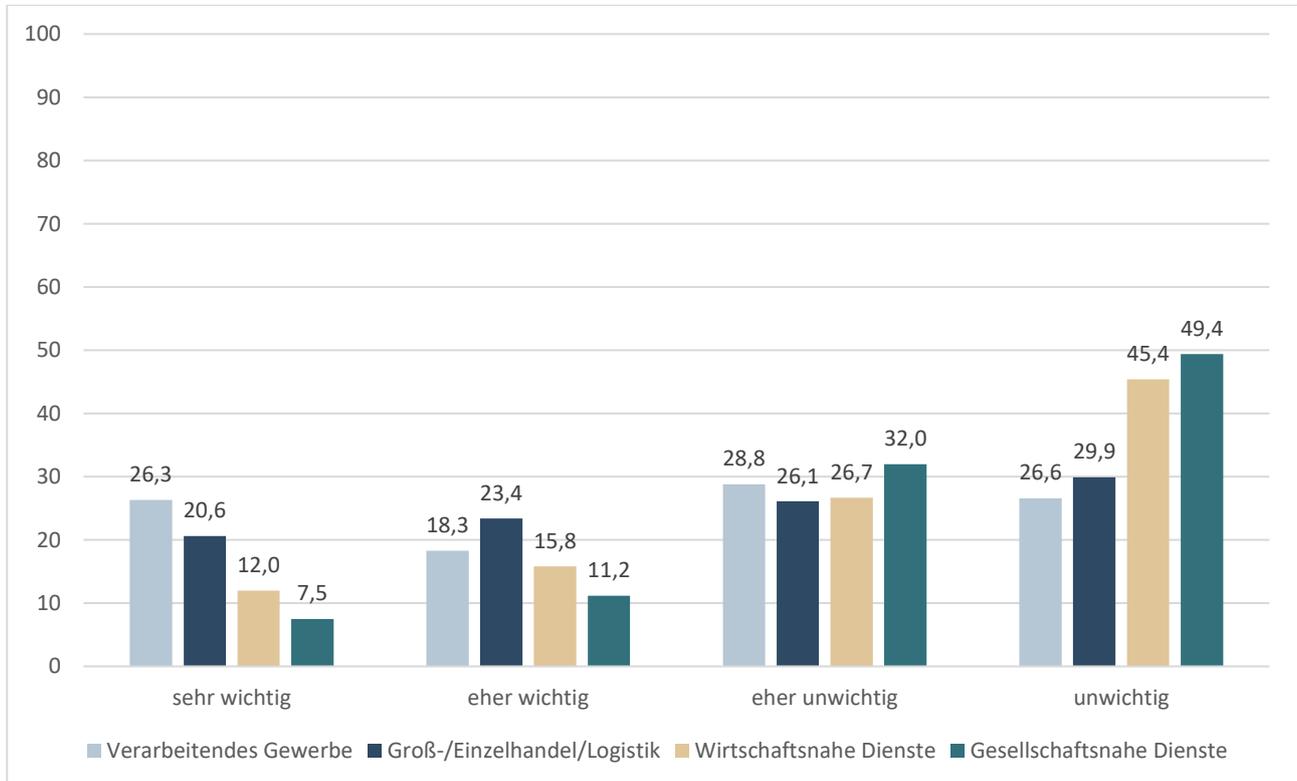
Die Auswertungen in Abbildung 5-4 führen die Bewertungen eines Auslandsaufenthalts und die Bedeutung auslandsbezogener Tätigkeiten für den Unternehmenserfolg zusammen. Den Auswertungen zugrunde liegt die Frage, wie wichtig das Kriterium „Auslandsaufenthalt während des Studiums“ für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen ist. Unternehmen konnten dies auf einer Skala von „1“ (überhaupt nicht wichtig) bis „7“ (sehr wichtig) bewerten. Für die folgende Abbildung wurden die Skalenpunkte 1-3 als

„(eher) unwichtig“, der Skalenpunkt 4 als „teils-teils“ und die Skalenpunkte 5-7 als „(eher) wichtig“ zusammengefasst.

Abbildung 5-3: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für den Unternehmenserfolg nach Branche

In Prozent, 2024

Frage: „Wie relevant sind internationale Geschäftsbeziehungen insgesamt für den Erfolg Ihres Unternehmens?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 5-4 stellt nicht dar, wie hoch der Anteil der Unternehmen ist, die einen Auslandsaufenthalt beispielsweise als „(eher) unwichtig“ bewerten. Die Abbildung zeigt vielmehr, welche Unternehmen es sind, die diese Antwortkategorie gewählt haben. Die Differenzierung erfolgt dabei entsprechend der Bedeutung, die Unternehmen internationalen Geschäftsbeziehungen für ihren Unternehmenserfolg beimessen.

Von den Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) wichtig einschätzen, bewerten 37,4 Prozent auch internationale Geschäftsbeziehungen als sehr wichtig für ihren Unternehmenserfolg. Zusammen mit den Unternehmen, denen internationale Geschäftsbedingungen eher wichtig sind, steigt der Anteil der Unternehmen auf 54,8 Prozent. Den zweithöchsten Anteil unter den Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) wichtig beurteilen, bilden mit 23,7 Prozent die Unternehmen, die internationale Geschäftsbeziehungen als unwichtig bewerten.

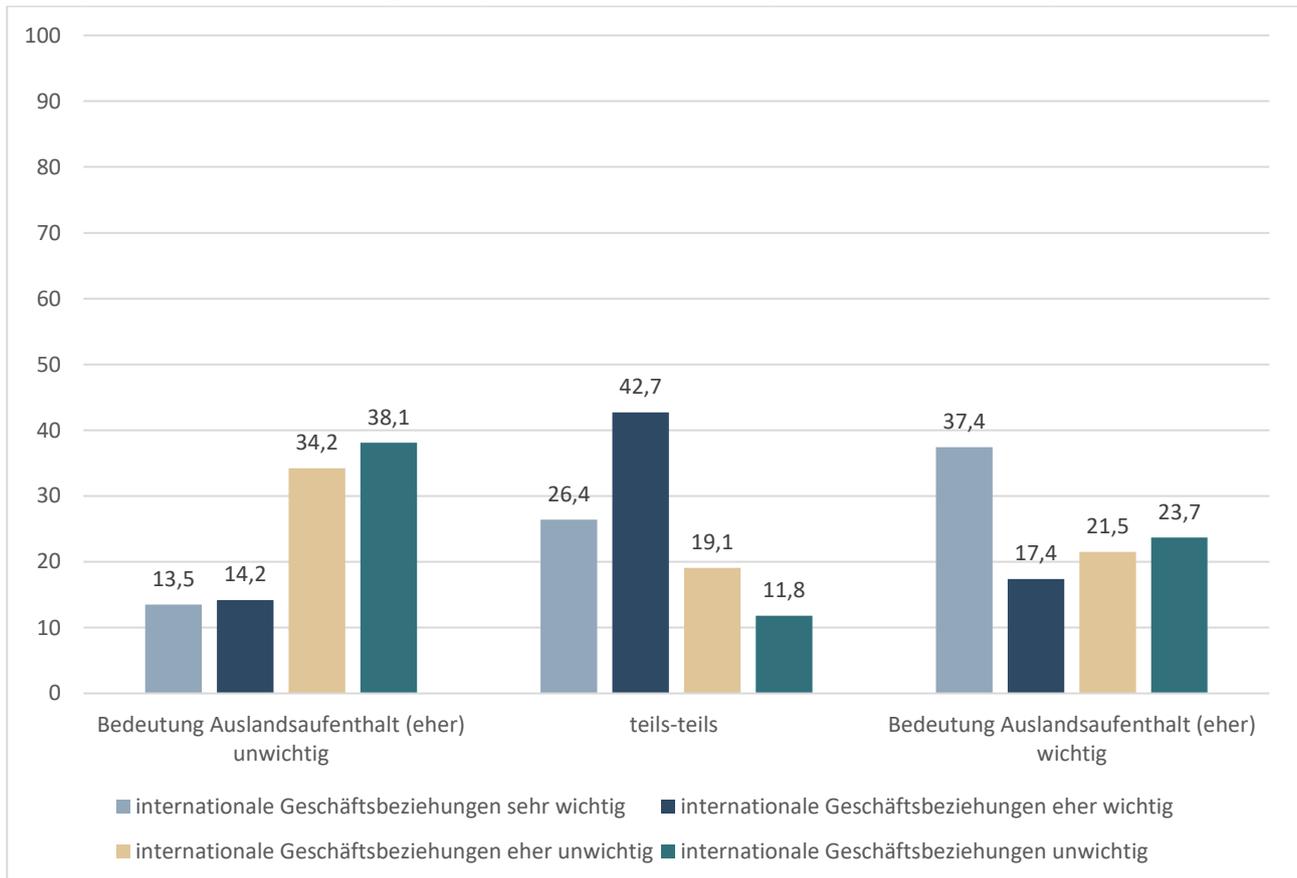
Die Zusammensetzung in der Kategorie derer, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) unwichtig beurteilen, fällt deutlich anders aus. Mit insgesamt 72,3 Prozent sind hier die Unternehmen, die internationale Geschäftsbeziehungen als eher unwichtig (34,2 Prozent) oder unwichtig (38,1 Prozent) in der deutlichen Mehrheit.

Abbildung 5-4: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung

In Prozent, 2024

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, ausgewähltes Kriterium: „Auslandsaufenthalt während des Studiums“

Skalenpunkte 1-3: (eher) unwichtig; Skalenpunkt 4: teils-teils; Skalenpunkte 5-7: (eher) wichtig



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Die Auswertungen stützen damit insgesamt die Vermutung, dass es einen Zusammenhang zwischen der Auslandsaktivität eines Unternehmens und der Bewertung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts bei Hochschulabsolventinnen und -absolventen gibt. Jene Unternehmen, denen ein Auslandsaufenthalt wichtig ist, sind überdurchschnittlich häufig jene Unternehmen, denen internationale Geschäftsbeziehungen wichtig sind.

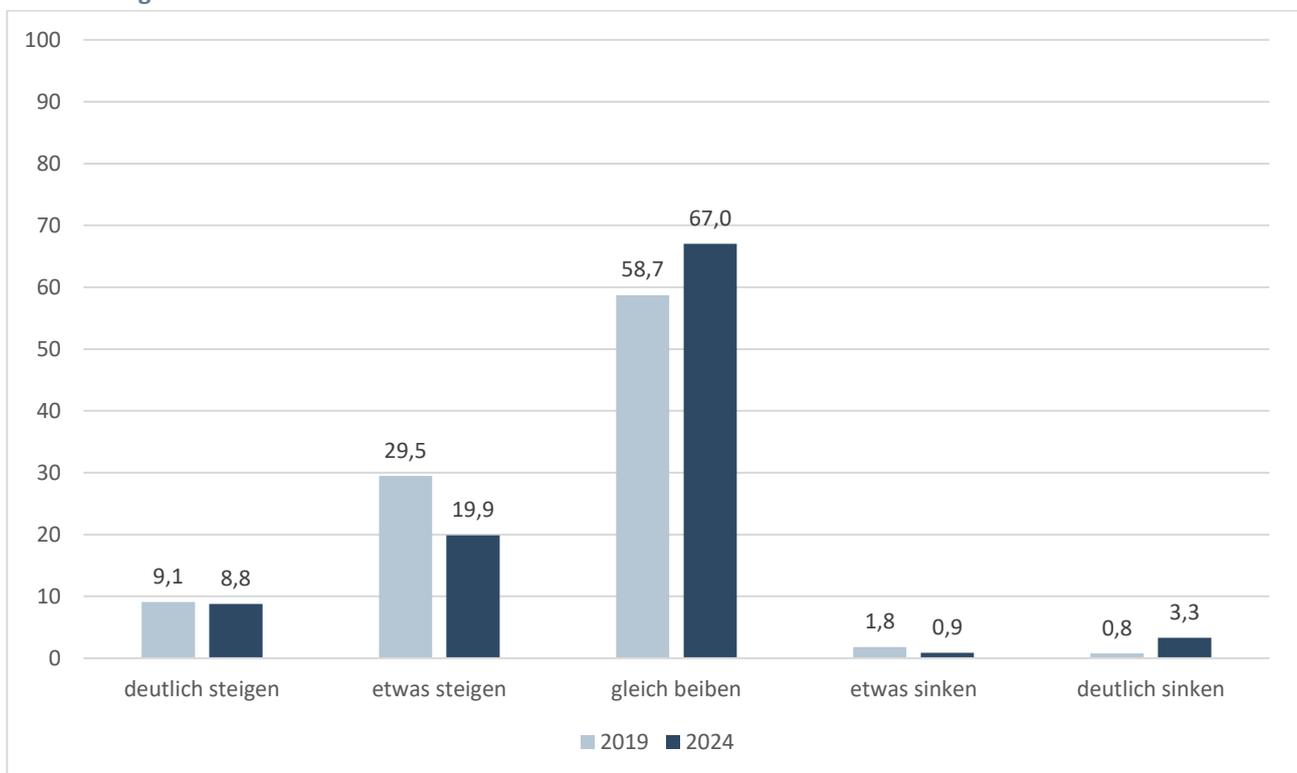
Die Unternehmen wurden nicht nur gefragt, wie bedeutend auslandsbezogene Tätigkeiten für ihren derzeitigen Unternehmenserfolg sind, sondern auch, wie sie die Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für ihr Unternehmen in den kommenden fünf Jahren einschätzen. Die Auswertungen aus dem Jahr 2024 werden den Auswertungen aus dem Jahr 2019 gegenübergestellt (Abbildung 5-5). Die Auswertungen zeigen, dass der Anteil der Unternehmen, die eine gleichbleibende Relevanz erwarten, im Vergleich zum Jahr 2019 am stärksten angestiegen ist und mit 67,0 Prozent die deutliche Mehrheit darstellt. Zwei Drittel der Unternehmen erwarten demnach, dass internationale Geschäftsbeziehungen in ihrem Unternehmen in fünf Jahren gleich relevant sein werden wie heute. Dass internationale Geschäftsbeziehungen (etwas) an Relevanz gewinnen werden erwartet ein geringerer Anteil der Unternehmen als noch im Jahr 2019. Mit einem Anteil von

28,7 Prozent teilt diese Erwartung jedoch immer noch mehr als jedes vierte Unternehmen. Mit einer (etwas) sinkenden Relevanz rechnet nur weniger als jedes zwanzigste Unternehmen (4,2 Prozent). Die Auswertungen zur erwarteten Entwicklung der Relevanz auslandsbezogener Tätigkeiten passt zu den Ergebnissen einer aktuellen Umfrage der Deutschen Industrie- und Handelskammer. Diese hat Unternehmen Anfang des Jahres 2024 zur erwarteten Entwicklung des Auslandsgeschäfts im laufenden Jahr 2024 befragt. In dieser Umfrage gaben 61 Prozent der Unternehmen an, gleich bleibende bilaterale Geschäftsbeziehungen zu erwarten (Deutsche Industrie- und Handelskammer, 2024).

Abbildung 5-5: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen

In Prozent

Frage: „Wie wird sich die Relevanz der internationalen Geschäftsbeziehungen in Ihrem Unternehmen in den nächsten 5 Jahren insgesamt entwickeln?“



Quelle: IW-Personalpanel, 2019, 2024; DAAD, 2020

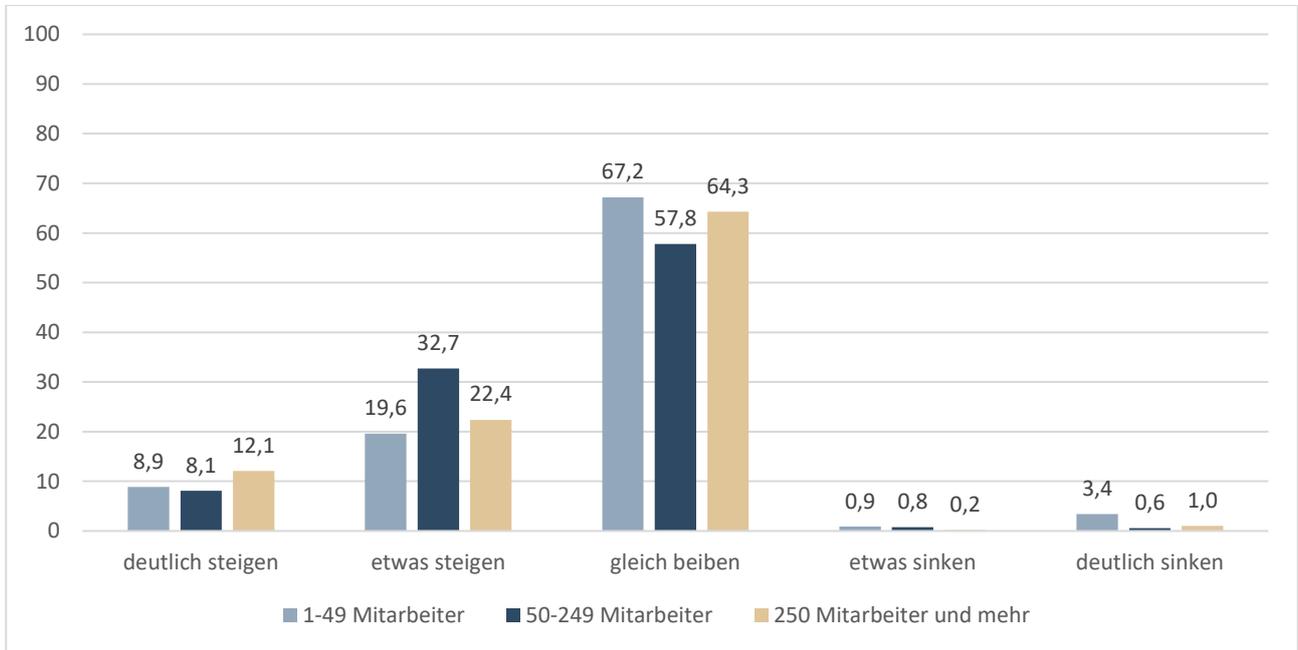
Auch bei einer Differenzierung nach Unternehmensgröße wird deutlich, dass die meisten Unternehmen von einer gleichbleibenden Relevanz der internationalen Geschäftsbeziehungen ausgehen. Am ehesten wird noch bei den mittelgroßen Unternehmen davon ausgegangen, dass die Relevanz der internationalen Geschäftsbeziehungen deutlich oder etwas steigt (Abbildung 5-6).

Differenziert nach Branchen wird deutlich, dass mehr als ein Drittel der Unternehmen aus dem Verarbeitenden Gewerbe davon ausgehen, dass die Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen in den nächsten fünf Jahren zunehmen wird. Am geringsten ist diese Einschätzung dagegen bei den Unternehmen aus dem gesellschaftsnahen Dienstleistungsbereich (Abbildung 5-7).

Abbildung 5-6: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Unternehmensgröße

In Prozent

Frage: „Wie wird sich die Relevanz der internationalen Geschäftsbeziehungen in Ihrem Unternehmen in den nächsten 5 Jahren insgesamt entwickeln?“

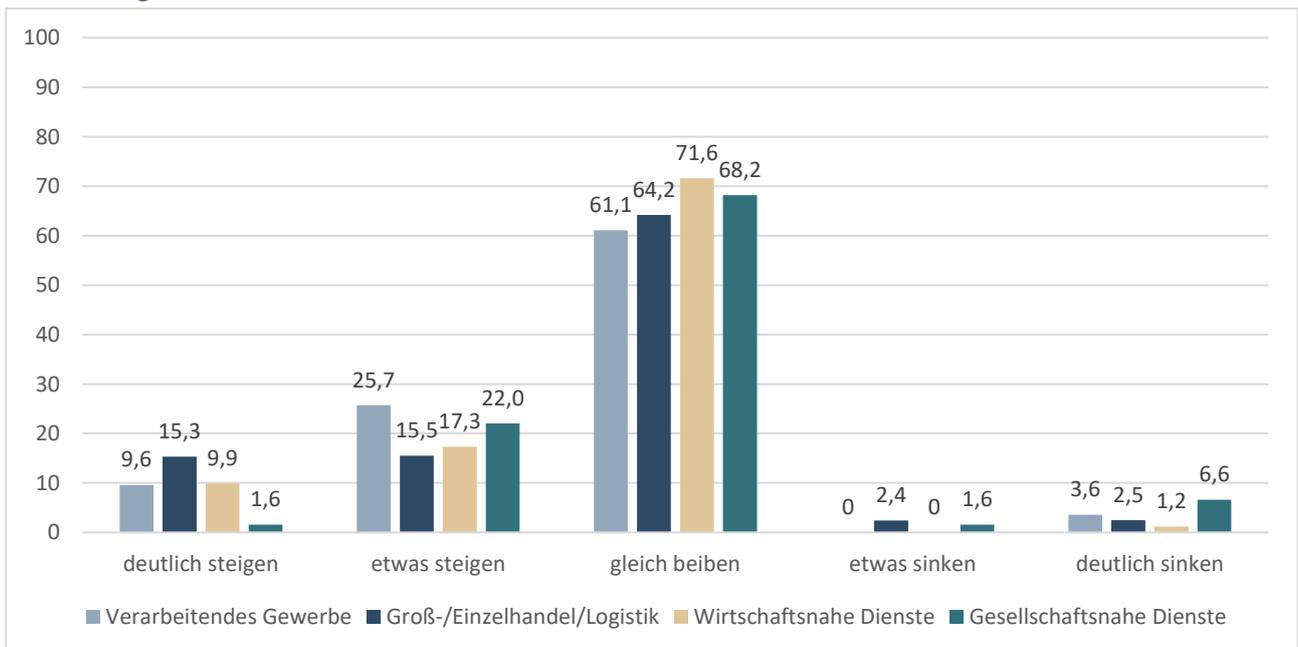


Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 5-7: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Unternehmensgröße

In Prozent

Frage: „Wie wird sich die Relevanz der internationalen Geschäftsbeziehungen in Ihrem Unternehmen in den nächsten 5 Jahren insgesamt entwickeln?“



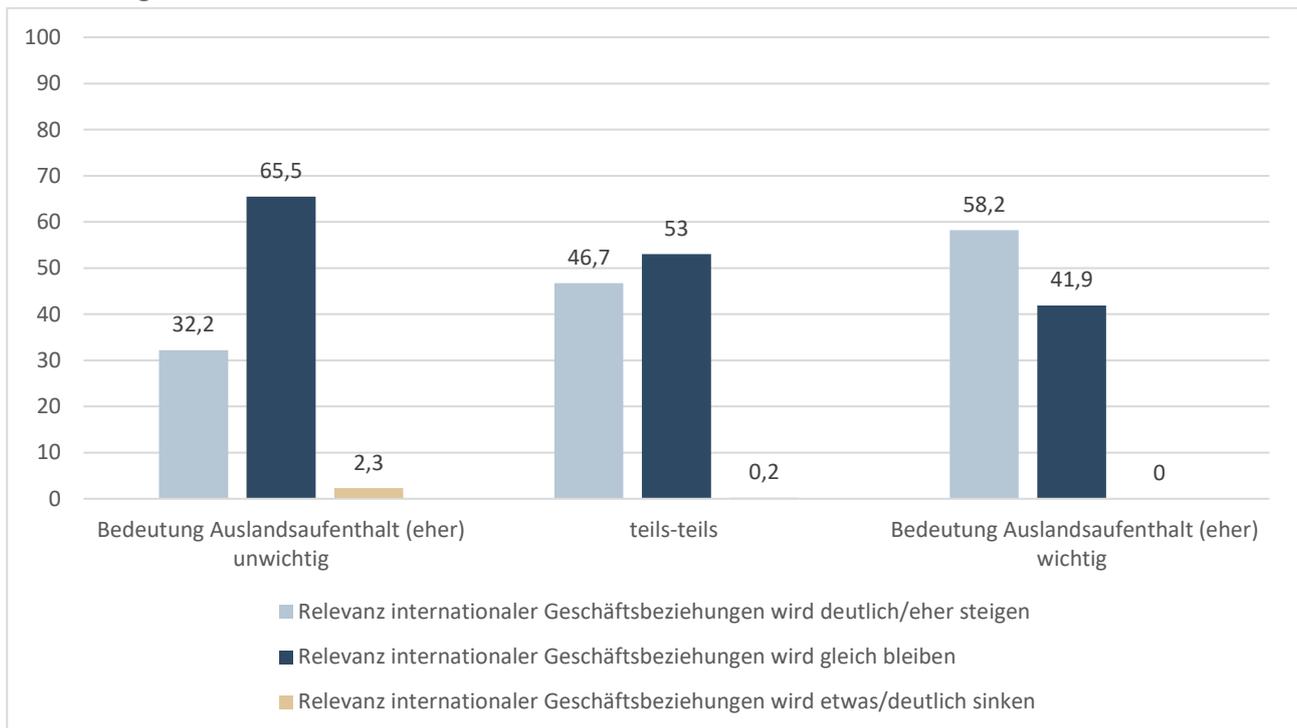
Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 5-8 zeigt eine Auswertung der Frage nach der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen vor dem Hintergrund, wie wichtig einem Unternehmen Auslandserfahrung bei Hochschulabsolventinnen und -absolventen ist. Anzumerken ist, dass in dieser Auswertung ausschließlich Unternehmen befragt wurden, die Akademikerinnen und Akademiker beschäftigen.

