



Emne: Energidrikke

Foretag en lokal markedsundersøgelse af unges forbrug af energidrikke i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Salget af energidrikke i Holbæk og omegn er stagnerende*
- *Den største målgruppe for energidrikke er unge i alderen 13-20 år.*
- *Det er overvejende håndværkere og ufaglærte der drikker Energidrikke*
- *Unge mennesker anser ikke energidrikke for at være usunde.*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag forbruget af energidrikke. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Snus

Foretag en lokal markedsundersøgelse af unges forbrug af snus i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Forbruget af Snus på Slottet er stigende.*
- *Hovedparten af snus-forbrugerne er tidligere rygere*
- *Ung mennesker anser ikke snus for at være problematisk ift. fremtidige helbredsproblemer.*

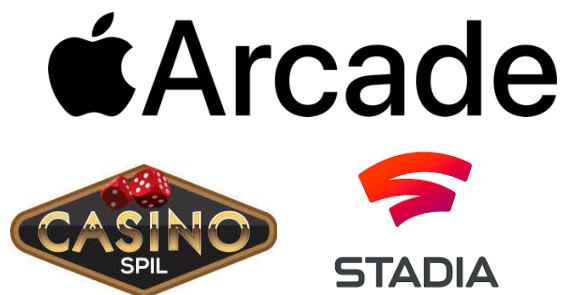
Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag forbruget af snus. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Spiltjenester

Foretag en markedsundersøgelse af danskernes brug af spiltjenester på nettet, blandt unge mellem 15 - 25 år, som er bosat i Holbæk og omegn

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Unge mellem 15-25 år anvender i stigende grad spiltjenester på nettet. (fx Google Stadia, Apple Arcade m.fl.)*
- *Mere end 60 % af unge danskerne bruger penge på en eller flere spiltjenester.*
- *Spiltjenester bruges i højere grad af mænd end kvinder.*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag forbruget af spilletjenester. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Sports- og Idrætsforeninger

Foretag en lokal markedsundersøgelse af danskernes brug af idrætsforeninger, sportsklubber og fitnesscentre i Holbæk og omegn – altså markedet for fysisk velvære, træning og sport.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Færre unge, mellem 16 - 30 år, er medlem af en lokal idrætsforening eller sportsklub.*
- *For piger fremstår idrætsforeninger og sportsklubber mere som nedslidte og umoderne, end for drenge.*
- *Mere end 50 % af de unge, ser større fordele ved at dyrke sport i fitnesscentre end i idrætsforeninger og sportsklubber.*
- *Fitness-bølgen er primært et resultat af en øget individualitet og/eller forfængelighed blandt unge.*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag idrætsforeningslivet. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Online betting

Foretag en markedsundersøgelse af danskernes brug af bettingsites, blandt unge mellem 15 - 25 år, som er bosat i Holbæk og omegn

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Starter man på at 'bette' på fodboldkampe eller lignende vædemål før man er fyldt 18 år, fortsætter man med det resten af sit liv.*
- *Mindst 10% af alle unge under 18 år har en betting konto.*
- *Der er ingen sammenhæng mellem udviklingen af luttomani og at have en konto hos godkendte spil/betting udbydere*
- *Der er stor sammenhæng mellem at 'bette' og aktivt at dyrke/have dyrket en sport*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag forbruget af spil/vædemål. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Madpakker

Foretag en markedsundersøgelse af frokostvaner på Slotshaven Gymnasium.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Pigerne på Slotshaven har oftere madpakke med end drengene.*
- *Sund og varieret kost er ikke på agendaen blandt eleverne på Slotshaven*
- *Drengene på Slotshaven har i gennemsnit dobbelt så stor et kantineforbrug end pigerne.*
- *Der er procentuelt flere lærere som køber mad til frokost end elever.*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag madpakken. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Onlineshopping af tøj

Foretag en lokal markedsanalyse af køb af tøj på internettet, blandt unge mellem 15-29 år, som er bosat i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Hovedparten af unges tøjforbrug foretages i dag online.*
- *De store online-varehuse (sites) som Bootz, Zelando m.v. frem for brand'nes egne sites, der driver online-salget*
- *Unge foretrækker at købe tøj via apps frem for hjemmesider.*
- *Prisen er den vigtigste faktor, når unge vælger netbutik for køb af tøj.*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag køb af tøj på internettet. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Streamingtjenester

Foretag en lokal markedsundersøgelse af danskernes brug af streamingtjenester som Netflix, Viaplay og HBO m.v., blandt unge mellem 15 - 25 år, som er bosat i Holbæk og omegn

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Stigende antal unge ser mere streamingtjenester end almindelig TV.*
- *Mere end 60 % af danskerne har tegnet et abonnement på en eller flere streamingtjenester.*
- *Streamingtjenester bruges i stigende grad af mænd end kvinder.*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag forbruget af streaming. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.



Emne: Cafébesøg

Foretag en lokal markedsundersøgelse af unges, mellem 18 - 29 år, cafévaner i Holbæk og omegn.

Følgende hypoteser er opstillet og ønskes be – eller afkræftet:

- *Piger bruger mere tid på cafébesøg end drenge.*
- *Under 1/3 af de unges 'café-budget' udgør alkoholiske drikke*
- *Mere end 50 % af de unge bruger halvdelen eller mere af deres disponible indkomst på cafébesøg*
- *Cafémarkedet i Holbæk er stagneret, og frem over kommer vi til at se nye og mere segmenterede 'away from home' koncepts*

Jeres undersøgelse skal være baseret på et elektronisk spørgeskema, som I selv udarbejder til indsamling af primært kvantitative data.

Efter indsamling af data, skal I analysere og bearbejde data ved at anvende matematiske værktøjer som:

- Beskrivende statistik
- Regressionsanalyse
- Indekstal og procenter

Jeres matematiske arbejde skal præsenteres i tabeller, ved grafisk afbildning og udregninger af relevante deskriptorer. Evt. data fra anden statistiske database og/eller markedsundersøgelser skal også behandles matematisk og sammenlignes med jeres egen markedsundersøgelse. Det matematisk/statistiske arbejde skal bruges i jeres analyse.

Produkt: En hjemmeside, hvor resultaterne fra markedsundersøgelsen præsenteres. Husk en god fremlæggelse giver forklaringer på adfærden – rationelle såvel den emotionelle motiver – bag cafébesøg. Det er adfærden, som skaber tallene, der altid er det interessante.