

# Gastbeitrag LEAD Digital: Die GenZ und wie Marken sie ansprechen müssen

12 MAR 2019

Wie tickt die GenZ? Was treibt sie an und wonach streben sie? Wie müssen Marken die junge Zielgruppe ansprechen, um sie zu erreichen? Fragen wie diese beantwortet die Studie "Code to Teens", die MediaCom in Kooperation mit [m]Science und Ströer durchgeführt hat.

Was haben sich Marketer und Agenturen in den vergangenen Jahren die Köpfe zerbrochen, um die ominösen „Millenials“ (oder auch: „Generation Y“) zu verstehen. Woran glauben sie, was wünschen sie sich für ihr Leben, wie begegnen sie Werbung und Marken? Kaum ist dies einigermaßen erforscht und in spannende Kampagnen umgesetzt, steht nun schon die nächste Generation vor den Türen deutscher Marketingabteilungen: die „Generation Z“. Nun

wäre es natürlich ein leichtes, sie genauso zu behandeln und anzusprechen wie ihre Vorgänger. Getreu dem Motto: Junge Leute sind junge Leute! Doch so einfach ist es leider nicht, denn jede Generation tickt anders. Um junge Menschen von heute zu verstehen und gezielt anzusprechen, hat MediaCom sich intensiv mit ihnen beschäftigt und gemeinsam mit [m]Science und Ströer eine qualitative Studie zur Generation Z durchgeführt: den „Code to Teens“.

**[>>> Neugierig? Hier gehts zum gesamten Gastbeitrag zur Studie von René Coiffard \(Managing Director, MediaCom\)](#)**

INSIGHT