

Die Sehnsucht nach dem All-inclusive-Paket

In Tunesien ist ein neues Geschäftsfeld entstanden: die Vermittlung junger Menschen an deutsche Hochschulen. Dass die studierwilligen Männer und Frauen viel Geld bezahlen und oft trotzdem nicht nach Deutschland dürfen, ist dabei nicht das einzige Problem.

von Anne Kratzer

Auf der Internetseite von Educaro: Models in Arztkitteln, die konzentriert auf weiße Blätter blicken. Auf der Seite von Mahfoudhi International Services: junge Tunesier, die vor dem Heidelberger Rathaus Urkunden in die Kamera halten. Der Internetauftritt von Access: umrahmt von Fotos der Heidelberger Altstadt, in sanfte Violetttöne getaucht. Und auf jeder der drei Webseiten dasselbe verheißungsvolle Motto: „Etudier en Allemagne“ – Studieren in Deutschland.

Educaro, Mahfoudhi und Access sind Vermittlungsagenturen. Sie reagieren auf die Bedürfnisse des Marktes. Denn in den vergangenen Jahren hat sich mit dem Versprechen auf einen Studienplatz in Deutschland in einigen arabischen Ländern, vor allem in Tunesien, ein wachsendes Geschäftsfeld entwickelt. Mehr als 250 solcher Agenturen gebe es in Tunesien, sagt der 24-jährige Leon Schneider. Er hat zusammen mit einem Studienkollegen 2016 Educaro gegründet. Dazu habe ihn unter anderem bewogen, dass das Goethe-Institut und der Deutsche Akademische Austauschdienst (DAAD) in Tunis seinem Eindruck nach überlastet seien.

Der DAAD versteht sich im Ausland als „Meinungsführer und wichtigster Akteur für alle

Fragen im Zusammenhang mit einem geplanten Studium in Deutschland“, so drückt es jedenfalls DAAD-Kommunikationschef Michael Harms aus. In Tunesien, so scheint es, kommt er mit die-

sem Anspruch an seine Grenzen – zumal immer mehr junge Tunesier in Deutschland studieren möchten.

Bevor sich diese hierzulande in einer Hochschule einschreiben können, müssen sie eine Reihe von Voraussetzungen erfüllen. Sie brauchen einen Finanzierungsnachweis – über etwa

8700 Euro pro Jahr –, eine Hochschulzugangsberechtigung, Deutschkenntnisse und ein Visum, über das die deutsche Botschaft je nach Studierfähigkeit und -willigkeit entscheidet. Alle zur Bewerbung nötigen Formulare können die Bewerber selbst ausfüllen; wer zusätzlich beraten werden will, bekommt einen Termin beim DAAD – kostenlos. Die Agenturen indes sind der Meinung, dass man ohne sie und ihre Unterstützung nicht auskommt.

Unter jungen Tunesiern, die nach Deutschland wollen, ist es mittlerweile üblich, sich in die Hände solcher Vermittler zu begeben. Deren Angebot: Hilfe bei der Bewerbung und anderen organisatorischen Angelegenheiten, zumeist gebündelt in 750 bis 3000 Dinar (250 bis 1000 Euro) teuren All-inclusive-Paketen. Darin sind beispielsweise die Übersetzung von Dokumenten enthalten, das Verfassen von Motivations schreiben, Probe-Bewerbungsgespräche für das Visums-Interview in der Botschaft, die Vermittlung von Wohnungen, Handyverträgen und Versicherungen oder die Begleitung beim Flug und während der ersten Tage in Deutschland. Die meisten bieten auch Sprachunterricht in Tunesien oder die Vermittlung an eine Sprachschule in Deutschland. Beides kostet extra.

Der Ruf der Branche ist schlecht

Unter den Agenturen sind viele, die, auch wenn dies schriftlich oft nirgends festgehalten ist, versprechen, dass sie den Interessierten ein Visum und einen Studienplatz vermitteln werden – wohlwissend, dass dieses Versprechen gar nicht einzuhalten ist. Denn über die Visa entscheidet die deutsche Botschaft.

