

Gen Z Trendreport 2022: Gedanken, Leben, Zukunft und Design

Ach, wie hoffnungsvoll wir doch alle in das Jahr 2021 geblickt haben. Endlich wieder eine coronafreie Welt, zurück zum regeltem Schulunterricht und ohne Beschränkungen unsere Freunde in der Realität treffen. Tja... das hat dann wohl nicht ganz so gut geklappt, denn diese verfluchte Realität hat uns schneller eingeholt, als uns allen lieb war. Also sind wir zum Schulbeginn im Spätsommer wieder in ein Coronaschuljahr mit teils Homeschooling und digitalen Freundschaften gestolpert. Dass sich dieser, bald zweijährige Zustand, auch auf Jugendliche der Generation Z auswirkt, ist selbstverständlich. Bereits im Juli 2021 stellte das [Bundesinstitut für Bevölkerungsforschung](#) in einer Studie fest, dass die Schließung von Bildungseinrichtungen und die damit einhergehenden Kontaktreduzierungen für Schüler und Schülerinnen sehr belastend waren und immer noch sind. Das können wir leider bestätigen.

Auch wir von scoolio haben im November 2021 wieder eine Trendumfrage gestartet, die sich mit der Wahrnehmung des aktuellen Jahres und dem Ausblick auf 2022 befasst.

Teilnehmen konnten Schüler und Schülerinnen unserer Community sowie Jugendliche auf Social Media. Die Teilnahme war anonym und freiwillig. Wir freuen uns sehr, dass zahlreiche Jugendliche uns jedes Jahr dabei helfen, zu verstehen, wie die Gen Z tickt und uns so die Möglichkeit geben, ihre Stimme nach außen zu tragen. Doch in unserer Umfrage ging es nicht nur um die psychische Gesundheit von Schüler*innen. Wir wollten wissen, wie sich die Nutzung von Social Media verändert hat, welche Themen gerade angesagt und wichtig sind, welche aufstrebenden Grafik Trends es gibt, was für Berufsbilder besonders beliebt sind oder welche Influencer*innen am vertrauensvollsten sind.

2021-2022: Das beschäftigt die Gen Z am meisten.

Unangefochten an Nummer 1 der Charts steht weiterhin „Corona“ mit seinem Dauerhit „Impfen“. Aber Spaß bei Seite. Covid ist nach wie vor das häufigste Thema und beeinflusst die Schüler und Schülerinnen jeden Tag. Masken in Klassenräumen und in den Pausen gehören inzwischen zur Normalität. Die Gen Z ist dennoch froh, dass das neue Schuljahr bisher weitestgehend ohne Homeschooling ausgekommen ist. So digital Jugendliche auch sein mögen, den direkten und persönlichen Austausch mit Mitschüler*innen und Lehrkräften wollen sie dennoch nicht missen. Besonders im Fokus vieler Schüler*innen steht die Impfung, denn der Wunsch nach Normalität beim Lernen ist groß. Das bringt uns auch direkt zum Thema Schule. Sehr viele Jugendliche beklagen sich über den massiven Rückstand im Lehrplan. Zwar konnten sich Schüler und Schülerinnen motivieren, in Eigeninitiative zu lernen, doch sieht die Mehrheit den nicht geschafften Lernstoff als großes Problem. Das kann insbesondere für die Abschlussklassen im kommenden Jahr zur Herausforderung werden.

