

Analyse des Tourismuspotenzials von international mobilen Studierenden in einer Destination



Verfasserin: Melina Neuenschwander

Abgabedatum: 15. Mai 2023

Studiengang: Tourismus

Modul: 795 Bachelorarbeit

verantwortlicher Dozent: Marc Schnyder

Executive Summary

Einleitung

Die Zahl der international mobilen Studierenden im tertiären Bildungsbereich ist in den letzten Jahren stark gestiegen, was die Frage aufwirft, ob Studierende, die für ihre Ausbildung ins Ausland reisen, ein touristisches Potenzial aufweisen. Obwohl es Vermutungen zu Überschneidungen zwischen Tourismus und Studierendenmobilität gibt, ist dies immer noch ein vernachlässigter Bereich der Tourismusforschung. Die vorliegende Arbeit analysiert das touristische Potenzial international mobiler Studierender in der Tourismusregion Bern. Es wird untersucht, ob es spezifische touristische Angebote für international mobile Studierende gibt und inwiefern das touristische Potenzial in Bern ausgeschöpft wird.

Theoretischer Hintergrund

International mobile Studierende sind laut UNESCO et al. (2021, S. 35) Personen, die physisch eine internationale Grenze zwischen zwei Ländern überquert haben, um im Zielland an Bildungstätigkeiten teilzunehmen. Die Anzahl der international mobilen Studierenden im tertiären Bereich ist enorm und belief sich im Jahr 2020 auf über 6 Millionen weltweit (Project Atlas, 2022). Eine Studie von Lesjak et al. (2015) zeigt, dass Austauschprogramme wie Erasmus einen bedeutenden Einfluss auf den Tourismussektor haben können. Zudem deuten Forschungsergebnisse darauf hin, dass international mobile Studierende durch den Besuch von Freunden und Familienangehörigen sowie durch ihre Ausgaben in der Studiendestination einen wichtigen ökonomischen Faktor darstellen (OECD, 2022a; Kelly et al., 2015). Eine Studie von Tomasi et al. (2020) zeigt, dass international mobile Studierende aus verschiedenen Ländern als Bildungstouristen betrachtet werden können und dass ihr Aufenthalt für die Destination von Vorteil sein kann. Obwohl es somit eindeutige Überschneidungen zwischen Tourismus und Studierendenmobilität gibt, ist die Studentenmobilität immer noch ein vernachlässigter Bereich der Tourismusforschung.

Methodik

Um diese Thematik aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und Erkenntnisse für zukünftige Handlungsempfehlungen zu gewinnen, wurde mithilfe einer quantitativen Online-Umfrage, drei qualitativen Experten-Interviews sowie einer groben Wertschöpfungsanalyse

das touristische Potenzial von international mobilen Studierenden sowie die Ausschöpfung des Potenzials in der Tourismusregion Bern analysiert.

Ergebnisse

Die Ergebnisse der Studie legen dar, dass international mobile Studierende in der Schweiz während ihres Aufenthalts touristische Aktivitäten unternehmen und besonders die Natur und die Berglandschaft bewundern. Die hohen Kosten sind jedoch oftmals ein Hindernis. Die Wertschöpfungsanalyse zeigt, dass international mobile Studierende im Vergleich zu anderen Touristen weniger für touristische Aktivitäten ausgeben. Es gibt keine spezifischen Angebote für international mobile Studierende in Bern, ausser denen, die vom *Erasmus Student Network* (ESN) angeboten werden. Die meisten international mobilen Studierenden nutzen soziale Medien als Informationsquelle zur Planung ihrer touristischen Aktivitäten.

Die Studie zeigt, dass international mobile Studierende touristische Aktivitäten in der Austauschdestination unternehmen möchten, aber die Marktpositionierung unklar ist. Eine Möglichkeit, sie anzusprechen ist, sie allgemein als Studierende und junge Personen zu betrachten und die Angebote durch Werbung in sozialen Medien zu fördern. Eine weitere Möglichkeit ist, sie als Bildungstouristen und junge Reisende zu kategorisieren und mit Universitäten, Hochschulen, dem ESN Bern und *Bern Welcome* zusammenzuarbeiten, um Bern als attraktive Destination zu bewerben. Eine Zusammenarbeit zwischen der Universität, ESN Bern, *Bern Welcome* und weiteren Partnern wie der Schweizerischen Bundesbahnen SBB kann zudem dazu beitragen, das Hindernis der hohen Kosten zu überwinden, indem günstigere Angebote geschaffen werden.

Schlussfolgerung

Insgesamt bieten international mobile Studierende kein hohes touristisches Potenzial für die Tourismusregion Bern, aber aufgrund ihres Interessens am Reisen und dem geleisteten wirtschaftlichen Beitrag sollten sie in Bezug zum Tourismus nicht ausser Acht gelassen werden.

Schlüsselwörter:

International mobile Studierende – Tourismusregion Bern – Touristisches Potenzial

Vorwort und Dank

Die vorliegende Arbeit wurde im Rahmen des Moduls 795 – Bachelorarbeit der Fachhochschule für Wirtschaft und Tourismus an der HES-SO in Siders verfasst. Das Thema «Analyse des Tourismuspotenzials von international mobilen Studierenden in einer Destination» kam mir aus zwei verschiedenen Gründen in den Sinn. Zum Einen aufgrund meines durchgeführten Semesteraustausches in Barcelona. Ich absolvierte mein viertes Semester selbst als international mobile Studierende. Zum Anderen arbeite ich in meinem Nebenjob bei studentlodge.ch, welche Wohnräume für Studierende anbietet. Anhand des Austausches mit den verschiedenen Studierenden sowie meinem selbst erlebten Auslandsaufenthalts bin ich sehr daran interessiert, in diesem Themengebiet zu forschen. Die Schwierigkeit bestand darin, im vorgegebenen Zeitraum eine grosse Anzahl an repräsentativen Daten zu erhalten.

An dieser Stelle bedanke ich mich bei Frau Renate Ledermann, Geschäftsführerin von studentlodge.ch, für die Unterstützung und das Sponsoring des Wettbewerbs meiner Umfrage. Weiter bedanke ich mich bei der Universität Bern, dem *International Relations Office* (IRO) der BFH, der Berner Fachhochschule Hochschule der Künste, der PH Bern sowie dem *Erasmus Student Network* (ESN) für die Unterstützung und dem eingebrachten Interesse an dieser Forschungsarbeit. Des Weiteren war es für mich eine Bereicherung zu sehen, wie alle von mir ausgewählten Personen sowie auch anonyme Teilnehmende, die sich für meine Fragen und Gespräche Zeit genommen haben, dies mit grossem Elan und Begeisterung taten. Ein grosser Dank auch an alle jene. Zudem danke ich meinem Coach Herrn Schnyder für jegliche Hilfe sowie meiner Familie und Freunden, die stets verständnisvoll und motivierend an meiner Seite standen.

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	vi
Abkürzungsverzeichnis	vii
1 Einleitung	1
1.1 Kontext und Problemstellung	2
1.2 Allgemeines Ziel der Recherche	3
1.3 Fragestellung, Zielsetzung und Thesen	4
1.4 Forschungsstrategie	4
1.4.1 Verwendete Daten	5
1.4.2 Methode zur Erhebung von Primärdaten.....	5
1.4.3 Methode der Datenanalyse.....	7
1.5 Abgrenzung.....	8
1.6 Aufbau und Struktur.....	8
2 Theoretischer Hintergrund	10
2.1 Definition der Begrifflichkeiten	10
2.1.1 International mobile Studierende	10
2.1.2 Erasmus	12
2.1.3 Erasmus+ oder Erasmus Plus.....	13
2.1.4 SEMP Swiss-European Mobility Programme (SEMP).....	14
2.1.5 Bundes-Exzellenz-Stipendien.....	15
2.1.6 International Student Exchange Program (ISEP)	15
2.1.7 Tourismusregion Bern	15
2.1.8 Touristische Attraktionen Schweiz	16
2.1.9 Visiting Friends and Relatives (VFR) Travel.....	17
2.2 Forschungsstand	17
2.2.1 Reiseverhalten und Motivation von international mobilen Studierenden	17
2.2.2 Die wirtschaftliche Bedeutung von international mobilen Studierenden	19
2.2.3 Bildungstourismus	20
2.2.4 Das Austauschprogramm Erasmus und Tourismus	22
3 Situationsanalyse	23
3.1 Statistiken.....	23

3.1.1	Statistiken über international mobile Studierende weltweit	23
3.1.2	Statistiken über international mobile Studierende Schweiz	24
3.2	Touristische Angebote für international mobile Studierende	25
4	Empirie.....	26
4.1	Methodik	26
4.1.1	Umfrage.....	26
4.1.2	Interview.....	28
4.2	Analyse der Umfrage	30
4.2.1	Wertschöpfungsstudie	34
4.3	Analyse der Interviews	40
4.4	Diskussion der Ergebnisse.....	42
5	Schlussfolgerung.....	50
5.1	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	50
5.2	Handlungsempfehlungen.....	52
5.3	Forschungsgrenzen und Ausblick	54
	Literaturverzeichnis	56
	Erklärung	64

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Messmodell	27
Tabelle 2: Bruttowertschöpfung international mobiler Studierender pro Tag.....	36
Tabelle 3: Bruttowertschöpfung international mobiler Studierender pro Semester (5 Monate)	36
Tabelle 4: Regionalmultiplikatoren für die Schweiz.....	37
Tabelle 5: Regionaler Gesamteffekt (direkt, indirekt und induzierte Wertschöpfung) pro Semester (5 Monate)	37
Tabelle 6: induzierte Beschäftigung (Anzahl Arbeitsstellen)	38
Tabelle 7: Bruttowertschöpfung Gesamtausgaben pro Tag	38
Tabelle 8: Bruttowertschöpfung Gesamtausgaben pro Semester (5 Monate)	39
Tabelle 9: Regionaler Gesamteffekt (direkt, indirekt und induzierte Wertschöpfung) pro Semester (5 Monate)	39
Tabelle 10: induzierte Beschäftigung (Anzahl Arbeitsstellen)	39
Tabelle 11: Kategorisierung und Zusammenfassung der Interviews	40

Abkürzungsverzeichnis

BFH	Berner Fachhochschule
CRED	Center for Regional Economic Development
ESKAS	Eidgenössische Stipendienkommission
ESN	Erasmus Student Network
EUROSTAT	Statistische Amt der Europäischen Union
ff.	fortfolgend
IRO	International Relations Office
OECD	Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung
o.D.	ohne Datum
o.J.	ohne Jahr
ÖV	Öffentlicher Verkehr
PH	Pädagogische Hochschule
SBB	Schweizerische Bundesbahnen
UNESCO	Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur
usw.	und so weiter
VFR	visiting friends and relatives
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel

1 Einleitung

In den letzten Jahren ist die Zahl der international mobilen Studierenden im tertiären Bildungsbereich enorm gestiegen und Austauschprogramme wie Erasmus+ sind stetig gewachsen. Diese Erkenntnis wirft einige Fragen auf: Inwieweit weisen Studierende, die für ihre Ausbildung ins Ausland reisen, auch ein touristisches Potenzial auf? Gibt es Überschneidungen zwischen dem Tourismus und der Studierendenmobilität? Zählen international mobile Studierende zur Kategorie des Bildungstourismus? Oder gehören sie allgemein zu den jungen Reisenden? Obwohl es Vermutungen zu Überschneidungen zwischen Tourismus und Studentenmobilität gibt, ist die Studentenmobilität immer noch ein vernachlässigter Bereich der Tourismusforschung. Vor diesem Hintergrund widmet sich die vorliegende Arbeit der Analyse des touristischen Potenzials von international mobilen Studierenden in Bezug auf die Tourismusregion Bern. Zudem beantwortet die Arbeit die Frage, ob es spezifische touristische Angebote für international mobile Studierende in Bern gibt. Dazu werden quantitative und qualitative Methoden angewendet, um das Thema aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und Erkenntnisse für zukünftige Handlungsempfehlungen zu gewinnen. Mithilfe einer Online-Umfrage, Experten-Interviews sowie einer groben Wertschöpfungsanalyse wird das touristische Potenzial von international mobilen Studierenden sowie die Ausschöpfung des Potenzials in der Tourismusregion Bern analysiert und mit der Theorie in Verbindung gebracht.

Der erste Teil der Arbeit erläutert die Problemstellung, Forschungsfrage und -ziele sowie die Forschungsstrategie. Im zweiten Teil werden die theoretischen Grundlagen und Definitionen der wichtigsten Begriffe sowie eine Situationsanalyse vorgestellt. Im darauffolgenden Kapitel folgt der empirische Teil der Forschungsarbeit. Als Erstes wird die Methodik erläutert und anschliessend werden die Ergebnisse analysiert, diskutiert und in die bisherige Forschung eingeordnet. In der Schlussfolgerung werden die wichtigsten Erkenntnisse zusammengefasst und Denkanstöße für Handlungsempfehlungen generiert. Abschliessend werden die Forschungsgrenzen erläutert und einen Ausblick für zukünftige Studien gemacht.

Für die bessere Lesbarkeit dieser Forschungsarbeit wurde auf eine Verwendung von geschlechtsneutraler Sprache geachtet. In Fällen, in denen die maskuline oder feminine Form aufgrund der Verständlichkeit verwendet wurde, werden immer alle Geschlechter berücksichtigt.

1.1 Kontext und Problemstellung

Die Definitionen von «Tourismus», «Bildungstourismus» und «international mobilen Studierenden» zeigen, dass es erhebliche Überschneidungen zwischen Tourismus und Studierendenmobilität gibt (UNESCO-UIS, OECD, EUROSTAT, 2021; 2019). Die Anzahl der international mobilen Studierenden im tertiären Bereich ist enorm und beläuft sich jährlich auf über 6 Millionen (Project Atlas, 2022). Aufgrund ihres Erfolgs haben Austauschprogramme wie Erasmus+ Möglichkeiten für eine grössere Anzahl von Teilnehmenden und eine breitere Bandbreite von Organisationen geschaffen (European Commission, 2023). Eine Studie von Lesjak et al. (2015) belegt, dass Austauschprogramme wie Erasmus einen erheblichen Beitrag zum Tourismussektor leisten. Weitere Studien weisen darauf hin, dass international mobile Studierende wichtige einen wichtigen ökonomischen Faktor haben, indem sie Besuch von Freunden und Familienangehörigen erhalten oder ihre Lebensunterhaltskosten sowie weitere Ausgaben in der Studiendestination ausgeben (OECD, 2022a; Kelly et al., 2015).

Bisher konzentrieren sich Studien entweder auf die allgemeine wirtschaftliche Bedeutung oder auf das Reiseverhalten und die Motivation der international mobilen Studierenden. Letztere zeigen, dass international mobile Studierende aufgrund von tourismusbezogenen Aktivitäten auch wirtschaftliche Auswirkungen haben können (Michael et al., 2004). Es ist auch zu erkennen, dass international mobile Studierende aus verschiedenen Ländern als Bildungstouristen betrachtet werden können und dass ihr Aufenthalt für die Destination von Vorteil sein kann (Tomasi et al. 2020). Obwohl es eindeutige Überschneidungen zwischen Tourismus und Studierendenmobilität gibt, ist die Studierendenmobilität immer noch ein vernachlässigter Bereich der Tourismusforschung. Angesichts dieser Erkenntnisse ist es von grosser Bedeutung, international mobile Studierende zu analysieren, um ihr touristisches Potenzial zu erkennen und das Marktpotenzial zu nutzen, um einen Beitrag zur Wertschöpfung der Destination zu leisten.

In dieser Studie liegt der Fokus auf den wirtschaftlichen Aspekten und speziell der Frage, ob international mobile Studierende ein touristisches Potenzial aufweisen und somit einen wirtschaftlichen Einfluss auf den Tourismussektor haben. Zudem wird untersucht, ob das Potenzial durch Tourismus- sowie Studienorganisationen in der Tourismusregion Bern bereits ausgeschöpft wird, wobei die vorhandenen Angebote, das Interesse an der Zielgruppe ihnen gegenüber sowie dem möglichen Marktpotenzial in Betracht gezogen werden. Die Tourismusregion Bern ist gemäss der Definition des Kantons Bern in sieben Gebiete unterteilt, wobei das Weltnaturerbe der Berglandschaft rund um Eiger, Mönch und Jungfrau sowie das Weltkulturerbe der Berner Altstadt jährlich Millionen von Touristen aus aller Welt anzieht (Kanton Bern, o. J.). Die genaue Definition wird im Kapitel 2.1.7 erläutert. Nicht nur Touristen aus aller Welt reisen jährlich nach Bern, sondern auch eine hohe Anzahl an international mobilen Studierenden suchen sich den Studienort Bern aus. Im Kapitel «Situationsanalyse» wird tiefer auf die Statistik betreffend der Anzahl an international mobilen Studierenden in Bern eingegangen.

1.2 Allgemeines Ziel der Recherche

Ziel dieser Studie ist es, das touristische Potenzial von international mobilen Studierenden an einer bestimmten Destination zu analysieren und anhand eines Fallbeispiels zu erforschen, inwiefern es an dieser Destination bereits ausgeschöpft wird. Somit trägt diese Forschung dazu bei, mögliche touristische Marktlücken aufzudecken und die damit verbundenen wirtschaftlichen Möglichkeiten einer touristischen Destination zu beleuchten. Die Arbeit fokussiert ihren Erkenntnisgewinn sowohl auf der Anbieterseite (touristische Leistungsträger) und den dementsprechenden potenziellen Handlungsempfehlungen als auch auf der Nachfrageseite und der Analyse der Bedürfnisse der international mobilen Studierenden. Weiter soll diese Forschung aufdecken, ob international mobile Studierende auch nach ihrem Auslandsaufenthalt zum Tourismus beitragen, sei dies durch die Rückkehr als Reisende an die Austauschdestination oder durch den Besuch von Familienangehörigen und Freunden an der gewählten Studiendestination. Der neue Erkenntnisgewinn liegt darin, dass bisher keine Studien zum touristischen Potenzial von international mobilen Studierenden in der Schweiz oder Bern vorliegen.

1.3 Fragestellung, Zielsetzung und Thesen

Die Forschungsfrage dieser Arbeit lautet: «Wie hoch ist das touristische Potenzial international mobiler Studierenden in einer touristischen Destination und inwiefern wird es in der Tourismusregion Bern bereits ausgeschöpft?».

Um die gewünschten Erkenntnisse zu erlangen, wurden folgende Ziele festgelegt:

1. Die quantitative Analyse des touristischen Potenzials international mobiler Studierenden und deren touristische Bedürfnisse
2. Die qualitative Untersuchung der Angebote und des Interessens der Anbieterseite sowie der bisherigen Ausschöpfung des Potenzials
3. Die Ausarbeitung von Handlungsempfehlungen für touristische Akteure zur Potenzialerschliessung durch international mobile Studierende für die Tourismusregion Bern

Basierend auf den festgelegten Zielen sowie der Forschungsfrage werden in dieser Arbeit drei Thesen geprüft:

1. International mobile Studierende reisen während des Austausches in der Studienregion
2. Es gibt touristische Angebote spezifisch für international mobile Studierende (Ausflüge, Touren, Rabatte usw.)
3. International mobile Studierende interessieren sich für spezifische touristische Angebote

1.4 Forschungsstrategie

In diesem Unterkapitel wird die Forschungsstrategie dieser Arbeit dargestellt. Weiter werden die Methoden und Techniken, welche eingesetzt werden, um die gewünschten Daten zu erhalten, erläutert. Zudem wird aufgezeigt, in welcher Form die Datenerhebung durchgeführt wird.

1.4.1 Verwendete Daten

In dieser Forschungsarbeit wird die Kombination von primären sowie sekundären Daten verwendet. Zum einen wird anhand von sekundären Daten, welche durch eine Desk-Research analysiert werden, eine Bestandsaufnahme des bisherigen touristischen Angebots in Bern für international mobile Studierende gemacht. Dafür wird eine Recherche anhand der Ergebnisse verschiedener Plattformen wie den Websites der touristischen Destinationsorganisationen, Universitäten und Hochschulen sowie des Erasmus-Networks durchgeführt. Darüber hinaus wird eine herkömmliche Suche nach Angeboten über Google durchgeführt. Weitere sekundäre Daten wie die Anzahl der international mobilen Studierenden weltweit, europaweit sowie schweizweit oder allgemeine demografische Angaben werden anhand von diversen Statistiken und Berichten erhoben (Bundesamt für Statistik, 2022a; UNESCO Institute for Statistics, o. J.-a).

