

GATE-Germany (Hrsg.)

BILDUNGSMARKETING IN CHINA

Erfolgreich rekrutieren und Kooperationen knüpfen.
Ein Leitfaden für deutsche Hochschulen

GATE-Germany (Hrsg.)

BILDUNGSMARKETING IN CHINA

Erfolgreich rekrutieren und Kooperationen knüpfen.
Ein Leitfaden für deutsche Hochschulen

Bibliographische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Herausgeber: GATE-Germany

Konsortium Internationales Hochschulmarketing

c/o Deutscher Akademischer Austauschdienst

Kennedyallee 50, 53175 Bonn

www.gate-germany.de

Verantwortlich: Stefan Hase-Bergen

Koordination und Redaktion: Silvia Hoffmann, Dorothea Neumann

Gestaltung und Satz: axeptDESIGN, Berlin

Gesamtherstellung: W. Bertelsmann Verlag, Bielefeld

Auflage: Juli 2012 | 1.000

© W. Bertelsmann Verlag

GmbH & Co. KG, Bielefeld 2012

Die in dieser Publikation verwendete männliche Form schließt stets die weibliche Form mit ein.

Nachdruck und Verwendung in elektronischen Systemen – auch auszugsweise – nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung durch das Konsortium für Internationales Hochschulmarketing – GATE-Germany.

Dieser Band erscheint im Rahmen des Konsortium für Internationales Hochschulmarketing – GATE-Germany. Eine gemeinsame Initiative von HRK und DAAD, die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wird.

Bestell-Nr. 6004286

ISBN: 978-3-7639-5086-7

ISBN E-Book: 978-3-7639-5087-4

Vorwort	5
1 Chancen, Herausforderungen und Reformen: Der Bildungsmarkt Volksrepublik China	7
1.1 Ökonomischer und demografischer Hintergrund	8
1.2 Das Bildungssystem in der Volksrepublik China – über Variablen und Konstanten	18
1.2.1 Universitäre Entwicklungen im Perflussdelta in Schlaglichtern	30
1.2.2 Bildungsmarkt Shanghai – Potenziale, Grenzen, Chancen	36
1.3 Die Arbeit der Akademischen Prüfstelle Peking	43
1.4 Erfolgreicher Einsatz von Instrumenten für Hochschulmarketing in China	50
1.5 Fallbeispiele: Hochschulbüros als Marketing-Instrument	68
1.5.1 Die Rolle Chinas im Internationalisierungskonzept der RWTH Aachen	68
1.5.2 Freie Universität Berlin: Von Regierungsstipendiaten, Marketinginstrumenten und Verbindungsbüros	77
1.5.3 Konzentrierte Zusammenarbeit – strategische Partnerschaft: Georg-August-Universität Göttingen und die Nanjing Universität	84
1.5.4 Die Universität Jena in China	90
1.5.5 Das Vertretungsbüro Peking als Marketinginstrument für die TU München (TUM) in China	95
2 Akademischer Austausch mit China: DAAD-Förderprogramme	101
2.1 DAAD-Programme	102
2.2 Fallbeispiel: Anwendungsnah ausgebildete Hochschulabsolventen für China made in Lübeck	110
3 10 Jahre Bildungsmarketing in China: GATE-Germany zieht Bilanz	119
Zusammenfassung und Ausblick	131
Literatur- und Quellenverzeichnis	135

Die Volksrepublik China hat sich in den letzten Jahren zur zweitgrößten Volkswirtschaft hinter den USA entwickelt und Deutschland als „Exportweltmeister“ abgelöst. Diese beeindruckende Entwicklung hat zur Folge, dass China auch politisch zu einer Weltmacht geworden ist, deren Stimme in allen wichtigen internationalen Gremien zunehmend an Bedeutung gewinnt.

Auch als Wissenschaftsnation hat sich China rasant entwickelt: Wenn es um die Anzahl der veröffentlichten wissenschaftlichen Fachartikel geht, steht China mittlerweile als Nummer zwei hinter den USA. Prognosen gehen bei einem weiteren stetigen Anstieg davon aus, dass China die USA spätestens 2020 überholen könnte. In der Zahl der Forscher liegt China inzwischen ebenfalls auf Platz zwei hinter den USA.

