

EGYETEMI MARKETING ÉS BEISKOLÁZÁS SVÁJC NÉMET NYELVŰ EGYETEMEIN

BIKICS GABRIELLA

Doi 10.32979/PUM.SPH.2023.2.2

Az európai felsőoktatási intézmények számára egyre inkább létkérdéssé válik a beiskolázás, mert mindenütt romlik a demográfiai helyzet, csökkennek a gyereklétszámok, ugyanakkor bővülnek a továbbtanulás lehetőségei bel- és külföldön egyaránt. Ennek következtében egyre erősödik a felsőoktatási intézmények közötti konkurencia és a harc a finanszírozási forrásokért. Tanulmányomban egy különleges német nyelvű régió, Német-Svájc öt egyetemének példáján mutatom be, milyen beiskolázási módszereket alkalmaznak a hallgatói utánpótlás biztosítására.

1. Bevezetés: Az egyetemi beiskolázás

A német nyelvű országok egyetemei számára az ezredforduló óta megváltoztak a beiskolázás körülményei. Amíg például 1999-ben a német hallgatók 9 ezer képzés közül választhattak, 2012-ben ez a szám már 16 ezer volt. A szakok száma ugyan ezen időintervallumban a többlépcsős képzés bevezetése és az erős differenciálódás miatt 180-ról 3000-re emelkedett.¹ A „multiopcionális” megnehezíti a választást és a döntést egy adott képzés és felsőoktatási intézmény mellett, amit még csak fokoz a korábbiakhoz képest egyre növekvő mobilitási hajlam és lehetőség. Mindez az egyetemeket marketingtevékenységük fokozására, az érettségizőket pedig intenzívebb tájékozódásra, információk és tanácsok keresésére ösztönzi.

A hallgatói utánpótlás a német nyelvterület nyugati és a keleti régióiban nagyon eltérő, erősen függ a város és az egyetem méretétől, adottságaitól, hírnevétől, lehetőségeitől, költségeitől. Svájc sok tekintetben példakép az európai országok felsőoktatása számára. Vonzó, nemzetközi viszonylatban rangos tanulmányi célpont, ezért azt gondolhatnánk, hogy a beiskolázás nem is fontos szempont. A valóság azonban az, hogy még a svájci egyetemek is fokozott erőfeszítéseket tesznek hallgatói létszámuk emelése vagy megtartása érdekében.

A tanulmányban vizsgált öt német nyelvű egyetem között van Svájc legrégebbi (Bázel, 1.460) és legújabb alapítású (Luzern, 2000), legnagyobb (Zürich, 28.000 hallgató) és legkisebb (Luzern, 3300 hallgató) egyeteme. Az 1. sz. táblázat össze-

¹ SCHRÖDER 2013, 54.

hasonlítja alapítási dátumukat, a hallgatók és a karok számát, valamint az egyetemi rangsorokban elfoglalt helyüket. A beiskolázás szempontjából fontos adat, hogy a hallgatók közel egyharmada (2021/2022-ben 55.000 fő) külföldről érkezett.²

2021/2022 őszi félév ³	Bázel	Bern	Luzern	St. Gallen	Zürich
<i>Alapítás éve</i>	1.460	1.834	2.000	1.898	1.833
<i>Hallgatók száma</i>	13.486	18.251	3.282	9.759	28.988
<i>Változás az előző évhez képest</i>	-1%	0,2	2,4	3	1,7 %
<i>Karok száma</i>	7	8	5	5	7
<i>Helyezés svájci és világranglis-tán</i>					
<i>Switzerland Rank 2022⁴</i>	5	4	-	8	3
<i>World University Rank 2022⁵</i>	103	101	-	301	75

1. táblázat: Német-Svájc egyetemeinek összehasonlítása

Az egyetemek a hallgatói létszám szerinti finanszírozás miatti aggodalmukban a helyi online újságok tudósításai szerint kétféle módon igyekeznek létszámukat növelni vagy megtartani.

1.1. A beiskolázási tevékenység fokozása

Az 1. sz. táblázatból látható, hogy míg a 2021/22-es tanév őszi félévében négy egyetemen minimális létszámemelkedés volt, addig a Bázeli Egyetemen csökkenés, de csak elenyésző mértékben. Mégis a Bázeli Újság⁶ már 2022 decemberében „torborzási offenzíva” szükségességéről írt, amelyet az egyetem a következőképpen tervez megvalósítani:

- beiskolázási tevékenységét meg fogja kétszerezni,
- sokkal intenzívebben lesz jelen a gimnáziumokban,
- hallgatói egész Svájcban gimnáziumokat látogatnak,
- digitális marketing menedzsert alkalmaz,
- erősíti digitális jelenlétét elsősorban a Tiktokon és az Instagramon.

² Anzahl der ausländischen Studierenden. Internet: de.statista.com/statistik/daten/studie/307974/umfrage/anzahl-der-auslaendischen-studierenden-an-universitaeten-in-der-schweiz/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 16.)

³ Anzahl der Studierenden. Internet: de.statista.com/statistik/daten/studie/307226/umfrage/anzahl-der-studierenden-an-universitaeten-in-der-schweiz-nach-hochschulen/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 26.)

⁴ Best universities in Switzerland. Internet: www.timeshighereducation.com/student/best-universities/best-universities-switzerland (utolsó letöltés: 2022. dec. 30.)

⁵ QS World University Rankings, 2022. Internet: www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022 (utolsó letöltés: 2023. jan. 24.)

⁶ THOMMEN 2022, 1.

1.2. A reklámtevékenység fokozása

A Zentralplus⁷ online folyóirat beszámol róla, hogy az egymással konkuráló egyetemek különféle új, figyelemfelkeltő módszerekkel kísérleteznek. Például a Luzerni Egyetem 2014 óta reklámkampányt folytat, melyben ötven óriásplakátot készített a következő szöveggel. „*Tehetségemnek van jövője. Tanulással a Luzerni Egyetemen.*” Két plakátot a Zürichi Főpályaudvaron helyeztek el a Luzernbe induló vonatok peronján. Az akciót nagy felháborodás kísérte, amit az online tudósítás ironikus címe is kifejez: „*Plakátokkal fogják a hallgatókat.*” A tudósítás szerint még Luzern kanton elöljárója is elítélte ezt a fajta reklámot a következő szavakkal: „*Stílus-talannak találok, ha más egyetemi kantonokból csalogatják el a diákokat.*”

2. Egyetemi marketing és tanulmányi tanácsadás

Hírverés céljára az egyetemek külön marketinges stábot vagy tanácsadót alkalmaznak, de a reklám fokozása érdekében profi cégek szolgáltatásait is igénybe vehetik. Ezek hangzatos névvel reklámozzák magukat, ilyen például a Go-Uni Reklámcég⁸ vagy a Csodagyerek Intézet.⁹ Ezek a vállalkozások marketingtevékenységüket a toborzóirodákhoz hasonlóan folytatják bel- és külföldön egyaránt. Tapasztalataik szerint az eredményes hallgatói toborzás függ a speciális, sokszínű és versenyképes képzési kínálattól, az oktatás és a kutatás színvonalától, valamint egyre inkább a hallgatóknak nyújtott egyéb szolgáltatásoktól továbbá az ügyes marketingtől.