Zum anderen werden primäre Daten mithilfe von Experten-Interview auf Seite der Anbieter erhoben. Für die qualitative Abschätzung des touristischen Potenzials von international mobilen Studierenden sowie das Interesse demgegenüber ist die Meinung der Anbieterseite zentral. Die durch diese Interviews erhobenen Daten liefern die Antworten darauf.

Auf der Nachfrageseite wird mittels einer Online-Umfrage, welche sich an die international mobilen Studierenden in Bern richtet, eine primäre Datenerhebung durchgeführt. Die daraus zu erwartenden Erkenntnissen sind die Klarheit darüber, ob eine Nachfrage für spezifische Angebote besteht, welche Angebote bereits genutzt werden sowie welche Angebote gewünscht sind.

1.4.2 Methode zur Erhebung von Primärdaten

Um auf der Seite der Nachfrage möglichst viele Ergebnisse zu erlangen, eignet sich eine quantitative Umfrage, da damit Daten einer hohen Anzahl an Teilnehmenden erhoben werden. Studien wie Autout France (2014), zeigen, dass sich Umfragen eignen, um das touristische Potenzial von einer bestimmten Zielgruppe an einer Destination in Erfahrung zu bringen. Auch in Studien, die sich mit international mobilen Studierenden befassen, wird auf diese Methodik zurückgegriffen, unter anderem in den Arbeiten von und Hughes et al. (2015).

Umfragen eignen sich für deskriptive Forschungen und funktionieren am besten mit standardisierten Fragen. Weiter sind sie optimal, um Meinungen der Befragten zu analysieren (Gardiner et al., 2013). Da anhand des Fragebogens ermittelt wird, welche Meinung die international mobilen Studierende in Bern über das bereits vorhandene, oder nicht vorhandene, Angebot teilen, eignet sich diese Methodik gut. Weiter ist der Fragebogen auf Englisch, damit er von allen international mobilen Studierenden verstanden werden kann. Da es den praktischen Nutzen dieser Arbeit übersteigt zu einer hohen Anzahl international mobiler Studierenden direkten Kontakt aufzunehmen, wurde ein selbstverwalteter Fragebogen in elektronischer Form durch die Plattform «SphinxSurvey» aufgestellt (vgl. Saunders et al., 2009). Die Datencharakteristiken für den teilstandardisierten Fragebogen sind wie folgt: Einleitung mit der Darstellung und Erklärung des Kontextes, Einstiegs-Fragen, Qualifizierungsfragen respektive Filterfragen, Vertiefungsfragen sowie spezifische Fragen und abschliessend die soziodemografischen Merkmale.

Um gültige und zuverlässige Daten zu sammeln, welche sich zum Beantworten der Forschungsfrage sowie zum Erreichen der Ziele eignen, hilft laut Saunders et al. (2009) das Durchführen von Interviews. Um Informationen auf Seite der Anbieter zu erhalten, werden mehrere Experten-Interviews durchgeführt, welche unter Einhaltung des Datenschutzes aufgenommen werden. Diese Interviews werden halbstrukturiert sein. Dies bedeutet, dass eine Liste von Themen und Fragen vorbereitet wird, welche jedoch von Interview zu Interview variieren kann. Weiter heisst dies, dass sowohl einige Fragen ausgelassen als auch weitere hinzugefügt werden können (Saunders et al., 2009). Dass die Durchführung von Interviews, um Informationen der Angebotsseite zu erhalten, zielführend ist, bestätigt die Studie von Pescia et al. (2022). Das gewünschte Profil der befragten Personen ist soweit zu definieren, dass die entsprechenden Personen im jeweiligen Unternehmen die passende Position innehaben sollen, um Fragen im Zusammenhang mit den Forschungszielen beantworten zu können. Die Interviews werden mit drei verschiedenen Organisationen der Anbieterseite durchgeführt. Konkret handelt es sich dabei um *Bern Welcome*, der Abteilung *International* der Universität Bern (*UniBE International*) sowie das *Erasmus Student Network* in Bern.

Die verschiedenen Aspekte, welche anhand der Datenerhebung auf Anbieterseite durch die Erhebung der Primärdaten analysiert werden, belaufen sich auf folgende: Vorhandenes Angebot spezifisch für international mobile Studierende, bestehendes Interesse und Bewusstsein des touristischen Potenzials von international mobilen Studierenden. Die Themen der Umfrage zur Analyse der Nachfrageseite sind die nachstehenden: Nutzen des vorhandenen Angebots, Bestehen der Nachfrage/des Interessens, gewünschte Angebote und auf Forschungsfrage bezogene Informationen zu den international mobilen Studierenden.

1.4.3 Methode der Datenanalyse

Die Methode der Datenanalyse der Interviews basiert auf verschiedenen Schritten. Nach der Durchführung der Interviews folgt die Transkription der aufgenommenen Gespräche. Mithilfe des Transkripts kann der Inhalt des Interviews analysiert, in einzelne Teile aufgegliedert und Kategorien zugeteilt werden. Da die inhaltliche Ebene des Textes relevant ist, eignet sich die zusammenfassende Inhaltsanalyse, um die Daten zu verdeutlichen. Dabei wird der zu prüfende Sachverhalt auf einen überschaubaren Kurztext reduziert. Auf diese Weise wird nur der entscheidende Inhalt erhalten, welcher aussagekräftige Informationen zur Beantwortung der Forschungsfrage und -ziele liefert. Das gesamte Material wird dann in einem übersichtlichen Korpus präsentiert (Pfeiffer, 2022).

Die quantitativen Daten der Umfrage hingegen werden anhand der Häufigkeitsverteilung analysiert, wobei gezählt wird, wie häufig bestimmte Ergebnisse vorkommen. Durch diese Art der Analyse lassen sich die Ergebnisse miteinander vergleichen (Pfeiffer, 2021). Die in der Software SphinxSurvey direkt integrierte Analysesoftware DATAVIV' wird für die statistische sowie textuelle Analyse verwendet (DATATIV', o. J.). Die Ergebnisse werden anhand von Grafiken, Visualisierungen oder Tabellen dargestellt. Weiter muss beachtet werden, dass die Ergebnisse kritisch hinterfragt werden müssen, da beispielsweise die Fragen der Umfrage nicht von allen Teilnehmenden gleich interpretiert werden. Zudem können offene Fragen individuell beantwortet werden und verlangen eine zeitaufwändigere Analyse der Ergebnisse. Im Allgemeinen müssen bei der Datenanalyse der Datenschutz und das Einholen einer entsprechenden Einverständniserklärung beachtet werden.

1.5 Abgrenzung

Diese Forschungsarbeit fokussiert sich auf international mobile Studierende, welche an einer Berner Universität oder Fachhochschule studieren. Diese Abgrenzung wurde vorgenommen, da sich die direkte Kontaktaufnahme zu allen international mobilen Studierenden in der Schweiz als schwierig erweist und somit den praktischen Nutzen für die vorliegende Arbeit überschreiten würde. Als zu untersuchende Destination wurde die Destination Bern gewählt, weil die Stadt Bern zum einen die Bundeshauptstadt ist und es sich zum anderen bei der Region um eine attraktive Tourismusregion handelt. Darüber hinaus waren praktische Gründe ausschlaggebend, da bereits Kontakte zu den bestimmten Fachhochschulen und der Universität Bern bestanden. Weiter wird diese Studie beispielhaft anhand einer bestimmten Destination durchgeführt, weil die praktische Forschung über die ganze Schweiz aus zeitlichen Gründen nicht umsetzbar wäre.

Die Analysen dieser Studie beziehen sich, wenn nicht anders vermerkt, auf das Herbstsemester 2022 und das Frühlingsemester 2023. Aufgrund der eher kurzen Forschungsperiode ist zu berücksichtigen, dass die Analyse nicht als abgeschlossene Forschung angesehen werden kann und bei Interesse weiterverfolgt respektive ausgearbeitet werden muss.

1.6 Aufbau und Struktur

Die vorliegende Arbeit ist in fünf Kapitel unterteilt und strukturiert. In einem ersten Teil wird das Vorgehen, die Problematik, die Zielsetzung sowie die zu eruiende Fragestellung dieser Studie erläutert. Kapitel zwei und drei beinhalten theoretische Grundlagen sowie eine Situationsanalyse des in der Arbeit erforschten Themas. Dafür werden Informationen aus einer Literatur-Recherche sowie Daten aus Statistiken verwendet. Aufbauend auf den beiden Kapiteln folgt das Kapitel vier, welches den empirischen Teil der Arbeit darlegt. In diesem Kapitel wird das touristische Potenzial von international mobilen Studierenden anhand der Analyse der Umfrage eruiert. Weiter werden Erkenntnisse zum bisherigen Angebot anhand der durchgeführten Experten-Interviews dargelegt sowie mithilfe der gewonnenen Daten eine Wertschöpfungsstudie ausgewiesen. Die Resultate werden am Ende des vierten Kapitels diskutiert und beurteilt. Darauf aufbauend werden im Kapitel fünf die Ergebnisse

Neuenschwander Melina

zusammengefasst und die darauf basierenden Handlungsempfehlungen formuliert. Weiter folgt im fünften und letzten Kapitel der Arbeit die Schlussfolgerung. Sie befasst sich mit der für die Verfasserin wichtigsten Erkenntnisse und erlaubt einen erneuten Rückschluss auf die zu erarbeitenden Fragestellungen aus dem ersten Kapitel.

2 Theoretischer Hintergrund

In diesem Kapitel der Forschungsarbeit werden zuerst die wichtigsten Begriffe definiert und erläutert. Anschliessend wird der aktuelle Forschungsstand zum Thema zusammengefasst. Die Ausführungen basieren auf einer umfassenden Literaturrecherche und geben einen Überblick über wichtige Themen, welche im Zusammenhang mit der Forschungsfrage stehen.

2.1 *Definition der Begrifflichkeiten*

2.1.1 International mobile Studierende

Im Allgemeinen haben international mobile Studierende den Visastatus eines Nichtansässigen, um im Zielland einen tertiären oder höheren Abschluss zu erwerben. Eine andere Bezeichnung für diese Personen ist «abschlussmobile Studierende», um die Tatsache zu unterstreichen, dass sie einen ausländischen Abschluss erwerben, und um sie von «kursscheinmobilen Studierenden» zu unterscheiden, die sich für einen kurzen Austausch oder eine Bildungsreise ins Ausland begeben. Der Unterschied zu zwei gebräuchlichen Definitionen von internationalen Studierenden, den «ausländischen Studierenden» und den «kursscheinmobilen Studierenden», zu international mobilen Studierenden wird gemäss dem Global Migration Data Portal (2023) folgendermassen beschrieben: Personen, die nicht Staatsangehörige sind und in einem Hochschulstudium eingeschrieben sind, zählen zu den ausländischen Studierenden. Bei dieser Definition ist jedoch zu beachten, dass sie nicht zwischen Studierenden, die ein ausländisches Visum haben, und solchen, die einen dauerhaften Aufenthaltsstatus haben, unterscheidet. Dem Gegenüber bleiben kursscheinmobile Studierende, also Auslands- oder Austauschstudierende, beispielsweise im Rahmen eines Erasmus-Programms, in ihrem Heimatland eingeschrieben und erhalten gleichzeitig eine geringe Anzahl an Credits von ausländischen Institutionen (Brooks & Waters, 2011). Die meisten Statistiken über internationale Studierende beinhalten aufgrund des flüssigen Immatrikulationsstatus keine Daten über kursscheinmobile Studierende. Während die vereinbarte Definition von international mobilen Studierenden seit 2015 verwendet wird, spiegeln die Daten über internationale Studierende die langjährigen Unterschiede zwischen den drei Definitionen wider.

Aufgrund vieler überschneidenden Definitionen wurde der Begriff «international mobile Studierende» im Jahr 2015 von der Organisation der Vereinten Nationen für Erziehung, Wissenschaft und Kultur (UNESCO), der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) und dem Statistischen Amt der Europäischen Union (EUROSTAT) festgelegt. Die Definition umfasst alle Studierende, die sich zu Bildungszwecken im Ausland aufhalten, inklusive Studierende, die für einen tertiären Abschluss im Ausland eingeschrieben sind. Aus diesem Grund beträgt die Aufenthaltsdauer solcher Studierenden üblicherweise mehr als ein Jahr und kann bis zu sieben Jahre dauern (Global Migration Data Portal, 2023).

Darüber hinaus sind laut UNESCO et al. (2021, S. 35) international mobile Studierende Personen, die physisch eine internationale Grenze zwischen zwei Ländern überquert haben, um im Zielland an Bildungstätigkeiten teilzunehmen, wobei das jeweilige Zielland ein anderes als das Herkunftsland ist. Beim Herkunftsland handelt es sich um das Land, indem der Abschluss der Sekundarstufe II erworben wurde. Eine andere Bezeichnung dafür ist auch das Land der vorherigen Ausbildung. Wenn ein Land nicht in der Lage ist, diese Definition zu operationalisieren, wird geraten, das Land des gewöhnlichen oder ständigen Aufenthalts zur Bestimmung des Herkunftslandes heranzuziehen. Als letztes Mittel kann das Land der Staatsangehörigkeit als Herkunftsland angegeben werden. Weiter bedeutet jeder Wechsel zwischen diversen Bildungssystemen, der nicht mit dem physischen Überschreiten einer internationalen Grenze verbunden ist, nicht als internationale Mobilität von Studierenden. Insbesondere folgende Formen können nicht in die Kategorie der international mobilen Studierenden zugeordnet werden: «Fernstudienprogramme die von Einrichtungen mit Sitz in einem anderen Land für Studierende mit Sitz in ihrem Herkunftsland angeboten werden; Programme, die von im Ausland ansässigen Einrichtungen im Herkunftsland angeboten werden und zu ausländischen Abschlüssen führen.» (UNESCO Institute for Statistics, o. J.-b). Ausserdem können gemäss UNESCO (o. J.) international mobile Studierende sowohl dem Zielland als international mobile Studierende aus dem Ausland als auch dem Herkunftsland als mobile Studierende aus dem Ausland zugerechnet werden.

Im Rahmen der vorliegenden Arbeit wird die Definition der UNESCO von «international mobilen Studierenden» verwendet, wobei allerdings Studierende, die für eine kurze Zeit in der Schweiz sind und Studierende, die ihren Abschluss in der Schweiz erlangen, gleichgestellt sind.

2.1.2 Erasmus

Der Begriff Erasmus ist zum einen das Akronym von «EuROpean Community Action Scheme for the Mobility of University Students» (Erasmus Programme, o. J.). Zum anderen bezieht sich das Wort Erasmus auch auf den berühmten Philosophen «Desiderius Erasmus». Desiderius Erasmus war ein Denker und Aktivist der europäischen Renaissance. Das Erasmus-Programm spiegelt einige der Kernwerte aus seiner Zeit wider. Entstanden gegen Ende der 1980er Jahre durch eine Initiative der Europäischen Union, bietet das Programm Studierenden und Lehrkräften aus der Europäischen Union (EU) die Möglichkeit, an Partneruniversitäten in den EU-Mitgliedsstaaten zu studieren. Studierende, welche das Austauschprogramm in Anspruch nehmen, werden als Erasmus-Studierende bezeichnet. Das Programm wird von einer Vielzahl Studierenden in diversen Fachgebieten genutzt. Meistens beanspruchen sie das Austauschprogramm, um im Hinblick auf eine Tätigkeit im internationalen Bereich die Sprachkenntnisse zu verbessern. Die akademischen Leistungen, die während des Austausches erworben werden, werden an den Abschluss im Heimatstaat angerechnet (Erasmus Programme, o. J.).

Nachdem fast zehn Jahre lang Pilotprogramme für den Austausch von Studierenden entwickelt worden waren, wurde das Erasmus-Programm 1987 ins Leben gerufen (Souto-Otero et al., 2023). Gemäss Jones (2016) ist eine starke Bildungsdimension für den Aufbau eines offenen und demokratischen Europas unerlässlich. Erasmus hat sich in den letzten drei Jahrzehnten zum weltweit grössten internationalen Mobilitätsprogramm für Studierende entwickelt. Darüber hinaus wird das Programm von europäischen Personen als eine der positivsten Errungenschaften der EU angesehen (Kantar Public, 2018). Seit der Entstehung des Austausch-Programms hat Erasmus einige Veränderungen durchlaufen. Dadurch, dass sich das Programm auf europäische Länder, die nicht zur EU zählen, sowie auf andere Länder ausserhalb Europas ausgeweitet hat, wurde die Teilnehmerzahl der ursprünglichen 11 Länder erheblich erhöht. Eine weitere Veränderung seit Beginn des Programms ist die Ausweitung

des Budgets sowie der geförderten Aktivitäten. Nun sind auch Auslandspraktika für Hochschulstudierende, die Mobilität des Personals, Kooperationsprojekte (mit Schwerpunkt auf Innovation, Austausch bewährter Verfahren und Schaffung von Netzwerken) und die Unterstützung der Politikentwicklung im Programm integriert. Zudem wurde das Spektrum von Aktivitäten in den Bereichen allgemeine und berufliche Bildung sowie Jugend und Sport weiterentwickelt. Seit der Einrichtung des ursprünglichen Erasmus-Programms hat sich der Umfang des Programms etwa alle sechs bis sieben Jahre geändert: «das Programm Sokrates begann 1994, Sokrates II im Jahr 2000, das Programm für lebenslanges Lernen 2007» (Souto-Otero et al., 2023). Die letzte Änderung bestand darin, dass das Programm bis 2027 unter dem Namen Erasmus+ in Gebrauch sein wird (Souto-Otero et al., 2023).

2.1.3 Erasmus+ oder Erasmus Plus

2014 wurde Erasmus zu Erasmus+ oder Erasmus Plus geändert. Ein Grund dafür war, dass die EU bis zum Jahr 2020 14,7 Milliarden Euro in das Programm investierte, welches zur Erweiterung des im vorherigen Abschnitt erwähnten Budgets führte. Das Budget wurde im Jahr 2020 für den Zeitraum von 2021 bis 2027 nochmals auf rund 30 Milliarden Euro erweitert (Erasmus Programme, o. J.).

Gemäss der European Commission (2023) ist Erasmus+ das EU-Programm für Jugend, Sport und allgemeine und berufliche Bildung für den Zeitraum 2021 bis 2027. Diese Schlüsselbereiche unterstützen die Teilnehmenden in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung.

Weiter sagt die European Commission (2023, S. 4) sogar, dass:

«[e]ine hochwertige, inklusive allgemeine und berufliche Bildung sowie informelles und nichtformales Lernen [...] jungen Menschen und Teilnehmenden aller Altersgruppen letztlich die Qualifikationen und Kompetenzen [vermitteln], die sie für die sinnvolle Teilhabe an der demokratischen Gesellschaft, für ihr interkulturelles Verständnis und für einen erfolgreichen Übergang in den Arbeitsmarkt benötigen.»

Aufgrund des Erfolgs des Programms im Zeitraum von 2014 bis 2020 kümmert sich Erasmus+ vermehrt darum, dass Möglichkeiten für eine höhere Anzahl von Teilnehmenden

sowie ein grösseres Spektrum von Organisationen zur Verfügung stehen. Darüber hinaus wird besonderes Augenmerk auf die qualitative Wirkung und den Beitrag zu einer integrativeren Gesellschaft mit stärkerem Zusammenhalt gelegt, die umweltfreundlicher und gut für das digitale Zeitalter gerüstet ist (European Commission, 2023).

