



persbericht

HET GROTE BACK TO SCHOOL-ONDERZOEK

88% JONGEREN VERKNOCHT AAN PAPIEREN SCHOOLAGENDA

Kwart jongeren nieuwe schoolagenda al in huis

Amsterdam, 31 mei 2016 – Terwijl het nieuwe schooljaar nog maanden op zich laat wachten, oriënteren scholieren zich nu al op de must haves voor het komende jaar. Uit onderzoek van HEMA onder ruim 1.000 jongeren blijkt dat maar liefst een kwart van hen (24%) de agenda voor komend schooljaar nu al in huis heeft. Jongeren lijken steeds vroeger in de ban van het nieuwe schooljaar, waarbij de papieren schoolagenda extreem populair blijft. Hoewel het onderwijs in rap tempo digitaliseert, maakt 88% van alle Nederlandse scholieren komend schooljaar gewoon gebruik van de ‘traditionele’ schoolagenda. Waarom de papieren agenda onder jongeren nog steeds zó populair is? Voor 87% van hen is de agenda onderdeel van hun persoonlijke stijl en daarom onmisbaar. HEMA speelt hierop in door dit jaar het breedste assortiment schoolagenda’s aan te bieden.

Gemiddeld geven jongeren komend schooljaar 17 euro uit aan hun schoolagenda. Jongeren uit Overijssel lijken met 28 euro het meest te besteden aan een agenda, terwijl scholieren in Zeeland het met gemiddeld 11 euro moeten doen. Een vijfde (22%) van alle scholieren kiest de agenda die zij het leukst vindt, ongeacht de prijs.

Eigen agenda, eigen ding

Waarom de old school agenda het nog steeds wint van alle digitale oplossingen? Marry Jansen van HEMA zegt hierover: *“De agenda is een van de items waarmee je echt je eigen stijl kan neerzetten. We zien dat jongeren enorm de behoefte hebben zichzelf te onderscheiden door enerzijds wel of juist niet voor een merkagenda te kiezen en anderzijds, de schoolagenda die ze kiezen, te personaliseren. Met bijvoorbeeld stickers, washi-tape of stempels.”*

Customizen niet alleen voor meisjes

De kans is tegenwoordig wel heel klein dat jongeren met dezelfde agenda als hun klasgenoot op school rondlopen: 47% van de Nederlandse scholieren personaliseren – ook wel

customizen – hun schoolagenda om zo een eigen stijl te creëren. Niet alleen meisjes zijn daar bedreven in. Ook jongens customizen hun agenda met bijvoorbeeld stickers (37%), stempels (20%) en zelfs washi-tape (16%).

Ruimste keuze in schoolagenda's

Samengevat: jongeren willen zich met hun agenda van de rest kunnen onderscheiden. Hoe HEMA hierop inspeelt vertelt Marry Jansen: *“Om in deze wens te voorzien, presenteert HEMA de ruimste keuze in schoolagenda's. Naast agenda's kunnen jongeren met het overige schoolassortiment, dat vanaf 20 juni verkrijgbaar is in alle winkels, ook volop hun eigen stijl creëren. Ook organiseren we deze zomer workshops en bieden we online inspiratie!”*

Uit het onderzoek van HEMA komen nog meer opvallende resultaten naar voren, namelijk dat:

- de schoolagenda glansrijk op de eerste plaats staat, in de top vijf van de meest favoriete schoolartikelen (gevolgd door de schooltas, schriften, pennen en map).
- meer dan de helft (54%) van de Nederlandse jongeren tegenwoordig op een laptop in de klas werkt;
- 40% van de scholieren bijles volgt via YouTube;
- bijna de helft (43%) van de jongeren huiswerk per e-mail krijgt toegestuurd;
- slechts 12% van de jongeren huiswerk bijhoudt in een digitale agenda;
- 88% van de scholieren ernaar uitkijkt om een nieuwe agenda uit te zoeken (meisjes 93% versus jongens 81%);

Over HEMA

Sinds 1926 maakt HEMA het dagelijkse leven van haar klanten makkelijker en leuker. Met producten die opvallen door een goede kwaliteit, een goed ontwerp en een scherpe prijs. Daarnaast zijn de producten optimistisch in ontwerp, slim en geïnspireerd op het dagelijks leven. HEMA heeft bijna 700 winkels in 7 landen, 11.000 medewerkers en circa 32.000 producten en diensten. HEMA maakt elke dag op zijn leukst.

-EINDE PERSBERICHT-

NOOT VOOR REDACTIE / NIET VOOR PUBLICATIE

Neem voor meer informatie over het onderzoek contact op met Merktroubadour, Eva van Beurden of Rianne de Vries via pers@merktroubadour.nl of telefonisch via +31 6 40 63 24 60. De bijgevoegde infographics en foto's zijn rechtevrij te gebruiken voor publicatie.

Toelichting op het onderzoek

Het onderzoek is in opdracht van HEMA uitgevoerd onder 1018 jongeren tussen de 11 en 18

jaar en is representatief op geslacht. Het onderzoek is uitgevoerd door Novioresearch. Novioresearch werkt uitsluitend met gecertificeerde (internationale) onderzoeks- en veldwerkbureaus die zich committeren aan Esomar-richtlijnen en zijn aangesloten bij de Nederlandse Marktonderzoeksassociatie (MOA). Dit borgt de garantie voor onafhankelijkheid en kwaliteit van de dataverzameling.