2.1. Az egyetemi marketing¹⁰ (Hochschulmarketing)

A beiskolázási célú reklámtevékenységnek három fajtája: a népszerűsítés, tájékoztatás és a tehetséggondozás megvalósulhat jelenléti (*on campus*) vagy virtuális (*online*) formában.

- A népszerűsítés célcsoportja a lakosság, célja az egyetem ismertségének növelése a nyilvánosság és a szakmai körök előtt (V. ö. 3. fejezet).
- A tájékoztatás célcsoportja a hallgatójelöltek köre, célja figyelmük felkeltése, tájékoztatásuk és bátorításuk az adott egyetem választására, személyükben új hallgatók megnyerése a kapacitások kihasználása és a források biztosítása érdekében (V. ö. 4. fejezet).
- A tehetséggondozás célcsoportja a kiválasztott gimnazisták köre, célja a tudomány és az egyetemi kutatások népszerűsítése, a tehetséges diákok menedzselése és lehetőség szerinti megtartása (V. ö. 5. fejezet).

⁷ SCHULER 2015, 1.

⁸ Go-Uni-Werbung, AG. Internet: www.go-uni.com (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁹ Wunderkind Institut für Karriere und Bildungsberatung. Internet: www.wunderkind-institut.de/leistungen/f%C3%BCr-hochschulen-studenten-rekrutierung-international/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

¹⁰ Campus Service Crossmediales Hochschulmarketing. Internet: www.campus-service.com/hochschulmarketing (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

2.2. A tanulmányi tanácsadás (*Studienberatung*)

A tanulmányi tanácsadást a fiatalok a felsőoktatási tanulmányaik előtt és alatt vehetik igénybe mint hallgatójelöltek és később mint hallgatók. Az előbbiekkal kapcsolatos feladatokat a Rektori Konferencia 1994-ben így fogalmazta meg:

„A tanulmányi tanácsadás feladata, hogy tájékoztassa és tanácsokkal lássa el a hallgatójelölteket, felkészítse őket az egyetemre és tanulmányaik különböző szakaszaira. Magában foglalja a tájékoztatást és tanácsadást a tanulmányok megszervezése és feltételei vonatkozásában, valamint a pszichológiailag megalapozott, személyes tanácsadást a tanulmányok követelményeivel és az egyetemi élet kihívásaival összefüggésben (döntés, tájékozódás, teljesítmény, felelősségvállalás).”¹¹

A tanácsadásnak kétféle formája van: míg a pályaválasztási tanácsadás¹² (*Berufsberatung*) információkat nyújt a Svájcban létező valamennyi felsőoktatási képzésről, a tanulmányi tanácsadás (*Studienberatung*) a felsőoktatási intézmények által nyújtott szolgáltatás továbbtanulási kérdésekben.

Például a Bázeli Egyetem tanácsadó irodájában¹³ a munkatársak mellett gazdag Infotéka könnyíti meg a választást. Az iroda gimnazisták számára előadásokat is szervez, melyeken meghívott értelmiségiek beszélnek pályájukról, de beszélgetni lehet egyetemistákkal is. Ezen kívül kifejlesztettek egy olyan elektronikus pályaválasztó játékot *like2be*¹⁴ néven, melynek segítségével sokféle szakmát, képzést és szakmai életpályát lehet megismerni.

Sankt Gallenben és Zürichben a kantoni tanácsadó irodához lehet fordulni, de a Zürichi Egyetemnek személyes és telefonos szolgáltatása is elérhető. Bern felsőoktatási intézményeinek közös tanácsadó irodája van.¹⁵ Luzernben az egyes karokon adnak tanácsadást speciális kérdésekben.

A tanulmányi tanácsadás 1970 és 1990 között vált az oktatási rendszer szerves részévé.¹⁶ Noha az 1990-es évektől elveszítette monopolhelyzetét, mert sok egyetemi szolgáltatást „kiszerveztek,” elterjedt az internet, később pedig a közösségi oldalak, a szolgáltatás fejlesztésére mégis nagy szükség volt.

A tanácsadással és az egyetemi tanulással kapcsolatos tudományos eredmények publikálására 2006-ban német nyelvű folyóiratot alapítottak a (*Zeitschrift für Beratung und Studium*), ebben több empirikus kutatás elemezte az érettségizők pálya- és egyetemválasztási szokásait.¹⁷ Az interjúkból¹⁸ kirajzolódik, hogy „majdnem min-

¹¹ LANGER 2009, 62. Megjegyzés: A tanulmány valamennyi idézete saját fordítás. B.G.

¹² Internet: www.berufsberatung.ch/dyn/show/2879 (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

¹³ Studienberatung. Internet: studienberatung.unibas.ch/de/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

¹⁴ Like 2 be. Internet: like2be.ch/game/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

¹⁵ VICINI 2013, 26–28.

¹⁶ DIEM 2011, 37.

¹⁷ HACHMEISTER et al. 2007, 65–71; LAROCHE–PÖPSEL–STÖRKEL–HAMPE 2008, 63–65; KNIGGE–ILLNER–SPRENGER 2007, 72–74.

¹⁸ KNIGGE–ILLNER–SPRENGER 2007, 74.

den tanuló az Internetet használta első médiumnak, azon felkeresték az egyetemek honlapjait. Így figyeltek fel a tanulmányi tanácsadás lehetőségére, innen további információkat szereztek e-mailben, telefonon, prospektusokból, szórólapokból stb.”

A tanácsadás azonban nem csak egyénekre irányul, hanem az iroda munkatársai ellátogatnak a gimnáziumokba vagy iskolai osztályokat fogadnak. Népszerű az olyan pódiumbeszélgetés, amikor különböző karok hallgatói elmennek egy gimnáziumba, ott beszélnek tanulmányaikról és az egyetemi életükről. Mivel az egyetemisták közelebb állnak a gimnazistákhoz, ezért ezek a tájékoztatók számukra hitelesebbek és meggyőzőbbek, mint a marketinges szakembereké.

