



Fachhochschule Nordwestschweiz  
Hochschule für Angewandte Psychologie

Projekt  
International Student Activities:  
Bedürfnisevaluation der  
Austauschstudierenden der FHNW

BACHELOR THESIS

2022

Autorin

Cristallo Sarah Ilaria

Begleitperson

Höchner Melanie

Praxispartner

Vizepräsidium FHNW

Halter Daniel

## Abstract

Die Studierendenmobilität, sprich das Studieren im Ausland, gehört zu einem wichtigen Teil der Internationalisierungsstrategien der Hochschulen. Damit die FHNW ihr ausserschulisches Hochschulprogramm für Austauschstudierende möglichst attraktiv gestalten kann, hat diese Arbeit zum Ziel, Bedürfnisse von Austauschstudierenden ausfindig zu machen. Ausserdem wurde der interkulturelle Kontext berücksichtigt: Gibt es auch Unterschiede in den Aussagen aufgrund der kulturellen Herkunft? Antworten darauf wurden mit einem Mixed Methods Ansatz gesucht, welcher Experteninterviews mit Mitarbeitenden des International Offices sowie einen Fragebogen und Interviews mit Austauschstudierenden inkludiert. Es wurde festgestellt, dass die Verbundenheit zu anderen Studierenden und das Reisen in der Schweiz die zentralen Bedürfnisse während des Auslandssemesters sind. Unterschiedliche Bedürfnisse aufgrund des kulturellen Hintergrunds liessen sich keine finden. Aus den zentralen Erkenntnissen wurde ein Gestaltungsvorschlag für die FHNW erarbeitet, um die erkannten Bedürfnisse in ein zukünftiges Angebot miteinfließen zu lassen und dieses entsprechend weiter zu optimieren.

Anzahl Zeichen Bericht: 124'907

Schlüsselwörter: Internationalisierung, Studierendenmobilität, Auslandssemester, Programmgestaltung, Bedürfnisanalyse, Interkulturell

## Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung.....	1
1.1	Ausgangslage .....	1
1.2	Die Praxispartnerin FHNW & das Projekt ISA .....	2
1.3	Fragestellung und Zielsetzung .....	3
1.4	Aufbau der Arbeit .....	4
1.5	Abgrenzung.....	4
2	Theoretische Herleitung.....	5
2.1	Bedürfnisse .....	5
2.1.1	Bedürfnisse des Menschen.....	5
2.1.2	Forschungsstand: Bedürfnisse der Austauschstudierenden .....	8
2.2	Interkulturelle Forschung .....	10
2.2.1	Kulturvergleichende Theorien .....	10
2.2.2	Akkulturation .....	13
2.2.3	Interkulturelle Kompetenz .....	15
2.2.4	Forschungsstand Interkulturelle Forschung bei Austauschstudierenden .....	16
3	Methodik .....	17
3.1	Untersuchungsdesign .....	17
3.2	Experteninterview .....	19
3.2.1	Sampling & Datenerhebung .....	19
3.2.2	Leitfadenkonstruktion .....	20
3.2.3	Form der Auswertung.....	20
3.3	Fragebogen.....	22
3.3.1	Sampling & Datenerhebung .....	22
3.3.2	Fragebogenkonstruktion .....	23
3.3.3	Form der Auswertung.....	25
3.4	Leitfadeninterviews .....	26
3.4.1	Sampling & Datenerhebung .....	26

3.4.2	Leitfadenkonstruktion .....	27
3.4.3	Form der Auswertung.....	27
4	Ergebnisdarstellung.....	29
4.1	Ergebnisse Experteninterviews .....	29
4.1.1	Berufliche Funktion .....	29
4.1.2	Leben in der Schweiz .....	29
4.1.3	Soziales .....	32
4.1.4	Events .....	33
4.1.5	Interkulturelles .....	34
4.1.6	Einschätzung der zentralen Bedürfnisse .....	35
4.2	Ergebnisse Fragebogen .....	36
4.2.1	Demographische Angaben .....	36
4.2.2	Leben in der Schweiz .....	37
4.2.3	Soziales .....	38
4.2.4	Events .....	40
4.2.5	Interkulturelles .....	40
4.2.6	Highlights.....	41
4.3	Ergebnisse Interviews.....	42
4.3.1	Vorstellung .....	42
4.3.2	Leben in der Schweiz .....	42
4.3.3	Soziales .....	45
4.3.4	Events .....	46
4.3.5	Interkulturelles .....	48
4.3.6	Einschätzung der zentralen Bedürfnisse .....	50
5	Diskussion.....	51
5.1	Zusammenfassung zentraler Befunde.....	51
5.2	Gestaltungsvorschlag .....	56
5.3	Limitationen .....	57

5.4	Ausblick.....	58
5.5	Fazit .....	58
	Literaturverzeichnis.....	59
	Abbildungsverzeichnis.....	65
	Tabellenverzeichnis .....	65
	Anhang .....	66

# 1 Einleitung

Mit der Schilderung der Ausgangslage sowie der Präsentation der Praxispartnerin, wird an das Thema herangeführt. Daraufhin werden die in dieser Arbeit zu erarbeitenden Fragestellungen erläutert. Abschliessend wird der Aufbau dieser Arbeit aufgezeigt und das Thema abgegrenzt.

## 1.1 Ausgangslage

Die Hochschulen weltweit werden heutzutage stark von der Globalisierung beeinflusst. Dies fördert die Internationalisierung der Hochschulen (De Wit, 2008a). Ein wichtiger Bestandteil der Internationalisierung einer Hochschule ist die Studierendenmobilität (Perez-Encinas, Rodriguez-Pomeda & De Wit, 2021). Denn die Anzahl an Studierenden, die an einem internationalen Studierendenmobilitätsprogramm teilgenommen haben, ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Zwischen 2007 und 2019 hat sich die Zahl mehr als verdoppelt (OECD, 2021). Als bisher erfolgreichste und bekannteste Evidenz für die Umsetzung einer Internationalisierungsstrategie für Studierendenmobilität gilt das Erasmus+ Programm der Europäischen Union (Perez-Encinas et al., 2021). In der Schweiz wird die Studierendenmobilität durch den Bund mit Fördermitteln mittels des Swiss-European Mobility Programme (SEMP) unterstützt (Movetia, 2018).

Gemäss einer Meta-Analyse bestehen die Hauptprobleme im Bereich der Studierendenmobilität darin, dass die Hochschulen die Bedürfnisse der Studierenden sowie die Strukturierung der psychologischen und sozialen Unterstützung vom nationalen auf das internationale Umfeld übertragen müssen (Makarova, Makarova & Evarova, 2021). Eine weitere Herausforderung besteht darin, dass durch das wachsende Interesse an Studierendenmobilität auch ein Konkurrenzkampf zwischen Destinationen und Hochschulen ausgelöst wurde (Choudaha, 2017; De Wit, Agarwal, Said, Sehoole & Sirozi, 2008). Um konkurrenzfähig zu bleiben, ist es deshalb für Hochschulen wichtig, eine einzigartige «Student Experience» zu schaffen, um die Anforderungen und Bedürfnisse der Studierenden zu erfüllen (KPMG, 2021). Der Begriff der «Student Experience» geht über den gängigen Begriff aus dem Marketing der «Customer Experience» hinaus und beinhaltet die Sichtweise, den Studierenden als Konsumierenden, Individuum sowie auch als Lernenden zu betrachten (KPMG, 2021). Koris und Nokelainen (2015) bestätigen, dass Studierende zu einem Teil auch wie Kunden und Kundinnen behandelt werden möchten (Koris & Nokelainen, 2015).

In der kommerziellen Welt kann ein Produkt oder ein Unternehmen nur erfolgreich sein, wenn es nach den Bedürfnissen der Kundschaft ausgerichtet ist (Grieve, 2021). Bei der Berücksichtigung der Bedürfnisse der Kundschaft ist jedoch zu beachten, dass innerhalb einer Kundschaft unterschiedliche Bedürfnisse vorhanden sein können (Foerster, 2019). In Bezug auf die Bedürfnisse

von *International Students* im Kontext der Studierendenmobilität stellt sich die Frage des kulturellen Einflusses auf die Bedürfnisse der Einzelnen. Einflüsse der Kultur auf die Werte, Einstellungen, das Verhalten (Hofstede, 2001), die Wahrnehmung (Nisbett & Miyamoto, 2005) oder Emotionsregulation (Trommsdorff, 2007) wurden bereits empirisch bestätigt.

## 1.2 Die Praxispartnerin FHNW & das Projekt ISA

Die Fachhochschule Nordwestschweiz besitzt neun Hochschulen mit einem breiten Angebot an Studiengängen. Sie ist in Bereichen Lehre, Forschung, Weiterbildung und Dienstleistung tätig. Campus gibt es in den Städten Olten, Brugg-Windisch, Solothurn, Basel und Muttenz (FHNW, 2022a).

Die FHNW ist international vernetzt und legt einen grossen Wert auf Internationalität und Internationalisierung (FHNW, 2022b). Die Mobilitätsprogramme an den neun Hochschulen ermöglichen lokalen Studierenden [LS] ein Austauschsemester im Ausland zu machen (Outgoing) und auch auswärtigen Studierenden ihr Auslandssemester an der FHNW zu absolvieren (Incoming). Dafür zuständig sind die International Offices der jeweiligen Hochschulen. D.h. jede Hochschule hat ein International Office [IO], welches sich um die Outgoing und Incoming Studierenden kümmert. Sie erledigen alle administrativen Aufgaben und stehen in Kontakt mit den Studierenden.

Zu Beginn des Semesters wurde bis anhin den Incoming Studierenden eine Welcome Week angeboten mit diversen Events und Ausflügen. Diese Woche wurde ursprünglich von der Hochschule für Wirtschaft [HSW] aufgebaut und durchgeführt. Neu soll ein FHNW-weites Programm unter dem Titel «International Student Activities» [ISA] angeboten werden. Zielgruppe sind alle Incoming Studierenden aller Hochschulen der FHNW und das Angebot wird von allen Hochschulen der FHNW gemeinsam getragen. In erster Linie geht es um die Erstellung eines neuen Angebots an Stelle der Welcome Week.

Für die Erstellung eines Grobkonzeptes der ISA wurde im Herbst 2021 eine Spurguppe gegründet, dabei handelt es sich um eine heterogene Projektgruppe mit verschiedenen Vertretern: IOs der verschiedenen Hochschulen, die FHNW Vizepräsidiumsstelle und das Erasmus Student Network [ESN]. Im März 2022 hat die Gruppe das Konzept verabschiedet, welches verschiedene Rahmenbedingungen sowie Programmbausteine für das Semesterangebot beinhaltet. Eine Übersicht davon lässt sich im [Anhang A](#) finden.

Nebst dem zukünftigen Angebot der ISA bzw. den bisherigen angebotenen Events der Hochschulen, besteht für die Austauschstudierenden [AS] auch ein Eventangebot von ESN FHNW. Sie bieten nebst Events auch Services wie das Buddy Programm, bei dem ein LS dem

Austauschstudierenden zur Unterstützung im täglichen Leben und dem Studium zur Seite steht bei Fragen. ESN ist eine europaweite Studierendenorganisation, wobei ESN FHNW eine Sektion davon ist, die von freiwillig tätigen LS der FHNW geführt wird.

### 1.3 Fragestellung und Zielsetzung

Um das zukünftige Angebot der FHNW, bzw. der ISA möglichst auf die Bedürfnisse der Austauschstudierenden abzustimmen und somit eine gute Student Experience bezogen auf das außerschulische Programm zu bieten, wurde folgende Fragestellung aufgestellt:

*Welche Bedürfnisse und Erwartungen haben die Austauschstudierenden an das außerschulische Programm während ihrem Auslandssemester?*

Um herauszufinden, ob gewisse Bedürfnisse und Erwartungen sich je nach Herkunft unterscheiden, wird der kulturelle Hintergrund der Austauschstudierenden [AS] in die Erhebung miteinbezogen. Die Fragestellung dazu lautet:

*Welche interkulturellen Unterschiede lassen sich bei den Aussagen der Austauschstudierenden feststellen?*

Das Ziel dieser Arbeit ist es, die Bedürfnisse und Erwartungen zu eruieren, die AS während ihrem Auslandssemester haben. Fokus liegt hierbei auf dem außerschulischen Programm, sprich Angebote ausserhalb der gebuchten Module an der Hochschule. Mit den Ergebnissen dieser Befragung soll die FHNW ein klareres Bild zu den Bedürfnissen und Erwartungen der AS erhalten. Dieses Wissen soll helfen, das aktuelle Konzept des Projekts ISA sowie die zukünftige Umsetzung davon, mit mehr Klarheit zu gestalten und auch nach den Bedürfnissen der AS auszurichten.

Zudem stellt sich der aktuelle Forschungsstand so dar, dass Bedürfnisanalysen an verschiedenen Hochschulen weltweit gemacht wurden (siehe Kapitel 2.1.2), welche jedoch aufgrund des spezifischen Kontexts nicht verallgemeinerbar sind. Diese Arbeit soll deshalb einen Grundstein legen, für Bedürfnisse von AS an Schweizer Hochschulen. Die Befunde sollen als Evidenz dienen, inwiefern bestehende Angebote tatsächlich den Bedürfnissen von AS entsprechen oder ob noch Möglichkeiten bestehen, das Hochschulangebot zu erweitern bzw. zu verbessern.

In Bezug auf die zweite Fragestellung liegt das Ziel darin, dass geprüft werden soll, welche interkulturellen Unterschiede sich in den Bedürfnissen, aber auch allgemein in den Wahrnehmungen und Verhaltensweisen feststellen lassen. Dies soll der FHNW Anhaltspunkte dazu geben, ob bei der zukünftigen Gestaltung des Angebots allenfalls auch Rücksicht auf unterschiedliche Bedürfnisse aus verschiedenen Kulturgruppen genommen werden soll.

## 1.4 Aufbau der Arbeit

Der Aufbau der Arbeit sowie deren groben Inhalte sind in der nachfolgenden Abbildung 1 ersichtlich:

- 1 **Einleitung**
- 2 **Theoretische Herleitung:** Theorien und Befunde zu den beiden Thematiken der zwei Fragestellungen: Bedürfnisse und Interkulturelle Forschung werden dargelegt.
- 3 **Methodik:** Darstellung des Untersuchungsdesign mit Begründungen der jeweiligen Methodenwahl sowie Erläuterung der Vorgehensweise jeder der drei Erhebungen
- 4 **Ergebnisse:** Die Ergebnisse der drei Erhebungen, welche relevant für die Fragestellung sind, werden dargelegt.
- 5 **Diskussion:** Ergebnisse zur Beantwortung der Fragestellungen werden zusammengetragen und diskutiert. Ein Gestaltungsvorschlag sowie Ausblick und Fazit werden präsentiert.
- 6 **Anhang:** Alle relevanten Dokumente zum Projekt sowie die Erhebungs- und Auswertungsinstrumente sind im Anhang abgelegt.

Abbildung 1. Aufbau der Bachelorarbeit (eigene Darstellung)

## 1.5 Abgrenzung

Die Evaluation der Bedürfnisse begrenzt sich auf das ausserschulische Programm der FHNW. Somit wird das Modulangebot der Hochschule oder die Gestaltung des Unterrichts nicht in die Evaluation miteinbezogen. Dies aus dem Grund, dass die Gestaltung des Curriculums nicht in den Händen des Vizepräsidiums der FHNW liegt, sondern bei den jeweiligen Hochschulen.

Der Begriff der *International Students* ist ein Begriff, der im Hochschulkontext weitläufig eingesetzt wird (De Wit, 2008b). Bezogen auf die FHNW lässt sich dieser Begriff auf folgende zwei Hauptgruppen unterteilen:

*Degree mobility students:* Studierende aus dem Ausland, die ihr ganzes Bachelor- oder Masterstudium an der FHNW absolvieren.

*Credit mobility students:* Studierende, die ein oder zwei Semester an der FHNW absolvieren, um Credits für ihr Studium im Heimatland zu sammeln (in Anlehnung an De Wit, 2008b).

Diese Arbeit fokussiert sich auf die *credit mobility students*, welche im Folgenden als AS erwähnt werden. Des Weiteren wird in dieser Arbeit nicht zwischen Bachelor- und Masterstudierenden unterschieden, da das ausserschulische Programm bei beiden Stufen identisch ist.

## 2 Theoretische Herleitung

In diesem Abschnitt wird die literarische Ausgangslage genauer erläutert. Hierzu wird auf Theorien sowie den aktuellen Forschungsstand aus den Bereichen der Bedürfnisforschung sowie Untersuchungen im interkulturellen Kontext eingegangen.

### 2.1 Bedürfnisse

Dieses Kapitel befasst sich mit den Grundbedürfnissen des Menschen im Allgemeinen wie auch mit einer genaueren Beleuchtung des für die Erhebung relevanten Themas der spezifischen Bedürfnisse von AS.

#### 2.1.1 Bedürfnisse des Menschen

McClelland, Atkinson, Clark und Lowell (1953) definieren den Begriff des Bedürfnisses als eine Diskrepanz zwischen einem situativen Ist-Wert und einem angestrebten Soll-Wert. Ein konkretes Bedürfnis wird also erst dann aktiviert, wenn eine Diskrepanz zwischen dem Ist- und Soll-Wert besteht, was bedeutet, dass das Bedürfnis nicht befriedigt ist (Heckhausen & Heckhausen, 2018).

Viele Psychologen haben bereits versucht die Bedürfnisse des Menschen in ein universelles Inventar zu transformieren, um dessen systematische Erhebung zu ermöglichen (Solomon, 2019). Vertreter der Bedürfnistheorien sind McDougall, Murray und Maslow (Heckhausen & Heckhausen, 2018).

Ein einflussreiches und weit angewendetes Modell hat A. Maslow (1970) mit der Hierarchie der Bedürfnisse entwickelt. Die hierarchische Struktur des Modells besagt, dass die Reihenfolge der Entwicklung der Bedürfnisse fix ist. Dies bedeutet, dass die Bedürfnisse der unteren Kategorien zuerst befriedigt werden müssen, bevor welche aus den höheren Kategorien befriedigt werden (Maslow, 1970). Die Bedürfnisse und deren Reihenfolge sind in der Abbildung 2 dargestellt.



Abbildung 2. Maslowsche Bedürfnispyramide (Langhart, 2021)

Diefenbach und Hassenzahl (2017) haben eine Liste mit sieben Bedürfnissen erstellt, die bei der Gestaltung von erlebnisorientierten Produkten relevant sind. Diese wurden aus dem Bedürfnisinventar von Sheldon, Elliot, Kim, und Kasser (2001) abgeleitet und sind in der Tabelle 1 aufgeführt.

*Tabelle 1. Bedürfnisinventars nach Sheldon et al. (2001), eigene Darstellung*

<b>Bedürfnis</b>	<b>Definition</b>
Kompetenz	Das Gefühl, fähig zu sein, erfolgreich Aufgaben meistern zu können und sich kompetent fühlen in dem, was man tut (Sheldon et al., 2001).
Verbundenheit	Das Gefühl, Kontakt und Intimität mit anderen Menschen zu haben, denen man etwas bedeutet und die einem auch wichtig sind (Diefenbach & Hassenzahl, 2017; Sheldon et al., 2001).
Bedeutsamkeit	«Das Gefühl, bedeutsame Momente, bewusst zu erleben, persönliche Entwicklung oder neue Einsichten zu erlangen» (Diefenbach & Hassenzahl, 2017, S. 97).
Stimulation	«Das Gefühl, Neues zu entdecken und ausreichend Anregung zu bekommen» (Diefenbach & Hassenzahl, 2017, S. 97).
Sicherheit	Das Gefühl, angenehme Gewohnheiten und Routinen zu haben und dass das Leben strukturiert und vorhersehbar ist. Das Bedürfnis, sich sicher zu fühlen gegenüber Gefahren und Unsicherheiten (Diefenbach & Hassenzahl, 2017; Sheldon et al., 2001).
Popularität	«Das Gefühl, gemocht und respektiert zu werden und mit dem eigenen Verhalten andere Menschen zu beeinflussen» (Diefenbach & Hassenzahl, 2017, S.97).
Autonomie	Das Gefühl, sich frei zu fühlen, die Dinge gemäss eigener Vorstellungen zu tun und frei entscheiden zu können (Diefenbach & Hassenzahl, 2017; Sheldon et al., 2001).

Dem zugrunde liegt die Selbstbestimmungstheorie von Ryan und Deci (2000), die in den Untersuchungen von Sheldon et al. (2001) auch bestätigt wurde und zu den aktuellen Bedürfnistheorien gehört (Diefenbach & Hassenzahl, 2017). Sie besagt, dass Bedürfnisse psychische Zustände sind, die angeboren sind und nicht erworben werden. Auch wenn nicht jedes Bedürfnis in jedem Moment für jeden Menschen gleich wichtig ist, geht die Theorie davon aus, dass alle

Menschen diese Bedürfnisse haben, unabhängig der kulturellen Herkunft. Das Streben nach Autonomie, Kompetenz und Verbundenheit liegt in der Natur des Menschseins (Ryan & Deci, 2000).