Abbildung 5-8: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung

In Prozent, 2024

Frage: „Wie wird sich die Relevanz der internationalen Geschäftsbeziehungen in Ihrem Unternehmen in den nächsten 5 Jahren insgesamt entwickeln?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Während die vorangegangene Auswertung zeigt, dass 28,7 Prozent aller Unternehmen eine etwas bis deutlich steigende Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen erwartet, zeigt Abbildung 5-8, dass dieser Anteil für Unternehmen, denen ein Auslandsaufenthalt wichtig ist, deutlich höher liegt. Unter den Unternehmen, die einen studienbezogenen Auslandsaufenthalt als (eher) wichtig einschätzen, erwarten 58,2 Prozent eine eher bis deutlich steigende Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen. Dagegen erwarten nur 32,2 Prozent der Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) unwichtig erachten, dass die Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen steigen wird.

Abbildung 5-9 zeigt eine weitere Auswertung der Frage nach der Relevanz eines Auslandsaufenthalts bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Die Abbildung zeigt, von welchen transformativen Herausforderungen Unternehmen in den jeweiligen Antwortkategorien besonders betroffen sind.

Vergleicht man die Betroffenheit von Transformationen in den Antwortkategorien „Bedeutung Auslandsaufenthalt (eher) unwichtig“ und „Bedeutung Auslandsaufenthalt (eher) wichtig“ miteinander, lassen sich unterschiedlich starke Ausprägungen feststellen. Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) wichtig

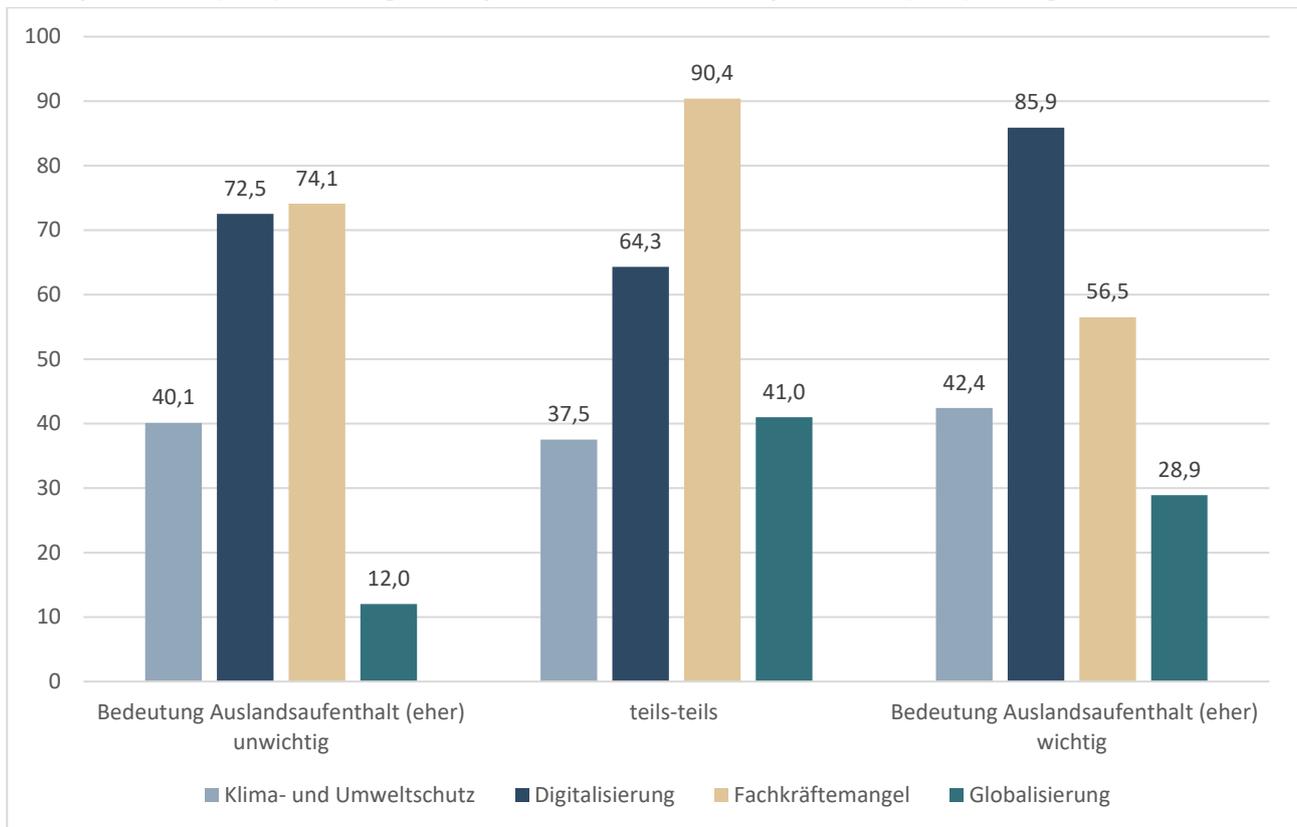
einstufen, sind häufiger von den transformativen Herausforderungen der Digitalisierung (85,9 Prozent) und der Globalisierung (28,9 Prozent) betroffen als Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) unwichtig einstufen (72,5 Prozent von transformativen Herausforderungen der Digitalisierung, 12,0 Prozent von Globalisierung betroffen).

Abbildung 5-9: Betroffenheit von Transformation nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung

In Prozent, 2024

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, ausgewähltes Kriterium: „Auslandsaufenthalt während des Studiums“

Skalenpunkte 1-3: (eher) unwichtig; Skalenpunkte 4: teils-teils; Skalenpunkte 5-7: (eher) wichtig



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Weiterhin zeigt sich, dass Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) unwichtig bewerten, deutlich häufiger (zu 74,1 Prozent) von den Herausforderungen des Fachkräftemangels betroffen sind als Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) wichtig einschätzen (56,5 Prozent). Dies ist insofern nachvollziehbar, als dass Unternehmen, die stark vom Fachkräftemangel betroffen sind, weniger in der Position sein dürften, zusätzliche Kriterien zur Auswahl von Bewerbenden heranzuziehen.

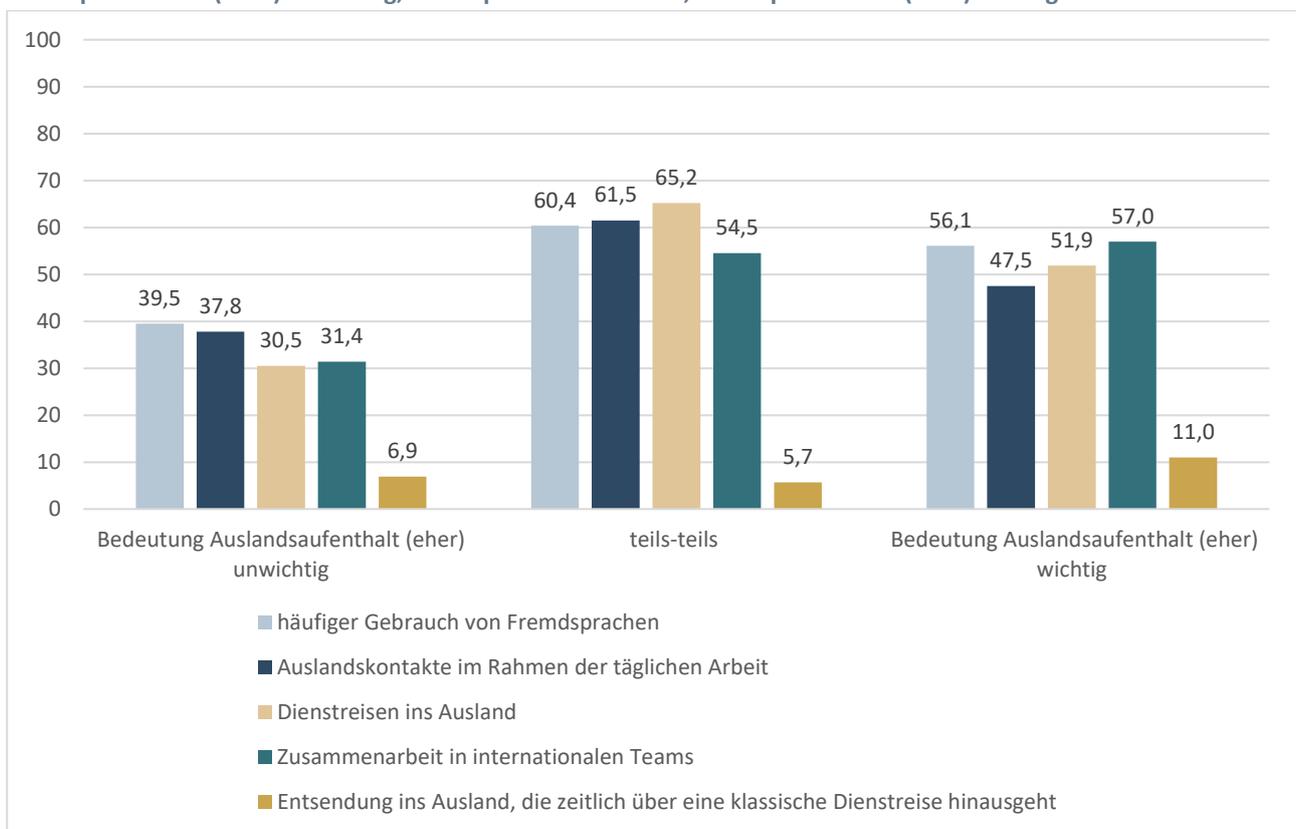
Die Antworten zur Relevanz eines Auslandsaufenthalts können weiterhin differenziert danach betrachtet werden, welche internationalen Aktivitäten in den Unternehmen stattfinden (Abbildung 5-10). Die Auswertung zeigt, was sich intuitiv vermuten lässt: Unter den Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) unwichtig bewerten, ist der Anteil von Unternehmen mit internationalen Aktivitäten deutlich geringer als in den anderen Antwortkategorien. Während hier beispielsweise in nur 31,4 Prozent der Unternehmen eine Zusammenarbeit in internationalen Teams stattfindet, liegt dieser Anteil unter den Unternehmen der

Antwortkategorie „Bedeutung Auslandsaufenthalt (eher) wichtig“ bei 57,0 Prozent. Auch bei dem Gebrauch von Fremdsprachen (39,5 Prozent gegenüber 56,1 Prozent), den Auslandskontakten im Rahmen der täglichen Arbeit (37,8 Prozent gegenüber 47,5 Prozent), den Dienstreisen ins Ausland (30,5 Prozent gegenüber 51,9 Prozent) und der Entsendung ins Ausland (6,9 Prozent gegenüber 11,0 Prozent) sind Unterschiede feststellbar.

Abbildung 5-10: Internationale Aktivitäten der Unternehmen nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung

In Prozent, 2024

Frage: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, ausgewähltes Kriterium: „Auslandsaufenthalt während des Studiums“
Skalenpunkte 1-3: (eher) unwichtig; Skalenpunkt 4: teils-teils; Skalenpunkte 5-7: (eher) wichtig



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Die Ergebnisse verdeutlichen insgesamt, dass Unternehmen internationale Geschäftsbeziehungen häufiger als (eher) unwichtig einschätzen, als sie als (eher) wichtig zu bewerten. Zum Teil deutliche Unterschiede ergeben sich in der differenzierten Betrachtung danach, wie wichtig einem Unternehmen Auslandsaufenthalte sind. Unternehmen, die Auslandsaufenthalte als (eher) wichtig erachten, zählen häufig auch zu jenen, die internationalen Geschäftsbeziehungen eine hohe Bedeutung beimessen.

Grundsätzlich erwartet die Mehrheit der Unternehmen, dass die Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen in den kommenden Jahren gleichbleiben wird. Unternehmen, denen ein Auslandsaufenthalt (eher) wichtig ist, erwarten jedoch deutlich häufiger, dass die Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen steigen wird. Ebenso zeigt sich, dass Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als (eher) wichtig bewerten, häufiger von den Transformationen der Digitalisierung und Globalisierung betroffen sind und häufiger

auslandsbezogene Kriterien bei der Einstellung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen als (eher) wichtig bewerten.

5.1.2 Auslandsaufenthalt und Diversity Management

„Ich bin in einem Unternehmen tätig, in welchem pan-europäisch und international gearbeitet wird. Da gilt es nicht nur sprachlich stabil zu sein, sondern es wird auch sehr viel Wert daraufgelegt, ein inklusives Mindset zu besitzen. Dies ist speziell für Auslandseinsätze zwingend erforderlich.“

Robert war 2018 für einen Studienaufenthalt in Italien

Herzfeldt/Sackmann (2019) resümieren, die „stets zunehmende Häufigkeit und Intensität interkultureller Begegnungen“ (S. 353) sei eine der größten Herausforderungen der heutigen Arbeitswelt. Aufgrund der aktuellen Transformationen können interkulturelle Begegnungen potenziell für mehr Menschen und potenziell häufiger in ihrem Arbeitsalltag stattfinden. Von zunehmendem Interesse seien daher Konzepte zur interkulturellen Kompetenz und zu einer reibungslosen Zusammenarbeit in heterogenen Teams. Thomas (2021) bewertet in diesem Zusammenhang interkulturelle Kompetenz als „Schlüsselqualifikation“ (S. 10), die in den vergangenen Jahrzehnten zunehmend an Bedeutung gewonnen hat. Braselmann et al. (2023) zeigen, dass die Verwendung und Vermittlung interkultureller Kompetenz nicht nur im Unternehmenskontext, sondern bereits im Bildungskontext von großer Bedeutung ist.

Unternehmen können durch die Umsetzung von Diversity Management viele positive Effekte für ihren Unternehmenserfolg generieren. Diversity Management steigere etwa die Arbeitgeberattraktivität und vermittele durch die betonte Offenheit und Wertschätzung eine positive Außenwahrnehmung. Dies wiederum helfe einerseits bei der Fach- und Nachwuchskräftegewinnung und stärke für bereits angestellte Mitarbeitende die Bindung an das Unternehmen, so das Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA) (Dietz, 2023, 5). Auch die Kundengewinnung und -bindung profitiert von Diversity Management. Durch eine vielfältige Belegschaft können Denkmuster erweitert werden. Internationale Kenntnisse fördern dabei eine bessere Erfassung internationaler Märkte, einen Ausbau internationaler Netzwerke und eine gezieltere Einstellung auf die diversen Bedürfnisse von Kunden (Dietz, 2023; Genkova, 2022; Herzfeldt/Sackmann, 2019). Internationalität und kulturelle Vielfalt in der Belegschaft eines Unternehmens wirken sich weiterhin positiv auf die Innovationsfähigkeit aus, indem unterschiedliche Hintergründe und Kompetenzen in kreative Prozesse eingebracht werden (Dietz, 2023; Littkemann et al., 2020). Als größtes Hemmnis für die Innovationsleistung und Effizienz eines kulturell vielfältig aufgestellten Unternehmens erweisen sich Sprachbarrieren, die zu problematischen Missverständnissen führen können (Littkemann et al., 2020, 153).

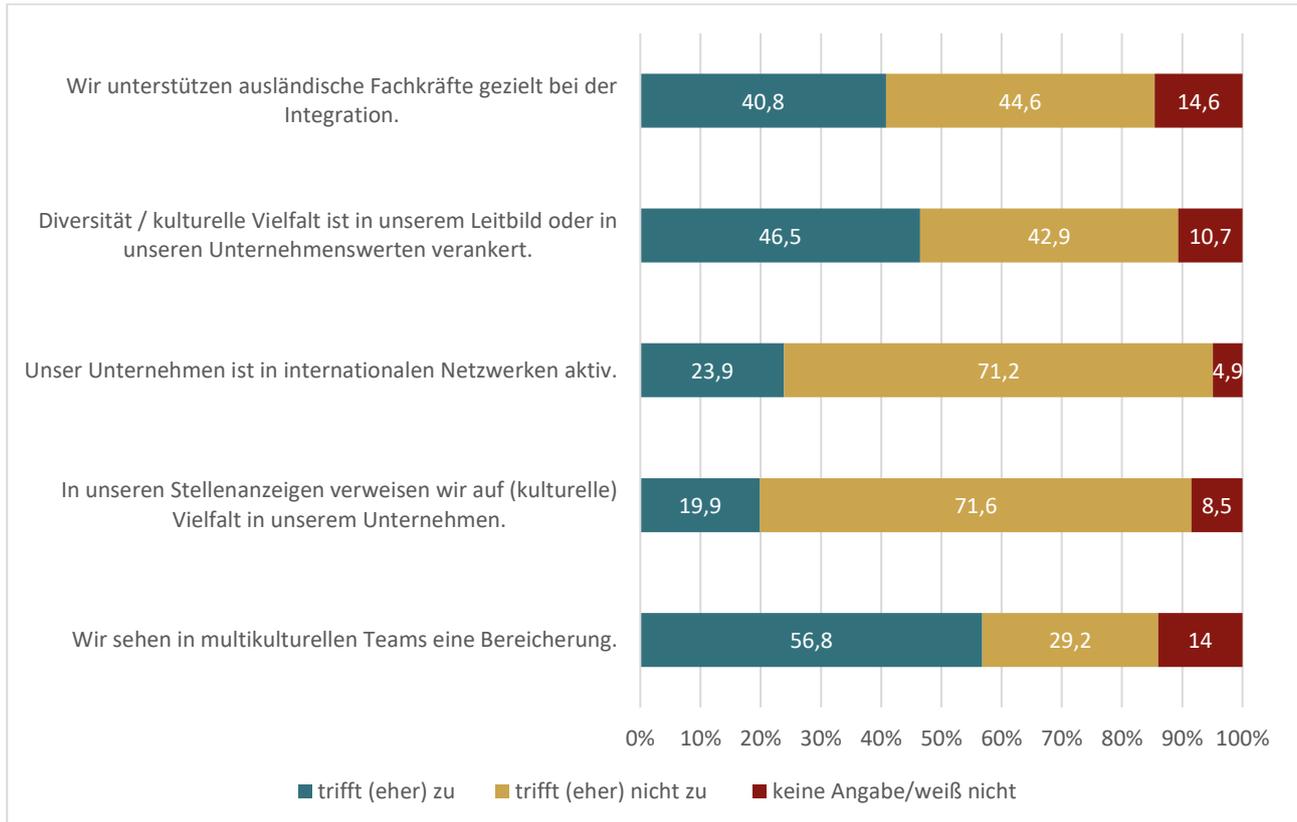
Um von den Vorteilen kultureller Vielfalt innerhalb eines Unternehmens zu profitieren und gleichzeitig potenziellen Risiken vorzubeugen, ist ein aktives Diversity Management von großer Bedeutung (siehe etwa Littkemann et al., 2020, 153). Insbesondere große, internationale Unternehmen können von den Vorteilen einer kulturell vielfältigen Belegschaft profitieren, da sich aktives Diversity Management in der Regel besser umsetzen lässt beziehungsweise überhaupt ein aktives Diversity Management stattfindet (Littkemann et al., 2020, 157). Diversität im Unternehmenskonzept zu verankern und gezielt zu fördern ist jedoch nicht nur für Großunternehmen rentabel, sondern lohnt sich auch für kleine und mittlere Unternehmen (Genkova, 2022, 4).

Es gibt unterschiedliche Maßnahmen, durch deren Umsetzung Unternehmen kulturelle Diversität unterstützen können. Abbildung 5-11 zeigt, wie häufig einzelne Maßnahmen von den befragten Unternehmen des IW-Personalpanels bereits umgesetzt werden, beziehungsweise, wie häufig diversitätsfördernde Einstellungen vertreten sind.

Abbildung 5-11: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen

In Prozent, 2024

Frage: „Inwieweit treffen folgende Aussagen zur kulturellen Diversität auf Ihr Unternehmen zu?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Die Aussage mit dem höchsten Anteil an Zustimmung lautet: „Wir sehen in multikulturellen Teams eine Bereicherung“ – 56,8 Prozent der Unternehmen stimmen dieser Aussage (eher) zu, nur 29,2 Prozent der Unternehmen stimmen (eher) nicht zu. Zwar handelt es sich bei dieser Aussage nicht um eine aktive Maßnahme, die von Unternehmen umgesetzt wird, sondern um eine grundsätzliche Einstellung. Ohne diese grundsätzliche positive Einstellung gegenüber kultureller Diversität dürften jedoch aktive Maßnahmen eher unwahrscheinlich sein.

Von den aktiven Maßnahmen wird die Verankerung kultureller Vielfalt und Diversität im Leitbild beziehungsweise in den Unternehmenswerten am häufigsten umgesetzt. 46,5 Prozent der Unternehmen geben an, dass diese Aussage zur kulturellen Diversität auf ihr Unternehmen (eher) zutrifft. Dieser Anteil ist höher als der Anteil der Unternehmen, der dieser Aussage (eher) nicht zustimmt (42,9 Prozent).

Bei drei der fünf abgefragten Maßnahmen beziehungsweise Einstellungen zur kulturellen Diversität geben mehr Unternehmen an, dass diese nicht umgesetzt werden. 40,8 Prozent der Unternehmen unterstützen

ausländische Fachkräfte gezielt bei der Integration. Bei dieser Maßnahme ist der Anteil der Unternehmen, die keine Angabe auf die Frage gegeben haben, mit 14,6 Prozent am höchsten. Differenzierbar ist jedoch nicht, ob diese Unternehmen keine Angabe machen wollten oder keine Kenntnisse über Integrationsmaßnahmen haben.

