

Die Generation Z – die Generation der Paradoxe

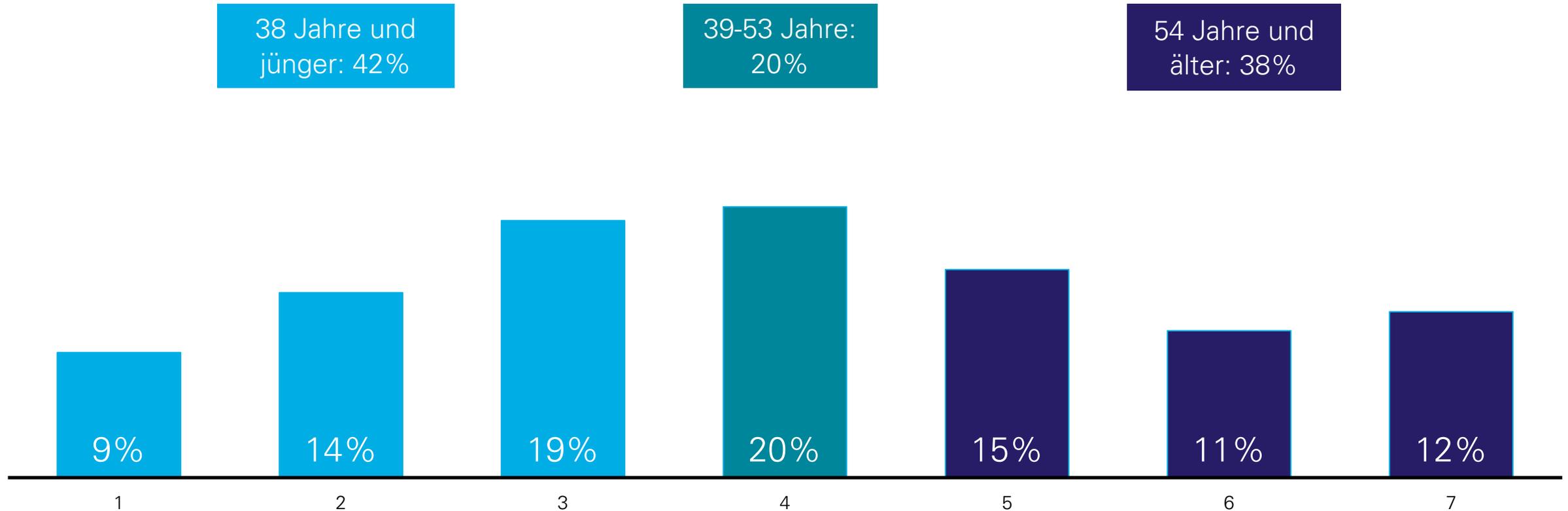
Eine Trend Research-Studie

Generationenmodell - Lebenserfahrungen prägen die Generationen und die Mediennutzung

BABY BOOMERS (1945-1960)	GENERATION X (1961-1980)	GENERATION Y (1981-1995)	GENERATION Z (nach 1995 geboren)
Kalter Krieg Wirtschaftswunder Swinging Sixties Friedens-/Umweltbewegung Mondlandung Jugendkultur/Woodstock Familienorientierung Zeitalter der Teenager	Ende des Kalten Krieges Mauerfall Reagan - Gorbatschow Thatcherismus Live Aid Der erste PC Anfänge mobile Technologie Schlüsselkinder Zunahme von Scheidungen	Terroranschläge 9/11 Playstation Social Media Invasion im Irak Reality TV Google Earth	Wirtschaftlicher Abschwung Erderwärmung Mobile Devices Energiekrise IS Terrorismus Eigene Medienkanäle Cloud Computing Wikileaks (Corona)
Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit und Flexibilität	Sicherheit und Stabilität
Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	Echte Digital Natives

Verteilung der Einwohner in Deutschland nach Generationen

Verteilung der Bevölkerung Deutschlands nach Generationen, in %



Generation Z – viele Meinungen, viele Klischees

Generation Z – faul, desinteressiert, Smartphone-süchtig?

Generation Z: Nur auf Spaß aus?

JUGEND-STUDIE

Selbstbewusster, technikaffiner,
verwöhnter

🔊 *Generation Z*

Erst das Vergnügen, dann die
Arbeit

Die abgeklärte Generation Z

Generation Z – inkontinent, kinderlos, dumm

Generation Z is stressed, depressed and
exam-obsessed

**The saddest generation: Why Gen Z is the most
anxious generation ever**

Wir haben die Zielgruppen direkt befragt

Quantifizierung der Einstellungen, Werte und Freizeitaktivitäten der Generationen:

Online-Befragung im Oktober 2020



1.125 Männer und Frauen ab 14 Jahren.

- Gen Z 14-24 Jahre
- Gen Y 25-39 Jahre
- Gen X 40-54 Jahre
- Babyboomer/Senioren 55 Jahre+

Messung von Werten und Einstellungen in der Corona-Situation zum Lockdown im März und Wiederholungsbefragung zum Lockdown Light im November / Dezember

Online-Befragung im forsa omninet-Panel im März und Dezember 2020



Zielgruppe & Stichprobe: 14 Jahre und älter, n=1.007 (Welle 1) und n=1.005 (Welle 2), Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter, Geschlecht, Bildung

Auswertung nach den Generationen X, Y, Z und Babyboomer.