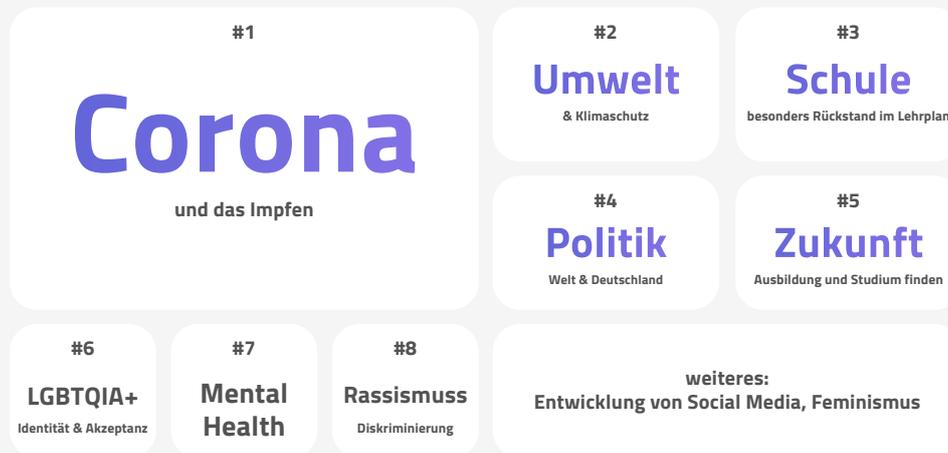
Auch Umwelt- und Klimaschutz ist weiterhin ein zentraler Punkt bei Jugendlichen. Hitzewellen in Nordamerika mit Höchsttemperaturen bis 49,6° C und die Flutkatastrophe in West- und Mitteleuropa, die vor allem das Leben in Deutschland beeinflusst hat, haben den Wunsch nach einem klimaneutralen Leben noch einmal bestärkt. Insbesondere durch Social Media Plattformen wie TikTok und Instagram sind Jugendliche immer bei dem aktuellen Weltgeschehen live dabei und haben damit einen viel aktiveren Blick auf diese Themen, als es vor wenigen Jahren noch der Fall war. Auch politische Entscheidungen, wie auf der UN-Klimakonferenz in Glasgow, wurden daher mit interessierten Blicken verfolgt.

Es zeigt sich, dass die Gen Z durch den Umwelt- und Klimaschutz ein größeres Interesse an der Politik hat. Auch wenn viele Schüler und Schülerinnen an den Bundestagswahlen 2021 noch nicht teilnehmen durften, steigerte sich die Bereitschaft der



Altersgruppe, sich mit den Parteiprogrammen und Wahlprozessen auseinanderzusetzen, im Vergleich zu 2017 wesentlich.

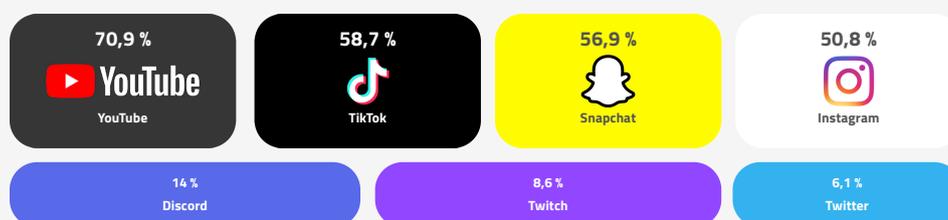
Als weiteres wichtiges Thema wurde dieses Jahr die persönliche berufliche Zukunft genannt. „Wie sieht mein Weg nach der Schule aus?“ Viele Jugendliche sind unsicher, wo es nach dem Schulabschluss hingehen soll. Ausbildung oder Studium? Und lässt Corona das eigentlich zu? Die meisten Schüler*innen haben eine ungefähre Idee, in welche Branche sie einsteigen möchten, wünschen sich jedoch mehr Informationen, welche Berufsbilder dort überhaupt möglich sind. Zitat eines/r Schülers/ in „Ich würde gern etwas im sozialen Bereich machen, aber weiß gar nicht, was ich dort für Möglichkeiten habe.“



Social Media: Video! Video! Video!

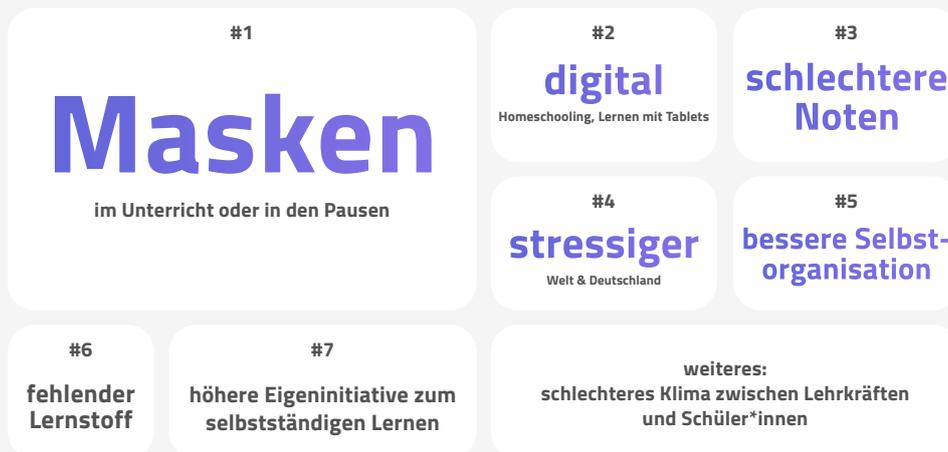
Wir wollten wissen, welche Plattform die Gen Z täglich verwendet. Dabei haben wir festgestellt, dass die „Big 4“ im Vergleich zu 2020 einmal kräftig durchgemischt wurden. YouTube, letztes Jahr noch auf Platz vier verbannt, triumphiert nun an erster Stelle. Gefolgt von der Social Media App schlechthin — TikTok. Damit ist die Videoplattform knapp vor Snapchat und Instagram gerutscht, welche 2020 noch Spitzenreiter waren. Einen neuen Platz in den Herzen der Jugendlichen konnte die Communityplattform Discord gewinnen. Dank Corona war der Dienst perfekt für Chat, Voice und Video und ließ zahlreiche Gruppenserver aufploppen. Facebook ist für die Gen Z mittlerweile komplett irrelevant geworden. Hat es die Boomer-Plattform letztes Jahr noch in unsere Grafik geschafft, fliegt sie dieses Jahr mit mageren 2,7 % raus.

