

Schülerbefragung 2018

Studienergebnisse

Weil uns mehr verbindet.



Einleitung.

Ausbildung oder Studium? Vollzeitstudium oder duales Studium? Und in welchem Bereich? Noch nie gab es so viele Möglichkeiten wie heute. Das ist für Schüler, die am Anfang ihres beruflichen Lebens stehen, natürlich super. Doch welcher Weg ist der richtige? Weil es so viele Angebote gibt, ist diese Entscheidung nicht immer leicht. Informationen zur Orientierung sind dabei das A und O. Wie und wo holen sich Schüler diese Informationen? Auf welchem Weg möchten sie die Informationen am liebsten bekommen? Antworten dazu liefert die vorliegende deutschlandweite Schülerbefragung 2018.

Management Summary I.

1	Bei der allgemeinen Nutzung von sozialen Netzwerken stagniert zwischen den Befragungen 2017 und 2018 Instagram, youTube und WhatsApp. Im Gegensatz dazu nutzen 2018 generell Facebook 15 % weniger Schüler als noch 2017.
2	Bei der Nutzung von sozialen Netzwerken zu Karrierethemen liegen Instagram und youTube vorne und legen im Vergleich zu 2017 noch leicht zu. Bei der Nutzung von Facebook lässt sich auch hier feststellen, dass sich 2018 9 % weniger Schüler als noch 2017 über Facebook solche Informationen wünschen.
3	Google und die Jobbörse der Agentur für Arbeit sind auch 2018 die Online-Portale mit der höchsten Nutzung und beide legen minimal zu.
4	Veranstaltungen in der Schule sowie Ausbildungsmessen sind weiter von hoher Relevanz und legen beide um 3 bis 4 % zu. Bewerbertrainings sowie die Berufsberatung der Agentur für Arbeit sind zwar leicht in der Relevanz gesunken, jedoch weiterhin wichtige Kanäle.
5	Printmedien sind weiterhin deutlich gefragt. Zeitschriften in der Schule sowie Broschüren von Unternehmen erreichen auch 2018 wieder die höchsten Werte.

Management Summary II.

1

Videos von Mitarbeitern und Unternehmen sind für 70 % der Schüler relevante bis sehr relevante Informationsquellen, um sich über unterschiedliche Berufsfelder zu informieren.

2

Werbung im öffentlichen Personennahverkehr und InApp Advertising werden 2018 stärker wahrgenommen als noch 2017.

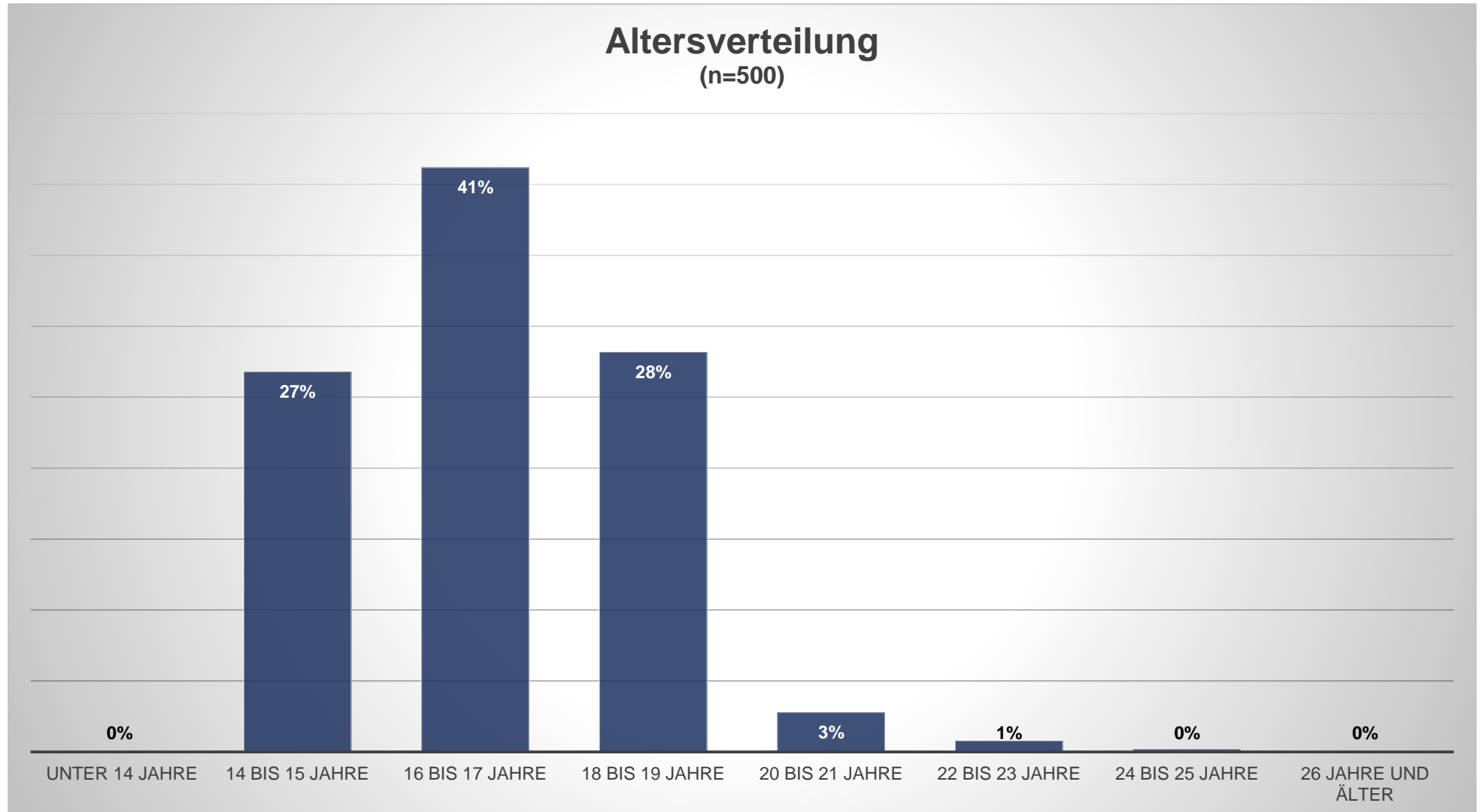
3

Neben Eltern, Familie, Freunden und Bekannten sind Unternehmensvertreter weiterhin bedeutende Austauschpartner in der Berufsorientierung. Dagegen nehmen Lehrer in ihrer Relevanz als Austauschpartner in der Berufsorientierung leicht ab.

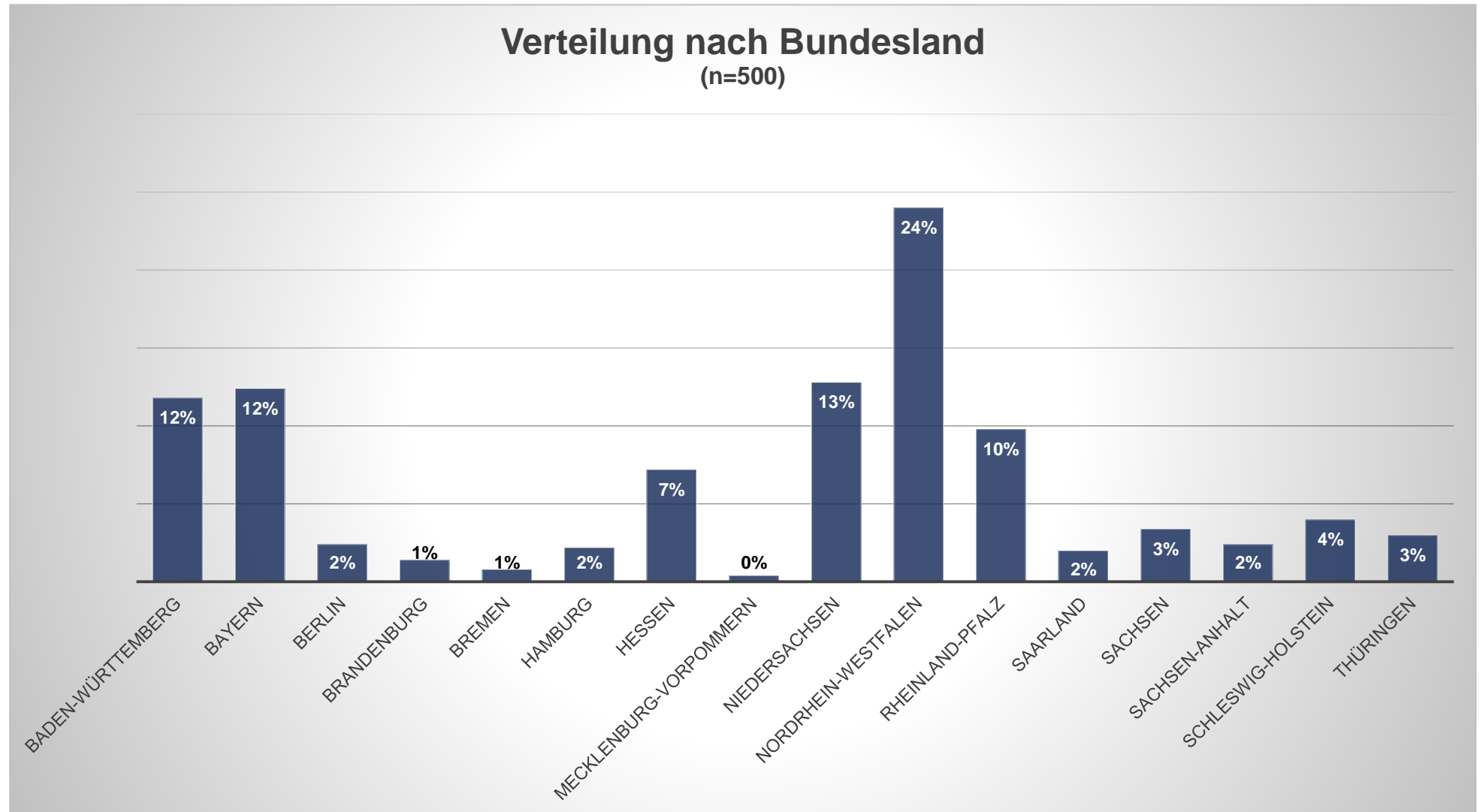
Factsheet Studiendesign.

