



https://biz.li/2gw3

GENERATION Z MARKETING ? SO ERREICHEN UNTERNEHMEN DIE JUNGE ZIELGRUPPE

Veröffentlicht am 02.09.2024 um 10:00 Uhr

Im Marketing immer am Puls der Zeit zu sein, ist grundsätzlich vor allem für kleine und mittlere Unternehmen eine Herausforderung. Den Ton der jungen Zielgruppen zu treffen muss ich die Generation der heute 15- bis 25-Jährigen einschließen.

Was ist die Generation Z?

Babyboomer, Millennials, Generation Z ? für Generationen geboren wurden, gibt es mittlerweile so einige Bezeichnungen. Begriff stecken verschiedene Eigenschaften, die in diese definierend beschreiben. Auch hinter dem Begriff Generation

man zum Beispiel umfassende Informationen zur Gen Z, zu deren Einstellungen und Verhaltensweisen, zu ihrer Sprache und weiteren Besonderheiten erfahren, kann man sich auf [komplett online geprägt, immer online Vernetzung über soziale Medien](#) wenig entscheidungsfreudig, hohes Sicherheitsbedürfnis, stark individualistisch geprägt



Foto: Pixabay

Fünf Tipps für das optimale Generation-Z-Marketing

Warum ist die Beschreibung einer Generation für das Marketing wichtig? Marketer müssen die Sprache der Zielgruppe sprechen, Verhaltensweisen und Vorlieben sowie Einstellungen zur Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur kennen, um gezielt Werbung und Marketing auf diese Personen zuzuschneiden. Aus den Merkmalen der Generation Z, die oben herausgestellt wurden, ergeben sich daher spezielle Marketinginstrumente und Methoden, die die Zielgruppe der Gen Z genau ansprechen.

1. Sofort Aufmerksamkeit erzeugen

Die Aufmerksamkeitsspanne von Jugendlichen und jungen Menschen wird immer geringer. Waren es bei der Vorgängerversion noch 12 Sekunden, beträgt die Spanne, in der man die Aufmerksamkeit der Menschen mit seiner Botschaft bekommen kann, bei der Gen Z noch 8 Sekunden. Daher ist es wichtig, bei Werbemaßnahmen die Zielgruppe sofort zu catchen. Wichtige Stichpunkte sind hierbei: einprägsame und eindeutige Werbebotschaften, ausgefeiltes und auffälliges Design, mehr Bilder und Videos als Text, Mischung aus unterhaltsam und informativ, interaktiv und kommunikativ

2. Werbung sehr persönlich machen

Allein der Hinweis auf die Qualität eines Produktes genügt nicht, um die Gen Z zum Kauf zu überzeugen. Werbung und Unternehmen müssen persönlich, erlebbar, emotional sein. Die beste Möglichkeit dafür ist Storytelling und der Aufbau von Bindungen und Beziehungen über ein gut ausgebautes Community-Management und Social-Media-Team.

3. Gesellschaftliche Herausforderungen ernst nehmen

Die Generation Z ist besonders auf nachhaltige gesellschaftliche Themen wie Klimawandel, Gleichberechtigung oder auch Datenschutz fokussiert. Es ist daher wichtig, diese Themen im Marketing ernst zu nehmen und nicht mit lauen Floskeln nur zu streifen. Wichtig dabei ist, authentisch zu bleiben und die Werte, die man in den Botschaften herüberträgt, auch wirklich zu leben.

4. Authentisch Trust aufbauen

Auch beim Vertrauensaufbau zur Zielgruppe Gen Z ist Authentizität ein zentraler Punkt. Güte- und Bio-Siegel, Experten, Rezensionen und Testimonials sind nicht nur Mittel zum Zweck, sondern ehrliche und vertrauensvolle Grundlage für eine gute Kundenbeziehung.

5. Neue Kanäle wie TikTok und Co erschließen

Schlussendlich ist es von Bedeutung, dass man nicht nur die Sprache der Gen Z spricht und ihre Vorlieben kennt, sondern sich eben auch genau dort bewegt, wo die Zielgruppe ist. Die alten Marketingkanäle um neue wie TikTok, Instagram, YouTube und Co zu erweitern, ist essenziell, um junge Menschen und demnächst dann auch die Generation Alpha zu erreichen.