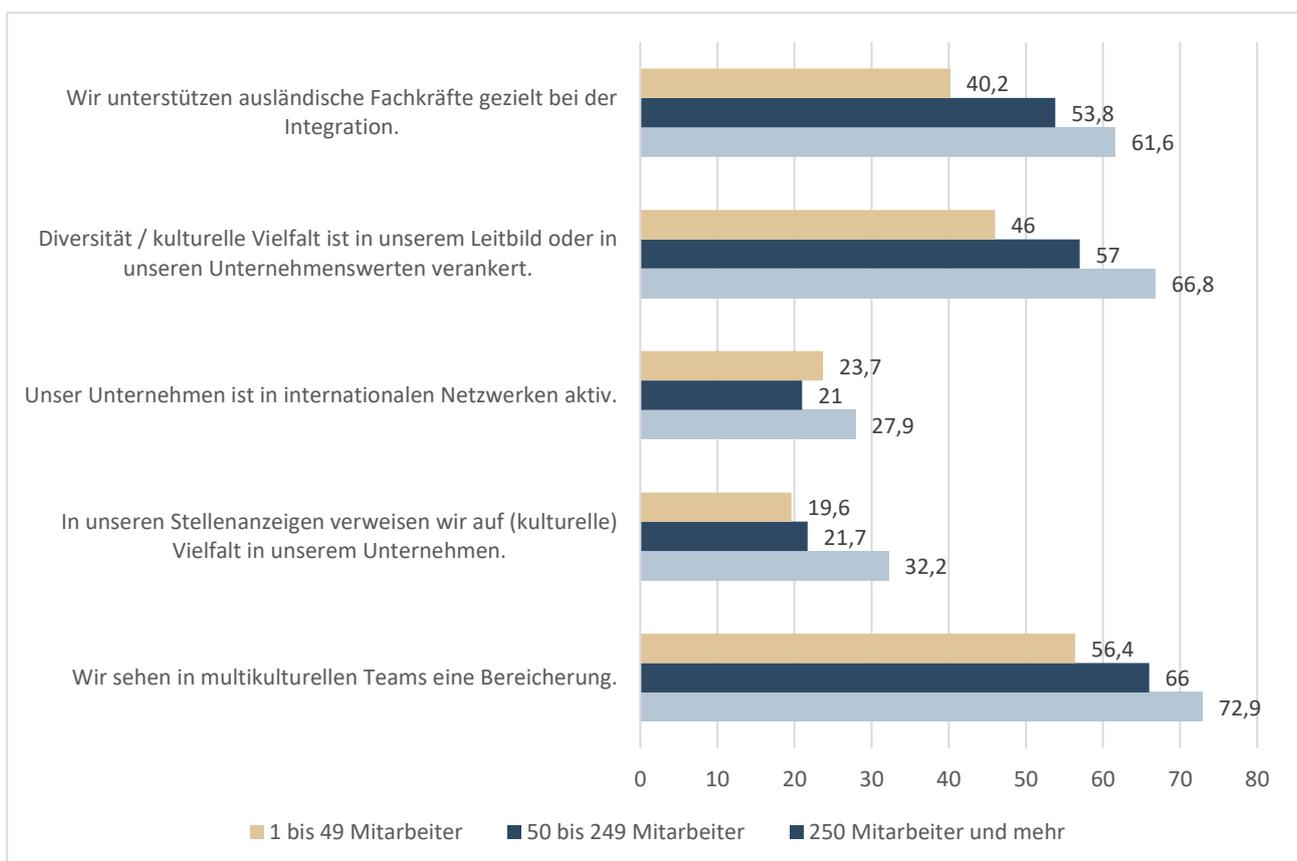
Relativ wenig Zustimmung bekommen die Aussagen, dass das Unternehmen in internationalen Netzwerken aktiv ist (23,9 Prozent) und, dass in Stellenanzeigen auf die (kulturelle) Vielfalt im Unternehmen verwiesen wird (19,9 Prozent).

Differenziert man die Auswertungen nach Unternehmensgröße, lassen sich Unterschiede in der Bedeutung kultureller Diversität feststellen. Abbildung 5-12 zeigt die Anteile der Unternehmen, die die Aussagen zur kulturellen Diversität bezogen auf ihr Unternehmen (eher) zutreffend bewerten. Differenziert wird dabei zwischen kleineren Unternehmen mit 1 bis 49, mittleren Unternehmen mit 50 bis 249 und großen Unternehmen mit über 250 Mitarbeitenden.

Abbildung 5-12: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen nach Unternehmensgröße

In Prozent, 2024, Antwortkategorie: trifft (eher) zu

Frage: „Inwieweit treffen folgende Aussagen zur kulturellen Diversität auf Ihr Unternehmen zu?“



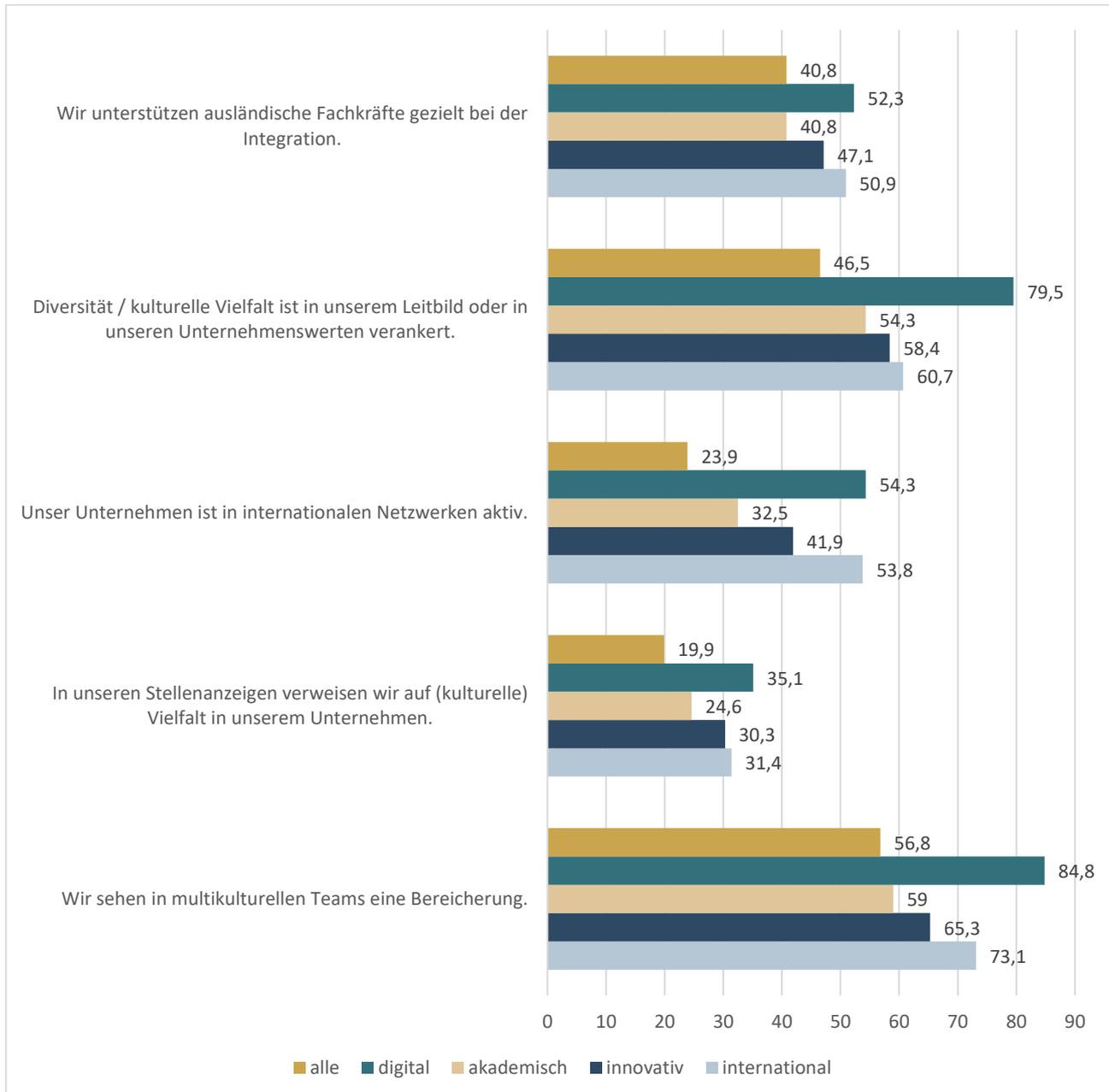
Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Alle abgefragten Maßnahmen und Einstellungen werden am häufigsten von großen Unternehmen als (eher) zutreffend bewertet. Für vier von fünf Maßnahmen gilt weiterhin, dass sie häufiger von mittleren als von kleinen Unternehmen als zutreffend bewertet werden.

Abbildung 5-13: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen nach Unternehmenstyp

In Prozent, 2024, Antwortkategorie: trifft (eher) zu

Frage: „Inwieweit treffen folgende Aussagen zur kulturellen Diversität auf Ihr Unternehmen zu?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Die Differenz zwischen großen und kleinen Unternehmen ist besonders deutlich bei der gezielten Integration von Fachkräften (40,2 Prozent gegenüber 61,6 Prozent), bei der Verankerung von Diversität im Leitbild (46,0 Prozent gegenüber 66,8 Prozent) und der Sichtweise von multikulturellen Teams als Bereicherung (56,4 Prozent gegenüber 72,9 Prozent). Die Zustimmungswerte unterscheiden sich bei diesen drei Items um mehr als 20 Prozentpunkte. Daraus lässt sich ableiten, dass kulturelle Diversität in größeren Unternehmen mit mehr Mitarbeitenden auch von größerer Bedeutung ist. Die Ergebnisse stehen in Einklang mit den Ausführungen von Littkemann et al. (2020), die festhalten, dass ein aktives Diversity Management für große Unternehmen in der Regel besser umzusetzen ist als für kleine Unternehmen.

Eine Auswertung nach Unternehmenstyp gibt weitere Aufschlüsse zur Bedeutung kultureller Diversität in Unternehmen (Abbildung 5-13). „Digitale“, „akademische“, „innovative“ und/oder „internationale“ Unternehmenstypen stimmen bei allen abgefragten Items zur kulturellen Diversität im Unternehmen häufiger (eher) zu als die Gesamtheit aller Unternehmen.

Die Aussagen zur kulturellen Diversität treffen am häufigsten auf „digitale“ Unternehmen zu. So stimmen 79,5 Prozent dieser Unternehmen (eher) der Aussage zu, dass Diversität und kulturelle Vielfalt im Leitbild oder in den Unternehmenswerten verankert sind. Dies entspricht einem Zustimmungsanteil, der um 33 Prozentpunkte höher ist als bei allen Unternehmen insgesamt. Die höchste Zustimmung verzeichnen „digitale“ Unternehmen bei der Einschätzung, dass multikulturelle Teams eine Bereicherung darstellen. Mehr als acht von zehn Unternehmen stimmen dieser Aussage in Bezug auf ihr eigenes Unternehmen zu.

Besonders große Unterschiede gibt es auch in Bezug auf die Aktivität in internationalen Netzwerken. Während insgesamt weniger als jedes vierte Unternehmen angibt, dass dies auf ihr Unternehmen (eher) zutrifft, bewertet dies jeweils mehr als jedes zweite „digitale“ und „internationale“ Unternehmen als (eher) zutreffend.

Für alle abgefragten Aussagen ergibt sich die gleiche Rangfolge in der Zustimmungshäufigkeit: Die jeweils höchsten Zustimmungsanteile verzeichnen „digitale“ Unternehmen, gefolgt von „internationalen“ Unternehmen. Dahinter folgen „innovative“ und „akademische“ Unternehmen. Die Zustimmungsanteile der Gesamtheit aller Unternehmen sind stets niedriger als differenziert nach den einzelnen Unternehmenstypen.

Eine Differenzierung der Antworten nach der Betroffenheit der Transformationsfelder „Klimaschutz“, „Digitalisierung“, „demografischer Wandel“ und „Globalisierung“ zeigt insgesamt nur wenige Abweichungen untereinander als auch in Bezug auf die Antworten der Gesamtheit aller Unternehmen (Abbildung 8-8 im Anhang). Eine deutliche Abweichung lässt sich jedoch in Bezug auf die Aussage „Unser Unternehmen ist in internationalen Netzwerken aktiv“ feststellen. Während dieser Aussage von 23,9 Prozent aller Unternehmen (eher) zugestimmt wird, liegt dieser Anteil unter Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind, mit 50,8 Prozent mehr als doppelt so hoch. Einen um 12 Prozentpunkte höheren Zustimmungsanteil lässt sich auch für die Aussage „Diversität/kulturelle Vielfalt ist in unserem Leitbild oder in unseren Unternehmenswerten verankert“ feststellen – dieser Aussage stimmen 58,6 Prozent der Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind (eher) zu.

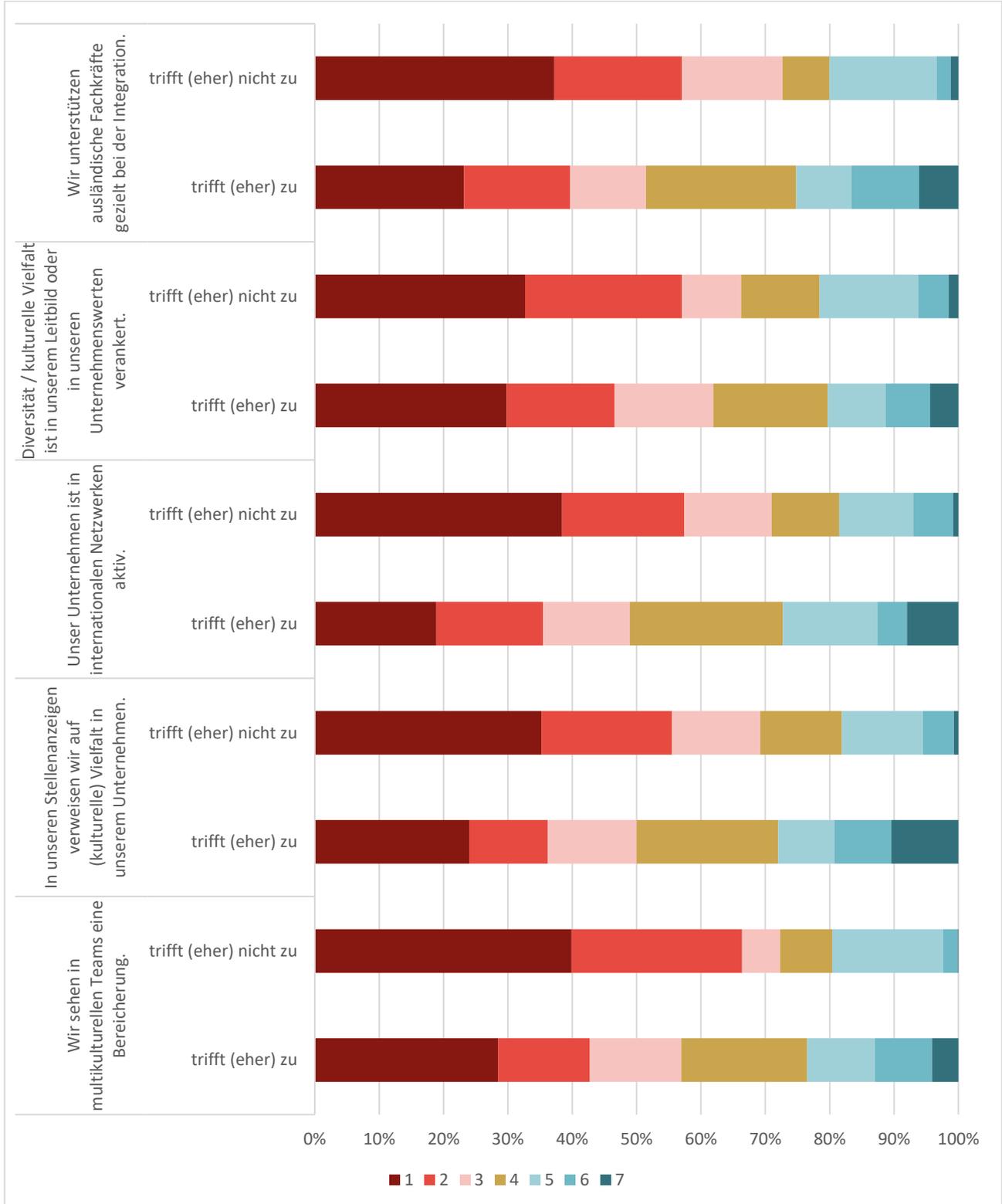
In Abbildung 5-14 wurden die Fragen nach der kulturellen Diversität in Unternehmen und der Bedeutung eines Auslandsaufenthalts zusammengeführt. Abgebildet werden die Anteile der Unternehmen, die in den Antwortkategorien „1“ (überhaupt nicht wichtig) bis „7“ (sehr wichtig) auf die Frage nach der Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für den Auswahlprozess von Hochschulabsolventinnen und -absolventen geantwortet haben. Differenziert werden die Antworten weiterhin danach, ob Unternehmen die Fragen zur kulturellen Diversität in ihrem Unternehmen als (eher) zutreffend oder (eher) nichtzutreffend bewerten. Somit lässt sich vergleichen, ob Unternehmen, die kulturelle Diversität (eher) schätzen und fördern, einen Auslandsaufenthalt anders bewerten als Unternehmen, in denen Maßnahmen zur Förderung kultureller Diversität (eher) nicht umgesetzt werden.

Abbildung 5-14: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen und Auslandsaufenthalt

In Prozent, 2024, Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage 1: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, Auswahlkriterium: „Auslandsaufenthalt während des Studiums“

Frage 2: „Inwieweit treffen folgende Aussagen zur kulturellen Diversität auf Ihr Unternehmen zu?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Aus den Auswertungen geht hervor, dass Unternehmen, die der Bedeutung kultureller Vielfalt im Unternehmen (eher) zustimmen, einen Auslandsaufenthalt häufiger als (sehr) wichtig und seltener als (überhaupt) nicht wichtig einstufen als Unternehmen, die den Aussagen zur kulturellen Vielfalt im Unternehmen (eher) nicht zustimmen.

Deutliche Unterschiede sind beispielsweise differenziert nach den Antworten auf die Aussage „Unser Unternehmen ist in internationalen Netzwerken aktiv“ feststellbar. 57,4 Prozent der Unternehmen, die dieser Aussage (eher) nicht zustimmen, bewerten die Bedeutung eines Auslandsaufenthalts während des Studiums mit „1“ oder „2“ und damit (überhaupt) nicht wichtig. Unter den Unternehmen, die dieser Aussage (eher) zustimmen, liegt der Anteil nur bei 35,5 Prozent.

Am anderen Ende des Antwortenspektrums sind ebenfalls deutliche Unterschiede feststellbar. So stufen 16,6 Prozent der Unternehmen, die der Aussage „Wir unterstützen ausländische Fachkräfte gezielt bei der Integration“ (eher) zustimmen, einen Auslandsaufenthalt während des Studiums mit „6“ oder „7“ und somit als (sehr) wichtig ein. Unter den Unternehmen, die dieser Aussage (eher) nicht zustimmen, beträgt der Anteil lediglich 3,4 Prozent. Unter den Unternehmen, die der Aussage „In unseren Stellenanzeigen verweisen wir auf (kulturelle) Vielfalt in unserem Unternehmen“ (eher) zustimmen, bewertet jedes zehnte einen Auslandsaufenthalt mit dem höchsten Skalenwert „7“, das heißt als sehr wichtig. Unter den Unternehmen, die der Aussage (eher) nicht zustimmen, trifft dies auf weniger als jedes hundertste Unternehmen zu.

Deutliche Unterschiede sind beispielsweise differenziert nach den Antworten auf die Aussage „Unser Unternehmen ist in internationalen Netzwerken aktiv“ feststellbar. 57,4 Prozent der Unternehmen, die dieser Aussage (eher) nicht zustimmen, bewerten die Bedeutung eines Auslandsaufenthalts während des Studiums mit „1“ oder „2“ und damit (überhaupt) nicht wichtig. Unter den Unternehmen, die dieser Aussage (eher) zustimmen, liegt der Anteil nur bei 35,5 Prozent.

Abbildung 5-15 verdeutlicht die Befunde durch die Auswertung nach Mittelwerten. Auch hier zeigt sich, dass Unternehmen, die kulturelle Diversität als wichtig erachten beziehungsweise Maßnahmen zur Diversitätsförderung umsetzen, einem Auslandsaufenthalt eine höhere Bedeutung beimessen. Die größte Differenz zwischen den Mittelwerten zeigt sich bei der Aussage „Unser Unternehmen ist in internationalen Netzwerken aktiv“. Unternehmen, die dieser Aussage (eher) nicht zustimmen, bewerten einen studienbezogenen Auslandsaufenthalt im Durchschnitt mit 2,60 Punkten auf der 7-stufigen Skala. Unternehmen, die dieser Aussage (eher) zustimmen, bewerten einen Auslandsaufenthalt dagegen mit durchschnittlich 3,45 Punkten – eine Differenz von 0,85 Punkten.

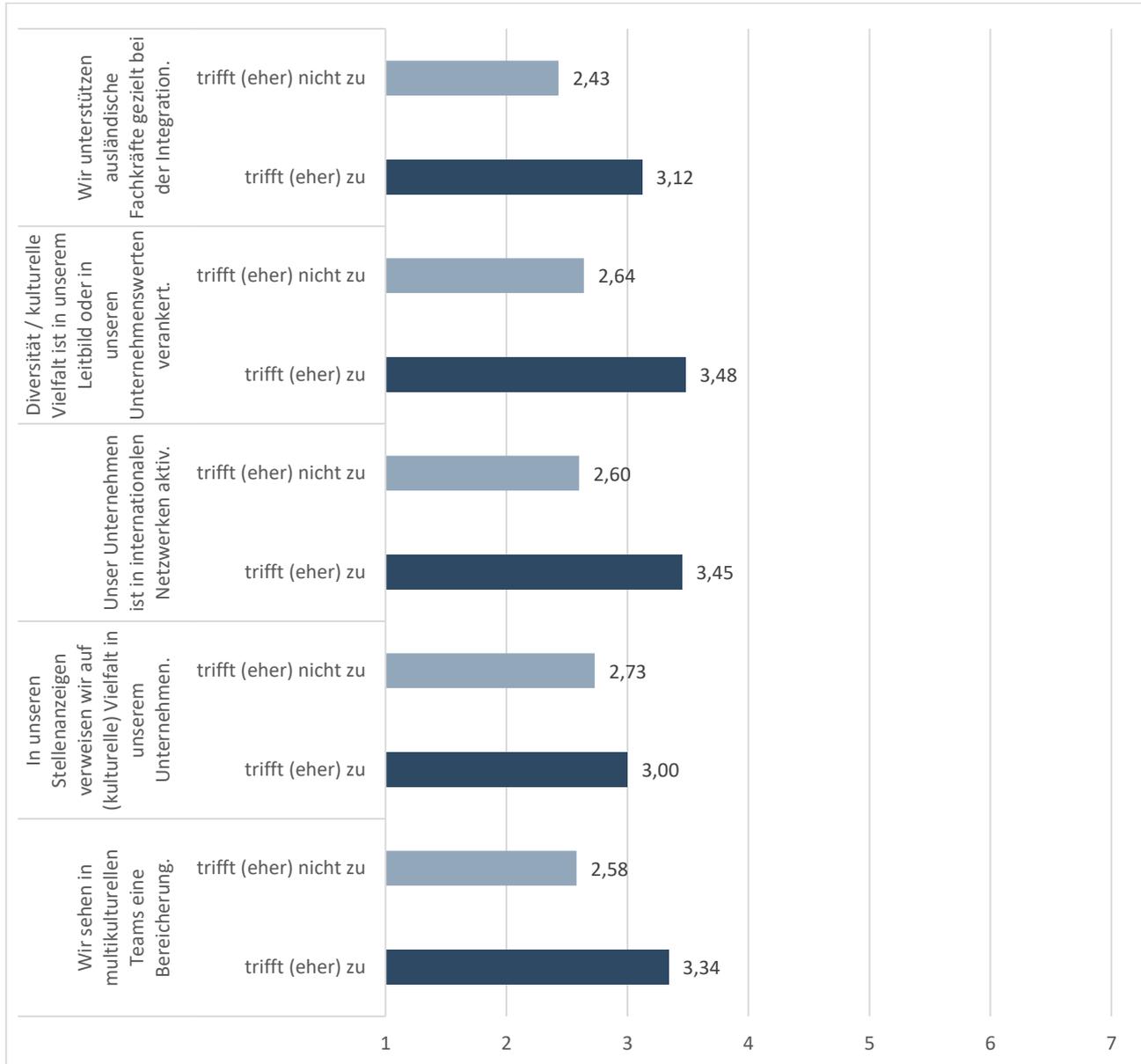
Die Auswertungen dieses Kapitels zeigen, dass die Bedeutung kultureller Diversität je nach Unternehmensgröße variiert. Im Einklang mit der Literatur zeigen die Ergebnisse, dass Maßnahmen zur Diversitätsförderung vor allem in größeren Unternehmen stattfinden. Auch findet die Diversitätsförderung besonders häufig in digitalen und internationalen sowie etwas häufiger in innovativen und akademischen Unternehmen, verglichen mit der Gesamtheit aller Unternehmen, statt. Die Auswertungen legen weiterhin nahe, dass Unternehmen, die kulturelle Diversität bereits schätzen, auch den Mehrwert eines Auslandsaufenthalts höher bewerten.