- Instrument: Standardisierter Online-Fragebogen
- Zielsetzung: Erkenntnisgewinnung zu den Informationskanälen von Schülern in der Berufsorientierung
- Feldzugang: Online-Marktforschungsplattform „mingle“ der respondi AG
- Zielgruppe: Schüler
- Dauer der Feldphase: 14. bis 25. Mai 2018
- Repräsentative Ergebnisse:
 - Geschlecht (männlich 50,8%, weiblich 49,2%),
 - Nielsen NWSE (N: 21,3%, O: 11,2%, S: 44,4%, W: 23,3%)
 - n=500

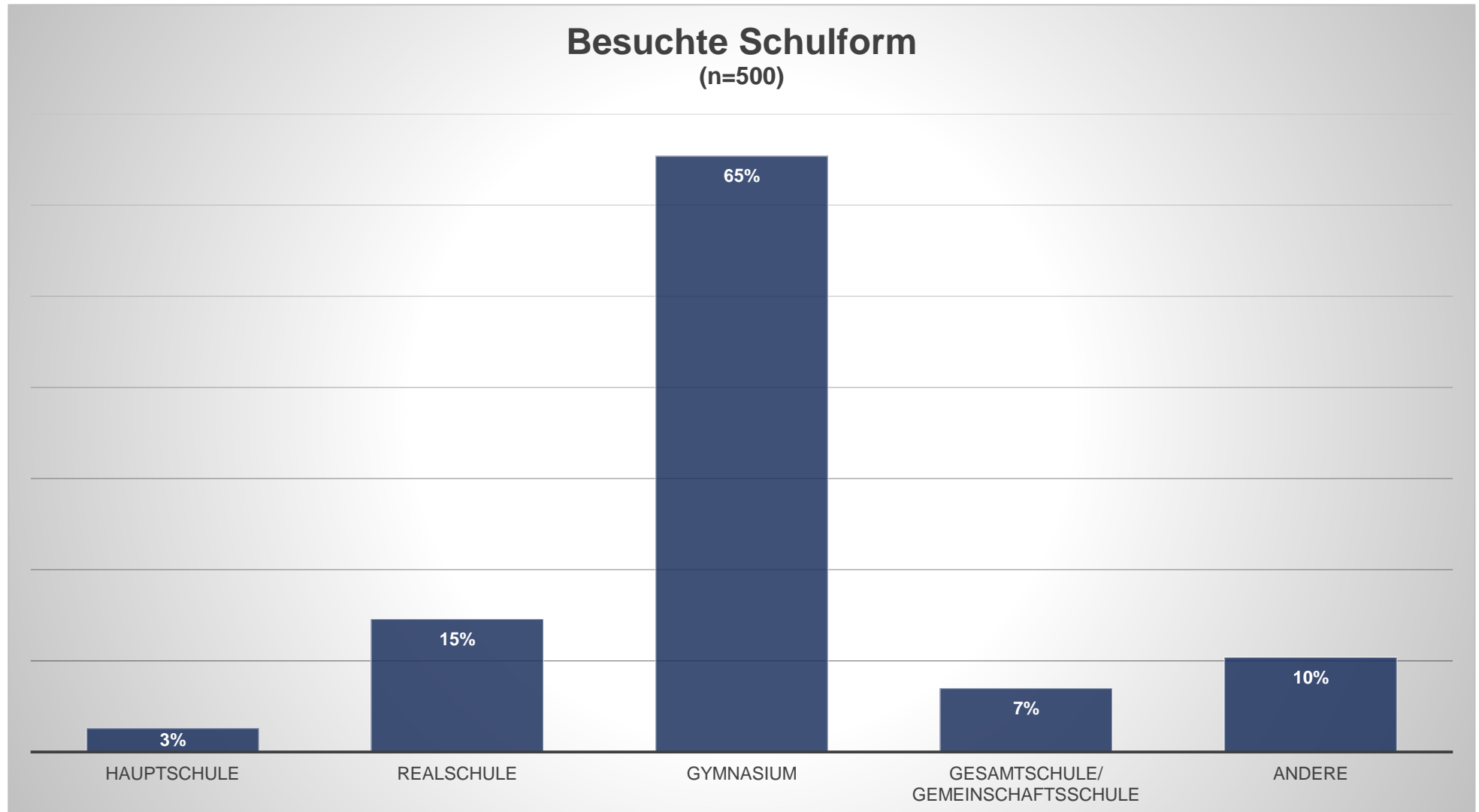
Altersverteilung.



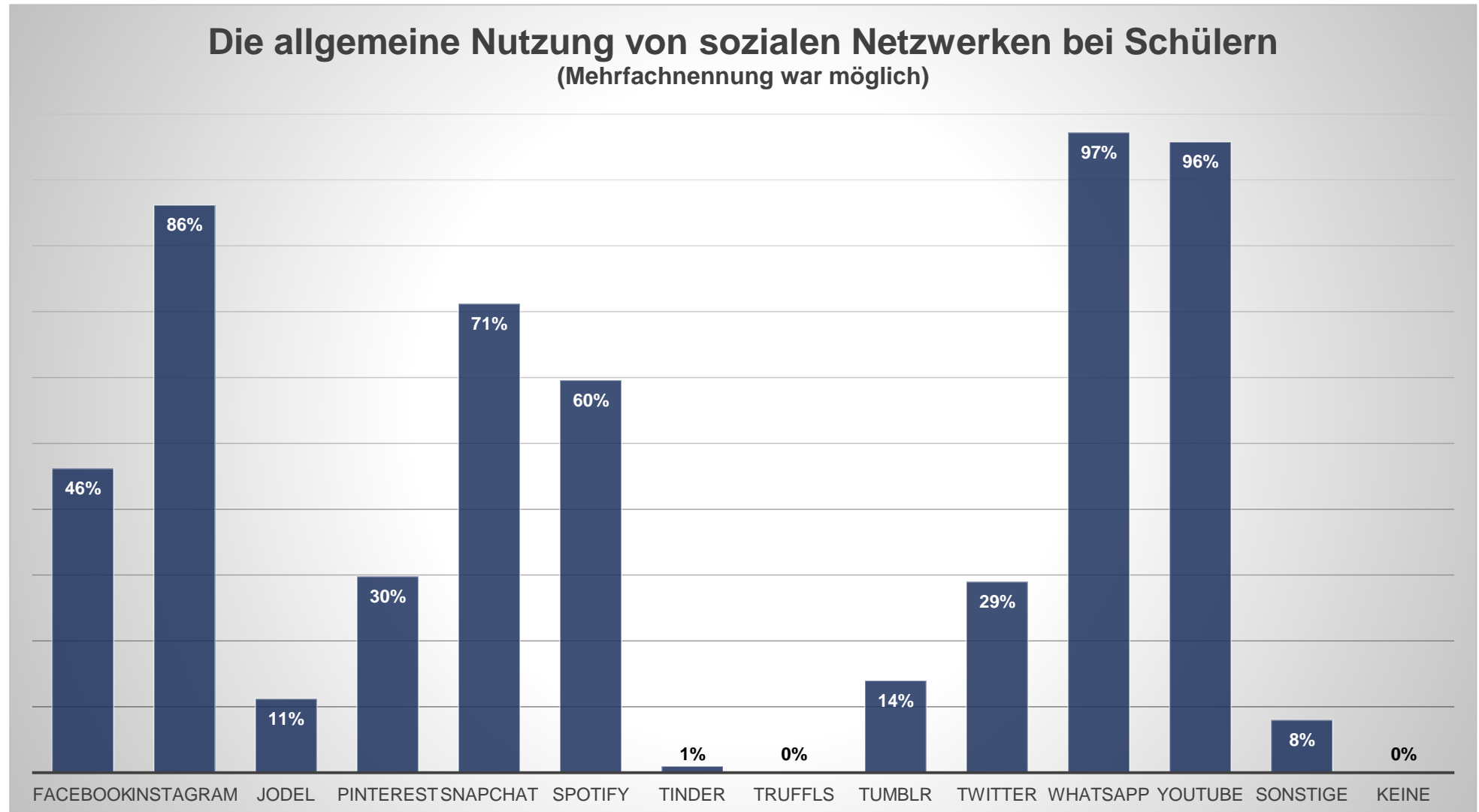
Regionale Verteilung.