Erasmus+ hat als übergeordnetes Ziel, die bildungsbezogene, berufliche und persönliche Entwicklung des Menschen in den bereits erwähnten Bereichen der allgemeinen und beruflichen Bildung, Jugend und Sport europa- und weltweit zu unterstützen. Diese Unterstützung soll nachhaltig zum Wachstum hochwertiger Arbeitsplätze, zum sozialen Zusammenhalt, zur Förderung der Innovation und zur Stärkung der europäischen Identität der aktiven Staatsbürgerschaft beitragen. Die strategische europäische Zusammenarbeit in der allgemeinen und beruflichen Bildung wird durch das Programm gefördert. Darüber hinaus dient Erasmus+ als wichtiges Mittel für die Bildung eines europäischen Bildungsraums, für die Verstärkung der jugendpolitischen Zusammenarbeit im Rahmen der EU-Jugendstrategie 2019-2027 und für die Förderung der europäischen Ebene des Sports (European Commission, 2023).

2.1.4 SEMP Swiss-European Mobility Programme (SEMP)

Das Swiss-European Mobility Programme, abgekürzt auch SEMP, ist das Schweizer Programm auf der Tertiärstufe, begleitend zu Erasmus+. Schweizer Hochschulen und Höhere Fachschulen haben die Möglichkeit, Studierende, Dozierende und Personal für Studien-, Praktikums-, Lehr- und Weiterbildungsaufenthalte ausserhalb der Schweiz zu unterstützen. Durch dieses Programm können Studierenden einen Auslandsaufenthalt von bis zu 12 Monaten im Bachelor, Master oder Doktorat bestreiten. Weiter können sie auch ein Praktikum bei einem ausländischen Unternehmen absolvieren. Ausländische Studierende und Hochschulangehörige, die in der Schweiz studieren, werden auch im Rahmen des SEMP unterstützt. Informationen betreffend der Durchführung der Studierenden- und Personalmobilität werden über ein IRO der Hochschulen und Höheren Fachschulen verteilt. Zudem ist dies zuständig für die Organisation des Programms und dient als Anlaufstelle für interessierte Studierende (Movetia, o. J.).

2.1.5 Bundes-Exzellenz-Stipendien

Die von der Schweizerischen Eidgenossenschaft jährlich gewährten Bundes-Exzellenz-Stipendien fördern den Austausch und die Forschungszusammenarbeit zwischen der Schweiz und dem Ausland. Über 180 Länder arbeiten für diesen internationalen Austausch mit der Schweiz zusammen. Die Eidgenössische Stipendienkommission für ausländische Studierende (ESKAS) ist für die Auswahl und Vergabe der Stipendien zuständig. Diese Stipendien richten sich sowohl an junge Forschende aus dem Ausland mit abgeschlossenem Master- oder Doktorats-Studium als auch an ausländische Kunstschaffende mit einem Bachelor-Abschluss (Staatssekretariat für Bildung, 2022).

2.1.6 International Student Exchange Program (ISEP)

ISEP arbeitet seit mehr als 40 Jahren mit Universitäten und Hochschulen global zusammen und dient als Unterstützung, um deren Ziele der Internationalisierung zu erreichen. Mittlerweile hat sich ISEP zur grössten globalen Vereinigung für Studien-, Praktikums- und Freiwilligenprogramme im Ausland etabliert. Die Organisation bietet ihre Austauschprogramme in über 50 Ländern an mehr als 300 Universitäten und Hochschulen an. ISEP ist eine gemeinnützige Organisation, die sich zum Ziel gesetzt hat, finanzielle und akademische Hindernisse zu beseitigen, um ein Auslandsstudium für alle zugänglich zu machen. (ISEP, o. J.)

2.1.7 Tourismusregion Bern

Laut dem Bundesamt für Statistik (2022a) wird die Tourismusregion Bern anhand des Kantons Bern definiert. Somit gehören zur Tourismusregion Bern die sieben Verwaltungskreise Emmental, Oberaargau, Bern-Mittelland, Frutigen-Niedersimmental, Interlaken-Oberhasli, Obersimmental-Saanen und Thun.

Im Gegensatz zum Bundesamt für Statistik wurde im Center for Regional Economic Development (CRED) betreffend der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern die Tourismusregion Bern anders kategorisiert. Gemäss der Studie kann die Tourismusregion Bern in fünf Destinationen unterteilt werden. Erstens in die Jura-3-Seeland Region, inklusive dem Bieler Seeland und dem Berner Jura, zweitens in die Region Bern mit der Stadt Bern, dem Oberaargau, dem Emmental, dem Gantrischgebiet sowie Laupen, drittens in die Destination Gstaad-Saanenland gefolgt von der Region Oberland Mitte mit dem

Kandertal, Adelboden-Frutigen und Lenk-Simmental sowie fünftens das Oberland Ost mit Interlaken, der Jungfrau, dem Haslital und dem Thunersee. (Höchli et al., 2013)

Der Kanton Bern definiert die touristische Region von Bern anhand von drei Gebieten. Dem Berner Oberland, dem Berner Mittelland und dem Berner Jura. Insbesondere die vielen Berggipfel und Seen der Berner Alpen sowie die daraus resultierenden vielfältigen Angebote machen den Tourismus zur Haupteinnahmequelle im Berner Oberland. Das Berner Mittelland mit der Hauptstadt Bern ist für seine Einzigartigkeit und historische Bedeutung bekannt. Die Stadt bietet zahlreiche Sehenswürdigkeiten wie der Bärenpark, das Parlamentsgebäude oder die Münster-Kathedrale. Auch das Emmental, welches zum Berner Mittelland gehört, trägt mit seinen Hügellandschaften und Bauernhäusern zur Einzigartigkeit bei. Dazu gehört auch das Seeland mit Biel und seiner Umgebung, welche aus Weindörfern, Rebbergen und der Drei-Seen-Landschaft besteht. Der französische Teil der Region bildet der Berner Jura. Mit seinen vielen Wäldern, den weitläufigen Weiden und der Aussicht über das Mittelland bis nach Frankreich zählt der Berner Jura auch zur Tourismusregion Bern (Kanton Bern, o. J.).

In dieser Arbeit wird die Definition des Bundesamtes für Statistik angewendet, um die Tourismusregion Bern anhand des Kantons zu beschreiben.

2.1.8 Touristische Attraktionen Schweiz

Die touristischen Attraktionen, respektive Sehenswürdigkeiten der Schweiz sind vielfältig und zahlreich. Gemäss Schweiz Tourismus gehören dazu die Schweizer Gletscher, die Bergwelt, Flüsse, Bauten sowie Museen und Institutionen, die besonders für die Identität der Schweiz stehen. Zu den Top fünf Sehenswürdigkeiten der Schweiz gehört der Rheinfall, der Creux du Van, das Matterhorn, das Jungfraujoch sowie das Château de Chillon. Als die wichtigsten Destinationen gelten die Städte Genf, Zürich, Interlaken, Luzern, Montreux, Lausanne, Lugano, Basel und das Dorf Grindelwald. Zu den wichtigen Museen gehört beispielsweise das Verkehrshaus in Luzern oder die Fondation Beyeler in Riehen (Schweiz Tourismus, o. J.-a). Weitere Sehenswürdigkeiten bieten die UNESCO-Welterbe Stätten, beispielsweise die Altstadt von Bern (Schweiz Tourismus, o. J.-b).

Die beschriebenen touristischen Attraktionen der Schweiz werden in dieser Arbeit als Grundlage für die Erstellung des Fragekatalogs der online Umfrage verwendet.

2.1.9 Visiting Friends and Relatives (VFR) Travel

Die Studie von Jackson (1990) befasst sich mit dem internationalen Tourismus, der Besuche bei Freunden und Verwandten umfasst (visiting friends and relatives VFR). Es wird dargelegt, dass die Bedeutung des VFR, zumindest im Hinblick auf die Bevölkerungsbewegung, einen grossen Teil des Welttourismus ausmacht. Weiter zeigt die Studie auf, dass der VFR-Tourismus eng mit der Geschichte und Entwicklung internationaler Migrationsmuster verbunden ist (Jackson, 1990).

Elisa Backer (2007) wiederum definiert VFR Travel als eine Form des Reisens, bei der entweder der Zweck der Reise oder die Art der Unterkunft den Besuch von Freunden und/oder Verwandten beinhaltet. Obwohl die Definition nicht eindeutig ist, wird allgemein angenommen, dass VFR-Reisende bei Freunden oder Verwandten übernachten. Was jedoch im Allgemeinen nicht berücksichtigt wird, ist, dass VFR-Reisende nicht unbedingt bei Freunden oder Verwandten übernachten müssen. Das heisst, dass es VFR-Reisende gibt, die Freunde und Verwandte besuchen, aber eine kommerzielle Unterkunft an ihrem Zielort wählen. Ebenso können VFR-Reisende bei Freunden oder Verwandten übernachten, ohne dass der Besuch von Freunden oder Verwandten der Hauptgrund für die Wahl des Reiseziels ist. (Backer, 2007)

Eine weitere Studie von Backer besagt, dass diese Form des Reisens sowohl in der Tourismuswissenschaft als auch in der Praxis weit verbreitet ist. Zudem macht VFR Travel in den meisten Industrieländern einen erheblichen Teil des Tourismus aus. (Backer & King, 2017)

2.2 Forschungsstand

2.2.1 Reiseverhalten und Motivation von international mobilen Studierenden

Der Forschungsbericht von Llewellyn-Smith & McCabe (2008) zeigt die Motivationen der Studierenden auf sowie die Faktoren, die sie bei der Auswahl eines Universitätsaustauschprogramms beeinflusst haben. Die Autoren legen dar, dass zu den wichtigsten Motivatoren für einen Bildungsaustausch die Reiselust der Studierenden, die Möglichkeit, Spass und Spannung zu erleben sowie das Wetter, die natürliche Umgebung und die touristischen Attraktionen des Gastlandes gehören.

Im Unterschied zu der Studie von Llewellyn-Smith & McCabe (2008) wurden in der Studie von Donkor et al. (2020) andere Motivationen für ein Auslandsemester genannt. Als Hauptgründe wurden die Verfügbarkeit von Stipendien, die bessere Qualität der Ausbildung sowie das Angebot von relevanten Studienprogrammen genannt. Weitere Faktoren sind zudem die kulturelle Anziehungskraft, die internationale Wirtschaft und zukünftige Arbeitsmöglichkeiten.

Die Studie von untersuchte das Reiseverhalten von international mobilen Studierenden in Australien sowie den Grund, warum sie sich für das von ihnen gewählte Studienziel entscheiden. Bei der Wahl des Studienorts stellten die Autoren fest, dass die Mund-zu-Mund-Propaganda sich als ausschlaggebend bei der Wahl des Studienortes erweist. Anhand eines Fragebogens ermittelten die Autoren weiter, dass mehrheitlich private Reisen während des Aufenthalts unternommen wurden. Zudem analysierten sie, dass sich die tourismusbezogenen Aktivitäten von internationalen Studierenden auf etwa 8,2 Millionen AUD beliefen und sich die Zahl sogar vermehrfacht, wenn die Ausgaben von Freunden und Verwandten, die die internationalen Studierenden besuchten, miteinbezogen werden (Michael et al., 2004).

Hughes et al. (2015) konzentrierten sich bei ihrer Forschung auf chinesische Studierende und analysierten, welche Präferenzen sie für australische Tourismusprodukte haben, wie sie diese wahrnehmen, welche Informationsquellen sie nutzen und welche möglichen Hindernisse damit in Verbindung stehen. Auch diese Studie weist auf, dass sich die Mund-zu-Mund-Propaganda aber auch das Internet als wichtige Informationsquellen erweisen. Kosten, Entfernungen der touristischen Aktivitäten sowie Zeitmangel stellen sich als Hindernisse fürs Reisen heraus (Hughes et al., 2015).

Unterschied international mobiler Studierenden im Vergleich zu internationalen Reisenden

Laut einer Studie von Gardiner et al. (2013) haben international mobile Studierende im Vergleich zu internationalen Reisenden ein anderes Reisemuster. Die Tourismusindustrie hat trotz vielversprechenden Aussichten aufgrund schlechter Positionierung Mühe, tourismusbezogene Produkte für international mobile Studierende zu entwickeln, da die Unterschiede zu Freizeitreisenden zu wenig beachtet wurden. Beispielsweise die Tatsache,

dass international mobile Studierende im Vergleich zu internationalen Reisenden in der Regel länger bleiben oder sogar einen vorübergehenden Wohnsitz an ihrem Studienort haben. Zudem unterscheiden sich international mobile Studierende auch von inländischen Freizeittouristen. Dies durch ihren kürzeren Aufenthalt in ihrer Studiendestination und der daraus schliessenden Neigung, das Land vor der Rückreise zu erkunden. Ein weiterer Unterschied weist die Finanzierungsquelle, ihren Lebensstil aus einer Kombination von Studium, Arbeit und Freizeit und ihren finanziellen Verpflichtungen auf. Dies bedeutet, dass die Faktoren, die das Reisen von international mobilen Studierende einschränken, sich von denen anderer Reisender unterscheiden können. Das Verstehen der Faktoren, die das Reisen einschränken, ist eine wesentliche Grundlage für die Maximierung der damit verbundenen Marktchancen. Ausserdem wird deutlich, dass international mobile Studierende nicht gleichzusetzen sind mit jugendlichen Reisenden oder Rucksacktouristen, die den Hauptfokus vieler Initiativen und Kampagnen für Jugendreisen bilden.

2.2.2 Die wirtschaftliche Bedeutung von international mobilen Studierenden

López et al. (2016) bewerten in ihrem Forschungsbericht die wirtschaftlichen Auswirkungen international mobiler Studierenden in einer regionalen Wirtschaft (Galicien) aus Sicht der Tourismusbranche. Die Ergebnisse der Studie zeigen auf, dass die wirtschaftlichen Auswirkungen international mobiler Studierender geringer sind als die des Einreisetourismus. In Anbetracht dessen ist zu beachten, dass dies ohne die Berücksichtigung des potenziellen Anstiegs anderer Besucher analysiert wird. Gemäss López et al. (2016) stellen die Grösse dieses Marktes und sein Wachstum eine potenzielle Chance für regionale Hochschulen und die Tourismusindustrie dar, da ein Teil dieser Studierenden als einreisende Touristen betrachtet werden kann. Aufgrund dieser Erkenntnis belegen López et al. (2016), dass dies die Ankunft neuer Besuchenden, seien es Freunde oder Familienangehörige, erleichtern kann.

Kelly et al. (2015) haben in ihrer Forschungsarbeit die ökonomischen Auswirkungen von international mobilen Studierenden in Wales untersucht. Die Erkenntnisse dieser Arbeit zeigen auf, dass durch die international mobilen Studierende im Jahr 2016 56'136 internationale Besucher nach Wales gelockt wurden. Die international mobilen Studierenden verweilen oft während der gesamten Studienzeit, das heisst drei oder vier Jahre, in Wales. Während dieser Zeit erhalten sie Besuch von Familienangehörigen und Freunden, was zu

einem Strom an internationalen Touristen führt. Die geschätzten Ausgaben der Familienangehörigen und Freunden der Studierenden belaufen sich laut dieser Studie auf 22,4 Millionen Pfund. Darüber hinaus belegen die Autoren des Berichts, dass international mobile Studierende im Hinblick auf den direkten wirtschaftlichen Nutzen, den sie durch ihre Ausgaben nach Wales einbringen, als Langzeittouristen einzustufen sind.

Kritisch zu betrachten ist jedoch, dass laut dieser Studie Universitäten keine formellen Daten über die erwähnten Besucher erheben. Die Daten wurden anhand von Schätzungen und Vergleichen von internationalen Fluggastbefragungen sowie jährlichen Bevölkerungserhebung ermittelt. Kelly et al. (2015) kommen in ihrer Untersuchung jedoch zum Fazit, dass die Gesamtauswirkungen der Ausgaben international mobiler Studierender sowie der Ausgaben ihrer Besucher für die Wirtschaft bedeutend sind. Die Ergebnisse der Gesamtauswirkungen zeigen, dass international mobile Studierende und deren Besucher in den Jahren 2015 und 2016 eine Wertschöpfung von insgesamt 716 Millionen Pfund generierten und somit 372 Millionen Pfund zum walisischen BIP beitrugen.

Dass international mobile Studierende eine wichtige Einnahmequelle darstellen, belegt auch die Studie von (OECD, 2022a). Darin wird dargelegt, dass sie zudem eine erhebliche Auswirkung auf die Wirtschafts- und Innovationssysteme der Destinationländer aufweisen. Durch ihre Lebensunterhaltskosten sowie den oft höheren Studiengebühren als diejenigen der einheimischen Studierenden, tragen sie einen Beitrag zur lokalen Wirtschaft bei.

Halterbeck & Conlon (2021) belegen in ihrer Studie, dass international mobile Studierende im Vereinigten Königreich durch ihre Studiengebühren sowie die durch sie generierten Besuchereinnahmen im Studienjahr 2018/2019 einen Gesamtnutzen von rund 94'000 Pfund für die Wirtschaft darstellen.

2.2.3 Bildungstourismus

Bildungstourismus ist eine Art von Tourismus, bei dem das primäre oder sekundäre Ziel des Reisenden das Lernen ist. Die Studie von Tomasi et al. (2020) verdeutlicht, dass international mobile Studierende als Bildungstouristen betrachtet werden können und dass ihr Aufenthalt sowohl für sie selbst als auch für die Destination von Vorteil sein kann. Dies bedeutet, dass gemäss Tomasi et al. (2020) die Hochschulen dieses Potenzial nutzen und aktiv die

Beziehungen zwischen Bildungstouristen und lokalen Akteuren fördern können, um das Lernen am Zielort zu unterstützen und die Nachhaltigkeit der lokalen Wirtschaft zu verbessern. Weiter wird aufgezeigt, dass Hochschulstudierende in internationalen Mobilitätsprogrammen insofern Bildungstouristen sind, als dass ihre Gesamterfahrung an der Zieldestination Freizeit- sowie Tourismusaktivitäten umfasst. Bildungstourismus bringt sowohl dem Gastland als auch den Austauschstudierenden Vorteile. Zum einen profitieren die Gastdestinationen von den Ausgaben der international mobilien Studierenden. Zum anderen können die Studierenden nicht nur von ihrem Studium profitieren, sondern auch von der persönlichen und beruflichen Entwicklung durch den Kontakt mit Menschen aus verschiedenen Teilen der Welt.

Eine Studie von McGladdery & Lubbe (2017) weist darauf hin, dass die Begriffe «Tourismus» und «Bildung» in problematischem Zusammenhang stehen, da es keinen Konsens darüber gibt, was Bildungstourismus genau ist. Einige Übereinstimmungen existieren bei der Definition, dass es sich um eine Reise ausserhalb des Heimatstaates handelt, die entweder primär oder sekundär dem Zweck dient, in einer einzigartigen Umgebung zu lernen. Trotzdem gibt es gemäss dem Bericht unterschiedliche Bedeutungen von Bildungstourismus. Ein Grossteil der Literatur versucht den Bildungstourismus aus einer technischen Perspektive zu definieren, in Bezug auf die Branche oder Segmente, in der er sich ansiedelt. Ferner wird erläutert, dass das Wachstum des Bildungstourismus eine Folge der Aufsplitterung des Kulturtourismus ist und dass der Bildungstourismus eine vom Freiwilligentourismus, Sprachtourismus und Kreativtourismus getrennte Nische bildet. Im Gegensatz dazu gibt es Berichte wie City of Cape Town (2009), die darauf hinweisen, dass Bildungstourismus, Freiwilligentourismus, Rucksacktourismus und Jugendtourismus als ein einziges Kompositum zu betrachten sei, da diese vier Sektoren eng miteinander verbunden sind. Weitere Forschende (Bodger, 1998) schlagen vor, dass der Bildungstourismus vier Unterarten des Tourismus umfasst: Ökotourismus, Kulturtourismus, landwirtschaftlicher Tourismus und Studierendenaustausch zwischen Bildungseinrichtungen.

Ritchie (2003) schlägt ebenfalls vor, den Bildungstourismus in vier Segmente zu unterteilen. Sein Segmentierungsmodell gilt in der Regel als internationalen Standard und bildet die Grundlage für die meisten theoretischen Entwicklungen. Es basiert auf Motivationsfaktoren,

die Touristen verschiedener Altersgruppen antreiben. Weiter argumentiert er, dass der Bildungstourismus durch den Wunsch zu lernen definiert sei. Das Lernen kann jedoch ein primärer oder sekundärer Motivator sein. Zudem kann das Lernen formell durch Hilfe eines Experten oder informell, d.h. unabhängig erfolgen.