Abbildung 5-15: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen und Auslandsaufenthalt

Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024

Frage 1: „Wie wichtig sind die folgenden Kriterien in der Regel bei der Auswahl von Hochschulabsolventinnen bzw. -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, Auswahlkriterium: „Auslandsaufenthalt während des Studiums“

Frage 2: „Inwieweit treffen folgende Aussagen zur kulturellen Diversität auf Ihr Unternehmen zu?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

5.2 Bedürfnisse der Unternehmen im Transformationsprozess

5.2.1 Weltoffenheit und Zusammenhalt der Gesellschaft

Der Economic Policy Uncertainty Index (Abbildung 2-2) zeigt, dass die ökonomische Unsicherheit in Deutschland in den letzten Jahren gestiegen ist. In transformativen Zeiten werden jedoch auch die politische Stabilität und der Zusammenhalt in der Gesellschaft herausgefordert. Eine Studienreihe der Bertelsmann Stiftung untersucht dazu auf Basis einer Befragung den Zustand und die Entwicklung des gesellschaftlichen

Zusammenhalts (Boehnke et al., 2024). Die Erhebung wurde in den Jahren 2017, 2020 und 2023 durchgeführt. Berechnet wird ein Gesamtindex, der zwischen 0 und 100 liegt und sich in drei Kategorien (1. Soziale Beziehungen, 2. Verbundenheit mit dem Gemeinwesen, 3. Gemeinwohlorientierung) mit wiederum jeweils drei Dimensionen aufschlüsseln lässt. Die jüngsten Auswertungen zeigen, dass der Gesamtindex mit einem Wert von 52 zwar weiterhin in der oberen Hälfte der Skala liegt, jedoch niedriger ausfällt als in den vorangegangenen Erhebungsjahren. Weiterhin sind die Werte aller neun Einzeldimensionen sowohl im Vergleich zum Jahr 2020 als auch im Vergleich zum Jahr 2017 zurückgegangen. Zwischen der aktuellen Erhebung des Jahres 2023 und der vorherigen Erhebung im Jahr 2020 sind die Dimensionen „Solidarität und Hilfsbereitschaft“ (-14), „Akzeptanz von Diversität“ (-13) und „Identifikation“ (-11) am stärksten zurückgegangen (Boehnke et al., 2024, 19).

Studien zeigen, dass sich Auslandsaufenthalte positiv auf die Weltoffenheit und den gesellschaftlichen Zusammenhalt auswirken. Das Erasmus Student Network (ESN) hat in diesem Zusammenhang eine Befragung unter Studierenden durchgeführt, jeweils bevor und nachdem sie einen Erasmus-Aufenthalt absolviert haben. Die Ergebnisse zeigen, dass sich nach den Auslandsaufenthalten mehr Studierende als Weltbürgerinnen und -bürger, als Europäerinnen und Europäer sowie als EU-Bürgerinnen und -Bürger identifizieren. Identifizierten sich etwa vor dem Auslandsaufenthalt 19,43 Prozent der befragten Studierenden in besonderem Maße („extremly“) als EU-Bürgerinnen und -Bürger, liegt der Anteil nach den Auslandsaufenthalten bei 33,0 Prozent (ESN, 2022, 67). Die ESN-Studie zeigt weiterhin, dass sich Studierende nach ihrem Auslandsaufenthalt häufig in Studierendenorganisationen und als Mentoren für andere Auslandsstudierende engagieren möchten. Auch zeigt sich ein hohes Interesse in den Themen Menschenrechte, Umwelt und Klimawandel sowie internationalen Konflikten (ESN, 2022, 74). Öz/van Praag (2023) zeigen, dass ein Auslandsaufenthalt signifikant positiv mit einer positiven Einstellung gegenüber der EU verbunden ist. Die Autoren stellen fest, dass bereits die Erwägung eines Auslandsaufenthalts mit einer positiven Sicht auf die EU verbunden ist. Die tatsächliche Umsetzung eines Auslandsaufenthalts ist jedoch mit einem noch höheren Grad einer positiven EU-Sicht verbunden.

Auf politischer Ebene der EU wird die Bedeutung bildungsbezogener Mobilität für die Gesellschaft erkannt und aktiv unterstützt. Dies zeigt sich insbesondere in der für die neue Legislaturperiode 2024-2029 vorgestellten Struktur der EU-Kommission. Eine der Kernprioritäten ist die „Stärkung des europäischen Zusammenhalts und der Regionen“ (European Commission, 17.09.2024b). Bezeichnend ist dabei, dass für die Legislaturperiode das neue Ressort „Fachkräfte, Kompetenzen und Vorausschau“ („People, Skills and Preparedness“) eingerichtet wurde. Die Erwartungen an dieses neue Ressort gehen aus dem sogenannten Mission Letter hervor. Während es ein ressortübergreifendes Ziel ist, die Demokratie in den kommenden Jahren weiter zu stärken, soll das neue Ressort insbesondere die Stärkung des europäischen Humankapitals fokussieren und den Zusammenhalt in der Gesellschaft durch Bildung fördern. Das Programm „Erasmus+“, das die bildungsbezogene Mobilität innerhalb der EU fördert, wird im Mission Letter mehrfach als wichtiges Instrument genannt und eine Stärkung in der neuen Legislaturperiode gefordert (European Commission, 17.09.2024a).

Weltoffenheit und gesellschaftlicher Zusammenhalt sind auch im Unternehmenskontext von Bedeutung, wie weitere Auswertungen des IW-Personalpanels zeigen. Die Unternehmen wurden zur Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung für ihr Unternehmen befragt, darunter „Weltoffenheit der Region des Unternehmensstandorts“ und „proeuropäische Haltung in der Gesellschaft“ sowie die arbeitsmarktbezogenen Items „Rekrutierung und Beschäftigung internationaler Fachkräfte“ und „Zugang zu internationalen

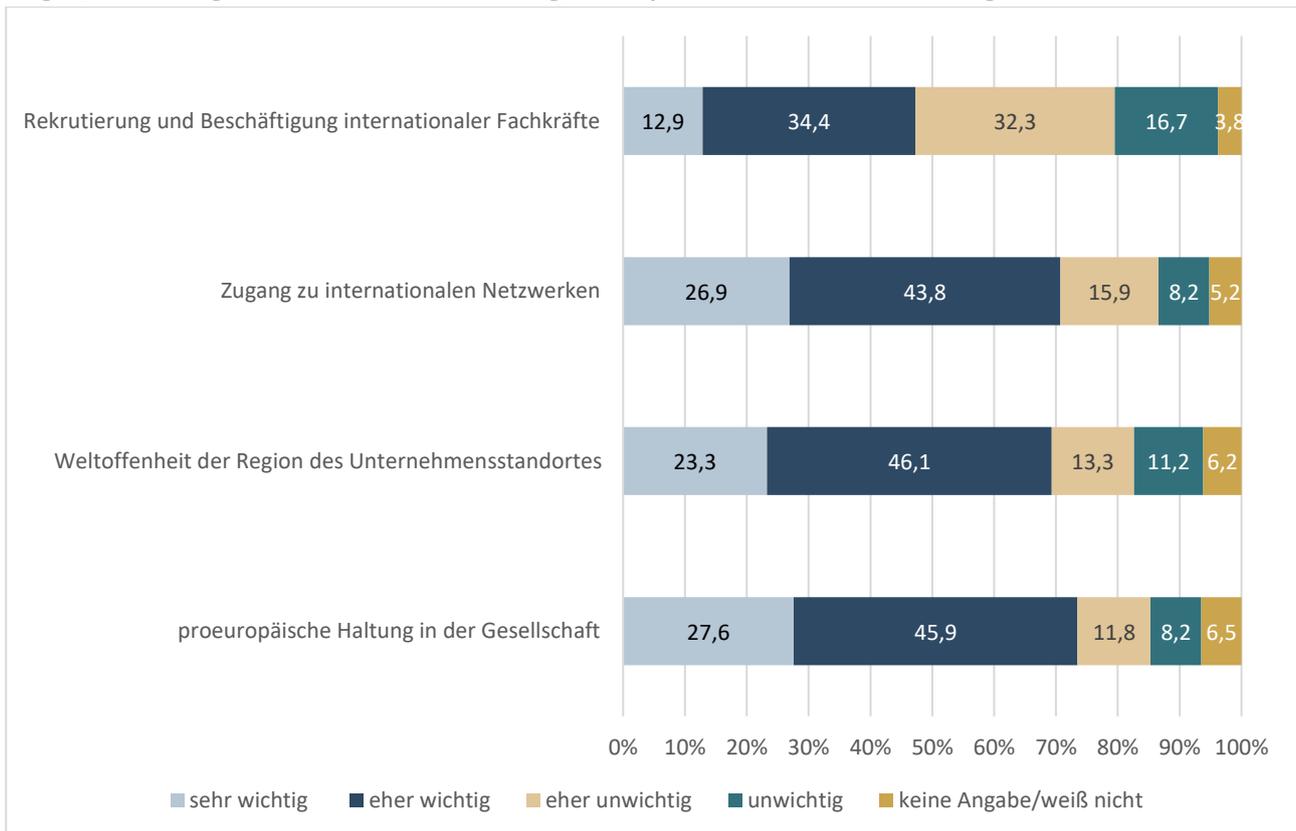
Netzwerken“ (Abbildung 5-16). Die Antwortmöglichkeiten waren „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher unwichtig“ und „unwichtig“ sowie die Antwortmöglichkeit „keine Angabe/weiß nicht“.

Aus den Auswertungen lässt sich ableiten, dass viele Unternehmen unterschiedlichen Aspekten der Internationalisierung Bedeutung beimessen. Drei der vier abgefragten Internationalisierungsaspekte werden von mehr als zwei Drittel der Unternehmen als eher oder sehr wichtig für ihr Unternehmen eingestuft: Die „proeuropäische Haltung in der Gesellschaft“ (73,5 Prozent), der „Zugang zu internationalen Netzwerken“ (70,7 Prozent) sowie die „Weltoffenheit der Region des Unternehmensstandortes“ (69,4 Prozent). Diese drei Internationalisierungsaspekte werden jeweils von etwa einem Viertel der Unternehmen als sehr wichtig eingeschätzt. Die „Rekrutierung und Beschäftigung internationaler Fachkräfte“ ist für einen etwas geringeren Anteil der Unternehmen von Bedeutung. Mit einem Anteil von 12,9 Prozent, der „sehr wichtig“ antwortet, und weiteren 34,4 Prozent, die „eher wichtig“ antworten, ist jedoch auch dieser Internationalisierungsaspekt für nahezu die Hälfte der befragten Unternehmen (eher) bedeutend.

Abbildung 5-16: Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung

In Prozent, 2024

Frage: „Wie wichtig sind für Ihr Unternehmen folgende Aspekte der Internationalisierung?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

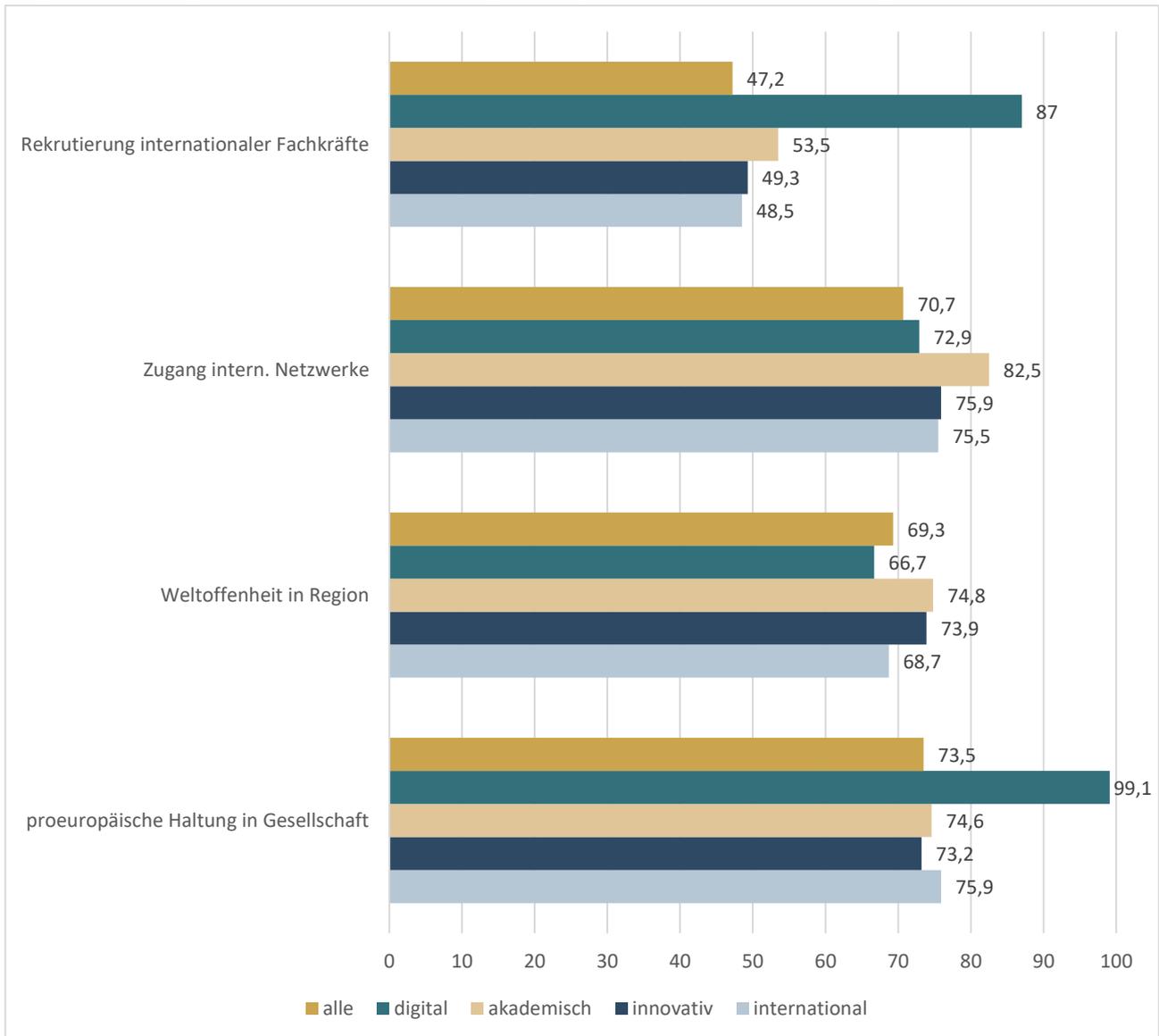
Werden die Angaben zur Bedeutung von Internationalisierungsaspekten differenziert nach Unternehmertyp ausgewertet (Abbildung 5-17), zeigt sich, dass „digitale“ Unternehmen besonders hohe Zustimmungsteile aufweisen: 87,0 Prozent der „digitalen“ Unternehmen bewerten die Rekrutierung internationaler Fachkräfte als eher bis sehr wichtig. Weiterhin beurteilen mit einem Anteil von 99,1 Prozent nahezu alle „digitalen“ Unternehmen eine proeuropäische Haltung in der Gesellschaft als eher oder sehr wichtig. Dass diese

Aspekte insbesondere für „digitale“ Unternehmen bedeutend sind, dürfte unter anderem darin begründet sein, dass „digitale“ Unternehmen bereits in besonderem Maße von Internationalisierungsaspekten und der Innovationsleistung Erfindender mit ausländischen Wurzeln profitieren. So zeigen etwa Haag et al. (2024), dass der Anteil von Erfindenden mit ausländischen Wurzeln insgesamt in Deutschland bei 13,0 Prozent liegt und damit zwischen 2010 und 2020 um 5,5 Prozentpunkte gestiegen ist. Für die IKT-Dienstleistungsbranche liegt der Anteil dagegen bei 22,7 Prozent und ist zwischen 2010 und 2020 um 9,7 Prozentpunkte gestiegen.

Abbildung 5-17: Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung nach Unternehmenstyp

In Prozent, 2024, Summe der Angaben „sehr wichtig“ und „eher wichtig“

Frage: „Wie wichtig sind für Ihr Unternehmen folgende Aspekte der Internationalisierung?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Eine Differenzierung nach der Betroffenheit von den Transformationsfeldern „Klimaschutz“, „Digitalisierung“, „demografischer Wandel“ und „Globalisierung“ zeigt keinen eindeutigen Trend (Abbildung 8-10 im Anhang). Besonders von der Globalisierung betroffene Unternehmen bewerten relativ häufig den Zugang zu internationalen Netzwerken (83,6 Prozent) und die Weltoffenheit in der Region (79,8 Prozent) als eher bis

sehr wichtig. Besonders vom Klimaschutz betroffene Unternehmen bewerten eine proeuropäische Haltung in der Gesellschaft relativ häufig als eher bis sehr wichtig. Eine Differenzierung nach den Transformationsfeldern Digitalisierung und demografischer Wandel zeigt keine großen Abweichungen zu den Antworten der Gesamtheit aller Unternehmen.

Die Auswertungen dieses Kapitels verdeutlichen, dass die Mehrheit der Unternehmen verschiedenen Aspekten der Internationalisierung eine hohe Relevanz zuschreibt. Besonders hervorzuheben ist, dass vor allem „digitale“ Unternehmen Themen wie die Rekrutierung internationaler Fachkräfte sowie eine proeuropäische Einstellung in der Gesellschaft als besonders wichtig erachten. Die Literatur zeigt, dass studienbezogene Auslandsaufenthalte zur positiven Entwicklung dieser Aspekte beitragen.

5.2.2 Wünsche an Hochschulen

Hochschulen übernehmen im Transformationsprozess vielfältige Aufgaben, wie Anger et al. (2023) zeigen. Zu den Aufgaben zählen die Aus- und Weiterbildung insbesondere in den MINT-Fächern, die von entscheidender Bedeutung sind, um die transformativen Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Dabei kommt Hochschulen auch die Verantwortung zu, die vermittelten Kompetenzen an die Herausforderungen der Zeit und den internationalen Wettbewerb anzupassen (Maharaja, 2018, 18). Hochschulen leisten weiterhin einen Beitrag zur Reduzierung des Fachkräftemangels, indem sie internationale Studierende ausbilden, von denen viele anschließend in Deutschland arbeiten. Angesichts der transformativen Herausforderungen wirken Hochschulen jedoch nicht nur an der Aus-/Weiterbildung und Fachkräftesicherung mit, sondern setzen auch Impulse zur Förderung von Innovations- und Gründungsaktivitäten. Durch Kooperationen mit der Wirtschaft können Synergieeffekte entstehen und wissenschaftliche Erkenntnisse in die Unternehmen weitergetragen werden (Anger et al., 2023).

Im Rahmen des IW-Personalpanels wurden die Unternehmen befragt, welche Impulse sie sich von Hochschulen wünschen. Die fünf möglichen Antwortkategorien waren „sehr wichtig“, „eher wichtig“, „eher unwichtig“ und „unwichtig“ sowie die Option „keine Angabe/weiß nicht“ (Abbildung 5-18).

Unter den abgefragten Impulsen messen die Unternehmen am häufigsten den „Innovationsimpulsen durch Wissenstransfer von der Hochschule in Unternehmen“ Bedeutung bei. 32,5 Prozent der Unternehmen bewerten diesen Impuls als sehr wichtig, weitere 40,2 Prozent der Unternehmen als eher wichtig. Somit wird der Wissenstransfer von nahezu drei Viertel der Unternehmen als eher bis sehr wichtig beurteilt, während ihn lediglich 4,2 Prozent als unwichtig bewerten.

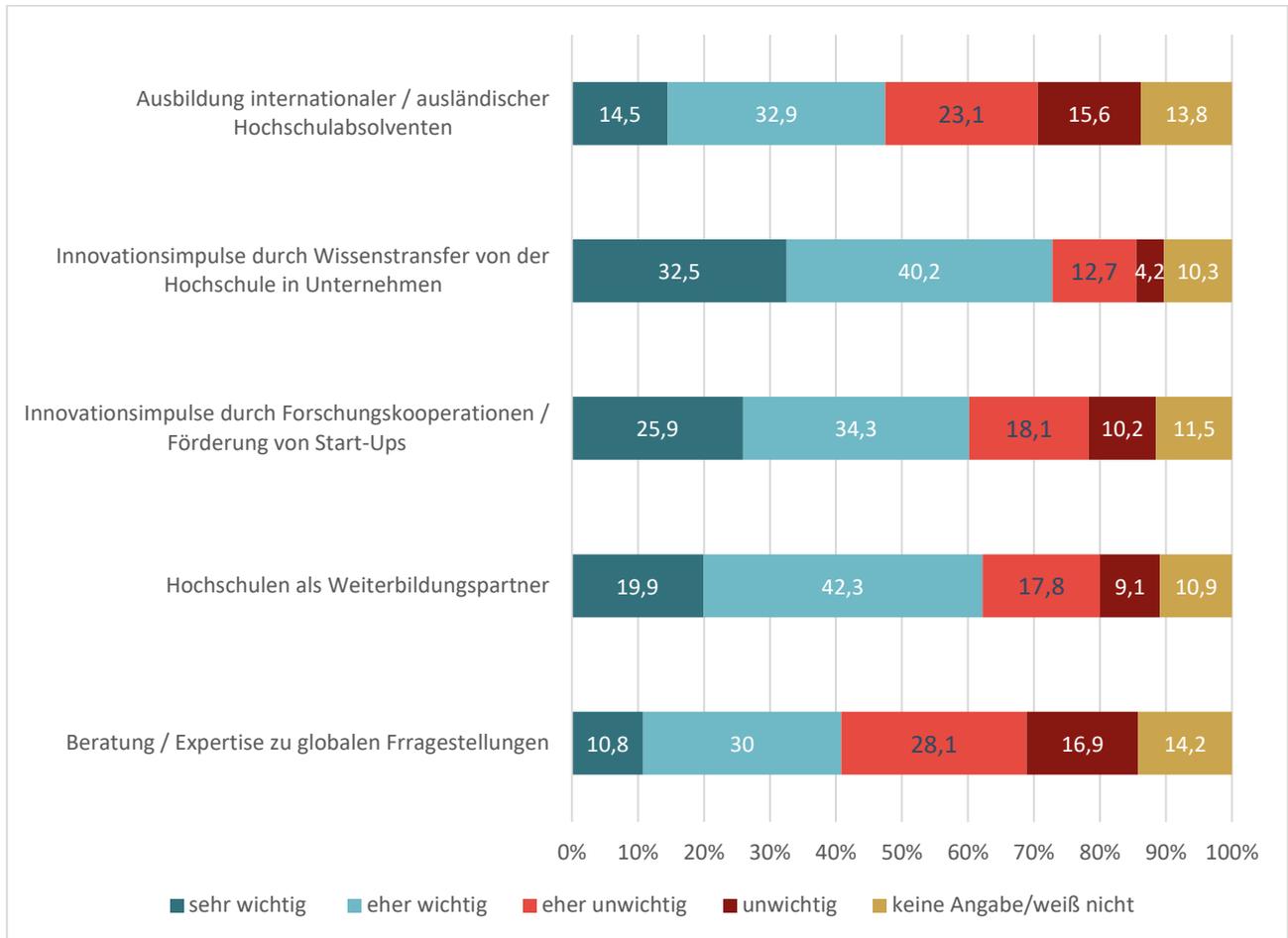
Am zweit- und dritthäufigsten werden mit 62,2 Prozent die „Hochschulen als Weiterbildungspartner“ und mit 60,2 Prozent die „Innovationsimpulse durch Forschungsk Kooperationen/Förderung von Start-Ups“ als eher bis sehr wichtig bewertet. Nur etwa jedes zehnte Unternehmen bewertet diese Impulse als unwichtig.