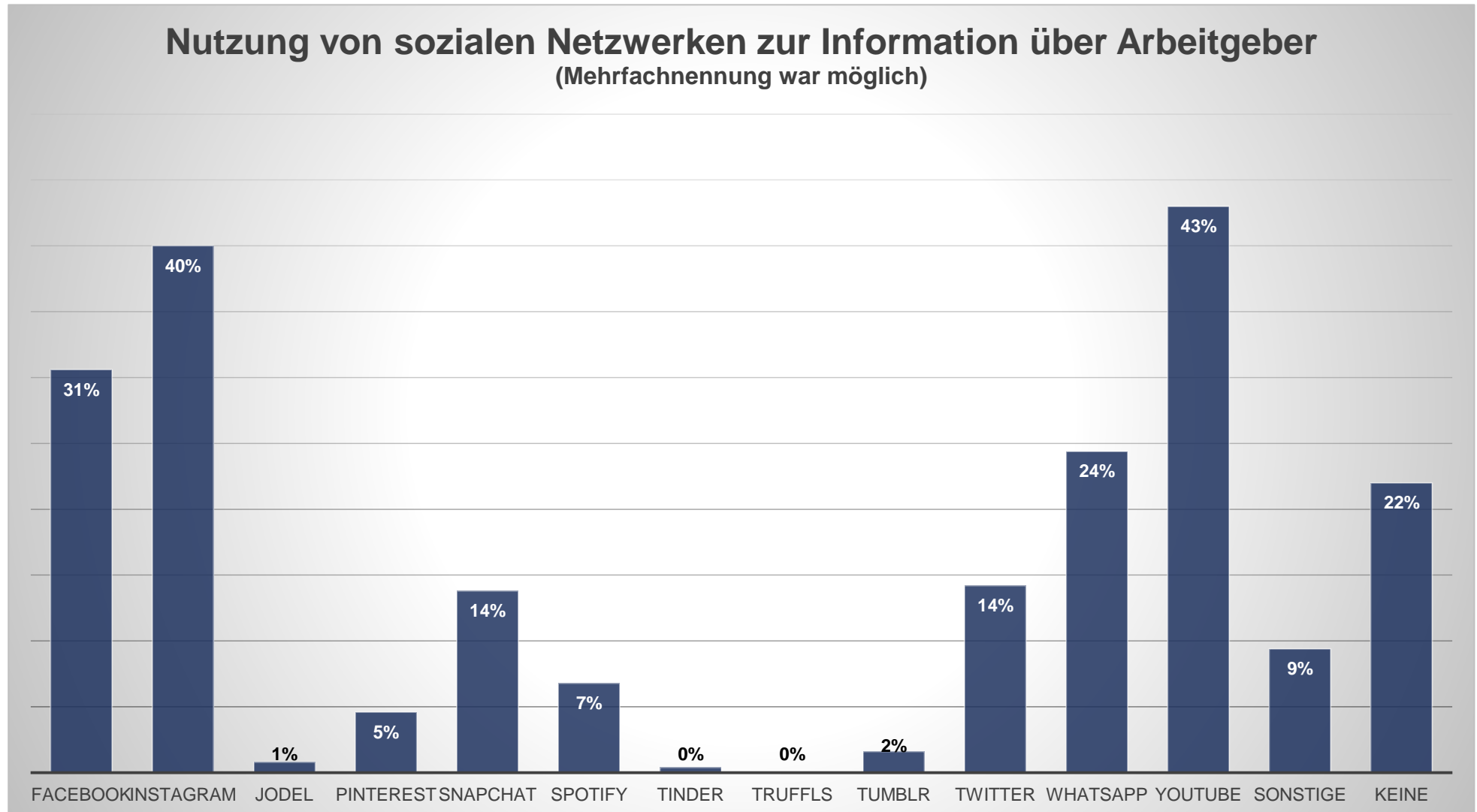
Gymnasium die beliebteste Schulform.



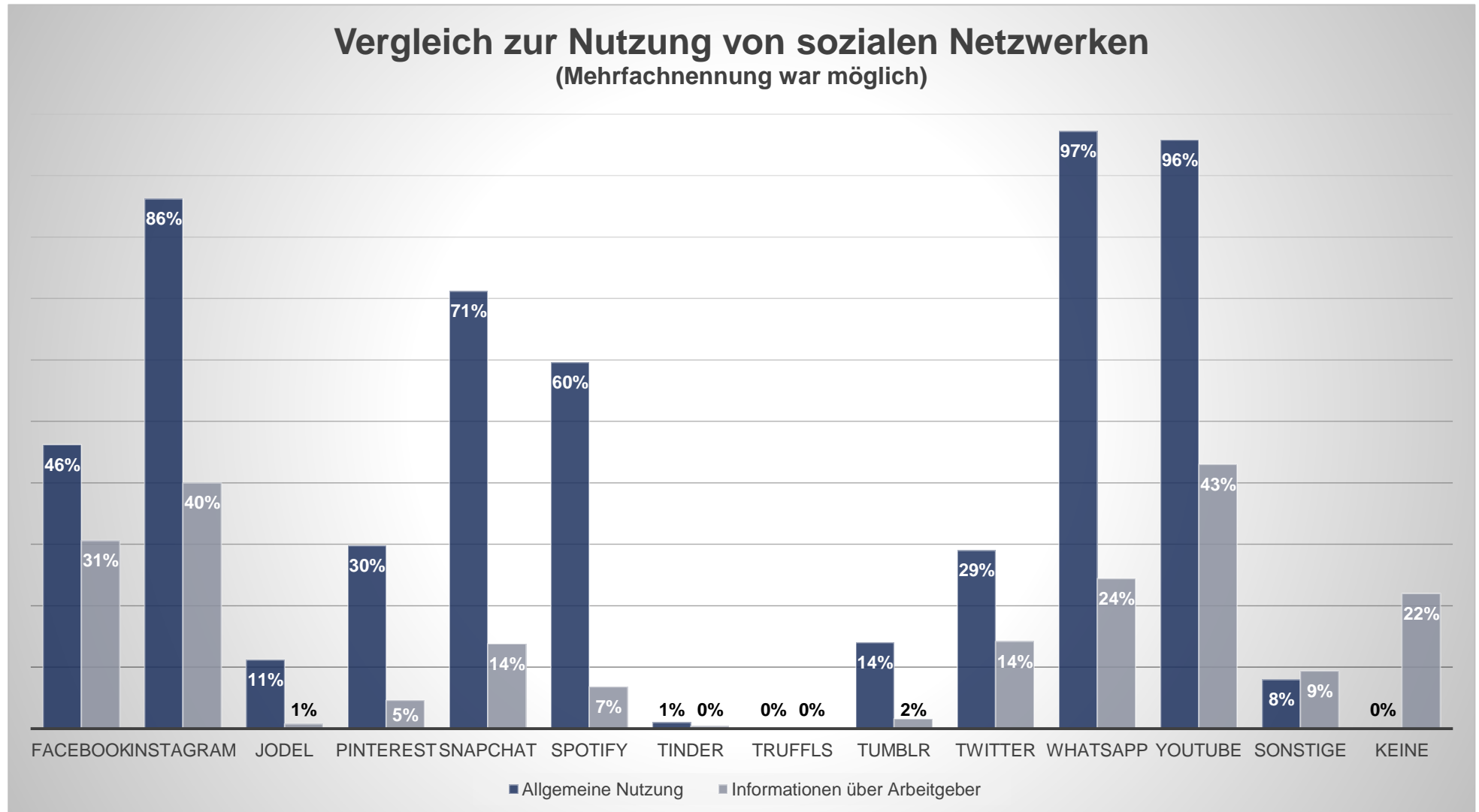
WhatsApp, youTube und Instagram sind die beliebtesten sozialen Netzwerke.



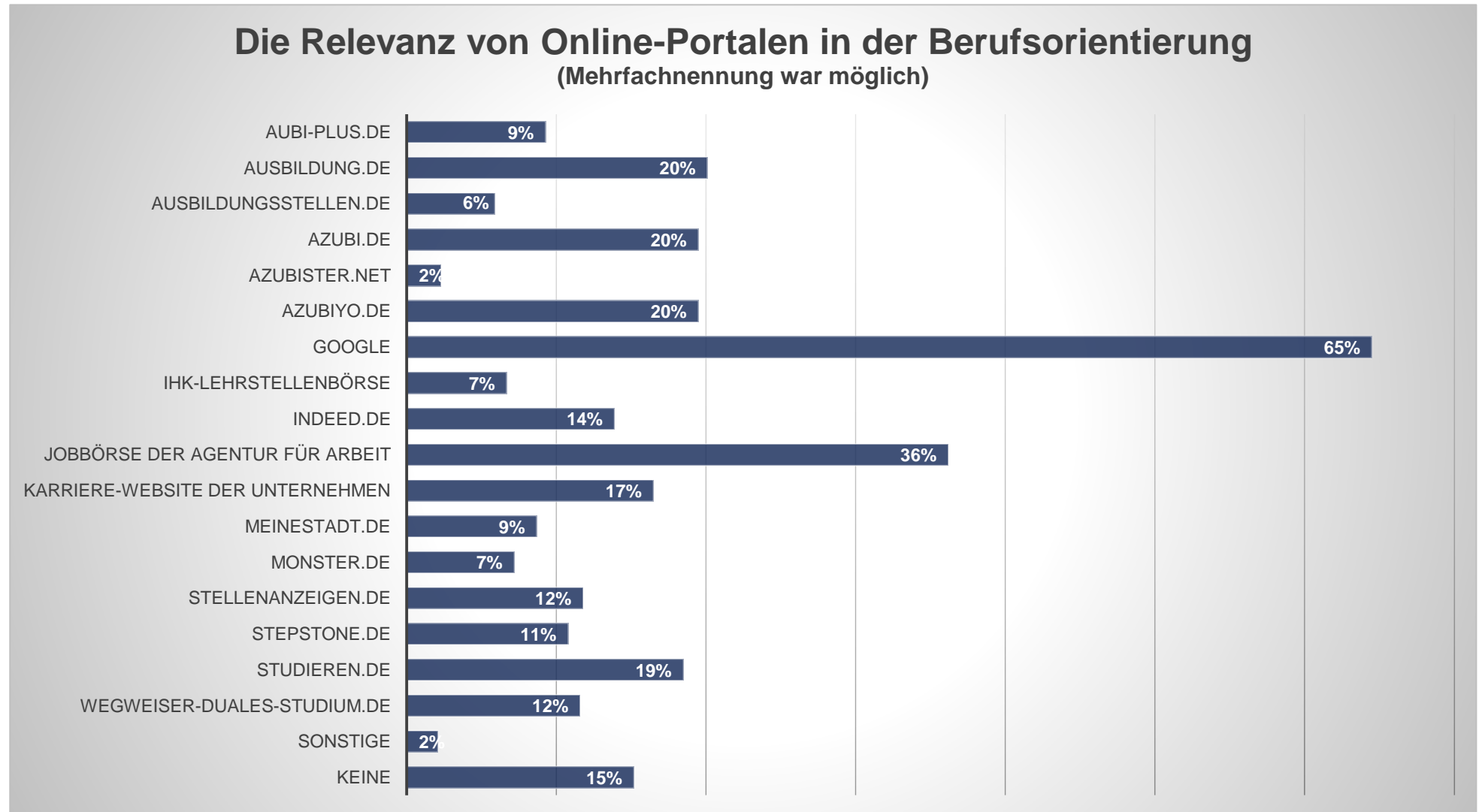
youTube und Instagram werden für Karrierethemen genutzt.