Deutschland und China arbeiten im Bereich der Wissenschaft seit Langem erfolgreich zusammen. Chinesische Studierende sind mit Abstand die größte Gruppe ausländischer Studierender in Deutschland, und auch deutsche Studierende entscheiden sich zunehmend für einen Studien- oder Praxisaufenthalt in der VR China. Die Zahl der bei der Hochschulrektorenkonferenz registrierten Hochschulkooperationen ist 2011 noch einmal sprunghaft angestiegen und beträgt mittlerweile über 750.

Angesichts der zunehmenden Bedeutung Chinas auch als Wissenschaftsstandort stellt sich die Frage, welche Chancen sich daraus für deutsche Hochschulen und Forschungseinrichtungen in der Zusammenarbeit mit Partnern in China bieten, aber auch, welche Risiken sich unter Umständen auf tun.

Der vorliegende Band möchte Orientierung in der chinesischen Wissenschaftslandschaft bieten und zu einem besseren Verständnis für diesen dynamischen Markt, der unter anderen kulturellen Vorzeichen agiert, beitragen. Dazu wird zunächst das chinesische Bildungssystem erläutert. Da die Bedingungen für ein erfolgreiches Marketing in China regional unterschiedlich ausgeprägt sind, werden die regionalen Besonderheiten von Shanghai und Südchina in einem eigenen Abschnitt erläutert. Ein wichtiges Ziel vieler deutscher Hochschulen und Forschungseinrichtungen ist die Rekrutierung exzellenter chinesischer Studierender, Promovenden und Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler. Diesem Aspekt wird daher eine besondere Bedeutung eingeräumt, indem neben den Bedingungen für den Hochschulzugang chinesischer Studierender in Deutschland auch mögliche Rekrutierungsinstrumente im chinesischen Bildungsmarkt vorgestellt

werden. Zudem werden erfolgreiche deutsch-chinesische Hochschulprojekte und Aktivitäten deutscher Universitäten und Fachhochschulen in China unter Marketing-Gesichtspunkten beleuchtet. Auch ein kurzer Blick auf die internationalen Wettbewerber darf in solch einer Studie nicht fehlen. Schließlich unterstützt der DAAD die deutschen Hochschulen mit seinen vielfältigen Förderprogrammen in ihren Aktivitäten auf dem chinesischen Bildungsmarkt.

Die beschriebenen Marketinginstrumente sind dann besonders erfolgreich, wenn sie im Rahmen einer zielgerichteten institutionellen China-Strategie eingesetzt werden. Eine solche Strategie ist – auch im Sinne der Schaffung eines beiderseitigen Mehrwertes in Abstimmung mit den chinesischen Partnern – sehr hilfreich.

Wir hoffen, dass die vorliegende Studie Ihnen als Orientierung bei der Weiterentwicklung Ihrer chinabezogenen Aktivitäten dient, und wünschen eine anregende Lektüre!

STEFAN HASE-BERGEN

Leiter der Gruppe
„Kommunikation und Marketing“
(von 2007 bis 2012 Leiter der
Außenstelle Peking)

Deutscher Akademischer Austauschdienst

MARIJKE WAHLERS

Leiterin der
Internationalen Abteilung
Hochschulrektorenkonferenz

CHANCEN, HERAUSFORDERUNGEN UND REFORMEN: DER BILDUNGSMARKT VOLKSREPUBLIK CHINA



Chinesische Mauer in
Mutianyu

Dorothea Leonardi

1.1 ÖKONOMISCHER UND DEMOGRAFISCHER HINTERGRUND

Thomas Korytko,

Leiter des DAAD-Informationszentrums Guangzhou

„Wir haben eine enge Zusammenarbeit im Bereich Bildung und Forschung, in der Wissenschaft, in der Energiepolitik und in der Umweltpolitik. Das alles kann aber noch intensiviert werden.“

(Merkel 2012)