2.3. Egyetemi marketing contra tanulmányi tanácsadás

Az egyetemi marketing és a tanulmányi tanácsadás feladatát gyakran összekeverik. Ugyanis mindkettő a hallgatójelölteket akarja elérni azonos kommunikációs csatornákon: az interneten, az iskolában, helyi és országos továbbtanulási börzéken és telefonon is. Például a Bázeli Egyetemen a tanulmányi tanácsadás olyan szolgáltatás, ami egyben támogatja az egyetem marketingtevékenységét. Célja, hogy a tanácsot kérő fiatalok kívánságait és igényeit az intézmény követelményeivel összhangba hozza, mert ez a két szolgáltatás összekapcsolódik, és egymást kiegészíti.¹⁹

„*A tanulmányi tanácsadás mint a felsőoktatási marketing része*” – ezen a címen rendeztek 2007-ben tanácsadói konferenciát, melyben megfogalmazták a következőket:

„Egy jól működő tanulmányi tanácsadás és egy hasonlóan jól működő pszichológiai tanácsadás minden felsőoktatási intézmény fontos marketing eszköze. Az eredményes marketing részét képezi ugyanis a profeszionális megjelenítés a nyilvánosság felé közérthető és jól követhető internetes oldalakkal, tanulmányi útmutatókkal, információs prospektusokkal, szórólapokkal, melyeket a tanulmányi tanácsadó helyek hoznak létre.”²⁰

Abban áll a feladata, hogy a hallgatók minden egyetemi férőhelyet betöltsenek, akkor is, ha az érdeklődés és a kereslet csökken. A hallgatószerzés érdekében a tanácsadók kiállításokra mennek, iskolákat látogatnak, összemossák a tájékoztatást, a tanácsadást és a reklámozást. Elsősorban a kisebb felsőoktatási intézmények követik ezt stratégiát túlélésük érdekében. Más a helyzet a népszerű nagyvárosok egyetemein, ahol sokszoros a túljelentkezés. Ők elsősorban a legtehetségesebb jelölteket szeretnék megnyerni maguknak, és „elhalászni” a konkurens egyetemek elől.²¹

Ezért felmerül az a kérdés, vajon a tanácsadók számára a tanácsot kérő fiatal érdeke áll-e a középpontban vagy az egyetem marketingkonceptiója? Az-e a felada-

¹⁹ DIEM 2011, 38.

²⁰ NYC 2007, 108.

²¹ NYC 2007, 108.

tuk, hogy meggyőzzék a jelentkezőt arról, hogy az egyetem egy bizonyos képzését válassza, vagy mutasson be számára különböző alternatívákat és segítse a döntésében, még akkor is, ha végül nem az adott egyetem mellett dönt.²²

Ha a tanácsadás túl szorosan kapcsolódik a marketinghez, az alááshatja a tanácsadás függetlenségét és megbízhatóságát. Különösen a kisebb főiskolákon előfordulhat, hogy a marketingnek és a tanácsadásnak ugyanaz a személy a felelőse, és ez szerepkonfliktushoz vezet. Ugyanis az egyetemi marketing az intézmény, a tanulmányi tanácsadás pedig az egyén érdekeit követi. Ezért a tanácsadásnak nem szabad kiszolgáltatnia a marketing érdekeit.²³

A kétféle szerepkör egymással történő összeegyeztetésére több megoldás kínálkozik. A közös cél megfogalmazása: „Az egyetemi marketingnek és a tanulmányi tanácsadásnak egyet kell érteni abban, hogy a hallgatójelöltek meggyőzése csak abban az esetben történjen, ha ez a jelölt egyéni szempontjából is a legjobb lehetőség. Nem arról van szó tehát, hogy minél több hallgatójelöltet csalogassunk az adott egyetemre, hanem ezt úgy kell tenni, hogy ezek a jelöltek az ajánlott képzés profiljának és követelményeinek megfeleljenek, és fordítva is: hogy a képzés illeszkedjen a hallgatók kívánságaihoz, érdeklődéséhez, hajlamaihoz.”²⁴

- A feladatok megosztása: A marketing feladata, hogy általános tájékoztatást nyújtson az egyetemről, és speciális tájékoztatást az elérhető képzésekről és szolgáltatásokról, a tanácsadás feladata pedig, hogy tanácsokat adjon a hallgatójelölteknek, előkészítve ezzel saját döntéseiket.
- A szerepkörök megosztása: Elengedhetetlen, hogy a marketing személyi és szervezeti vonatkozásban is elhatárolódjon a tanácsadástól, mert a hallgatójelölteknek független és más érdekektől mentes tanácsokra van szükségük.

3. A marketing első módszere: a népszerűsítés

A marketing középpontjában az adott intézmény profiljának és imázsának támogatása áll, különös tekintettel a kutatásra és oktatásra. A tudomány és az egyetem népszerűsítése a marketingeseken kívül valamennyi munkatárs közös feladata. Német-Svájc egyetemmein a népszerűsítésre a következő lehetőségek vannak:

3.1. Népszerűsítő kurzusok

Több alkalomból álló és meghatározott célcsoportnak szóló rendezvényeket szerveznek, melyeket az egyetem oktatói tartanak előre meghirdetett alkalmakkor. Ilyen például a Mindenki egyeteme, amelynek célcsoportja minden állampolgár. A Bázeli Egyetem már 1919 óta küldetésének tartja, hogy a tudomány eredményeit szélesebb társadalmi rétegek számára is elérhetővé tegye, így jött létre a Népfőiskola²⁵ (*Volkshochschule*), melynek kínálata Szombati egyetem²⁶ (*Samstags-Uni*)

²² NYC 2007, 108.

²³ LANGER 2009, 61–64.

²⁴ LANGER 2009, 64.

²⁵ Volkshochschule beider Basel. Internet: www.vhsbb.ch (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

elnevezéssel előadásokból és nyelvtanfolyamokból áll. A Zürichi²⁷ és Sankt Galleni Egyetem²⁸ politikai, társadalmi, gazdasági és kulturális témájú nyilvános előadásait bárki látogathatja.

A Senior egyetem (*Senioren Uni*) célcsoportját az idősebb korosztályok jelentik. A Bázeli Népfőiskola kínálata 58 évnél idősebbeknek vagy nyugdíjasoknak szól. A Berni Egyetem²⁹ és a Zürichi Egyetem³⁰ 60 évesnél idősebbeknek kínál hetente előadásokat érdekes témákról. Külön szekciója a francia nyelvű Nyugdíjas egyetem.³¹

Az öregdiák egyesületek (*Alumni*) célcsoportjai az adott egyetemen diplomát szerzett, az öregdiák egyesületbe belépő tagok. Ezeknek az egyesületeknek az egyetem népszerűsítésében, valamint a szakmai és társadalmi hálózatok létrehozásában kiemelt szerepük van. Tagjaiknak különféle programokat, például Zürichben utazásokat³² szerveznek, de az érdeklődők számára is vannak rendezvényeik.