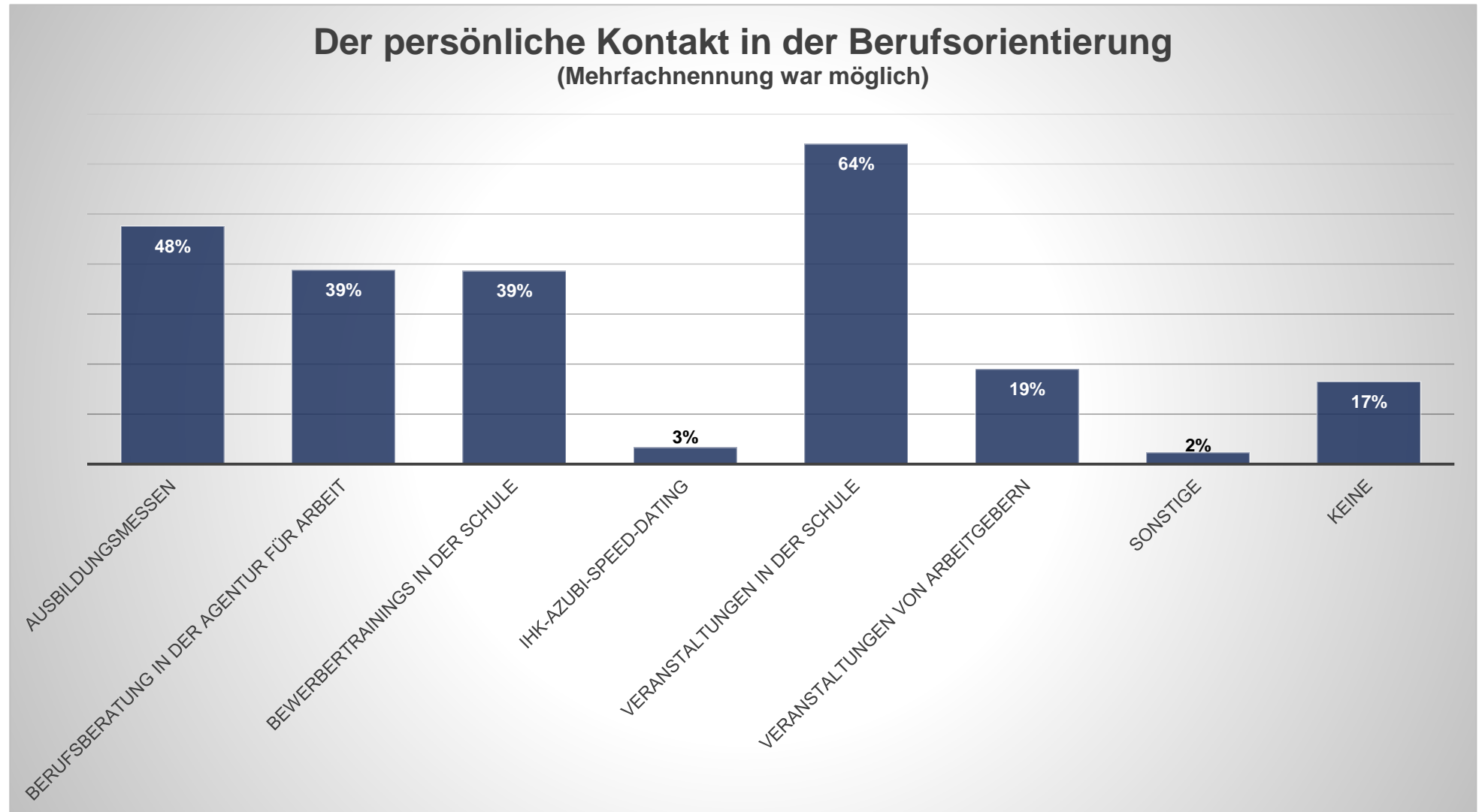
Differenzen in der Nutzung von sozialen Netzwerken.



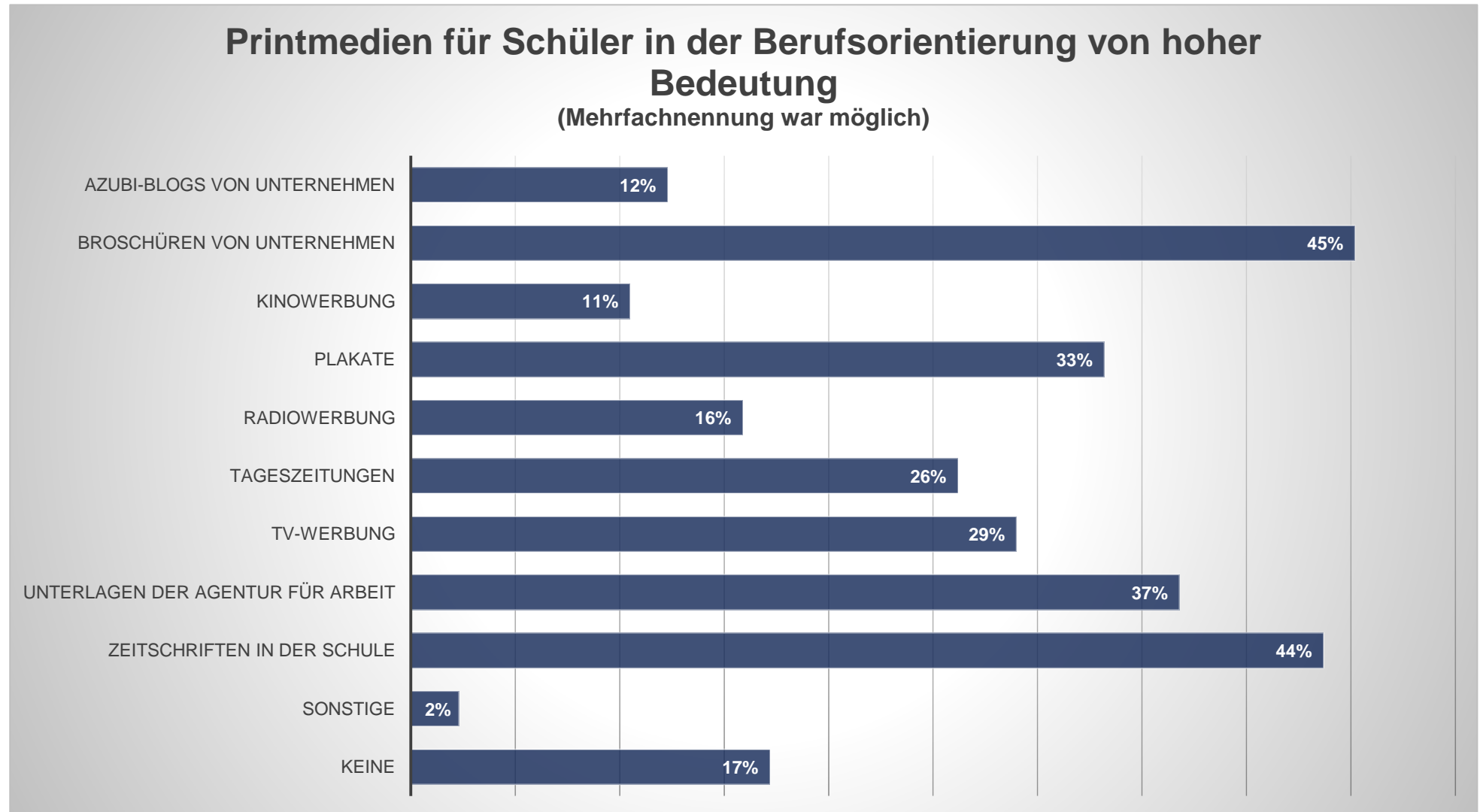
Google und die Jobbörse der Agentur für Arbeit deutlich vorne.



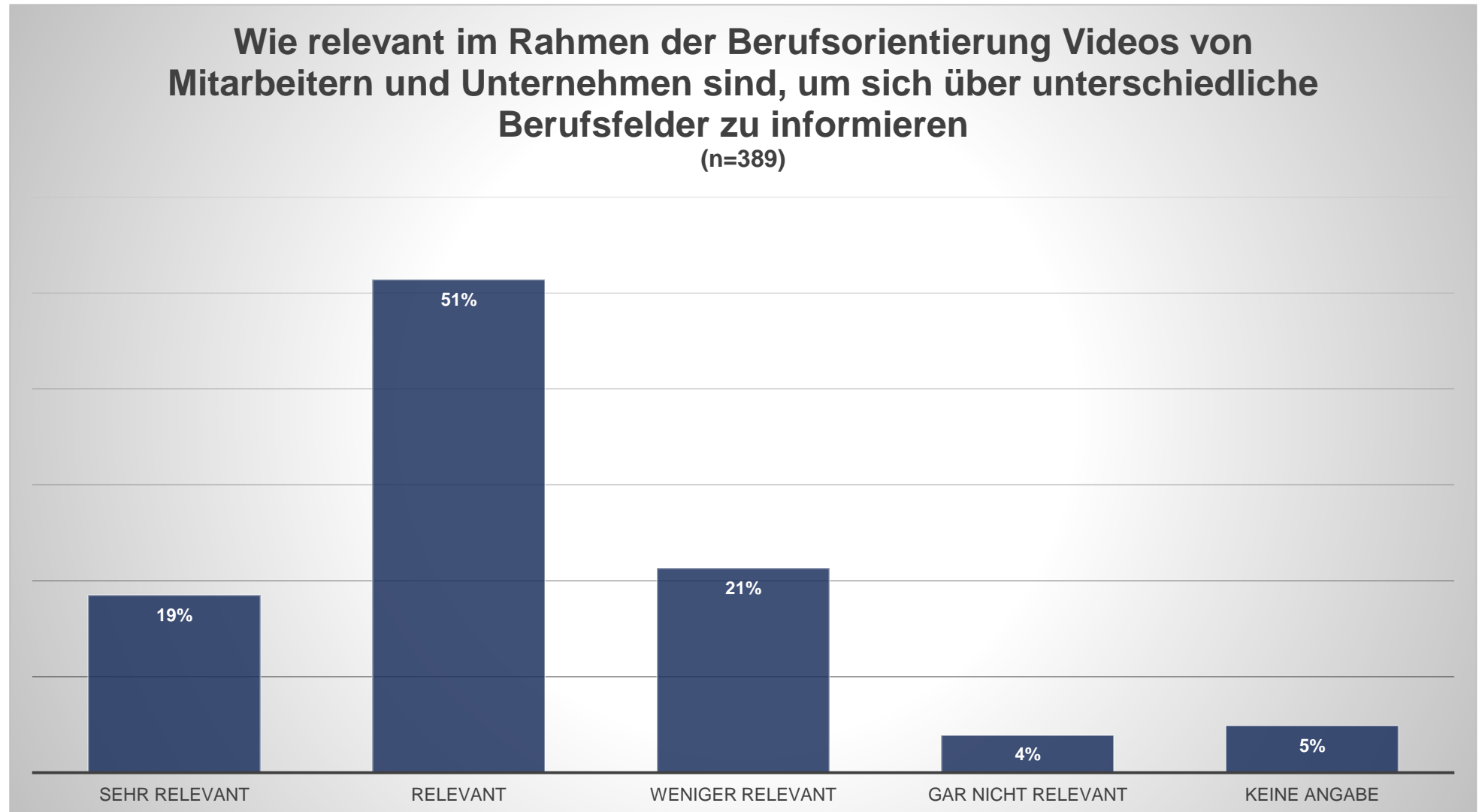
Veranstaltungen in der Schule und Ausbildungsmessen sind bedeutsam.



