

Abstract für die Konferenz "Zukunft Duales Studium" am 22. und 23. April 2021

Autorin/Autor: Susanne Schulze (BA Sachsen)

Titel: Studierendenmarketing in Zeiten der Corona-Pandemie, insbesondere im Bereich Bildungsmessen

Die Pandemiesituation um COVID-19 hat das Studierendenmarketing an den deutschen Hochschulen vor besondere Herausforderungen gestellt. Innerhalb kürzester Zeit wurden digitale Angebote entwickelt, erprobt und angeboten. Besonders für den Bereich Bildungsmessen könnte das Jahr 2020 als Zäsur betrachtet werden, als unter den Einschnitten innerhalb der Corona-Pandemie um COVID-19 Bildungsmessen nicht oder eingeschränkt bzw. lediglich online stattfinden konnten.

Bildungsmessen als Großereignis finden an verschiedenen Standorten von Messehallen, Kongresszentren bis Berufsinformationszentren oder anderen Veranstaltungsorten statt. Die Ereignisse ereignen sich oft wiederkehrend und regelmäßig. Inhalt des Vortrags ist ein Vergleich von digitalen Messen versus Präsenzangeboten im Bildungsbereich und daraus Stärken und Chancen sowie Schwächen und Risiken abzuleiten. Es gibt einen starken Wunsch zur Rückkehr zu Präsenzmessen und die ersten digitalen Angebote haben noch nicht den vergleichbaren Erfolg von Präsenzmessen erreicht. In einer Vergleichsanalyse wurden beispielhaft eine Präsenzmesse im Bildungsbereich im Januar 2021, eine digitale Messe im Juli 2020 sowie ein dauerhaftes virtuelles Angebot nach gleichen Kriterien gegenübergestellt. Anschließend wurden diese Fakten und Daten mit den Sekundärdaten aus vorhandenen Studien oder der aktuellen Literatur verbunden. Im Ergebnis wurde eine SWOT-Analyse erstellt, welche die Stärken-Schwächen und Chance-Risiken von digitalen Bildungsmessen und dem Präsenzangebot vergleichend darstellt. Diese Ergebnisse werden im Vortrag vorgestellt. Beleuchtet wird außerdem, wie sich das Studierendenmarketing insgesamt verändert bzw. vor welchen Herausforderungen Hochschulen aktuell stehen.