Das Tempo und Ausmaß des chinesischen Wirtschaftswachstums hat China im letzten Jahrzehnt ins Zentrum des allgemeinen Interesses rücken lassen. 2012 feiert man das 40-jährige Bestehen der deutsch-chinesischen Beziehungen sowie das China-Jahr in Deutschland. Während das Land und sein autokratisch-geleitetes Wachstumsmodell in verschiedenen Schwellen- und Entwicklungsländern zunehmend Zustimmung erfahren, wird China gerade in Deutschland oft zwiespältig wahrgenommen. Dafür verantwortlich sind einerseits seine Rolle als maßgeblicher Handelspartner der exportorientierten deutschen Industrie und Absatzmarkt für deutsche Konsumgüter mit Wachstumstendenz¹ sowie als zukunftssträchtige Wirtschaftsmacht. Vonseiten der Universitäten spielt der Umstand, dass chinesische Studierende die größte Gruppe ausländischer Studierender an deutschen Hochschulen stellen (s. European Commission/Ministry of Education in China 2011, 5), sicherlich eine Rolle. Andererseits gibt es tiefgreifende Diskrepanzen in den Wertesystemen beider Länder, beispielhafte Konflikte, wenn es um Verstöße gegen das geistige Eigentum, um erzwungenen Technologietransfer oder auch ungleiche Wettbewerbsbedingungen für private oder staatliche sowie ausländische oder inländische Anbieter in China geht (vgl. Merkel 2012). Ihre Thematisierung gestaltet sich u. a. durch divergente Konfliktlösungsstrategien, abweichende Kulturstandards (vgl. Liu 2010, 53–71) und unterschiedliche Interessen der Beteiligten kompliziert und zieht regelmäßig erhebliche Missstimmung nach sich. Gerade angesichts dieses komplexen Verhältnisses zu diesem nur schwer als einheitlichem Markt zu beschreibenden Land erscheint das langfristige qualitative Engagement deutscher Hochschulen in China als Chance, bilaterale wirtschaftliche Interessen, nachhaltige Forschung und dadurch

¹ Deutschland ist Chinas wichtigster Handelspartner in der EU und steht für China an sechster Stelle im weltweiten Vergleich. China wird, laut aktuellen Prognosen, 2012 Deutschlands wichtigster Handelspartner außerhalb der EU sein. Bereits im Vorjahr hatte China Deutschland den Rang als Exportweltmeister abgelassen. Das bilaterale Handelsvolumen erreichte die Rekordmarke von 140 Milliarden Euro im Jahr 2011 (vgl. Merkel 2012).

für alle Beteiligten faire Innovation sowie Fortsetzung und Entwicklung des deutsch-chinesischen Dialoges zu befördern. Gleichzeitig betritt man ein „Minenfeld“, welches – z. B. aufgrund der fehlenden Transparenz der lokalen Verhältnisse und Zielvorstellungen sowie disparaten Kommunikationsstrategien – die Ausbildung von professionellen Netzwerken, hohe Wettbewerbsfähigkeit und spezifische Markt- sowie Zielgruppenkenntnis- se fordert.

WIRTSCHAFTS- UND GESELLSCHAFTSPOLITISCHE RAHMENBEDINGUNGEN

Chinas aktueller (zwölfter) Fünfjahresplan (2011–2015) steht im Zeichen des Strukturwandels. Neben der Investition von umgerechnet rund 430 Milliarden Euro in Schlüsselindustrien (neue Materialien, Informationstechnologie, Biotechnik, Luftfahrt, Marine, Umweltschutz, Produktionstechnik und High-Tech-Dienstleistungen) und deren technologische Entwicklung sind der Ausbau der (bislang wenig entwickelten) Sozialsysteme und die nachhaltige Förderung des Binnenkonsums Ziele, die explizit formuliert werden. Damit geht auch eine Anhebung der Löhne bei Begrenzung der Inflation sowie, als Folge, eine geringere Abhängigkeit vom Export und damit von den weltwirtschaftlichen Schwankungen als Anreiz einher. Darüber hinaus werden die Förderung strukturschwächerer Regionen und somit ein Abbau des vorhandenen regionalen innerchinesischen Gefälles sowie Umweltschutzmaßnahmen und speziell ein Fokus auf erneuerbare Energien, um Chinas rapide wachsenden Energiebedarf zumindest in Teilen aufzufangen, bestätigt (vgl. Central People's Government of the People's Republic of China 2011; Hirn 2011). Die wachsenden Herausforderungen in den Bereichen Energieversorgung und Umweltverschmutzung sind teils der chinesischen Industrie, teils aber auch den sich drastisch wandelnden Konsumgewohnheiten der chinesischen Mittelschicht (s. 2.1.2) geschuldet (vgl. Hefele/Dittrich 2011, 61 f. sowie Li, Cheng 2010²). Während vormals rapide Industrialisierung und der Ausbau des sekundären Sektors im Zentrum der Förderungsmaßnahmen standen, tritt Peking nun für eine Mäßigung des Wachstums ein: Als Jahresdurchschnitt für die derzeitige Planphase werden 7 % Wachstum angestrebt – im Vergleich dazu lag der tatsächlich realisierte Landesdurchschnitt für 2010 noch bei 10,2 % und 2009, bedingt durch die weltweite Finanzkrise, bei 9,2 % (vgl. Hirn 2011).