Qualitative Tagebuchstudie (Feb. 21) für die Generierung von Bild- und Videomaterial (n=40)



Insights aus externen Quellen und Research-Studien:



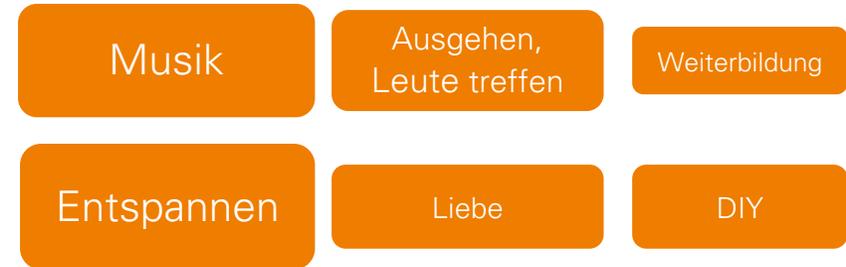
Junge Generationen interessieren sich für Musik und Sport

Top-Themeninteressen (Unterschied > 5 Prozentpunkte im Vergleich zur Gesamtstichprobe) nach Generation

Gen Z



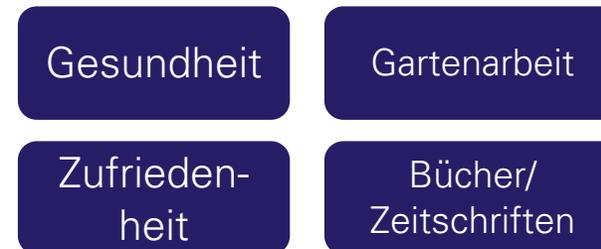
Gen Y



Gen X

keine signifikanten Unterschiede im Vergleich zur Gesamtstichprobe (Medien, Kurztrips/Reisen, Kochen, Backen...)

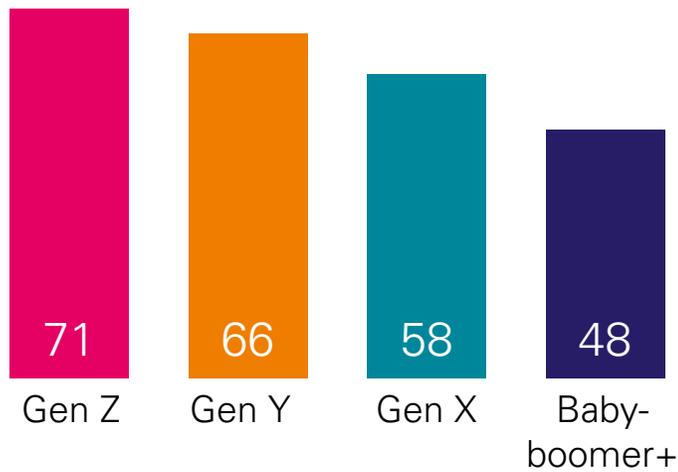
Babyboomer+



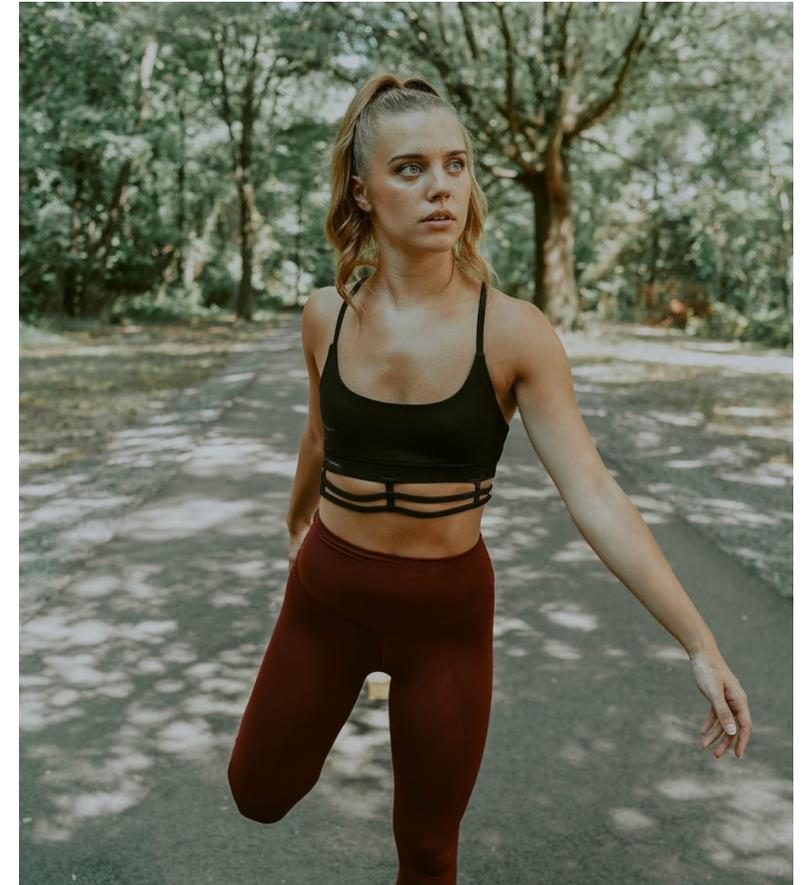
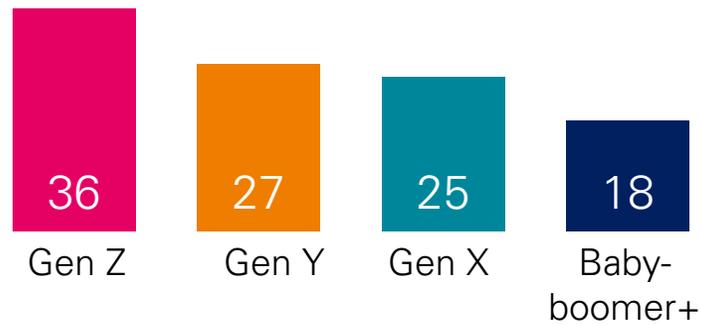
Selbstoptimierungswunsch lässt mit dem Alter nach

