

# PRESSEMITTEILUNG

Seite 1 von 2

## Top Box 2019 von SevenOne Media

### „Ohne Smartphone – ohne mich!": Generation Z auf der Suche nach Orientierung und Gemeinschaft / Fernsehen bietet soziales Erlebnis

**Unterföhring, 24. Januar 2019.** „Angst vor dem Screenitus“? So nennt man das Gefühl, das sich einstellt, wenn man zu lange auf den Bildschirm starrt. Die Generation Z geht entsprechend ironisch damit um und verbildlicht damit den Zeitgeist der nach 1995 Geborenen. Ihre Kennzeichen: äußerst bewegtbildaffin, mit dem Smartphone als stetem Begleiter und immer auf der Suche nach den passenden Medieninhalten. Wie tickt diese Generation, die vollkommen digitalisiert aufwächst und lebt und der in Deutschland gerade mal neun Millionen Menschen angehören?

### „Smombies“ – ein Leben ohne Smartphone ist unvorstellbar

Antworten darauf gibt die Top Box 2019, das Research-Magazin der SevenOne Media. Zweimal jährlich werden darin Fakten, Analysen und Ergebnisse rund um die Bereiche Marken & Märkte, Medien & Nutzer sowie Kampagnen & Werbeformen veröffentlicht. In der qualitativen Trendstudie „Generation Z“ - durchgeführt vom Bereich Consumer Insights der ProSiebenSat.1 TV Deutschland, wurden Alltag, Bedürfnisse und Lebenswelt der 12- bis 25-Jährigen im Zeitraum April bis September 2017 untersucht. Ohne Smartphone – ohne mich! So lautet das Credo der Generation Z (kurz Gen Z). Die Gen Z ist die erste, die von Geburt an vollständig digitalisiert aufwächst und ein Leben ohne Smartphone gar nicht kennt. Sie ist damit richtungsweisend für die Zukunft. Der Informationsfluss in der Gen Z ist geprägt von mobilen Endgeräten, nicht zuletzt deshalb haben sie heute oft den Beinamen „Smombies“ – eine Wortkombination aus Smartphone und Zombie. Diese Generation ist auf Stabilität bedacht. Dabei versuchen sie

Ein Unternehmen der  
ProSiebenSat.1 Media SE

Ansprechpartner:

Dr. Carola C. Hesse  
Kommunikation Sales & Digital  
ProSiebenSat.1 Media SE  
Tel. +49 [0] 89/9507-2410  
Fax +49 [0] 89/9507-8923  
carola.hesse@prosiebensat1.com

Stefanie Prinz  
Leiterin Kommunikation  
Sales & Digital  
ProSiebenSat.1 Media SE  
Tel. +49 [89] 95 07 - 1199  
Fax +49 [89] 95 07 - 98920  
Stefanie.Prinz@prosiebensat1.com

Medienallee 7  
D-85774 Unterföhring

Pressemitteilung online:  
[www.sevenonemedia.de](http://www.sevenonemedia.de)

eigene, aber auch von außen an sie herangetragene Anforderungen für sich in Einklang zu bringen. Dafür suchen sie nach Orientierung und Vorbildern – auch im Fernsehen.

### **TV als soziales Erlebnis**

TV spielt nach wie vor eine wichtige Rolle, denn die Generation Z sucht auch bei der Mediennutzung Erlebnisse, die verbinden. Die tägliche TV-Nutzung liegt bei 114 Minuten (14-25 Jahre/View Time Report 2018, SevenOne Media/forsa) und ist damit doppelt so hoch wie die Nutzung von kostenlosen Online-Videos mit 62 Minuten. TV-Showevents wie „Germany’s next Topmodel“, „The Voice of Germany“ oder „Joko gegen Klaas – das Duell um die Welt“ laden zum gemeinschaftlichen Erleben ein und bieten zugleich Quality time. Markante Persönlichkeiten wie Joko Winterscheidt und Klaas Heufer-Umlauf werden als authentische Entertainer geschätzt und schaffen Orientierung.

Seite 2 von 2

### **Das eigene Leben als Projekt**

Die Jugend von heute überlässt nichts dem Zufall. Ambitioniert und pflichtbewusst steht die eigene Performance im Focus, der Alltag ist fordernd und erlaubt keinerlei Stillstand. Die Herausforderungen beginnen schon früh: Zwischen Ganztagschule, Hobbys, Freunden und den von den Eltern vorgegebenen Terminen sind die jungen Menschen mit hohen Anforderungen an Zeitmanagement und Selbstorganisation konfrontiert.

### **Influencer – Ratgeber für das eigene Leben**

Will man die Generation Z über Werbung erreichen, spielen Influencer eine immer wichtigere Rolle. Weltoffen und aufgeklärt erlebten die jungen Menschen heute Veränderungen in rascher Folge und sind gewillt, wenn nötig, sich anzupassen. Um hier den Überblick zu behalten, suchen sie Ratgeber für das eigene Leben. Dies können Freunde und Vertraute ebenso sein wie Fernsehserien oder YouTuber. Informationen sind dabei sehr wichtig und werden als Währung verstanden, um mitzureden und up-to-date zu sein. Dafür ist entscheidend, die richtigen Influencer zu kennen.

Weitere Details zur Trendstudie „Generation Z“ können in der aktuellen Ausgabe der Top Box abgerufen werden:

<https://www.sevenonemedia.de/web/sevenone/service/research/publikationen/topbox>