Abschliessend zu diesem Kapitel werden die Freizeitbedürfnisse nach Opaschowski (1996) präsentiert. Da sich diese Arbeit um die Bedürfnisse im Bereich der ausserschulischen Aktivitäten bezieht, wird von einer Relevanz dieser Bedürfnisse für die Untersuchungen ausgegangen. Die nachfolgenden Lebensbedürfnisse in Tabelle 2 sind Bedürfnisse, welche durch die Schule oder Ausbildung unbefriedigt bleiben (Opaschowski, 1996):

*Tabelle 2. Freizeitbedürfnisse von Opaschowski (1996), eigene Darstellung*

<b>Bedürfnis</b>	<b>Definition: Bedürfnis nach...</b>
Rekreation	... Erholung, Gesundheit und Wohlbefinden.
Kompensation	... Ausgleich, Ablenkung und Vergnügen.
Edukation	... Kennenlernen, Lernanregung und Weiterlernen.
Kontemplation	... Ruhe, Musse und Selbstbesinnung.
Kommunikation	... Mitteilung, Kontakt und Geselligkeit.
Integration	... Zusammensein, Gemeinschaftsbezug und Gruppenbildung.
Partizipation	... Beteiligung, Engagement und sozialer Selbstdarstellung
Enkulturation	... kreativer Entfaltung, produktiver Beteiligung und Teilnahme am kulturellen Leben

Diese drei Bedürfnistheorien werden für diese Arbeit ergänzend zueinander betrachtet. Es gibt Parallelen zwischen den Theorien wie z.B. das Element «Sicherheit», dass bei Maslow (1970) sowie bei Sheldon et al. (2001) auftaucht, sowie auch immer neue Konstrukte, die in jeder Theorie auftreten. Zu beachten ist, dass unabhängig von Maslow's festgelegten Hierarchie in der Praxis, oft mehrere Bedürfnisse gleichzeitig befriedigt werden können (Solomon, 2019).

## 2.1.2 Forschungsstand: Bedürfnisse der Austauschstudierenden

Empirische Untersuchungen zum Thema internationale Studentenmobilität umfassen meist politische Fragen im Zusammenhang mit der internationalen Mobilität oder die Faktoren, die Studierende dazu bewegen, eine Auslandserfahrung zu machen (Roy, Newman, Ellenberger & Pyman, 2019). Nachfolgend werden Erkenntnisse aus Untersuchungen zu den Bedürfnissen der AS diverser Universitäten weltweit zusammengefasst:

### **Soziales Umfeld**

Die sozialen Bedürfnisse der AS unterscheiden sich im Vergleich zu ihrer Heimat, da sie während des Auslandsaufenthalts ausserhalb ihres gewohnten Umfelds und Kultur leben. In dieser Untersuchung gab eine Mehrheit der Befragten an, dass ihnen die sozialen Beziehungen wichtig sind, sie jedoch einen geringen Bedarf dafür haben, weil sie sich gut akklimatisieren konnten (Villafañe Santiago, Irizarry Robles & Vázquez Ramos, 2011). Während des Auslandssemester soziale Beziehungen zu haben, ist eines der zentralsten Bedürfnisse (Perez-Encinas et al., 2021).

Es stellte sich teilweise als schwierig heraus, soziale Kontakte mit LS zu schliessen: Als Konsequenz können sich AS ausgeschlossen und abgewiesen fühlen, was ihnen ein Gefühl der Machtlosigkeit und fehlende Zugehörigkeit vermittelt (Gu, Schweisfurth & Day, 2010). Auch wenn der Buddy wenig Kontakt aufnimmt oder mangelhaften Support bietet, kann dies zu Frustrationen führen (Takaya, 2016). Andere AS wertschätzen, dass sie im Unterricht während den Gruppenarbeiten Interaktionspunkte mit LS haben (Elturkia, Liua, Hjeltnessa & Hellmanna, 2019).

Es ist wichtig, den Studierenden einladende, sichere, friedliche, studienorientierte und sozial integrative Erfahrungen zu bieten. Damit soll verhindert werden, dass AS sich sozial isoliert, einsam oder gar depressiv fühlen während ihres Auslandsaufenthalts (Alfattal, 2016). Alfattal (2016) fasst dies in seinem Modell unter dem Bedürfnis «Peace» zusammen.

### **Allgemeine Erkenntnisse**

Die wichtigsten Elemente für AS stellen das soziale & akademische Leben, Lebensunterhaltskosten, wie die Unterkunft und Buddy Service dar. Die Bedürfnisse der AS sind vor allem in der Ankunftsphase sowie während des Aufenthalts am zentralsten (Perez-Encinas et al., 2021).

AS schätzen die Möglichkeit diverse Angebote nutzen zu können: Aktivitäten von Studierendenvereinigungen (Alfattal, 2016), sportlichen Einrichtungen (Herdlein & Zurner, 2015), studentischen Dienstleistungen oder akademischen Veranstaltungen (Villafañe Santiago et al., 2011). Von zentraler Bedeutung ist jedoch, dass man ihnen den Zugang dazu erleichtert, in dem sie

auch über diese Services & Angebote informiert werden (Alfattal, 2016; Herdlein & Zurner, 2015; Villafañe Santiago et al., 2011).

Weitere Services, die wertgeschätzt werden würden, ist das Bereitstellen von Informationen in Bezug auf beruflichen Möglichkeiten oder Praktika (Herdlein & Zurner, 2015; Villafañe Santiago et al., 2011).

Faktoren, die sich negativ auf das emotionale Wohlbefinden der AS auswirken kann, sind einerseits mangelhafte oder fehlende finanzielle Unterstützung, sowie andererseits Sprachbarrieren, die während des Auslandssemesters vorkommen können. Aufgrund letzterer Nennung wünschen sich die AS, die lokale Sprache lernen zu können (Villafañe Santiago et al, 2011).

## 2.2 Interkulturelle Forschung

Um den kulturellen Unterschieden der AS nachzugehen, werden in diesem zweiten Theorieteil verschiedene Themen im Bereich der Interkulturellen Forschung aufgegriffen. In einem ersten Schritt wird die Bedeutung des Begriffs der Kultur für diese Arbeit mit einer Definition festgehalten: «Kultur ist die kollektive Programmierung des Geistes, welche die Mitglieder einer Gruppe oder Kategorie von Menschen von anderen unterscheidet» (Hofstede, 2001).

### 2.2.1 Kulturvergleichende Theorien

In der kulturvergleichenden Psychologie ist die Vorgehensweise der kulturellen Faktoren vorherrschend. Diese Faktoren werden so definiert, dass sich die einzelnen Kulturen damit charakterisieren, als auch voneinander unterscheiden lassen. Abgeleitet werden diese Faktoren aus den fundamentalen Werteorientierungen, die einer Gesellschaft zu Grunde liegen (Hofstede, 2001). Dabei lassen sich ähnliche Kulturen in Kulturkreise zusammenfassen (Helfrich, 2019).

#### 2.2.1.1 World Value Survey

Die World Value Surveys ist ein Forschungsprojekt, das den Wertewandel, sprich die Veränderung der kulturellen Werte über die Zeit misst. Seit 1981 werden repräsentative Studien durchgeführt, die mit fast 100 Ländern knapp 90% der Weltbevölkerung darstellen (World Value Survey Association, 2020a). Anhand der Daten des umfangreichen Fragebogens wurden zwei bipolare Hauptdimensionen definiert (s. Tabelle 3), um die interkulturellen Unterschiede darzustellen (World Value Survey Association, 2020b):

*Tabelle 3. Kulturdimensionen nach dem World Values Survey (Helfrich, 2019), ergänzt mit Beispielen (World Value Survey Association, 2020b)*

Dimension	Extremausprägungen (Pole) inkl. Beispiele
Überleben - Selbstverwirklichung	<b>Überleben:</b> Der Schwerpunkt liegt auf der wirtschaftlichen und physischen Sicherheit. Damit verbunden ist eine ethnozentrische Sichtweise und ein geringes Mass an Vertrauen und Toleranz. Das Streben nach materieller Sicherheit steht im Zentrum. <b>Selbstverwirklichung:</b> Themen wie Umweltschutz, Toleranz gegenüber Ausländern, Homosexuellen sowie die Gleichstellung der Geschlechter sind wichtig. Es wird eine Beteiligung an Entscheidungsprozessen in der Wirtschaft und Politik gefordert.
Traditionalität – säkularisierte Rationalität	<b>Traditionalität:</b> Religion, Eltern-Kind-Bindungen und traditionellen Familienwerten haben eine grosse Bedeutung. Themen wie Scheidung, Abtreibung, Sterbehilfe und Selbstmord werden abgelehnt. Die religiösen Werte sowie Respekt gegenüber Autoritäten werden betont. <b>Säkular-rationale Werte:</b> Säkular-rationale Werte entsprechen den entgegengesetzten Präferenzen. Es findet eine Ablösung von kirchlichen Werten statt.

Zusammengefasst in Kulturkreise, werden die aktuellen Ergebnisse der World Value Survey anhand der obigen zwei Dimensionen in folgende Grafik übersetzt:

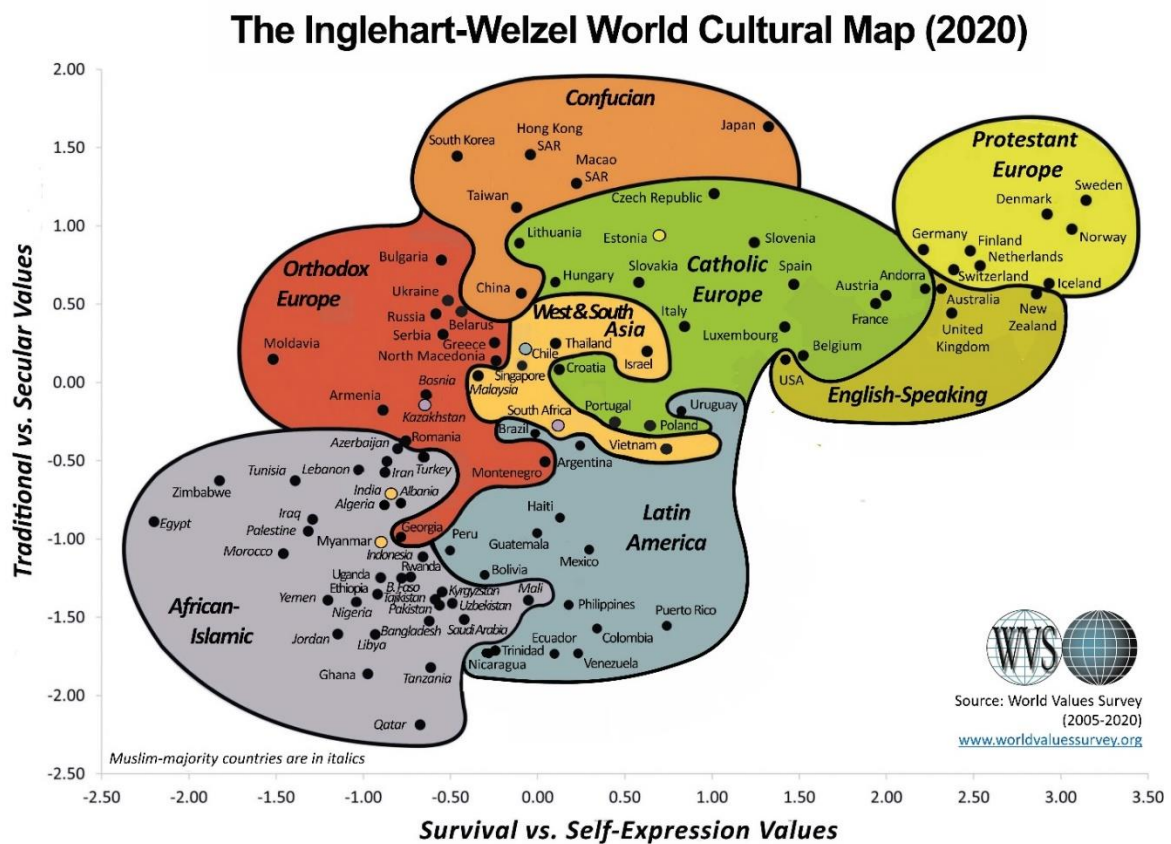


Abbildung 3 The Inglehart-Welzel World Cultural Map - World Values Survey 7 (2020) [Provisional version].

Anhand der obigen Abbildung 3 lassen sich folgende Beobachtungen machen: Kulturen in Ländern aus Lateinamerika oder dem Kulturkreis *African-Islamic* manifestieren sich eher als traditionelle Gesellschaften. Dies bedeutet, dass die Menschen dort eher grosse Familien und einen grossen Nationalstolz haben. Man hat viel Respekt gegenüber Autoritäten und legt grossen Wert darauf, die Eltern stolz zu machen (Inglehart, Halman & Welzel, 2004).

Die zweite Dimension «Überleben – Selbstverwirklichung» kann mit den Bedürfnissen von Maslow (1970) verglichen werden. Kulturen aus den Kreisen *African-Islamic* und *Orthodox Europe* sind eher im «Überlebensmodus», was auf der Maslow Pyramide der Stufe «Sicherheit» entspricht. Dabei steht nebst der körperlichen Sicherheit, wie z.B. Gesundheit auch die wirtschaftliche Sicherheit im Zentrum. Dem entgegengesetzt sind die Kulturen aus den Kreisen *English-Speaking* und *Protestant Europe*, die sich bei der Maslow'schen Pyramide in den oberen Bedürfniskategorien, wie z.B. Selbstverwirklichung, einstufen. Finanzielle Probleme stehen weniger im Vordergrund. Die Leute kümmern sich eher um Themen wie Umwelt oder Gleichstellung (Inglehart et al., 2004).

### 2.2.1.2 Kulturdimensionen nach Hofstede

Da in der obenstehenden Untersuchung nur zwei Dimensionen betrachtet werden, werden im nachfolgenden die Kulturdimensionen von Hofstede noch in diese Arbeit miteinbezogen. Dies soll dazu dienen, später allfällige Kulturunterschiede anhand mehr als nur zwei Merkmalen unterscheiden zu können.

Geert Hofstede hatte mit seinen Untersuchungen zum Ziel, einen Vergleich der nationalen Wertesysteme vorzunehmen, woraus vier Dimensionen entstanden sind:

**Machtdistanz:** Erwartungen und Akzeptanz der ungleichen Machtverteilung von den weniger mächtigen Mitgliedern von Institutionen bzw. Organisationen (Hofstede, Hofstede & Minkov, 2017).

**Kollektivismus versus Individualismus:** Inwieweit definiert sich die eigene Identität über die Zugehörigkeit zu einer Gruppe. Wir-Gruppe: Kollektivismus / Ich-Form: Individualismus (Hofstede et al., 2017).

**Maskulinität versus Feminität:** Wichtigkeit männlicher Werte wie Leistung und Durchsetzungsfähigkeit, versus Wichtigkeit weiblicher Werte wie Fürsorglichkeit und Bescheidenheit in einer Kultur (Hofstede et al., 2017).

**Unsicherheitsvermeidung:** *«Grad, bis zu dem die Mitglieder einer Kultur sich durch uneindeutige oder unbekannte Situationen bedroht fühlen»* (Hofstede et al., 2017).

Hofstede et al. (2017) haben in ihrem Buch diverse Darlegungen zu den Verknüpfungen der verschiedenen Dimensionen dargestellt. Ausserdem erhält jedes Land eine Punktzahl für jede der vier Dimensionen. Diese Befunde werden in dieser Arbeit nicht weiter vertieft.

## 2.2.2 Akkulturation

Im interkulturellen Kontext werden Personen nicht nur mit der eigenen, sondern auch mit der fremden Kultur konfrontiert. Dabei beeinflussen sich die beiden Kulturen gegenseitig, woraus die interkulturelle Begegnungssituation entsteht (Thomas, 2014).

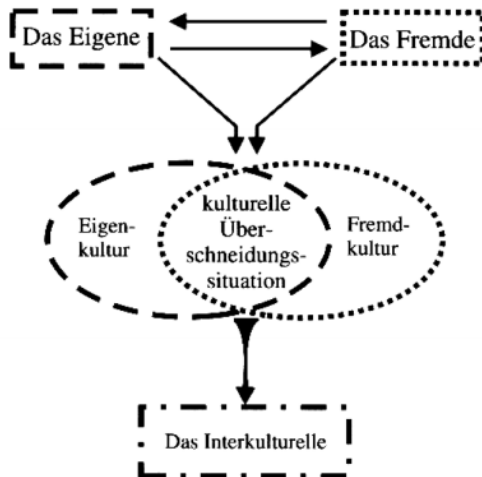


Abbildung 4. "Das dynamische Dreieck zwischen Eigenem, Fremdem und Interkulturellem" (Thomas, 2014)

Aus Abbildung 4 geht hervor, dass der Überschneidungsbereich zwischen den beiden Kulturen einen bedeutsamen Einfluss hat. Beeinflusst, werden diese beiden Kulturen vor allem auch durch die stereotypen Eigen- und Fremdbilder, die durch die eigenen Erwartungen und bisherigen Erfahrungen entstanden sind (Thomas, 2014).

Interkulturelle Erfahrungen bringen diverse psychologische Veränderungen mit sich, die als «psychologische Akkulturation» bezeichnet werden (Graves, 1967). Berry, Kim, Power, Young und Bujaki (1989) bezeichnen den Begriff der Akkulturation als Spannung zwischen dem Anpassen an eine andere Kultur und dem gleichzeitigen Versuch die eigene Kultur aufrechtzuerhalten.

Die untenstehende Abbildung 5 von Berry et al. (1989) stellt die verschiedenen Akkulturationsstrategien dar, die einer Person freistehen, wenn sie sich in einem interkulturellen Kontext befindet. Um eine bestimmte Strategie zu definieren, gibt es auf den zwei Dimensionen der eigenen Kultur (Society of Origin) sowie der Gastkultur (Host Society) je eine Leitfrage, um die Ausprägung auf der dichotomen Skala zu bestimmen (Berry et al., 1989).

Im Falle dieser Untersuchung stellt für die AS die Schweiz die Gastkultur dar und die eigene Kultur wird durch ihr Herkunftsland bestimmt.

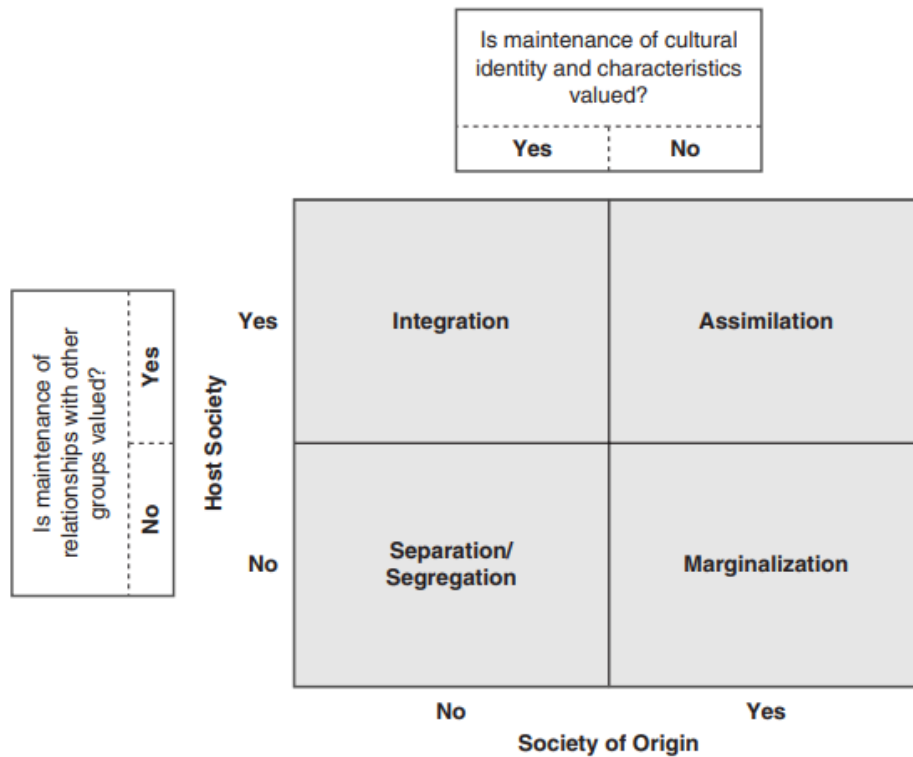


Abbildung 5. Akkulturationsstrategien nach Berry et al. (1989)

Nachfolgend werden die vier Akkulturationsstrategien beschrieben:

**Assimilation:** Das eigene kulturelle Erbe wird nicht beibehalten und die Gastkultur wird in die eigene Identität aufgenommen (Berry et al., 1989).

**Integration:** Beibehaltung der eigenen Kultur sowie auch Aufsuchen der Interaktion mit der anderen Kultur (Berry et al., 1989). Hier wird versucht, einen integralen Bestandteil der Gesellschaft zu sein, während man ein Mitglied einer ethnokulturellen Gruppe ist (Berry, 2001).

**Separation / Segregation:** Hohes Interesse an der Aufrechterhaltung der eigenen Gruppenzugehörigkeit, jedoch wenig Interesse an der Gastkultur oder sogar Vermeidung von Interaktionen mit anderen Kulturen (Berry et al., 1989).

**Marginalisierung:** Kein Interesse an der Erhaltung der eigenen Kultur sowie auch kein Interesse an Interaktionen mit anderen (z.T. aus Gründen der Diskriminierung) (Berry, 2001). Das Gefühl der Marginalisierung kann auch durch das Gefühl von akkulturativem Stress ausgelöst werden (Berry et al., 1989). Akkulturativer Stress bedeutet, dass die mentale Gesundheit aufgrund psychologischen Stresses belastet ist, wobei der klare Auslöser für diesen Stress der Akkulturationsprozess ist (Berry & Annis, 1974).