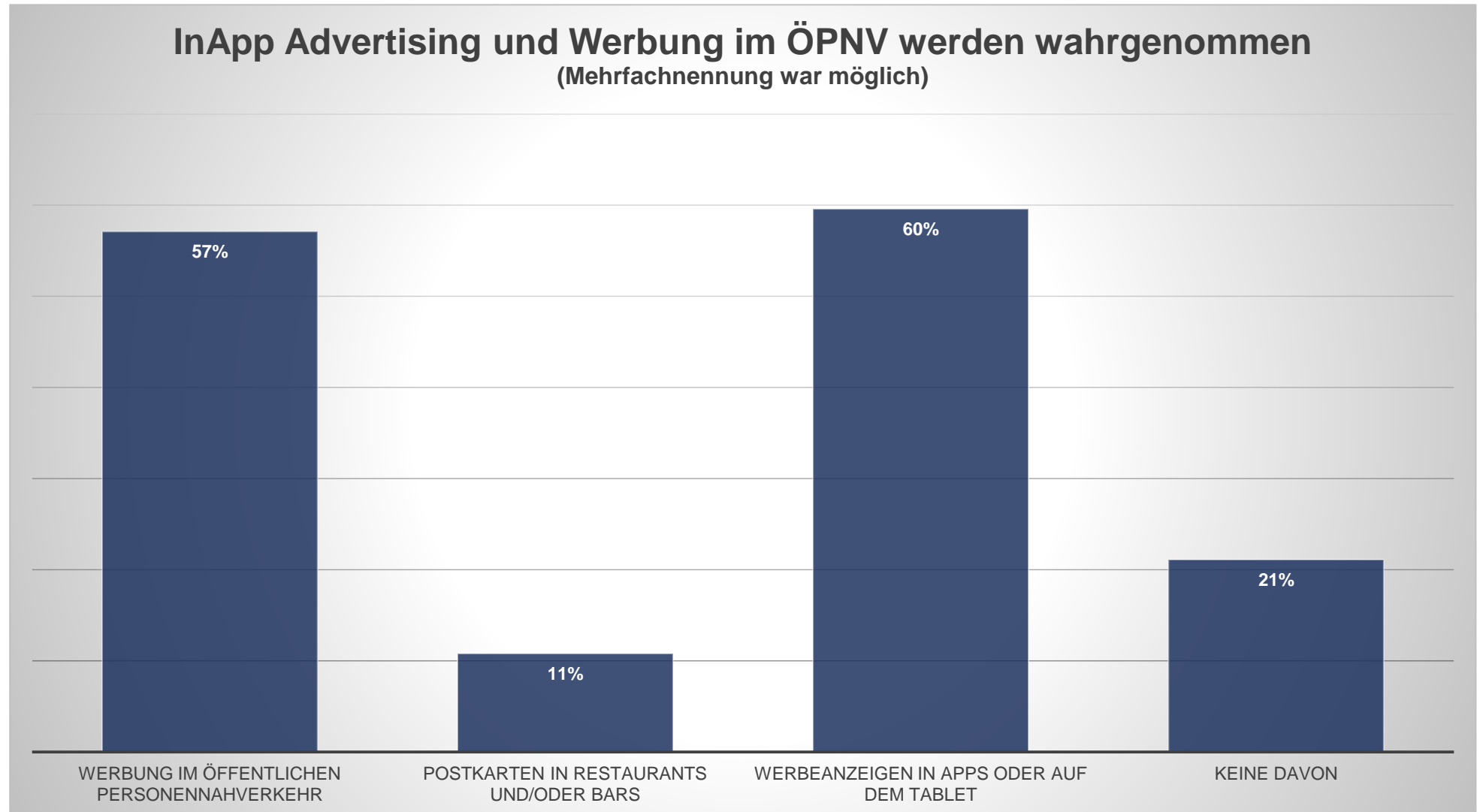
Broschüren und Printmedien sind relevante Medien.



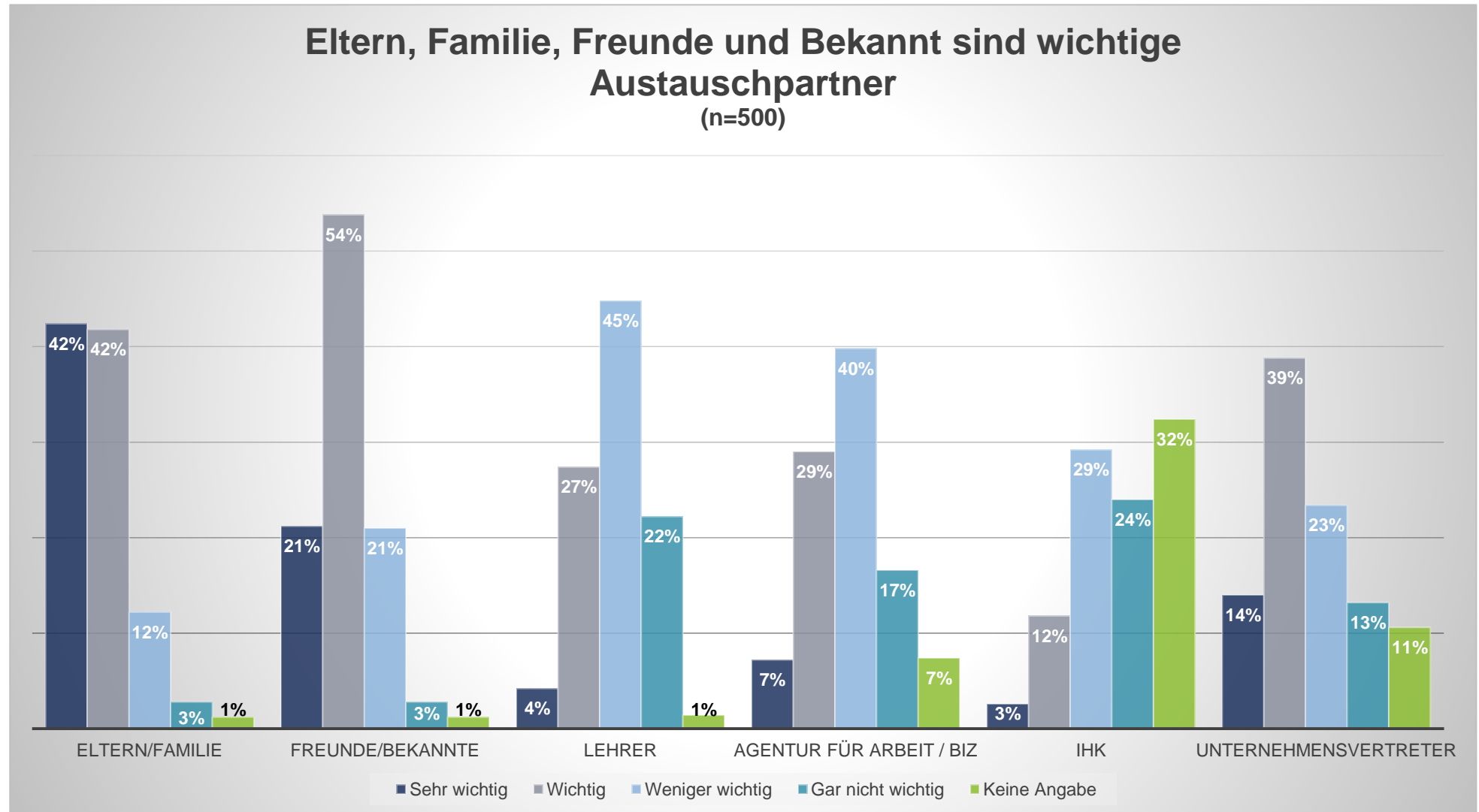
Videos haben eine hohe Relevanz zur Information über unterschiedliche Berufsfelder.