„Die Geprellten sitzen dann bei uns im Büro und weinen“, sagt Salha Ennajeh vom DAAD-Büro in Tunis. Sie erzählt vom Fall eines jungen Mannes, der die 3000 Euro, die er der Agentur für deren Arbeit und einen Sprachkurs in Deutschland gezahlt habe, nicht mehr zurückbekam. Ennajeh betont aber auch, dass es sich dabei um einen Extremfall handelt und dass sich

„Die Geprellten sitzen bei uns und weinen“



Junge Frauen im nordtunesischen Badeort Hammamet (Symbolbild): In Tunesien wächst das akademische Fernweh nach Deutschland.

trotz der fehlenden Qualitätssicherung unter den Agenturen auch einigermaßen seriöse fänden. Dennoch häuften sich die Fälle, in denen Agenturen Personen, die offenkundig keine oder schlechte Chancen haben, garantieren, sie könnten sie nach Deutschland bringen. Der Ruf der Branche ist so schlecht, dass sich Leon Schneider von Educaro gegen die Bezeichnung „Agentur“ wehrt. Ihm ist wichtig, die Seriosität seiner Firma zu betonen; schließlich gäben er und sein Team den Kunden keine absoluten Garantien.

Die Risiken indes sind auch dann noch nicht vom Tisch, wenn es mit Visum und Studienplatz doch geklappt haben sollte. Beispiel falsche Beratung: „Viele Agenturen sagen den Leuten, dass es dringend nötig sei, in Deutschland noch eine Sprachschule zu besuchen – auch, weil sie dafür Geld von den Sprachschulen bekommen. Dabei muss man etwa für die Zulassung zu den englischen internationalen Programmen gar kein Deutsch können. Von eben diesen Programmen erzählen sie aber nichts“, sagt Ennajehs Kollegin im DAAD-Büro von Tunis, Beate Schindler-Kovats.

Ohnehin böten viele der Agenturen oft nur einige wenige Studiengänge und -orte

an, eben jene, mit denen sie gute Erfahrungen gemacht haben oder mit denen Kooperationsverträge bestehen. Die Beratung des DAAD funktioniere anders, betont Schindler-Kovats. Die Leute, die zu ihnen kämen, seien oft noch sehr jung und wüssten gar nicht, was sie wollen, sie bräuchten also eher eine Art Lebensberatung. „Wir besprechen mit ihnen verschiedene Optionen, sagen ihnen aber auch, dass es in Deutschland nicht leicht wird und dass das nicht jeder packt.“

Die HRK rät zur Vorsicht

Agenturen, die es den Schulabgängern mit ihren wenigen, aber angeblich garantierten Optionen einfach machen und Zweifel abwehren, riskierten, dass junge Menschen einen falschen Weg wählen und scheitern, findet Schindler-Kovats. „Langfristig könnte das auch dem Ansehen des Studienstandorts Deutschland schaden.“

Kritisch gesehen wird diese Entwicklung auch von der Hochschulrektorenkonferenz (HRK). Der Konferenz sei bekannt, dass viele

Die meisten wollen
Ingenieur werden



Heidelberg lockt: die Webseiten der Agenturen Access und Mahfoudhi International Services (Bildschirmfotos)

„Wir erhalten fast jede Woche Anfragen“

Agenturen in Tunesien mit falschen Versprechungen und Fehlinformationen agieren, sagt ihr Präsident Prof. Dr. Horst Hippler. Die Zusammenarbeit mit solchen Agenturen hält er allgemein nur unter ganz bestimmten Bedingungen für sinnvoll: „Wenn keine ausreichenden Informationsmöglichkeiten des DAAD und der

deutschen Botschaft im Land existieren, können Agenturen eine Möglichkeit sein. Die Agentur sollte von der Botschaft beziehungsweise dem DAAD als seriöser Partner ausgewiesen sein und mit der deutschen Botschaft bei

der Visumvergabe zusammenarbeiten.“ Wichtig sei es, dass deutsche Hochschulen sich immer selbst von der Qualität einer Agentur und der korrekten Informationsweitergabe überzeugen.

Wie viele Studierende tatsächlich über Agenturen nach Deutschland kommen, lässt sich schwer feststellen. Schneider von Educaro meint, seit der Gründung im Februar 2016 hätten er und seine Kollegen etwa 300 Personen nach Deutschland geholfen. Die meisten, da ist er sich mit dem DAAD-Büro einig, kommen wegen Ingenieurstudiengängen.

Das unter jungen Tunesiern beliebteste Auswanderungsland zum Studieren ist Frankreich, auch wegen der gemeinsamen Sprache. Danach kommt Deutschland. Das mag ursprünglich einmal ausschließlich am wenig kostenintensiven Studium und der vergleichsweise freundlichen Einwanderungspolitik gelegen haben. Mittlerweile, glaubt Schindler-Kovats, liegt es auch an der Werbung der Agenturen. Zumindest erklärt sie sich so, dass es im Wintersemester 2016/2017 971 mehr Tunesier gab, die in Deutschland studierten, als im Jahr zuvor. Das entspricht einem Zuwachs von 26 Prozent.