Einstellungen, Top Two-Boxes „trifft (sehr) zu“, in %

„Ich möchte meinen Körper mit Fitness optimieren.“



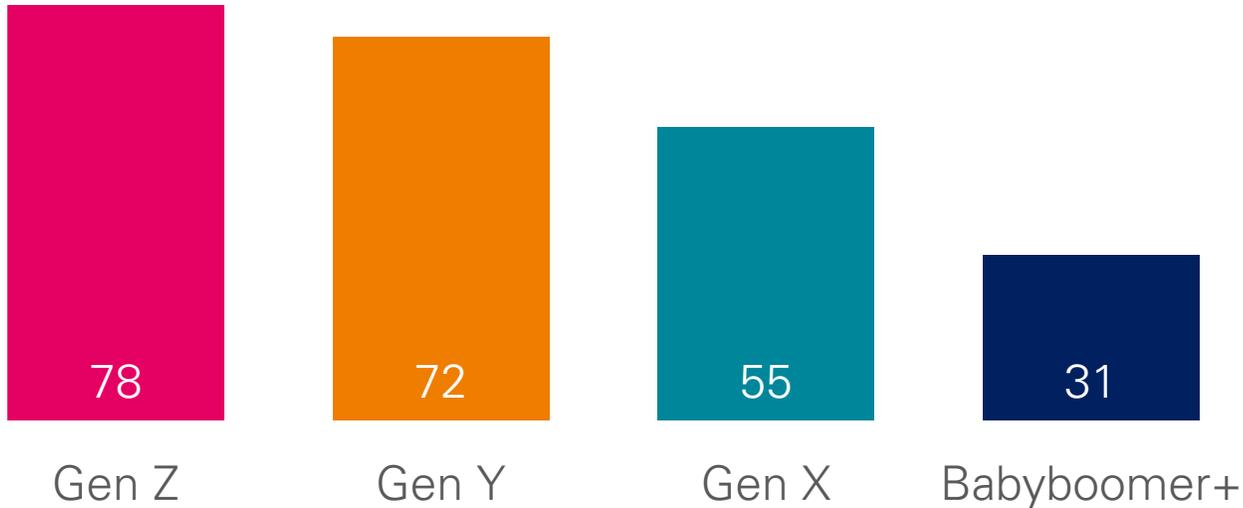
„Ich mache mehrmals die Woche Sport.“



Die jungen Generationen Z,Y sind leistungs- und erfolgsorientierter als Vorgänger-Generationen

Einstellungen/Haltung, Top Two-Boxes „trifft (sehr) zu“, in %

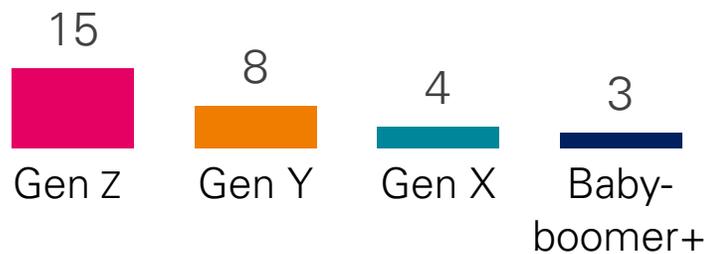
„Ich möchte engagiert Höchstleistungen erzielen.“



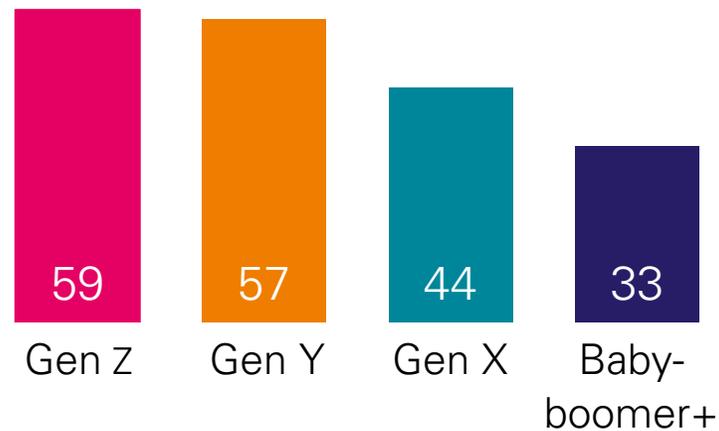
Selbstoptimierungsfokus auch in Bezug auf Bildung bei jüngeren Generationen