### 2.2.3 Interkulturelle Kompetenz

Auf der individuellen Ebene ist nebst dem Akkulturationsprozess auch die interkulturelle Kompetenz ausschlaggebend für das Verhalten im interkulturellen Kontext (Thomas, 2014). Spitzberg und Changnon (2009, S.7) definieren die interkulturelle Kompetenz als *„der angemessene und wirksame Umgang mit der Interaktion zwischen Menschen, die bis zu einem gewissen Grad unterschiedliche oder divergierende affektive, kognitive, und Verhaltensorientierungen gegenüber der Welt vertreten.“* Weitere Definitionen zu diesem Begriff haben alle die Gemeinsamkeit, dass es die Fähigkeit des Menschen beinhaltet, über verschiedene Kulturen hinweg effektiv zu handeln (Whaley & Davis, 2007).

Es gibt viele verschiedenen Konstrukten und Modellen aus dem Forschungsbereich zur interkulturellen Kompetenz (Leung, Ang & Tan, 2014). Um den Begriff der interkulturellen Kompetenz für diese Arbeit abzugrenzen und zu operationalisieren, wird im nachfolgenden das Modell von Daerhoff (2004) genauer beschrieben.

Die verschiedenen Komponente der Interkulturellen Kompetenz und deren Erklärungen dazu wurden in einem Modell visuell zusammengefasst und in Abbildung 6 dargestellt.

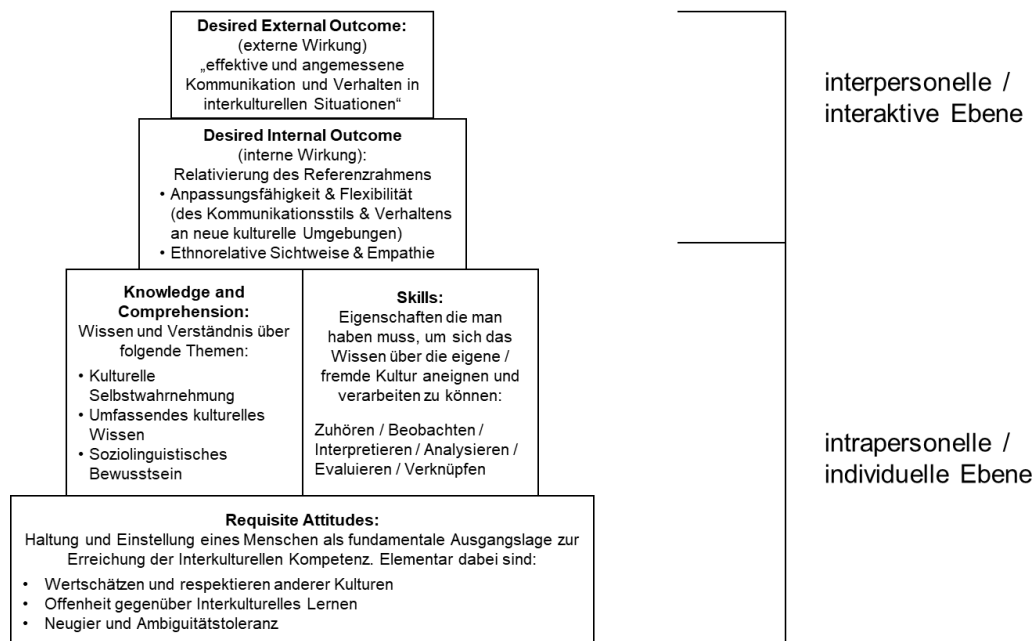


Abbildung 6. Modell Interkultureller Kompetenz gemäss Daerhoff (2004), Übersetzung in Anlehnung an Bertelsmann Stiftung (2008)

Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass auf einer persönlichen Ebene die Einstellungen, Fähigkeiten sowie das Wissen und Verständnis eine Voraussetzung sind, um auf der interpersonellen Ebene die nötigen interkulturellen Kompetenzen zu erlangen, um interkulturelle Begegnungen erfolgreich meistern zu können.

## 2.2.4 Forschungsstand Interkulturelle Forschung bei Austauschstudierenden

Viele Erkenntnisse belegen, dass ein Auslandssemester die interkulturelle Kommunikationsfähigkeit (Williams, 2005; Baranova, Kobicheva & Tokareva, 2020), die interkulturelle Kompetenz (Maharaja, 2018; Gu et al., 2010; Sobkowiak, 2019) sowie kulturelle Intelligenz fördert. Diese Kompetenzen werden durch die interkulturellen Interaktionen, die erlebt werden, begünstigt (Sobkowiak, 2019; Williams, 2005; Thomas, 2014). Deshalb ist auch ein Prädiktor für eine erhöhte interkulturelle Kommunikationsfähigkeit die Exponierung mit verschiedenen Kulturen. Sei es, ob man eine Fremdsprache lernt, Beziehungen mit Personen anderer Kulturen hat oder sich für andere Kulturen interessiert (Williams, 2005). Ausserdem regt der Austausch mit anderen internationalen Studierenden dazu an, Vorurteile und Stereotypen gegenüber anderen Kulturen sowie die eigene kulturelle Identität zu überdenken (Sobkowiak, 2019; Maharaja, 2018).

Bei der Wahl der Akkulturationsstrategie, spielt auch das Alter eine Rolle: Je jünger die AS sind, desto weniger erleben sie akkulturativen Stress (Gebregergis, Huan &, Hong, 2019). Junge Personen können sich gut in eine Gesellschaft integrieren (Berry, 1997). Trotzdem wurde in einer Untersuchung festgestellt, dass jüngere AS trotzdem auch depressive Symptome aufweisen. Ein Grund dafür kann die noch emotionale Unreife sein, die den erfolgreichen Umgang mit Frustrationen oder Anpassungsschwierigkeiten mit der neuen Situation erschwert (Gebregergis et al., 2019).

Ein weiterer Faktor, der die Akkulturation in einem neuen Land vereinfacht, sind die bisherigen Reiseerfahrungen, die vor dem Auslandssemester gesammelt wurden (Gebregergis et al., 2019; Akhtar & Kröner-Herwig, 2015; Smiljanic, 2017). Dadurch konnten die Kompetenzen die nötig sind, um sich in einem neuen kulturellen Umfeld anzupassen, schon vorher erworben werden (Gebregergis et al., 2019).

Studierende aus kollektivistischen Ländern haben z.B. in den Vereinigten Staaten, was als individualistisches Land zählt, eher Mühe zu verstehen, wie sie sich mit den amerikanischen Mitstudierenden verbinden sollen (Rivas, Hale & Burke, 2019). Eine Studie hat ergeben, dass Studierende aus Lateinamerika mehr psychische Probleme während ihrem Auslandssemester haben als die aus asiatischen Ländern. Eine mögliche Begründung ist, dass in Lateinamerika der Ausdruck von Emotionen anders gehandhabt wird als in den asiatischen Ländern (Wilton & Contanstone, 2003).

### 3 Methodik

Im nachfolgenden Kapitel wird anhand des Untersuchungsdesigns ein Überblick über die Erhebungsmethoden gegeben. Anschliessend werden die jeweiligen Erhebungsmethoden mit Sampling, Herleitung des Erhebungsinstruments, Datenerhebung und Auswertungsmethode erläutert.

#### 3.1 Untersuchungsdesign

Zur Beantwortung der Fragestellung werden qualitative und quantitative Methoden angewendet. Durch die Kombination von quantitativem sowie qualitativem Vorgehen handelt es sich hier um ein Vertiefungsmodell, bei dem die Ergebnisse der quantitativen Erhebung durch eine qualitative Analyse fortgeführt werden. Eine Kombination der beiden Forschungsansätze kann sowohl für die quantitativen als auch qualitativen Daten gegenseitig gewinnbringend sein (Mayring, 2001). In der Abbildung 7 wird das chronologische Vorgehen mit den verschiedenen Erhebungsmethoden dargestellt. Nachfolgend wird auf die einzelnen Erhebungsmethoden genauer eingegangen.

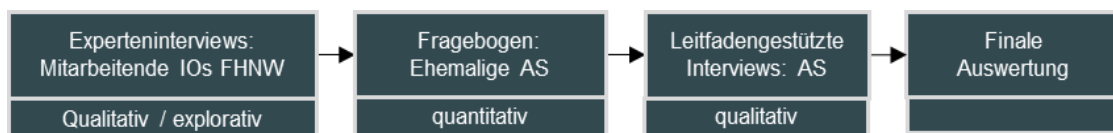


Abbildung 7. Chronologischer Ablauf des Forschungsvorgehens

Da es wenig Literatur gibt, die konkret auf die Forschungsthematik angewendet werden kann, wird zu Beginn eine explorative Erhebung mittels **Experteninterviews** durchgeführt. Die Arbeit der Mitarbeitenden der IO befasst sich hauptsächlich mit AS. Dieses konkrete Wissen über den Forschungsgegenstand qualifiziert sie als Experten für diese Erhebung (Bogner, Littig & Menz, 2014). Das Ziel ist es, das umfassende Wissen der Mitarbeitenden in Bezug auf die Erfahrungen der AS während ihrem Auslandssemester rekonstruieren zu können (Pfadenhauer, 2009). Nebst einem grundlegenden Verständnis des Forschungsfeldes, sollen die Erkenntnisse als erste Grundlage für die inhaltliche Erstellung des quantitativen Fragebogens dienen.

Im nächsten Schritt wird zum Ende des Herbstsemesters 2021 ein **Fragebogen** an bisherige AS gesendet. In der Forschung ist es verbreitet, psychologische Bedürfnisse anhand von Fragebögen zu erheben (Diefenbach & Hassenzahl, 2017; Sheldon et al., 2001). Ein quantitatives Vorgehen wurde gewählt, weil die Ergebnisse repräsentativ und schlussendlich verallgemeinerbar für die AS sein sollten (Hug & Poscheschnik, 2014).

Mit einer statistischen Auswertung soll herausgefunden werden, welches die Bedürfnisse sind, die von der grossen Mehrheit der AS abgedeckt werden und ob unterschiedliche Aussagen auf kulturelle Unterschiede zurückzuführen sind.

Letztendlich werden anhand der Auswertungen des Fragebogens qualitative **Interviews** mit AS des Frühlingsemesters 2022 durchgeführt. Es sollen AS befragt werden, die sich aktuell im Auslandssemester befinden. Das Ziel ist möglichst viele und vor allem wertschöpfende Aussagen zu erhalten, da sie während des Auslandssemesters alle Gefühle und Erlebnisse noch aktiv verarbeiten. Die Interviews werden leitfadengestützt geführt, um gleichzeitig die Offenheit der empirischen Sozialforschung sowie die Vergleichbarkeit der Ergebnisse schlussendlich zu gewährleisten (Helfferich, 2014).

Zweck ist es, die Ergebnisse aus dem Fragebogen zu vertiefen und gewisse Begründungen für Aussagen zu finden. Des Weiteren sollen vor allem auf interkultureller Ebene, Aussagen von Studierenden verschiedener Herkunft analysiert und Unterschiede in den Aussagen identifiziert werden. Hierfür wurde ein Extremgruppenvergleich zwischen den Kulturkreisen *Latin America* und *Europe* gewählt. Der Grund für die Wahl der zwei Kulturkreise liegt darin, dass aus diesen Regionen am meisten AS an der FHNW immatrikuliert sind.

Zur Übersicht der drei Erhebungsmethoden, werden diese in der Tabelle 4 grafisch dargestellt.

Tabelle 4. Übersicht der Erhebungsmethoden (eigene Darstellung)

Erhebungsart	Experteninterviews	Fragebogen	Leitfadeninterviews
<b>Samplinggrösse</b>	3-4 Interviews	So viele wie möglich, mindestens ca. $n=100$	4-6 Interviews
<b>Samplingauswahl</b>	Mitarbeitende IO FHNW	Ehemalige Austauschstudierende (HS19-HS21)	AS des FS22 (aktuelles Semester)

## 3.2 Experteninterview

In diesem Unterkapitel wird das methodische Vorgehen für die Erhebung der Experteninterviews genauer beschrieben.

### 3.2.1 Sampling & Datenerhebung

Für die Samplingauswahl wurde eine E-Mail an alle IOs der FHNW mit der Anfrage gesendet, wer sich zu einem Gespräch bereit erklären würde. Es konnte mit vier IOs ein Experteninterview durchgeführt werden, wobei bei einem Interview zwei Mitarbeitende anwesend waren.

Voraussetzung für die Teilnahme war, dass die Mitarbeitenden die AS eng betreuen, damit sie auch genügend Interaktionspunkte und persönliche Erfahrungen mit den AS gemacht haben und sich somit wie im Kapitel 3.1 beschrieben, als Experten in diesem Forschungsfeld qualifizieren. Daher galt das Expertenwissen als Voraussetzung für die Samplingauswahl, weshalb von einer kriteriengeleitete Fallauswahl gesprochen werden kann. Dieses Vorgehen lässt sich der Strategie der qualitativen Stichprobenpläne unterordnen (Kelle & Kluge, 2010).

In der Tabelle 5 befindet sich eine Übersicht der ausgewählten Experten:

*Tabelle 5. Übersicht Sample Experteninterview*

<b>Standort</b>	<b>Ø Anz. AS pro Semester</b>	<b>Stellenprozent Arbeit im IO</b>
Basel	6-8	10%
Muttenz	ca. 15	100%
Brugg-Windisch	2-4	ca. 30%
Muttenz / Brugg-Windisch	2-4	k.A.

Die Interviews fanden alle im Januar 2022 statt, dauerten im Durchschnitt eine Stunde und wurden online via Zoom durchgeführt. Das Tool erlaubte auch die Aufzeichnung des Gesprächs, sodass die Aufnahme für die Transkription sowie die Auswertung wiederverwendet werden konnte. Die Genehmigung für die Aufzeichnung wurde jeweils schriftlich im Voraus eingeholt.

### 3.2.2 Leitfadenkonstruktion

Da Experteninterviews immer teilstrukturiert sind, wird ein Leitfaden für das Gespräch benötigt. Dieser Leitfaden besteht aus diversen Themenblöcken (Bogner et al., 2014). Für eine klare Strukturierung des Leitfadens wurde dieser in folgende Phasen aufgeteilt: 1. Informationsphase, 2. Warm-up, 3. Hauptteil, 4. Ausklang (Misoch, 2019). Im Anschluss wurde mit dem SPSS-Prinzip (Fragen Sammeln, Prüfen, Sortieren, Subsumieren) fortgefahren (Helfferrich, 2011). Dies diente dazu, die Themenblöcke des Hauptteils sowie die dazugehörigen Fragen herzuleiten.

Die erstellten Themenblöcke richten sich nach den Themen der Forschungsfragen sowie den Themen des ISA-Konzepts (Anhang A). Die konkreten Interviewfragen wurden in Hinblick auf den Erfahrungshorizonts der Befragten formuliert (Bogner et al., 2014).

Nach Erstellung des Leitfadens wurde dieser mit einem Pre-Test auf die Dauer des Interviews und Verständlichkeit der Fragen getestet (Bogner et al., 2014). Die Anzahl der Themenblöcke erwies sich als genügend. Unklarheiten liessen sich durch Umformulierungen von Fragen klären.

Der finale Leitfaden für die Experteninterview befindet sich in Anhang B.

### 3.2.3 Form der Auswertung

Der Zweck der Experteninterviews war die Informationengewinnung. Aus diesem Grund eignet sich hierfür am besten die Auswertungsform der qualitativen Inhaltsanalyse (Bogner et al., 2014). Dafür wurde die Analysesoftware MAXQDA verwendet. In einem ersten Schritt wurden die Interviews transkribiert (Transkripte s. Anhang E). Die Aussagen, die zur Beantwortung der Fragestellung beitragen, sind von wichtiger Bedeutung. Deshalb wurden solche Aussagen vollständig transkribiert (Hussy, Schreier & Echterhoff, 2013). Dies beinhaltet Äusserungen zu Erfahrungen, Erwartungen und Bedürfnissen von AS betreffend dem Auslandssemester oder dem ausserschulischen Angebot. Weitere Stellungnahmen, welche das Verständnis für die oben genannten Passagen unterstützen, werden zusammenfassend stichwortartig festgehalten (Kukartz, 2018), um eine inhaltliche Vollständigkeit der Aussagen zu gewähren (Hussy et al., 2013). Auf para- und nonverbale Elemente wird bei der Transkription verzichtet, da für die Auswertung die Äusserungsinhalte von zentraler Bedeutung sind (Hussy et al., 2013).

Das Kategoriensystem wurde bereits vorab aufgrund der definierten Themenblöcken des Leitfadens erstellt. Anhand relevanter Informationen aus den Texten, können Kategorien angepasst oder ergänzt werden (Bogner et al., 2014). Gemäss Kukartz (2018) entspricht dies dem deduktiv-induktiven Vorgehen. Das transkribierte Material wurde anhand der deduktiven Kategorien codiert. Dies bedeutet, dass die zur Beantwortung der Fragestellung relevanten Passagen einer Kategorie

zugeteilt wurden (Misoeh, 2019). Im Anschluss darauf, wurden die codierten Textpassagen in weiteren Subkategorien mit den gleichen Themenfeld zusammengefasst, was der induktiven Kategorienbildung entspricht. Ein zweiter Codier-Durchgang erlaubte die Erstellung einer zweiten Unterebene der Kategorien auf induktive Weise. Letztendlich wurde das Kategoriensystem systematisiert, in dem ähnliche Kategorien zusammengefasst wurden und die Hierarchie des Kategoriensystems festgelegt wurde (Kukartz, 2018).

In der Tabelle 6 sind alle erstellten Haupt- sowie Subkategorien ersichtlich. Eine detaillierte Auflistung der Kategorien inkl. Definition, Beispiel sowie Herleitung der Kategorie befindet sich im [Anhang G](#).

*Tabelle 6. Kategoriensystem Experteninterview*

Hauptkategorie	Subkategorie	Subsubkategorie
<b>Berufliche Funktion</b>	Haupttätigkeiten	
	Informationen zur Grösse des IO	
<b>Leben in der Schweiz</b>	Vor Ankunft	Wohnungsfindung
	Bei Ankunft	Betreuung
		Willkommenskultur FHNW
		Informationen
		Kompetenzen des AS
		Bürokratisches
	Während dem Semester	Betreuung
		Geographische Hürden
		Sprachliche Hürden
		Finanzielle Hürden
<b>Soziales</b>	Welcome Week	
	WG / Studierendenheim	Staff House
	Verbindungen zu lokalen Studierenden	Buddies
		Integration in die Klasse
<b>Events</b>	Welcome Week	
	Gründe für Absenz bei Events	
	Kultur / Geografie	
	Wirtschaft	
	Politik	
	Ideen zukünftige Events	
<b>Interkulturelles</b>	Ländervielfalt	
	Wahrgenommene kulturelle Unterschiede	
<b>Einschätzung der zentralen Bedürfnisse</b>		

### 3.3 Fragebogen

Mit den AS aus den vergangenen Semestern wurde eine quantitative Erhebung mittels Fragebogens durchgeführt. Das methodische Vorgehen hierfür wird in den nachfolgenden Unterkapiteln präsentiert.

#### 3.3.1 Sampling & Datenerhebung

Der Fragebogen fokussierte auf die Gewinnung von Daten anhand Bewertungen von gemachten Erfahrungen. Deshalb wurde der Fragebogen an ehemalige AS gesendet. Es wurden alle ehemaligen AS ab HS21 bis und mit HS19 berücksichtigt.

Die ehemaligen Studierenden der FHNW wurden via E-Mail sowie WhatsApp-Gruppenchats zur Teilnahme am Fragebogen aufgefordert. Insgesamt erhielten 228 ehemalige AS die Einladung zur Teilnahme. Um ein möglichst grosses Sampling zu erhalten, wird der Fragebogen auch an AS anderer Schweizer Hochschulen gesendet. Via das ESN-Netzwerk wurde die Teilnahmeaufforderung an 750 AS schweizweit gesendet. Von den insgesamt 978 kontaktierten Personen, wurde eine finale Teilnehmeranzahl von  $n=68$  erreicht. Die Aufteilung unter den verschiedenen Hochschulen ist in der Abbildung 8 ersichtlich. Weitere demographische Angaben zum Sampling sind im Kapitel 4.2.1 zu finden.