Die Dienstleistungen der Agenturen scheinen sich herumzusprechen. Längst kommen auch Algerier, in deren stärker sozialistisch geprägten Heimat solche Agenturen weniger verbreitet sind, zur Vermittlung nach Tunesien. Educaro ist unterdessen nach Indien expandiert. Und auch an den deutschen Hochschulen sind die Agenturen vielen ein Begriff.

„Wir erhalten fast wöchentlich Anfragen von Agenturen, die ihre Hilfe bei der Rekrutierung von Studierenden anbieten“, sagt Dr. Joachim Gerke, Leiter des Dezernates Internationale Beziehungen der Universität Heidelberg. „Das Dezernat hat dies immer grundsätzlich abgelehnt, da diese Agenturen in der Regel hohe Gebühren erheben und manche den Studierenden zudem einen Studienplatz versprechen. Eine Studienplatzgarantie kann die Universität Heidelberg jedoch nicht geben.“

Sprachschule, Agentur: Wo ist die Grenze?

Auch die Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) in München, die wie die Universität Heidelberg und andere renommierte Universitäten auf vielen der Webseiten angepriesen wird, steht solchen Angeboten kritisch gegenüber. Anfragen kämen vor allem aus Indien und China, aber auch aus dem arabischen Raum. „Die fragen, ob sie unseren Namen verwenden dürfen oder Studienplätze erkaufen können“, sagt Simon Kirner von der LMU-Pressestelle. Da es sich dabei um kommerzielle Angebote handle, würden sie prinzipiell abgelehnt.

Etwas anders verhält es sich bei der Ernst-Abbe-Hochschule (EAH) Jena. Auch sie lehnt Angebote von reinen Agenturen und Vermittlern ab, allerdings arbeitet sie nach eigenen Angaben mit Sprachschulen zusammen. Während Vermittlungsagenturen bloß organisatorisch tätig würden, arbeiteten Sprachschulen inhaltlich, so die Begründung. Doch die Trennung ist nicht immer eindeutig. Oft sind die tunesischen Un-

ternehmen beides: beispielsweise Getusion, einer der Kooperationspartner der Ernst-Abbe-Hochschule.

Die Position der Hochschule: Sie halte sich aus allem heraus, was mit Visa zu tun habe, betont Sigrid Neef von der EAH-Pressestelle. Und Sprachschulen würden von Mitarbeitern der Hochschule geprüft. Mit solchen Schulen kooperiere die EAH schon seit vielen Jahren, „weil wir unseren Anteil internationaler Studierender erhöhen wollen“, sagt Neef. Und das scheint zu funktionieren: „Es haben bereits viele Studierende über diesen Weg zu uns gefunden, sodass diese Art der Rekrutierung zukünftiger Studierender als sehr erfolgreich bezeichnet werden kann.“

Dort also, wo Agenturen Sprachunterricht anbieten, gelingt es ihnen sogar, direkt mit staatlichen deutschen Hochschulen zu kooperieren. Das Geschäft mit dem Traum von Deutschland floriert. ■

Anne Kratzer
ist Journalistin in Heidelberg.

Tunesische Studierende in Deutschland

- Tunesier an deutschen Hochschulen im WS 2016/17 insgesamt: 4648
- 2784 davon studieren an Universitäten, 1850 an Fachhochschulen
- Entwicklung: Studierendenzuwachs von 82 Prozent im Vergleich zum WS 2013/14 (damals 2548 Studierende)
- Beliebteste Fachbereiche: Ingenieurwissenschaften (3095 Studierende), Rechts-, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften (237), Mathematik und Naturwissenschaften (122), Geisteswissenschaften (69), Medizin und Gesundheitswissenschaften (41)

Quelle: Statistisches Bundesamt

Anzeige



DUZ
medienhaus

WIR TEILEN WISSEN

ENTDECKEN SIE UNSEREN WEBSHOP

shop.duz-medienhaus.de

- duz - Deutsche Universitätszeitung
- Neues Handbuch Hochschullehre
- Internalisation of Higher Education
- ...
- Demenzpflege im Blick
- Praxishandbuch PDL
- Schulungsmaterialien für die Pflege
- ...
- Handbuch Kulturmanagement
- Programm- & Projektmanagement im Kulturbetrieb
- ...



Wissenschaft



Gesundheit



Kultur