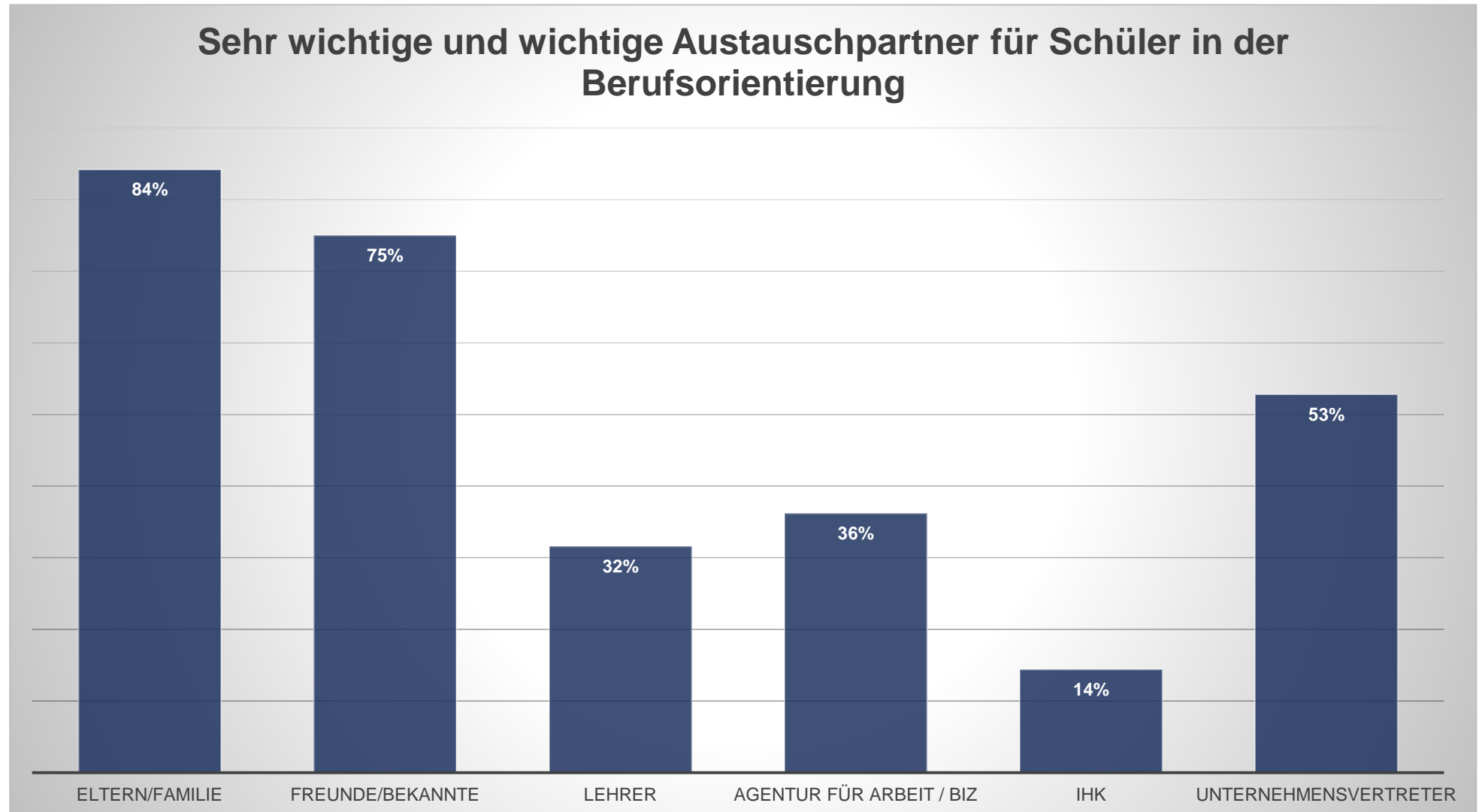
InApp Advertising und Werbung im ÖPNV werden wahrgenommen.



Bedeutsame Austauschpartner in der Berufsorientierung.



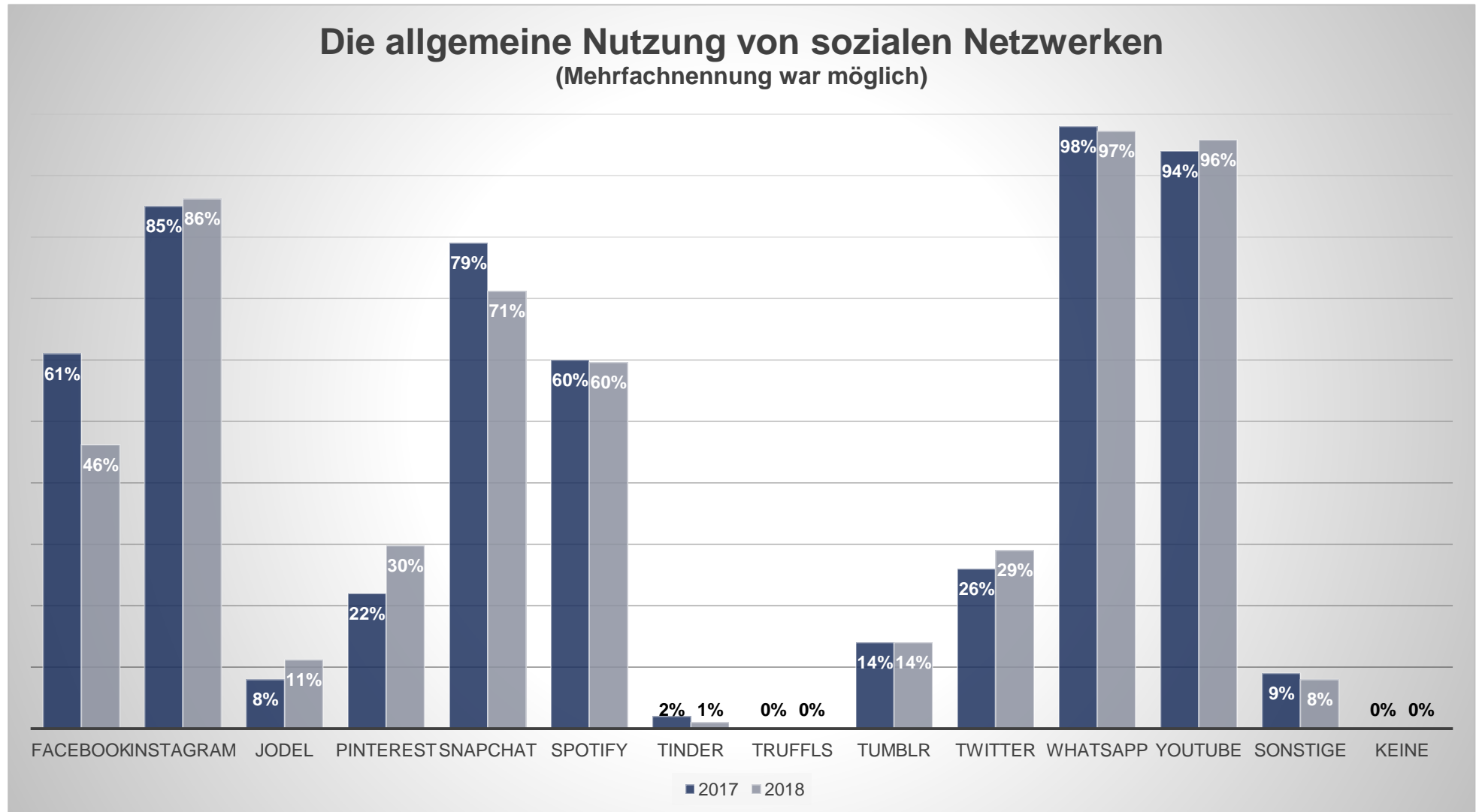
Unternehmensvertreter sind nicht zu unterschätzen.