Die Ausbildung internationaler und ausländischer Hochschulabsolventinnen und -absolventen wird von 47,4 Prozent und somit von fast der Hälfte der befragten Unternehmen als eher oder sehr wichtig beurteilt. Die Beratung und Expertise zu globalen Fragestellungen werden am wenigsten häufig mit eher oder sehr wichtig bewertet. Doch auch diesen Impuls bewerten vier von zehn Unternehmen (40,8 Prozent) als bedeutend.

Abbildung 5-18: Impulse durch die Hochschulen für die Unternehmen

In Prozent, 2024

Frage: „Welche Impulse wünschen Sie sich von Hochschulen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

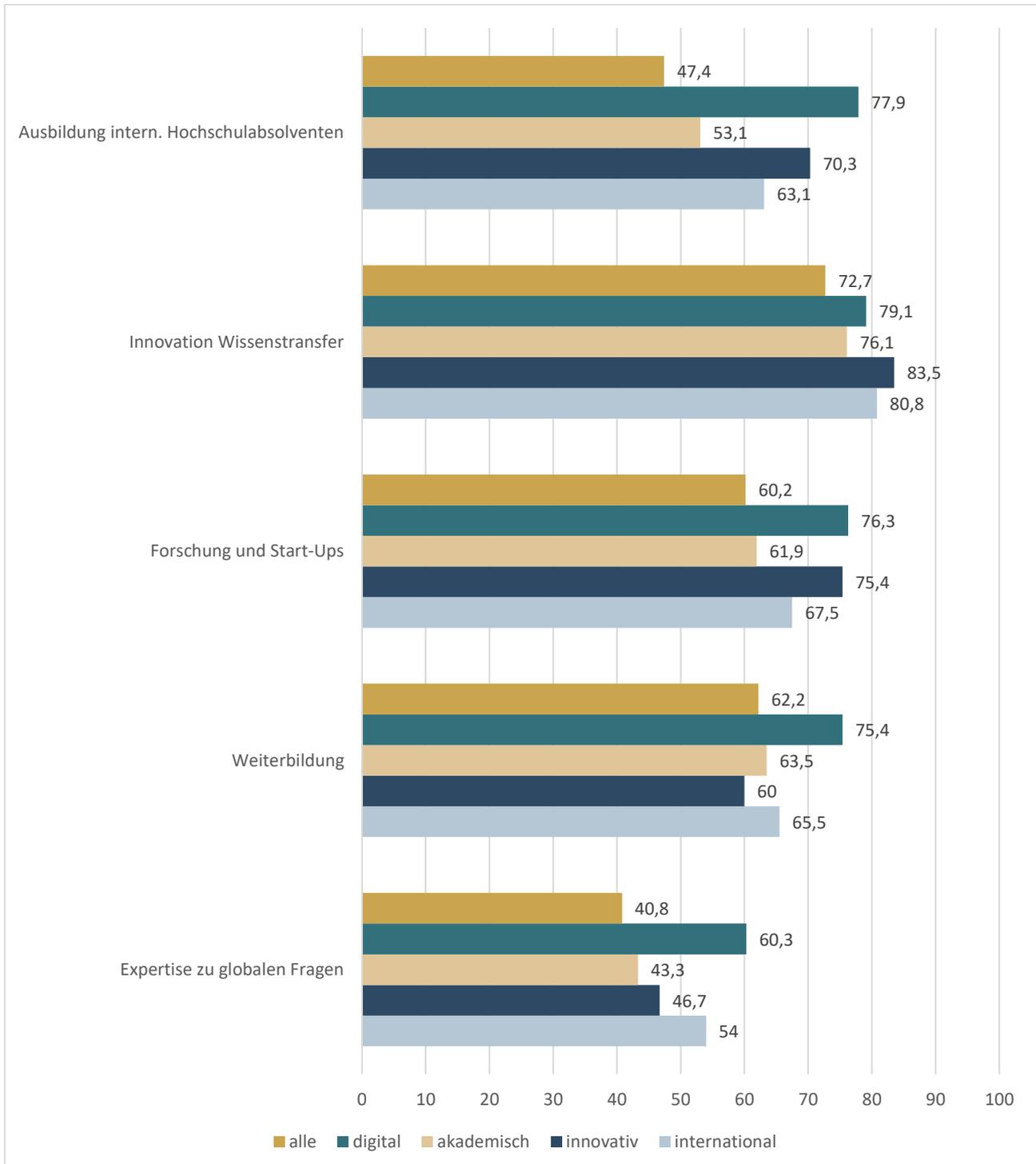
Abbildung 5-19 zeigt die Differenzierung der Antworten nach Unternehmenstyp. Berücksichtigt werden hier nur noch die Anteile der Antworten „sehr wichtig“ und „eher wichtig“. Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Anteile der Unternehmen, die die einzelnen Impulse von Hochschulen als eher oder sehr wichtig einschätzen, bei den differenziert ausgewerteten Unternehmenstypen höher ist als bei der Gesamtheit aller Unternehmen.

Insbesondere „digitale“ Unternehmen messen den Impulsen durch Hochschulen häufig eine (hohe) Bedeutung für das Unternehmen bei. Alle Impulse werden von mindestens 60,0 Prozent der digitalen Unternehmen als eher oder sehr wichtig bewertet, vier der fünf Impulse sogar von über 75,0 Prozent der digitalen Unternehmen. Die Ausbildung internationaler Hochschulabsolventinnen und -absolventen ist für „digitale“ Unternehmen besonders häufig von Bedeutung: 77,9 Prozent der digitalen Unternehmen bewerten diesen Impuls als eher oder sehr wichtig, was einem Plus von 30 Prozentpunkten gegenüber dem Anteil gemessen an allen Unternehmen entspricht. Auch bei der „Expertise zu globalen Fragestellungen“ hebt sich die Zustimmung „digitaler“ Unternehmen mit 60,3 Prozent deutlich von der Zustimmung der Gesamtheit aller Unternehmen (40,8 Prozent) ab. Die beiden auslandsbezogenen Impulse sind damit für „digitale“ Unternehmen überdurchschnittlich bedeutsam.

Abbildung 5-19: Impulse durch die Hochschulen für ihr Unternehmen nach Unternehmenstyp

In Prozent, 2024, Summe aus „sehr wichtig“ und „eher wichtig“

Frage: „Welche Impulse wünschen Sie sich von Hochschulen?“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Doch auch „innovative“ und „internationale“ Unternehmen bewerten die abgefragten Impulse durch die Hochschulen für ihr Unternehmen besonders häufig als eher bis sehr wichtig. Von besonders hoher Bedeutung im Vergleich zur Gesamtheit aller Unternehmen sind für „innovative“ und „internationale“ Unternehmen die Ausbildung internationaler Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Hier werden

Zustimmungsanteile von 70,3 Prozent bei „innovativen“ Unternehmen und 63,1 Prozent bei „internationalen“ Unternehmen erreicht – gegenüber 47,4 Prozent gemessen an der Gesamtheit aller Unternehmen. Für „innovative“ Unternehmen sind darüber hinaus insbesondere Impulse durch Forschung und Start-Ups von Bedeutung. Drei Viertel der „innovativen“ Unternehmen sehen diesen Impuls als eher bis sehr wichtig an. Aus Sicht „internationaler“ Unternehmen ist weiterhin vor allem die Expertise zu globalen Fragestellungen häufig von Bedeutung. Während 40,8 Prozent der Gesamtheit aller Unternehmen diesen Impuls als eher bis sehr wichtig einstuft, liegt dieser Anteil unter „internationalen“ Unternehmen bei 54,0 Prozent.

Auch „akademische“ Unternehmen bewerten alle abgefragten Impulse häufiger als eher bis sehr wichtig als die Gesamtheit aller Unternehmen, wenngleich die Unterschiede zum Teil sehr gering ausfallen. Die größte Abweichung zeigt sich erneut hinsichtlich der Ausbildung internationaler Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Für 53,1 Prozent der „akademischen“ Unternehmen ist dies ein eher bis sehr wichtiger Impuls der Hochschulen für das eigene Unternehmen. Der Zustimmunganteil der Gesamtheit aller Unternehmen liegt mit 47,4 Prozent wenige Prozentpunkte darunter.

Neben der Auswertung nach Unternehmenstyp wurden die Antworten auch differenziert nach der Betroffenheit von den Transformationsfeldern „Klimaschutz“, „Digitalisierung“, „demografischer Wandel“ und „Globalisierung“ ausgewertet (Abbildung 8-9 im Anhang). Es zeigt sich, dass Unternehmen, die besonders von der Globalisierung betroffen sind, Impulse durch die Hochschulen besonders häufig als eher bis sehr wichtig einschätzen. Während etwa Innovationsimpulse von 72,7 Prozent aller Unternehmen als eher bis sehr wichtig eingeschätzt werden, liegt dieser Anteil bei von der Globalisierung besonders betroffenen Unternehmen bei 86,0 Prozent. Auch bei den Impulsen „Ausbildung internationaler/ausländischer Hochschulabsolventen“ und „Innovationsimpulse durch Forschungs Kooperationen/Förderung von Start-Ups“ heben sich die Antworten von Unternehmen, die von der Globalisierung betroffen sind, von den Antworten der Gesamtheit aller Unternehmen ab. Die Differenzierung nach den weiteren Transformationsfeldern „Klimaschutz“, „Digitalisierung“ und „demografischer Wandel“ ergibt keine großen Abweichungen zu den Antworten der Gesamtheit aller Unternehmen. Lediglich der Impuls „Hochschulen als Weiterbildungspartner“ werden von Unternehmen, die besonders vom Klimaschutz betroffen sind, mit 70,1 Prozent etwas häufiger als eher bis sehr wichtig eingeschätzt als von der Gesamtheit aller Unternehmen (62,2 Prozent).

Die Untersuchungen dieses Kapitels zeigen, dass Hochschulen bereits Aufgaben im Transformationsprozess übernehmen, die Unternehmen sich jedoch noch weitere beziehungsweise stärkere Impulse wünschen. Mit der „Ausbildung internationaler Studierender“ und der „Expertise zu globalen Fragen“ werden auch auslandsbezogene Impulse gewünscht. „Digitale“, „internationale“ und „innovative“ Unternehmen wünschen sich noch häufiger Impulse von den Hochschulen als die Gesamtheit aller Unternehmen.

6 Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen

Um wettbewerbsfähig zu sein und zu bleiben, ist es für die deutsche Volkswirtschaft wichtig, die Transformationsprozesse der Digitalisierung, des demografischen Wandels, der Deglobalisierung sowie der Dekarbonisierung erfolgreich zu meistern. Unternehmen und staatliche Institutionen müssen in der Transformation schnell reagieren, Innovationen vorantreiben und ihre Innovationskraft durch verstärkte Forschung und Entwicklung ausbauen, um krisenresilienter zu werden. Dabei sind sie auf gut ausgebildete, anpassungsfähige Arbeitskräfte angewiesen, die aktiv auf Veränderungen reagieren können.

Potenziale eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts

Die Auswertung bisheriger Studien (Kapitel 3) zeigt, dass ein studienbezogener Auslandsaufenthalt hilft, wichtige Kompetenzen zu entwickeln, die in einem dynamischen und zunehmend unsicheren Arbeitsumfeld von besonderer Bedeutung sind. Vor dem Hintergrund der bereits nachgewiesenen Effekte eines Auslandsaufenthalts auf den Kompetenzerwerb von Studierenden und unter Verwendung der Daten des IW-Personalpanels 2024, untersucht die vorliegende Studie die Relevanz von Auslandserfahrungen aus Unternehmenssicht (Kapitel 4 und 5). Folgende Befunde stechen besonders hervor:

- **Große Bedeutung der indirekten Effekte:** Die Untersuchungen zeigen, dass insbesondere die indirekten Effekte eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts von großer Bedeutung aus Unternehmenssicht sind. Während das Kriterium „studienbezogener Auslandsaufenthalt“ in der direkten Abfrage von etwa jedem zehnten Unternehmen als (sehr) wichtig im Rekrutierungsprozess bewertet wird, werden die abgefragten Kompetenzen um ein Vielfaches häufiger als (sehr) wichtig bewertet. Da es sich bei diesen Kompetenzen um solche handelt, die entsprechend der Forschungsliteratur durch einen Auslandsaufenthalt gefördert werden, handelt es sich hier um indirekte Effekte eines Auslandsaufenthalts. Die abgefragten Kompetenzen werden sowohl im Rekrutierungsprozess als auch für den weiteren Karrierepfad von Unternehmen geschätzt. Besonders bedeutend sind im Rekrutierungsprozess Kompetenzen wie Selbstständigkeit, Problemlösefähigkeit und proaktives Handeln. Für die Besetzung von Führungspositionen kommt es Unternehmen vor allem auf die Fähigkeit an, sich auf unterschiedliche Menschen und Charaktere einstellen zu können.
- **Auslandsaufenthalt wichtiger als Regelstudienzeit:** Für die meisten Unternehmen stellt eine Verlängerung der Studienzeit aufgrund eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts kein Problem im Rekrutierungsprozess dar. Insbesondere „innovative“ und „internationale“ Unternehmen sind häufig nicht nur indifferent, sondern bewerten die Auslandserfahrung im direkten Vergleich zur Einhaltung der Regelstudienzeit als wichtiger.
- **Wunsch nach Weltoffenheit und Impulsen durch Hochschulen im Transformationsprozess:** Unternehmen schätzen ein weltoffenes, internationales Umfeld. Der Mehrheit der Unternehmen sind internationale Netzwerke, eine weltoffene Region und eine proeuropäische Haltung in der Gesellschaft (sehr) wichtig. Aus Sicht vieler Unternehmen sind die Ausbildung internationaler Studierender und die Expertise zu globalen Fragestellungen auslandsbezogene Aufgaben, bei denen sie sich Impulse durch die Hochschulen wünschen.
- **Überdurchschnittliche Bedeutung je nach Unternehmensmerkmalen:** Bei vielen der abgefragten Items weichen „digitale“, „akademische“, „innovative“ und „internationale“ Unternehmen von den Durchschnittsbewertungen der Gesamtheit aller Unternehmen ab. In diesen Unternehmen finden häufiger auslandsbezogene Tätigkeiten statt und sowohl die direkten als auch indirekten Effekte werden häufig

deutlich stärker gewichtet als von der Gesamtheit aller Unternehmen. Die Analysen zeigen weiterhin, dass kulturelle Diversität vor allem in größeren, „digitalen“, „internationalen“, „innovativen“ und „akademischen“ Unternehmen gefördert wird. Auch ist für diese Unternehmen Weltoffenheit, eine proeuropäische Haltung in der Gesellschaft und Unterstützung von Hochschulen, etwa zur Expertise bei globalen Fragestellungen, deutlich wichtiger. Die Auswertungen zeigen somit, dass sich bestimmte Unternehmenstypen besonders als Anlaufstelle für Hochschulabsolventinnen und -absolventen eignen.

- **Korrelationen mit hoher Bedeutung eines Auslandsaufenthalts:** Unternehmen, die einen Auslandsaufenthalt als wichtig erachten, gehen häufiger von einer steigenden Bedeutung internationaler Geschäftsbeziehungen aus, sind stärker von transformativen Herausforderungen wie Digitalisierung und Globalisierung betroffen und legen vermehrt Wert auf auslandsbezogene Kriterien bei der Einstellung von Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Unternehmen, die kulturelle Diversität schätzen, bewerten zudem den Mehrwert eines Auslandsaufenthalts höher. Die Auswertungen zeigen, dass ein Auslandsaufenthalt und auslandsbezogene Kompetenzen (Fremdsprachenkenntnisse, interkulturelle Kompetenz) in besonderem Maße in jenen Unternehmen wertgeschätzt werden, die bereits kulturell divers aufgestellt sind und in den kommenden Jahren eine zunehmende Bedeutung internationaler Geschäftsbeziehungen erwarten. Aufgrund bereits bestehender Strukturen zur Förderung kultureller Diversität und der erwarteten Zunahme der Internationalisierung in den kommenden Jahren ist es wahrscheinlich, dass Studierende mit Auslandserfahrung ihre dort erworbenen Kompetenzen in diesen Unternehmen besonders gut einbringen können.

Ableitungen und Handlungsempfehlungen

Ein Auslandsaufenthalt während des Studiums ist zwar nicht zwingend notwendig für eine erfolgreiche Karriere, kann jedoch zusätzliche berufliche Möglichkeiten eröffnen, da die dort erworbenen Kompetenzen in einer dynamischen und unsicheren Arbeitswelt besonders gefragt sind – insbesondere bei großen, innovativen, internationalen und digitalen Unternehmen. Die Kompetenzen, die im Rahmen eines Auslandsaufenthalts gestärkt werden, werden von Unternehmen deutlich wertgeschätzt.

- **Finanzmittel für Erasmus+ im Hochschulbereich erhöhen:** Mit dem Programm „Erasmus+“ fördert die EU die allgemeine und berufliche Bildung, Jugend und Sport in Europa (European Commission, 2024a). Ein großer Programmblock ist dabei die Mobilitätsförderung von Studierenden, im Rahmen derer Studienaufenthalte an Partner-Hochschulen im EU-Ausland und Praktika im EU-Ausland unterstützt werden. Die Europäische Kommission formuliert dabei vier Ziele der Mobilitätsförderung von Studierenden (European Commission, 2024a). Erstens sollen Studierende unterschiedliche Ansichten, Lehr- und Arbeitspraktiken im europäischen Kontext kennenlernen. Zweitens sollen Querschnittskompetenzen gestärkt werden. Darunter fallen Kompetenzen wie Problemlösefähigkeit oder Kommunikationsfähigkeit, die auch im Rahmen des IW-Personalpanels abgefragt wurden. Kapitel 4 dieser Studie zeigt, dass Unternehmen diesen Kompetenzen eine hohe Bedeutung im Rekrutierungsprozess beimessen. Ein drittes Ziel der Mobilitätsförderung von Studierenden ist die Entwicklung zukunftsorientierter Kompetenzen, wie etwa digitaler oder „grüner“ Kompetenzen. Die Relevanz der aktuellen Transformationsprozesse (siehe etwa Kapitel 2.1 und Kapitel 5) wird damit explizit als Ziel der Mobilitätsförderung unterstrichen. Als viertes Ziel der Mobilitätsförderung wird die Entwicklung persönlicher Kompetenzen wie der Anpassungsfähigkeit oder des Selbstvertrauens festgelegt. Kapitel 4 dieser Studie zeigt auch für dieses Ziel die hohe Relevanz aus Unternehmenssicht.

Die Zielsetzung der Europäischen Kommission bezüglich der Mobilitätsförderung, die Studienlage zur Kompetenzentwicklung im Rahmen eines Auslandsaufenthalts als auch die Ergebnisse des IW-

Personalpanels aus Unternehmenssicht stehen in Einklang und untermauern die Bedeutung studienbezogener Auslandsaufenthalte. Vor diesem Hintergrund sollten die Finanzmittel für das Förderprogramm „Erasmus+“ erhöht werden. Dies ist auch eine der bildungsbezogenen Forderungen, die im sogenannten Draghi-Report formuliert werden, der von der Europäischen Kommission in Auftrag gegeben wurde (European Commission, 2024b). Während Erasmus+ gegenwärtig nur circa 15 Prozent der jungen Menschen im akademischen Bereich erreicht, ermittelt der Draghi-Report eine notwendige fünffache Aufstockung der Finanzmittel des Programms, um im Zeitraum 2028 bis 2034 ein „Erasmus für alle“ zu ermöglichen (European Commission, 2024b, 268).

Das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) untersucht in seiner jüngsten Studierendenbefragung die Gründe gegen einen studienbezogenen Auslandsaufenthalt von nicht auslandsmobilen Studierenden. Der am häufigsten genannte Grund stellt die finanzielle Belastung dar. Fast jeder dritte nicht auslandsmobile Studierende gewichtet diesen Aspekt als „sehr stark“, ein weiteres Drittel der befragten Studierenden als eher stark (BMBF, 2023, 80). Durch die Zuweisung höherer Finanzmittel an das Erasmus+ Programm könnten viele dieser Studierenden erreicht werden.

- **Förderprogramme wie Erasmus+ auf Forscherinnen und Forscher ausweiten:** Über die Förderung von Studierenden hinaus sollte das Erasmus+ Programm auf Forschende ausgeweitet werden. Diese Handlungsempfehlung wird explizit im Draghi-Report der Europäischen Kommission formuliert, die mit einer Ausweitung eine grenzüberschreitende Zusammenarbeit und Netzwerkbildung fördern möchte (European Commission, 2024b). Die Auswertungen in Kapitel 5.2.2 dieser Studie untermauern den Nutzen einer Programmausweitung auf Forschende. Unternehmen geben in der Befragung an, dass ihnen Innovationsimpulse durch Wissenstransfer (72,7 Prozent der Unternehmen) und Forschungsk Kooperationen (60,2 Prozent) eher bis sehr wichtig sind. Auch Expertise zu globalen Fragestellungen wird von vielen Unternehmen geschätzt (40,8 Prozent). Die Förderung von Forscherinnen und Forschern kann das Potenzial der Ausbildung von Studierenden erweitern und positive Effekte für Unternehmen im Transformationsprozess schaffen.
- **Internationalisierungsstrategien an Hochschulen ausbauen:** Studierende entscheiden sich aus unterschiedlichen Gründen und Motivationen für oder gegen einen studienbezogenen Auslandsaufenthalt. Das Erasmus Student Network (ESN) hebt die Bedeutung einer strategischen Öffentlichkeitsarbeit und einer engen Zusammenarbeit der verschiedenen Organisationseinheiten (Auslandsbüro, Orientierungsbüro, ...) an Hochschulen hervor. So können gegebenenfalls Studierende erreicht werden, die aus eigener Initiative einen Auslandsaufenthalt nicht in Betracht ziehen würden (ESN, 2022, 85 f.). Auch sollten Verfahren zur Bewerbung und Organisation eines Auslandsaufenthalts vereinfacht und beschleunigt werden. Hilfreich wäre es die Prozesse noch weiter zu digitalisieren (ESN, 2022, 90 f.).

Viele Studierende sind motiviert, sich nach ihrem Auslandsaufenthalt an ihren Hochschulen zu engagieren, zum Beispiel als Buddys für sogenannte Incoming Students, also ausländische Studierende, die für einen Auslandsaufenthalt nach Deutschland kommen (ESN, 2022). Dieses Potenzial sollte im Rahmen der Internationalisierungsstrategien an Hochschulen genutzt werden.