² Die Entwicklung der Konsumgewohnheiten der wachsenden chinesischen Mittelschicht besitzt heute weltweite ökologische Brisanz: „The simple truth is that the World cannot sustain a large Chinese middle class that continues to strive for American levels of consumption (especially of fossil fuels). The sensibilities and social ethos of China's middle class will thus potentially have profound global repercussions“ (Lieberthal 2010, Vorwort).

Hintergrund dieser Entwicklung sind die sich stetig verbreiternde Kluft zwischen Arm und Reich sowie zwischen Land- und Stadtbevölkerung in der VR China, drohende Inflation und das damit einhergehende gesellschaftliche Konfliktpotenzial:

„Chinas Gini-Koeffizient (ein Maß für die Ungleichheit der Einkommensverteilung in einer Gesellschaft) ist in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und liegt momentan bei 0,48. Ein Wert von über 0,4 wird gemeinhin als gefährlich für die gesellschaftliche Stabilität eingestuft.“

(Hefe/Dittrich 2011, 69)

Um dem effektiv zu begegnen, nutzt die chinesische Führung u. a. Subventionen in bislang strukturschwächeren Regionen bei gleichzeitiger Anhebung und Durchsetzung der Mindestlöhne z. B. in den Industriegürteln um Shanghai und im Perflussdelta. Damit sollen technologie- und wissensschwache Industrien (z. B. Textilindustrie), welche auf Billiglohnarbeiter angewiesen sind, zum Wechsel ins ‚Hinterland‘ animiert werden, welches so ebenfalls industrialisiert und infrastrukturell erschlossen werden soll (vgl. Schucher/Kruger 2010, 124). Geringe Lebenshaltungskosten in diesen Regionen sowie die Gelegenheit für viele der sogenannten Wanderarbeiter, näher an ihren Herkunftsgebieten tätig zu sein, machen dies zu einem attraktiven Angebot für chinesische Arbeitnehmer mit geringer Qualifikation, welche bislang in ‚informellen‘ Beschäftigungsverhältnissen in den industriellen Ballungszentren tätig waren. Trotz Subventionen und Steuervergünstigungen ist zu erwarten, dass ein Teil dieser Arbeitgeber in ein ‚neues‘ Billiglohnland abwandern wird. Man begegnet mit diesen Maßnahmen nicht nur den zunehmenden Arbeitskämpfen,³ sondern ist auch bemüht, Umweltbelastungen aus Industrien mit geringer Wertschöpfung in diesen privilegierten Zonen klein zu halten.

Für die industriellen Zentren des Landes setzt die Kommunistische Partei Chinas (KPCh) auf die Ansiedlung kapital-, technologie- und wissensintensiver Industrien, welche besser aus- und weitergebildete und in Folge auch

³ Für die Provinz Guangdong geht Li zwischen dem 25. Mai und dem 12. Juli 2010 von mindestens 36 Streiks für höhere Bezahlung aus (Li, Wenfang 2010; vgl. auch Schucher/Kruger 2010, 126 f. zur Entwicklung der Zahl von Arbeitsdisputen). Deren coverage erfolgt maßgeblich über digitale Medien (vgl. ebd. 127 f.), welche von den Streikenden als Tool eingesetzt werden.

besser bezahlte Arbeitskräfte⁴ benötigen. Vor diesem Hintergrund können das Bildungsniveau der industriellen Zentren, der Einkommensdurchschnitt der Region und das dort angesiedelte Konsumpotenzial nachhaltig vorangetrieben werden. Der tertiäre Sektor hat sich in China, bedingt durch das rasante, durch staatliche Subvention ermöglichte Tempo der chinesischen Industrialisierung, fehlendes Outsourcing von Dienstleistungen in Staatsbetrieben und das sich nur langsam verbessernde durchschnittliche Bildungsniveau in der VR China, langsamer als in anderen *emerging markets* (s. Brasilien oder Indien) entwickelt, wächst nun aber um etwa 3 % schneller als der sekundäre Sektor. Es ist wahrscheinlich, dass er diesen in seiner Relevanz für das BIP zwischen 2015 und 2020 überflügeln wird (vgl. Ehmer 2011, 3). Steigende Löhne sorgen für steigende Partizipation eines größeren Teils der urbanen Bevölkerung am wachsenden gesellschaftlichen Wohlstand. Der geplante Ausbau der Sozialsysteme (z. B. Krankenversicherung) führt zu einer weiteren Entlastung des Konsumenten und zielt damit ebenfalls, neben der Absicherung der alternden Bevölkerung und den *White-collar*-Arbeitsplätzen in diesem Bereich sowie einer Nivellierung sozialer Spannungen, auf eine Steigerung der bislang mit 36 % geringen Konsumrate ab. Experten prognostizieren, dass China sich bis 2015 zum weltweit zweitgrößten Markt für Konsumgüter entwickelt haben wird (vgl. Schaaf 2012). Die Kontinuität dieser Entwicklung ist allerdings eng an gesellschaftliche Stabilität – als deren Garant die KPCh trotz aller Vorbehalte von großen Teilen der chinesischen Mittelschicht erlebt wird – sowie eine steigende Verfügbarkeit von qualifizierten und marktorientiert ausgebildeten Arbeitskräften in den Sonderhandelszonen sowie erhöhte Effizienz und Innovationspotenzial vonseiten der Industrie und der Forschung gekoppelt. Die letzteren Faktoren sind wiederum eng an die nachhaltige grundlegende Verbesserung des Bildungsniveaus der Bevölkerung durch gezielte Investition und Bildungsförderung gebunden. Dieses gilt es langfristig nicht nur in den urbanen, sondern auch in den ländlichen Regionen zu heben,