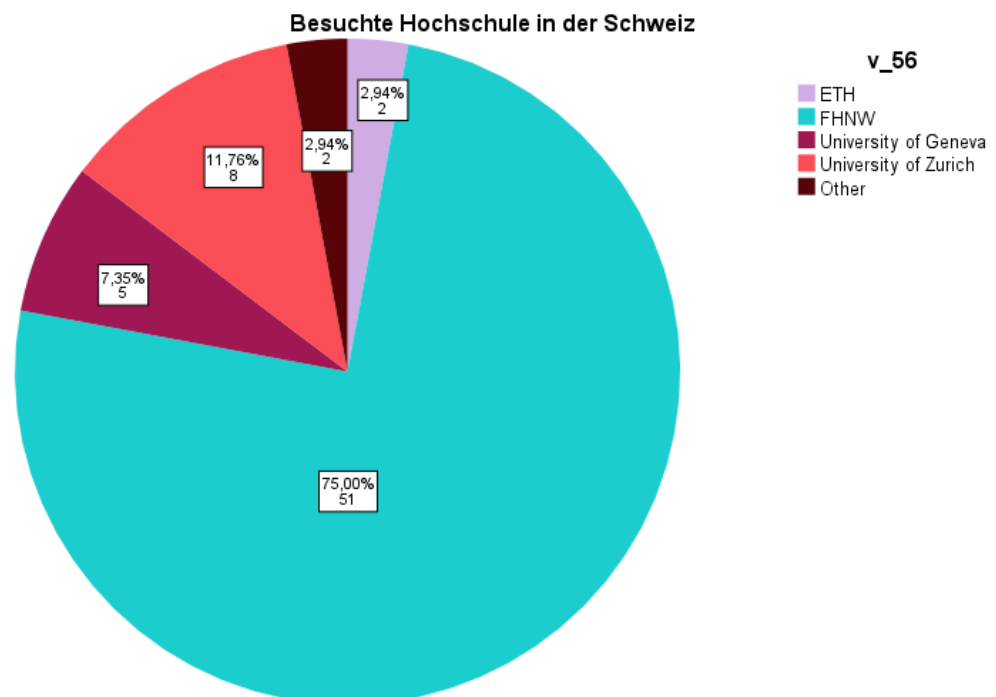


Abbildung 8. Kreisdiagramm. Darstellung besuchte Hochschulen der AS

Die Datenerhebungsphase fand im Februar 2022 während zwei Wochen statt. Alle Teilnehmenden erhielten eine schriftliche Erinnerung zur Teilnahme am Fragebogen.

### 3.3.2 Fragebogenkonstruktion

Wie bereits im Untersuchungsdesign erwähnt, werden die Erkenntnisse aus den Experteninterviews als inhaltliche Grundlage für die Erstellung des Fragebogens genutzt. Frühere quantitative Umfragen oder Erlebnisberichte (von den IOs der FHNW und ESN) wurden analysiert, um weitere mögliche Themenfelder für den Fragebogen zu identifizieren. Ausserdem wurde für die Einbettung in den theoretischen Kontext die oben beschriebenen Theorien zu den Bedürfnissen und der interkulturellen Forschung mitberücksichtigt. Eine Übersicht aller erhobenen Themen mit deren Herleitung sind in der untenstehenden Tabelle 8 abgebildet.

Zur Beantwortung der geschlossenen Fragen wurde eine 5er-Likert Skala gewählt. Die Anzahl der Antwortkategorien wurde so gewählt, dass eine gute Differenzierung zwischen den Antworten möglich ist und trotzdem nicht zu viel Komplexität durch zu viele Kategorien besteht (Bühner, 2011). Die Beschriftungen der Antwortmöglichkeiten sind in der Tabelle 7 dargestellt.

*Tabelle 7. Beschriftungen Antwortmöglichkeiten*

1	2	3	4	5
Strongly disagree	Disagree	Neutral	Agree	Strongly agree
Not fulfilled at all	Not fulfilled	Neutral	Fulfilled	Totally fulfilled

Zudem gab es nominalskalierte Fragen, die inhaltliche Antwortmöglichkeiten enthielten. Des Weiteren gab es auch offene Antwortmöglichkeiten, um Begründungen oder weitere Informationen zu gewissen geschlossenen Fragen zu erhalten.

Es wurde ein Pre-Test mit  $n=15$  durchgeführt. Die Ausfülldauer des Fragebogens lag zwischen 10 und 15 Minuten. Es konnten unklar formulierte sowie zu ähnliche Items aufgedeckt werden. Weitere Rückmeldungen beinhalteten Kritik zur Reihenfolge der Fragen und Hinweise auf Rechtschreibfehler. Eine Auswertung der Daten erwies keine Tendenz zur Mitte, was ein allgemeines Risiko ist, bei einer ungeraden Anzahl von Antwortmöglichkeiten. Deshalb wurde die 5er-Likert-Skala beibehalten. Alle Inputs wurden kritisch reflektiert und wo nötig umgesetzt. Der finale Fragebogen befindet sich im [Anhang C](#).

Tabelle 8. Beschreibung der Konstrukte zur Fragebogenentwicklung.

Konstrukt	Beschreibung inkl. Herleitung / Quelle	Anz. Items
Soziales	<p>Abgeleitet vom Bedürfnis nach Verbundenheit (Sheldon et al., 2011) und dem Thema «Soziales» aus dem ISA-Konzept werden mit diesem Konstrukt diverse Informationen zu den sozialen Kontakten erhoben. Fragen dazu beinhalten wo und mit wem die AS Freundschaften geknüpft haben und Erwartungen an die Schule, Möglichkeiten zu bieten soziale Kontakte knüpfen zu können.</p> <p>Aber auch wie und ob Freundschaften zu LS entstanden sind (abgeleitet aus den Ergebnissen von Elturkia et al. (2019).</p> <p>Aus den Ergebnissen der Experteninterviews wurde noch die Wichtigkeit der Welcome Week sowie der ESN Events in Bezug auf das Knüpfen der sozialen Kontakte abgeholt.</p>	15
Events: Wirtschaft	<p>Abgeleitet vom ISA-Konzept wird das Interesse und die Erwartungen für Events mit wirtschaftlichen Themen abgeholt.</p> <p>Ergänzend aus den Ergebnissen der Experteninterviews wird das Interesse für den Besuch Schweizer Firmen und Fabriken erhoben.</p>	6
Events: Politik	<p>Parallel zu den Wirtschaftsthemen wurde auch das Interesse und die Erwartungen an Events mit politischen Themen abgeholt.</p>	3
Leben in der Schweiz	<p>Abgeleitet vom ISA-Konzept beinhaltet das Thema «Leben in der Schweiz» das Erledigen diverser Aufgaben, wie z.B. Organisation einer Unterkunft, Versicherung abschliessen, Bankkonto eröffnen, Anmeldung auf der Gemeinde. Das Konstrukt wurde wie folgt operationalisiert (teils abgeleitet aus den Ergebnissen der Experteninterviews):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kompetenz: Eigeneinschätzung der eigenen Kompetenzen, um die Aufgaben zu meistern (Sheldon et al.,2011)</li> <li>• Informationen: Erfahrungen betreffend den Erhalt von Informationen im Allgemeinen</li> <li>• Wohnungsfindung: Informationen &amp; Erwartungen zur Wohnungsfindung in der Schweiz</li> <li>• Finanzielle Hürde: Wahrnehmung der finanziellen Situation</li> <li>• Buddy: Erfahrungen mit dem Buddy</li> </ul>	16

Kultur / Geografie	Als weiteres Themenfeld aus dem ISA-Konzept werden das Interesse und die Erwartungen für Events in Bezug auf die Kultur und das Reisen in der Schweiz (Geografie) abgeholt. Ausserdem soll herausgefunden werden, ob es geographische Hürden gibt bei Events die an verschiedenen FHNW Campus stattfinden (nur FHNW Studierende).	6
Interkulturelles	Um den Akkulturationsprozess zu erheben, wurden Items in Bezug auf die Akkulturationsstrategien nach Berry et al. (1989) entwickelt. Es wurde eine Selbsteinschätzung zur Interkulturellen Kompetenz abgeholt (in Anlehnung an Daerhoff, 2004). Abschliessend wurde anhand der Ergebnisse der Experteninterviews sowie in Anlehnung an das Konstrukt «Peace» von Alfattal (2016) die Willkommenskultur bzw. der wahrgenommene Grad der Internationalisierung der Schule sowie der Schweiz im Allgemeinen operationalisiert.	12
Interesse Sprachschule	Um das Interesse und die Wichtigkeit des Besuchs einer Sprachschule während des Auslandssemesters herauszufinden, wurde das Konstrukt «Interesse Sprachschule» erstellt (abgeleitet aus den Ergebnissen von Villafañe Santiago et al., 2011) ergaben. Auch Erwartungen und Erlebnisse in Bezug auf das Sprachkursangebot sollen dabei herausgefunden werden.	7

### 3.3.3 Form der Auswertung

Das gesammelte Material wurde zur Auswertung in das Programm IBM Statistics 27.0 importiert. Negativ gepolte Items wurden umgepolzt, fehlende Werte als solche definiert und Beschriftungen der Antwortausprägungen eingefügt. Da diese Stichprobe gering ausgefallen ist (n=69), wurden die Daten nur deskriptiv analysiert und es konnten keine Zusammenhangsanalysen gemacht werden (Bühner, 2011). Die gesammelten Daten liessen auch keine statistischen Berechnungen von Unterschieden zwischen Gruppen (wie kulturellen Gruppen) zu.

Nebst den deskriptiven Berechnungen, wurde bei den nominalskalierten Items Qui Quadrat – Tests durchgeführt, um zu prüfen, ob eine Antwortausprägung von der Gleichverteilung abweicht und signifikant öfters angewählt wurde. Mit den Antworten der offenen Items wurden Listen sowie Häufigkeitsanalysen der Antworten erstellt. Die verschiedenen Berechnungen und Auswertungen zum Fragebogen sind im [Anhang H](#) ersichtlich.

### 3.4 Leitfadeninterviews

Als letzte Erhebungsphase wurden qualitative Einzelinterviews mit AS des Frühlingsemesters 2022 der FHNW durchgeführt. Das methodische Vorgehen sah wie folgt aus:

#### 3.4.1 Sampling & Datenerhebung

Eine Einladung zur Teilnahme am Interview wurde allen AS per Mail gesendet. Es haben sich über 20 Personen gemeldet. Jedoch konnten nicht alle berücksichtigt werden, da die Samplingzahl vorab definiert wurde. Das kriteriengeleitete Sampling (Kelle & Kluge, 2010) richtete sich nach der Aufteilung der Interviewten nach Herkunftsland, sodass schlussendlich zwei Gruppen à vier Personen bestand, welches den beiden Kulturkreisen Latin America und Europe (Orthodox und Catholic) gemäss der Inglehart-Welzel World Cultural Map entsprachen. Eine Übersicht der ausgewählten Interviewteilnehmenden ist in der Tabelle 9 dargestellt.

*Tabelle 9. Sample Übersicht Interviews mit AS*

Nationalität	Kulturkreis	Alter	Geschlecht	Hochschule	Campus
Argentinien	Latin America	22	W	HSW	Olten und Basel
Argentinien	Latin America	22	M	HSW	Olten und Basel
Kolumbien	Latin America	19	W	HSW	Olten
Ecuador	Latin America	22	W	HSW	Basel
Frankreich	(Catholic) Europe	21	W	HSW	Olten
Spanien	(Catholic) Europe	21	M	HSW	Brugg
Polen	(Catholic) Europe	23	M	HT	Brugg
Russland	(Orthodox) Europe	20	M	HSW	Olten

Die Interviews fanden im März 2022 statt. Die meisten AS befanden sich zu dem Zeitpunkt bereits ca. einen Monat in der Schweiz. Das Interview mit den beiden AS aus Argentinien wurde gemeinsam geführt. Die Interviews wurden entweder online oder am jeweiligen Campus des AS durchgeführt. Mit Zoom wurden die Gespräche aufgenommen für die spätere Auswertung.

### 3.4.2 Leitfadenkonstruktion

Es wurde kein komplett neuer Leitfaden erstellt, da es sich bei dieser Erhebung weiterhin um den gleichen Forschungsgegenstand handelt. Der Leitfaden der ersten qualitativen Erhebung der Experteninterviews diente als Grundlage. Informationen, die genauso von den AS direkt erfragt werden sollen, wurden entsprechend umformuliert. Elemente aus dem Fragebogen wurden entnommen und in qualitative Fragen umformuliert. Wie bereits bei den Experteninterviews wurde einen Pre-Test durchgeführt, um die Länge sowie die Verständlichkeit der Fragen zu prüfen. Der erstellte Leitfaden für diese Erhebungsphase ist im [Anhang D](#) abgelegt.

### 3.4.3 Form der Auswertung

Die Interviewauswertung erfolgte nach dem gleichen Vorgehen, wie bei den Experteninterviews anhand der qualitativen Inhaltsanalyse (Kukartz, 2018). Das Vorgehen dazu lässt sich im Kapitel 3.2.3 nachschlagen. Die ausgewerteten Kategorien sind im [Anhang I](#) zu finden. Eine Übersicht des Kategoriensystems ist in der untenstehenden Tabelle 10 abgebildet. Ergänzend wurde bei diesen Interviews qualitative Gruppenvergleiche gemacht, um Unterschiede in den Aussagen zwischen den beiden Kulturkreisen identifizieren zu können. Dafür wurde die Analysefunktion zur qualitativen Kontrastierung von MAXQDA genutzt, welche einen Vergleich von inhaltlichen Aussagen zwischen Gruppen ermöglicht (Rädiker & Kukartz, 2019).

Tabelle 10. Kategoriensystem Interviews mit AS

Hauptkategorie	Subkategorie	Subsubkategorie
<b>Vorstellung</b>		
<b>Leben in der Schweiz</b>	Erfahrungen & Erwartungen zur Vorbereitungsphase	
	Erfahrungen & Erwartungen zur Ankunft	Willkommenskultur der CH / FHNW
		Informationen & Support
		Buddy
	Erfahrungen & Erwartungen während dem Semester	Bürokratisches
		Sprachliche Hürden
Finanzielle Hürden		
	Jobs	
<b>Soziales</b>	Gefühl der Verbundenheit	
	Freundschaften...	...mit AS
		...mit LS
<b>Events</b>	Welcome Week	
	Geographische Hürde bei Events	
	Kultur / Geografie	
	Wirtschaft	
	Politik	
	Event mit lokalen Studierenden	
<b>Interkulturelles</b>	Wahrgenommene kulturelle Unterschiede	
	Wahrgenommene Interkulturelle Kompetenz	
	Rolle der Heimatkultur	Einfluss auf das Verhalten und die Wahrnehmung
		Einfluss auf den interkulturellen Austausch
Interesse an der Schweizer Kultur		
<b>Einschätzung der zentralen Bedürfnisse</b>	Zentrale Bedürfnisse während dem Auslandssemester	
	Erwartungen Rest des Semesters	
	Erwartete Werte fürs Leben	

## 4 Ergebnisdarstellung

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der drei Erhebungen dargestellt.

### 4.1 Ergebnisse Experteninterviews

Das Ziel der Experteninterviews war es, erste Antworten auf die Fragestellungen aus der Perspektive der Mitarbeitenden der IOs zu erhalten. In den nachfolgenden Unterkapiteln werden die Ergebnisse der jeweiligen Kategorien präsentiert.

#### 4.1.1 Berufliche Funktion

Um ein grundsätzliches Verständnis zur Tätigkeit der Mitarbeitenden des IO zu erhalten, wurden die Experten um einen Beschrieb ihres Berufs gebeten. Bei den kleineren IOs (weniger als 10 AS), sind die IO-Mitarbeitenden meist nur mit einem kleinen Pensum von 10-30% für das IO zuständig. Trotzdem haben sie durch die persönliche Betreuung direkten Kontakt mit den AS.

Grundinformationen wie z.B. die Anzahl AS, Stellenpensum und Standort sind im Kapitel 3.2.1 tabellarisch (Tabelle 5) dargestellt.

#### 4.1.2 Leben in der Schweiz

In der Kategorie «Leben in der Schweiz» werden alle Themen rund ums Wohnen, Bewältigen von organisatorischen Aufgaben (z.B. Anmeldung bei der Gemeinde, Visa etc.) und dem Wohlfühlen in der Schweiz beleuchtet. Dabei wurden diese Themen in einem chronologischen Ablauf von der Vorbereitungsphase bis hin zum Auslandsemester eingegliedert.

##### 4.1.2.1 Vorbereitungsphase

Vor der Ankunft in der Schweiz ist es wichtig, *«dass sie eine Ansprechperson haben, dass sie das Gefühl haben, dass sie betreut sind.»* (E3, Pos 34). Ein Thema, das in dieser Phase im Vordergrund steht, ist die Wohnungsfindung. Den AS werden Links zu Wohnungsvermittlungsagenturen zur Verfügung gestellt (E1, E3, E4). Bei der aktiven Wohnungssuche wird jedoch keine Unterstützung geboten. Faktoren, welche die Wohnungssuche erschweren können, sind die kurze Aufenthaltsdauer sowie der Bedarf nach möblierten Wohnungen. Eine gute Option stellt das Staff House, eine Studierendenunterkunft in Olten dar, welche direkt bei der FHNW gebucht werden kann. Es ist kostengünstig und man lernt andere AS kennen (E4A, Pos 45).

#### 4.1.2.2 Bei Ankunft

Die Phase «Bei Ankunft» umfasst die Ankunft in der Schweiz sowie die Akklimatisierung während den ersten Tagen bzw. mindestens bis zur ersten Schulwoche.

#### **Betreuung**

Zu Beginn des Semesters finden halb- oder ganztägige Einführungstage sowie teils auch Einführungsgespräche statt. In der Akklimatisierungsphase gehört es dazu, gewisse Orientierungshilfen zu geben: *«Beim ersten Gespräch mit dem Studenten machen wir schon so Tipps, wo sie was Essen können und wo's nicht so wahnsinnig teuer ist oder solche Geschichten.»* (E2, Pos 14).

In einzelnen Situationen helfen die IO Mitarbeitenden auch weiter: *«Ausnahmesituationen wo etwas mit der Krankenversicherung oder der Registrierung war. Wo ich auch das Gefühl hatte, dass es eine Sprachbarriere gibt. Obwohl ich das Gefühl habe, dass hier viele Englisch reden. [...]»* (E3, Pos 14).

#### **Willkommenskultur FHNW**

Die Willkommenskultur der FHNW gegenüber international Studierenden wurde eher als negativ wahrgenommen. Ein Kritikpunkt ist das *«fehlende internationale Denken»* (E1, Pos 23), *«dass wir als FHNW international sein möchten und das wirklich auch fördern. Weil dann müssten wir anders auftreten.»* (E3, Pos 34). E4A sieht das Problem jedoch eher bei der Inkludierung der Internationalisierung in die Philosophie der einzelnen Hochschule (Pos 43).

#### **Informationen**

Die Experten haben erkannt, dass es wichtig ist, den AS zu Beginn des Semesters Informationen zum Leben in der Schweiz zur Verfügung zu stellen. E3 hat selbstständig einen Guide für ihre AS erstellt (Pos 11). E4 wünscht sich einen «Survival Guide», wie es bei anderen Unis üblich ist und weist auf das bereits bestehende Angebot von *swissuniversities* und ESN hin (Pos 39).

#### **Kompetenzen der Austauschstudierenden**

Die IO Mitarbeitenden wurden betreffend der Bewältigung vom Leben in der Schweiz gebeten, die Selbstständigkeit der AS einzuschätzen. Dabei gab es verschiedene Sichtweisen. Repräsentativ für die verschiedenen Meinungen ist folgende Aussage: *«Unglaublich unterschiedlich. Ich merke, dass wenn jemand schon Mal eine Auslandserfahrung gemacht hat, das sind Selbstläufer. Sehr unterschiedlich.»* (E3, Pos 20).

## **Bürokratisches**

Zu Beginn des Austauschsemesters haben die Experten folgende klassischen Anliegen der AS festgestellt, bei dem die AS Fragen dazu haben: Registrierung auf der Gemeinde, Visumsabholung in Solothurn (E4A, Pos 34), Krankenkasse abschliessen, ÖV-Abo abschliessen (E3, Pos 11) oder eine SIM-Card organisieren (E4A, Pos 17).

### *4.1.2.3 Während dem Semester*

Nach der Akklimatisierungsphase wurden drei Themen festgestellt, die während dem Semester ein Anliegen für die AS darstellen könnte. Vorher wird jedoch kurz wieder die Betreuungssituation der IO Mitarbeitenden aufgegriffen:

## **Betreuung**

Während dem Semester haben zwei der interviewten IOs angegeben, dass sie gelegentlich per E-Mail oder Online-Meeting bei ihren AS nachfragen, wie es ihnen geht. Gewisse IOs machen 1-2-mal im Semester auch einen Ausflug mit ihren AS.

## **Geographische Hürden**

Nebst dem finanziellen Aufwand, von einem Ort zum anderen zu reisen, sehen die interviewten Personen auch die Verteilung der FHNW Campus über eine grosse Region als ein Problem: Die verschiedenen Standorte können verwirren (E1, Pos 10) oder sie melden sich nicht an Events an, weil es in einer anderen Region stattfindet (E3, Pos 22).

## **Sprachliche Hürden**

Sprachbarrieren beginnen teils bereits bei den Englischkenntnissen der AS: *«Manchmal kommt dazu, dass sie selber auch gar nicht so gut Englisch können. Eigentlich braucht es ja ein B2, aber manchmal ist es halt ein knappes B2.»* (E4A, Pos 35).

Es wird jedoch auch die mangelhafte Kommunikation auf Englisch seitens der FHNW erwähnt: *«Bei uns am Campus Brugg ist ja nichts auf Englisch. Mensa oder die ganze Webseite, Intranet ist auch nichts auf Englisch.»* (E4B, Pos 35).

## **Finanzielle Hürden**

Ein Thema, das von den interviewten Personen als ein Problem gesehen wird, ist die finanziellen Hürden. E4B stellt deshalb fest: *«Die sind dann auch drauf angewiesen, dass wir sie orientieren, wie sie günstiger durchs Leben kommen.»* (Pos 21).