A Gyerekegyetem (*Kinder Uni*)³³ célcsoportja a 8–12 éves általános iskolai korosztály. Ez a sajátos tudomány-népszerűsítési és utánpótlás-nevelési módszer a német nyelvterületen 2002-ben, a Tübingeni Egyetem innovációjaként terjedt el mintegy hatvan német és svájci-német egyetemen³⁴ Érdeklődő gyermekek számára neves professzorok tartanak ingyenes előadásokat az egyetem előadótermeiben. A gyerekegyetemeknek saját honlapjuk van. Például Bazelben és Zürichben a gyereki riporterek interjúkat, fényképeket, filmeket készíthetnek, tudósítást írhatnak az előadásokról, kérdéseik, kommentárjaik, kedvenc előadásukról írt összefoglalóik, kedvenc előadójukkal készített interjúik felkerülnek a honlapra. Egy záró ünnepélyen a gyerekek „diplomát” kapnak, éppen úgy, mint a nagyok. Könnyen belátható, hogy ennek milyen motivációs hatása van későbbi tanulmányaik szempontjából.

²⁶ SeniorenUni–SamstagsUni. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Universitaet-Gesellschaft/Volkshochschule-beider-Basel.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

²⁷ Universität Zürich, Öffentliche Vorträge Europa Institut. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/outreach/events/EIZ.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 8.)

²⁸ Universität Sankt Gallen, Öffentliche Vorträge an der HSG. Internet: www.unisg.ch/de/news/veranstaltungen/oeffentliche-vorlesungen/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

²⁹ Universität Bern, Seniorenuniversität. Internet: www.unibe.ch/universitaet/universitaet_fuer_alle/seniorenuniversitaet/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

³⁰ Universität Zürich, Seniorenuniversität. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/outreach/events/su.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

³¹ Université des aînés de langue française de Berne. Internet: www.unab.unibe.ch/content/index_fra.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 01.)

³² UZH Alumni Reisen. Internet: uzhalumni.ch/page/alumnireisen (utolsó letöltés: 2023. febr. 8.)

³³ BÜNDGENS-KOSTEN–KERRES 2010, 155–159.

³⁴ Kate MALEIKE: *Kinderunis in Deutschland. Wie wirken sie?* 2015. Internet: www.deutschlandfunk.de/kinderunis-in-deutschland-wie-wirken-sie-100.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 25.)

Elsőként 2003-ban a Sankt Galleni Egyetem³⁵ indította el gyerekegyetemét fél-évente szervezett hat 45 perces előadással. A Bázeli Egyetem³⁶ félévente öt 20–30 perces előadást tart. A Berni gyerekegyetemen³⁷ évente hat 45 perces előadás van, és a résztvevők a tanultakat kiegészítő rendezvényeken kipróbálhatják, sőt doktoranduszok még workshopokat és kirándulásokat is szerveznek számukra. A Zürichi Egyetem gyerekegyetemén³⁸ az előadások 60 percesek.

Az egyetemek nyári gyerektáborokat (*Kids Camp*) is szerveznek. A nyári szünetben a gyerekegyetem tehát tábori formát ölt. Bazelben például az *UniKidsCamp* táborba 40 tanulót hívnak meg, akik meglátogatják az egyetem 15 különböző intézetét. A *PrimaLogo* informatikai, a *Pestalozzi Schulcamps* tudományos és művészeti tábor. A *kids@science* háromnapos tábor kilenc fiú és kilenc lány számára az egész országból.

Ezek mellett létezik az ún. Junior egyetem (*Junioren Uni, Junior Campus*), amelynek célcsoportját a 12–18 éves, érdeklődő középiskolások vagy teljes középiskolai osztályok képezik. A kamaszoknak szervezett egyetemnek csak indirekt célja az utánpótlás-nevelés, hiszen programjaira bárki jelentkezhet. A Bázeli Egyetem³⁹ kínálata előadásokból, workshopokból, kurzusokból, táborokból, kísérletekből és a honlapon elérhető filmekből áll. Egyik programja, a Szombat reggeli fizika (*Saturday Morning Physics*) előadásokat, fizikai kísérletezést és versenyeket jelent.

Jelentkezhetnek akár egész osztályok is például a programozó kurzusra, amit ekkor a saját iskolájukban tartanak meg. De kérésre doktoranduszok is kimennek az iskolába a Tudományos láda (*Wissensbox*) elnevezésű projekttel, és kétórás játékos kísérletezéssel varázsolják el a tanulókat.

3.2. Népszerűsítő napok

A népszerűsítő nap(ok) a tudományról, a kutatómunkáról és az egyetemről szól(nak). A célcsoport itt az egyének, a családok és a városi lakosság széles köre. Megrendezhetik alkalmanként, egy- vagy többévente, évente egyszer vagy többször, egy vagy több napban, nappal vagy éjszaka.

Ide sorolható a Kutatók éjszakája (*Nacht der Forschung*), amely Magyarországon is ismerős rendezvény. 2005-ben Ausztriából indult el a kétévente megrende-

³⁵ Universität Sankt Gallen, Kinder-Uni: Nur für Kinder. Internet: www.unisg.ch/de/news/veranstaltungen/kinder-uni/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 2.)

³⁶ Universität Basel, Kinder-Uni. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Universitaet-Gesellschaft/Junior-Campus/Kinder-Uni.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 25.)

³⁷ Kinderuniversität Bern. Internet: www.kinderuni.unibe.ch/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 25.); Kinderuni. Internet: www.unibe.ch/universitaet/universitaet_fuer_alle/kinderuni/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 25.)

³⁸ Kinder Universität Zürich. Internet: www.kinderuniversitaet.uzh.ch/de.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 25.)

³⁹ Universität Basel Junior Campus. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Universitaet-Gesellschaft/Junior-Campus.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 26.)

zett Tudás ünnep, ami a látogatóknak izgalmas, meglepő, ámulatba ejtő élményeket ígér. A Berni Egyetem⁴⁰ például háromévente tartja meg, 2022-ben volt a negyedik alkalom. Az egyetem kutatásainak teljes palettáját képviseli, magyarázza el közérthetően, és mutatja be szórakoztató formában. A nagysikerű rendezvényen 750 kutató 70 standon, 1.000 poszteren mutatta be kutatási eredményeit 10.000 érdeklődőnek.

- A Tudományok éjszakája (*Lange Nacht der Wissenschaften*): Bázelen⁴¹ 2015-ben, az egyetem 555. születésnapjára rendezett ünnepség 15 helyszínen 250 rendezvényből állt.
- Tanuld a jövőt! (*Impact-Camp Zukunft Lernen*): A Sankt Galleni Egyetem⁴² évente többször megrendezett élménypedagógiai programja.
- Zürichi Tudományos Napok⁴³ (*Scientifica*): Zürichben a Kutatók éjszakája utódja egy egész hétvégét betöltő rendezvénysorozat.
- Nyitott ajtó napja (*Tag der Offenen Tür*): Az egyetemet népszerűsítő, egynapos rendezvény. A Bázeli Egyetemen⁴⁴ az egyetem hatvan oktatója tart rövid előadásokat kutatási területéről, mintegy keresztmetszetét nyújtva az egyetemen folyó munkának. Vannak kísérő rendezvényei, például vezetett túrák, kiállítások, információs standok, sport és táncbemutatók. A Berni Egyetem⁴⁵ előadásokat, vezetett túrákat, játékokat és workshopokat kínál.
- A jövő napja (*Zukunftstag*): Az egyetemi munkát népszerűsítő rendezvény a családtagok részére. Bázeli,⁴⁶ Sankt Gallen⁴⁷ és Zürich⁴⁸ csatlakozott egy országos projekthez, melyben a tanulók egy napon át elkísérik az egyetemen dolgozó anyjukat, apjukat vagy rokonukat, és megfigyelik a munkáját.