⁴ Der maßgebliche Lohnzuwachs in der Provinz Guangdong liegt in den Händen von qualifizierten Arbeitern und nicht bei den ungelernten Kräften (vgl. Schucher/Kruger 2010, 124). Diese Tendenz wird sich mit hoher Wahrscheinlichkeit fortschreiben und den Druck von unten für bessere bedarfsorientierte Schul- und Ausbildungsmöglichkeiten zeitigen. Eine erhebliche Einkommens- und Chancenungleichheit – durch beschränkten Zugang zu Sozialleistungen sowie Bildungseinrichtungen – zwischen lokalen und ‚informell‘ zugezogenen Arbeitskräften (Wanderarbeitern) ist dem *Hukou*-System geschuldet, welches aus der Mao-Ära stammend die Bevölkerung in Stadt- und Landbevölkerung unterteilt und deren Wohnsitz festschreibt. Eine Reform des *Hukou*-Systems wird momentan diskutiert (vgl. Caixin Online 2012). Aktuell schätzt man die Zahl der Menschen, welche ohne städtische *Hukous* in den urbanen Ballungsräumen ansässig sind und in Folge keinen adäquaten Zugang zu Sozialleistungen und Bildungseinrichtungen haben, auf zwischen 206 und 221 Millionen. Sie stellen 23 % der dort insgesamt Beschäftigten. Diese eklatant hohe Zahl wurde unter anderem durch die 2011 durchgeführte (alle zehn Jahre in der VR China stattfindende) Volkszählung offengelegt.

da es Voraussetzung für die Partizipation am gesellschaftlichen Wohlstand und Aufschwung ist.⁵



Straßenszene/Dorothea Leonhardi

ZIELGRUPPE FÜR EIN STUDIUM IM AUSLAND

Seit 1998 wurde die Zahl der in China bereitgestellten Studienplätze massiv erhöht, und es fand eine Liberalisierung der Hochschulstrukturen statt, welche neben staatlichen Universitäten nun auch private Träger, Kooperationen mit ausländischen Anbietern sowie An-Institute der Hochschulen gestattet (vgl. Goldberger, Kap. 1.2 in diesem Band sowie Lin/Sun 2010, Kap. 10). Derartig massive Veränderungen bergen selbstverständlich Risiken, sowohl was die Wahrung der Qualität anbelangt als auch bezüglich des Risikos, am Markt vorbei auszubilden. Seit 2006 haben laut Bildungsministerium bis zu 25 % der Absolventen Schwierigkeiten, nach ihrem Abschluss eine Anstellung zu finden.⁶ Fast 30 % der betroffenen Absolventen haben ihren Abschluss an einer renommierten Universität erworben, viele in so beliebten Fächern wie Medizin, Ingenieurwissenschaften, Wirtschaft oder Management. Ein steigender Prozentsatz (7,2 % gegenüber 1,6 %

⁵ Zum Innovationspotenzial ‚made in China‘ und diesbezüglichen Entwicklungsstrategien und Verzahnungen von Universität und Wirtschaft vgl. Orcutt/Hong 2011. Bezüglich der 211- sowie 985-Programme zur Entwicklung und Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von chinesischen Spitzenuniversitäten mit dezidiertem Schwerpunktbildung vgl. Goldberger, Kap. 1.2 in diesem Band sowie <http://www.daad.org.cn/studium-und-forschung-in-china/hochschullisten-und-hochschulrankings/211-projekt> und <http://www.daad.org.cn/studium-und-forschung-in-china/hochschullisten-und-hochschulrankings/985-projekt>.