- **Sichtbar machen der indirekten Effekte eines Auslandsaufenthalts für Arbeitgeber:** Arbeitgeber – insbesondere jene Arbeitgeber, die studienbezogene Auslandsmobilität nicht für einen relevanten Indikator halten – sollten die indirekten Effekte eines Auslandsaufenthalts stärker im Rekrutierungsprozess berücksichtigen. Auslandsaufenthalte fördern nicht nur Fremdsprachenkenntnisse und interkulturelle Kompetenzen, sondern stärken eine Vielzahl weiterer wettbewerbsrelevanter Kompetenzen und Persönlichkeitsmerkmale (etwa Selbstständigkeit, Problemlösefähigkeit oder proaktives Handeln). Die Auswertungen dieser Studie haben gezeigt: Werden Unternehmen direkt nach der Bedeutung von Auslandsmobilität für den Rekrutierungsprozess gefragt, messen sie diesem Indikator eine im Durchschnitt moderate

Bedeutung bei. Die Abfrage der indirekten Effekte, das heißt, der durch die Auslandsmobilität weiterentwickelten Kompetenzen, zeigt jedoch eine sehr hohe durchschnittliche Bewertung (Kapitel 4). Dieser Zusammenhang sollte in der Kommunikation der positiven Effekte eines Auslandsaufenthalts herausgestellt werden. Sowohl für Studierende als auch für Unternehmen ist es relevant zu wissen, welche Kompetenzen durch einen Auslandsaufenthalt gestärkt werden und welche Bedeutung diese Kompetenzen im Transformationsprozess haben. Studierende sollten von den Hochschulen darin bekräftigt und darauf vorbereitet werden, die im Rahmen einer Auslandsmobilität weiterentwickelten Kompetenzen proaktiv im Rekrutierungsprozess anzusprechen.

7 Abstract

The German economy is currently facing enormous challenges and will continue to do so in this decade. Various changes such as demographic change, digitalisation, decarbonisation and deglobalisation are simultaneously influencing the production processes and sales markets of companies and require extensive adjustments and new innovative solutions. In order to meet these challenges, a workforce is needed that is equipped with the necessary knowledge and skills/competences. In particular, a high degree of flexibility and willingness to change is necessary in order to constantly adapt to changing requirements.

This also places particular demands on those entering the labour market. The upheavals to be expected as a result of the transformation of an increasingly complex and uncertain world of work also increase the importance of resilience and adaptability for students in their later working life. In this context, this study emphasises the importance of the experiences and skills/competences that students gain during a stay abroad as part of their studies and/or internship.

In a literature review, it is first shown that a stay abroad has positive effects on various personality traits such as resilience, openness, conscientiousness, extraversion and agreeableness. These skills/competences are helpful in dealing with the upcoming changes in the world of work and are therefore important for the economic development of Germany and Europe. In addition, the intercultural skills/competences acquired can make it easier to work in increasingly diverse workforces and colleagues.

Against this background, the focus of this study is to investigate how companies assess students' experience abroad. To this end, a total of 823 companies were surveyed in spring 2024 as part of the IW Personnel Panel on the importance of students' experience abroad. In order to investigate whether different companies differ in their assessment of a student-related stay abroad, various subgroups of companies were formed. In a first step, a distinction was made between different types of companies: digital companies, academic companies, innovative companies and international companies. In a second step, the companies were classified according to the extent to which they are affected by the transformation process in various areas (climate protection, digitalisation, demographic change, globalisation).

The companies were first asked about the extent of their foreign-related activities and the importance of foreign experience in the recruitment process. The most common foreign-related activity in the companies is the use of foreign languages. In a comparison over time, collaboration in international teams in particular has increased significantly. Overall, foreign-related activities are most widespread in 'international' companies and are well above average.

For the recruitment of university graduates, their practical experience is a particularly important criterion; the direct significance of a stay abroad is rated less highly by many companies. However, 'innovative' and 'international' companies rate a stay abroad during their studies as (very) important significantly more often than the average company.

Furthermore, the majority of companies are indifferent between extending the study period through a stay abroad or adhering to the standard period of study. Among the companies that have a preference in the trade-off between a stay abroad and the standard period of study, there is a clear preference in favour of a

stay abroad. In particular, 'innovative' and 'international' companies state more frequently that they consider a stay abroad to be more important than adhering to the standard period of study.

A stay abroad can not only have a direct effect on the recruitment process in the sense of a signalling effect. The skills/competences that are sometimes promoted by a stay abroad are also important. A stay abroad can therefore also influence the recruitment process indirectly by increasing competences in certain areas. When asked which social and personal skills/competences are important for the selection of university graduates in companies, the companies most frequently mentioned independence, problem-solving skills/competences, proactive behaviour/own initiative, conscientiousness and openness to new ideas. According to the literature analysis, these are all competences that are strengthened during a stay abroad. A stay abroad therefore has an indirect effect on the recruitment process. Both 'digital' and 'academic', 'innovative' or 'international' companies rate other aspects such as foreign language skills and intercultural competences as (very) important for the selection of university graduates more frequently than the companies as a whole.

Furthermore, a stay abroad during the degree programme can have a positive effect on further career success. Companies consider the ability to adapt to different people/characters and the ability to deal with uncertain or unclear situations to be important competences for taking on a management position. Both areas of expertise can in turn be strengthened by a stay abroad. These skills/competences are particularly important for 'digital' companies.

In addition, the company survey is used to analyse further effects of a stay abroad in the entrepreneurial transformation process. Firstly, this includes the relevance of international business relationships for companies. Almost a third of the companies surveyed stated that international business relationships are somewhat to very important for the success of their company. Further analyses showed that there is a correlation between a company's activity abroad and the assessment of a study-related stay abroad among university graduates. Those companies for which a stay abroad is important are above average those companies for which international business relationships are also important.

Building on this, the study analyses the extent to which companies are already implementing diversity management - in other words, the extent to which targeted measures are being implemented to promote diversity and integration. In order to benefit from the advantages of cultural diversity within a company and at the same time prevent potential risks, active diversity management is of great importance. Almost 60 per cent of companies (tend to) agree with the statement that they see multicultural teams as an enrichment. Of the active measures in this area, the anchoring of cultural diversity and diversity in the mission statement or corporate values is implemented most frequently. The analyses also show that companies that (tend to) agree with the importance of cultural diversity in the company more often rate a stay abroad as (very) important and less often as (not at all) important than companies that (tend to) disagree with the statements on cultural diversity in the company.

In a further step, the needs expressed by companies in the transformation process and the importance attached to a stay abroad in this context are analysed. On the one hand, the companies were asked about aspects of internationalisation in society. They were also asked what impetus they would like to see from universities in the transformation process. The results show that cosmopolitanism and social cohesion are also important in the corporate context. A 'pro-European attitude in society', 'access to international networks' and 'cosmopolitanism of the region in which the company is located' are seen as particularly

important. The literature analysis clearly shows that students studying abroad on the Erasmus programme display and develop a clearly positive pro-European attitude.

Universities take on a variety of tasks in the transformation process. However, in view of the transformative challenges, they are not only involved in education and training and securing skilled labour, but also provide impetus for the promotion of innovation and start-up activities. Co-operation with industry can create synergy effects and transfer scientific findings to companies. As part of the IW Personnel Panel, companies were asked what impetus they would like to see from universities. The companies most frequently attributed great importance to 'innovation impulses through knowledge transfer from universities to companies'. With the 'training of international students' and 'expertise on global issues', foreign-related impulses are also desired particularly frequently.

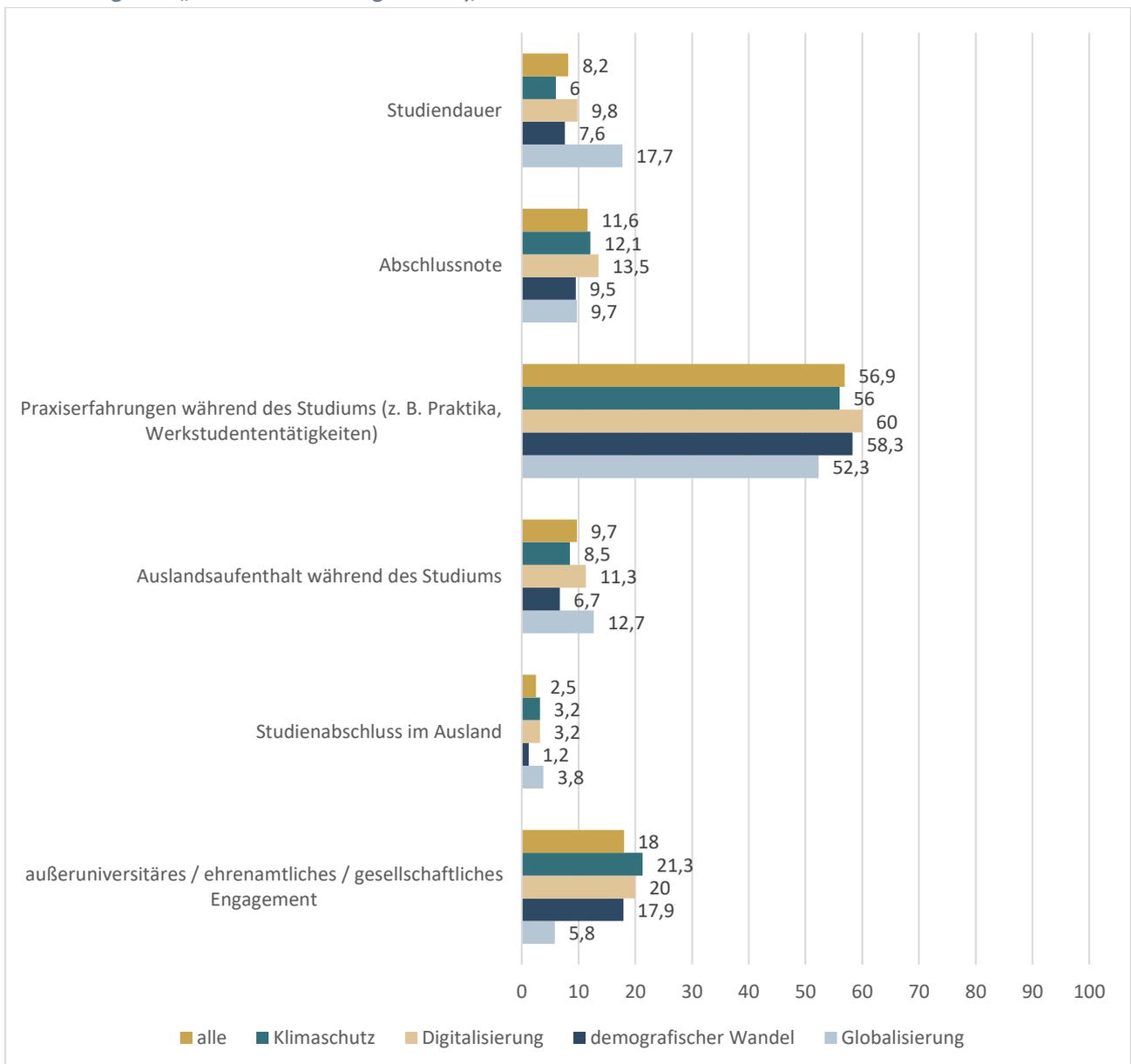
Overall, the study shows that internationally educated and socialised students are important both in order to continue working together internationally and to shape the growing diversity of our national societies as a result of migration and the recruitment of skilled workers. On the one hand, it is therefore pleasing that the number of international students in Germany is increasing. At the same time, however, the willingness of German students to go abroad during their studies is declining. This makes offers such as those created by the Erasmus+ programme with low-threshold and attractive offers for studying and internships abroad all the more important. These programmes should be further expanded at national and European level in the future.

8 Anhang

Auswertungen nach Handlungsfeldern der Transformation

Abbildung 8-1: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Transformationsfeld

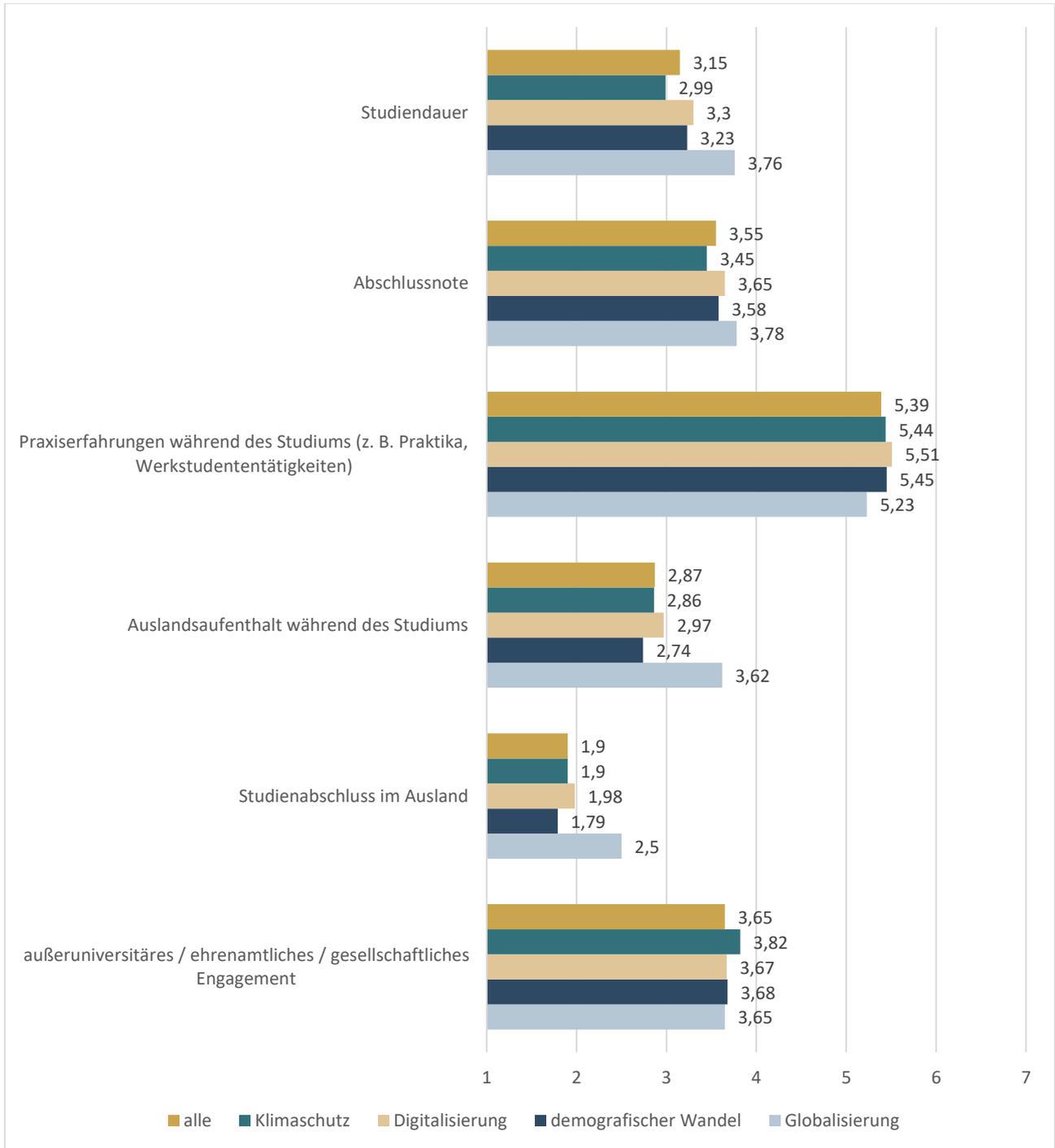
Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala), 2024



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-2: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Transformationsfeld

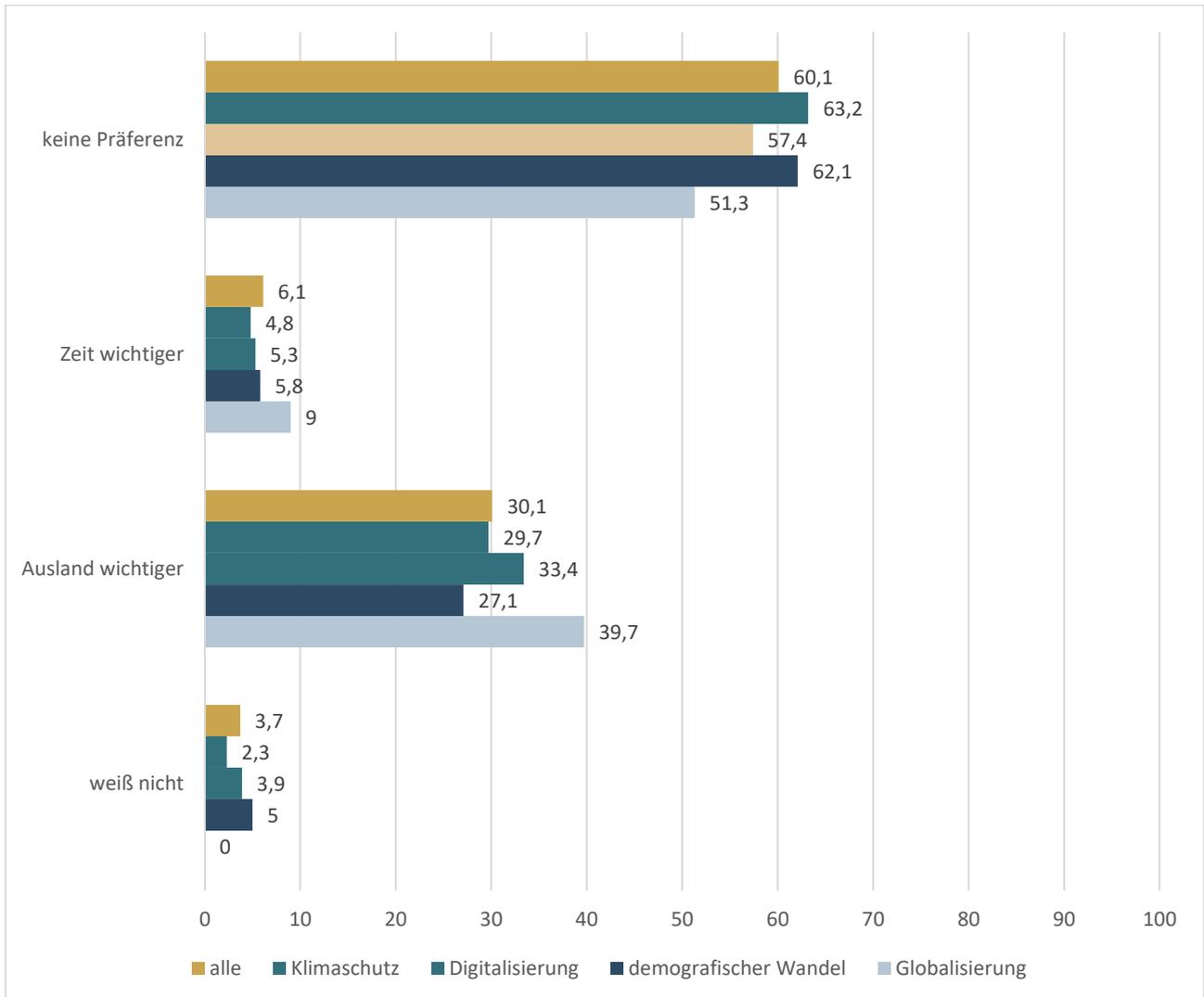
Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-3: Bewertung Auslandsaufenthalt im Vergleich zur Regelstudienzeit, nach Transformationsfeld

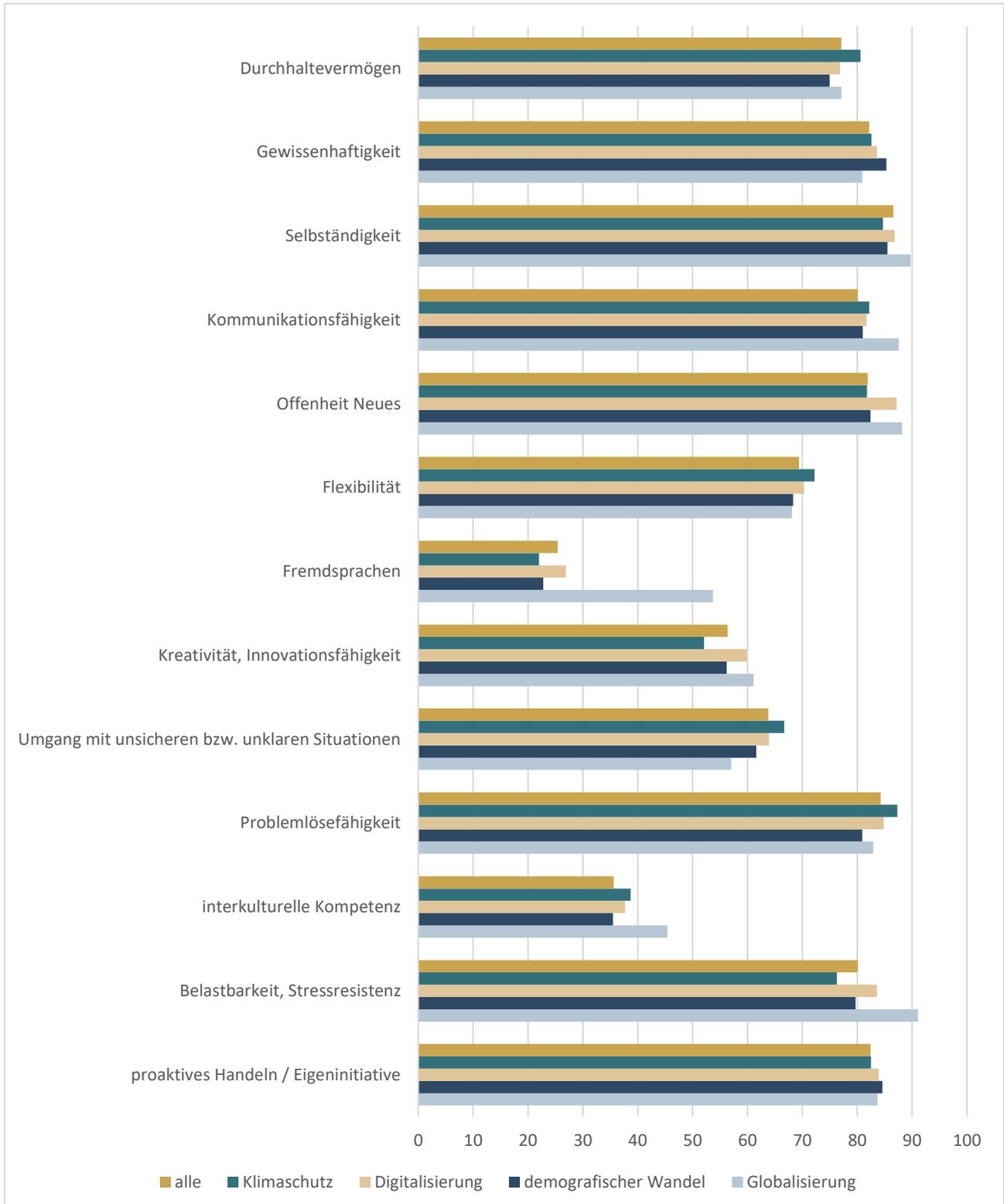
Prozentuale Antworten auf die Frage „Ein Auslandsaufenthalt kann zu einer Studienzeitverlängerung von 1-2 Semestern führen. Wie bewerten Sie dies bei der Entscheidung über einen Bewerbenden?“, 2024



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-4: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Transformationsfeld