Nebst den allgemeinen Lebensunterhaltskosten, sind vor allem auch die Kosten für das Schweizer ÖV eine finanzielle Belastung: *«Manche studieren hier in Basel und haben Luzern nicht gesehen. Das hängt einerseits mit der Zeit zusammen und dass es eben Geld kostet.»* (E2, Pos 37).

### 4.1.3 Soziales

Die Kategorie Soziales umfasst alle Elemente, die mit sozialen Interaktionen sowie z.B. das Schliessen von Freundschaften zu tun haben. Nachfolgend wird diese Kategorie unterteilt in weiteren Subkategorien präsentiert:

#### **Welcome Week**

Die Welcome Week ist ein wichtiger Ort für die AS, um Kontakte zu knüpfen: *«da war ich selber Mal dabei und dabei habe ich schon gemerkt, dass sie sich bereits gefunden haben und Grüppchen haben, und dann hast du schon eine Basis. Die Welcome Week gibt eine gute Vernetzung.»* (E3, Pos 22).

#### **WG / Studierendenheim**

Die interviewten Personen haben beobachtet, dass viel Soziales in den eigenen vier Wänden passiert: *«Oft sind es die Interaktionen. Die, die in WGs wohnen finden es super, dass sie etwas unternehmen. Die Interaktionen mit anderen Studierenden sind aber oft International.»* (E3, Pos 16). Vor allem das Staff House in Olten nimmt eine wichtige Rolle ein, damit sich die AS untereinander verknüpfen und austauschen können (E4A, Pos 68).

#### **Verbindungen zu lokalen Studierenden**

Trotz dem Kontakt zu den Buddies, gibt es eher weniger Freundschaften zu LS: *«Gewisse suchen den Kontakt zu den lokalen eher weniger, andere fänden es toll, finden es aber schwierig.»* (E3, Pos 16).

*«Das sehe ich ein Problem, dass sie nach Hause gehen und sagen, ich habe immer noch keine Schweizer Freunde. Das ist schade.»* (E4B, Pos 12).

#### **Buddies**

Die Beziehung zu den Buddies ist oft sehr individuell. Die potenzielle Unterstützung der Buddies wird teilweise nicht ausgeschöpft: *«[...] Obwohl er anscheinend einen guten Buddy hat, hatte er x Fragen für mich.»* (E4, Pos 12). Für E3 stellen die Buddies auch eine Entlastung dar: *«Das miteinander Gefühl und Connections und Buddies nehmen viele dieser Fragen weg [...]»* (Pos 11).

### ***Integration in die Klasse***

Die Integration der AS in die Klasse wird positiv aufgefasst: *«Da wurden sie gut aufgenommen und Projekte in Gruppen gemacht, da haben sie gute Erfahrung gemacht.»* (E4B, Pos 12).

#### **4.1.4 Events**

In Bezug auf die angebotenen Events wurden Erfahrungswerte, mögliche Interessensfelder und Ideen für zukünftige Events aufgedeckt:

##### **Welcome Week**

Die Welcome Week wurde bereits in der vorherigen Kategorie als wichtiger soziale Aspekt erkannt. Es wird jedoch auch im Allgemeinen als ein wichtiges Element angesehen: *«als ich bei der Welcome Week dabei war, das war super, weil dort gab es spannende und aktuelle Inputs. [...] Es wurde sehr persönlich und es ist eine tolle Sache und deshalb finde ich, dass man das auch im Frühlingsemester, auch wenn es dann etwas weniger Studierende sind, so ein Angebot hat.»* (E1, Pos 25).

##### **Gründe für Absenz bei der Welcome Week**

Nicht alle Studierende können jedoch von der Welcome Week profitieren: An der Hochschule von E3 kommen viele AS erst im Oktober, da sie nur für ihre Masterarbeit kommen. Im Falle von E2 finden bis Mitte September immer wichtige Events statt, weshalb ihre AS auch oft nicht teilnehmen können.

##### **Kultur / Geografie**

Das Reisen in der Schweiz und das Lernen über die Schweizer Kultur wurde von allen interviewten Personen als wichtig und interessant für die AS eingeschätzt:

*«Die Landschaft, die Schweiz, was sie hier erleben in dem Land, schöne Bilder von Bergen sind ein wichtiges Thema.»* (E1, Pos 14)

##### **Wirtschaft**

Beim Thema Wirtschaft wurden vor allem allgemein Informationen über Schweizer Grossfirmen als interessant erachtet: *«Was interessant ist, wenn wir eine Novartis oder sonst eine Grossfirma wie Nestle anschauen gehen, was zu einem internationalen Konzern gehört.»* (E4A, Pos 50).

## Politik

Das Interesse der Studierenden am Thema Politik war von allen Interviewten eher als schwierig einzustufen. E1 sagt betreffend den letztjährigen Besuch im Bundeshaus, während der Welcome Week aus, dass damals alle interessiert zugehört haben und auch Fragen gestellt haben. Er ist der Meinung: *«Ich denke es dürfte nicht nur Politik sein, sondern man müsste etwas aufbauen, das international anschlussfähig ist. Wo auch die Gräben der verschiedenen Verständnisse der ganzen Welt beleuchtet werden, Friedenspolitik zum Beispiel.»* (Pos 29).

Die Einschätzung von E2 ist: *«Ich habe die Befürchtung, dass das Interesse zu dem Thema wenig ist, aber genau deshalb würde ich zu dem Thema was anbieten. Weil ich irgendwie finde, dass das was Wichtiges ist.»* (Pos 20).

## Ideen zukünftige Events

Drei der vier interviewten Experten empfinden es als wichtig, Events auch unter dem Semester anzubieten: *«Evtl. macht es Sinn, zwischendurch noch ein Schulreisli anzubieten, den man für die international und lokalen Studierenden aufmacht. [...]»* (E1, Pos 37). Auch campusspezifische Events oder Projekte wurden als Angebot unter dem Semester vorgeschlagen, um vor allem auch die geographische Hürde für die Teilnahme an Events zu senken.

### 4.1.5 Interkulturelles

#### Ländervielfalt

Die interviewten IOs haben hauptsächlich AS aus europäischen Ländern, vereinzelt auch aus asiatischen oder südamerikanischen Ländern. Ein überwiegendes Modulangebot auf Deutsch führt automatisch zu einer Ausrichtung auf hauptsächlich deutschsprachig Studierende.

#### Wahrgenommene kulturelle Unterschiede

Von allen IO Mitarbeitenden wurden keine gröberen interkulturellen Unterschiede festgestellt, die ein Problem darstellen könnten. Es handelt sich vielmehr um Kleinigkeiten, wie dass z.B. die Spanier erst um neun Uhr essen (E3, Pos 32) oder dass die Südamerikaner von der Kälte überrascht werden (E4B, Pos 65). Positive Überraschungen können beinhalten: *«..., dass die Züge pünktlich sind und es hier überall sauber ist.»* (E3, Pos 32).

E1 fasst die interkulturelle Erfahrung der AS wie folgt zusammen: *«Es gab viele Beispiele, wo man sieht, dass die Wirklichkeiten an anderen Orten komplett anders sind und da ist auch die Frage, wie man damit umgeht.»* (Pos 23).

#### 4.1.6 Einschätzung der zentralen Bedürfnisse

Als Überblick, der von den Experten und Expertinnen erkannten zentrale Bedürfnisse an das Austauschsemester, verschafft die Aussage von E1: *«Ein tolles Erlebnis zu haben, weg von zu Hause, vom Gewohnten. Sich neu zu orientieren müssen und können, das ist mit Angst und Nervenkitzel verbunden. Mit **Perspektiven öffnen**, etwas neues Erleben. Ein weiterer zentraler Punkt ist, dass sie ihr **Studium ergänzen**. [...] **Freundschaften, sozialer Austausch**, Verbindungen knüpfen, die über das Semester hinaus halten, wo man sich auch später besuchen geht oder gemeinsame Projekte macht.»* (Pos 35).

Betreffend die Phasen «Vorbereitungsphase» und «Bei Ankunft» erwähnt E3 folgende ergänzenden Aspekte: *«Vieles fängt an, bevor sie zu uns kommen. Dass sie eine **Ansprechperson** haben, dass sie das Gefühl haben, dass **sie betreut sind**. [Vorbereitungsphase] [...] Sich abgeholt fühlen und wissen, da gibt es jemanden der schaut. **Das International Office und der Buddy**. [Bei Ankunft]»* (Pos 34).

## 4.2 Ergebnisse Fragebogen

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse des Fragebogens präsentiert. Alle Auswertungen und Antworten sind im [Anhang H](#) abgelegt.

### 4.2.1 Demographische Angaben

Um eine bessere Übersicht des Samples zu erhalten, werden nachfolgend die wichtigsten erhobenen demographischen Angaben aufgezeigt.

Tabelle 11. Deskriptive Analyse des Samplings.

Stufe (v_120)	Bachelor	Master				
<i>n</i>	53	15				
% der Stichprobe	77.9	22.1				
Länge des Aufenthalts (v_139)	1 Semester	2 Semester	Undefiniert			
<i>n</i>	46	15	7			
% der Stichprobe	67.6	22.1	10.3			
Nationalität (eingeteilt in Kulturkreise) (v_121)	Christian Europe	Protestant Europe	Latin America	Asia (Confucian, West & South Asia)	Orthodox Europe	African-Islamic
<i>n</i>	33	11	13	5	3	3
% der Stichprobe	48.5	16.2	19.1	7.4	4.4	4.4
Zeitpunkt des Aufenthalts (v_124)	HS 2021	FS 2021	HS 2020	FS 2020	HS 2019	FS 2019
<i>n</i>	37	6	6	8	9	2
% der Stichprobe	54.4	8.8	8.8	11.8	13.2	2.9
Alter (v_123)	<=20	21-24	25-29	30+	M	SD
<i>n</i>	5	52	9	2	22.74	2.379
% der Stichprobe	7.3	76.5	13.2	2.9		

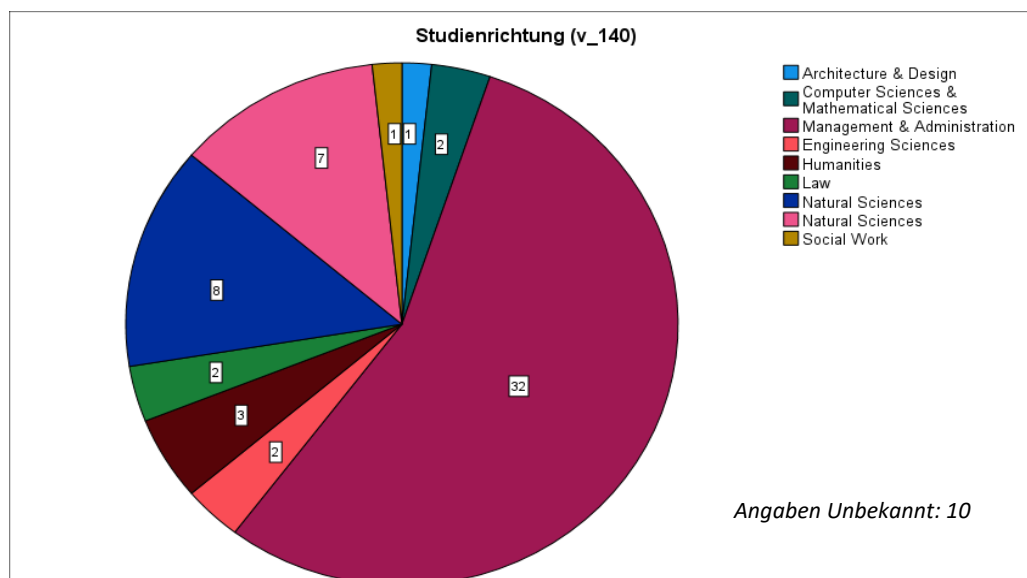


Abbildung 9. Kreisdiagramm: Studienrichtung

#### 4.2.2 Leben in der Schweiz

In der nachfolgenden Tabelle 12 werden alle Einschätzungen der AS zur Bewältigung des täglichen Lebens in der Schweiz aufgezeigt:

*Tabelle 12. Deskriptive Auswertung: Leben in der Schweiz*

Variable	Variablenname	M	SD
V_58-60	Eigene Kompetenz	3.632	0.710
V_63	Ausreichender Erhalt von Informationen von der Schule, um alles Notwendige rund um die Ankunft zu regeln.	3.760	1.009
V_64	Ausreichender Erhalt von Informationen von der Schule, um eine Unterkunft in der Schweiz zu organisieren.	3.780	1.183
V_65	Erwartungen an die Schule, beim Organisieren der Unterkunft mitzuhelfen.	3.690	1.026
V_66	Erwartungen an die Schule, Informationen zu liefern, um eine Unterkunft finden zu können.	4.010	0.922
V_69	Die Lebensunterhaltskosten stellten kein Problem dar.	2.630	0.945
V_70	Benötigung von finanzieller Unterstützung (z.B. Eltern, Fördergelder etc.) für das Auslandssemester.	4.650	0.540
V_71	Verzicht auf Aktivitäten wegen finanziellen Gründen.	3.440	1.238

Die AS haben tendenziell genügend Informationen erhalten, um alle organisatorischen Aufgaben zu Beginn des Semesters bewältigen zu können. Es wird auf jeden Fall von der Schule erwartet, Informationen zur Findung einer Unterkunft zu erhalten ( $M=4.010$ ).

Allfällige finanzielle Hürden wurden eher neutral bewertet. Fest steht jedoch, dass eine grosse Mehrheit AS finanzielle Unterstützung für ihr Auslandssemester benötigt haben ( $M=4.650$ ).

Bei der offenen Frage nach den konkreten Problemen in der Anfangsphase wurden vor allem bürokratische sowie sprachliche Probleme genannt (komplette Liste aller genannten Probleme: [Anhang H7](#)).

### Sprachkurs

Von der Schule wird erwartet, dass Sprachkurse angeboten werden ( $M=4.22, SD=0.878$ ) oder zumindest Informationen über Möglichkeiten von Kursen anbietet ( $M= 4.26, SD=0.785$ ).

50% der Befragten ( $n=34$ ) haben während ihres Aufenthalts in der Schweiz einen Sprachkurs besucht, wovon 91.2% ( $n=31$ ) den Kurs an ihrer Hochschule besucht haben.

85,29% ( $n=29$ ) haben den Kurs hilfreich gefunden und etwas gelernt (stimme zu/stimme stark zu) ( $M=4.21, SD=0.880$ ). Für die Mehrheit ( $n=30, 88.23\%$ ) war es wichtig, während ihrem Auslandssemester eine Landessprache der Schweiz zu lernen ( $M=4.38, SD=1.101, n=34$ ).

Für die, die keinen Sprachkurs belegt haben, gab es keine eindeutige Antwort zum Grund, weshalb sie keinen Kurs besucht haben. Die beliebtesten Antworten waren: Zeitgründe ( $n=7$ ), keinen passenden Kurs gefunden ( $n=7$ ) oder man spricht bereits die Landessprache ( $n=9$ ).

### 4.2.3 Soziales

In der nachfolgenden Tabelle 13, sind alle Antworten aufgeführt, die statistisch signifikant mehr angekreuzt wurden, im Vergleich zu den anderen Antwortoptionen:

*Tabelle 13. Deskriptive Auswertung: Soziales*

Variablenname	Antwort	<i>n</i>	$\chi^2$	<i>df</i>	<i>p</i>
Ort, wo soziale Kontakte / Freundschaften geknüpft wurden:	Welcome Week	44	5.882	1, 68	0.015
	Unterkunft	47	9.941	1, 68	0.000
Art der sozialen Kontakte:	Anderer AS	54	23.529	1, 68	0.000
Erwartungen an Schule, Angebot zu haben, andere Studierende zu treffen:	Lokale Studierende	47	9.941	1, 68	0.000
Ort der Entstehung von Freundschaften zu LS	Unterricht	31	6.433	1, 68	0.011
Gründe, keine LS als Freunde gefunden zu haben	Schwierigkeit, mit LS Verknüpfungen aufzubauen	19	24.391	2, 23	0.001

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die AS ihre Freunde an der Welcome Week und in ihrer Unterkunft gefunden haben und dass diese Freundschaften hauptsächlich mit anderen AS bestehen.

66.2 % der Befragten haben angegeben, auch lokale Freunde gefunden zu haben. Diese Freundschaften entstanden vor allem während dem Unterricht. Auf dem zweiten Rang stehen ESN Events (jedoch ohne statistische Signifikanz:  $\chi^2(1, 68) = 1.089, p = 0.297$ ).

Die übrigen 33.8% ( $n=23$ ), die keine Freundschaften mit LS knüpfen konnten, gaben zu 82.81% ( $n=19$ ) als Grund an, dass es schwierig war, mit LS Freundschaften zu knüpfen.

Im Allgemeinen wird von der Schule ein Angebot erwartet, um LS treffen zu können. Diese Erwartungen an die Schule wurden knapp erfüllt ( $M= 3.62, SD= 1.037$ ).

Das Konstrukt Verbundenheit (Connectedness) weist eine hohe Zustimmung auf ( $M=4.162, SD=0.879$ ). Was bedeutet, dass die AS ein Bedürfnis aufzeigen, sich mit anderen Leuten zu verbinden und bedeutungsvolle Freundschaften und Beziehungen zu haben.

### **Buddy**

77.90% der Befragten ( $n=53$ ) hatten während ihres Auslandsaufenthalts einen Buddy. Die untenstehende Tabelle 14 zeigt auf, dass alle Fragen eher neutral beantwortet wurden, bzw. keine eindeutige Tendenz in der Bewertung des Buddys festgestellt werden kann. Der Wertschätzung des Buddys wurde als einziges Item tendenziell zugestimmt ( $M=3.960$ ).

*Tabelle 14. Deskriptive Auswertung: Buddy*

Variable	Variablenname	<i>M</i>	<i>SD</i>
V_75	Unterstützung des Buddys bei Beantwortung von Fragen	3.600	1.291
V_76	Verbindung zum Buddys	2.980	1.248
V_77	Kompetenz des Buddys	3.660	1.192
V_78	Wertschätzung des Buddys	3.960	1.055
V_79	Wichtigkeit des Buddys während des Semesters	2.910	1.055

#### 4.2.4 Events

In der nachfolgenden Tabelle 15 werden alle Items zum Interesse an diversen Themen für Events dargestellt:

Tabelle 15. Deskriptive Auswertung: Interesse Events zu diversen Themen

Kategorie	Item	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>
<b>Wirtschaft</b>	Interesse Firmen- oder Fabrikbesuche	4.320	0.953	68
	Allgemeines Interesse ökonomische Themen	3.922	0.085	68
<b>Politik</b>	Basics über das politische System lernen (z.B. mit einem Bundeshausbesuch)	3.810	1.026	68
	Allgemeines Interesse an Politik	3.755	0.915	68
<b>Kultur / Geografie</b>	Reisen und Schweizer Kultur kennenlernen	4.353	0.643	68
	Bereitschaft zwischen FHNW Campus zu reisen für Events	3.873	0.811	51

Am meisten Interesse haben die AS an Events zum Thema Reisen und Schweizer Kultur kennenlernen ( $M=4.353$ ) sowie Firmenbesuchen ( $M=4.320$ ). Das allgemeine Interesse an Politik schneidet am schlechtesten ab ( $M=3.755$ ), wobei der Mittelwert eher zur Zustimmung tendiert.

Als Vorschläge für Firmen- und Fabrikbesuche bei Schweizer Firmen sind am häufigsten die Finanzbranche ( $N=19$ ) und die Pharmabranche ( $n=19$ ) genannt worden. Konkrete Firmennamen, die erwähnt wurden, waren UBS ( $n=11$ ), Roche ( $n=6$ ), Novartis ( $n=6$ ) und Nestle ( $n=6$ ).

69, 23% deren, die angegeben haben, dass die Distanz ein Problem ist, um an Events teilzunehmen, haben als Grund dafür finanzielle Gründe angegeben ( $\chi^2(3, 26) = 27.846, p = 0.000$ ).

#### 4.2.5 Interkulturelles

Betreffend den interkulturellen Kontext wurden vier Konstrukte erhoben: Akkulturation an die Schweizer Kultur, Einschätzung der eigenen Interkulturellen Kompetenz, Internationalität der Schweiz und der Schule / Uni. Die Internationalität wurde daran gemessen, ob die AS die Schweiz bzw. die Schule als offen gegenüber international Studierenden wahrgenommen haben und inwiefern sie sich aufgenommen gefühlt haben. Nachfolgend eine Übersicht in Tabelle 16 der berechneten Werte:

Tabelle 16. Deskriptive Auswertung: Konstrukte zu Interkulturellem

Variable	Variablenname	M	SD
V_93, V_94, V_97, V_98, V_129	Akkulturation an die Schweizer Kultur	3.785	0.584
V_131, v_132, v_133	Eigene Interkulturelle Kompetenz	4.333	0.515
V_99, v_100	Internationalität Schweiz	3.427	0.919
V_101, V_102	Internationalität Schule / Uni	4.206	0.798

Obwohl die eigene Interkulturelle Kompetenz als positiv wahrgenommen wurde und es das Item mit der höchsten Zustimmung ist, ( $M=4.333$ ) wurde nicht komplett zugestimmt, sich an die Schweizer Kultur akkulturiert zu haben ( $M=3.785$ ). Zu ergänzen ist, dass es für 39.7% der Befragten nicht das erste Mal ist, dass sie ein längerer Auslandsaufenthalt absolvieren. Bei Schwierigkeiten sich im kulturellen Kontext wohlfühlen, wurden vor allem zwei Hauptgründe genannt: Die Sprache (dass die AS kein Deutsch spreche) und die Art der Schweizer (fehlende Offenheit / Verschlossenheit).