2.2.4 Das Austauschprogramm Erasmus und Tourismus

Amaro et al. (2019) verdeutlichen, dass es mehrere Untersuchungen gibt, die den Nutzen des Erasmus-Mobilitätsprogramms für die berufliche und akademische Entwicklung der Studierenden untersuchen, es jedoch kaum Literatur gibt, die sich darauf konzentriert, inwiefern Austauschstudierende Touristen ähneln und wie der Tourismus in einer Destination aufgrund eines Erasmus-Austausches gefördert werden kann. Die Studie konzentriert sich auf Portugal und stellt fest, dass Erasmus-Studierende Touristen ähneln, und zwar nicht nur durch ihr Reiseverhalten, sondern auch durch die Besucher, die sie empfangen sowie durch die Beiträge in den sozialen Medien über Portugal. Darüber hinaus werden international mobile Studierende nach ihrer Erasmus-Erfahrung womöglich zu Werbern und werben bei Familie und Bekannten für Portugal (Amaro et al., 2019).

Eine weitere Studie belegt, dass das Erasmus-Austauschprogramm einen wichtigen Beitrag für die Tourismusbranche innerhalb und ausserhalb der Europäischen Union darstellt. Die internationale Studentenmobilität wird durch den Wunsch nach persönlicher und beruflicher Weiterentwicklung während des Auslandsaufenthalts angetrieben. Die Wahl des Reiseziels hängt jedoch von den allgemeinen und touristischen Faktoren der Destination ab. Weiter wird dargelegt, dass der Markt für Bildungstourismus stetig wächst und eine Chance für die EU darstellt, die Wirtschaft dadurch anzukurbeln (Lesjak et al., 2015).

3 Situationsanalyse

In diesem Kapitel der Forschungsarbeit werden vorhandene Zahlen zu den international mobilen Studierenden dargestellt. Zu beachten ist jedoch, dass bei der Interpretation der dargestellten Daten zu berücksichtigen ist, dass nicht alle Institutionen von der gleichen Art von internationaler Mobilität sprechen. Die UNESCO und OECD erfassen ihre Daten überwiegend anhand abschlussbezogener Mobilität und zu einem sehr geringen Teil nach temporärer studienbezogener Mobilität. Demnach sind die Daten nicht zu vergleichen mit den nationalen Daten zu der temporären studienbezogenen Studierendenmobilität oder den Bildungsausländer im Unterkapitel 3.1.2. Zudem wurden die Zahlen der verschiedenen Statistiken teilweise in unterschiedlichen Jahren erhoben. Weiter werden in diesem Kapitel die Ergebnisse zum vorhandenen Angebot, welche anhand einer Desk-Research gefunden wurden, erläutert.

3.1 Statistiken

3.1.1 Statistiken über international mobile Studierende weltweit

Der Publikation «Bildung auf einen Blick – OECD-Indikatoren» (OECD, 2022b) ist zu entnehmen, dass im Jahr 2020 4,4 Millionen internationale und ausländische Bildungsteilnehmer in OECD-Ländern eingeschrieben waren. Zu den OECD-Ländern gehören derzeit 38 Länder, die sich auf der ganzen Welt, von Nord- bis Südamerika und von Europa bis in den Asien-Pazifik-Raum, verteilen (Auflistung der Länder siehe Anhang II: Liste OECD-Länder). Gemäss dem Bericht ist es wahrscheinlicher, dass Bildungsteilnehmende nationale Grenzen überschreiten, um ihre Ausbildung fortzusetzen, wenn ihr Bildungsniveau höher ist. Nur 5 % der Bildungsteilnehmenden schliessen einen Bachelorbildungsgang ab. Jedoch absolvieren 14 % ihren Master- und 24 % ihren Promotionsbildungsgang als international mobile Studierende. Weiter ist der Statistik zu entnehmen, dass 31 % in den Bildungsgängen Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) eingeschrieben sind. 58 % der mobilen Bildungsteilnehmenden in den OECD-Ländern stammen aus dem asiatischen Raum. Die meisten (69 %) schliessen ihren Bildungsgang im Ausland durch das Programm Erasmus+ oder einem anderen EU-Programm ab.

Durchschnittlich ist der Anteil männlicher (7 %) international mobilen tertiären Bildungsteilnehmenden etwas höher als derjenige der Weiblichen (6 %) (OECD, 2022b).

Die Institution Projekt Atlas legt in ihren Daten im Gegensatz zur OECD-Publikation höhere Zahlen vor, da sie die Partnerländer der OECD miteinbeziehen. Im Jahr 2020 haben weltweit 6,4 Millionen Studierende auf Tertiärstufe die nationale Grenze verlassen, um zu studieren. Die meisten international mobilen Studierenden gingen in die Länder USA (15 %), Grossbritannien (10 %), Kanada (9 %) und Frankreich (6 %) (Project Atlas, 2022).

3.1.2 Statistiken über international mobile Studierende Schweiz

Auch die Schweiz ist eine Destination für international mobile Studierende. Die Anzahl internationaler und ausländischer Bildungsteilnehmenden im Tertiärbereich in der Schweiz betrug im Jahr 2020 rund 58'000. Verglichen mit den inländischen Studierenden machen die internationale mobilen beziehungsweise ausländischen Bildungsteilnehmenden 18 % aus. Der Anteil der männlichen Studierenden war im 2020 gleich hoch wie derjenige der weiblichen. Im Vergleich zu den weltweiten Zahlen ist auch in der Schweiz zu sehen, dass bei einem höheren Bildungsniveau eher nationale Grenzen überschritten werden, um zu studieren. Dementsprechend absolvierten im Jahr 2020 10 % ihr Bachelorstudiengang, 29 % ihr Masterstudiengang und 57 % ihr Promotionsbildungsgang in der Schweiz. Auch in Bezug auf die Bildungsgänge können Übereinstimmungen mit den weltweiten Zahlen festgestellt werden. Denn auch in der Schweiz macht der grösste Teil mit 40 % der MINT-Bereich aus. Im Gesundheit und Sozialwesen sind es lediglich 9 % und im pädagogischen Bereich 5 % (OECD, 2022b). Der grösste Teil der international mobilen Studierenden stammte 2012/2022 aus Europa. An den Schweizer Universitäten waren es rund 34'000 (74 %) und an den Fachhochschulen rund 10'000 (78 %). 13 % der eingeschriebenen international mobilen Studierenden an den Fachhochschulen und 15 % der Universitäten kamen aus Asien (Bundesamt für Statistik, 2022b; Bundesamt für Statistik, 2022c).

In der Destination Bern wählten im Herbstsemester 2022 675 international mobile Studierende die Universität als Studienort (Universität Bern, 2022). Die Hochschule der Künste zählte 16 international mobile Studierende, die Pädagogischen Hochschule 18 und die Berner Fachhochschule 55 (HKB International PHBern International Office, BFH International, persönliche Kommunikation, 26.01.2023).

3.2 Touristische Angebote für international mobile Studierende

Anhand einer einfachen Desk-Research durch verschiedene Plattformen wie den Websites der touristischen Destinationsorganisation, Universitäten und Hochschulen sowie des Erasmus-Student-Networks wurde herausgefunden, dass es bisher nur geringe spezifische Angebote für international mobile Studierende gibt. Beispielsweise sind auf der Website des Tourismusbüros Bern (bern.com) keine direkten Angebote für international mobile Studierende aufgeführt. Es gibt jedoch verschiedene Vergünstigungen für Studierende, sei dies für die Berner Museen, diverse Stadtführungen oder sogar ein gratis ÖV-Ticket innerhalb der Stadt. Diese Angebote sind jedoch allgemein für Studierende und letzteres für Reisende gedacht und wurden nicht spezifisch für international mobile Studierende entwickelt (Bern Welcome, o. J.). Auf der Website der Universität werden diverse Ausflugsziele und Angebote unter der Rubrik «Ausgehen – Reisen» aufgeführt. Diese Informationen sind für international mobile Studierende gedacht und verweisen jeweils direkt auf die Website von Bern Tourismus oder zu weiteren Kultur-, Sport- und Tourismuseiten (Universität Bern, o. J.). Das ESN bietet im Gegensatz zu den Universitäten und dem Tourismusbüro diverse Aktivitäten und Events spezifisch für Erasmus-Studierende an. Anhand der Website ist jedoch nicht zu erkennen welche Aktivitäten das ESN Bern genau anbietet (Erasmus Student Network Bern, o. J.). Die Events sind lediglich ersichtlich, wenn man dem Instagram-Kanal der Organisation folgt. Dem Social-Media-Kanal ist zu entnehmen, dass das *Erasmus Student Network* eine ESN-Card anbietet. Mit dieser Karte haben die Studierenden lokale, nationale und internationale Vergünstigungen und Rabatte (Bars, Veranstaltungen, Essen, Unterkunft, Ausflüge usw.) in 40 europäischen Ländern (Erasmus Student Network Switzerland, 2018). Aufgrund der geringen vorhandenen Informationen wurde anhand der qualitativen Methodik von Interviews die Analyse der vorhandenen Angebote für international mobile Studierende erweitert. Die Ergebnisse dazu werden im Unterkapitel 4.3 genauer erläutert.

4 Empirie

In diesem Kapitel wird das methodische Vorgehen der primären Datenerhebung detailliert beschrieben. Weiter werden die gewonnenen Daten analysiert und diskutiert.

4.1 Methodik

Die vorliegende Datenerhebung kombiniert qualitative und quantitative Methoden, um zwei Perspektiven – die der Anbieter- und Nachfrageseite – zu beleuchten. Die primären Daten der Anbieterseite wurden durch Experteninterviews erhoben, während die der Nachfrageseite mithilfe einer Online-Umfrage gesammelt wurden. Basierend auf der Forschungsfrage und den daraus abgeleiteten Hypothesen wurden folgende Befragungsziele für den Umfragebogen sowie den Interviewleitfaden entwickelt:

1. Erfassung von Informationen zum Reiseverhalten international mobiler Studierender
2. Erfassung von Informationen zum verfügbaren Budget international mobiler Studierender
3. Erfassung von Informationen zu bereits vorhandenen spezifischen Angeboten für international mobile Studierende
4. Erhebung allgemeiner touristischer Angebotspräferenzen von international mobilen Studierenden
5. Erfassung allgemeiner Informationen zum Studiengang und zur Aufenthaltsdauer international mobiler Studierender

4.1.1 Umfrage

Basierend auf der Literaturrecherche sowie den Befragungszielen wurde zuerst ein Messmodell mit den wichtigsten Hauptthemen sowie den Unterthemen erstellt. Anschliessend wurden anhand des Modells in Tabelle 1 detaillierte Fragen generiert und das Raster der Umfrage erarbeitet (siehe Anhang III: Umfrageraster).

Tabelle 1: Messmodell

Teil	Dimension	Kriterien / Items
A	<i>Allgemein Touristische Attraktionen und Destinationen</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Attraktionen während Aufenthalt besucht - Zukünftige Attraktionen - Informationsquelle - Wahrscheinlichkeit von Besuch - Hindernisse - Wahrscheinlichkeit des Zurückkehrens
B	<i>Vorhandene Angebote</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Spezifische touristische Angebote - Spezifische Programme / Organisationen
	<i>Wünsche / Verbesserungsvorschläge</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Verbesserung touristischer Angebote - Wunsch nach Angeboten
C	<i>Budget</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Verwendbares Budget - Durchschnittliche Ausgaben innerhalb der Tourismusregion Bern
D	<i>Allgemeines zum Studiengang / Austausch</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Niveau Studium - Bildungsprogramm (Hauptfach) - Universität / Fachhochschule - Dauer des Austausches / Studiums - Austauschprogramm - Warum Standort Bern
E	<i>Soziodemografische Daten</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Geschlecht - Alter (Gruppen) - Herkunftsstaat
F	<i>Wettbewerb</i>	<ul style="list-style-type: none"> - Teilnahme Wettbewerb - E-Mail-Adresse

Quelle: Eigene Darstellung

Die Erhebung der Daten wurden über das Online-Portal «Sphynx» erstellt und in der Form eines Online-Fragebogens verstreut. Die Verteilung des Fragebogens wurde in zwei Phasen durchgeführt. In der ersten Phase wurde nach Erstellung der Umfrage ein Pre-Test mit fünf jungen Menschen durchgeführt. Im nächsten Schritt wurde der Online-Fragebogen optimiert und in Zusammenarbeit mit der Universität Bern, der Hochschule der Künste, der Berner Fachhochschule, der Pädagogischen Hochschule sowie dem *Erasmus Student Network* Bern per E-Mail versendet. Die Umfrage richtete sich an international mobile Studierende, welche an einer Universität oder Hochschule in Bern einen Austausch oder Abschluss absolvieren. Da sich die direkte Kontaktaufnahme zu den Studierenden als schwierig erwies, wurden die Universitäten und Hochschulen in Bern zur Unterstützung bei der Verteilung des Fragebogens gebeten.

Um eine möglichst hohe Zahl der Teilnehmenden zu erreichen, sponserte das Studentenwohnheim studentlodge.ch einen Wettbewerb mit einem Hauptpreis im Wert von 150 CHF. Der Hauptpreis war eine BERNcity Geschenkkarte, die in Kinos, Restaurants und

Spezialgeschäften verwendet werden kann. Nach einem einmonatigen Umfragezeitraum wurden in der zweiten Phase A4-Plakate an den vier Standorten der studentlodge.ch angebracht, um erneut auf die Umfrage aufmerksam zu machen. In diesen vier Standorten wohnen rund 700 Studierende. Darüber hinaus wurden Reminder-E-Mails von den im vorherigen Abschnitt genannten Hochschulen versandt. Ein Total von 385 international mobilen Studierenden inkl. Bundesstipendianten erhielten den Link zum Fragebogen per E-Mail oder Telegram-Nachricht. 22 % der Teilnehmenden öffneten die Umfrage mithilfe des auf dem Plakat abgebildeten QR-Code.

4.1.2 Interview

Die Datenerhebung auf der Anbieterseite umfasste drei halbstrukturierte Interviews, die online über Microsoft Teams oder Zoom durchgeführt wurden. Die Befragung konzentrierte sich auf sieben Hauptthemen: Bildungstourismus, die Definition von international mobilen Studierenden sowie deren Auswahl der Studiendestination, vorhandene Angebote, Budget, touristisches Potenzial, Zusammenarbeit und zukünftige Ideen. Die Auswahl der Interviewpartner erfolgte anhand einer Desk-Research. Die Organisationen oder Personen, die während dieser Recherche als interessant eingestuft wurden, erhielten eine direkte E-Mail-Anfrage für einen Interviewtermin. Der Schwerpunkt wurde bewusst auf Interviewpartner aus Bern gelegt, da sie aufgrund der Thematik und der Einschränkung der Forschungsfrage auf die Tourismusregion Bern die besten Informationen liefern konnten. Die Interviews wurden nach Einwilligung aufgenommen und anschliessend transkribiert. Weiter wurde ein Analyseraster erstellt, damit die Inhalte der Interviews den festgelegten Kategorien zugeordnet werden konnten. Die Kategorien wurden anhand der Hauptthemen des Leitfadens generiert, wobei es sich um eine induktive Kategorienbildung handelt. Die Ergebnisse wurden schlussendlich in einer Tabelle (vgl. Tabelle 11, S. 40) dargestellt. Die Textpassagen aus den Interviews wurden den Kategorien zugeordnet und zur Möglichkeit des Vergleichs durch Farbkodierung pro Zeile markiert. Mithilfe der Farbkodierung ist auf einen Blick ersichtlich, welche Aussagen miteinander in Zusammenhang gebracht werden können. Zudem wurden die Ergebnisse auf horizontaler Ebene sowie auf vertikaler miteinander verglichen und zusammengefasst.

Die Experten

Die interviewten Personen werden verständlichkeitshalber im folgenden Abschnitt etwas genauer beschrieben.

Thomas Tschuor ist der Leiter des Freizeittourismus bei *Bern Welcome*. Seine Aufgaben umfassen die Gestaltung von Freizeitangeboten, die Kommunikation, die digitale Verbreitung von Angeboten, die Marktanalyse und die Gästebetreuung mit den City-Touren und der Touristeninformation in Bern. *Bern Welcome* ist die Destinationsmanagement-Organisation für die Region Bern, zu der das Oberargau, Emmental, Laupen, Gantersch und die Stadt Bern gehören. Obwohl sie eine relativ junge Tourismusorganisation sind, haben sie seit ihrer Gründung im Jahr 2017 eine neue Strategie umgesetzt. Die Schwerpunkte liegen dabei auf der Angebotsgestaltung und -leistung, um den Gästen Freude zu bereiten und einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen, damit sie gerne und oft nach Bern zurückkehren. Gleichzeitig zielt *Bern Welcome* darauf ab, die Wertschöpfung der Destination zu erhöhen. Ein wichtiges Instrument zur Gestaltung von Angeboten ist die Vernetzung. Als Vernetzungsakteur bringt *Bern Welcome* viele Akteure der Destination zusammen, um gute Angebote zu schaffen.

Maria Tournast ist seit 2022 Mitglied des *Erasmus Student Network* Bern und bekleidet seit einem halben Jahr die Position der stellvertretenden Präsidentin der Sektion Bern von ESN. ESN Bern ist eine von vierzehn lokalen Sektionen in der Schweiz und hat die Verantwortung für die Organisation des Aufenthalts von Erasmus-Austauschstudierenden. Dies wird durch verschiedene Veranstaltungen wie Trekking-Trips, Picknicks, Museumsbesuche, Skiwochenenden und Zusammenkünfte am Abend erreicht. Das Hauptziel von ESN Bern besteht darin, den Aufenthalt der Erasmus-Studierenden so angenehm wie möglich zu gestalten. Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass ihre Veranstaltungen nicht ausschliesslich für Erasmus-Studierende gedacht sind, sondern auch für andere international mobile Studierende zugänglich sind.

Dr. Lenka Fehrenbach ist bei UniBe International, in der Vergangenheit unter dem Namen International Office der Universität Bern bekannt, tätig. Ihre Verantwortlichkeiten umfassen hauptsächlich die Organisation von *Summer Schools*. Hierbei handelt es sich um Kurse mit einer Dauer von einer oder zwei Wochen, welche sowohl für Studierende der Universität Bern als auch für international mobile Studierende aus aller Welt angeboten werden. Des Weiteren

ist Lenka Fehrenbach zuständig für den Austausch mit China, Russland und Taiwan. Demzufolge fällt auch die Betreuung von Austauschstudierenden in ihren Aufgabenbereich. Die Hauptaufgabe von UniBE International besteht in der Betreuung des Studentenaustauschs, welcher eine bedeutende Rolle einnimmt. Zusätzlich umfasst das Aufgabenfeld die Förderung der internationalen Zusammenarbeit, die Empfangnahme von Delegationen sowie die Unterstützung der Internationalisierungsstrategie der Universität mittels verschiedener Projekte. Ferner agiert UniBE International als Ansprechpartner bei Fragen aus der Fakultät im Zusammenhang mit Mobilität.

4.2 Analyse der Umfrage

Die Befragung umfasst insgesamt 147 Teilnehmende, wobei eine Person den Fragebogen unvollständig ausgefüllt hat. Die Rücklaufquote beläuft sich auf 38 %. Die Gesamtstichprobe beläuft sich auf 147 Teilnehmende mit einer globalen Ausfüllquote von 93,7 %. Aufgrund der hohen Ausfüllquote wurden für die Analyse die Daten nicht bereinigt.

Soziodemografische Daten

Die Auswertungen und Analysen wurden folglich auf Grundlage der Daten von 147 Teilnehmenden durchgeführt. Unter diesen Teilnehmenden waren 93 Frauen, 46 Männer, eine nicht-binäre Person und vier queere Personen. Die Altersverteilung zeigt, dass 39 % (n=56) der Befragten zwischen 18 und 22 Jahre alt, 40 % (n=58) zwischen 23 und 27 Jahren, 15 % (n=22) zwischen 28 und 32 Jahren und 6 % (n=9) älter als 33 Jahre sind. Die Umfrage-Teilnehmenden stammen aus 52 verschiedenen Ländern. Die Mehrheit der Befragten kommt aus Deutschland (n=19), gefolgt von Spanien (n=14) und der Ukraine (n=10).