Einstellungen, Top Box „trifft sehr zu“, in %

„Ich bilde mich mindestens mehrmals im Monat weiter.“

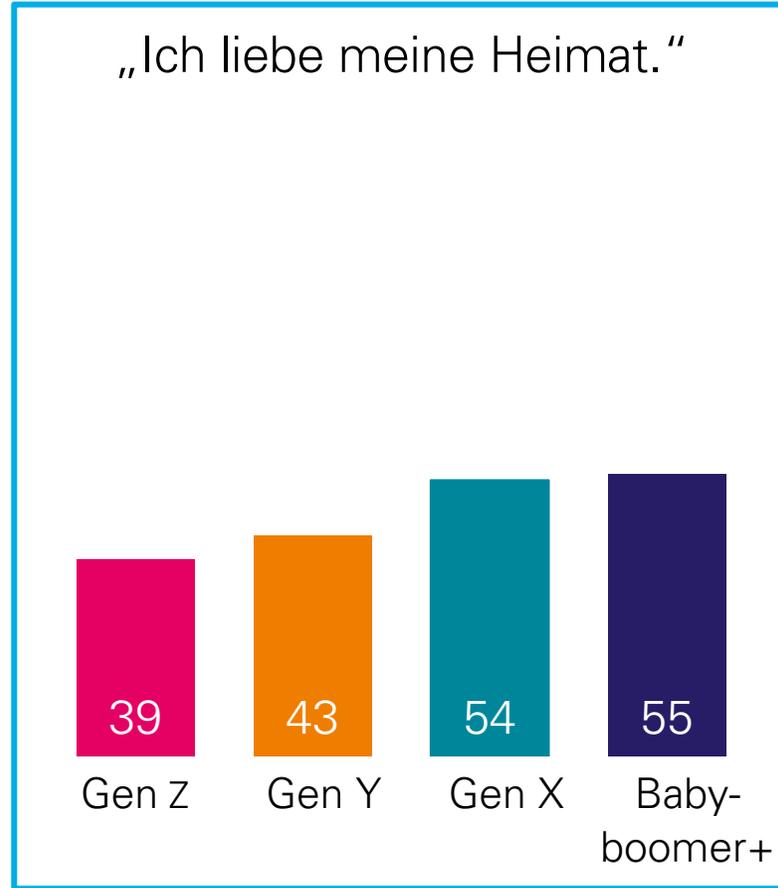
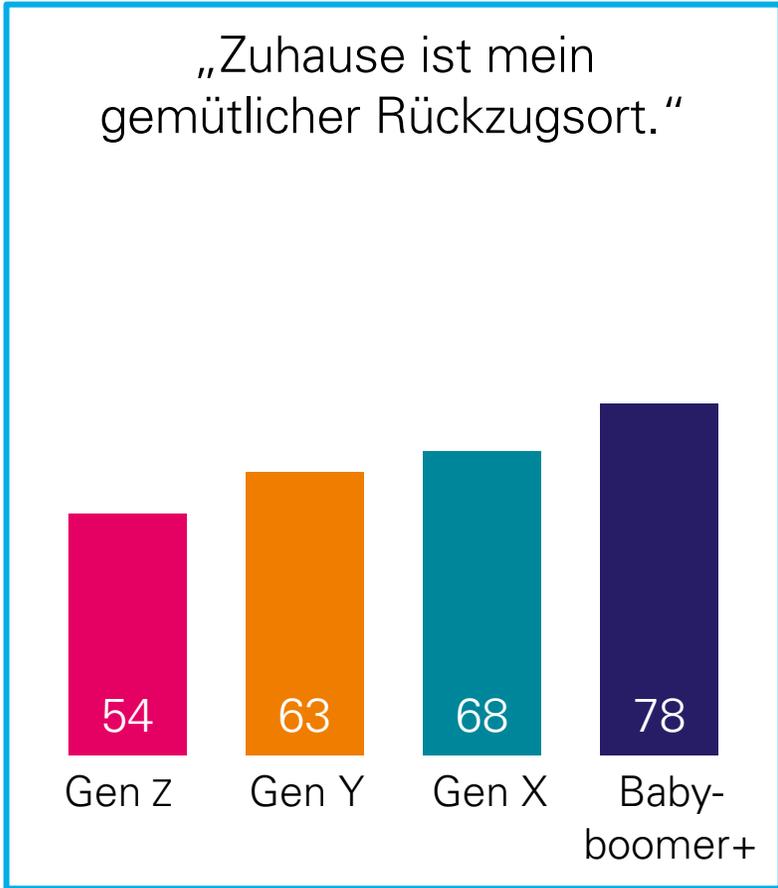


„Ich hätte gerne für mich mehr Lernangebote, wo ich spielerisch und interaktiv Themen lernen kann.“