⁴⁰ Das war die Nacht der Forschung. *Das Online Magazin der Universität Bern*. 2022. Internet: www.uniaktuell.unibe.ch/2022/das_war_die_nacht_der_forschung_2022/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁴¹ Uni-Nacht Lange Nacht der Wissenschaft. Internet: uninacht.sched.com (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁴² Universität Sankt Gallen, Angebote für Schulen. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/angebote-fuer-schulen/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁴³ Universität Zürich, Scientifica Zürcher Wissenschaftstage. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/outreach/events/scientifica.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁴⁴ Universität Basel, Tag der Offenen Tür. Internet: www.unibas.ch/de/Aktuell/News/Weitere/Tag-der-Offenen-T-r.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 26.)

⁴⁵ Universität Bern, Tag der offenen Tür Uni Mittelstrasse. Internet: www.offenetuer-mittelstrasse.unibe.ch/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁴⁶ Universität Basel, Zukunftstag, 2022. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Universitaet-Gesellschaft/Junior-Campus/Zukunftstag.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 28.)

⁴⁷ Universität Sankt Gallen, Angebote für Schulen. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/angebote-fuer-schulen/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁴⁸ Zukunftstag 2011 an der Universität Zürich. Internet: www.youtube.com/watch?v=xqhryPMBINQ (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

- Lányok napja (*Women*@HSG-infoday*): A Szent Galleni Egyetem⁴⁹ információs napja a női tudományos karrierlek lehetőségeiről.

Az egyetem ünnepnapja (*Dies academicus*) az egyetemet és annak múltját népszerűsítő rendezvény. Bázelen⁵⁰ minden évben megünnepelik az 1460. április 4-i egyetemalapítás napját. Az egyetem vezetői díszes öltözékben, vonulnak végig a város főutcáján a templomba, őket követik karok szerint az oktatók és a hallgatók képviselői. Sor kerül díszdoktoravatásra és ünnepi fogadásra is. A *Dies academicus* Bernben⁵¹ és Zürichben⁵² a nyilvánosság számára kevésbé látványos, de a szakma és a média számára jelentős díszdoktoravató ünnep.

A hírverésre jó lehetőséget kínálnak az évfordulók. A Sankt Galleni Egyetem például látványos keretek között tartja meg ebben az évben 125 éves fennállásának ünnepnapját.

3.3. Párbeszéd az állampolgárokkal

Ezek a rendezvényeken az egyetem képviselői különböző városi vagy egyetemi helyszíneken kötetlen formában beszélgetnek az érdeklődő állampolgárokkal. A Bázeli Egyetem például standot⁵³ létesít az őszi vásárban (*Uni am Markt*), ahol minden évben bemutatják a régiót közvetlenül érintő aktuális kutatási projekteket. (Például: biodiverzitás, klímavédelem stb.) A Berni Egyetem Tudományos kávézója⁵⁴ (*Wissenschaftscafe*) minden hónap első hétfőjén kerekasztal beszélgetést kínál a szakértők és az érdeklődők, vagyis a „tudomány” és a „társadalom” között, melynek célja: „bepillantás a vélt elefántcsonttoronyba.” A Toronyban⁵⁵ (*Talk im Turm*) a Zürichi Egyetemnek a bernihez hasonló rendezvénye.

3.4. Látogatható tudományos gyűjtemények

⁴⁹ Universität Sankt Gallen, Women HSG Infotag. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/infotage-und-touren/womenhsg/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁵⁰ Universität Basel, Dies academicus. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Portraet/Dies-Academicus.html?redirect=3e188d8f-2fba-4f09-ba2d-f215b59aabfa&lang=de (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁵¹ Universität Bern Dies academicus. Internet: www.unibe.ch/universitaet/universitaet_fuer_alle/dies_academicus/dies_academicus_2022/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁵² Universität Zürich, Dies academicus. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/about/portrait/dies.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 8.)

⁵³ Universität Basel Uni am Markt. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Universitaet-Gesellschaft/Uni-am-Markt.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁵⁴ Universität Bern Wissenschaftscafe Internet: www.unibe.ch/universitaet/universitaet_fuer_alle/wissenschaftscaf_bern/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁵⁵ Universität Zürich Talk in Turm. Internet: www.talkimturm.uzh.ch/de.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

A három legrégebb alapítású egyetemnek vannak olyan intézményei, melyek az állampolgárok számára megtekinthetők, és sok érdeklődőt vonzanak. Ezek a következők:

- tudományos gyűjtemények,
- múzeumok,
- botanikus kertek.

Ezek egyben a Gyerekegyetem, a Junior egyetem és a nyári táborok tudományos helyszínei is. A Bázeli Egyetemen⁵⁶ van Gyógyszermúzeum, Anatómiai Múzeum, Tudományos Gyűjtemények és Botanikus Kert. A Berni Egyetem⁵⁷ 11 értékes gyűjteményt és Botanikus Kertet tudhat magáénak. A Zürichi Egyetemnek⁵⁸ van Botanikus Kertje és Botanikus Múzeuma, ezen kívül 12 gyűjteménye és múzeuma.

4. A marketing második módszere: a tájékoztatás

A marketing fő tevékenysége, melynek középpontjában a tanulók, az érettségizők, illetve egy adott egyetem lehetséges hallgatójelöltjei állnak, akiket az egyetem célzottan megszólít és megnyerni igyekszik. Egyes rendezvények a szülőkhöz és pedagógusokhoz szólnak.

4.1. Személyes tájékoztatás

A szülők tájékoztatása céljából szülői értekezleteket (*Eltern Uni*) rendeznek, amelyek célcsoportját a gimnazisták szülei jelentik. Mivel a szülők erősen hatnak gyermekük pályaválasztására, a Bázeli Egyetem évente meghívja őket egy tájékoztató-tanácsadó rendezvényre.⁵⁹ A vezetői értekezletek (*Uni-Gymi Dialog*) célcsoportjában már a gimnáziumok vezetőit találjuk. Ilyen események például a Berni Egyetem⁶⁰ oktatási rektorhelyettesének és a régió gimnáziumigazgatóinak találkozója az aktuális oktatási kérdések, fejlesztések, változások megbeszélése céljából.

