Internationale Universitäten in der Arabischen Welt:

Ausbildung, Business und Tourismus

> von Dr. Ala Al-Hamarneh, Mainz

Immer mehr arabische Jugendliche streben nach erstklassigen Hochschulausbildungen sowohl vor Ort als auch im gesamten arabischen Raum. Die Nachfrage ist immens groß, weil die Bevölkerung jung und hoch motiviert ist und gleichzeitig die Einreise- und Studienmöglichkeiten in Europa und Nordamerika durch die politische Situation immer stärker eingeschränkt werden. Experten schätzen, dass die Zahl der arabischen Studenten an nordamerikanischen Universitäten in den letzten fünf Jahren um mehr als die Hälfte zurückgegangen ist.

Viele der arabischen Universitäten genießen seit jeher ein großes internationales Ansehen und üben eine starke Anziehung auf afrikanische und asiatische Studenten aus. Die Universitäten in Kairo, in Beirut und in Damaskus bieten seit dem zweiten Weltkrieg auch Ausbildungsprogramme für Araber und Nicht-Araber an. Für internationale Studenten sind die amerikanischen Privatuniversitäten in Kairo (AUC) und in Beirut (AUB) und die Al-Azhar Universität in Kairo, die älteste Universität in der arabischen Welt, schon immer attraktive Studienorte gewesen — gerade im Bezug auf Islamwissenschaften, Arabistik und Orientalistik.

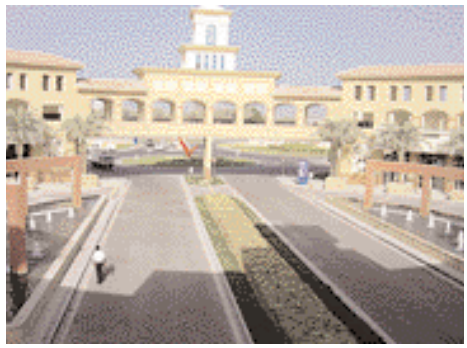
Der enorme Zuwachs an kostenpflichtigen Studienangeboten der staatlichen Universitäten in der arabischen Welt spiegelt die steigende Nachfrage nach einer qualitativ hochwertigen Ausbildung wider. Ausbildung wird heute allgemein als Dienstleistung und als Exportgut verstanden. Neue Universitäten und Studiengänge können bestimmten arabischen Städten und Kommunen Wohlstand und Humankapital bringen. Um Bildungsinhalte und Studiengänge neu

GUC - German University in Cairo

الجامعة الألمانية في القاهرة

und weiterzuentwickeln, sind internationale Kooperationen von essentieller Bedeutung. In den einzelnen arabischen Staaten lassen sich unterschiedliche Typen von Ausbildungsstätten und -strategien ausmachen. Katar hat die staatlich geförderte „Education City“ gegründet, in der führende amerikanische Universitäten Studiengänge wie z. B. Medizin und Design anbieten. Die „Knowledge Village“ in den VAE bietet diverse Ausbildungsprogramme auf kommerzieller Basis in Niederlassungen von australischen, indischen, russischen, kanadischen und britischen Universitäten an. Auch die berühmte französische Sorbonne hat kürzlich einen Vertrag mit Abu Dhabi abgeschlossen und eröffnet dort ihren ersten Campus außerhalb Frankreichs. In Ägypten wurden jüngst enorme Summen von Privatkapital in die Hochschulausbildung investiert – sowohl in Form von internationalen Kooperationen (German University, British University, French University) als auch auf Basis von nationalem Know-how (Misr International University). In Jordanien ist die staatliche German University of Jordan gegründet worden und die neue US-finanzierte American University in Planung. Jordanische und andere arabische Investoren finanzieren mehr als zehn Privatuniversitäten im Lande (Amman National University, Petra University, Zeituna University u. a.). Ähnliche Entwicklungen im Bildungsbereich kann man im Libanon, in Syrien und Marokko beobachten. Auch im Oman, in Bahrain und in Kuwait wurden erste Privathochschulen gegründet. In Finanz- und Wirtschaftskreisen macht der Begriff von 'Offshore'-Universitäten die Runde, der für die weltweiten Niederlassungen einer „Mutteruniversität“ steht. Australien und Indien sind Global Player im Geschäft der 'Offshore'-Universitäten, weil sie die englische Sprache als „Lingua Franca“ für die internationale Ausbildung und ihre seit langem bestehenden Verbindungen mit britischen Universitäten als Marketing-Strategie und Qualitätslabel nutzen.

Private und kostenpflichtige Universitäten lösen in den arabischen Ländern neue sozioökonomische Entwicklungen aus. Studenten und Lehrkräfte benötigen Unterkünfte, sie nehmen den öffentlichen Verkehr in Anspruch, fördern Kleinbetriebe (wie z. B. Lebensmittelgeschäfte, Buchhandlungen) und kulturelle Veranstaltungen. Zudem werden Universitäten zu einem wichtigen Faktor für die moderne Stadtentwicklung: Universitätsbauten und -einrichtungen dominieren ganze Viertel und ändern das Erscheinungsbild und den Charakter ganzer Städte. In diesem Kontext fungiert die Hochschulausbildung als Magnet für Wohlhabende und als Image prägendes Element für Länder und Städte. Katar und die VAE zielen darauf ab, sich als regionale Zentren für erstklassige Hochschulausbildungen zu vermarkten. In einem, dem Heimatland mehr oder weniger ähnlichen kulturellen Klima, können Studenten aus Afrika, West- und Südasien international anerkannte Hochschulabschlüsse erlangen. Für die Wahl



Die Knowledge Village in Dubai

قرية المعرفة في دبي

des Studienortes ist eine solche Atmosphäre für viele arabische, muslimische und hinduistische Familien und Studenten der entscheidende Faktor – besonders für Frauen, die mit über 50 Prozent die Mehrheit der Studenten in den arabischen Ländern bilden.

Die Reise- und Tourismusbranche hat im Kultur-, Kongress- und Geschäftstourismus von den positiven Impulsen der veränderten Infrastruktur und dem Imagewandel sichtlich profitiert. Im Umfeld der Universitäten schießen Hotels und andere Unterkünfte wie Pilze aus dem Boden. Zudem schaffen Kongresse, Buchmessen, Lesungen, Kunstausstellungen und das wachsende Theater- und Kinoangebot ein Klima, das inländische und internationale Touristen anzieht. Abschließend sei bemerkt, dass eine der besten Marketing- und Werbeträger für Destinationen die Lehrkräfte und Studenten der internationalen Universitäten selbst sind, denn sie erschließen und fördern neue Tourismussegmente, -ziele und -aktivitäten. ■

Die American University in Beirut

الجامعة الأمريكية في بيروت