



## ABITURIENTENMATRIX 2010

### Studie zur Lebenssituation von Abiturienten

Die Abiturientenmatrix 2010 ist ein Kooperationsprojekt von dem Markt- und Trendforschungsinstitut EARSandEYES und dem UNICUM Verlag.

Die erste Erhebungswelle fand im Jahr 2004 statt, die zweite Welle folgte drei Jahre später (2007).

In der diesjährigen Studie werden die Veränderungen in der Schülerschaft im Zeitverlauf der letzten sechs Jahre dargestellt.

Zielgruppe für diese Untersuchung sind Gymnasiasten im Alter von 12 bis 20 Jahren bundesweit.

Das Sample wird jeweils aus dem EARSandEYES Accesspool rekrutiert und per E-Mail zu einer Befragung mittels Online-Fragebogen eingeladen. Die angehenden Abiturienten haben dann die Möglichkeit, den Fragebogen zu einem selbst gewählten Zeitpunkt über den Server von EARSandEYES auszufüllen.

Inhaltlich beschäftigt sich die Abiturientenmatrix mit dem Leben und den Einstellungen von Gymnasiasten.

Zum einen wird näher beleuchtet, wie die Lernsituation an deutschen Schulen momentan wahrgenommen wird, wie die Vorbereitung auf das spätere Berufsleben erfolgt und welche konkreten Berufswünsche und Zukunftsvorstellungen die Schüler haben.

Zum anderen erfasst die Studie das Markenbewusstsein der Jugendlichen, das Mediennutzungsverhalten und ihre bevorzugten Freizeitaktivitäten.

Als besonderes Special zur aktuellen Abiturientenmatrix 2010 erscheint eine Beilage zum Thema „Web 2.0 & Social Networks“, in der auf die Internetaktivitäten der Schüler in der heutigen Zeit eingegangen wird. Inwieweit haben Neue Medien Einzug in den Schulalltag gehalten? Leben die Schüler heutzutage mehr in virtuellen als in realen Welten? Wie bewusst gehen sie mit dem Schutz ihrer Privatsphäre im Netz um?



Die Studie ist so konzipiert, dass ein Vergleich mit den Erhebungswellen 2004 und 2007 möglich ist, neue bzw. aktuelle Fragestellungen aber trotzdem aufgenommen werden können. Auf diese Weise wird den dynamischen Entwicklungen im Schülerleben Rechnung getragen.

Die Studie besteht aus einem mit Graphiken aufbereiteten Berichtsteil und einer CD mit sämtlichen Einzelergebnissen nach soziodemographischen Merkmalen segmentiert.

#### STUDIENSTECKBRIEF

**Zielgruppe/ Stichprobe:**

n = 1.000 Schüler im Alter von 12 bis 20 Jahren, die planen Abitur zu machen

**Erhebungsmethode:**

Online-Fragebogen

**Erhebungszeitraum:**

voraussichtlich Mai 2010

**Erscheinungstermin:**

01.11.2010

**Studienpreis:**

Subskriptionspreis von € 490,- (bis zum Veröffentlichungstermin am 01.11.2010), danach € 590,-.

**Durchführendes Institut und Auftraggeber:**

EARSandEYES GmbH Markt- und Trendforschung (Hamburg) im Auftrag vom UNICUM Verlag GmbH (Bochum)