Auffällig ist, dass die Internationalität der Schule positiv wahrgenommen wurde, d.h. eine grosse Zustimmung stattgefunden hat ( $M=4.206$ ). Jedoch bei der Internationalität der Schweiz im allgemein eher eine neutrale Haltung vertreten ist ( $M=3.427$ ).

#### 4.2.6 Highlights

Abschliessend mussten die ehemaligen AS angeben, was für sie das Highlight ihres Auslandssemesters war. Als Highlight wurde das Reisen in der Schweiz angegeben ( $\chi^2(5, 68) = 21.647, p = 0.001$ ):

Tabelle 17. Deskriptive Auswertung: Highlight des Auslandssemesters

Antwortmöglichkeit	n	Gültige %
<b>Reisen in der Schweiz</b>	<b>22</b>	<b>32.4</b>
Natur geniessen	10	14.7
Spass haben mit coolen Leuten	14	20.6
Raus aus der Comfort Zone, unabhängig sein	14	20.6
Erfolgreich alle Credits für das Studium sammeln	2	2.9
Anderes	6	8.8

## 4.3 Ergebnisse Interviews

Anhand der Interviews mit acht AS sollten aufgrund der bisherigen Erfahrungen die Bedürfnisse und Erwartungen während ihres Austauschsemesters aufgedeckt werden. Unterteilt in die ähnlichen Kategorien wie bei den vorherigen zwei Ergebnispräsentationen, werden die Ergebnisse nachfolgend dargelegt:

### 4.3.1 Vorstellung

Um sich anfänglich ein Bild der AS zu machen, wurden sie gebeten sich vorzustellen. Relevante Informationen wurden in Tabelle 9 im Kapitel 3.4.1 notiert. Weitere Informationen wie z.B. Hobbies oder Begründungen zur Wahl des Auslandssemesters werden aufgrund der mangelnden Relevanz zur Beantwortung der Fragestellung nicht genauer erläutert.

### 4.3.2 Leben in der Schweiz

Um Themen bezogen auf das Leben in der Schweiz besser eingliedern zu können, wurden diese in die drei Phasen Vorbereitungsphase, Ankunft und während dem Semester eingeteilt.

#### 4.3.2.1 Erfahrungen und Erwartungen zur Vorbereitungsphase

Bei den Vorbereitungen vor der Ankunft in der Schweiz wurde von keinen grösseren Problemen berichtet. Für die non-Europäer war die Beschaffung des Visums teilweise eine Herausforderung. Für die Klärung solcher administrativen Probleme wurde die Unterstützung des Buddies wertgeschätzt: *«I had so much problems with my visa, because all the topic of the visa was really complicated to explain [...]. So, I asked him, if he [Buddy] can call to the Solothurn canton, to the migration to see what's happening with my visa. He really helped me» (S5, Pos 12).*

Betreffend der Unterstützung des IO in der Vorbereitungsphase gab es verschiedene Antworten. S3 (Pos 20) wertschätzte die Reminder und zu wissen, dass ihr Mitarbeitende für Fragen zur Verfügung stehen, während S6 (Pos 20) eher skeptisch gegenüber der Unterstützung der IO Mitarbeitenden war, da er relativ spät eine Antwort auf seine Frage per E-Mail erhalten hat.

#### 4.3.2.2 Erfahrungen und Erwartungen zur Ankunft

Zusammenfassend lässt sich darlegen, dass alle einen mehrheitlich positiven Start in der Schweiz hatten. Die nachfolgenden Themenfelder sind während der Ankunft von Bedeutung:

##### **Willkommenskultur der FHNW**

Die Willkommenskultur der FHNW gegenüber AS wurde von fast allen Interviewten als sehr positiv wahrgenommen. Gründe für negative Anmerkungen waren fehlende Aktivitäten wie z.B. Ausflüge zu Beginn des Semesters.

Die beiden AS, die *full year exchange students* (S4 und S7) sind, haben den Start im Herbstsemester als angenehmer empfunden. S4 stellt fest, dass aufgrund der fehlenden Welcome Week, der Start dieses Semester anders war. Die Welcome Week im vergangenen Semester hat ihm geholfen, Freunde zu finden und einen «smooth start» zu haben (Pos 10).

##### **Bürokratisches**

Die Hälfte der interviewten AS hatten Probleme bei der Eröffnung des Bankkontos, was zum Teil weitere Probleme ausgelöst hat, um Aufgaben des täglichen Lebens bewältigen zu können. S1 und S2 hatten ausserdem ein Problem mit der Studenten-E-Mail-Adresse was Stress ausgelöst hat, da sie diverse Informationen zum Studium nicht abrufen konnten und ihnen gesagt wurde, dass ihnen niemand helfen kann (Pos 41).

Für zwei der AS war der Start in der Schweiz auch emotional herausfordernd: S6 fühlte sich zu Beginn etwas einsam und traurig, in einem Land zu sein, wo er noch niemanden kannte (Pos 10). S5 aus Kolumbien ist weit weg von ihrer Familie und vermisst sie. Sie ist auf sich allein gestellt und nimmt die Herausforderung an: *«I have to maintain me with the foots in the world.»* (Pos 10).

##### **Informationen und Support**

Für S6 waren die Informationen der Info Session in Brugg sehr hilfreich: *«I find it really useful, because they give us information not only about the university, but about how in Switzerland, how to use the train or how to rent a bike for example, that it's useful. That kind of stuff are little details but important.»* (Pos 74).

Die Hälfte der interviewten AS haben vorgeschlagen, einen kleinen Guide zu machen mit Informationen, die zu Beginn hilfreich sein könnten. S1 beschreibt es als: *«This is what you need to know as soon as you get off the plane in Switzerland.»* (Pos 39). S4 zählt auf: *«How to have a Swiss phone number, maybe also this like a short guide which will tell you where to go to exactly to, to have your Swiss ID, you know where to register, whom to contact. Maybe it's like the first things you should do during your initial two weeks here.»* (Pos 21).

S3 wünscht sich Informationen, was zu tun, wenn man krank wird: *«If you are sick, where do you go to a doctor, how much do you have to pay. How is the coverage of the insurance and everything, it would be nice if you could touch that subject on health, because health is an important part.»* (Pos 93). Bekräftigt wurde diese Aussage durch die persönliche Erfahrung von S1, die während ihren ersten Wochen einen Krankenhausaufenthalt hatte. Sie hätte sich ebenfalls gewünscht die oben aufgezählten Informationen zu erhalten (Pos 50).

### **Buddy**

Die Unterstützung von den Buddies wurde als positiv empfunden. Als positiver Aspekt wurde genannt, dass sie so jemanden hatten, der sie am Flughafen abholt und Fragen klären konnten. Jeder wurde auf unterschiedliche Weise unterstützt: S4 war dankbar, dass ihn sein Buddy bis zum Staff House begleitet hat, da der Staff House Manager nicht gut English spricht (Pos 10).

#### **4.3.2.3 Erfahrungen und Erwartungen während dem Semester**

Die Phase, während dem Semester umfasst die Zeit, in der sich die AS während des Interviews befanden. Probleme die währenddessen noch aufgetaucht oder fortbestanden beinhalten:

### **Sprachbarrieren**

Ausser S4 spricht niemand Deutsch. Alle anderen haben ihre fehlenden Deutschkenntnisse nicht als ein Problem angesehen. Gemäss ihrer Wahrnehmung sprechen in der Schweiz viele Leute Englisch. Und wenn nicht, ist es kein grosses Problem: *«For example, in the supermarket. They don't speak English, but it's not a big deal. There is the price of the things, and you want to take it or not, not really difficult»* (S6, Pos 28). Oder man weiss sich mit Google Translator zu helfen (S1, Pos 38).

Die Hälfte der Interviewten belegen einen Deutschkurs, um die Landessprache zu lernen. S8 erzählt: *«I think is just basics and in six months I won't to be able to learn a language. [...] I can go to a shop now and ask them for a change. So, it's possible to use it in daily life.»* (Pos 38 und 40).

### **Finanzielle Hürden**

Die Hälfte der AS hat angegeben, dass für sie die Lebensunterhaltskosten in der Schweiz hoch sind, die finanzielle Situation jedoch mit Sparmassnahmen tragbar ist. Ein grosses Hindernis ist, dass die Fördergelder erst in der zweiten Semesterhälfte ausgezahlt werden, da dies eine grosse finanzielle Unterstützung darstellt (S3, Pos 61). Gewisse AS waren nicht über gewisse Gebühren informiert, wie z.B. für die Aufenthaltsbewilligung (S2, Pos 70; S4, Pos 19).

### **Jobs**

Ungefähr die Hälfte der Interviewten sind auf Jobsuche in der Schweiz. Gemäss S8 (Pos 102) und S5 (Pos 26) wäre es von Vorteil, wenn die Schule sie mit Informationen über Jobmöglichkeiten unterstützen würde.

### 4.3.3 Soziales

In der Kategorie Soziales werden alle Thematiken bezogen auf die sozialen Interaktionen genauer erläutert.

#### **Gefühl der Verbundenheit**

Alle Interviewten haben zugestimmt, dass die Verbindungen mit anderen Studierenden ein zentraler Bestandteil ihres Auslandssemesters sind. S8 beleuchtet dies eher von einer Business Perspektive: *«And I think it's also important for my career as well, as it has to do with international relations and business. And in that sphere, it's very important to have personal relationships»* (Pos 54).

Repräsentativ für alle Aussagen lässt sich die Wichtigkeit der Verbundenheit mit anderen mit der folgenden Aussage veranschaulichen: *«I think it's really important to make it easier, because if you don't have connections with other students, you will have not a good time here and it's a long time to be bored or to be alone»* (S6, Pos 42).

#### **Freundschaften...**

##### **...mit Austauschstudierenden**

Alle befragten Personen haben ausgesagt, dass sie ihre bisherigen Freunde in der Unterkunft gefunden haben. Das Staff House, wo sieben der Interviewten leben, wird als den wichtigsten Verbindungspunkt und Ort des Austauschs gesehen, um sich mit Studierenden verschiedener Kulturen austauschen zu können: *«[...] we gather in the kitchen and talk to each other. I think it's the main place that I can actually discuss anything with my friends»* (S8, Pos. 44).

##### **...mit lokalen Studierenden**

Alle anderen Interviewten haben angegeben, dass sie entweder eine gute Verbindung zu ihrem Buddy haben und so, den Kontakt zu LS haben (S8, Pos 50; S2, Pos 35) oder im Unterricht mit LS Kontakt hatten. S4, der bereits das zweite Semester hier ist, ist der Einzige der LS gefunden hat, die er jetzt seine Freunde nennen kann. Diese Verbindungen haben sich vor allem an ESN Events aufgebaut: *«So, I guess it's all about those events that took part in the ESN events, [...] And then, we're all like mixed together, so you could like talk to whoever you like. [...]»* (Pos 35).

#### 4.3.4 Events

Betreffend den angebotenen Event wurde bezogen auf diverse Themenfelder die Meinung der AS erfragt. Pro Kategorie werden Erfahrungen, Erwartungen und Ideen für Events zusammengefasst.

##### **Welcome Week**

S4 ist ein *Full year exchange student* und hat die Welcome Week im Herbstsemester als «amazing» in Erinnerung. Er hat es wertgeschätzt, dass er gleich nach Ankunft eine Möglichkeit hatte, die anderen AS kennenzulernen. Besonders hervorgehoben hat er: *«Also during like the first party at the introduction weekend, we went to the beer garden. I think it's really nice because I could like approach everyone [...]»* (Pos 25). Ausserdem sieht er die Welcome Week als Möglichkeit kurze Blöcke zu haben, über Themen wie die Schweizer Geschichte, das politische System und «wie das mit den Kantonen funktioniert». Der Vorteil sieht er darin, etwas lernen zu können ohne wiederkehrende Kurse während dem Semester zu haben (S4, Pos 49).

Für die AS, die erst dieses Semester angekommen sind und nur einen Intro Day hatten, wurde mehr erwartet, insofern sie Vergleichsmöglichkeiten mit anderen Schulen hatten: *«when I saw like the alumnis from my school they went to a chocolate factory, I thought that's nice for the Welcome week, and we didn't have that. So that was quite disappointing [...]»* (S3, Pos 10).

##### **Geographische Hürden bei Events**

Für die eine Hälfte der Interviewten stellt das Reisen zwischen den Campus eine finanzielle Belastung dar. S3 meinte, dass es ihr CHF 15.- nicht wert sind, nur um an einem Event in Basel teilzunehmen (Pos 53). S7 schlägt vor, campus-spezifische Events zu haben, um geographische Hürden zu minimieren: *«[...] something in each city with each like group of students who are nationals and students who are part of the exchange so they can all get together. Going out or going to the river or going to a museum»* (Pos 54).

Für die andere Hälfte der Interviewten stellt das Reisen zwischen den Campus kein Problem dar. Sie haben ein GA und belegen Module an mehreren Campus. Das Reisen gehört für sie zum Alltag (S1, Pos 65).

##### **Kultur / Geografie**

Das Erkundender Schweiz ist ein zentraler Punkt in Bezug auf erwartete Events. Dabei gibt es verschiedene Interessenfelder: Sightseeing in Städten, die Schweizer Geschichte kennenlernen, Ausflüge in die Berge zu machen sowie die Schweizer Küche: *«I want to learn about the food. For*

*example, why you are recognized more for the chocolate. I want to know why the cheese, if you go to Switzerland and you don't eat cheese or fondue, you were not in Switzerland.» (S5, Pos 54).*

Auch Sportevents würden wertgeschätzt werden. S3 hebt ausserdem noch den Vorteil der sozialen Kontakte hervor: *«I expect more of that because when you do sports, you're actually - whether you like it or not - you communicate with people.» (Pos 45).*

### **Wirtschaft**

Auf die Frage, ob sie die Schweizer Wirtschaft interessiert, meinte S3 scherzhaft *«Where your GDP comes from»*. Sie fände es interessant, wenn die Schule Keynote-Speaker einladen würde, um den AS glaubhaft Informationen zu vermitteln (Pos 57).

Sonstige Interessen bezogen auf die Schweizer Wirtschaft bezogen sich eher auf das Kennenlernen einzelner Schweizer Firmen: S4 schlägt ein Messebesuch vor, um Schweizer Firmen kennenlernen zu können (Pos 43). S2 wünscht sich als Betriebsökonomiestudent: *«It would be nice if they take us to companies from here, because we study business, like getting to the factory, something technology, but I know, they don't have to do it really.» (Pos 57).*

### **Politik**

Ausser einer Person haben alle angegeben, dass sie interessiert sind, mehr über die Politik zu lernen. S3 hat sich gefragt: *«And why is it called "I'm Switzerland, Switzerland is neutral" – it would be nice to know.» (Pos 55).* Auch S2 hat Unklarheiten betreffend dem schweizerischen System: *«For example, no one knows if there is a president. Even though my buddy didn't know. And it was like, I would really like to know how things work. And even that, like I would like to go to the Parliament to know how things work.» (Pos 81).*

### **Events mit lokalen Studierenden**

Alle Interviewten haben zugestimmt, dass sie mehr Events mit LS wertschätzen würde. S6 sieht die Verknüpfungen mit den LS bereits durch die Aktivitäten von ESN als erfüllt. Auf der letzten Party hat er LS kennengelernt (Pos 38). Für S1 sind es auch andere Events, die sie als Möglichkeit sieht, um sich mit LS zu verknüpfen: *«[...] we wanted to have like activities, more when we could like chat with people and connect with people and we feel like those kind of activities, wouldn't be the same. You know, that's why we're like really interested in hikes and like city tours to get to know like locals [...]» (Pos 29).*

S2 fügt zu diesem Thema an, dass sie zwar Möglichkeit gesehen haben, LS kennenzulernen, dies jedoch auch mit einer finanziellen Hürde verbunden ist: *«For us, as Latin Americans, spending 30 or 40 francs for six beers, or four beers or whatever. It is a lot of money in Argentina. If going out*

*with Swiss people means spending 30 or 40 francs, then it is like, okay yes. That is sometimes not easy.» (Pos 28).*

#### 4.3.5 Interkulturelles

Im nachfolgenden Kapitel werden alle interkulturell relevanten Ergebnisse präsentiert.

##### 4.3.5.1 Wahrgenommene interkulturelle Unterschiede

Mehreren AS fiel die erhöhte Sicherheit in der Schweiz auf: S8 aus Russland: *«I think the residential buildings. They're very cozy. And they don't really have any fences around them. And for me, it's really strange because I think you would worry more about security.» (Pos 72) « [...] and some of the doors are just opened, they don't really close them. I think that's strange. Everybody can just come in and steal.» (Pos 74).* S5 bemerkte ebenfalls die erhöhte Sicherheit in der Schweiz. Besonders als Frau fühlt sie sich in der Schweiz sicherer: Man darf sich kleiden, wie man will, ohne dass man auffällt oder von Männern direkt angemacht wird, wenn man mal etwas mehr Haut zeigt. Sie fühlt sich ausserdem sicherer nachts alleine unterwegs zu sein (Pos 58).

In Bezug auf den Unterrichtsstil der Dozierenden gab es verschiedene Aussagen. S6 aus Spanien hat das Gefühl, dass die Dozierenden mehr *relaxed* sein könnten (Pos 16). Während S4 positiv überrascht war. Ihm gefällt, dass die Machtdistanz zwischen Dozierende und Studierende nicht so gross ist. In Polen wird immer sehr formell mit dem Dozierenden kommuniziert (Pos 55).

Betreffend dem Verhalten der Schweizer Bevölkerung hat sich ein Teil der AS ein eher negatives Bild gemacht: S1 aus Argentinien meint: *«I would say, people are much less friendlier. People will help, but only if you specifically go and ask like directly for help. If not, like, people won't help you, even though sometimes they can. [...] That was like quite a shock.» (Pos 77).* Der Spanier S6 sieht das ähnlich: Er empfindet Schweizer als kalt und jeder geht nur seinen eigenen Weg, ohne auf andere Rücksicht zu nehmen (Pos 74). S3 sieht das Ganze etwas positiver: *«Some other countries, other cultures are more open. But in my opinion, you're used to dealing with foreigners [...]» (Pos 82).*

##### 4.3.5.2 Wahrgenommene Interkulturelle Kompetenz

Alle Interviewten hatten vor dem Auslandssemester bereits internationale Erfahrungen gesammelt, entweder durch frühere Auslandssemester oder mehrwöchige Auslandsaufenthalte. Demnach ist es nachvollziehbar, dass alle ihre Interkulturellen Kompetenzen als gut eingeschätzt haben. Zwei europäische AS gaben an, dass sie aufgrund mangelnder Erfahrung, mit gewissen asiatischen Kulturen unsicher sind, ob sie in der Interaktion mit solchen Kulturen die nötigen Handlungskompetenzen haben.

Sechs Interviewte haben angegeben, dass sie durch die verschiedenen Erfahrungen und Erlebnisse mit anderen AS ihren interkulturellen Horizont erweitert haben. Dies vor allem dadurch, dass sie mit Kulturen in Berührung kamen, die sie von ihrem Heimatland eher weniger kennen: Zwei europäische AS haben ein Interesse an den südamerikanischen Kulturen entwickelt, während für S1 aus Argentinien es vor allem erfreulich war, mehr über die osteuropäischen Kulturen zu lernen (Pos 98).

#### 4.3.5.3 Rolle der Heimkultur

Um den Akkulturationsprozess in der Schweiz zu verstehen, wurde danach gefragt, inwiefern sie einen Einfluss aus ihrer Heimkultur in ihrem Leben hier in der Schweiz sehen.

#### **Einfluss auf das Verhalten und die Wahrnehmung**

Die Hälfte der Interviewten gaben an, dass ihr Verhalten aus ihrer Heimkultur ihnen in der Schweiz geholfen hat. Die Freundlichkeit und Offenheit ihrer Kultur, vereinfacht es ihnen mit anderen Leuten in Kontakt zu treten: *«I think that it helped me in the way that maybe not everyone is, I don't know, as friendly as they are, they were in my country I'm aware that in my country people are extremely friendly, but it helps me to like connect with people who are having issues, like have getting to know new people here.»* (S7 aus Ecuador, Pos 68).

Negative Einflüsse aus der Heimkultur bezogen auf das Leben in der Schweiz beinhalten zum Beispiel: S5 (Kolumbien) und S6 (Spanien) haben Mühe, sich auf die Schweizer Pünktlichkeit umzustellen. Für S1 ist sogar der ganze Tagesablauf etwas anders: *«And also, we have dinner at like 11pm. And here at 10pm is already quiet time, you know, we're not used to that. So, that was like quite the challenge. It was, we still struggle with like eating dinner earlier.»* (Pos 84).

#### **Einfluss auf den interkulturellen Austausch**

Dadurch, dass in den Unterkünften verschiedene AS zusammenleben, wird der interkulturelle Austausch automatisch gefördert: *«It happens daily. It's just a cultural exchange when we live in an environment that's International. It's inevitable.»* (S3, Pos 80).