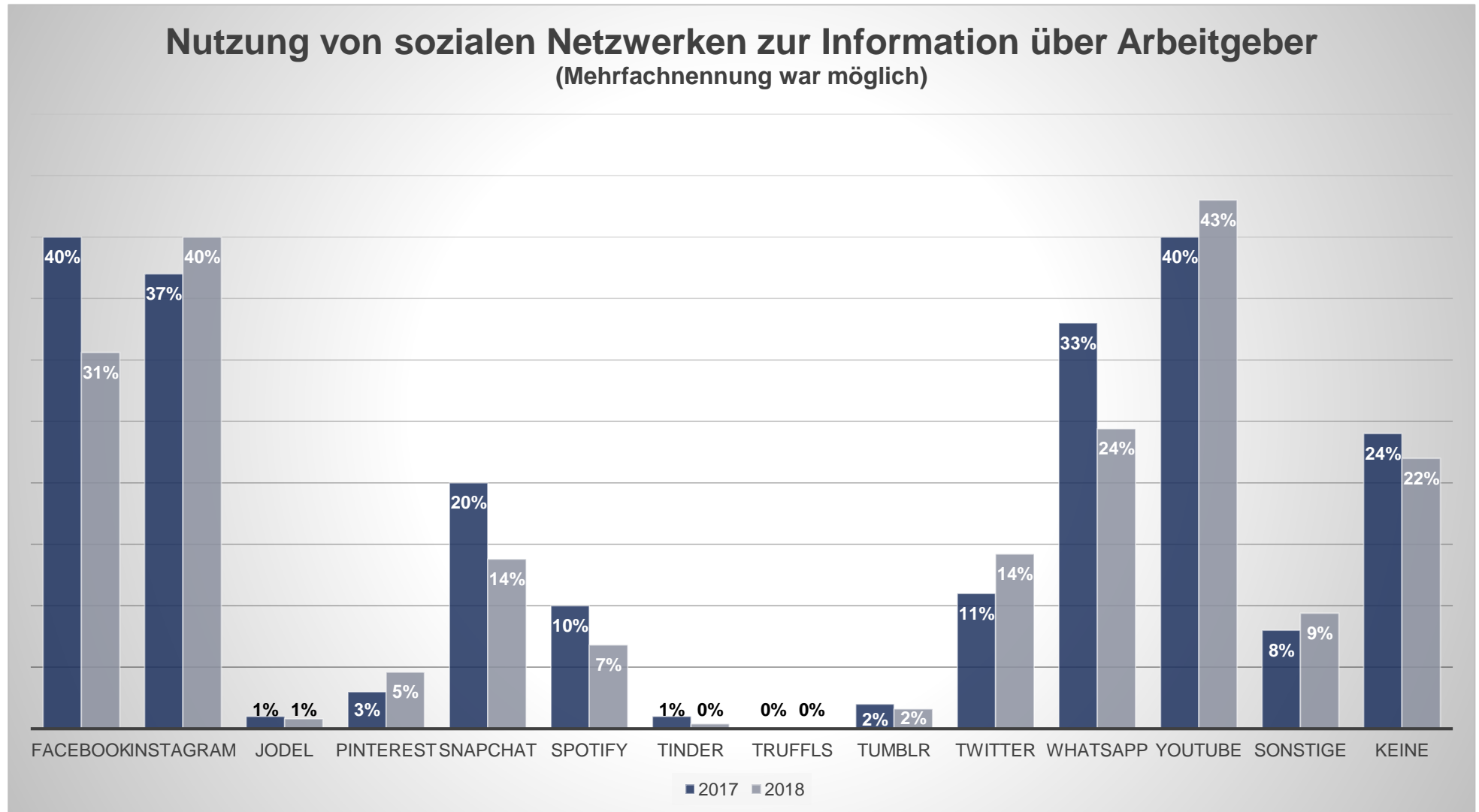
Schülerbefragung

Vergleich der Ergebnisse
2017 - 2018

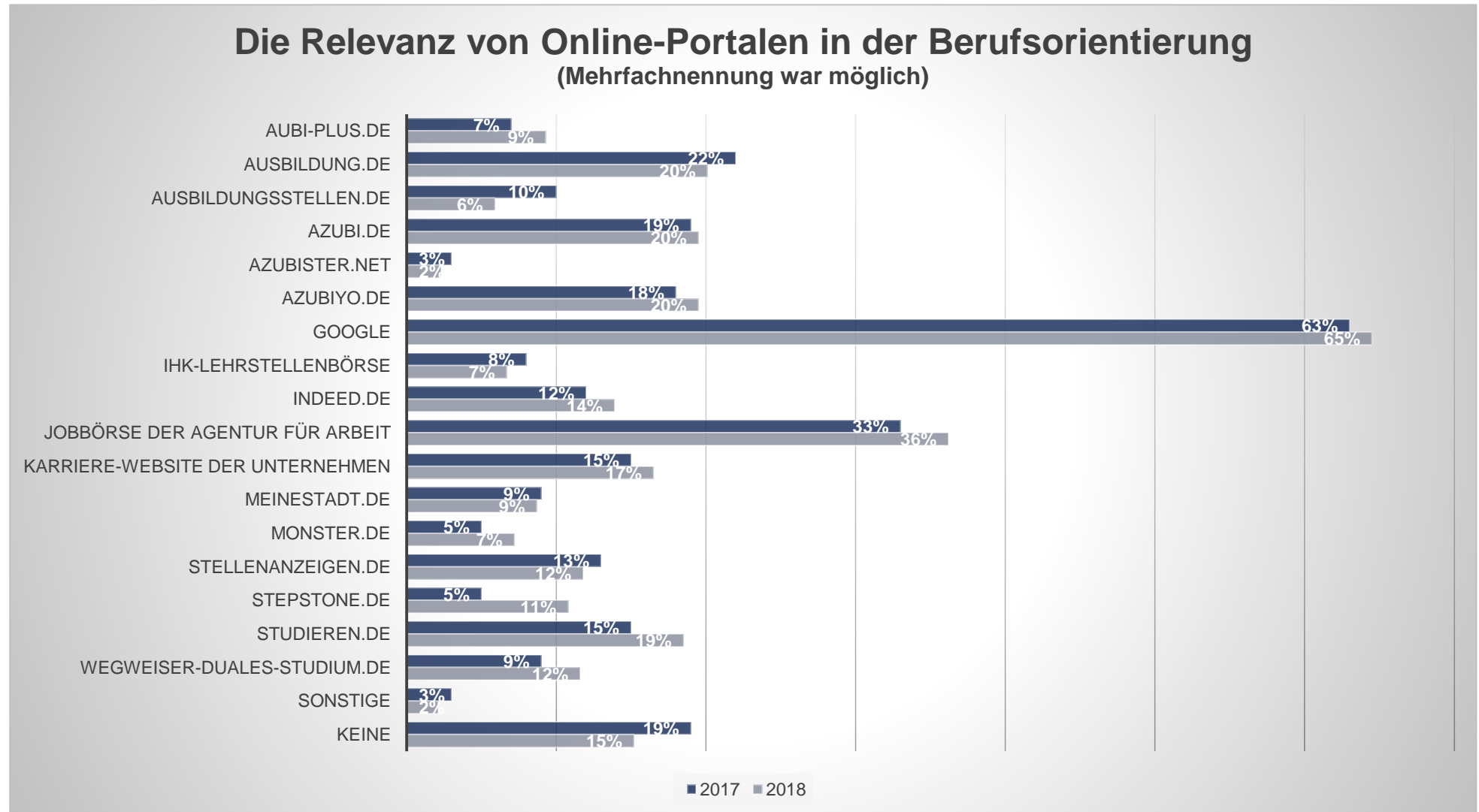
Facebook verliert in der Bedeutung für Schüler.



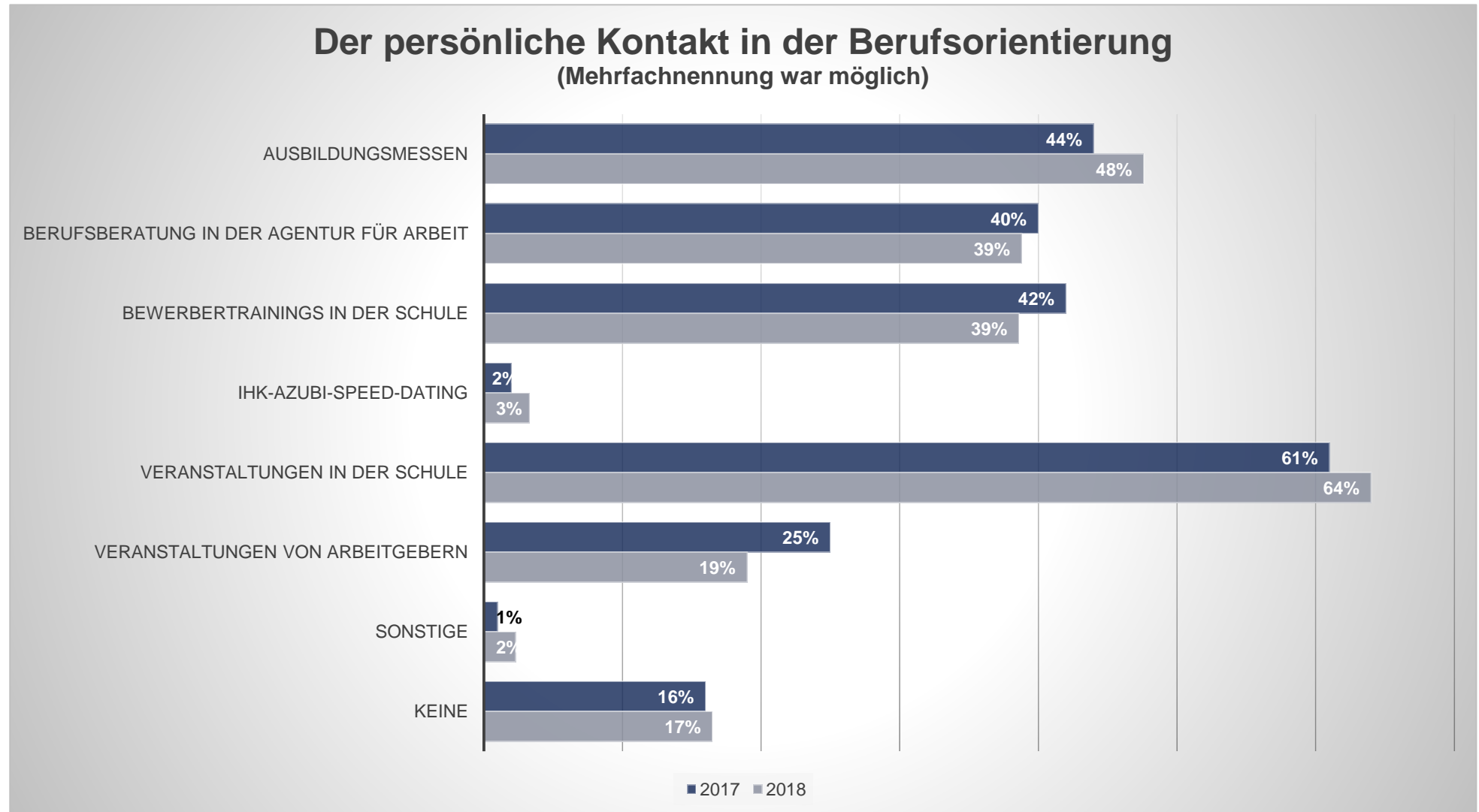
youTube und Instagram legen bei Karrierethemen zu.



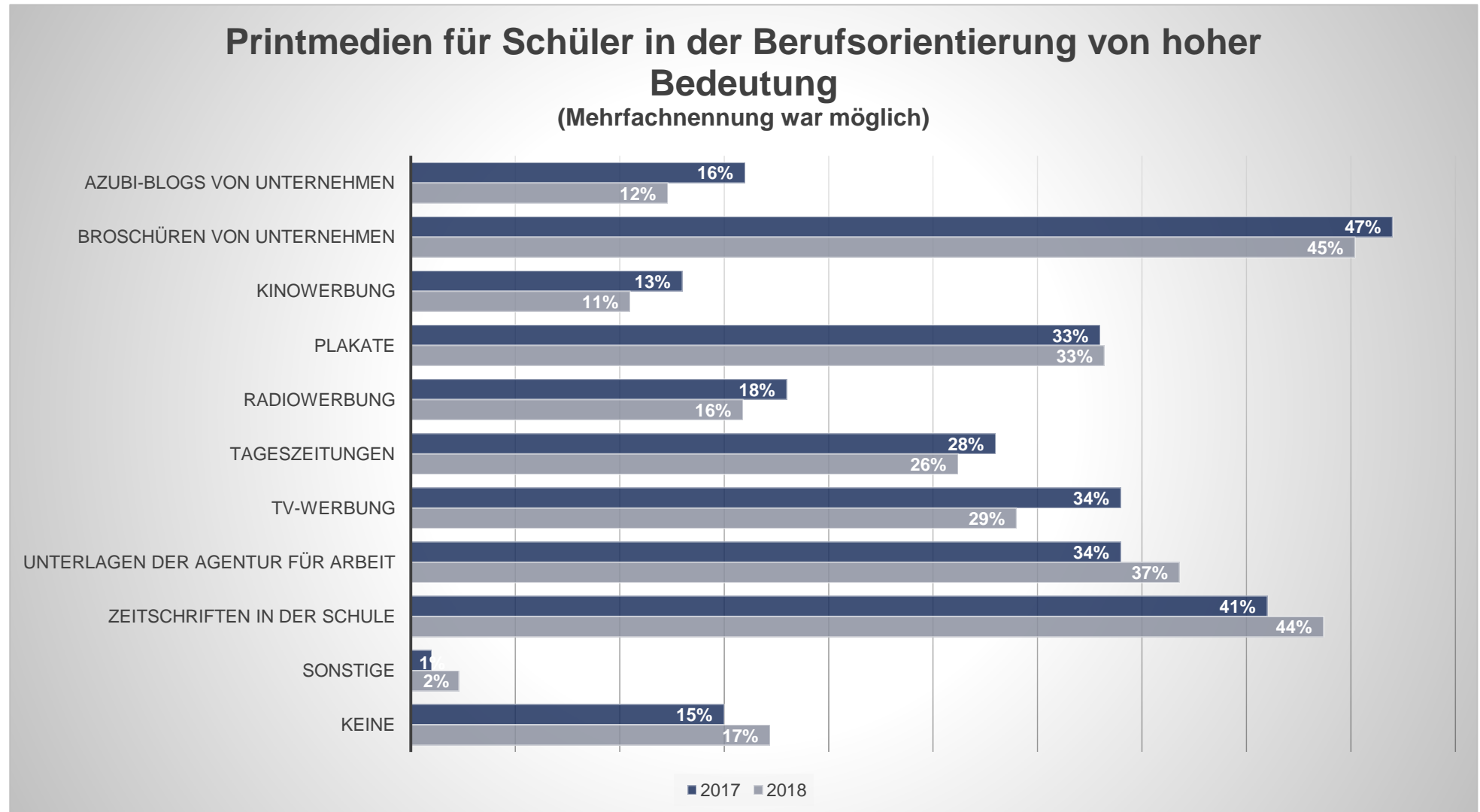
Google und die Jobbörse der Agentur für Arbeit weiterhin deutlich vorne.