Allgemeines zum Studiengang / Austausch

Bei den akademischen Studiengängen der Teilnehmenden zeigt sich, dass 48 % (n=71) einen Bachelor-Abschluss anstreben, 36 % (n=52) einen Master-Abschluss, 13 % (n=19) einen Doktorgrad, zwei Personen in einem Postdoktorandenprogramm eingeschrieben sind und eine Person ihr Praktikum in Bern absolviert. Zu den am häufigsten genannten Studienschwerpunkten zählen Musik (n=19), Business-Administration (n=17), Rechtswissenschaften (n=9) sowie Kunst (n=9).

Die vorliegende Analyse zeigt, dass die Dauer des Aufenthalts der befragten Personen in Bern zwischen drei Jahren (n=16) und drei Monaten (n=3) variiert. Die meisten Teilnehmenden verbringen fünf Monate in Bern (n=20), gefolgt von sechs (n=19) und vier Monaten (n=18). Die Teilnehmenden verteilen sich auf verschiedene Hochschulen, wobei 51 % an der Universität Bern (n=74), 28 % an der Hochschule der Künste Bern HKB (n=40), 13 % an der Berner Fachhochschule (n=19), 5 % an der Pädagogischen Hochschule (n=7) und 3 % an anderen Hochschulen (n=5) studieren. Hinsichtlich des Austauschprogramms, das die Studierenden benutzten, um nach Bern zu kommen, gaben 41 % an, dass sie ein anderes Programm (n=54) genutzt haben, 37 % SEMP (n=48), 13 % Erasmus (n=17) und 9 % Erasmus+ (n=12). Unter den 54 registrierten Antworten unter der Option «anderes» befanden sich 14 Personen, die ohne Programm nach Bern kamen. Darüber hinaus erhielten 11 Personen ein Bundes-Exzellenz-Stipendium und drei Personen nutzten das ISEP.

Weiter untersucht die vorliegende Arbeit die Gründe, warum Studierende den Studienort Bern gewählt haben. Eine Mehrheit von 31 Teilnehmenden gab an, dass sie sich aufgrund der landschaftlichen Schönheit und Natur, der Berge, der Altstadt, der Kultur und der Sprache für Bern entschieden haben. 23 Personen gaben den guten Ruf der Universität oder Hochschule sowie das interessante Studienprogramm als Grund an. Unter ihnen befanden sich 11 Personen, die zusätzlich auch die Schönheit der Schweizer Natur sowie der Stadt Bern als Faktor für ihre Standortwahl nannten. Weitere 18 Personen wählten Bern als Studienort aufgrund der Qualität der Lehrenden aus. Lediglich vier Teilnehmende begründeten ihre Wahl von Bern als Studienort damit, dass Bern eine Partnerschaft mit ihrer Heimuniversität hat.

Allgemein Touristische Attraktionen und Destinationen

Bei der Befragung international mobiler Studierender bezüglich besuchter touristischer Attraktionen in der Schweiz ergab sich, dass 92 % der Befragten die Berner Altstadt (n=134) bereits erkundet haben. Darüber hinaus haben 73 % Zürich (n=106), 53 % Basel (n=78) sowie Luzern (n=77) besucht. Die touristisch geprägten Städte wie Genf (n=67), Interlaken (n=67) und Thun (n=8) zählen ebenfalls zu den bevorzugten Ausflugszielen. Das Berner Oberland mit Grindelwald (n=51), Jungfraujoche (n=32), Oeschinensee (n=4), Lauterbrunnen (n=3) und Stockhorn (n=2) kann auch als populäres Reiseziel betrachtet werden. Nur 2 % der Befragten (n=3) gaben an, keine touristischen Attraktionen in der Schweiz besucht zu haben. Als Gründe

wurden hauptsächlich die Kosten (n=3) genannt, gefolgt von fehlender Begleitung (n=2) sowie mangelndem Wissen darüber, wohin man gehen soll (n=2). Eine der befragten Personen gab zudem an, sich Sorgen über das Reisen in einem fremden Land zu machen, während eine andere Person angab, keine Zeit für einen solchen Ausflug zu haben.

Selbst wenn die befragten Personen hauptsächlich für akademische Zwecke nach Bern gereist sind, zeigt die vorliegende Umfrage, dass die touristischen Attraktionen der Schweiz ein bedeutendes Interesse bei den Studierenden wecken. Die Ergebnisse zeigen, dass 52 % der Befragten (n=74) daran interessiert sind, während ihres Aufenthalts Grindelwald sowie das Matterhorn zu besuchen, gefolgt von den Rhein-Fällen (n=73). Von den erfragten Städten stossen Lugano (n=68), Interlaken (n=58), Genf (n=57), Lausanne (n=53), Montreux (n=55), Basel (n=46), Luzern (n=44) und Zürich (n=38) auf Interesse, wobei einige dieser Städte bereits von den Befragten besucht wurden. Neben den touristischen Städten zeigen die Ergebnisse auch ein grosses Interesse an der Erkundung der Natur der Schweiz. 43 % der Befragten (n=61) möchten während ihres Aufenthalts das Jungfrauoch besuchen, gefolgt vom Château de Chillon mit 35 % (n=50) und dem Creux du Van mit 34 % (n=48). Die Altstadt von Bern hingegen scheint weniger Interesse zu wecken, möglicherweise weil sie bereits von 92 % der Befragten besucht wurde. Insgesamt zeigt die Umfrage, dass nur 2 % der befragten Personen kein Interesse an touristischen Attraktionen während ihres Aufenthalts haben.

Weiter wurden die Informationsquellen ermittelt, die von den international mobilen Studierenden genutzt werden, um ihre touristischen Aktivitäten zu planen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Befragten, nämlich 74 % (n=106), soziale Medien als Informationsquelle nutzt. Ebenfalls häufig genutzt werden die Websites der Tourismusbüros, welche von 52 % der Studierenden (n=74) genannt wurden. 32 % der Befragten (n=46) nutzen ihr Austauschprogramm oder Netzwerk, um an benötigte Informationen zu gelangen. 20% der Befragten benutzen andere Informationsquellen wie Freunde (n=11), Google (n=6) sowie allgemeine Websites wie Tripadvisor, Blogs oder Lonely Planet (n=6). Die Informationsbüros der Schulen werden lediglich von 10 % der Studierenden (n=14) als Quelle genannt.

Die Meisten der befragten Studierenden schätzen, dass die Wahrscheinlichkeit eines Besuchs von Freunden und Verwandten während ihres Aufenthalts mittelmässig (n=41) oder sehr hoch ist (n=41). Ein Teil von 18 % schätzt die Wahrscheinlichkeit als hoch ein (n=26),

während 16 % davon ausgehen, dass die Chance eher gering ist (n=23). Darüber hinaus gehen 10 % davon aus, dass sie während ihres Aufenthalts keinen Besuch erhalten werden (n=14). Im Hinblick auf die Wahrscheinlichkeit einer Rückkehr nach Bern zu Urlaubszwecken zeigen sich die Ergebnisse positiver. Mehr als ein Drittel (36 %) der Befragten schätzt die Chance, wieder nach Bern zurückzukehren, als sehr hoch ein (n=52). Weitere 28 % sehen die Wahrscheinlichkeit als hoch an (n=41), während 19 % eine mittelmässige (n=27) und 13 % eine eher geringe Chance sehen (n=19). Lediglich 4 % der Befragten geben an, dass sie nicht wieder nach Bern zurückkehren werden (n=6).

Als Hindernisse, die international mobile Studierende von touristischen Aktivitäten abhalten, wurden von 89 % die Kosten angegeben (n=127). Weiter wurden die Faktoren keine Zeit (n=58), keine Begleitung (n=22), zu weit weg (n=19) und Sprachbarrieren (n=17) genannt.

Vorhandenen Angebote, Wünsche und Verbesserungsvorschläge

Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde auch analysiert, ob es bereits touristische Angebote spezifisch für international mobile Studierende gibt. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass die Hälfte der Befragten (51 %) nicht weiss, ob es spezifische Angebote für sie gibt (n=74). Jeweils rund ein Viertel der Teilnehmenden gibt an, dass es solche Angebote gibt (n=36), beziehungsweise nicht gibt (n=34). Unter den vorhandenen Angeboten wird das ESN Bern von 18 Befragten erwähnt, welches Rabatte, Städtetrips und Ausflüge anbietet, sowie die dazugehörige ESNCard. Drei weitere Personen erwähnen das ESKAS oder einen Ausflug mit der Universität. 86 % der Befragten haben bereits ein solches Angebot genutzt (n=31). Die Gründe, warum kein solches Angebot genutzt wurde, spiegeln sich in der vorherigen Analyse der Hindernisse wider. Die international mobilen Studierenden, die bereits ein Angebot genutzt haben, sind mehrheitlich mit dem Angebot zufrieden. 74 % der Befragten möchten das spezifische Angebot für international mobile Studierende nicht ändern (n=23). Allerdings gaben acht Personen an, dass die Angebote durch weitere Rabatte für den Transport erweitert werden könnten. Darüber hinaus wird auch der Wunsch geäussert, dass die Angebote auch für Studierende über 25 Jahren gelten sollten (n=1).

Ein Grossteil der befragten Studierenden (59 %, n=85) gibt an, nicht zu wissen, ob es bereits spezifische Programme oder Organisationen gibt, die touristische Aktivitäten für international mobile Studierende anbieten. Eine Minderheit (29 %, n=49) gibt hingegen an, solche

Organisationen zu kennen. Unter den genannten Organisationen wird das ESN Bern am häufigsten genannt (n=36). Eine kleine Gruppe (12 %, n=18) vertritt die Meinung, dass es keine spezifischen Programme oder Organisationen gibt.

Die Umfrage beinhaltet auch Fragen zu den Wünschen der international mobilen Studierenden in Bezug auf touristische Angebote. Mehr als die Hälfte der Befragten (55 %, n=80) gibt an, keine speziellen Angebote zu wünschen. Die restlichen 45 % (n=65) äussern den Wunsch nach verschiedenen Vergünstigungen und speziellen Tickets für den Transport (n=31), günstigen Ausflügen in die Berge zum Skifahren, Wandern oder zu den bekanntesten touristischen Destinationen der Schweiz (n=10). Ein kleiner Teil der Befragten (n=6) wünscht sich mehr kulturelle Angebote wie Vergünstigungen für Museen, Konzerte und Theater. Allgemeine Rabatte in verschiedenen Bereichen werden auch oft genannt (n=18).

4.2.1 Wertschöpfungsstudie

Um herauszufinden, ob international mobile Studierende ein touristisches Potenzial aufweisen, wurden sie zu ihrem monatlich vorhandenen Budget sowie ihren Ausgaben befragt. Im folgenden Abschnitt werden zuerst die Ergebnisse der Umfrage aufgelistet und in einem zweiten Schritt die daraus resultierende Wertschöpfung anhand von zwei Varianten berechnet. In Analogie zu diversen Wertschöpfungsstudien wie diejenigen von Schnyder et al. (2011), Rütter et al. (2001), Berwert et al. (2002) und Perruchoud-Massy, Mabillard et al. (2016) wurde die Vorgehensweise der Berechnung zur Bruttowertschöpfung (direkte Wertschöpfung), gesamten Wertschöpfung sowie zu den Beschäftigungseffekten analysiert und für die vorliegende Studie adaptiert respektive übernommen. Aufgrund des begrenzten Zeitrahmens und der auf Schätzungen beruhenden Daten ist diese Wertschöpfungsstudie als eine grobe Analyse zu verstehen. Sie liefert erste Erkenntnisse und kann als Ausgangspunkt für eine detailliertere und umfassendere Analyse dienen.

Die Mehrheit der befragten Personen haben ein monatliches Budget zwischen 801 – 1'000 CHF (n=38), dicht gefolgt von einem zwischen 1'001 – 1'400 CHF (n=34). 18 % geben an, dass sie monatlich weniger als 800 CHF zur Verfügung haben (n=26). Weitere 12 % haben ein Budget zwischen 1'401 und 1'700 CHF (n=17) und 11 % eines zwischen 1'701 und 2'000 CHF (n=16). Nur wenige verfügen über ein höheres Budget (n=13). Im Durchschnitt geben die befragten Personen 218 CHF für touristische Aktivitäten in Bern aus. Durchschnittlich fliesst

davon das Meiste in die Gastronomie (101 CHF), gefolgt von Freizeitaktivitäten wie Kino, Sport, Theater (73 CHF) und Beherbergung bei Ausflügen (44 CHF). Zu beachten ist jedoch, dass einen eher grösseren Betrag von durchschnittlich 83 CHF monatlich für touristische Aktivitäten ausserhalb der Tourismusregion Bern ausgegeben wird. Das meiste Geld geben die international mobilen Studierenden für ihre Unterkunft aus (658 CHF), gefolgt von regulären Ausgaben wie Telefon-, Gesundheits-, Lebensmittel- und Studienkosten (302 CHF).

Laut Kronthaler (2008) wird die Bruttowertschöpfung als geeignete Grösse verwendet, um die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus zu bestimmen. Diese Grösse ergibt sich aus dem erzielten Umsatz abzüglich der von Dritten bezogenen Güter und Dienstleistungen, den sogenannten Vorleistungen. Die Bruttowertschöpfung stellt somit ein Mass für die wirtschaftliche Leistung dar und wurde als zentraler Indikator für diese Studie verwendet (Sturm & Eisenhut, 2020).

Um die touristische Wertschöpfung auf Basis der ermittelten Umsätze zu erhalten, wurde ein Pauschalbezug für die Vorleistungen herangezogen. Laut Rütter et al. (2001, S. 102) variiert die Zusammensetzung der Vorleistungen je nach Wirtschaftszweig erheblich. Insbesondere im Beherbergungs- und Gaststättengewerbe machen Käufe beim Grosshandel und der Nahrungsmittel- und Getränkeindustrie einen bedeutenden Anteil der Vorleistungen aus. Zu den Vorleistungen zählen auch Importe, die in einer kleineren Region, wie von Berwert et al. (2002) beschrieben, tendenziell höher ausfallen. In der vorliegenden Arbeit wurde eine Importquote von 50 % für die Vorleistungen herangezogen, analog der Studie von Schnyder et al. (2011), während eine Studie von Ecoplan (2004) für den Kanton Bern eine Importquote von 40 % ermittelte.

4.2.1.1 Variante 1: Ausgabe für touristische Aktivitäten

Um die touristische Wertschöpfung durch international mobile Studierende zu berechnen, wird in der ersten Variante gemäss der Gesamtstichprobe das durchschnittliche monatliche Budget für touristische Aktivitäten von 218 CHF auf die Ausgaben pro Tag umgerechnet. Die Tagesausgaben umfassen somit die 218 CHF, geteilt durch 30 Tage. Die touristischen Aktivitäten beziehen sich in dieser Variante der Berechnung auf Ausgaben in den Bereichen Gastronomie, Freizeitaktivitäten und Beherbergung. Anschliessend werden die Tagesausgaben mit der Anzahl der international mobilen Studierenden multipliziert, um die

touristische Nachfrage zu ermitteln (vgl. Tabelle 2). Die Anzahl der international mobilen Studierenden des Kanton Berns im Herbstsemester 2022 belief sich auf 764 Studierende (vgl. Kapitel 3.1.2).

Tabelle 2: Bruttowertschöpfung international mobiler Studierender pro Tag

Durchschnittliche monatliche Ausgaben für touristische Aktivitäten in der Region Bern	218 CHF	218 / 30 = 7,2666
Umrechnung in Tage	30	
Durchschnittliche Tagesausgaben	7,26 CHF	7,26 X 764 = 5'551,7333
Anzahl Studierende	764	
Total Nachfrage pro Tag	5'552 CHF*	5'551,7333 / 100 X 50 = 2'775,8666
Abzüglich Vorleistungen (50 %)	2'776 CHF*	
Total an Bruttowertschöpfung (direkt) pro Tag	2'776 CHF*	

Quelle: Eigene Darstellung, *gerundete Zahlen zum Berechnen verwendet

Da die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der international mobilen Studierenden sich gemäss der Gesamtstichprobe auf ein Semester von fünf Monaten beruht, wird die Bruttowertschöpfung pro Tag in der Tabelle 3 auf fünf Monate hochgerechnet:

Tabelle 3: Bruttowertschöpfung international mobiler Studierender pro Semester (5 Monate)

Total an Bruttowertschöpfung (direkt) pro Tag	2'776 CHF*	2'776 X 30 = 83'280
Umrechnung in Monate	83'280 CHF	
Umrechnung in Semester (5 Monate)	416'400 CHF	83'280 X 5 = 416'400
Total an Bruttowertschöpfung (direkt)	416'400 CHF	

Quelle: Eigene Darstellung, *gerundete Zahlen zum Berechnen verwendet

Die Bruttowertschöpfung wird mit einem Regionalmultiplikator multipliziert, um die gesamte regionale Wirkung oder Wertschöpfung zu berechnen. Neben den direkten Ausgaben, die durch die international mobilen Studierenden für touristische Aktivitäten in der Region Bern getätigt werden, entstehen indirekte wirtschaftliche Effekte in der Region. Diese können mithilfe von Multiplikatoren berechnet werden, die je nach Region variieren. Die Berechnung der Multiplikatoreffekte zeigt die induzierten Effekte auf anderen wirtschaftlichen Stufen an, die auf Vorleistungskäufen und Umsätzen basieren (Scherer et al., 2002).

Frey & Häusel (1983) haben versucht, für verschiedene Regionstypen in der Schweiz Multiplikatoren zu entwickeln. Sie gehen in der Studie davon aus, dass das Ausmass, in dem durch zusätzliche Kaufkraft in einer Region zusätzliche Umsätze ausgelöst werden, auf die

Importquote der jeweiligen Region zurückzuführen ist. Diese Annahme basiert auf der Überlegung, dass in Regionen mit höherem Wirtschaftspotenzial einheimische Güter mit der zusätzlichen Kaufkraft nachgefragt werden und demnach die Importquote geringer ist (Strauf & Behrendt, 2006). Für die Schweiz ergaben sich aus dieser Annahme die in der Tabelle 4 aufgeführten Multiplikatoren für verschiedene Regionstypen.

Tabelle 4: Regionalmultiplikatoren für die Schweiz

Raumtyp	Regionalmultiplikator
Grossstädtische Agglomerationen	1.47
Grossstadtzentren	1.45
Zentrenumland	1.38
Mittelstädtische Agglomerationen	1.43
Kleinstädtische Agglomerationen	1.45
Industrielle Peripherie	1.30

Quelle: Frey & Häusel (1983)

Um den Gesamteinkommenseffekt für die Tourismusregion Bern zu berechnen, ist es erforderlich, die Bruttowertschöpfung mit dem zuvor ermittelten Regionalmultiplikator zu multiplizieren. Da die Tourismusregion Bern sowohl die Stadt Bern als auch den gesamten Kanton Bern umfasst, liegt der Multiplikator zwischen den Regionstypen «Grossstädtische Agglomerationen» und «Zentrenumland». In dieser Studie wird der Multiplikator von 1.47 verwendet, der auch in der Studie von Ecoplan (2004) für den Kanton Bern zum Einsatz kam.

Tabelle 5: Regionaler Gesamteffekt (direkt, indirekt und induzierte Wertschöpfung) pro Semester (5 Monate)

Bruttowertschöpfung	Regionalmultiplikator	Regionaler Gesamteffekt
416'400 CHF	1.47	612'108 CHF

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 5 zeigt den gesamten regionalwirtschaftlichen Effekt, der durch die monatlichen touristischen Ausgaben der internationalen mobilen Studierenden in der Tourismusregion Bern erzeugt wird. Darüber hinaus kann ein interessanter Effekt angenähert werden, nämlich die geschaffenen Arbeitsplätze aufgrund der touristischen Ausgaben der internationalen mobilen Studierenden, d.h. die induzierte Beschäftigung. Dies kann annähernd berechnet werden, indem die induzierte Wertschöpfung durch die durchschnittliche Produktivität eines Arbeitsplatzes dividiert wird (Ecoplan, 2004, S. 78). Die Daten der durchschnittlichen Produktivität eines Arbeitsplatzes belaufen sich auf das Jahr 2019, weil in den Folgejahren die

Corona-Pandemie einen erheblichen Einfluss auf die Wirtschaft hatte. Um die Inflation und Deflation der Jahre 2020 bis 2022 zu berücksichtigen, wird die Wertschöpfung pro Beschäftigte mithilfe des LIK-Rechners des Jahres 2019 auf das Jahr 2022 umgerechnet. Für die Berechnung wird der Gesamtindex verwendet (Bundesamt für Statistik, o. J.).