Ein Teil der interviewten AS teilt gerne die eigene Kultur mit anderen AS: S1 aus Argentinien meinte: *«I think we're gonna celebrate like Argentinian holidays here and if someone wants to join [...]»* (Pos 88). S4 aus Polen erzählt gerne über sein Heimatland Polen und klärt die anderen AS über die polnische Geschichte auf oder informiert über polnische Erfindungen (Pos 61).

S7 fasst zusammen: *«It could be enlightening to get to know the things in which ways we are different and also ways in which we are similar.»* (Pos 70).

#### 4.3.5.4 *Interesse an der Schweizer Kultur*

Wie bereits in der Rubrik «Kultur / Geografie» des Kapitels 4.3.4 gesehen wurde, ist das Interesse die Schweizer Kultur kennzulernen gross.

Die Mehrheit ist der Meinung, dass sie gerne im Allgemeinen gerne mehr über das Land lernen möchten, wo sie aktuell leben: *«I think I'm really interested. It's always nice to learn about the place where you're staying. And I think it's some sort of a duty for international students to learn about a country to which they're arriving.»* (S8, Pos 76).

#### 4.3.6 *Einschätzung der zentralen Bedürfnisse*

Um die spezifischen Bedürfnisse in ein grosses Ganze einordnen zu können, wurde von den AS erfragt, was für Bedürfnisse und Erwartungen sie im Allgemeinen haben und was dieses Erlebnis ihrem Leben bringen soll.

##### **Zentrale Bedürfnisse während dem Auslandssemester**

Für die Hälfte der Interviewten AS ist es bedeutsam, vor dem Semester und auch bei Ankunft ausreichend informiert zu werden. Für die Mehrheit der AS hat der Buddy mehrheitlich zur Erfüllung dieses Bedürfnisses beigetragen.

Ein weiterer Punkt bezieht sich auf die sozialen Kontakte, bzw. das Kennenlernen neuer Leute. Hier wurde vor allem nochmals auf die Wichtigkeit hingewiesen, die Möglichkeit zu haben, sich mit LS austauschen zu können.

Letztendlich ist auch das Kennenlernen der Schweizer Kultur für die AS wichtig. Für die Erfahrungen ist es wichtig, da sie auch einen Einfluss auf ihr Leben zurück im Heimatland erwarten.

Die letzten zwei erwähnten Punkte decken sich auch mit **den Erwartungen an den Rest des Semesters.**

##### **Erwarteter Mehrwert fürs Leben**

Um die allgemeinen Erwartungen die AS an ihr Auslandssemester haben herauszufinden, wurden sie nach dem erwarteten Mehrwert des Auslandssemesters gefragt. Einerseits werden persönliche Entwicklungen erwartet: S4 konnte sein introvertiertes Verhalten überwinden und ist offener Leute anzusprechen (Pos 8). Andererseits das Verständnis für andere Kulturen gefördert, was dann auch einen positiven Einfluss aufs Leben zurück im Heimatland haben soll: *« [...] because I only come back home smarter and so want to see what you're doing better, than we are doing better and then bring it back to Poland.»* (S4, Pos 69).

## 5 Diskussion

In diesem finalen Kapitel der Arbeit werden alle Ergebnisse zusammengetragen und in Bezug auf die Literatur diskutiert und reflektiert. Anhand dieser Ergebnisse wird ein Gestaltungsvorschlag abgeleitet. Abschliessend werden das Vorgehen kritisch reflektiert und potenzielle zukünftige Forschungsthemen aufgezeigt.

### 5.1 Zusammenfassung zentraler Befunde

Um im Auftrag der FHNW herauszufinden, was die Bedürfnisse der AS sind, während ihrem Aufenthalt an der FHNW bzw. in der Schweiz, wurde folgende Fragestellungen aufgestellt:

*Welche Bedürfnisse und Erwartungen haben die Austauschstudierenden an das ausserschulische Programm während ihrem Auslandssemester?*

Zusammengetragen aus den Ergebnissen der drei Erhebungsformen der Experteninterviews, des Fragebogens sowie der Interviews mit den AS, lassen sich folgende Bedürfnisse entlang des Auslandssemesters identifizieren:

In der Vorbereitungsphase ist das zentrale Bedürfnisse der **Erhalt von Informationen**, um über das Auslandssemester Bescheid zu wissen: « [...] *Before coming to Switzerland, to have a good information, the accommodation, the transport, the university, the culture of Switzerland. So, for me the key is knowing where you are going before coming. [...]*» (S6, Pos 78). Im Fragebogen wurde mit einem Wert von  $M=4.01$  zugestimmt, dass Informationen zu möglichen Unterkünften erwartet werden. Ausserdem ist eine Ansprechperson wichtig, um sich betreut zu fühlen. Dieses Bedürfnis haben auch die Experten erkannt. Im Normalfall übernimmt diese Funktion der **Buddy**. Vor allem für Organisatorisches, wie z.B. die Besorgung des Visums kann der Support einer deutschsprachigen Person hilfreich sein: « [...] *So, I asked him, if he can call to the Solothurn canton, to the migration to see what's happening with my visa. He really helped.*» (S5, Pos 12).

Auch in der Ankunftsphase übernimmt der Buddy eine wichtige Funktion. Wie z.B. das Abholen am Flughafen / Bahnhof und der Klärung der wichtigsten Fragen. Dies stellt in der Betreuung der AS für die Mitarbeitenden des IO eine grosse Entlastung dar.

Bezogen auf die Hochschule wurde von den AS sowohl im Fragebogen ( $M = 4.2$ ) sowie bei den Interviews die **Willkommenskultur** bzw. Internationalität gegenüber ausländischen Gästen als positiv wahrgenommen. Einzig die Experten, welche das Ganze von einer innenperspektive betrachten, sehen die Umsetzung der Willkommenskultur der FHNW als nicht genügend umgesetzt.

Gründe dafür liegen auch an den einzelnen Kulturen der Hochschulen, wo eine fehlende Internationalität wahrgenommen wird.

Auch in der Ankunftsphase ist das Erhalten von **genügend Informationen** von zentraler Bedeutung. Die AS wünschen sich Informationen in Form eines Guides für das tägliche Leben: *«How to have a swiss phone number, maybe also this like a short guide which will tell you where to go to exactly to, to have your Swiss ID, you know where to register, whom to contact. Maybe it's like the first things you should do during your initial two weeks here.»* (S4, Pos 21). Die Experten haben das Bedürfnis für einen «Survival Guide» ebenfalls erkannt. Dieses Bedürfnis nach genügend Informationen kann dem Bedürfnis nach Kompetenz gemäss Sheldon et al. (2001) zugeordnet werden. Dieses Bedürfnis wird aktuell nicht vollständig befriedigt, da der Mangel an Informationen sie daran hindert, Aufgaben selbstständig erledigen zu. Bestätigt wird diese Aussage von der qualitativen Befragung, wo die eigene Kompetenz mit einem Mittelwert von 3.6 bewertet wurde.

Das Bedürfnis nach mehr Informationen haben die AS auch bezogen auf die **finanziellen Bedürfnisse**. Fast alle befragten AS via Fragebogen (97,1%) haben finanzielle Unterstützung während ihres Auslandsaufenthaltes benötigt. 55,9% der befragten AS konnten aus finanziellen Gründen nicht an Aktivitäten teilnehmen. Die qualitativ befragten AS wünschen sich vor Ankunft Auskunft über die fix anfallenden Kosten (Registrierung auf der Gemeinde, Erhalt der Fördergelder etc.) um ihre finanziellen Ressourcen während des Aufenthalts besser einplanen zu können. Ein Teil der AS sucht sich während ihres Auslandsaufenthalts einen Job, um ihre finanziellen Bedürfnisse befrieden zu können. Dabei wünschen sie sich Unterstützung in Form von Informationen zur Jobsuche. Dasselbe Anliegen wurde in den Untersuchungen von Villafaña Santiago et al. (2011) festgestellt. Die interviewten IO Mitarbeitende sehen hier jedoch eine Grenze ihrer Betreuung. Jobs sollen sich die AS selbst suchen.

Mangelhafte **Sprachkenntnisse** der lokalen Sprache wurden im Fragebogen und von den Experten oft als Problem angegeben, um organisatorische Anliegen zu klären oder sich kulturell zu integrieren. Die interviewten AS haben jedoch keine Probleme aufgrund der Sprache wahrgenommen, da die reine Kommunikation auf Englisch ihnen keine Probleme bereitet.

Bei beiden Studierendenbefragungen haben exakt je 50% angegeben, einen **Sprachkurs** belegt zu haben. Für 88,2% der quantitativ befragten war es ein wichtiges Anliegen, während ihres Auslandssemesters die lokale Sprache zu lernen. Von der Schule wird erwartet, ein Sprachkurs anzubieten (M=4.22) oder Informationen über mögliche Sprachkurse anzubieten (M=4.26).

Nebst der Landessprache ist es den AS ist auch wichtig das **Land kennenzulernen**, wo sie ihren Aufenthalt verbringen. Dazu gehört das Lernen über die Schweizer Kultur sowie Themen wie Politik

und Wirtschaft. Dies kann dem allgemeinen Freizeitbedürfnis der *Eduktion* gemäss Opaschowski (1996) zugeordnet werden, wo Studierende gerne neues Lernen möchten. Das Interesse für Politik hat am wenigsten Zustimmung erhalten ( $M=3.755$ ). Aus Sicht der Experten ist es sinnvoll, trotz geringerem Interesse den AS die Grundlage zu diesen Themen nahezubringen.

Im Fragebogen wurde die **Wichtigkeit des Buddies** während dem Semester als weniger wichtig eingestuft ( $M=2.91$ ). In den Interviews gab es vereinzelte Aussagen, dass der Buddy als Kontakt zu einem LS wertgeschätzt wird. In allen drei Erhebungen sowie die Ergebnisse von Elturkia et al. (2019) bestätigen, dass falls Freundschaften zu LS entstehen, dieser Kontakt im Unterricht geknüpft wird. Trotzdem wünschen sich die AS mehr Verbindungsmöglichkeiten mit LS. 69.1% der befragten AS erwarten ausserdem von ihrer Schule, Möglichkeiten zu haben LS zu treffen.

Die **Verbundenheit zu anderen Studierenden** (AS und LS) stellt ein zentraler Punkt des Auslandssemesters dar ( $M= 4.1$ ). Dies wurde auch von den interviewten AS betont sowie in den Untersuchungen von Perez-Encinas et al. (2021) bestätigt. Dieses Bedürfnis nach *Verbundenheit* (Diefenbach & Hassenzahl, 2017; Sheldon et al., 2001) kann ebenfalls dem Bedürfnis nach *Integration* gemäss Opaschowski (1996) zugeordnet werden, wo das Zusammensein und der Gemeinschaftsbezug in der Freizeit erfüllt werden möchten. Von allen drei Erhebungen wurde bestätigt, dass die zwei zentralen Entstehungsorte solcher Verknüpfungen die Welcome Week und die Unterkunft (vor allem das Staff House in Olten) der AS sind.

Die Erlebnisse des Auslandssemesters werden als bedeutsam für das weitere Leben eingestuft. Die Erlebnisse sollen einen positiven Einfluss auf die Persönlichkeit, die Weltsicht und «das Leben zurück» im Heimatland haben. Fast identisch sind diese Befunde mit der Definition des Bedürfnisses nach **Bedeutsamkeit**: «*Das Gefühl, bedeutsame Momente, bewusst zu erleben, persönliche Entwicklung oder neue Einsichten zu erlangen*» (Diefenbach & Hassenzahl, 2017).

In einem zweiten Schritt wurden die Aussagen in Bezug auf den kulturellen Hintergrund verglichen. Die befragten Studierenden wurden in zwei Gruppen nach den Kulturkreisen *Latin America* und *Europe (Orthodox und Catholic)* aufgeteilt und deren Aussagen verglichen. Folgende Fragestellungen wurden beantwortet:

*Welche interkulturellen Unterschiede lassen sich bei den Aussagen der Austauschstudierenden feststellen?*

Einem Teil der AS ist die erhöhte **Sicherheit** in der Schweiz aufgefallen. Eine kulturelle Erklärung dafür könnte sein: Zwei AS, die diese Beobachtung gemacht haben, sind aus Russland und Kolumbien. Beide Länder befinden sich eher auf der «Überlebens»-Dimension auf der Inglehart-

Welzel World Cultural Map (World Values Survey, 2020a), wo das Bedürfnis nach Sicherheit eher im Mittelpunkt steht.

Die **Willkommenskultur** der Schweizer Bevölkerung gegenüber ausländischen Personen wird von den AS eher neutral bewertet ( $M=3.4$ ), was auch die Meinung der interviewten Studierenden widerspiegelt: Ein Teil kritisierte die fehlende Hilfsbereitschaft und Offenheit der Schweizer, während sich der andere Teil freundlich aufgenommen gefühlt hat. Die Autorin sieht folgende Begründung:

Die Schweiz ist ein Land, bei dem der **Individualismus** stark ausgeprägt ist gemäss Hofstede (2022). Dies haben die Mehrheit der Südamerikaner insofern negativ wahrgenommen, da sie bemerkt haben, dass jeder mehr auf sich selbst schaut und einem bei Problemen weniger geholfen wird (ausser man fragt spezifisch nach Hilfe). Hofstede (2022) bekräftigt, dass die Mehrheit der südamerikanischen Länder eher kollektivistisch geprägt ist, wo der Zusammenhalt der Gesellschaft auch mehr im Mittelpunkt steht als z.B. in der Schweiz.

In der Schweiz herrscht eher eine geringe **Machtdistanz** (Hofstede, 2022). Dies wurde vor allem in Bezug auf den Unterricht positiv wahrgenommen: S4 und S7 waren vom Unterricht positiv überrascht, weil der Umgang mit den Dozierenden weniger formell ist.

Die **interkulturelle Kompetenz** wurde im Fragebogen ( $M=4.333$ ) sowie in den Interviews positiv eingestuft. Bei den AS aus den Interviews ist bekannt, dass alle interviewten Studierenden vorgängige Auslandserfahrungen hatten. Diese Beobachtung deckt sich mit bisherigen Begründungen (Gebregergis et al., 2019; Akhtar & Kröner-Herwig, 2015; Smiljanic, 2017), dass Reiseerfahrungen positiv zur Interkulturellen Kompetenz beitragen.

Es haben alle interviewten AS die Akkulturationsstrategie (Berry et al., 1989) der **Integration** angewendet. Wie bereits bei der Beantwortung der ersten Fragestellung ersichtlich wurde, haben alle Interesse an der Schweizer Kultur und versuchen sich gewissermassen anzupassen, wie z.B. S6 der versucht pünktlicher zu sein. Die quantitativ befragten AS haben mit nur in der Tendenz zugestimmt, dass sie sich an die Schweizer Kultur akkulturieren konnten ( $M=3.785$ ).

Bei der Integrationsstrategie werden auch die **Werte der Heimatkultur** beibehalten (Berry, 2001). Für eine Mehrheit der AS hat ihre Herkunft insofern einen positiven Einfluss, dass es ihnen die Kommunikation mit den Schweizern vereinfacht, weil sie aufgrund ihrer Heimatkultur offener und freundlicher sind. Auch macht es ihnen Spass, kulturelle Unterschiede untereinander aufzudecken oder die anderen AS über ihr Heimatland aufzuklären. Wie S1 (aus Argentinien) die gerne die argentinischen Feiertage mit ihren Mitbewohnern feiern möchte. Bezogen auf den interkulturellen Austausch wird von der Mehrheit der befragten AS ein Bedürfnis nach *Partizipation*

(Opaschowski, 1996) festgestellt. Ebenfalls kann dies dem Bedürfnis nach *Enkulturation* (Opaschowski, 1996) zugeteilt werden, da sie sich produktiv am kulturellen Austausch beteiligen möchten.

Abschliessend lässt sich sagen, dass in Bezug auf die Bedürfnisse der AS keine kulturellen Unterschiede zwischen den zwei definierten Gruppen «*Latin America*» und «*Orthodox/Catholic Europe*» festgestellt werden konnte. Es gab einzig bei der Wahrnehmung der Schweiz und deren Kultur Unterschiede, welche sich aufgrund der verschiedenen Ausprägungen der Kulturdimensionen der betroffenen Länder erklären lassen.

Nachfolgende Abbildung 10 stellt die obigen Befunde zu den Bedürfnissen zusammenfassend graphisch dar:

Bedürfnis	Phasen des Auslandsaufenthalts		
	Vor Ankunft	Ankunft	Während Aufenthalt
Kompetenz	Informationen über das Leben in der Schweiz		Finanzielle Bedürfnisse: Informationen über Kosten & Job-Möglichkeiten
	Buddy		
Verbundenheit	Diverse Events		
Enkulturation	Die Schweiz, Sprache & Leute kennenlernen		
Edukation			
Partizipation			Interkultureller Austausch
<b>Bedeutsamkeit aller Erlebnisse des Auslandsaufenthalts</b>			

Abbildung 10. Zusammenfassung der Bedürfnisse

## 5.2 Gestaltungsvorschlag

Aus dem Kapitel davor wurde ersichtlich, dass das Erhalten von diversen Informationen für die AS während der Vorbereitungs- und Ankunftsphasen von zentraler Relevanz ist, um sich im täglichen Leben in der Schweiz zurechtzufinden. Von den interviewten Personen wurden Survival Guides vorgeschlagen. Das zur Verfügung stellen von Handbüchern, Guides und FAQs auf der Hochschul-Webseite gehört zu den Best Practices an amerikanischen Hochschulen (Martirosyan, Bustamantea & Saxona, 2019). In der Schweiz gibt es Dokumente von *swissuniversities* und *ESN* (E4, Pos 39). Es wird empfohlen zu prüfen, ob die bestehenden Dokumente auf die Bedürfnisse der FHNW-AS zugeschnitten sind und diese mit relevanten Informationen zu ergänzen.

Des Weiteren würde ein Survival Guide ermöglichen, Informationen zur Verfügung zu stellen, die aktuell ausserhalb des Dienstleistungsbereichs der IO Mitarbeitenden liegen. Wie z.B. die Erwartung der AS, Informationen zu möglichen Jobs oder Praktikastellen zu erhalten.

Buddies sind hilfreich als Unterstützung zur Klärung von Unklarheiten oder Problemen und vor allem als Entlastung für die Mitarbeitenden der IOs. Trotzdem haben die Untersuchungen gezeigt, dass sich nicht alle Buddies gleich gut um ihre AS kümmern oder teils nicht genügend informiert sind. Es wird Hochschulen empfohlen, klare Konditionen für die Buddies festzulegen. Wie z.B., dass die LS, die sich freiwillig als Buddy melden bis zum Ende des Semesters ihre Buddies begleiten und regelmässigen Kontakt haben (Takaya, 2016). Auch könnten Informationsdokumente den Buddies zur Verfügung gestellt werden, damit diese bei Fragen rund um das Thema Schweiz genügend informiert sind.

Um die Landessprache während dem Auslandssemesters lernen zu können, wird von der Hochschule ein Sprachkursangebot oder zumindest Informationen dazu erwartet. Vereinzelt Hochschulen der FHNW bieten bereits Deutschkurse an. Synergien könnten genutzt werden, in dem die FHNW ein hochschulübergreifendes Angebot anbietet, was eine Vereinheitlichung des Angebots sowie eine Einsparung von Ressourcen bedeuten würde.

Die Welcome Week fungiert als zentrales Element für die sozialen Kontakte unter den AS und zu den LS. Ausserdem bietet sich dort die Möglichkeit an, die grundlegenden Informationen über die Schweiz, wie politische oder wirtschaftliche Grundlagen zu vermitteln – welche auch von den AS gewünscht werden. Deshalb soll bei der Gestaltung der zukünftigen Welcome Weeks, sei es im Herbst- wie gleichermassen im Frühlingsemester, die Möglichkeiten zur Umsetzung der Bedürfnisse der AS möglichst ausgeschöpft werden, in dem die Gestaltung des Programms an die Interessen angepasst wird. Ausserdem sollte der Vorschlag der Experten und der Studierenden

umgesetzt werden, campusspezifische Events anzubieten. Dies würde einerseits die geographische sowie die finanzielle Hürde (Kosten des Zugtickets) beseitigen.

Weiter ist es essenziell ein einheitliches Angebot für alle AS an der FHNW zu schaffen, um Ungleichheiten zwischen den verschiedenen Hochschulen auszugleichen. Die Unabhängigkeit der verschiedenen Fakultäten einer Schule führt zu einer unterschiedlichen Qualitätswahrnehmung der Dienstleistungen für die AS (Herdlein & Zurner, 2015). Durch die Spurgruppe und deren Projekt ein hochschulübergreifendes Angebot zu erstellen, wird dieser Ansatz bereits verfolgt. Es wird jedoch hervorgehoben, dass dies jedoch nicht nur auf das Eventangebot, sondern auf alle Angebote und Services angewendet werden soll.

In einem letzten Schritt muss darauf geachtet werden, dass das bestehende Angebot analysiert und dessen Vorhandensein den AS gegenüber besser kommuniziert und zugänglich gemacht wird (Alfattal, 2016; Martirosyan et al., 2019). So können z.B. Events von Studierenden-vereinigungen als Anknüpfungspunkt zwischen AS und LS dienen. Denn gemäss Elturkia et al. (2019)'s Untersuchungen sollen Interaktionen mit LS am besten «out-of-class» angeboten werden. Weitere bestehende Angebote der FHNW sind z.B. der psychologische Service für Studierende oder das Hochschulsportangebot, welche mit einer Steigerung der Bekanntmachung dieses Angebots bei den AS zu einer Steigerung der Erfüllung der individuellen Bedürfnisse beitragen kann.