Gen Z ist weniger Heim- und Heimatverbunden

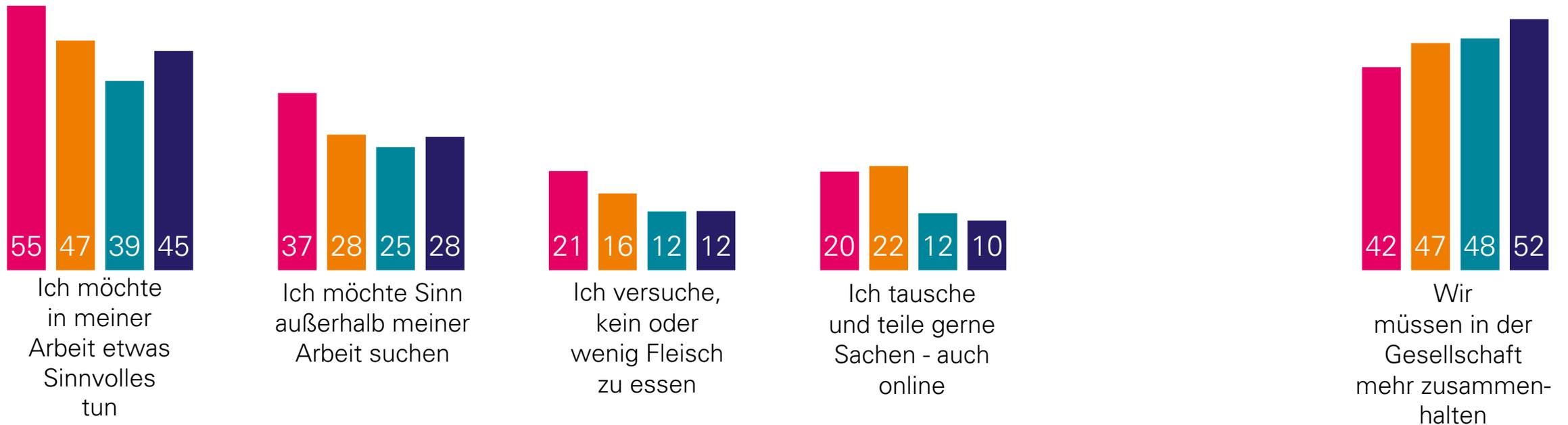
Einstellungen zur Freizeit, Top Box „trifft sehr zu“, in %



Generation Z achtet auf Sinnhaftigkeit im individuellen Tun, ältere Generationen setzen mehr auf den Zusammenhalt

Einstellungen/Haltung, Top Box „trifft sehr zu“, in %

■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X ■ Babyboomer+

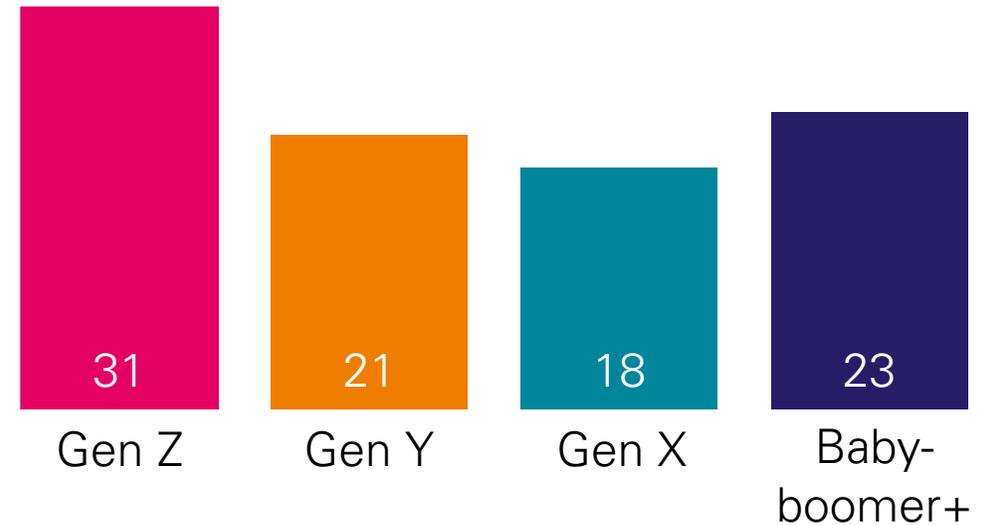


Individualismus ist der Gen Z wichtig und wird auch über den eigenen Stil präsentiert

Einstellung „individueller Stil“, Top Box „trifft sehr zu“, in %



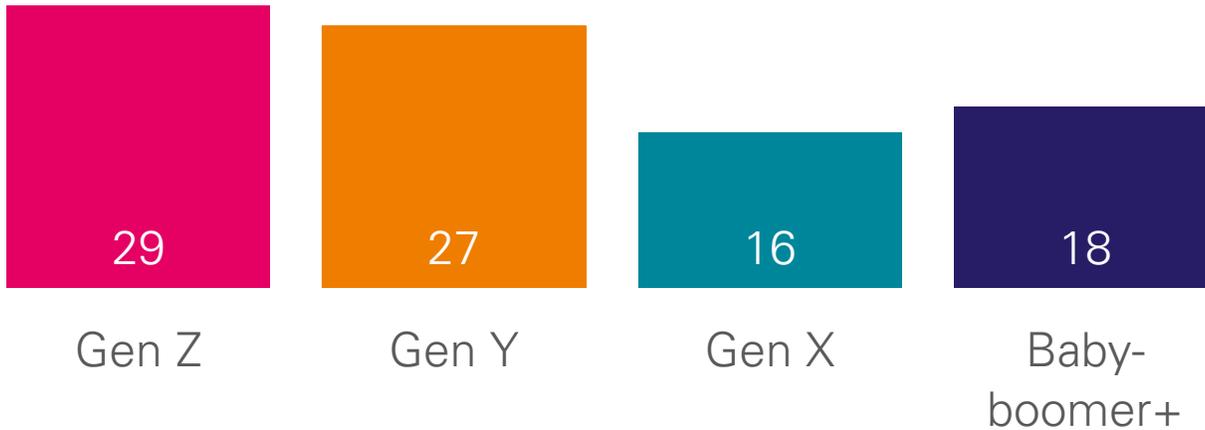
„Mein Stil ist individuell.“



Gender-Vielfalt ist für mehr als jeden vierten Vertreter der Gen Z und Gen Y ein wichtiges Thema