Tabelle 6 zeigt die jeweilige Höhe des (vorhin berechneten) regionalen Einkommenseffekts und der Wertschöpfung pro Beschäftigten sowie die hieraus resultierende induzierte Beschäftigung (Anzahl Arbeitsstellen).

Tabelle 6: induzierte Beschäftigung (Anzahl Arbeitsstellen)

Regionaler Gesamteffekt	Wertschöpfung pro Beschäftigte	Induzierte Beschäftigung
612'108 CHF pro 5 Monate	209'409 CHF pro 5 Monate	3
1'469'059.20 CHF pro Jahr	502'582 CHF pro Jahr*	3

Quelle: Eigene Darstellung, *STAT-TAB – interaktive Tabellen (BFS) (2019) aufs Jahr 2022 mit LIK-Teuerungsrechner berechnet

4.2.1.2 Variante 2: Touristische Gesamtausgaben

Um die touristische Wertschöpfung durch international mobile Studierende zu berechnen, wird in der zweiten Variante gemäss der Gesamtstichprobe die durchschnittlichen monatlichen Gesamtausgaben in der Region Bern von 1'178 CHF auf die Ausgaben pro Tag umgerechnet. Die Gesamtausgaben beziehen sich in dieser Variante der Berechnung auf Ausgaben in der Variante 1 erwähnten touristischen Bereichen zuzüglich der Ausgaben für die Unterkunft sowie für regulären Kosten (vgl. Kapitel 4.2.1, Abschnitt 2). Da laut Kelly et al. (2015) international mobile Studierende als Touristen zählen, können alle getätigten Ausgaben in der Destination als touristische Erträge gezählt werden. Anschliessend wurden wiederum die Tagesausgaben mit der Anzahl der international mobilen Studierenden multipliziert, um die touristische Nachfrage zu ermitteln (vgl. Tabelle 7).

Tabelle 7: Bruttowertschöpfung Gesamtausgaben pro Tag

Durchschnittliche monatliche Ausgaben in der Region Bern	1'178 CHF	1'178 / 30 = 39,2666
Umrechnung in Tage	30	
Durchschnittliche Tagesausgaben	39,26 CHF	39,26 X 764 = 29'999,7333
Anzahl Studierende	764	
Total Nachfrage pro Tag	30'000 CHF*	29'999,7333 / 100 X 50 = 14'999,8666
Abzüglich Vorleistungen (50 %)	15'000 CHF*	
Total an Bruttowertschöpfung (direkt) pro Tag	15'000 CHF*	

Quelle: Eigene Darstellung, *gerundete Zahlen zum Berechnen verwendet

Auch in dieser Variante zwei wird in Tabelle 8 die Bruttowertschöpfung pro Tag auf ein Semester von fünf Monaten hochgerechnet:

Tabelle 8: Bruttowertschöpfung Gesamtausgaben pro Semester (5 Monate)

Total an Bruttowertschöpfung (direkt) pro Tag	15'000 CHF*	15'000 X 30 =
Umrechnung in Monate	450'000 CHF	450'000
Umrechnung in Semester (5 Monate)	2'250'000 CHF	450'000 X 5 =
Total an Bruttowertschöpfung (direkt)	2'250'000 CHF	2'250'000

Quelle: Eigene Darstellung, *gerundete Zahlen zum Berechnen verwendet

In Variante zwei der Berechnung wird analog der ersten der Multiplikator von 1.47 verwendet:

Tabelle 9: Regionaler Gesamteffekt (direkt, indirekt und induzierte Wertschöpfung) pro Semester (5 Monate)

Bruttowertschöpfung	Regionalmultiplikator	Regionaler Gesamteffekt
2'250'000 CHF	1.47	3'307'500 CHF

Quelle: Eigene Darstellung

Tabelle 9 zeigt den gesamten regionalwirtschaftlichen Effekt, der durch die monatlichen Ausgaben der internationalen mobilen Studierenden in der Tourismusregion Bern erzeugt wird. Auch in dieser Variante ist es interessant zu berechnen, wie viele Arbeitsplätze durch die Ausgaben während eines Semesters von fünf Monaten der international mobilen Studierenden generiert werden. In der Tabelle 10 sind analog zur ersten Variante der zuvor berechnete regionale Einkommenseffekt und die Wertschöpfung pro Beschäftigte dargestellt. Weiter werden die daraus resultierenden induzierten Arbeitsplätze dargelegt, welche durch die Gesamtausgaben von international mobilen Studierenden generiert werden.

Tabelle 10: induzierte Beschäftigung (Anzahl Arbeitsstellen)

Regionaler Gesamteffekt	Wertschöpfung pro Beschäftigte	Induzierte Beschäftigung
3'307'500 CHF pro 5 Monate	209'409 CHF pro 5 Monate	16
7'938'000 CHF pro Jahr	502'582 CHF pro Jahr*	16

Quelle: Eigene Darstellung, *STAT-TAB – interaktive Tabellen (BFS) (2019) aufs Jahr 2022 mit LIK-Teuerungsrechner berechnet (Bundesamt für Statistik, o. J.)

Die Ergebnisse dieses Unterkapitels werden im Kapitel 4.4 der Literatur gegenübergestellt und diskutiert.

4.3 Analyse der Interviews

Die drei Interviews lieferten zusätzliche Informationen, insbesondere darüber, ob internationale Studierende ein touristisches Potenzial darstellen, sowie über bereits vorhandene spezifische Angebote. Die Ergebnisse der Analyse werden in der Tabelle 11 kategorisiert und in einer Zusammenfassung präsentiert. Die einzelnen Leitfäden können unter «Anhang V: Leitfaden Interviews» eingesehen werden.

Tabelle 11: Kategorisierung und Zusammenfassung der Interviews

Kategorien	Thomas Tschuur Head of Leisure Tourism & Bern Tourism Network Bern Welcome	Marie Tournast Vice-President ESN Bern	Dr. Lenka Fehrenbach University of Bern UniBE International	Horizontale Zusammenfassung
Bildungstourismus	Name bekannt, rund um Bildung viele Reisende gibt, oft wiederkommen, keine Zielgruppe wo speziell beschrieben wird in Marketingkonzept, Bildungstourismus dank guten Fachhochschulen und Hochschulen , Beitrag leisten zur guten Standortförderung/-entwicklung, keinen Einfluss auf die Qualität von Bildungsinstitutionen , wichtige Zusammenarbeit mit Uni für Seminare und Kongresse	Event oder Reise , der/die Teilnehmenden Wissenswertes mitgibt, z.B.: City Trips mit Stadtführung, Fabriken, Museen, ESN fördert Bildungstourismus	Wenn jemand an eine andere Uni geht, um einen Kurs zu belegen, ETC oder einen Abschluss zu erwerben	Der Zusammenhang zwischen dem Reisen und der Bildung, sei dies an Schulen oder durch touristische Aktivitäten wie Stadtführungen usw., ist bekannt. Die Qualität der Universitäten, Kurse oder Hochschulen kann einen Einfluss auf den Bildungstourismus haben.
International mobile Studierende		benutzen mehrere Begriffe , international mobile Studierende weniger, Incomings & Outgoings, international Student , Erasmi	Austauschstudierende von einer anderen Uni für ein oder zwei Semester, internationale Studierende für einen Abschluss	Verschiedene Begriffe werden verwendet

Destination Bern	keine internationale Bekanntheit, Auswahl aufgrund von Studiengebieten	Für viele nicht erste Wahl, abhängig vom Studiengang (Universität), Hauptstadt / politisches Zentrum interessant	Bern nicht die erste Wahl, Politischer Hintergrund oder Rechtswesen, durch Filme und der schönen Natur, gute Universität	Bern ist mehrheitlich nicht die erste Wahl bezüglich des Studienorts. Zudem ist die Wahl des Ortes abhängig von den Unis/Hochschulen.
Vorhandene Angebote	keine Produkte , Bergbahnen usw. entscheiden selbst, ob sie Rabatte gewährleisten, Tarife für Studierende , Aktion auf Badeartikel, können nicht für Studierende Angebote machen, da keine Kanäle zu ihnen	Events, Ski-Wochenende, Hiking-Wochenende, Städtetrips , Fabriken, Museen, Schlittschuhlaufen, Weihnachtsmarkt, günstigere Ticketpreise, ESNCard & Vergünstigungen, Zugticket für Gruppen, Escape-Rooms	Nichts spezielles, gleiches wie normale Studierenden, Ausflug in der Einführungswoche	Nichts Spezifisches für international mobile Studierende ausser das ESN, welches diverse Aktivitäten, wie beispielsweise Städtetrips, Ausflüge und Events anbietet.
Budget	Monatlich verfügbares Budget attraktiv (213 CHF)	mind. 2'000 CHF zur Verfügung haben müssen, geschätzt 200 CHF für touristische Aktivitäten monatlich, ESN hat 13'700 CHF pro Semester zur Verfügung	Mind. 1'500 CHF haben müssen, sehr unterschiedlich, Überschuss der Gelder vom Bund an ESN, posten auf Sozialen Medien gratis Aktivitäten, da wenig Geld vorhanden bei Studierenden	Das verfügbare Budget der international mobilen Studierenden wird eher klein eingeschätzt
Touristisches Potenzial	kein Marktpotenzial , Angebote für alle Altersgruppen und Bedürfnisse , international mobile Studierende keine extra Zielgruppe , wollen authentische Erfahrung wie Einheimische, Angebotsgestaltung & Kommunikation für Einheimische (Zielgruppe Nummer eins), Anders bei Botschaftspersonal, Mund-zu-Mund-Propaganda wichtig, um jungen Menschen grundsätzlich zu erreichen (Newsletter, Social Media)	international mobilen Studierenden weniger als Touristen ansehen, sondern als Studenten , gibt bereits touristisches Angebot für Studenten, Sprachbarriere jedoch einige Angebote in Englisch vorhanden, Natur sicherlich interessant, allgemein junge Menschen nicht spezifisch international mobile Studierende , selten Besuch von Freunden und Familie, je besser das Tourismusangebot in Bern etabliert ist, desto mehr Möglichkeiten den Studierenden eine gute Zeit anbieten	grosser Teil hat Interesse an touristischen Aktivitäten, Ausflüge oder Bergen oder Stadt Bern aber auch Luzern, Zürich, auch in den Erfahrungsberichten schreiben sie, dass die dann andere Städte besucht haben und unterwegs waren, mehr Angebote ist Frage des Preises, ESN sehr günstig daher gefragt	International mobile Studierende stellen kein spezifisches Marktpotenzial dar, da sie eher als junge Studierende betrachtet werden und nicht als eigene Zielgruppe. Das Interesse an touristischen Aktivitäten ist jedoch vorhanden.

Zusammenarbeit	Universität (international Office)	Direkt mit Unternehmen, Universitäten und Hochschulen	StadtLand für Stadtführung, ESN Bern, früher noch Bern Tourismus für Welcome-Mappe	Die Universität und Hochschulen arbeiten mit <i>Bern Welcome</i> und dem ESN zusammen. Das ESN arbeitet ansonsten direkt mit den Unternehmen zusammen und organisiert nichts über das Tourismusbüro
Zukunft / Ausblick		Zibelemärit, CERN besuchen	Angebot um aus- ländische & Schweizer Studierende zusam- menzubringen, Semes- terticket für den ÖV	Verschiedene Ideen wie weitere Ausflüge oder ein Semesterticket für den ÖV
Vertikale Zusammenfassung	<i>Bern Welcome</i> sieht kein eigenes Marktpotenzial in internationalen mobilen Studierenden, da sie allgemein zur Zielgruppe der Studierenden gehören. Daher werden auch keine spezifischen Angebote erstellt. Weiter wird Bern aufgrund der Unis ausgewählt und als touristische Institution haben sie keinen grossen Einfluss auf den Bildungstourismus.	Das ESN Bern bietet viele touristische Aktivitäten spezifisch für international mobile Studierende an. Sie sehen sie jedoch als keine eigene Zielgruppe an, sondern vielmehr als dazugehörig zu den nationalen Studierenden.	Die Universität Bern hat bis auf einen Ausflug keine speziellen Angebote für international mobile Studierende. Sie arbeiten dafür mit ESN Bern zusammen. Das touristische Interesse sei bei den international mobilen Studierenden vorhanden, das Budget ist jedoch eher gering.	

Quelle: Eigene Darstellung

4.4 Diskussion der Ergebnisse

Um die Forschungsfrage: «Wie hoch ist das touristische Potenzial international mobiler Studierenden in einer touristischen Destination und inwiefern wird es in der Tourismusregion Bern bereits ausgeschöpft?» zu beantworten, werden die Ergebnisse der Forschung in folgendem Abschnitt diskutiert. Es geht darum, die Bedeutung und Auswirkungen der Ergebnisse zu erörtern, mögliche Erklärungen für unerwartete Ergebnisse zu liefern und weitere Forschungsoptionen aufzuzeigen.

Die Ergebnisse der Forschung weisen auf, dass international mobile Studierende während ihres Aufenthalts reisen und somit ein Interesse an touristischen Aktivitäten zeigen. Dies zum einen, weil bei der Befragung 97 % der international mobilen Studierenden touristische Aktivitäten in der Schweiz besucht haben. Zum anderen kann diese Vermutung auch anhand der durch die Interviews gewonnenen Informationen getroffen werden. Gemäss den Angaben von UniBE International ist das Interesse für touristische Aktivitäten vorhanden. Oftmals kann in den Erfahrungsberichten der international mobilen Studierenden gelesen werden, dass sie während ihres Aufenthalts verschiedene touristische Destinationen bereist haben. Zudem sind die meisten Fotos des Fotowettbewerbs, welcher über den Instagram-Kanal der Universität Bern läuft, von Ausflügen (siehe Anhang VI: Transkribierte Interviews, S. 96; UniBE International [@unibe.mobility], o. J.). Dass international mobile Studierende während ihres Aufenthaltes in der Gastdestination reisen, wurde auch durch andere Studien wie diejenige von Michael et al. (2004) belegt. Somit lässt sich schlussfolgern, dass die These: «International mobile Studierende reisen während des Austausches in der Studienregion» belegt werden kann. Dass international mobile Studierende während ihres Aufenthalts in Bern die Tourismusregion Bern sowie die Schweiz bereisen, kann darauf zurückgeführt werden, dass die Schweiz von den befragten Studierenden als ein sicheres Land bezeichnet wird. Forschungsarbeiten wie diejenige von Hughes et al. (2015) weisen auf, dass die persönliche Sicherheit eine wichtige Rolle bezüglich des Reiseverhaltens von international mobilen Studierenden einnimmt. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Ergebnisse der Befragten auch aufzeigen, dass es auch Gründe gibt, warum international mobile Studierende während ihres Aufenthaltes nicht reisen. Die Auswertung der Umfrage beweist, dass die Kosten ein Hindernis fürs Reisen in der Studiendestination bilden. Letztere Ergebnisse lassen sich mit der Theorie der Studie von Gardiner et al. (2013) erklären, die ebenfalls einen Effekt von Hindernissen aufgrund von den Kosten feststellt.

Bei der Auswahl des Studienortes, sind die Ergebnisse von bisherigen Studien nicht durchgehend übereinstimmend. Beispielsweise belegt die Studie von Llewellyn-Smith & McCabe (2008), dass touristische Aktivitäten, die Natur sowie die Reisemöglichkeiten im Austauschland ein ausschlaggebende Faktoren beim Auswahlverfahren sind. Die Aussagen der interviewten Experten und Expertinnen vorliegender Studie deuten jedoch darauf hin, dass die Qualität der Universität und die angebotenen Kurse bei der Auswahl eine

ausschlaggebende Rolle spielen kann. Diese Ansicht stimmt mit den Ergebnissen der Forschung von Michael et al. (2004) überein. In dieser Studie wurde die Qualität der Ausbildung als wichtigster Grund für den gewählten Studienort genannt. Die Ergebnisse der Umfrage der vorliegenden Forschungsarbeit stimmen einerseits mit den Erkenntnissen der Interviews überein. Der am zweithäufigsten genannten Grund für die Auswahl der Studiendestination Bern war der gute Ruf der Universität oder Hochschule sowie das spannende Studienprogramm. Andererseits wurde jedoch am häufigsten angegeben, dass sich international mobile Studierende aufgrund der Landschaft sowie der Schönheit der Natur für Bern entschieden haben. Interessant ist, dass Bern oft nicht die erste Wahl des Studienortes ist. Gemäss den Informationen von Fehrenbach, Tournast und Tschuor zählt Bern nicht zu den Top-Destinationen, welche für einen Studienaustausch gewählt werden. Anzumerken ist dabei allerdings, dass es sich bei diesen Aussagen um Interpretationen der Interviewpartner handelt und nicht um statistisch erhobene Daten international mobiler Studierenden. Gründe dafür können möglicherweise die kleine Grösse der Stadt Bern oder die gewisse Unbekanntheit der Stadt im Vergleich zu anderen internationalen Metropolen wie Barcelona sein. Der Interviewpartner von *Bern Welcome* sagte ausserdem, dass Bern mit den anderen Städten aus den erwähnten Gründen nicht wirklich konkurrenzfähig ist (siehe Anhang VI: Transkribierte Interviews, S. 91 ff.). Somit lassen sich die Erkenntnisse dieser Forschung in beide erwähnten Studien einordnen.

Eine weitere Studie belegt, dass die Natur und ihre Attraktionen ein wichtiges Merkmal der Studiendestination sind. Weiter wird in ebenjener Studie dargelegt, dass der Markt für Bildungstourismus stetig wächst und eine Chance darstellt, um die Wirtschaft anzukurbeln (Lesjak et al., 2015). Dieses Erkenntnis ist auch Bestandteil der Forschungsarbeit von Tomasi et al. (2020). Die vorliegende Studie weist auf, dass international mobile Studierende als Bildungstouristen gezählt werden können und wichtig für den Tourismussektor sind. Gemäss Herrn Tschuor ist jedoch der Bildungstourismus an sich nicht sehr attraktiv, da international mobile Studierende für *Bern Welcome* keine spezifische Zielgruppe darstellen. Vielmehr wird dem MICE-Sektor (Meetings Incentives Conventions Exhibitions) Beachtung geschenkt, wobei die Zusammenarbeit mit der Universität Bern eine wichtige Rolle spielt. Weiter meint Tschuor, dass der Bildungstourismus dank guten Universitäten und Hochschulen gefördert wird aber *Bern Welcome* als Destinationsmanagement-Organisation für die Region Bern, nebst der

guten Standortförderung und -entwicklung keinen spezifischen Beitrag zum Bildungstourismus beiträgt (siehe Anhang VI: Transkribierte Interviews, S. 91).