### 5.3 Limitationen

Eine Limitation stellte die kleine Sampling-Anzahl im Fragebogen dar. Diese erlaubte keinen Vergleich zwischen verschiedenen Gruppen (Nationalitäten, Schweizer Hochschulen etc.) und man konnte keine Rückschlüsse ziehen, ob gewisse Antwortmuster spezifisch einer Gruppe zuzuordnen wäre. Dies stellte vor allem für die Beantwortung der zweiten Fragestellung einen Nachteil dar, da keine interkulturellen Vergleiche repräsentativ für alle Kulturkreise gemacht werden konnten. Des Weiteren führte die kleine Samplinganzahl zum Nachteil, dass keine Verallgemeinerung der Ergebnisse erlaubte.

Es konnte trotz der anfänglichen Intention keine gute Heterogenität im Sample der Interviews mit den AS erreicht werden. Es wohnten fast alle Interviewten im Staff House im Olten. Es konnte zwar so die Wichtigkeit dieses Ortes in Bezug auf den sozialen Austausch festgestellt, jedoch keine weiteren Informationen gesammelt werden, in Bezug auf die Erlebnisse von AS, die ausserhalb einer gut organisierten Studierendenunterkunft wohnen. Darüber hinaus waren, ausser einer Person, alles Studierende von der HSW. Es ist davon auszugehen, dass an anderen Hochschulen andere Erlebnisse gesammelt werden. Wie in den Experteninterviews erkannt wurde, ist die Art der Betreuung bei anderen Hochschulen / IOs viel enger und persönlicher.

Aufgrund der Durchführung auf Englisch stellt sich die Frage, ob die Ergebnisse aus den Studierendeninterviews in der Informationsgewinnung eingeschränkt waren. Teilweise konnten sich die Personen nicht genügend gut ausdrücken. Dies führte dazu, dass drei der Interviews einen eher geringen Informationsgehalt generierten. Ausserdem hat die Voraussetzung der genügenden Englischkenntnisse zu einer direkten Einschränkung im Sample geführt, da Personen gewisser Kulturkreise nicht inkludiert werden konnten aufgrund ihrer mangelnden Sprachkenntnisse.

## 5.4 Ausblick

AS haben in allen Phasen ihres Auslandsaufenthalts spezifische Bedürfnisse (Perez-Encinas et al., 2021). Deshalb wäre es interessant herauszufinden, ob die AS weitere oder andere Bedürfnisse haben in Bezug auf die Abreise und Wiedereingliederung in der Heim-Universität.

Zukünftige Forschung kann auf die limitierten Elemente dieser Arbeit genauer eingehen. Unterschiede zwischen den Fakultäten könnten analysiert, grössere repräsentative Umfragen an Schweizer Hochschulen durchgeführt oder mehrere Kulturkreise verglichen werden.

Wie im obenstehenden Kapitel erwähnt wurde, sollte ein hochschulübergreifendes Angebot erstellt werden, um die von Herdlein und Zurner (2015) genannten unterschiedlichen Qualitätswahrnehmung der AS zu vermeiden. Für die FHNW wäre deshalb eine Analyse der AS der verschiedenen Hochschulen sowie deren Angebot interessant, um hochschulspezifische Bedürfnisse zu identifizieren und entsprechend zu agieren.

Bezogen auf die interkulturellen Vergleiche wäre vor allem der Miteinbezug der asiatischen Kulturen spannend. Aufgrund der Aussagen von S3 (in Indonesien aufgewachsen), lässt sich vermuten, dass gewisse asiatischen Kulturen vor allem in den sozialen Interaktionen andere Bedürfnisse aufweisen und somit durch ein anderes Angebot angesprochen respektive abgeholt werden können.

## 5.5 Fazit

In dieser Arbeit liessen sich die zentralen Bedürfnisse der AS von der Vorbereitungsphase bis zu während dem Semester eruieren. Diese Erkenntnisse können nun von der Praxispartnerin bei der Angebotsgestaltung für die AS in Zukunft mitberücksichtigt werden. Zentraler Bestandteil der Erfüllung dieser Bedürfnisse kann das Eventangebot, der Buddy sowie angebotene Services sein. Um konkrete Handlungsempfehlungen in Bezug auf den interkulturellen Kontext ableiten zu können, werden weitere Untersuchungen benötigt. Abschliessend lässt sich sagen, dass die Hochschule nicht zur Erfüllung aller Bedürfnisse beitragen kann, jedoch kann sie bei vielen Bedürfnissen Support bieten, der vieles vereinfacht und unterstützt.

## Literaturverzeichnis

- Akhtar, M., & Kröner-Herwig, B. (2015). Acculturative stress among international students in context of socio-demographic variables and coping styles. *Current Psychology*, 34(4), 803–815. <https://doi.org/10.1007/s12144-015-9303-4>
- Alfattal, E. (2016). A New Conceptual Model for Understanding International Students' College Needs. *Journal of International Students*, 6(4), 920-932. <https://doi.org/10.32674/jis.v6i4.326>
- Baranova, T., Kobicheva, A. & Tokareva, E. (2020). The impact of Erasmus program on intercultural communication skills of students. *E3S Web of Conferences* 164, 12013. [https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2020/24/e3sconf\\_tpacee2020\\_12013.pdf](https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2020/24/e3sconf_tpacee2020_12013.pdf)
- Berry, J. W. (1997). Immigration, acculturation and adaptation. *Applied Psychology*, 46, 5–68.
- Berry, J.W. (2001). A Psychology of Immigration. *Journal of Social Issues*, 57(3), 615–631.
- Berry, J.W. & Annis, C. (1974). Acculturative Stress. The Role of Ecology, Culture and Differentiation. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 5(4), 382-406. <https://doi.org/10.1177/002202217400500402>
- Berry, J.W., Kim, U., Power, S., Young, M. & Bujaki, M. (1989). Acculturation Attitudes in Plural Societies. *Applied Psychology An International Review*, 38 (2), 185-206. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1989.tb01208.x>
- Bertelsmann Stiftung (2008). *Interkulturelle Kompetenz –Die Schlüsselkompetenz im 21. Jahrhundert?* Verfügbar unter: [https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Presse/imported/downloads/xcms\\_bst\\_dms\\_30236\\_30237\\_2.pdf](https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Presse/imported/downloads/xcms_bst_dms_30236_30237_2.pdf)
- Bogner, A., Littig, B. & Menz, W. (2014). *Interviews mit Experten, eine praxisorientierte Einführung*. Wiesbaden: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-19416-5>
- Bühner, M. (2011). *Einführung in die Test- und Fragebogenkonstruktion*. München: Pearson.
- Choudaha, R. (2017). Three Waves of International Student Mobility (1999–2020). *Studies in Higher Education*, 42(5), 825-832. <https://doi.org/10.1080/03075079.2017.1293872>
- De Wit, H. (2008a). The Internationalization of Higher Education in a Global Context. In P.G. Altbach (Eds.), *The Dynamics of International Student Circulation in a Global Context (Vol. 11, pp. 1-14)*. Rotterdam: Sense Publishers.

- De Wit, H. (2008b). Changing Dynamics in International Student Circulation: Meanings, Push and Pull Factors, Trends, and Data. In P.G. Altbach (Eds.), *The Dynamics of International Student Circulation in a Global Context (Vol. 11, pp. 15-46)*. Rotterdam: Sense Publishers.
- De Wit, H. Agarwal, P., Said, M., Sehoole, M. & Sirozi, M. (2008). Introduction and Acknowledgements. In P.G. Altbach (Eds.), *The Dynamics of International Student Circulation in a Global Context (Vo. 11, pp. ix-xii)*. Rotterdam: Sense Publishers.
- Daerhoff, D.K. (2004). *The Identification and Assessment of Intercultural Competence as a Student Outcome of Internationalization at Institutions of Higher Education in the United States*. North Carolina State University.
- Diefenbach, S. & Hassenzahl, M. (2017). Psychologie in der nutzerzentrierten Produktgestaltung. In F. C. Brodbeck, E., Kirchler & R. Woschée (Hrsg.), *Die Wirtschaftspsychologie*. Berlin: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-53026-9>
- Elturkia, E., Liua, Y., Hjeltnessa, J. & Hellmanna, K. (2019). Needs, Expectations, and Experiences of International Students in Pathway Program in the United State. *Journal of International Students*, 9(1), 192–210. <https://doi.org/10.32674/jis.v9i1.274>
- FHNW (2022a). *Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW*. Verfügbar unter: <https://www.fhnw.ch/de>
- FHNW (2022b). *Internationales*. Verfügbar unter: <https://www.fhnw.ch/de/internationales>
- Foerster, B. (2019). „Den Kunden“ gibt es nicht – Effektive Kundensegmentierung zur besseren Ansprache Ihrer Zielgruppe. Verfügbar unter: [https://www.marketinginstitut.biz/blog/kundensegmentierung/#34\\_anforderungen\\_an\\_segimentierungskriterien](https://www.marketinginstitut.biz/blog/kundensegmentierung/#34_anforderungen_an_segimentierungskriterien)
- Gebregergis, W.T., Huang, F. & Hong, J. (2019). Cultural Intelligence, Age and Prior Travel Experience as Predictors of Acculturative Stress and Depression among International Students Studying in China. *Journal of International Students*, 9(2), 511-534. <https://doi.org/10.32674/jis.v9i2.964>
- Graves, T.D. (1967). Psychological Acculturation in a Tri-Ethnic Community. *Southwestern Journal of Anthropology*, 23(4), 337-350. <https://www.jstor.org/stable/3629450>
- Grieve, P. (2021). *Customer orientation: definition, examples & skills*. Verfügbar unter: <https://www.zendesk.com/blog/customer-oriented-support/>

- Gu, Q., Schweinsfurth, M. & Day, C. (2010). Learning and growing in a 'foreign' context: intercultural experiences of international students. *Compare*, 40(1), 7-23.  
<https://doi.org/10.1080/03057920903115983>
- Heckhausen, J. & Heckhausen, H. (2018). Entwicklung der Motivation. In J. Heckhausen, & H. Heckhausen (Hrsg.), *Motivation und Handeln* (S.493-540). Berlin: Springer.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-53927-9>
- Helfferich, C. (2014). Leitfaden- und Experteninterviews. In N. Baur, J. Blasius (Hrsg.), *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung* (S. 559-574). Berlin: Springer.  
<https://doi.org/10.1007/978-3-531-18939-0>
- Helfrich, H. (2019). *Kultur-vergleichende Psychologie*. Berlin: Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-57665-6>
- Herdlein, R. & Zurner, E. (2015). Student Satisfaction, Needs, and Learning Outcomes: A Case Study Approach at a European University. *Sage OPEN*, 1–10.  
<https://doi.org/10.1177/2158244015580373>
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*. Thousand Oaks: Sage.
- Hofstede, G. (2022). *Country Comparison*. Verfügbar unter: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>
- Hofstede, G., Hofstede, G.J., Minkov, M. (2017). *Lokales Denken, globales Handeln*. München: Beck im dtv.
- Hug, T., Poscheschnik, G. (2014). *Empirisch forschen*. Stuttgart: UTB Verlag.
- Hussy, W., Schreier, M. & Echterhoff, G. (2013). *Forschungsmethoden in Psychologie und Sozialwissenschaften für Bachelor*. Berlin: Springer. DOI 10.1007/978-3-642-34362-9\_7
- Inglehart, R., Halman, L., Welzel, C. (2004). Introduction. In: R., Inglehart, R. Basànez, M. Diez-Medrano, et al. (Eds.), *Human Beliefs and Values: A cross-cultural sourcebook based on the 1999-2002 value surveys* (1.Ed., p. 1-20).
- Kelle, U. & Kluge, S. (2010). *Vom Einzelfall zum Typus. Fallvergleich und Fallkontrastierung in der qualitativen Sozialforschung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Koris, R. & Nokelainen, P. (2015). The student-customer orientation questionnaire (SCOQ). Application of customer metaphor to higher education. *International Journal of Educational Management*, 29(1), 115-138. DOI 10.1108/IJEM-10-2013-0152

KPMG (2021). *Student experience in the age of the customer*. Verfügbar unter:

<https://home.kpmg/au/en/home/insights/2021/03/student-experience-in-the-age-of-the-customer.html>

Kuckartz, U. (2018). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*.

Weinheim: Juventa Verlag GmbH.

Langhart, (2021). *Maslow-Pyramide einfach und verständlich erklärt*. Verfügbar unter:

<https://marketing.ch/maslow-pyramide-einfach-und-verstaendlich-erklart/>

Leung, K., Ang, S. & Tan, M.L. (2014). Intercultural Competence. *The Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 1, 489–519.

<https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-031413-091229>

Maharaja, G. (2018). The Impact of Study Abroad on College Students' Intercultural Competence and Personal Development. *International Research and Review: Journal of Phi Beta Delta Honor Society for International Scholars*, 7(2), 18-41.

Makarova, E.A., Makarova, E.L., Egorova, I.A. (2021). International Student Exchange Management as Factor of Educational Services Development. *International Journal of Cognitive Research in Science, Engineering and Education (IJCRSEE)*, 9(1), 75-90.

<https://doi.org/10.23947/2334-8496-2021-9-1-75-90>

Martirosyan, N. M., Bustamante, R., & Saxon, D. P. (2019). Academic and Social Support Services for International Students: Current Practices. *Journal of International Students*, 9(1), 172–191.

<https://doi.org/10.32674/jis.v9i1.275>

Maslow, A. H. (1970). *Motivation and personality* (2. Aufl.). New York: Harper & Row.

Mayring, P. (2001). Kombination und Integration qualitativer und quantitativer Analyse. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum Qualitative Social Research*, 2(1), Art. 6. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs010162>

<http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs010162>

McClelland, D. C., Atkinson, J. W., Clark, R. A. & Lowell, E. L. (1953). *The achievement motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.

Misoch, S. (2019). *Qualitative Interviews*. Berlin: De Gruyter.

Movetia (2018). *Swiss-European Mobility Programme (SEMP) / ERASMUS für europäische Mobilität auf Tertiärstufe*. Verfügbar unter:

<https://www.movetia.ch/programme/europa/schweizer-programm-zu-erasmus/tertiaerstufe/mobilitaet>

- Nisbett, R.E. & Miyamoto, Y. (2005). The influence of culture: holistic versus analytic perception, *Trends in Cognitive Sciences*, 9(10), 467-473. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2005.08.004>.
- OECD (2021). *Education at a Glance 2021. OECD Indicators*. Paris: OECD Publishing.  
<https://doi.org/10.1787/b35a14e5-en>
- Opaschowski, H. W. (1996). Pädagogik der freien Lebenszeit. Freizeit- und Tourismusstudien, Band 1. Opladen: Leske + Budrich.
- Perez-Encinas, A., Rodriguez-Pomeda, J. & De Wit, H. (2021). Factors influencing student mobility: a comparative European study. *Studies in Higher Education*, 46(12), 2528–2541.  
<https://doi.org/10.1080/03075079.2020.1725873>
- Pfadenhauer, M. (2009). Auf gleicher Augenhöhe. Das Experteninterview – ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In A. Bogner, B. Littig & W. Menz (Hrsg.), *Das Experteninterview – Theorie, Methode, Anwendung* (S.99-116). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Rädiker, S. & Kukartz, U. (2019). *Analyse qualitativer Daten mit MAXQDA*. Berlin: Springer.  
<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-658-22095-2#toc>
- Rivas, J., Hale, K., Burke, M.G., (2019). Seeking a Sense of Belonging: Social and Cultural Integration of International Students with American College Students. *Journal of International Students*, 9(2), 687–703. DOI: 10.32674/jis.v9i2.943
- Roy, A., Newman, A., Ellenberger, T. & Pyman, A. (2019). Outcomes of international student mobility programs: a systematic review and agenda for future research. *Studies in Higher Education*, 44(9), 1630-1644. DOI: 10.1080/03075079.2018.1458222
- Ryan, R. M, & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American Psychologist*, 55, 68-78.
- Sheldon, K.M., Elliot, A.J., Kim, Y. & Kasser, T. (2001). What Is Satisfying About Satisfying Events? Testing 10 Candidate Psychological Needs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 325-339. DOI: 10.1037//0022-3514.80.2.325
- Smiljanic, I. (2017). The role of attachment, travel experiences and english proficiency in international students' acculturative stress and depressive symptoms. *Journal of International Students*, 7(2), 188–203.

- Sobkowiak, P. (2019). The impact of studying abroad on students' intercultural competence: An interview study. *Studies in Second Language Learning and Teaching*, 9(4), 681-710.  
<http://dx.doi.org/10.14746/ssl.2019.9.4.6>
- Solomon, M.R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Global Edition*. London: Pearson.
- Spitzberg, B.H. & Changnon, G. (2009). Conceptualizing Intercultural Competence. In D. K. Deardorff (Eds.), *The SAGE Handbook of Intercultural Competence* (pp. 2-52). Thousand Oaks: Sage.
- Takaya, K. (2016). Needs Assessment for Exchange Students in Taiwan, *Journal of International and Comparative Education*, 5(1), 33-45. <https://doi.org/10.14425/jice.2016.5.1.33>
- Thomas, A. (2014). *Wie Fremdes vertraut werden kann*. Wiesbaden: Springer Gabler.  
DOI 10.1007/978-3-658-03235-7
- Trommsdorff, G. (2007). *Entwicklung im kulturellen Kontext*. In G. Trommsdorff et al. (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie C* (Ser. 7, Bd. 2, S. IX-XVII). Göttingen: Hogrefe.
- Villafañe Santiago, A. A., Irizarry Robles, C. Y. & Vázquez Ramos, R. A. (2011). Academic, Personal, Social and Vocational Needs of International and Exchange Students at the University of Puerto Rico, Río Piedras Campus. *Revista Electrónica Educare*, XV(2), 185-204.  
<http://doi.org/10.15359/ree.15-2.12>
- Whaley, A.L. & Davis, K.E. (2007). Cultural Competence and Evidence-Based Practice in Mental Health Services. *American Psychologist*, 62(6), 563-574. DOI: 10.1037/0003-066X.62.6.563
- Williams, T.R. (2005). Exploring the Impact of Study Abroad on Students' Intercultural Communication Skills: Adaptability and Sensitivity. *Journal of Studies in International Education*, 9(4), 356-371. DOI: 10.1177/1028315305277681
- Wilton, L. & Contantine, M.G. (2003). Length of Residence, Cultural Adjustment Difficulties, and Psychological Distress Symptoms in Asian and Latin American International College Students. *Journal of College Counseling*, 6, 177-186.
- World Value Survey Association (2020a). *What we do*. Verfügbar unter:  
<https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>
- World Value Survey Association (2020b). *Findings and Insights*. Verfügbar unter:  
<https://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1. Aufbau der Bachelorarbeit (eigene Darstellung) .....	4
Abbildung 2. Maslowsche Bedürfnispyramide (Langhart, 2021) .....	5
Abbildung 3 The Inglehart-Welzel World Cultural Map - World Values Survey 7 (2020) [Provisional version].....	11
Abbildung 4. "Das dynamische Dreieck zwischen Eigenem, Fremdem und Interkulturellem" (Thomas, 2014).....	13
Abbildung 5. Akkulturationsstrategien nach Berry et al. (1989).....	14
Abbildung 6. Modell Interkultureller Kompetenz gemäss Daerhoff (2004), Übersetzung in Anlehnung an Bertelsmann Stiftung (2008) .....	15
Abbildung 7. Chronologischer Ablauf des Forschungsvorgehens .....	17
Abbildung 8. Kreisdiagramm. Darstellung besuchte Hochschulen der AS.....	22
Abbildung 9. Kreisdiagramm: Studienrichtung .....	36
Abbildung 10. Zusammenfassung der Bedürfnisse .....	55

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1. Bedürfnisinventars nach Sheldon et al. (2001), eigene Darstellung .....	6
Tabelle 2. Freizeitbedürfnisse von Opaschowski (1996), eigene Darstellung.....	7
Tabelle 3. Kulturdimensionen nach dem World Values Survey (Helfrich, 2019), ergänzt mit Beispielen (World Value Survey Association, 2020b).....	10
Tabelle 4. Übersicht der Erhebungsmethoden (eigene Darstellung).....	18
Tabelle 5. Übersicht Sample Experteninterview .....	19
Tabelle 6. Kategoriensystem Experteninterview .....	21
Tabelle 7. Beschriftungen Antwortmöglichkeiten.....	23
Tabelle 8. Beschreibung der Konstrukte zur Fragebogenentwicklung.....	24
Tabelle 9. Sample Übersicht Interviews mit AS.....	26
Tabelle 10. Kategoriensystem Interviews mit AS.....	28
Tabelle 11. Deskriptive Analyse des Samplings.....	36
Tabelle 12. Deskriptive Auswertung: Leben in der Schweiz.....	37
Tabelle 13. Deskriptive Auswertung: Soziales.....	38
Tabelle 14. Deskriptive Auswertung: Buddy .....	39
Tabelle 15. Deskriptive Auswertung: Interesse Events zu diversen Themen.....	40
Tabelle 16. Deskriptive Auswertung: Konstrukte zu Interkulturellem .....	41
Tabelle 17. Deskriptive Auswertung: Highlight des Auslandssemesters.....	41