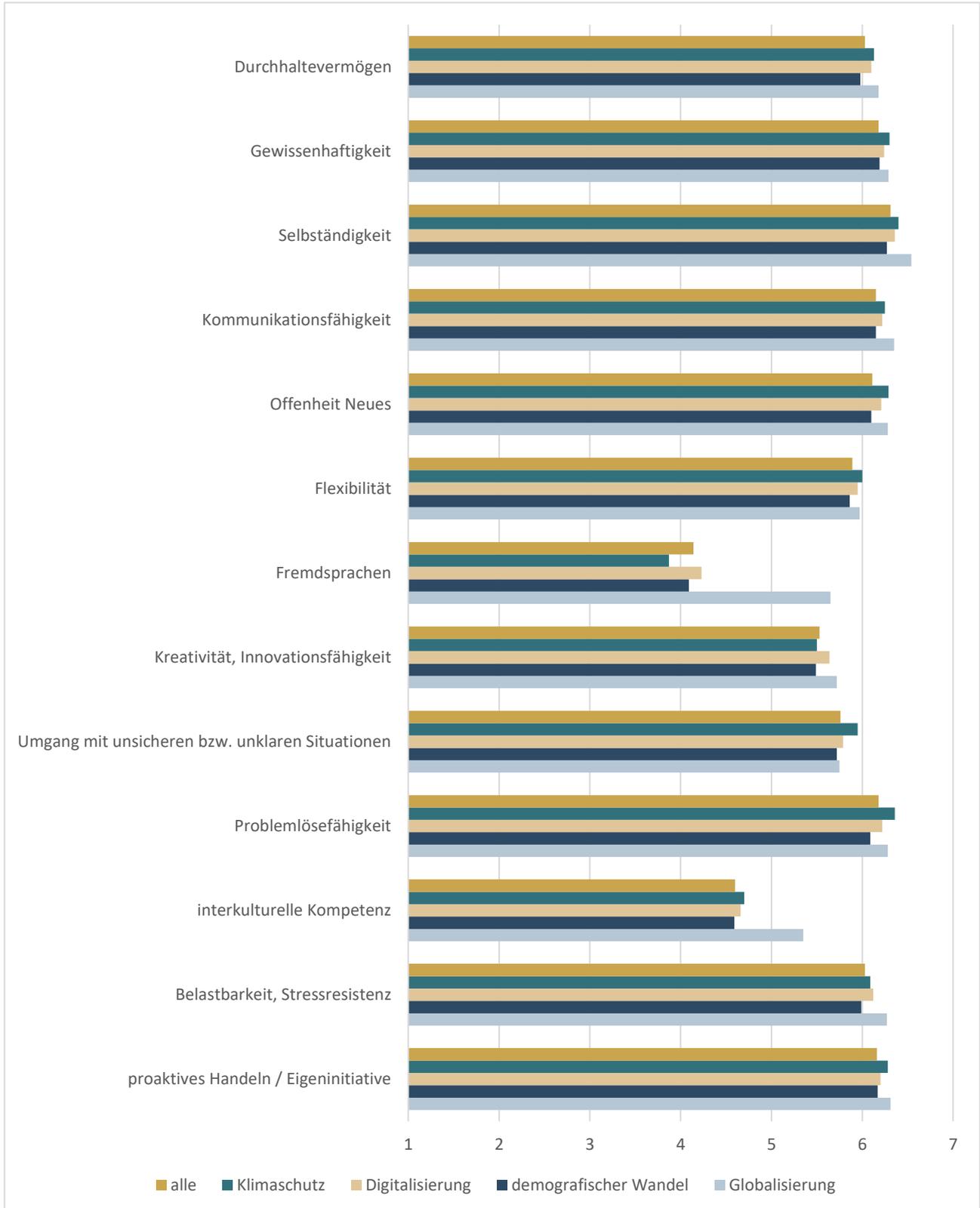
Prozentuale Antworten auf die Frage „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, Summe der Antworten 7 „sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-5: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Transformationsfeld

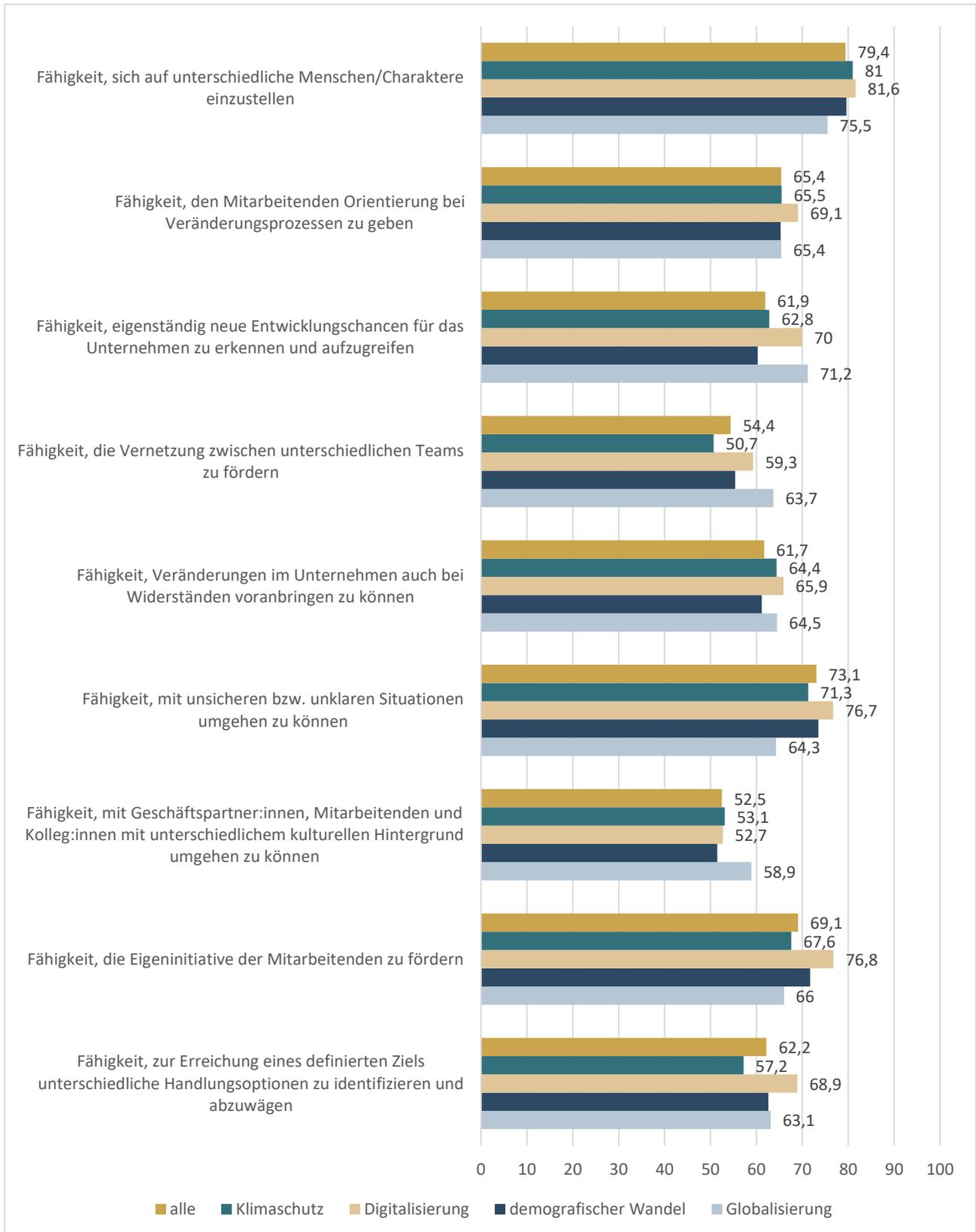
Mittelwert für die Frage „Wie wichtig sind folgende Kompetenzen für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und -absolventen in Ihrem Unternehmen?“, Skala von „1 überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-6: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Transformationsfeld

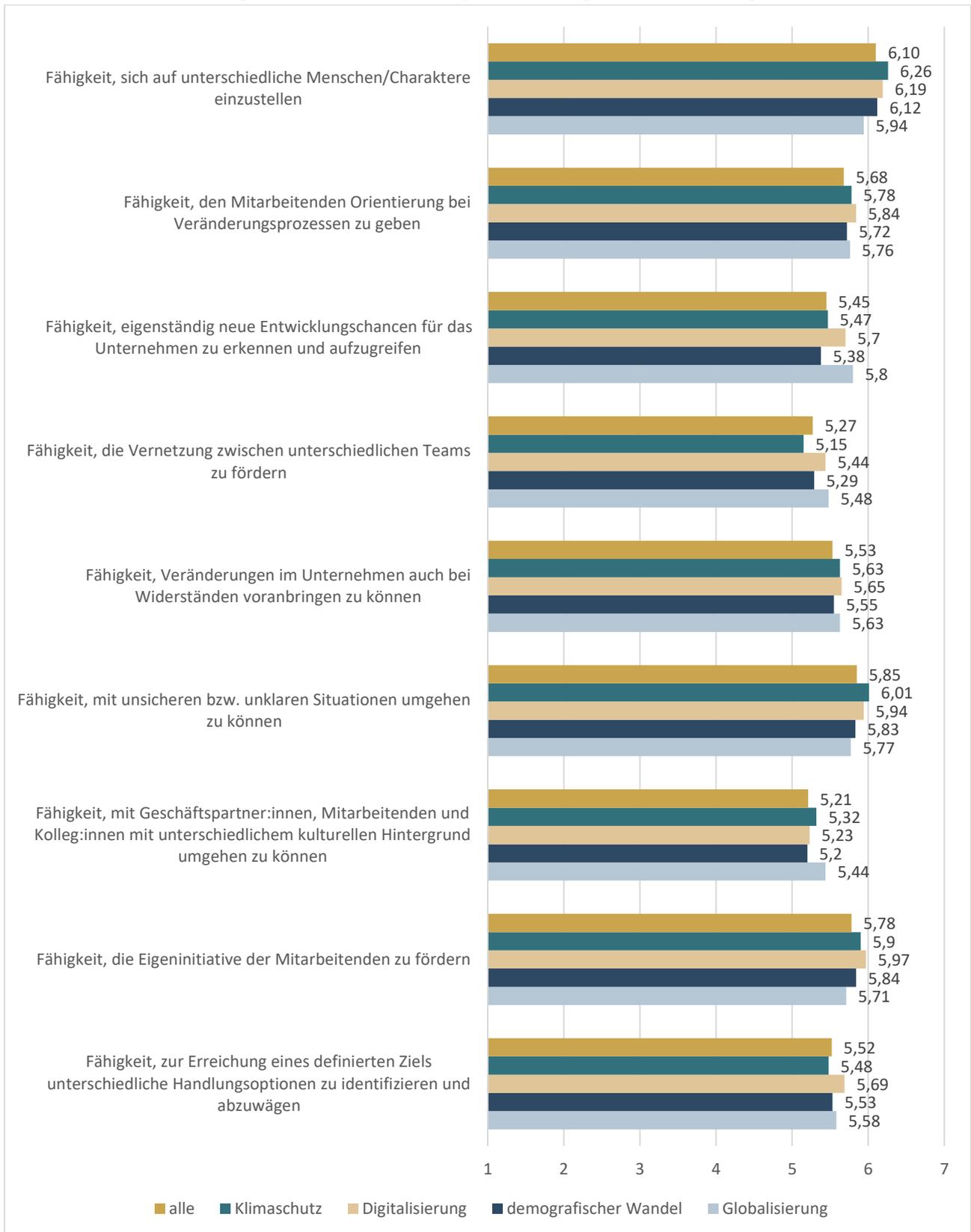
Anteil der Unternehmen, denen das jeweilige Kriterium besonders wichtig ist (Summe der Antwortmöglichkeiten „7 sehr wichtig“ und „6“ auf einer 7-stufigen Skala)



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-7: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Transformationsfeld

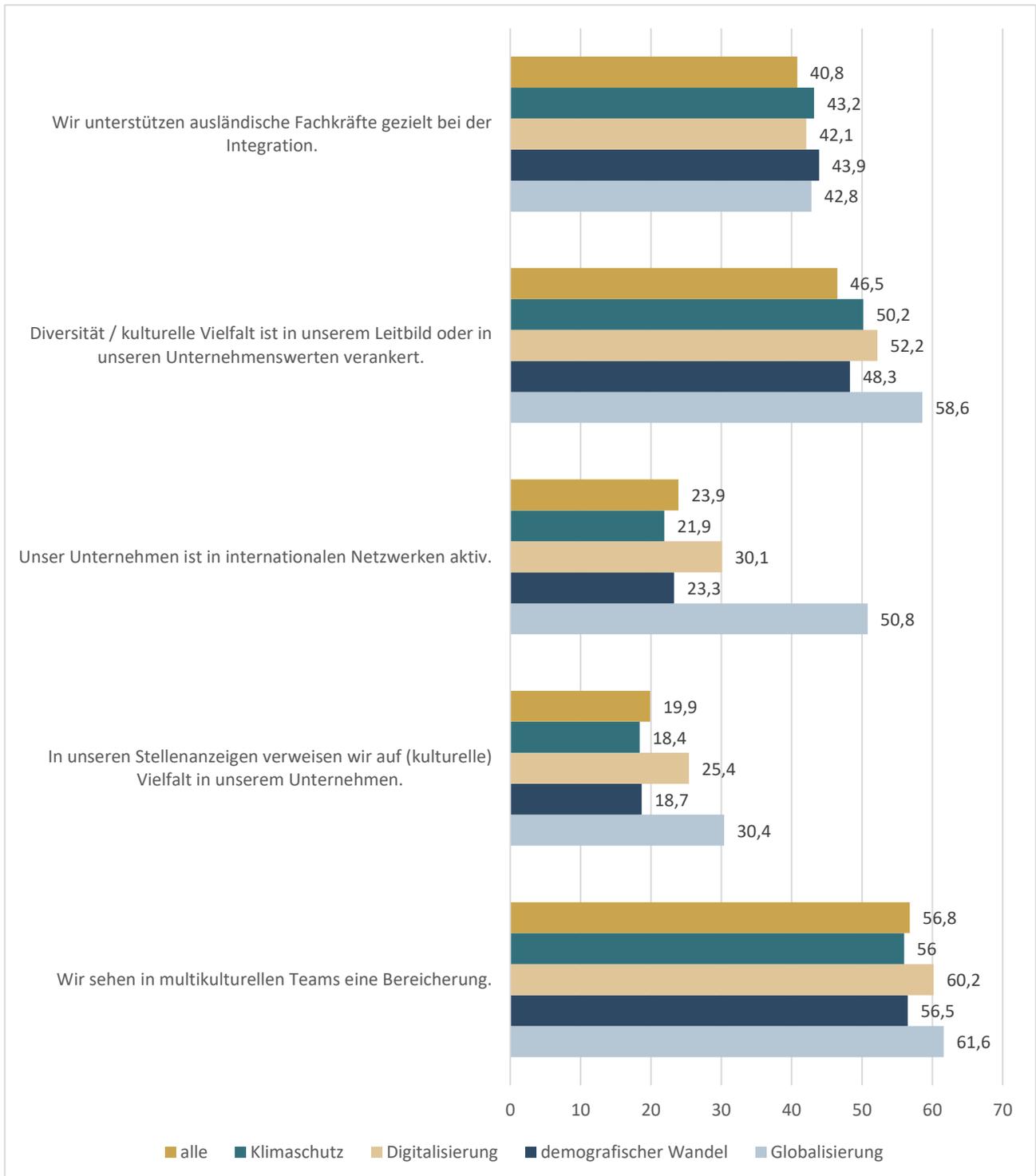
Mittelwerte der Antwortmöglichkeiten von 1 „überhaupt nicht wichtig“ bis „7 sehr wichtig“, 2024



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-8: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen nach Transformationsfeld

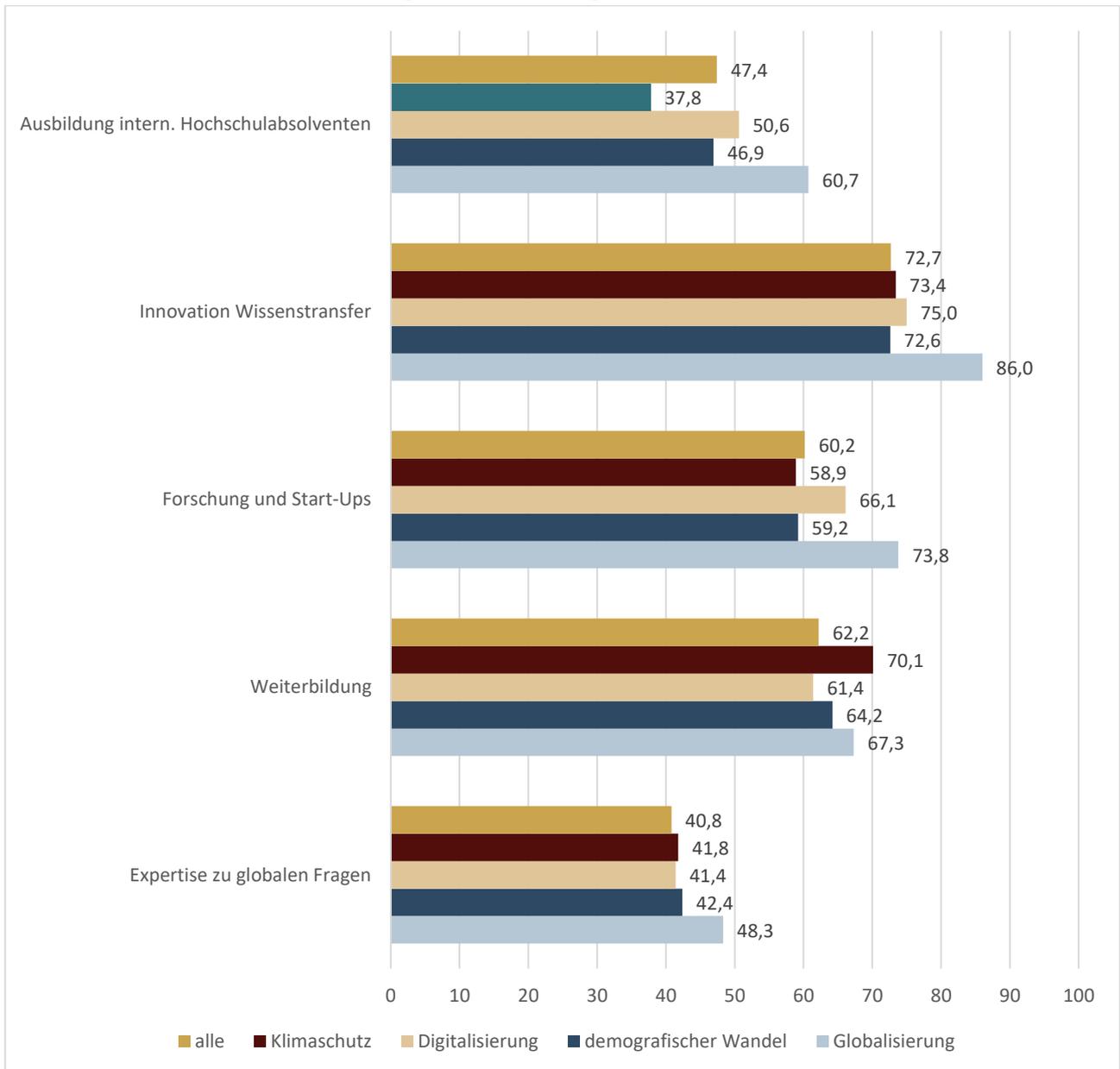
In Prozent, 2024, Antwortkategorie: trifft (eher) zu



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-9: Impulse durch die Hochschulen für die Unternehmen nach Transformationsfeld

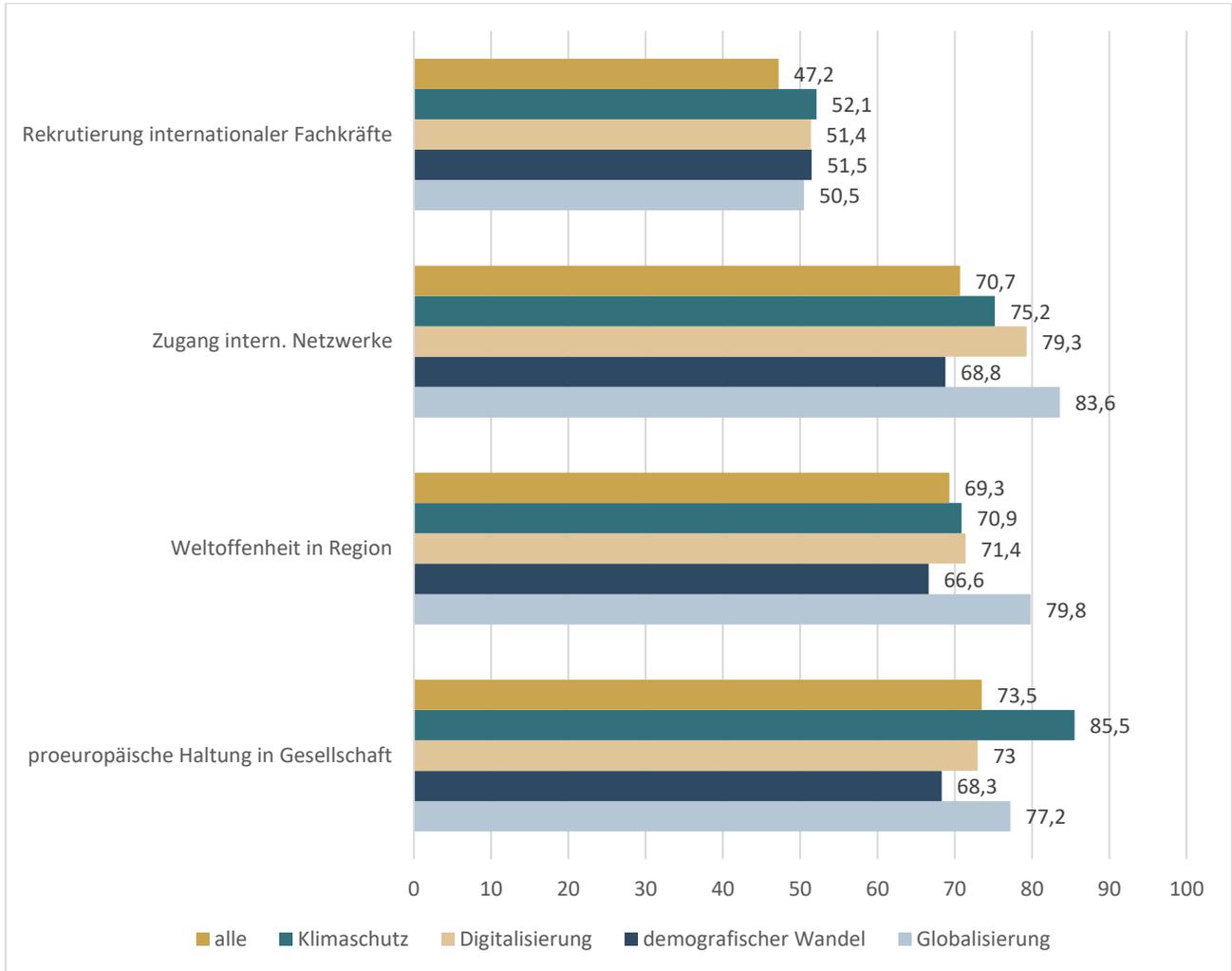
In Prozent, 2024, Summe aus „sehr wichtig“ und „eher wichtig“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Abbildung 8-10: Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung nach Transformationsfeld

In Prozent, 2024, Summe der Angaben „sehr wichtig“ und „eher wichtig“



Quelle: IW-Personalpanel, Welle 35, 2024

Tabellenverzeichnis

Tabelle 3-1: Übersicht Kompetenzzuwächse durch studienbezogene Auslandsaufenthalte	23
Tabelle 4-1: Erwartete Effektrichtung eines studienbezogenen Auslandsaufenthalts auf Kompetenzen	38