A tanulók tájékoztatása részint oktatási szakkiallításokon (*Abiturienten Messe*) történik, amely rendezvények a továbbtanulás iránt érdeklődők körét célozzák. Svájc több városában szerveznek továbbtanulási kiállításokat, például Bernben⁶¹ és

⁵⁶ Universität Basel, Museen und Sammlungen. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Universitaet-Gesellschaft/Museen-Sammlungen.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁵⁷ Universität Bern, Museen und Sammlungen. Internet: www.unibe.ch/universitaet/dienstleistungen/museen_und_sammlungen/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁵⁸ Universität Zürich, Museen und Sammlungen. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/outreach.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁵⁹ DIEM 2014, 112.

⁶⁰ Universität Basel, Drehscheibe Uni-Gym. Internet: www.unibas.ch/de/Universitaet/Administration-Services/Vizerektorat-Lehre/Drehscheibe-Uni-Gym.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁶¹ Maturierenden Messe Bern. Internet: agenda.unifr.ch/e/de/8237 (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

Zürichben,⁶² ahol az érdeklődők áttekinthetik a svájci felsőoktatási intézmények kínálatát. Emellett a gimnáziumokban is tartanak tájékoztatókat (*Präsentationen an Gymnasien*) a gimnazisták, a gimnáziumi osztályok számára. A Berni Egyetem⁶³ és a Szent Galleni Egyetem⁶⁴ hallgatói felkeresik a régió gimnáziumait, és tájékoztató rendezvényeket tartanak a felső évfolyamok tanulóinak. Tájékoztató célú események természetesen az egyetemen (*Info-Tage*) is várják a középiskolásokat, elsősorban a hallgatójelölteket. Bernben és Sankt Gallenben tájékoztató („nyílt”) napokat tartanak, amelyeken a látogatókat a karok és intézetek standjain ellátják jelentkezési és tanulmányi információkkal. Luzernben képzési szintenként és szakonként rendeznek Információs rendezvényeket (*Infoevent*). Zürichben Információs napokat⁶⁵ tartanak külön a BA és az MA képzésekről.

A „belekóstoló” programok (*Schnupperangebote*) a tájékoztató napok kiemelt rendezvényei. Bernben Természettudományi kóstolót⁶⁶ szerveznek, amikor a bemutatkozáson, tájékoztatáson és kapcsolatfelvételen túl sor kerül laborlátogatásokra és projektbemutatókra is. Sankt Gallenben Jogtudományi kóstolót⁶⁷ és Informatikai kóstolót⁶⁸ tartanak. Zürichben is részt lehet venni Kóstoló előadásokon (*Schnuppervorlesung*) meghatározott kínálat szerint.

A hallgatójelöltek számára mindemellett lehető teszik, hogy egy hallgató személyből is megismerjék az egyetemet. A Campus túra⁶⁹ (*Campus Tour*) például egy körsétát jelent egy hallgató kalauzolásával. Ez a módszerük az információs imázsfilmeknek is, amelyek esetében szintén a személyes vezetésen van a hangsúly. Továbbgondolt változata a „Hallgatói kalauz” (*Studienlotse*) projekt,⁷⁰ melyben az érdeklődő gimnazista lehetőséget kap egy erre a feladatra felkészített hallga-

⁶² Maturierenden Messe Zürich. Internet: www.unifr.ch/ius/de/studium/vorlexam/agenda/?eventid=8983 (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁶³ Universität Bern, Präsentationen an Gymnasien. Internet: www.unibe.ch/studium/studieninteressierte/maturandinnen_und_maturanden/praesentationen_an_gymnasien/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁶⁴ Universität Sankt Gallen, Angebote für Schulen. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/angebote-fuer-schulen/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁶⁵ Universität Zürich, Studieninformationstage Bachelor. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/studies/catalogue/sit.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁶⁶ Universität Bern, MINT Tag am 7. März 2023. Internet: www.unibe.ch/studium/studieninteressierte/maturandinnen_und_maturanden/schnupperangebote/mint_tag/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁶⁷ Universität Sankt Gallen, Jus Schnuppertag. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/infotage-und-touren/jus-schnuppertag/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁶⁸ Universität Sankt Gallen, Open Day Computer Science. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/infotage-und-touren/open-days-computer-science/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁶⁹ Universität Sankt Gallen, Campus Touren. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/campus-touren/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 9.)

⁷⁰ HEIDEMANN 2017, 60–63.

tóval való személyes találkozásra, akit egy napján elkísér, együtt vesznek részt az előadásokon, bejárják a kampuszt, elbeszélgetnek, majd elektronikus formában is tartják a kapcsolatot.

4.2 Nyomtatott és elektronikus tájékoztatás

A személyes tájékoztatáson túl fontosak a nyomtatott és a digitális információk is. A sajtófigyelő tevékenységek keretében a Bázeli Egyetem⁷¹ honlapján összegyűjtene minden újságcikket, híradást és tudósítást az egyetemről. Zürichben⁷² is fontos a sajtóvisszhang bemutatása. Emellett minden egyetemnek van hallgatói újságja, illetve online magazinja: Bázeli a *Gezetera*,⁷³ Berné a *Bärner Studizytig*,⁷⁴ Luzerné a *Lumosmagazin*⁷⁵, Sankt Gallen a *Prisma*,⁷⁶ és van Zürichi Hallgatói Újság is.⁷⁷ Az egyetemeknek például Sankt Gallenben⁷⁸ és Luzernben⁷⁹ nyomtatott és digitális formában olvasható tájékoztató füzetek is vannak a képzésekről. Ezek mellett természetesen mindig az egyetem honlapja az elsősorú információforrás. A honlapot felkereső tanulók azonban elveszhetnek az információözönben, és nem tudják kiszűrni a nekik szólókat. A Zürichi Egyetem⁸⁰ kiválóan felépített honlapján ezért azonnal szembe tűnik a tanulmányok iránt érdeklődők (*Studieninteressierte*) megszólítása, erre a szóra kattintva eljuthatnak minden szükséges oldalra. Hasonlóan épül fel a Berni Egyetem⁸¹ honlapja is.

A Zürichi Egyetem külön honlapot működtet az iskolaigazgatók, iskolai osztályok, tanárok és tanulók részére, ez a Suli honlap (*Fish 'n' Grips*),⁸² amely áttekintést nyújt minden elérhető kínálatról többféle csoportosításban

⁷¹ Universität Basel, Universität in den Medien. Internet: www.unibas.ch/de/Aktuell/Medienspiegel.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁷² Universität Zürich, Medienmitteilungen. Internet: www.news.uzh.ch/de/media.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 8.)