Einstellung zur „Gender Vielfalt“, Top Box „trifft sehr zu“, in %

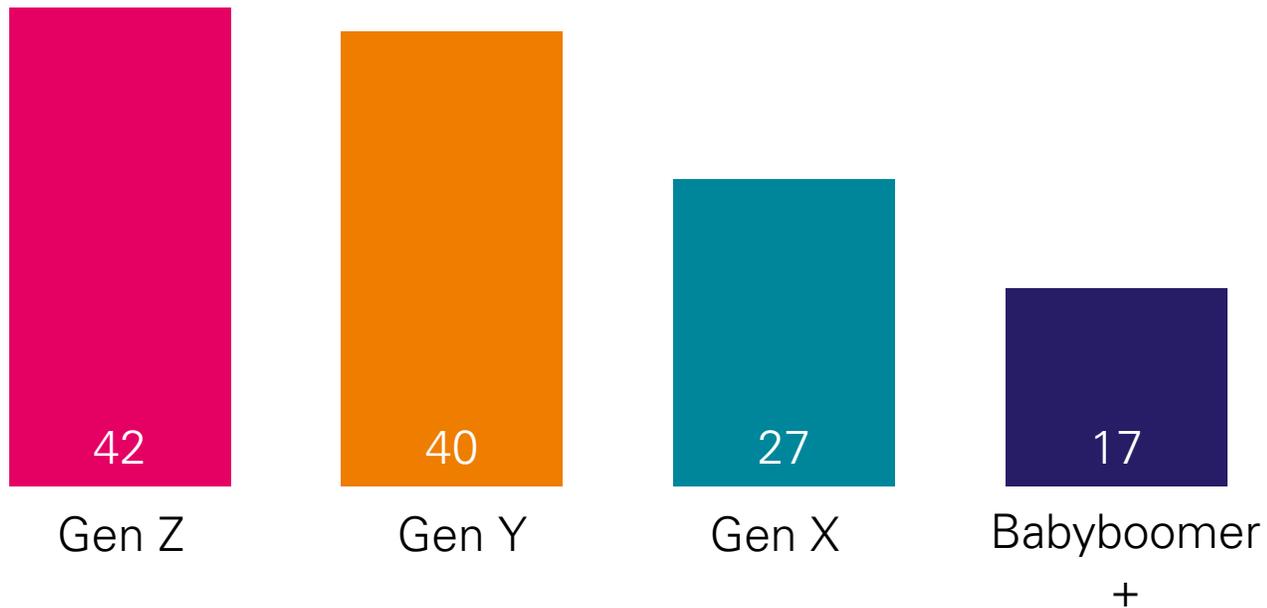
„Gender Vielfalt“ ist ein wichtiges Thema