Dass international mobile Studierende eine wirtschaftliche Bedeutung haben, zeigen diverse Studien wie diejenigen von López et al. (2016), Halterbeck & Conlon (2021) sowie OECD (2022). Die wirtschaftliche Bedeutung wurde in der vorliegenden Arbeit anhand einer groben Wertschöpfungsstudie analysiert. Die Erkenntnisse zeigen auf, dass international mobile Studierende eine geringe Auswirkung auf die Wirtschaft haben. Die Tagesausgaben der übernachtenden Gäste und Tagesgäste der Studie Höchli et al. (2013) beliefen sich auf 79 CHF. Verglichen mit den Tagesausgaben der vorliegenden Studie ist zu erkennen, dass international mobile Studierende ein geringeres Budget zur Verfügung haben als Freizeit- / Reisetouristen. Dieses Erkenntnis bestätigen die Vermutungen, die in früheren Studien wie in derjenigen von Gardiner et al. (2013) geäußert wurden. Gemäss Gardiner et al. (2013) geben international mobile Studierende weniger für touristische Aktivitäten als inländische Reisende pro Monat aus, weil sich ihr Reiseverhalten gegenüber einheimischen sowie ausländischen Reisenden unterscheidet. Nicht nur ihre Aufenthaltsdauer differenziert sich von einheimischen Touristen, sondern auch ihre Finanzierungsquelle, ihren Lebensstil (sie kombinieren häufig Studium mit Arbeit und Freizeit) und ihre finanziellen Verpflichtungen. Die durch international mobile Studierende in Bern generierte direkte Bruttowertschöpfung belief sich, laut Schätzung und Berechnung, im Jahr 2022 auf 5'400'000 CHF. Um zu analysieren ob dieses Ergebnis realistisch ist, wird die Bruttowertschöpfung mit den Studien von Rieser et al. (2018) oder Perruchoud-Massy, Mabillard et al. (2016) verglichen, wobei erstere die touristische Wertschöpfung des Kanton Berns im Jahr 2016 und letztere die touristische Wertschöpfung im Kanton Wallis im Jahr 2000 untersuchten. Die touristische Bruttowertschöpfung des Kanton Wallis belief sich auf 3'028'000'000 CHF und diejenige des Kanton Berns auf 4'680'000'000 CHF. Verglichen mit den Studien fällt die durch international mobile Studierende generierte Bruttowertschöpfung (vgl. Variante 2, Kapitel 4.2.1.2) kleiner als 1 %, sprich sehr niedrig, aus. Zu beachten ist, dass sie in der ersten Variante (vgl. Kapitel 4.2.1.1) noch geringer ausfällt, da nicht alle getätigten Ausgaben der international mobilen Studierenden gezählt wurden, sondern nur die direkten tourismusbezogenen Ausgaben. Naheliegend ist die Erkenntnis, dass die induzierte Beschäftigung im Vergleich mit den beiden Studien auch sehr gering ausfällt. Im Kanton Bern waren es im Jahr 2016 tourismusinduzierte

Beschäftigung 37'900 in Vollzeitäquivalent (VZÄ). Im Kanton Wallis waren es im Jahr 2000 30'077 VZÄ. Die induzierte Beschäftigung, respektive generierten Arbeitsplätzen durch die Ausgaben von international mobilen Studierende beläuft sich in Variante eins auf rund drei Stellen und in Variante zwei auf rund 16 Stellen. Dies ist im Vergleich zu den beiden Studien eine kleine Anzahl. Dennoch muss betont werden, dass 16 Arbeitsstellen fehlen würden, wenn es keine international mobile Studierende in der Tourismusregion Bern geben würde. In der Interpretation der Ergebnisse muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Erkenntnisse nur schätzungsweise miteinander verglichen werden können, da es zu den Wertschöpfungen des Kanton Berns und Wallis keine aktuellen Studien gibt. Zudem ist vorliegende Wertschöpfungsstudie nur eine grobe Analyse und basiert auf Daten einer kleinen Stichprobe. Eine Empfehlung für weitere Forschungen ist daher, eine umfassende Wertschöpfungsstudie von international mobilen Studien durchzuführen, um zu bestimmen, ob die wirtschaftlichen Auswirkungen von international mobilen Studierenden im Kanton Bern höher ausfallen als in der hier erfolgten Untersuchung. Kritisch zu betrachten bei den Erkenntnissen der Wertschöpfung der ersten Variante ist, dass die international mobilen Studierenden während ihres Aufenthalts in Bern mehr Geld für touristische Aktivitäten ausserhalb der Region ausgeben. Es ist aufgrund dieser Erkenntnis anzunehmen, dass die touristischen Attraktionen ausserhalb der Tourismusregion Bern einen höheren Bekanntheitsgrad haben und dadurch beliebter sind. Ein weiterer Grund dafür kann sein, dass die Schweiz im Verhältnis zu den meisten Herkunftsländern kleiner ist und sich daher die Möglichkeit, das ganze Land zu bereisen als relativ einfach herausstellt.

Bei den zu Beginn des vorherigen Absatzes erwähnten Studien sind die wirtschaftlichen Auswirkungen international mobiler Studierenden gross. Es ist jedoch zu beachten, dass in den Studien die Besuche von Freunden und Familienangehörigen miteinbezogen wurden und somit nicht direkt mit der Wertschöpfungsstudie dieser Arbeit verglichen werden können. Die Besuche von Freunden und Verwandten ist das Merkmal des VFR Travels. Diese Form des Reisens ist laut Backer & King (2017) weit verbreitet und macht einen erheblichen Teil des Tourismus aus. Die Ergebnisse der Umfrage der vorliegenden Forschungsarbeit zeigen auf, dass VFR Travel verbreitet ist. Die Mehrheit der Befragten schätzen die Wahrscheinlichkeit, Besuch von Freunden und Verwandten zu bekommen als sehr hoch ein. Diesbezüglich kann davon ausgegangen werden, dass die wirtschaftlichen Auswirkungen international mobiler

Studierenden in Bern höher ausfallen würden, wenn die Ausgaben des VFR Travels miteinbezogen werden würden. In der vorliegenden Studie wurde zudem festgestellt, dass mehr als ein Drittel der befragten Personen die Möglichkeit, nach ihrem Aufenthalt wieder nach Bern zurückzukehren, als sehr hoch einschätzt. Wenn diese Erkenntnis in Betracht gezogen wird, könnten wirtschaftliche Auswirkungen möglicherweise höher ausfallen.

International mobile Studierende in Bern weisen wirtschaftlich gesehen im Tourismussektor ein geringes Potenzial auf. Dieser Ansicht sind auch die Interviewpartner. Gemäss Tschuor bieten international mobile Studierende kein Marktpotenzial. Dies liegt möglicherweise daran, dass sie nicht als spezifische Zielgruppe betrachtet werden. *Bern Welcome* generiere Angebote, welche für alle Altersgruppen ansprechend sind und fokussiert sich nicht auf eine solche spezifische Zielgruppe. Zudem sei die Kommunikation und Angebotsgestaltung von *Bern Welcome* auf Einheimische ausgerichtet, da diese für sie die wichtigste Zielgruppe darstellen. Tschuor meint, dass Einheimische durch Mund-zu-Mund Propaganda einen wichtigen Beitrag zur Bewerbung der Tourismusregion Bern bieten. Daher sei es von Bedeutung, junge Einheimische durch die Marketingstrategie mithilfe von Newslettern und den sozialen Medien zu erreichen (siehe Anhang VI: Transkribierte Interviews, S. 91). Auch Tournast ist der Meinung, dass international mobile Studierende nicht als eine spezifische Zielgruppe betrachtet werden sollen, sondern allgemein als Studierende und junge Menschen (siehe Anhang VI: Transkribierte Interviews, S. 86). Diese Ergebnisse lassen sich mit der Theorie der Studie City of Cape Town (2009) erklären, die aufweist, dass Bildungstourismus, Rucksacktourismus und Jugendtourismus als ein einziges Kompositum zu betrachten sei, da diese vier Sektoren eng miteinander verbunden sind. Somit lässt sich schlussfolgern, dass international mobile Studierende nicht als eine spezifische Zielgruppe betrachtet werden sollten, sondern allgemein als junge Menschen, die dieselben Interessen haben wie einheimische Studierende oder junge Reisende. Die bereits erwähnte Studie von Gardiner et al. (2013) kommt jedoch zu anderen Ergebnissen, da laut den Autoren international mobile Studierende ein anderes Reisemuster haben als internationale Reisende. Aufgrund schlechter Marktpositionierung habe die Tourismusindustrie Mühe, tourismusbezogene Produkte für internationale Studierende zu entwickeln, da die Unterschiede zwischen Freizeitreisenden zu wenig beachtet würden. Die vorliegenden Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Untersuchung dieser Thematik äusserst komplex ist. Diverse Studien wurden durchgeführt,

können jedoch keine eindeutigen Schlüsse darüber ziehen, ob international mobile Studierende als eine spezifische Zielgruppe betrachtet werden sollten oder ob sie im Markt so positioniert werden sollten, wie Bildungstouristen, junge Touristen oder sogar wie einheimische Studierende.

Zu Beginn der Arbeit wurde davon ausgegangen, dass es spezifische Angebote für international mobile Studierende gibt. Diese Erwartung wurde jedoch durch die Ergebnisanalyse der Desk-Research, Interviews sowie der Umfrage teilweise widerlegt. So haben Destinationsmanagement-Organisation *Bern Welcome* und die Universität keine spezifischen Angebote für international mobile Studierende. Dies steht sicherlich in Zusammenhang mit der im vorherigen Abschnitt diskutierten Problematik der Zielgruppe. Auf Seite des *Erasmus Student Networks Bern* ist ersichtlich, dass es diverse Angebote für Erasmus-Studierende, respektive international mobile Studierende gibt. Das Angebot beläuft sich auf verschiedene Ausflüge, seien dies eintägige Ausflüge oder Wochenendausflüge, Vergünstigungen diverser Aktivitäten mithilfe der ESNCard. Die These: «Es gibt touristische Angebote spezifisch für international mobile Studierende (Ausflüge, Touren, Rabatte usw.)» kann anhand der gewonnenen Erkenntnisse teilweise bestätigt werden. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen jedoch auf, dass die Hälfte der befragten Personen nicht weiss, ob es spezifische Angebote für sie gibt. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass die Angebote oder das ESN als Ganzes zu wenig beworben werden. Wobei zu beachten ist, dass ein Drittel in der Umfrage angegeben haben, dass sie ihr Austauschprogramm oder -netzwerk nutzen, um ihre touristischen Aktivitäten zu planen. Die international mobilen Studierenden, welche touristische Aktivitäten während ihres Aufenthalts planen, nutzen gemäss den erhobenen Daten mehrheitlich die sozialen Medien als Informationsquelle.

Die These, dass sich international mobile Studierende für spezifische touristische Angebote interessieren, kann sowohl anhand der bisherig diskutierten Ergebnisse vorliegender Arbeit als auch anhand der Datenanalyse der Umfrage belegt werden, da die Mehrheit der Befragten die spezifischen Angebote nutzt. Ausserdem möchten drei Viertel der Befragten das Angebot für international mobile Studierende nicht ändern und sind dementsprechend mit den angebotenen Leistungen zufrieden. Eine kleine Anzahl wünscht sich in Zukunft eine Änderung betreffend des Angebots im öffentlichen Verkehr. Diesbezüglich kann die Meinung von

Neuenschwander Melina

Fehrenbach miteinbezogen werden, die ein Semesterticket in der Schweiz analog zu Deutschland einführen möchte. Deutschland bietet den Studierenden ein Semesterticket an, wobei gewisse Universitäten und Hochschulen ihren Studierenden ein günstiges ÖV-Ticket anbieten (siehe Anhang VI: Transkribierte Interviews, S. 96; Raynaud & Osnabrück, o. J.).

5 Schlussfolgerung

In diesem Teil der Arbeit werden die Ergebnisse zusammengefasst und anhand der daraus resultierenden Erkenntnissen Handlungsempfehlungen generiert. Weiter werden die Grenzen der vorliegenden Arbeit sowie zukünftige Forschungsausblicke beschrieben.

5.1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Das Ziel dieser Bachelorarbeit ist es, durch die Verwendung quantitativer sowie qualitativen Forschungsmethoden das touristische Potenzial international mobiler Studierender in einer Destination zu analysieren. Weiter geht es darum, herauszufinden inwiefern das Potenzial in der Tourismusregion Bern ausgeschöpft wird.

Die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass international mobile Studierende während ihres Studienaufenthaltes in der Schweiz touristische Aktivitäten unternehmen. Sie besuchen verschiedene touristische Attraktionen wie Grindelwald, das Jungfrauoch, Städte wie Zürich, Basel, Bern oder Luzern. Zu erkennen ist, dass international mobile Studierende in der Schweiz die schöne Natur inklusive der Berglandschaft bewundernswert finden. Dies hat Auswirkungen auf die Tourismusregion Bern, indem die international mobilen Studierenden während ihres Aufenthaltes touristische Aktivitäten im Berner Oberland sowie in der Stadt Bern selbst durchführen. Die Schweiz wird von den befragten international mobilen Studierenden als sicheres Land wahrgenommen, was dazu beiträgt, dass sie gerne reisen. Die Kosten sind jedoch oftmals ein Hindernis für das Reisen in der Studiendestination. Bei der Wahl des Studienortes spielt die Qualität der Universität oder der Hochschulen sowie des Studienprogramms für viele international mobile Studierende eine grosse Rolle. Weiter zählen die Natur und die vorhandenen Attraktionen der Stadt Bern als wichtige Merkmale bei der Auswahl der Austauschdestination. International mobile Studierende zählen als Touristen und können beispielsweise im Bereich des Bildungstourismus eingeordnet werden. Der Bildungstourismus ist ein wachsender Markt, welcher für den Tourismussektor ein grosses Potenzial bieten könnte. Auf die Tourismusregion Bern bezogen werden international mobile Studierende, respektive der Bildungstourismus, nicht als grosses Potential angesehen, da international mobile Studierende nicht als spezifische Zielgruppe betrachtet werden.

Die Ergebnisse der Wertschöpfungsanalyse zeigen, dass international mobile Studierende im Vergleich zu Freizeit- / Reisetouristen ein geringeres Budget zur Verfügung haben. Dementsprechend geben sie weniger für touristische Aktivitäten aus. Die Bruttowertschöpfung durch internationale Studierende in Bern im Jahr 2022 wurde auf 5,4 Millionen CHF geschätzt, was im Vergleich zu anderen Wertschöpfungsstudien im Bereich des Tourismus eine niedrige Auswirkung auf die Wirtschaft darstellt. Es wird auch darauf hingewiesen, dass international mobile Studierende während ihres Aufenthalts in Bern mehr Geld für touristische Aktivitäten ausserhalb der Region ausgeben, was darauf hindeutet, dass touristische Attraktionen ausserhalb der Tourismusregion Bern beliebter sind. Zudem wird empfohlen, weitere umfassende Studien durchzuführen, um die wirtschaftlichen Auswirkungen von international mobilen Studierenden zu bestimmen. Dabei sollte der Faktor des VFR Travel sicherlich beachtet werden, da er einen grossen Teil zur Wertschöpfung beitragen kann. Die Ergebnisse der vorliegenden Arbeit zeigen zudem auf, dass international mobile Studierende nicht als separate Zielgruppe betrachtet werden, sondern als allgemein junge Menschen mit ähnlichen Interessen wie einheimische Studierende oder junge Reisende. Zudem wurde mithilfe der Diskussion der Ergebnisse ersichtlich, dass die Untersuchung dieser Thematik komplex ist und es keine eindeutigen Schlüsse darüber gibt, wie international mobile Studierende im Tourismusmarkt positioniert werden sollten.

Weiter wurde in dieser Forschungsarbeit untersucht, ob es spezifische Angebote für international mobile Studierende gibt. Die Ergebnisse aus Desk-Research, den Interviews und der Umfragen zeigen, dass es auf Seiten der Destinationsmanagement-Organisation *Bern Welcome* und der Universität keine spezifischen Angebote gibt. Das *Erasmus Student Network* Bern bietet jedoch verschiedene Ausflüge und Rabatte für internationale mobile Studierende an. Anhand der Umfrage wurde jedoch herausgefunden, dass die Hälfte der international mobilen Studierenden nicht wissen, dass es spezifische Angebot für sie gibt. Als Informationsquelle zur Planung touristischer werden am häufigsten die sozialen Medien genutzt. Diejenigen, die von dem existierenden Angebot wissen, nutzen es und sind damit auch sehr zufrieden. Obwohl einige Befragte Veränderungen im öffentlichen Verkehr wünschen, besteht aus ihrer Sicht insgesamt keine Notwendigkeit, das grundlegende touristische Angebot für internationale Studierende zu ändern.

Anhand dieser Zusammenfassung der Ergebnisse und den daraus gewonnenen Erkenntnissen wird ersichtlich, dass die zu Beginn erstellten Forschungsziele erreicht und die gestellte Forschungsfrage beantwortet wurden. Durch diese quantitative sowie qualitative Forschung wurde gezeigt, dass international mobile Studierende kein hohes touristisches Potenzial für die Tourismusregion Bern bieten. Dennoch lässt sich abschliessend zusammenfassen, dass das touristische Potenzial von international mobilen Studierenden in der Tourismusregion zwar gering ist, jedoch trotzdem mithilfe von diversen Angeboten ausgeschöpft werden kann. Obwohl sie nicht als spezifische Zielgruppe betrachtet werden, dürfen international mobile Studierende nicht ganz ausser Acht gelassen werden. Durch ihr Interesse am Bereisen der Studiendestination, den vorhandenen touristischen Attraktionen, dem geleisteten wirtschaftlichen Beitrag sowie dem zusammenhängenden VFR Travel weisen sie dennoch ein touristisches Potenzial auf.

5.2 Handlungsempfehlungen

Obwohl international mobile Studierende kein grosses touristisches Potenzial für die Tourismusregion Bern darstellen, lassen sich anhand der Forschungsergebnisse trotzdem Denkanstösse für Handlungsempfehlungen zur besseren Ausschöpfung des Potenzials ausarbeiten.

Die Ergebnisse der vorliegenden Studie zeigen, dass international mobile Studierende Interesse an touristischen Aktivitäten, respektive dem Reisen in der Studiendestination haben. Eine Problematik stellt jedoch die Marktpositionierung dar, da unschlüssig ist, zu welcher Zielgruppe international mobile Studierenden gehören. Um international mobile Studierende besser anzusprechen, gibt es verschiedene Varianten.

Variante 1: keine spezifische Zielgruppe

Eine Möglichkeit ist, dass sie als keine spezifische Zielgruppe definiert werden. Sie sollten allgemein als Studierende und junge Personen betrachtet werden. Dies fördert die Integration in die Studiendestination und trägt dazu bei, dass sie während ihres Aufenthalts in Bern eine authentische Erfahrung sammeln können. Weiter kann es dazu führen, dass sie dank dieser Integration durch die bereits vorhandenen Kommunikationsstrategie von *Bern Welcome* angesprochen werden. Damit international mobile Studierende besser in die Zielgruppe der

Studierenden oder jungen Personen integriert werden können, kann eine Zusammenarbeit zwischen der Destinationsmanagement-Organisation *Bern Welcome* und der Universität sowie den Hochschulen hilfreich sein. Beispielsweise indem touristische Angebote oder Kulturelle Veranstaltungen über die Universität oder Hochschulen beworben werden. Ein geeigneter Kanal hierzu sind die sozialen Medien, da die Kanäle bei den erwähnten Unternehmen bereits vorhanden sind. Zudem informieren sich junge Personen und international mobile Studierende über solche Plattformen. Wenn mithilfe einer solchen Zusammenarbeit allgemein Studierende und junge Personen angesprochen werden, kann dies dazu führen, dass durch Mund-zu-Mund Propaganda und Empfehlungen auch international mobile Studierende auf die touristischen Angebote der Tourismusregion Bern aufmerksam werden.

Variante 2: Kategorie Bildungstourismus

In einer weiteren Variante können international mobile Studierende mit der Kategorie des Bildungstourismus in Zusammenhang gebracht werden. Aufgrund ihrer Nachfrage nach touristischen Aktivitäten und Angeboten sowie dem zusammenhängenden VFR Travel, kann es lohnenswert sein, international mobile Studierende als eine Untergruppe der Bildungstouristen zu definieren. Hierbei kann eine Zusammenarbeit mit der Universität, Hochschulen, dem ESN sowie *Bern Welcome* interessant sein. Da die Auswahl der Studiendestination nicht rein von der Qualität der Universität und Hochschulen abhängig ist, sondern auch von den Sehenswürdigkeiten, die die Destination zu bieten hat, kann Bern dank der schönen Landschaft inklusive der berühmten Berggipfel bei den international mobilen Studierenden beworben werden. Dies kann dazu beitragen, dass Bern zukünftig öfters als erste Wahl genannt wird. Solche Werbung für Bern kann beispielsweise auf den sozialen Medien über den internationalen Kanal der Universität oder den Hochschulen bei Anmeldebeginn für einen internationalen Austausch geschaltet werden. Um Personen aus dem Ausland anzusprechen, kann beispielsweise ein Instagram-Post gesponsert werden, der europa- oder weltweit gestreut wird. Weiter sollten Informationen betreffend touristischen Angeboten auf den sozialen Medien gepostet werden, da international mobile Studierende ihre Informationen betreffend touristischen Aktivitäten über die sozialen Medien holen.