⁷³ Universität Basel, Gezetera neu mit Onlinemagazin. Internet: www.unibas.ch/de/Aktuell/News/Weitere/-gezetera--neu-mit-Onlinemagazin.html (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁷⁴ Julian SONDEREGGER: *Bärner studizytig: eine Zwischenbilanz*. 2016. Internet: www.studizytig.ch/sub-seiten/baerner-studizytig-eine-zwischenbilanz/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁷⁵ Lumos Luzerner Studimagazin. Internet: lumomagazin.ch/about/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁷⁶ Prisma. Internet: prisma-hsg.ch/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁷⁷ Zürcher Studierendenzzeitung. Internet: www.zsonline.ch/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

⁷⁸ Universität Sankt Gallen, Broschüren digital oder gedruckt. Internet: www.unisg.ch/de/studium/get-in-touch/broschueren/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁷⁹ Universität Luzern, Broschüren zum Bestellen. Internet: www.unilu.ch/studium/studienangebot/broschueren/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁸⁰ Universität Zürich, Homepage. Internet: www.uzh.ch/de.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁸¹ Universität Bern, Homepage. Internet: www.unibe.ch/ (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁸² Universität Zürich, Fish 'n' Grips. Angebote für Schulen. Internet: www.fishngrips.uzh.ch/de.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

- tudományterületek szerint: matematika, természettudományok, jog- és gazdaságtudomány, vallás-, orvos-, állatorvos-tudományok, bölcsész- és társadalomtudományok,
- iskolatípusok szerint: általános és középiskola,
- műfaj szerint: tanácsadás, workshop, kirándulás, múzeumlátogatás, kóstoló, tábor.

Napjainkban természetesen felértékelődik a közösségi média szerepe. Az egyetemeken az alábbi közösségi média-felületeken vannak jelen az általuk megadott sorrendben:

- Bazel: Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn, Beast-Blog (az egyetem saját blogja).
- Bern: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Xing, LinkedIn.
- Luzern: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn.
- Sankt Gallen: LinkedIn, Twitter, YouTube, Instagram, Facebook.
- Zürich: Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Issuu.

Az imázsfilmek⁸³ az egyetem reklámfilmjei. Kétféle kategóriába sorolhatók: A klasszikus imázsfilmekben az egyetem mint márka eladásáról van szó, célja, hogy kedvet csináljon a fiataloknak az ottani tanulmányokhoz. Az öt egyetem vizsgált imázsfilmjeinek jellemzői a humor, a fiatalos lazaság, trendiség, könnyedség, kreativitás, érzelmesség, változatosság, sokszínűség, meglepetés, dinamizmus. Az érzelmekre erősen ható, ütemes vagy ünnepélyes zene és a vizuális elemek a hangsúlyosak, és kevésbé az információk. Technikailag magas színvonalúak, drónfelvételeket, számítógépes animációt, klipszerű képvágásokat tartalmaznak.

A Bázeli Egyetem imázsfilmje⁸⁴ kifejezetten laza és humoros. Hasonló a Berni Egyetemé is, jókedvű, mosolygó fiatalokkal. Mindkettő⁸⁵ mutat drónfelvételt a városról, az egyetemről, azt sugallják, hogy ott minőségi kutatás és oktatás folyik, és ha a fiataloknak bármi problémájuk van – ezeket laza, vicces kontextusban mutatják be –, jön a szakértő segítség.

A Szent Galleni Egyetem díjnyertes imázsfilmje⁸⁶ kedves és érzelmes, egy szerelm története a megismerkedéstől a diplomaosztóig szöveg nélkül, csak zenével. A luzerniek imázsfilmjében⁸⁷ virtuális drón repül át az egyetemen helyiségein,

⁸³ Universitäts Trailer, So buhlen die Schweizer Unis um Studenten. Internet: www.20min.ch/story/so-buhlen-die-schweizer-unis-um-studenten-515088190126 (utolsó letöltés: 2023. jan. 2.)

⁸⁴ Universität Basel, Was wäre die Menschheit ohne Wissenschaft? Internet: www.youtube.com/watch?v=WTfpzZzUTw8 (utolsó letöltés: 2023. jan. 2.)

⁸⁵ Universität Bern, Universität Bern – Wissen schafft Wert. Internet: www.youtube.com/watch?v=tbT4Uf3TR4I (utolsó letöltés: 2023. jan. 2.)

⁸⁶ HSGUniStGallen Love, Loss, and Other Lessons Learned. Internet: www.youtube.com/watch?v=KEP9vFFfEQc (utolsó letöltés: 2023. jan. 2.)

⁸⁷ Universität Luzern, Virtueller Flug durch die Uni Luzern. Internet: www.youtube.com/watch?v=05-JA3f9IYU (utolsó letöltés: 2023. jan. 2.)

bemutatva a jól felszerelt ultramodern épületet, szintén szöveg nélkül, csak zenével. A zürichi imázsfilm⁸⁸ vicces rajzokban mutatja be az egyetem legnagyobb vonzerejét: a sokszínűséget.

Az információs filmekben egyetemisták magyarázzák el, miért volt jó választás számukra az adott egyetem, milyenek a tanulmányi és karrierlehetőségeik, a diákéletük, hogyan telik el egy napjuk. A hangsúly az információkon és a személyességen van, cél, hogy a néző azonosuljon a hallgató terveivel, vágyaival, életével. A szimpatikus fiatalok az egyetem épülete vagy egy vonzó városi háttér előtt állnak, esetleg a kampuszon sétálva mesélnek. Valamennyi egyetemnek több információs filmje van. Például a Zürichi Egyetemnek hét, melyekben a különböző karok hallgatói mutatkoznak be (*Student Stories*).⁸⁹

5. A marketing harmadik módszere: a tehetséggondozás

A tehetséggondozó programok célcsoportját nemcsak az érdeklődő, hanem a kifejezetten motivált, tehetséges és kiválasztott gimnazisták jelentik. A tehetséggondozásnak az a célja, hogy népszerűsítse a tudományokat és az egyetemet, továbbá az a reménye, hogy a benne résztvevők az adott egyetemen fognak majd továbbtanulni. A tehetséggondozással kapcsolatos rendezvényeken pontok, kreditek szerezhethetők, melyek a továbbtanulásba beszámíthatók. Néhány példa az ilyen programokra:

- ABI-UNI⁹⁰ – középiskolából az egyetemre (*Schülerstudium*): A Zürichi Egyetem kijelölt kurzusai közül szemeszterenként egyet az érettségi előtt álló, különösen tehetséges gimnazisták is látogathatnak. A megszerzett kreditek későbbi tanulmányaikba beszámíthatók.
- Nyári egyetem (*Summer Science Academy*): A Bázeli Egyetem⁹¹ évente 24 tehetséges gimnazistát hív meg a nyári szünet első két hetében, hogy a Biozentrum kutatómunkájában és angol nyelvű programjain részt vegyenek.
- Tudományos diákolimpia⁹² (*Wissenschaft-Olympiade*): A Berni Egyetem a tehetséges gimnazisták számára versenyeket hirdet tíz különböző tantárgyból, 2–3 fordulóban, részben online, részben jelenléti formában.