⁶ Lin/Sun (2010, Kap. 10) sprechen sogar von 30 %.

im Vorjahr) hatte 2010 mindestens einen Mastertitel (vgl. German.China.org.cn 2010).⁷ Für die Absolventen selbst und ihre Familien, welche erhebliche finanzielle Belastungen für deren Studium auf sich genommen haben, stellt diese Entwicklung eine ökonomische Katastrophe und einen enormen Gesichtsverlust dar und führt in nicht zu unterschätzendem Maße zu steigender Zukunftsangst und noch höherem Erfolgsdruck bei allen heute Studierenden. Während vormals bereits die Zuteilung eines Studienplatzes einer künftigen Anstellungsgarantie gleichkam, hat sich die prinzipielle Wahrnehmung des Universitätsabschlusses als Garant für Erfolg auf dem Jobmarkt in China heute radikal ausdifferenziert, dessen Notwendigkeit bleibt aber unbestritten: „[...] by the late 1990s higher education became one of the required conditions for joining the ranks of the middle class“ (Lin/Sun 2010, Kap. 10).

Für deutsche Hochschulen stellt die Krise eine Chance dar: Weiterführende deutsche Abschlüsse gelten in China als ‚schwer‘ zu erlangen, sie werden als Garantie für erbrachte Leistungen, hohe fachliche Kompetenz und als Zeichen von Belastbarkeit und Engagement wahrgenommen. Hinzu kommen die Wahrnehmung Deutschlands als Stabilisator und Wirtschaftsmotor der Euro-Zone, die weiterhin angesehenen ‚deutschen Tugenden‘ wie Gewissenhaftigkeit und Pünktlichkeit (Liu 2010, 72), der Glanz deutscher Luxusmarken sowie die positive Wahrnehmung der öffentlichen Sicherheit des Landes. Der steigende Konkurrenzdruck auf dem chinesischen Arbeitsmarkt führt langfristig zur weiteren Aufwertung von stark berufsbezogenen Studienangeboten, welche praktische Erfahrungen bereits in die Zeit des Studiums integrieren.⁸

In Chinas aktueller wirtschaftlicher Situation ist der Glaube an die Verhältnismäßigkeit von Preis und Leistung ungebrochen, da teure Güter den Status und Erfolg der Familie nach außen kommunizieren und als

⁷ Für diese Gruppe der nach einer adäquat bezahlten Beschäftigung suchenden und in den Großstädten verweilenden Absolventen hat der Soziologe Lian Si den Begriff der ‚Ameisen‘ (yizu) etabliert, da sie diesen ähnlich nach ihrem Studium intelligent und fleißig in extrem beengten Verhältnissen in Clustern, etwa in der Pekinger Vorstadt, leben und Tätigkeiten ohne Beschäftigungssicherheit und für einen geringen Monatslohn von durchschnittlich rund 220 Euro übernehmen (vgl. Lian 2009). Als maßgebliche Faktoren werden neben dem sich verlangsamenden Wirtschaftswachstum vor allem die ihnen zum Zeitpunkt ihres Abschlusses fehlende praktische Erfahrung sowie mangelnde Beziehungen ihrer oft aus ländlicheren Regionen stammenden Familien angesehen, da diese ihren Kindern nicht effektiv durch ihre persönlichen Beziehungen bei der Jobsuche in den Zentren im angestrebten Bereich, in denen die Absolventen nach Arbeit suchen, helfen können. Dem als solchem wahrgenommenen Problem begegnet die chinesische Regierung mit der Förderung von Fortbildungsprogrammen für diese Absolventen sowie finanzieller Unterstützung, wenn diese sich selbstständig machen oder Boni für Absolventen, die Positionen im ‚Hinterland‘ antreten.

⁸ Zum Beispiel in Form von Pflichtpraktika oder bei Studiengängen, welche eine enge Industrie-/Praxiskooperation vorweisen können; ein zukunftsträchtiges Modell der deutschen FHs könnten duale Studiengänge darstellen. Wie entscheidend dieser Faktor für die Anstellungschancen heute ist hebt auch der aktuelle Bericht zur Studierendenmobilität zwischen Europa und China hervor (European Commission/Ministry of Education in China 2011, 6).