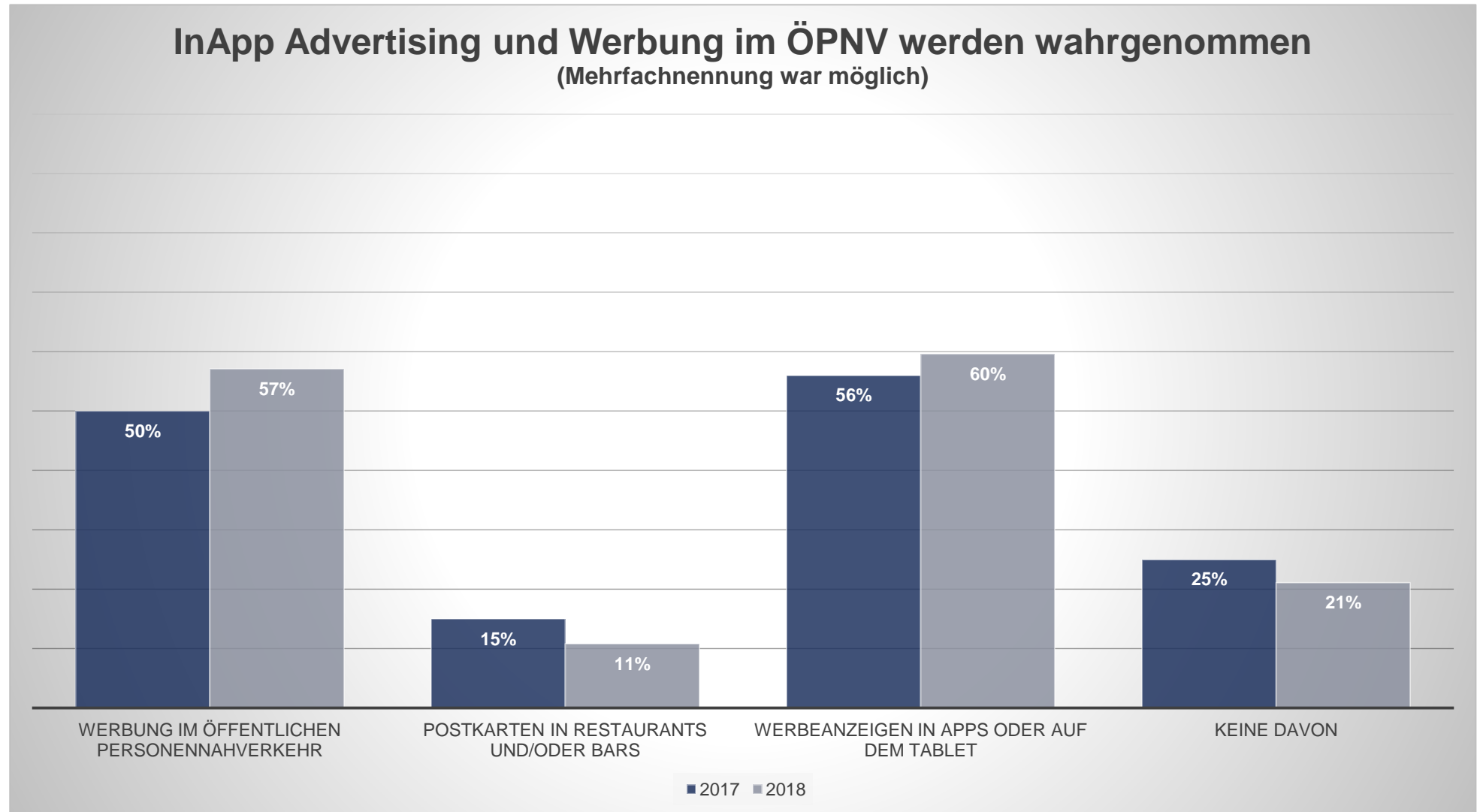
Veranstaltungen in der Schule und Ausbildungsmessen steigen in der Bedeutung.



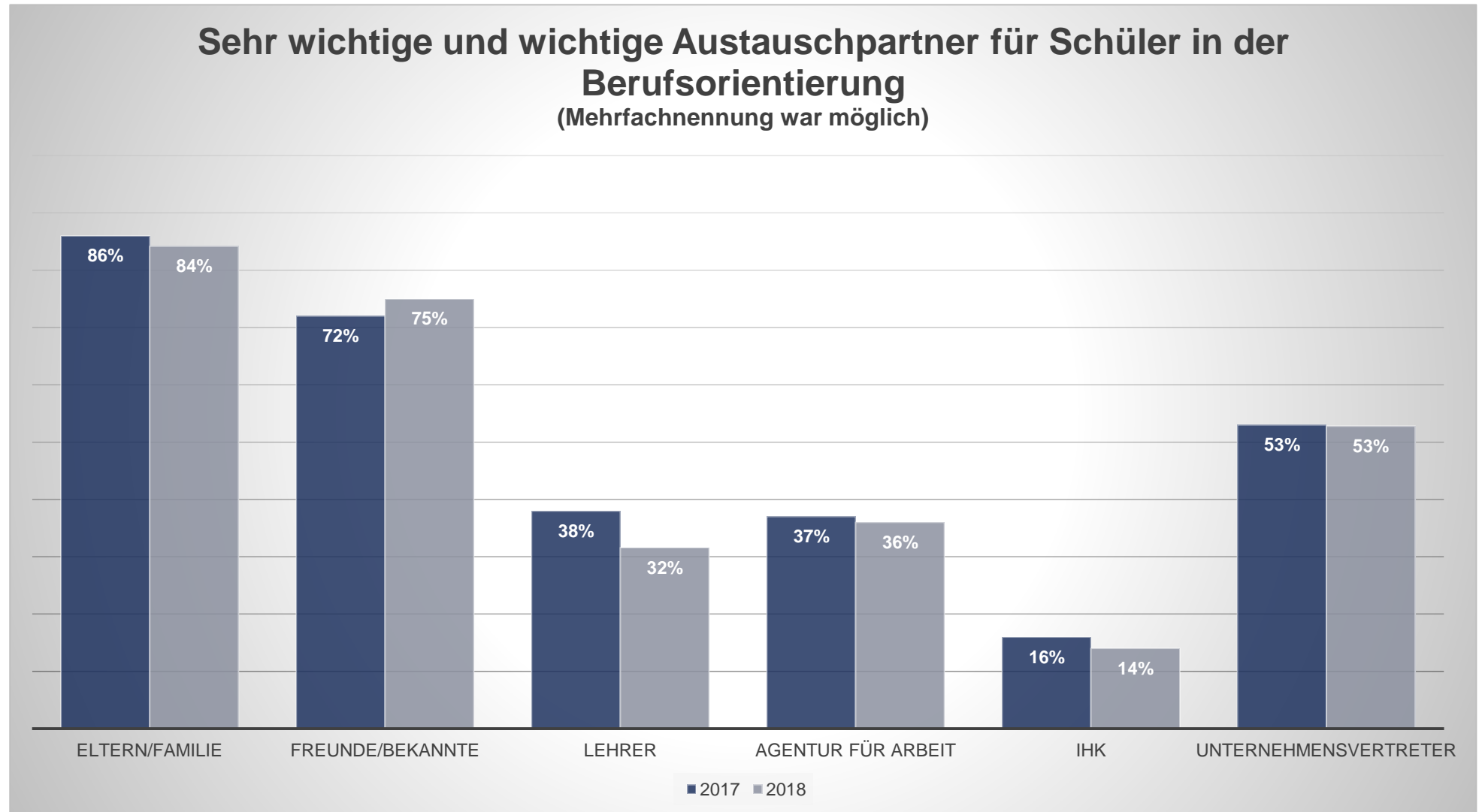
Broschüren und Printmedien auch weiterhin beliebte Medien.



Die Wahrnehmungen von InApp Advertising und Werbung im ÖPNV steigt an.



Bedeutsame Austauschpartner in der Berufsorientierung.



Ihr persönlicher Ansprechpartner:



E-Mail

alexander.hohaus@apobank.de



Telefon

+49 211 5998 2686

+49 151 18 04 54 21



Deutsche Apotheker- und Ärztebank

Personalmarketing

Richard-Oskar-Mattern-Straße 6

40547 Düsseldorf

Alexander Hohaus

Referent Personalmarketing