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Einfluss der Trends in den kommenden fünf Jahren	14
Abbildung 2-2: Entwicklung des Economic Policy Uncertainty Index 1999 bis 2024 in den USA, Deutschland, Europa und China	15
Abbildung 2-3: Qualifikationsspezifische Arbeitslosenquoten.....	16
Abbildung 2-4: Lohnprämien für verschiedene Akademikergruppen.....	17
Abbildung 2-5: Deutsche Studierende im Ausland.....	18
Abbildung 2-6: Anteil auslandsmobiler inländischer Studierender in höheren Semestern.....	19
Abbildung 2-7: Deutsche Studierende im Ausland mit Förderung durch das Erasmus-Programm	20
Abbildung 4-1: Auslandsbezogene Tätigkeiten in den Unternehmen.....	31
Abbildung 4-2: Auslandsbezogene Tätigkeiten in den Unternehmen im Zeitverlauf	32
Abbildung 4-3: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen	33
Abbildung 4-4: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen	34
Abbildung 4-5: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen	35
Abbildung 4-6: Bewertung Auslandsaufenthalt im Vergleich zur Regelstudienzeit.....	37
Abbildung 4-7: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen	39
Abbildung 4-8: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen	40
Abbildung 4-9: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen im Zeitvergleich	42
Abbildung 4-10: Auslandsbezogene Tätigkeiten im Unternehmen nach Unternehmenstyp	44
Abbildung 4-11: Auslandsbezogene Tätigkeiten im Unternehmen nach Transformationsfeld	46
Abbildung 4-12: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Unternehmenstyp.....	47
Abbildung 4-13: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Unternehmenstyp.....	49
Abbildung 4-14: Bewertung Auslandsaufenthalt im Vergleich zur Regelstudienzeit, nach Unternehmenstyp	50
Abbildung 4-15: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Art des Unternehmens	52
Abbildung 4-16: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Art des Unternehmens	53
Abbildung 4-17: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen	56
Abbildung 4-18: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen im Zeitverlauf.....	57
Abbildung 4-19: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen im Zeitverlauf.....	58
Abbildung 4-20: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Unternehmenstyp	60
Abbildung 4-21: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Unternehmenstyp	61
Abbildung 5-1: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für den Unternehmenserfolg.....	65

Abbildung 5-2: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für den Unternehmenserfolg nach Unternehmensgröße	66
Abbildung 5-3: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen für den Unternehmenserfolg nach Branche.....	67
Abbildung 5-4: Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung.....	68
Abbildung 5-5: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen	69
Abbildung 5-6: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Unternehmensgröße	70
Abbildung 5-7: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Unternehmensgröße	70
Abbildung 5-8: Entwicklung der Relevanz internationaler Geschäftsbeziehungen nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung	71
Abbildung 5-9: Betroffenheit von Transformation nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung	72
Abbildung 5-10: Internationale Aktivitäten der Unternehmen nach Bedeutung eines Auslandsaufenthalts für die Einstellung.....	73
Abbildung 5-11: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen.....	75
Abbildung 5-12: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen nach Unternehmensgröße	76
Abbildung 5-13: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen nach Unternehmenstyp.....	77
Abbildung 5-14: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen und Auslandsaufenthalt	79
Abbildung 5-15: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen und Auslandsaufenthalt	81
Abbildung 5-16: Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung.....	83
Abbildung 5-17: Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung nach Unternehmenstyp	84
Abbildung 5-18: Impulse durch die Hochschulen für die Unternehmen	86
Abbildung 5-19: Impulse durch die Hochschulen für ihr Unternehmen nach Unternehmenstyp.....	87
Abbildung 7-1: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Transformationsfeld	96
Abbildung 7-2: Kriterien für die Auswahl von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen nach Transformationsfeld	97
Abbildung 7-3: Bewertung Auslandsaufenthalt im Vergleich zur Regelstudienzeit, nach Transformationsfeld.....	98
Abbildung 7-4: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Transformationsfeld	99
Abbildung 7-5: Bewertung Kompetenzen von Hochschulschulabsolventinnen und -absolventen nach Transformationsfeld	100
Abbildung 7-6: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Transformationsfeld.....	101
Abbildung 7-7: Bewertung Kompetenzen bei Führungspositionen nach Transformationsfeld.....	102
Abbildung 7-8: Bedeutung kultureller Diversität in den Unternehmen nach Transformationsfeld	103
Abbildung 7-9: Impulse durch die Hochschulen für die Unternehmen nach Transformationsfeld	104

Abbildung 7-10: Bedeutung verschiedener Aspekte der Internationalisierung nach
Transformationsfeld 105

Literaturverzeichnis

AIFS – American Institute For Foreign Study, 2018, AIFS Study Abroad Alumni Outcomes. A longitudinal study of personal, intercultural and career development based on a survey of our alumni from 1990 to 2017, Stamford

Anger, Christina / Betz, Julia / Plünnecke, Axel, 2023, Die Aufgaben der Hochschulen im Transformationsprozess, Gutachten für die Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft (INSM), Köln

Anger, Christina / Betz, Julia / Plünnecke, Axel, 2024, MINT-Frühjahrsreport 2024; Herausforderungen der Transformation meistern, MINT-Bildung stärken, Gutachten für BDA, Gesamtmetall und MINT Zukunft schaffen, Köln

Asankulova, Zhanylai / Thomsen, Stephan, 2024, Studying abroad experience and the wages of females, in: Higher Education, 87. Jg., Nr. 2, S. 401–431

BA, 2024, Qualifikationsspezifische Arbeitslosenquoten (Jahreszahlen), 2015 bis 2023, https://statistik.arbeitsagentur.de/SiteGlobals/Forms/Suche/Einzelheftsuche_Formular.html;jsessionid=611D9847C8363E00E9470EDEF78F52DE?nn=1610088&topic_f=alo-qualiquote [19.08.2024]

Baker, Scott R. / Bloom, Nicholas / Davis, Steven J., 2016, Measuring Economic Policy Uncertainty, in: The Quarterly Journal of Economics, 131. Jg., Nr. 4, S. 1593–1636

BMBF, Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2023, Die Studierendenbefragung in Deutschland: 22. Sozialerhebung. Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2021, Berlin

Boehnke, Klaus / Dragolov, Georgi / Arant, Regina / Unzicker, Kai, 2024, Gesellschaftlicher Zusammenhalt in Deutschland 2023, Gütersloh

Böhme, Rebecca, 2019, Resilienz. Die psychische Widerstandskraft, München

Braselmann, Silke / Ewers, Sophie Elly / Kramer, Philipp, 2023, Kompetenzvermittlung durch digitale Auslandserfahrungen im Studium. Eine Studie zu den Potenzialen für eine interkulturelle und reflexive Lehramtsausbildung, in: Herausforderung Lehrer*innenbildung - Zeitschrift zur Konzeption, Gestaltung und Diskussion, 6. Jg., Nr. 1, S. 113–129

Chmitorz, A. et al., 2018, Intervention studies to foster resilience. A systematic review and proposal for a resilience framework in future intervention studies, in: Clinical psychology review, 59. Jg., S. 78–100

Clermont, Marcel / Gerets, Britta / Meyer, Mathias, 2012, Wie lässt sich Kompetenz an Hochschulen (v)ermitteln? Eine Fragestellung für das Hochschulmanagement bzw. -controlling, in: Hochschulmanagement, 7. Jg., Nr. 3, S. 66–74

DAAD (Hrsg.), 2016, Hochschulabsolventen mit Auslandserfahrungen auf dem deutschen Arbeitsmarkt, durchgeführt vom Institut der deutschen Wirtschaft, <https://www.iwkoeln.de/studien/christiane-konegen-grenier-beate-placke-hochschulabsolventen-mit-auslandserfahrungen-auf-dem-deutschen-arbeitsmarkt.html> [15.04.2024], Bonn

DAAD (Hrsg.), 2020, Die Bedeutung von Auslandserfahrung für den Karriereerfolg von Hochschulabsolventen auf dem deutschen Arbeitsmarkt, DAAD-Wirkungsstudie, durchgeführt vom Institut der deutschen Wirtschaft, <https://eu.daad.de/service/auswertung-und-statistik/studien-und-auswertungen-der-na-daad/daad-iw-studie-2019/de/78483-die-bedeutung-von-auslandserfahrung-fuer-den-karriereerfolg-von-hochschulabsolventen-auf-dem-deutschen-arbeitsmarkt-daad-iw-studie-2019/> [15.04.2024], Bonn

DAAD / DZHW, 2023, Wissenschaft weltoffen, Daten und Fakten zur Internationalität von Studium und Forschung in Deutschland und weltweit, Bonn

Deardorff, Daral K., 2006, The Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization at institutions of higher education in the United States, in: Journal of Studies in International Education, Jg. 10, Nr. 3, S. 241–266

Demary, Vera / Matthes, Jürgen / Plünnecke, Axel / Schaefer, Thilo, 2021, Gleichzeitig: Wie vier Disruptionen die deutsche Wirtschaft verändern, IW-Studien, Köln

Demary, Vera / Matthes, Jürgen / Plünnecke, Axel / Schaefer, Thilo / Schmitz, Edgar, 2024, Herausforderungen der Transformation für die Unternehmen in Deutschland, in: IW-Trends, 51. Jg., Nr. 3, S. 89-106

Deutsche Industrie- und Handelskammer, 2024, Going International 2024. Erfahrungen und Perspektiven der deutschen Wirtschaft im Auslandsgeschäft - Ergebnisse einer Unternehmensumfrage, Berlin

Dietz, Annette, 2023, Handlungsempfehlungen Diversity Management. Vielfaltspotenziale gestalten und nutzen, Köln

Engel, Constanze / Janson, Kerstin / Schomburg, Harald / Teichler, Ulrich, 2009, Der berufliche Ertrag der ERASMUS-Mobilität. Die Auswirkungen internationaler Erfahrung auf die Berufswege von ehemals mobilen Studierenden und Lehrenden (VALERA-Studie), Bonn

Erpenbeck, John, 2012, Was sind Kompetenzen?, in: Faix, Werner (Hrsg.), Kompetenz, Festschrift Prof. Dr. John Erpenbeck zum 70. Geburtstag, Stuttgart

Erpenbeck, John / Rosenstiel, Lutz von / Grote, Sven / Sauter, Werner, 2017, Handbuch Kompetenzmessung, 3. Auflage, Stuttgart

ESN, 2022, ESNsurvey. Understanding the Experience & Needs of Exchange Students in Challenging Times, Brüssel

EU – European Commission, 2019, Erasmus+ Higher Education Impact Study, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/94d97f5c-7ae2-11e9-9f05-01aa75ed71a1/language-en> [11.9.2024]

European Commission, 2024a, Erasmus+ Leitfaden, Brüssel

European Commission, 2024b, The future of European competitiveness, Brüssel

European Commission, 17.09.2024a, Roxana Mînzatu. Executive Vice-President-designate for People, Skills and Preparedness, Brüssel

European Commission, 17.09.2024b, Ursula von der Leyen stellt Kollegium der EU-Kommission 2024-2029 vor, https://germany.representation.ec.europa.eu/news/ursula-von-der-leyen-stellt-kollegium-der-eu-kommission-2024-2029-vor-2024-09-17_de

Farrugia, Christine / Sanger, Jodi, 2017, Gaining an Employment Edge: The Impact of Study Abroad on 21st Century Skills & Career Prospects in the United States, New York

Favero, Luca / Fucci, Andreina, 2017, The Erasmus effect on earnings. A panel analysis from Siena, in: Quaderni del Dipartimento di Economia Politica e Statistica, Nr. 762, S. 1–45

Fisher, Colleen / Hitchcock, Laurel Iverson / Moak, Stacy / Neyer, Ashley / Moore, Sarah / Marsalis, Scott, 2022, Does Faculty-Led Short-Term Study Abroad Improve Students' Global Competence? Findings From a Systematic Review and Evidence Gap Map, in: The Forum on Education Abroad, 35. Jg., Nr. 1, S. 417–452

Flake, Regina / Jansen, Anika, 2020, Die Fachkräftesituation in IT-Berufen und Potentiale der Zuwanderung. Studie im Rahmen des Projektes Kompetenzzentrum Fachkräftesicherung (KOFA) in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi), Köln

Genkova, Petia, 2022, Diversity und Diversity Management. Ein kritischer Überblick, in: Genkova, Petia / Semke, Edwin / Schreiber, Henrik (Hrsg.), 2022, Diversity nutzen und annehmen, Wiesbaden, S. 3-18

Genkova, Petia / Kruse, Lisa, 2021, Auslandsaufenthalt als Kompetenzschule? Eine empirische Untersuchung der Auswirkungen von Auslandsaufenthalten auf die berufsbezogenen Kompetenzbereiche, in: Gruppe. Interaktion. Organisation. Zeitschrift für Angewandte Organisationspsychologie, 52. Jg., Nr. 1, S. 135–146

Genkova, Petia / Schubert, Christiane Elisabeth, 2020, Die Wechselwirkungen zwischen Auslandsaufenthalt, interkultureller Kompetenz und soziokultureller Anpassung für Auslandsentscheidungen, in: Gruppe. Interaktion. Organisation, Zeitschrift für Angewandte Organisationspsychologie, 51. Jg., S. 103–116

Genkova, Petia / Schreiber, Henrik / Schneider, Jan, 2022, Der Einfluss von studienorientierten Auslandsaufenthalten auf Fremdenfeindlichkeit unter Berücksichtigung der Aufenthaltsdauer, interkulturellen Kompetenz und Kontaktqualität, in: Genkova, Petia / Semke, Edwin / Schreiber, Henrik (Hrsg.), 2022, Diversity nutzen und annehmen, Wiesbaden, S. 199–219

Geyer, Gunnar / Uriep, Amrisha, 2012, Strategien der Internationalisierung von KMU, HWWI Policy Paper 65, Hamburg

Haag, Maike / Kohlisch, Enno / Koppel, Oliver, 2024, Der Innovationsbeitrag von Migration nach Branchen, IW-Kurzbericht, Nr. 16, Köln

Herzfeldt, Erna / Sackmann, Sonja, 2019, Interkulturelle Kompetenz – eine Schlüsselqualifikation von morgen, in: Sackmann, Sonja (Hrsg.), Führung und ihre Herausforderungen, Wiesbaden, S. 353–369

Heyse, Volker / Erpenbeck, John, 2009, Kompetenztraining, 64 Modulare Informations- und Trainingsprogramme für die betriebliche, pädagogische und psychologische Praxis, 2. Auflage, Stuttgart

Hofmann, Yvette E. / Müller-Hotop, Raphael / Datzler, Daniela, 2020, Die Bedeutung von Resilienz im Hochschulkontext. Eine Standortbestimmung von Forschung und Praxis, in: Beiträge zur Hochschulforschung, 42. Jg., S. 10–35

Hüther, Michael / Bardt, Hubertus / Bähr, Cornelius / Matthes, Jürgen / Röhl, Klaus-Heiner / Rusche, Christian / Schaefer, Thilo, 2023, Industriepolitik in der Zeitenwende, IW-Policy Paper, Nr. 7, Köln

IU – International Unit / British Council, 2015, Student perspectives on going international, London

IW Consult, 2011, Internationalisierung und Fachkräfte – Interkulturelle Kompetenz als Erfolg. Befragung und empirische Analyse im Auftrag des Verbandes des Metall- und Elektroindustrie Baden-Württemberg, Köln

IW- Personalpanel, 2024, Welle 35, IW- Personalpanel - Institut der deutschen Wirtschaft (IW) (www.iwkoeln.de/themen/iw-panels/iw-personalpanel.html)

Jones, Elspeth, 2012, Challenging received wisdom, in: Beelen, Jos / de Wit, Hans (Hrsg.), 2012, Internationalisation revisited. New Dimensions in the Internationalisation of Higher Education, Amsterdam, S. 37–49

Kratz, Fabian / Netz, Nicolai, 2018, Which mechanisms explain monetary returns to international student mobility?, in: Studies in Higher Education, 43. Jg., Nr. 2, S. 375–400

Kroher, Martina / Beuße, Mareike / Isleib, Sören / Becker, Karsten / Ehrhardt, Marie-Christin / Gerdes, Frederike / Koopman, Jonas / Schommer, Theresa / Schwabe, Ulrike / Steinkühler, Julia / Völk, Daniel / Peter, Frauke / Buchholz, Sandra, 2023, Die Studierendenbefragung in Deutschland: 22. Sozialerhebung, Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2021, Berlin

Larcombe, Wendy / Ryan, Tracii / Baik, Chi, 2023, Are international students relatively resilient? Comparing international and domestic students' levels of self-compassion, mental health and wellbeing, Higher Education Research & Development, DOI:10.1080/07294360.2023.2234315

Littkemann, Jörn / Maizi, Sarah / Dakkak, Hayma, 2020, Einfluss der kulturellen Vielfalt auf die Innovationsfähigkeit von Unternehmen, in: Hölzle, Katharina / Tiberius, Victor (Hrsg.), Perspektiven des Entrepreneurships. Unternehmerische Konzepte zwischen Theorie und Praxis, Freiburg, S. 153–166

Liwiński, Jacek, 2019, Does it pay to study abroad? Evidence from Poland, in: International Journal of Manpower, 40. Jg., Nr. 3, S. 525–555

LSE / CFE – LSE Enterprise / CFE research, 2014, Research and analysis on the benefits of international opportunities, CFE Research & LSE Enterprise report for the British Council, <https://www.lse.ac.uk/business-and-consultancy/consulting/consulting-reports/research-and-analysis-of-the-benefits-of-international-education-opportunities> [11.9.2024]

Macrobond, 2024, Economic Policy Uncertainty Index, <https://www.macrobond.com/index.html> [07.08.2024]

Maddux, William W. / Bivolaru, Eliza / Hafenbrack, Andrew C. / Tadmor, Carmit T. / Galinsky, Adam D., 2013, Expanding Opportunities by Opening Your Mind: Multicultural Engagement Predicts Job Market Success through Longitudinal Increases in Integrative Complexity, in: Social Psychological and Personality Science, 5. Jg., Nr. 5, S. 608–615

Maharaja, Gita, 2018, The Impact of Study Abroad on College Students' Intercultural Competence and Personal Development, in: International Research and Review: Journal of Phi Beta Delta, 7. Jg., Nr. 2, S. 18–41

Mikulec, Erin, 2019, Short-Term Study Abroad for Pre-service Teachers: Personal and Professional Growth in Brighton, England, in: International Journal for the Scholarship of Teaching and Learning, 13. Jg., Nr. 1, Artikel 11

Middendorff, Elke / Apolinarski, Beate / Becker, Karsten / Bornkessel, Philipp / Brandt, Tasso / Heißenberg, Sonja / Poskowsky, Jonas, 2017, Die wirtschaftliche und soziale Lage der Studierenden in Deutschland 2016, Zusammenfassung zur 21. Sozialerhebung des Deutschen Studentenwerks – durchgeführt vom Deutschen Zentrum für Hochschul- und Wissenschaftsforschung, Berlin

Moser, Michaela / Häring, Karin, 2023, Einleitung: Resilienz – eine notwendige Zukunftskompetenz, in: Moser, Michaela / Häring, Karin (Hrsg.), Gesund bleiben in kranken Unternehmen, Wiesbaden, S. 1–16

Netz, 2021, Who benefits most from studying abroad? A conceptual and empirical overview, in: Higher Education, Nr. 82, S. 1049–1069

Netz, Nicolai, 2022, Beeinflusst studienbezogene Auslandsmobilität das Arbeitseinkommen? Ergebnisse eines Literaturreviews, Bonn

Nicolaus, Meike / Duchek, Stephanie, 2020, 20 Jahre Bologna und Beschäftigungsfähigkeit. Eine qualitative Studie zu Einflussmöglichkeiten der Hochschulausbildung auf die Resilienz von Absolventinnen und Absolventen, in: Beiträge zur Hochschulforschung, 42. Jg., S. 56–80

Niemietz, Jaqueline / Lohbeck, Annette / Heinschel, Anne, 2023, Kompetenzstufenbesetzungen im Fach Englisch, in: Stanat, Petra et al. (Hrsg.), IQB-Bildungstrend 2022. Sprachliche Kompetenzen am Ende der 9. Jahrgangsstufe im dritten Ländervergleich, S. 97–128

Norris, Emily Mohajeri / Gillespie, Joan, 2008, How Study Abroad Shapes Global Careers. Evidence From the United States, Journal of Studies in International Education, 13. Jg., Nr. 3, S. 382–397

Öz, Yakup / van Praag, Lore, 2023, Can participation in learning abroad mobility support pro-European Union attitudes among youth?, in: European Educational Research Journal, 22. Jg., Nr. 4, S. 538–554

Petzold, Knut, 2017, Studying Abroad as a Sorting Criterion in the Recruitment Process. A Field Experiment Among German Employers, in: Journal of Studies in International Education, 21. Jg., Nr. 5, S. 412–430

Plasa, Tim Niels, 2021, Auswirkungen von internationaler Mobilität im Studium auf das Einkommen von Hochschulabsolvent*innen, in: Fabian, Gregor / Flöther, Choni / Reifenberg, Dirk (Hrsg.), Generation Hochschulabschluss: neue und alte Differenzierungen. Ergebnisse des Absolventenpanels 2017, S. 69–82

Potts, Davina, 2015, Understanding the Early Career Benefits of Learning Abroad Programs, in: Journal of Studies in International Education, 19. Jg., Nr. 5, S. 441–459

Potts, Davina, 2016, Outcomes of Learning Abroad Programs, International Education Association of Australia (ieaa), Melbourne

Richter, Julia / Zimmermann, Julia / Neyer, Franz J. / Kandler, Christian, 2021, Do sojourn effects on personality trait changes last? A five-year longitudinal study, in: European Journal of Personality, 35. Jg., Nr. 3, S. 358–382

Röttger, Christof / Weber, Brigitte / Weber, Enzo, 2020, Qualifikationsspezifische Arbeitslosenquoten, https://doku.iab.de/arbeitsmarktdaten/Qualo_2020.pdf [19.08.2024]

Schöning, Stephan / Mendel, Viktor, 2021, Kompetenzentwicklung im Controlling, Mit systematischer Personalentwicklung in der Digitalisierung und Globalisierung zum Erfolg, Wiesbaden

Soucek, Roman / Schlett, Christian / Pauls, Nina, 2020, Interventionen zur Förderung von Resilienz im Arbeitskontext, in: Michel, Alexandra / Hoppe, Annekatriin (Hrsg.), Handbuch Gesundheitsförderung bei der Arbeit, Wiesbaden, S. 1–16

Statistisches Bundesamt, 2024, Deutsche Studierende im Ausland, Ergebnisse des Berichtsjahres 2021, Statistischer Bericht, Wiesbaden

Statistisches Bundesamt, verschiedene Jahrgänge, Deutsche Studierende im Ausland, Wiesbaden

Thomas, Alexander, 2021, Interkulturelle Handlungskompetenz. Versiert, angemessen und erfolgreich im internationalen Geschäft, Wiesbaden

Weinert, Franz Emanuel (Hrsg.), 2001, Leistungsmessung in Schulen, Weinheim und Basel

Zimmermann, Julia / Greischel, Henriette / Jonkmann, Kathrin / Neyer, Franz J., 2021a, Growth all along the road? Personality development and international contacts of (in)experienced sojourners, in: European Journal of Personality, 35. Jg., Nr. 4, S. 581–597

Zimmermann, Julia / Greischel, Henriette / Jonkmann, Kathrin, 2021b?, The development of multicultural effectiveness in international student mobility, in: Higher Education, 82. Jg., S. 1071–1092

Zimmermann, Julia / Neyer, Franz J., 2013, Do We Become a Different Person When Hitting the Road? Personality Development of Sojourners, in: Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 105, No. 3, S. 515–530

Zimmermann, Julia / Preuß, Judith Sarah / Jonkmann, Kathrin, 2024a, Proactive Personality and international student mobility: Patterns of self-selection and development, in: Personality and Individual Differences, Nr. 219, Artikel 112501

Zimmermann, Julia / Yildirim, Hüseyin Hilmi / Preuß, Judith Sarah, 2024b, Campus International 2022, Final Report, Bonn

Zimmermann, Volker, 2015, Was zeichnet langfristig erfolgreiche Unternehmen aus?, in: KfW Research, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 113