Warum YouTube und TikTok so gut performen, lässt sich einfach erklären — Videocontent! Gerade TikTok hat in den letzten zwei Jahren gezeigt, wie einfach es ist, Informationen in kurzen Videos unterhaltsam zu präsentieren. Klar, viele nutzen die Plattformen zum Spaß. Doch gerade Kanäle wie @heyleonie, @niklaskolorz oder @doc.felix erklären Schülern und Schülerinnen einfach und verständlich Geschichte, Astronomie oder Medizin. Auch auf Instagram ist die Story als Format inzwischen wichtiger als Bilderposts. Viele große Instagram-Kanäle veröffentlichen daher nur noch Storys und Reals und verzichten fast vollständig auf Posts, da diese durch den App-eigenen Algorithmus schlechter von Nutzer*innen wahrgenommen werden.



Jugendliche und Corona: Fehlender Lernstoff, Identitätsfindung und Selbstzweifel

Die letzten zwei Jahre haben Schüler und Schülerinnen stark beeinflusst. Nicht nur der Schulalltag hat sich um 180 Grad gedreht. Auch die Psyche und das Handeln von Jugendlichen, die durch die Pubertät im wohl größten Selbstfindungsprozess ihres jungen Lebens stecken, wurden durch Corona sehr geprägt. In den Schulen ist das Tragen von Masken im Unterricht oder in den Pausen inzwischen Alltag geworden. Auch digitales Lernen und Homeschooling sind keine neuen Begriffe mehr. Viele Jugendliche lernen jetzt lieber mit dem Tablet, statt mit Hefter und Stift. Ebenso häufiger zu beobachten ist die Aussage, dass viele mit deutlich schlechteren Noten und fehlendem Lernstoff zu kämpfen haben. Allgemein sei der Schulalltag stressiger und strenger geworden, als es noch vor Corona der Fall war. Auch das zwischenmenschliche Klima zwischen Lehrkräften und Schüler*innen hat sich laut einigen Jugendlichen verschlechtert. Was sich hingegen verbessert hat, sind die Selbstorganisation und die Eigeninitiative für selbstständiges Lernen. Letzteres ist natürlich auch darauf zurückzuführen, dass die Jugendlichen zukünftig keinen weiteren Rückstand im Lehrplan aufbauen möchten.



Abseits vom Schulalltag haben Jugendliche auch einen Wandel erlebt. Die Mehrheit der Schüler und Schülerinnen berichteten davon, dass es besonders in der Homeschoolingzeit viel Gelegenheit zur Selbstreflektion gab. So war die Suche nach der eigenen Identität ein zentraler Punkt dieser Zeit. Viele Jugendliche gewannen an Reife und Selbstständigkeit, haben den Wert ihrer „Me-Time“ erkannt und somit mehr Selbstliebe und -akzeptanz zelebriert.

Auf der anderen Seite gibt es aber auch Schüler*innen, die seit Beginn der epidemischen Lage deutlich mehr mit Selbstzweifeln, Depressionen und Demotivation zu kämpfen hatten und haben. Sehr viele Jugendliche beschreiben sich als wesentlich introvertierter als vor der Schulschließung. Im Allgemeinen gibt die Gen Z an, mit großen Vertrauensproblemen konfrontiert zu sein. Bereits der [SWR](#) und das [Ärzteblatt](#) warnten vor den psychischen Folgen bei Jugendlichen durch Corona.



Organisation in der Schule: Digital oder Print?