Anhand der Forschungsergebnisse wurde festgestellt, dass die Kosten das grösste Hindernis für international mobile Studierende darstellen. Der Universität und dem ESN Bern ist dies bewusst. Um vorhandene Angebote noch preiswerter anzubieten, kann auch hier eine Zusammenarbeit mit allen drei Unternehmungen, Universität Bern, ESN Bern und *Bern Welcome*, spannend sein. *Bern Welcome* kann dabei eine aktive Rolle spielen, indem es das ESN Bern finanziell unterstützt. Mit der monetären Unterstützung der Universität Bern sowie *Bern Welcome*, kann das ESN Bern zukünftig noch günstigere Angebote präsentieren sowie das Angebot erweitern. Dies wiederum kann dazu führen, dass international mobile Studierende durch das vermehrte Nutzen der Angebote als Werbeträger der Tourismusregion Bern angesehen werden können. Sie könnten beispielsweise durch das Posten von Beiträgen in den sozialen Medien sowie durch Mund-zu-Mund Propaganda zu Werbeträgern werden. Ein weiteres Hindernis, welches in Zusammenhang mit den Kosten steht, sind die Preise des öffentlichen Verkehrs. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass viele international mobile Studierende die Preise des öffentlichen Verkehrs in der Schweiz zu teuer finden. Daher können sie nicht alle gewünschten touristischen Aktivitäten während ihres Aufenthalts durchführen. Ein Vorschlag, um diese Problematik zu beheben, ist das Einführen eines Semestertickets. Diese Vergünstigung des ÖV wird beispielsweise den Studierenden in Deutschland angeboten. Hierbei ist die Zusammenarbeit mit den SBB ein wichtiger Faktor, da das Semesterticket von ihnen akzeptiert sowie finanziell unterstützt werden muss.

5.3 Forschungsgrenzen und Ausblick

Bei der Analyse des touristischen Potenzials von international mobilen Studierenden sind gewisse Forschungsgrenzen aufgetaucht. Zum einen besteht die Schwierigkeit der genauen Definition von international mobilen Studierenden. Wie zu Beginn der Arbeit erläutert, gibt es verschiedene Begrifflichkeiten, die in der Praxis verwendet werden. Weiter ergab sich aus der Analyse der Experteninterviews, dass die Universität sowie das *Erasmus Student Network* Bern unterschiedliche Definitionen benutzen. Diese Problematik wurde auch bei der Desk Research ersichtlich, da die verschiedenen vorhandenen Studien zu dieser Thematik teilweise unterschiedliche Begrifflichkeiten verwenden. Somit war es schwierig, die Erkenntnisse direkt miteinander zu vergleichen. Daher wurde anfangs festgelegt, auf welche Definition sich diese Forschungsarbeit fokussiert. Für zukünftige Studien sollte dementsprechend diese

Problematik nicht ausser Acht gelassen werden. Zudem zeichnet sich die bisherige Forschung durch die Verwendung kleiner Stichproben aus, wodurch die Analyse des touristischen Potenzials von international mobilen Studierenden eingeschränkt wurde. Um ein allgemeingültiges Resultat zu erhalten, kann eine weitere Studie mit einer längeren Forschungsperiode und den angemessenen Forschungsmitteln durchgeführt werden. Weiter würden zukünftige Forschungen mit grösserem Fokus auf die Anbieterseite dabei helfen, das Wissen über das touristische Potenzial und inwiefern es ausgeschöpft wird, weiter zu vertiefen.

Weitere Forschungsgrenzen tauchten im Bereich der Wertschöpfungsstudie auf. Im Vergleich zu den in der Literaturrecherche erwähnten Studien basiert die Analyse der Wertschöpfung der vorliegenden Studie auf Schätzungen und wurden mit älteren Zahlen verglichen. Um ein exakteres Ergebnis der wirtschaftlichen Auswirkung von international mobilen Studierenden zu erhalten, sollte eine komplette Wertschöpfungsstudie und nicht nur eine grobe Analyse durchgeführt werden. Zudem spielen Faktoren wie die Rückkehr an den Austauschort oder VFR Travel bei der wirtschaftlichen Auswirkung eine grosse Rolle, was in vorliegender Studie nicht einbezogen wurden.

Literaturverzeichnis

Amaro, S., Barroco, C., Martins, C., & Antunes, J. (2019). *Erasmus students in Portugal: From students to tourists and advocates* (S. 94–106).

<https://ejtr.vumk.eu/index.php/about/article/view/377>

Autout France. (2014). *Analyse du potentiel touristique de la classe moyenne brésilienne* (1000. Aufl.). Atout France. <https://www.atout-france.fr/publications/analyse-du-potentiel-touristique-de-la-classe-moyenne-bresilienne>

Backer, E. (2007). VFR Travel: An Examination of the Expenditures of VFR Travellers and their Hosts. *Current Issues in Tourism*, 10(4), 366–377. <https://doi.org/10.2167/cit277.0>

Backer, E., & King, B. (2017). VFR traveller demographics: The social tourism dimension. *Journal of Vacation Marketing*, 23(3), 191–204.

<https://doi.org/10.1177/1356766716665439>

Bern Welcome. (o. J.). *Tourist Information – Bern Welcome*.

<https://www.bern.com/de/detail/tourist-information>

Berwert, A., Rütter, H., & Müller, H. (2002). Volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Wallis. *disP - The Planning Review*, 38(149), 4–12.

<https://doi.org/10.1080/02513625.2002.10556803>

Bodger, D. (1998). Leisure, Learning, and Travel. *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69(4), 28–31. <https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605532>

Brooks, R., & Waters, J. (2011). *Student mobilities, migration and the internationalization of higher education*. Springer.

Bundesamt für Statistik. (o. J.). *BFS OnlineRechner*. [https://lik-](https://lik-app.bfs.admin.ch/de/lik/rechner?periodType=Jahresdurchschnitt&start=01.2021&ende=01.2022&basis=AUTO)

[app.bfs.admin.ch/de/lik/rechner?periodType=Jahresdurchschnitt&start=01.2021&ende=01.2022&basis=AUTO](https://lik-app.bfs.admin.ch/de/lik/rechner?periodType=Jahresdurchschnitt&start=01.2021&ende=01.2022&basis=AUTO)

Neuenschwander Melina

Bundesamt für Statistik. (2020). *Erhebung 2020 zur sozialen und wirtschaftlichen Lage der Studierenden*. Erhebung 2020 zur sozialen und wirtschaftlichen Lage der Studierenden

Bundesamt für Statistik. (2022a). *Studierende an den universitären Hochschulen 2021/22*.

Bundesamt für Statistik. <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bildung-wissenschaft/personen-ausbildung/tertiaerstufe-hochschulen/universitaere.assetdetail.21785467.html>

Bundesamt für Statistik. (2022b). *Studierende an den Fachhochschulen und pädagogischen Hochschulen 2021/22*. Bundesamt für Statistik.

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/bildung-wissenschaft/personen-ausbildung/tertiaerstufe-hochschulen.assetdetail.22304783.html>

City of Cape Town. (2009). *Niche market study*. Kamilla-SA Sport and Tourism Consultancy.

https://resource.capetown.gov.za/documentcentre/Documents/City%20research%20reports%20and%20review/Niche%20Market%20StudyM_Final.pdf

DATATIV'. (o. J.). *DATATIV' by Sphinx software features*. <https://dataviv.net/en/detailed-features>

Donkor, F. K., Mazumder, R. K., Hosseinzadeh, S., & Roy, S. (2020). *A User-Centric Design Approach to Understand International Education in the Contemporary World: Motivations and Gender Preferences for Studying in Europe* (S. 54–68). SAGE Publications. <https://doi.org/10.1177/1475240920916046>

Ecoplan. (2004). *Bern als Bundesstadt: Positive und negative Effekte*. Im Auftrag von Tripartite Arbeitsgruppe Bundesstadtstatus (Schweizerische Bundeskanzlei, Staatskanzlei des Kantons Bern und Präsidialdirektion der Stadt Bern).

Erasmus Programme. (o. J.). *Ultimate Erasmus Guide 2023*.

<https://erasmusprogramme.com/ultimate-erasmus-guide/>

Erasmus Student Network Bern. (o. J.). *ESN Bern*. <https://bern.esn.ch/>

Neuenschwander Melina

Erasmus Student Network Switzerland. (2018, Februar). *ESNcard*. <https://esn.ch/esncard>

European Commission. (2023). *Erasmus + Programmleitfaden* (Version 2; S. 496). European Commission. https://erasmus-plus.ec.europa.eu/sites/default/files/2023-01/ErasmusplusProgramme-Guide2023-v2_de.pdf

Frey, R., & Häusel, U. (1983). Regionalmultiplikator. *Zur Transformation der formellen primären in die effektive sekundäre Kaufkraftinzidenz. Methodisches Papier im Rahmen des Nationalfonds-Projektes „Regionale Disparitäten und Spillovers“*. Basel.

Gardiner, S., King, B., & Wilkins, H. (2013). The travel behaviours of international students: Nationality-based constraints and opportunities. *Journal of Vacation Marketing*, 19(4), 287–299. <https://doi.org/10.1177/1356766712471233>

Global Migration Data Portal. (2023). *Internationale Studierende | Migrationsdatenportal*. <https://www.migrationdataportal.org/themes/international-students#definition>

Halterbeck, M., & Conlon, G. (2021). *The costs and benefits of international higher education students to the UK economy*. HEPI: Higher Education Policy Institute.

Höchli, C., Rütter-Fischbacher, U., Bandi, M., Lehmann, T., & Rütter, H. (2013). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern*.

Hughes, K., Wang, J., & Shu, M. (2015). Exploring the travel patterns, preferences and recommendations of Chinese university students living in Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 23. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2015.03.002>

ISEP. (o. J.). *About ISEP*. <https://www.isepstudyabroad.org/about-isep>

Jackson, R. T. (1990). VFR tourism: Is it underestimated? *Journal of Tourism Studies*, 1(2), 10–17.

Jones, D. H. C. (2016). *An insider's history of how Erasmus developed*. <https://fedtrust.co.uk/an-insiders-history-of-how-erasmus-developed/>

Neuenschwander Melina

Kantar Public. (2018). *Standard Eurobarometer 89 Spring 2018*. Publications Office.
<https://data.europa.eu/doi/10.2775/947049>

Kanton Bern. (o. J.). *Tourismus*. <https://www.be.ch/de/start/ueber-uns/portraet/tourismus.html>

Kelly, U., McNicoll, I., & White, J. (2015). *The Economic Impact of International Students in Wales*. <https://uniswales.ac.uk/sites/default/files/2021-11/Unis-Wales-international-student-research%20%282%29.pdf>

Kronthaler, F. (2008). *Wertschöpfung des Tourismus in den Regionen Graubündens—Stand und Entwicklung: Forschungsprojekt der HTW Chur im Auftrag des Amtes für Wirtschaft und Tourismus Graubündens: Endbericht August 2008*. HTW Chur, Forschungsstelle für Wirtschaftspolitik.
<https://books.google.ch/books?id=9NZIMwEACAAJ>

Lesjak, M., Juvan, E., Ineson, E. M., Yap, M. H. T., & Axelsson, E. P. (2015). *Erasmus student motivation: Why and where to go?* (S. 845–865). <https://doi.org/10.1007/s10734-015-9871-0>

Llewellyn-Smith, C., & McCabe, V. S. (2008). *What is the attraction for exchange students: The host destination or host university? Empirical evidence from a study of an Australian university* (S. 593–607).
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/jtr.692>

López, X. P., Fernández, M. F., & Incera, A. C. (2016). *The Economic Impact of International Students in a Regional Economy from a Tourism Perspective* (S. 125–140).
<http://journals.sagepub.com/doi/10.5367/te.2014.0414>

McGladdery, C. A., & Lubbe, B. A. (2017). *Rethinking educational tourism: Proposing a new model and future directions* (S. 319–329). Emerald Publishing Limited.
<https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0055>

Michael, I., Armstrong, A., & King, B. (2004). The travel behaviour of international students: The relationship between studying abroad and their choice of tourist destinations. *Journal of Vacation Marketing*, 10(1), 57–66.

<https://doi.org/10.1177/135676670301000106>

Movetia. (o. J.). *Mobilität auf Tertiärstufe: Swiss-European Mobility Programme (SEMP)*.

<https://www.movetia.ch/programme/international/schweizer-programm-zu-erasmus/hochschulbildung-und-hoehere-berufsbildung/mobilitaet>

OECD. (2022a). *Education at a Glance 2022: OECD Indicators*. OECD Publishing. Paris.

<https://doi.org/10.1787/3197152b-en>

OECD. (2022b). *Bildung auf einen Blick 2022*. wbv Media, Bielefeld/OECD Publishing. Paris.

<https://doi.org/10.1787/dd19b10a-de>

Perruchoud-Massy, M.-F., Mabillard, J., & Rojas, D. (2016). *Wertschöpfung des Tourismus im*

Wallis: Analyse des touristischen Angebots und der Nachfrage 2014 (Walliser

Tourismus Observatorium, Hrsg.; R. Griesser, Übers.). Walliser Tourismus

Observatorium. <https://books.google.ch/books?id=xUQlugEACAAJ>

Pescia, L., Rageth, O., Trepp, G.-R., & Voll, F. (2022). «New Work» *Touristisches Potenzial für Graubünden*. 71.

Pfeiffer, F. (2021, Dezember). *Fragebogen auswerten mit der Häufigkeitsverteilung in Excel –*

Vorlage & Tipps. <https://www.scribbr.de/methodik/auswertung-bachelorarbeit/>

Pfeiffer, F. (2022, März). *Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring in 5 Schritten*.

<https://www.scribbr.de/methodik/qualitative-inhaltsanalyse/>

Project Atlas. (2022). *Global Mobility Trends*. [https://www.iie.org/wp-](https://www.iie.org/wp-content/uploads/2023/03/Project-Atlas_Infographic_2022.pdf)

[content/uploads/2023/03/Project-Atlas_Infographic_2022.pdf](https://www.iie.org/wp-content/uploads/2023/03/Project-Atlas_Infographic_2022.pdf)

Raynaud, P., & Osnabrück, S. der U. (o. J.). *Dein Semesterticket*. [https://www.dein-](https://www.dein-semesterticket.de/)

[semesterticket.de/](https://www.dein-semesterticket.de/)

Neuenschwander Melina

Rieser, C., Schwehr, T., Hoff, O., Rütter, H., & Carsten, N. (2018). *Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus im Kanton Bern 2013-2016*. Rütter Soceco. Auftraggeber: Volkswirtschaftsdirektion Kanton Bern, beco Berner Wirtschaft.

Ritchie, B. (2003). *Managing educational tourism* (S. 283).

Rodríguez, X. A., Martínez-Roget, F., & Pawlowska, E. (2012). Academic tourism demand in Galicia, Spain. *Tourism Management*, 33(6), 1583–1590.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.01.010>

Rütter, H., Berwert, A., Rütter-Fischbacher, U., & Landolt, M. (2001). Der Tourismus im Wallis. *Wertschoepfungsstudie. Visp: Ruetter+ Partner—concert research, Rueschlikon, Switzerland*.

Saunders, M. N. K., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students* (5th ed). Prentice Hall.

Scherer, R., Strauf, S., & Bieger, T. (2002). *Die wirtschaftlichen Effekte von Kulturevents: Das Beispiel Lucerne Festival*.

Schnyder, M., Marut Doctor, & Vogel, M. (2011). *Hauptstadtregion Schweiz: Eine Analyse des Wertschöpfungssystems eines Politzentrums - WorkPackage2: Regionalwirtschaftliche Bedeutung & Wertschöpfung der Hauptstadtregion Schweiz in zwei ausgewählten Teilregionen*. <https://doi.org/10.13140/2.1.4865.6648>

Schweiz Tourismus. (o. J.-a). *Top Sehenswürdigkeiten*. <https://www.myswitzerland.com/de-ch/reiseziele/sehenswuerdigkeiten/top-sehenswuerdigkeiten/>

Schweiz Tourismus. (o. J.-b). *UNESCO-Welterbestätten / Biosphären*.
<https://www.myswitzerland.com/de-ch/reiseziele/sehenswuerdigkeiten/unesco-welterbestaetten/>

Neuenschwander Melina

Souto-Otero, M., Favero, L., Basna, K., Humburg, M., & Oberheidt, S. (2023). Erasmus(+) student mobility: Individual and institutional motivations and effects. In *International Encyclopedia of Education (Fourth Edition)* (S. 218–229). Elsevier.

<https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.01028-9>

Staatssekretariat für Bildung, F. und I. S. (2022, Juli). *Bundes-Exzellenz-Stipendien*.

<https://www.sbf.admin.ch/sbf/de/home/bildung/stipendien/eskas.html>

STAT-TAB – interaktive Tabellen (BFS). (2019). *Arbeitsstätten und Beschäftigte nach Jahr, Kanton, Wirtschaftsabteilung und Beobachtungseinheit-PX-Web*.

https://www.pxweb.bfs.admin.ch/pxweb/de/px-x-0602010000_101/px-x-0602010000_101/px-x-0602010000_101.px/table/tableViewLayout2/

Strauf, S., & Behrendt, H. (2006). *Regionalwirtschaftliche Effekte der Hochschulen im Kanton Luzern*.

Sturm, J.-E., & Eisenhut, P. (2020). *Aktuelle Volkswirtschaftslehre 2020/2021*. Somedia Buchverlag.

Tomasi, S., Paviotti, G., & Cavicchi, A. (2020). *Educational Tourism and Local Development: The Role of Universities*.

UNESCO Institute for Statistics. (o. J.-a). *Inbound internationally mobile students by continent of origin*. <http://data.uis.unesco.org/#>

UNESCO Institute for Statistics. (o. J.-b). *Internationally mobile students | UNESCO UIS*.

Internationally Mobile Students. <https://uis.unesco.org/en/glossary-term/internationally-mobile-students>

UNESCO-UIS, OECD, EUROSTAT. (2021). *UOE data collection on formal education: Manual on concepts, definitions and classifications*. (S. 35–38). UNESCO-UIS, OECD, EUROSTAT.

<https://www.oecd.org/statistics/data-collection/UOE-Manual.pdf>

UniBE International [@unibe.mobility]. (o. J.). *UniBE International Mobility*.

<https://www.instagram.com/unibe.mobility/?hl=de>

Neuenschwander Melina

Universität Bern. (o. J.). *Kulturangebot, Freizeit.*

https://www.unibe.ch/studium/mobilitaet/incoming/allgemeine_informationen/ausgehen_reisen/kulturangebot_freizeit/index_ger.html

Universität Bern. (2022). *Anzahl Mobilitätsstudierende 2022.*

https://www.unibe.ch/universitaet/portraet/zahlen__und__fakten/studierende/index_ger.html

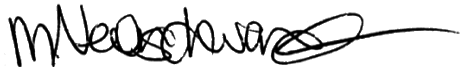
UNWTO. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008.*

UNWTO, T. (2019). UNWTO tourism definitions. *Obtenido de [https://www. eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858](https://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858).*

Erklärung

Ich bestätige hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit alleine und nur mit den angegebenen Hilfsmitteln realisiert habe und ausschliesslich die erwähnten Quellen benutzt habe. Ohne Einverständnis des Studiengangsleiters und des für die Bachelorarbeit verantwortlichen Dozierenden sowie des Forschungspartners, mit dem ich zusammengearbeitet habe, werde ich diesen Bericht an niemanden verteilen, ausser an die Personen, die mir die wichtigsten Informationen für die Verfassung dieses Berichts geliefert haben und die ich nachstehend aufzähle: Renate Ledermann, Geschäftsführerin von studentlodge.ch, Universität Bern sowie dessen *International* Abteilung, das *International Relations Office* der BFH, die Hochschule der Künste, die PH Bern sowie das *Erasmus Student Network* Bern.

Bern, 15.05.2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Melina Neuenschwander', with a long horizontal flourish extending to the right.

Melina Neuenschwander