Gaming ist ein relevantes Thema für junge Generationen

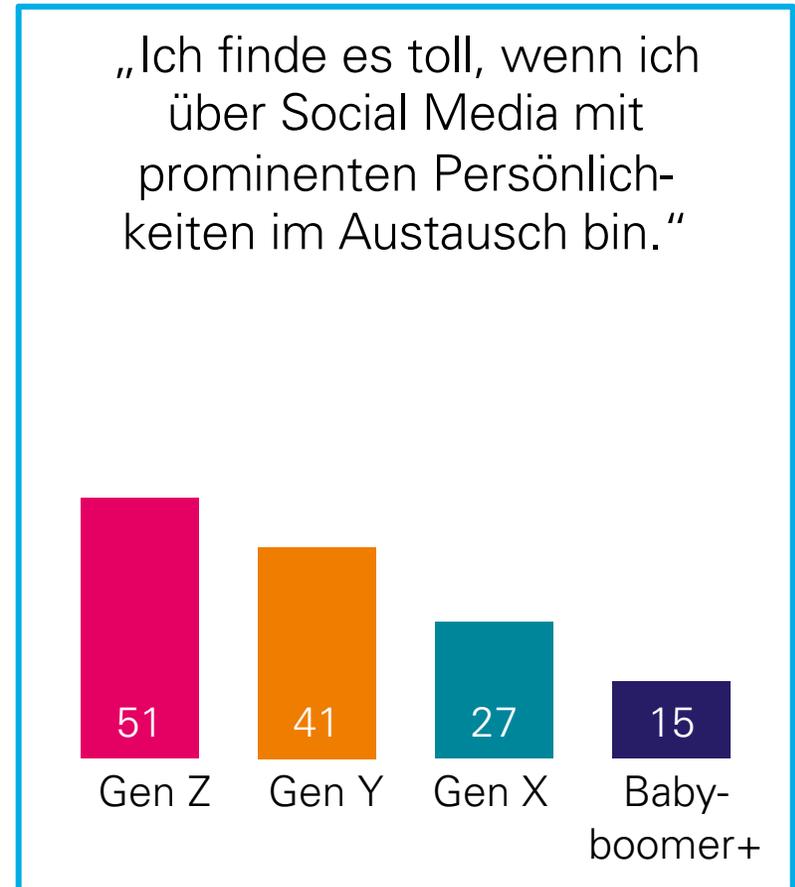
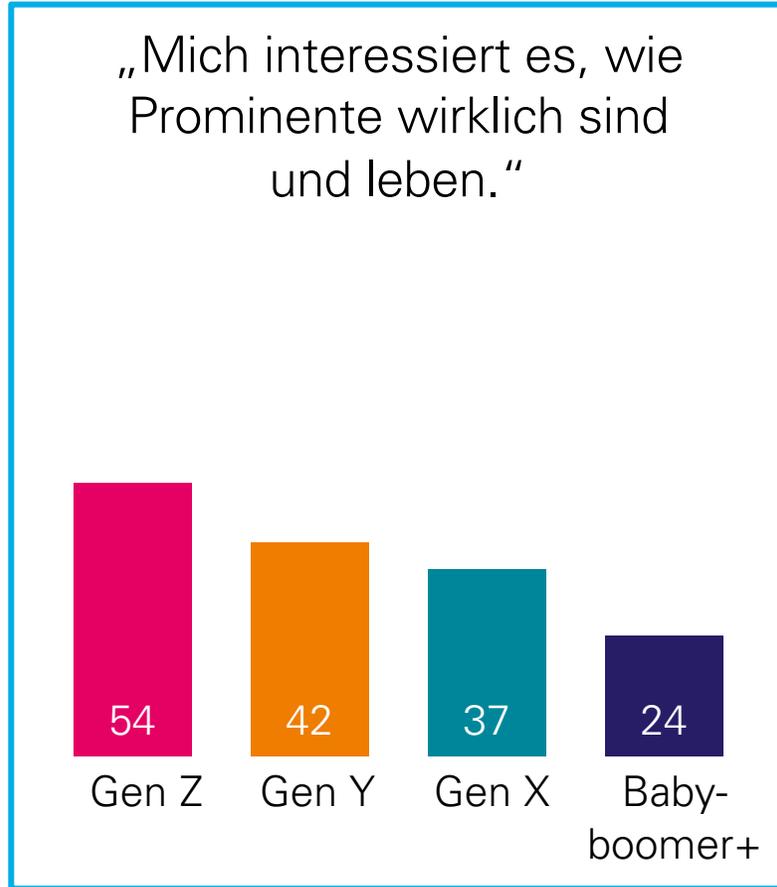
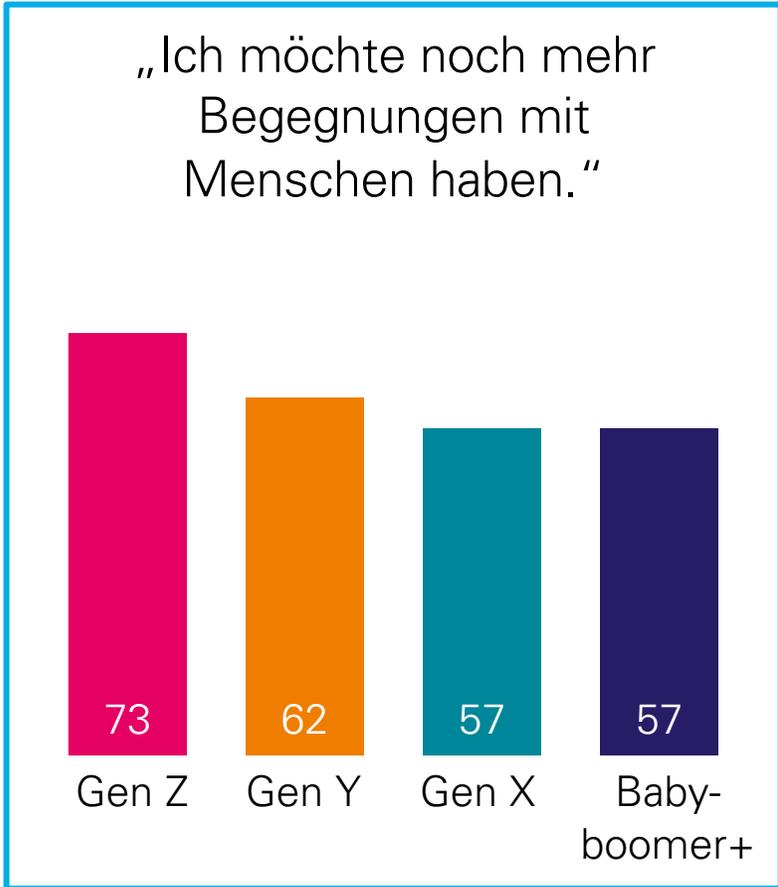
Einstellungen, Top Box „trifft sehr zu“, in %

„Ich bin ein richtiger Gaming Fan.“



Die Gen Z sehnt sich nach Begegnungen und ist besonders am Austausch mit Prominenten interessiert