⁸⁸ Universität Zürich, Diversity an der UZH / Diversity at UZH. Internet: www.youtube.com/watch?v=KEtQenL4e0M (utolsó letöltés: 2023. febr. 1.)

⁸⁹ Universität Zürich, Student Stories. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/studies/catalogue/stories.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁹⁰ Universität Zürich. Internet: www.uzh.ch/cmsssl/de/studies/catalogue/pupils.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁹¹ Universität Basel, Basel Summer Science: Academy für Gymnasiastinnen und Gymnasiasten. Internet: www.biozentrum.unibas.ch/de/summer-schools/basel-summer-science-academy (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

⁹² Universität Bern, Maturandininnen und Maturanden Wissenschaft Olympiade. Internet: www.unibe.ch/studium/studieninteressierte/maturandinnen_und_maturanden/wissenschafts_olympiade/index_ger.html (utolsó letöltés: 2023. jan. 27.)

6. Összefoglalás

A tanulmány bemutatta az egyetemi marketing és a tanulmányi tanácsadás szerepét és egymáshoz való viszonyát Svájc német nyelvű egyetemeinek beiskolázási stratégiájában. Forrásai az egyetemek honlapjain található információk voltak. A szakirodalmi háttérét a *Zeitschrift für Beratung und Studium* (Tanácsadás és Egyetemi tanulmányok folyóirata) és a *Hochschulwesen* (Felsőoktatás) német nyelvű szakmai folyóiratok Svájcra vonatkozó tanulmányai alkották. A tanulmány ezek alapján összefoglalta és rendszerezte a népszerűsítés, tájékoztatás és tehetséggondozás különféle formáit.

Abstract

Enrolment is becoming more and more essential for European higher education institutions, because the demographic situation is deteriorating everywhere, the number of children is decreasing, however, opportunities for further education are expanding both at home and abroad. As a result, the competition between higher education institutions and the fight for funding sources is getting stronger. In my study, I use the example of five universities in a special German speaking region, German-Switzerland, to show what enrolment methods are used to ensure the supply of students

Bibliográfia

BÜNDGENS-KOSTEN–KERRES 2010

Judith BÜNDGENS-KOSTEN–Michel KERRES: Öffnung von Hochschule: Auch für Kinder und Jugendliche? *Das Hochschulwesen* 58/4–5. 2010, 155–159.

Internet: www.hochschulwesen.info/inhalte/hsw-4-5-2010.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 4.)

DIEM 2011

Markus DIEM: Gedanken zur Entwicklung der Studienberatung in der Schweiz. Der Wandel der letzten vier Jahrzehnte am Beispiel der Universität Basel. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 6/2. 2011, 36–39.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_9c242e79e00c47a8aa7df9f55f981fe9.pdf (utolsó letöltés: 2023. jan. 29.)

DIEM 2014

Markus DIEM: „Uni für Eltern“ Ein neues Angebotsformat der Studienberatung der Universität Basel. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 9/4. 2014, 111–118.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_288d69e842074d9d90ef10ddd80caeb.pdf (utolsó letöltés: 2023. jan. 29.)

DIEM 2015

Markus DIEM: Die institutionalisierte Aus- und Weiterbildung im Bereich der Studienberatung in der Schweiz. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 10/4. 2015, 122–125.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_c8b2905c3c45431baeaffaf384b20ca8.pdf (utolsó letöltés: 2023. jan. 29.)

HACHMEISTER et al. 2007

Cort-Denis HACHMEISTER–Maria HARDE–Markus F. LANGER–Christian LANGKAFEL: Einflussfaktoren der Studienentscheidung – erste Ergebnisse einer empirischen Studie von CHE und EINSTIEG. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 2/3. 2007, 65–71.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_93dd742cbaf04efbbdb3bb594a6f2199.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 2.)

HEIDEMANN 2017

Marthe HEIDEMANN: Studierende als Ansprechpartner für Studieninteressierte? Potenziale von Peer-Involvement-Projekten in der Studienorientierung. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 12/2. 2017, 60–63.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_8d03ed70f0f64ab9baa14e6524f94b4d.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 2.)

KNIGGE-ILLNER–SPRENGER 2007

KNIGGE-ILLNER, Helga–Nikolaj SPRENGER: Deadline 15. Juli–Eine kleine Interviewbefragung zur Situation von Studienbewerbern. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 2/3. 2007, 72–74.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_93dd742cbaf04efbbdb3bb594a6f2199.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

LANGER 2009

Markus F. LANGER: Hochschulmarketing und Studienberatung–Überlegungen zum Miteinander zweier angenommener Gegensätze. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 4/3. 2009, 61–64.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_bdc3ad9994d145c1aca50d8c5f8c27eb.pdf (utolsó letöltés: 2023. jan. 29.)

LAROCHE–PÖPSEL–STÖRKEL–HAMPE 2008

Anja LAROCHE–Stephan PÖPSEL–Katja STÖRKEL–HAMPE: UNI-TRAINEES – Ein Projekt zur Unterstützung der Studienwahl. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 3/3. 2008, 63–65.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_01b2d1eb551d49138dd69f385c554200.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 2.)

NYC 2007

Johannes NYC: „Alles ist Marketing“ Studienberater-Tagung an der Hochschule Harz, GIBeT-Tagung, 5. bis 8. September 2007, Wernigerode. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 2/4. 2007, 108–109.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_52d792c6887742b5b94356863e0b92ff.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 2.)

SCHRÖDER 2013

Marco SCHRÖDER: Hochschulkompass, Landkarten und Wikipedia: Medien und Medieninhalte als Orientierungsfaktoren bei der Studienwahl. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 9/2. 2013, 57–62.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_e4856bcd556948778b0477160fb761b4.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 4.)

SCHULER 2015

Carlo SCHULER: Kritik kommt aus Luzern. *Zentralplus*. 2015. Internet: www.zentralplus.ch/gesellschaft/uni-luzern-mit-plakaten-auf-studentenfang-720767/ (utolsó letöltés: 2023. febr. 3.)

THOMMEN 2022

Isabelle THOMMEN: Uni Basel kämpft gegen Studierenden. Rückgang. *BAZ – Basler Zeitung*. 2022. Internet: www.bazonline.ch/uni-basel-kaempft-gegen-studierenden-rueckgang-538696513977 (utolsó letöltés: 2023. jan.16.)

VICINI 2013

Sandro VICINI: Die Beratungsstelle der Berner Hochschulen – eine Standortbestimmung. *Zeitschrift für Beratung und Studium* 8/1. 2013, 26–28.

Internet:

www.universitaetsverlagwebler.de/_files/ugd/7bac3c_c5dcc80e67184229b0a55965c619d943.pdf (utolsó letöltés: 2023. febr. 2.)