

## **Masterarbeiten im Bereich «Private Bildungsmärkte»**

Im Kontext des laufenden SNF Forschungsprojekts «Young people's transition to *Gymnasium* and the role of private and public supplementary learning programs» (vgl. <https://www.geo.uzh.ch/en/units/gtt/research.html>) besteht die Möglichkeit, Masterarbeiten zu verfassen. Aktuell suchen wir insbesondere Personen, die sich für den **kommerziellen Markt schulischer Unterstützungsangebote** interessieren. Im Raum Zürich etwa bieten private Unternehmen Vorbereitungskurse für die zentrale Aufnahmeprüfung ans Gymnasium an. Dieser Bildungsmarkt ist bisher noch wenig untersucht. Es wird aber davon ausgegangen, dass er sich in den letzten Jahren vergrössert hat. Solch private Unternehmen untersuchen wir auch im Kontext des laufenden Forschungsprojekts. Uns interessiert etwa, wie die Unternehmen ihre Kurse anpreisen, an welche Schüler/innen sie sich richten, aber auch welches Schul- und Bildungsverständnis sie haben, welche Marktstrategien sie verfolgen und wie sie den Markt einschätzen.

Folgende Masterarbeiten können in Ergänzung zu unserer eigenen Empirie und in Austausch mit der Forschungsgruppe verfasst werden:

**MA1: Arbeitssituation im Bildungsmarkt «Gymivorbereitungskurse»**

**MA2: Selbständigkeit im Bildungsmarkt**

**MA3: Bildungsmarkt «schulische Nachhilfe/Unterstützung»**

Bei der **MA1** stehen zwei unterschiedliche Personengruppen im Fokus, die vergleichend angeschaut werden können: Einerseits Personen, die bei privaten Unternehmen (z.B. Lernstudios) angestellt sind und da Gymivorbereitungskurse unterrichten, andererseits Personen, die selbständig arbeiten und ebenfalls solche Vorbereitungen anbieten. Was ist die Motivation der Personen, sich für die eine oder andere Erwerbsform zu entscheiden? Wie erleben sie ihre Aufgabe? Welche Aufgaben haben sie genau (je nach Erwerbsform wird dies unterschiedlich sein)? Welche Unterschiede zeigen sich zwischen den Erwerbsformen? Wie sehen sie ihre Kund/innen (Eltern und Kinder, die am Kurs teilnehmen)?

Eine Möglichkeit wäre es auch, sich nur **auf die selbständig erwerbenden Personen zu fokussieren (MA2)**. Dadurch würden folgende Aspekte – neben den oben erwähnten – mehr Bedeutung bekommen:

Wie positionieren sich die Personen als «Unternehmer/innen» (inkl. Selbstdarstellung im digitalen Raum), wie akquirieren sie Kund/innen? Was sind ihre Erfahrungen als selbständig Erwerbende in diesem Markt?

Eine weitere Möglichkeit bestünde darin, sich nicht auf den Markt der privaten Gymivorbereitungskurse zu fokussieren, sondern das empirische Feld weiter zu fassen und sich mit dem **kommerziellen Markt des privaten Nachhilfeunterrichts/Unterstützungsangebots im Raum Zürich** zu befassen (**MA3**).

Methoden: Primär: Qualitative Interviews, je nach Fokus und Interesse: Analyse von Homepages, Medienanalysen.

Regionaler Fokus: Raum Zürich, ev. zusätzlich weitere Regionen in der Schweiz

Hast du Interesse an einer dieser Masterarbeiten? Dann melde dich per Mail bei Sara Landolt ([sara.landolt@geo.uzh.ch](mailto:sara.landolt@geo.uzh.ch)). Gerne können wir im Gespräch gemeinsam erörtern, wo die Schwerpunkte deiner Arbeit liegen sollen.

Zum Reinlesen:

Hallsén, S. & M. Karlsson (2019): Teacher or friend? Consumer narratives on private supplementary tutoring in Sweden as policy enactment. *Journal of Education Policy*, 34(5), 631-646.

Holloway, S-L. & H. Pimlott-Wilson (2021): Solo self-employment, entrepreneurial subjectivity and the security–precarity continuum: Evidence from private tutors in the supplementary education industry. *EPA: Economy and Space*, DOI: 10.1177/0308518X211009237