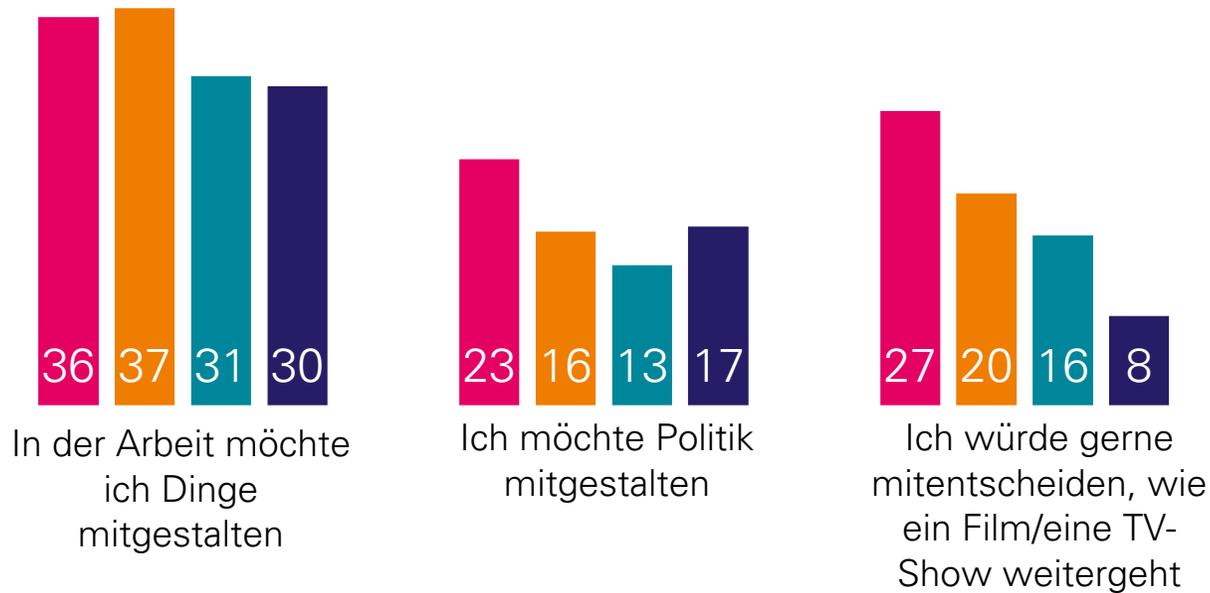
Einstellungen zur Freizeit, Top Two-Box „trifft (sehr) zu“, in %



Handlungskompetenz und das Gefühl der Selbstwirksamkeit geben der Gen Z Kontrolle in einer brüchigen, unsicheren Welt

Einstellungen/Haltung, Top Box „trifft sehr zu“, in %

■ Gen Z ■ Gen Y ■ Gen X ■ Babyboomer+



Heute lieben junge Generationen Reality TV-Formate

Formate mit mehr als 10 Ausstrahlungen, Ranking nach ø Sehbeteiligung, 2020

Gen Z

1. Germany's Next Topmodel (ProSieben)
2. Bauer sucht Frau (RTL)
3. Die Höhle der Löwen (VOX)
4. Ich bin ein Star – holt mich hier raus (RTL)
5. Wer wird Millionär? (RTL)
6. Der Bachelor (RTL)
7. Beauty & The Nerd (ProSieben)
8. The Masked Singer (ProSieben)
9. Promis unter Palmen (SAT.1)
10. Let`s dance (RTL)

Gen Y

1. Bauer sucht Frau (RTL)
2. Die Höhle der Löwen (VOX)
3. Ich bin ein Star – holt mich hier raus (RTL)
4. Wer wird Millionär (RTL)
5. Der Bachelor (RTL)
6. The Masked Singer (ProSieben)
7. Germany`s Next Topmodel (ProSieben)
8. ARD extra: Die Corona Lage (ARD)
9. Kitchen Impossible (VOX)
10. Let`s dance (RTL)

Gen X

1. Bauer sucht Frau (RTL)
2. ARD extra: Die Corona-Lage
3. heute journal / Wetter
4. Wer wird Millionär
5. RTL Aktuell
6. RTL Aktuell – das Wetter
7. Ich bin ein Star – holt mich hier raus (RTL)
8. Die Höhle der Löwen (VOX)
9. Lotto am Samstag (ARD)
10. Vermisst (RTL)

Babyboomer+

1. Der Bergdoktor (ZDF)
2. ARD extra (Corona) (ARD)
3. heute / Wetter (ZDF)
4. Der Alte (ZDF)
5. Die Chefin (ZDF)
6. SOKO Köln (ZDF)
7. Die Bergretter (ZDF)
8. SOKO München (ZDF)
9. Berlin direkt (ZDF)
10. Berlin direkt (Phoenix)

What would you like to know?



Brigitte Bayer
Senior Head of Audience,
UX & Trend Research
DATA Alliance
@ Mediengruppe RTL
Tel.: +49 221 456-71073
brigitte.bayer@mediengruppe-rtl.de



Anne Elshorst
Editorial & Trend Researcher
DATA Alliance
@ G+J
Tel.: +49 40 3703-2969
elshorst.anne@guj.de



Lennart Gerwers
Senior Trend Researcher
DATA Alliance
@ Mediengruppe RTL
Tel.: +49 221 456-71073
lennart.gerwers@mediengruppe-rtl.de



Thomas Linke
Senior Trend Researcher
DATA Alliance
@ Mediengruppe RTL
Tel.: +49 221 456-71056
thomas.linke@mediengruppe-rtl.de

From data to solutions.



What
would
you like to
know?