Wir wollten wissen, ob der neue digitale Schulalltag Einfluss darauf hat, wie sich die Gen Z organisiert. Im Vergleich zum vergangenen Jahr gab es keine signifikanten Veränderungen. Die Nutzung einer App liegt eine Nasenspitze vor Print, die Mehrheit von 58% nutzt jedoch weiterhin beide Medien gleichzeitig. Dabei ist der Schülerkalender vor allem direkt im Unterricht beliebt und schnell zur Hand. Apps wie scoolio werden hingegen verwendet, um die übersichtliche Organisation des Schulalltages zu ermöglichen und um Nachhilfepartner*innen zu finden.

#1

Beides

#2

App

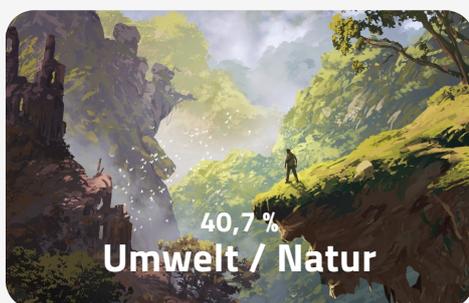
#3

Schülerkalender

Thementrends 2022: Mental health in outer space.

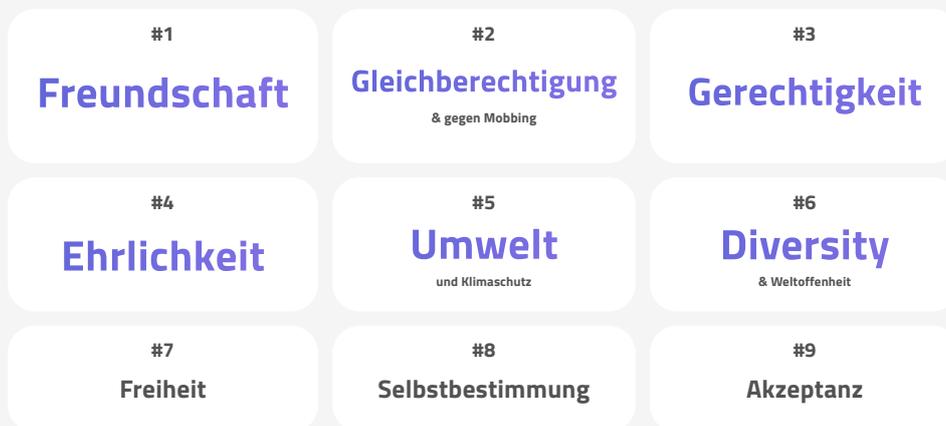
Wenn die Gen Z eines ist, dann schnelllebig. Trends können sich durch Social Media nahezu wöchentlich ändern. Aber ein gewisser Grundton bleibt auch länger bestehen. So war es im letzten Jahr zum Beispiel mit den 90ern. Egal ob Film, Serien oder Werbung, am 90's-Style kam man kaum vorbei. Die aktuellen und aufkommenden Trends zeigen wiederum ein neues Bild. Man wird die 90er noch durchblitzen sehen, doch sie sind nicht mehr im Fokus.

Die Top-Thementrends sind Mental Health und unbekannte Welten. Beide Themen ergänzen sich ideal und spiegeln die aktuelle Stimmung der Gen Z wieder. Zum einem Mental Health mit der Suche nach der eigenen Identität und unbekannte Welten mit dem Wunsch nach Realitätsausbruch und Aufbruch in etwas Neues. Beides sehr sphärische und surrealistische Themen. Unter den Top 3 sind auch Umwelt und Natur vertreten. Bestärkt durch politischen Entscheidungen auf der ganzen Welt und dem gewachsenen Bewusstsein für die eigene Zukunft, wird das Thema auch nicht an Bedeutung verlieren. Weiterhin gefragt sind ebenfalls Dystopie (Endzeit) und Protest. Wie bei der 90's-Welle werden diese beiden Trends noch nachhallen.



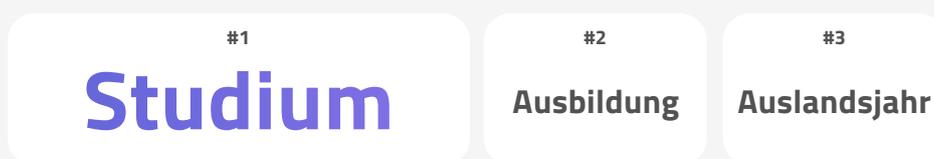
Wichtige Werte der Gen Z: Für Freundschaft und Gerechtigkeit.

Wer der Annahme ist, die Jugendlichen der Gen Z sind nur auf Erfolg und Geld aus und wollen am liebsten als Influencer*innen Millionen verdienen, hat sich schwer getäuscht. Viel wichtiger sind bodenständige Werte wie Freundschaft, Gleichberechtigung und Gerechtigkeit. Viele Schüler und Schülerinnen fühlten sich in den letzten Jahren ungerecht behandelt und Freundschaften haben durch Lockdown und Homeschooling gelitten. Außerdem wünschen sich viele mehr Einsatz gegen Mobbing. Auch der Kampf um Umwelt- und Klimaschutz spiegelt diesen Wunsch nach Gerechtigkeit aber auch Ehrlichkeit wieder. Ebenso im Fokus stehen Freiheit und Diversität, sowie die gesellschaftliche Akzeptanz der eigenen Identität.



Zukunft: Verpasst Chance für Ausbildungsberufe

Die Mehrheit der Jugendlichen favorisiert als Zukunftsperspektive den zweiten Bildungsweg an Hochschulen und Universitäten. Bereits in den letzten Jahren standen Ausbildungsberufe nur an Platz 2. Diese Situation ist und bleibt besorgniserregend, da somit zehntausende Ausbildungsplätze in Deutschland unbesetzt bleiben und den enormen Fachkräftemangel weiter fördern. Wie bereits die [Zeit](#) berichtete, konnten knapp 40 Prozent der angebotenen Ausbildungsplätze im laufenden Ausbildungsjahr bis September nicht vergeben werden. Eines der Probleme dieses Ungleichgewichts zwischen Studium und Ausbildung ist unter anderem, dass Schüler und Schülerinnen gar nicht wissen, dass viele Jobs in ihren Wunschbranchen nicht unbedingt einen Hochschulabschluss benötigen. Die enorme Bandbreite an Ausbildungsberufen ist der Gen Z nicht bekannt. Hier müssen wir als Gesellschaft die Unternehmen und Jugendlichen gleichermaßen unterstützen, um die Fachkräftelücke schrumpfen zu lassen.



Top Job: Engagement für die Menschheit.

Bevor die Entscheidung für einen Bildungsweg fällt, stellt sich jeder Schüler und jede Schülerin jedoch die Frage, in welche Richtung der zukünftige Beruf gehen soll. Top 1 der Berufsbranchen ist wie im Vorjahr die Medizin. Hierbei reichen die



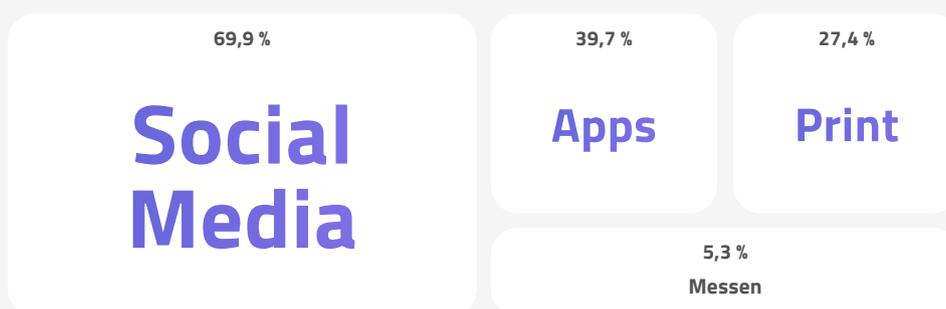
Berufsvorstellungen zum Beispiel von Arzt und Ärztin, Chirurg*in über Krankenschwester und Krankenpfleger bis hin zum Sanitäter und Sanitäterin. Gleich dahinter liegt das Lehramt auf Platz 2. Berufe die der Gesellschaft helfen, sind also weiterhin die ungeschlagenen Zukunftswünsche. Auch naturverbundene Tätigkeiten, insbesondere mit Tieren, sowie Perspektiven im Bereich Jura erfreuen sich großem Interesse. Auf der Beliebtheitsskala nach oben ging es für die Perspektiven bei der Polizei. 2020 noch auf Platz 7 der beliebtesten Berufe, landet sie bei unserer diesjährigen Umfrage auf Platz 5.



Wohin mit meinen Infos?: Das Problem der Berufsmessen.

Informationen zu finden ist heutzutage keine Schwierigkeit mehr. Tagtäglich werden wir durch unzählige technische Möglichkeiten damit überschüttet. Teilweise ist das sogar so viel, das die wichtigsten Mitteilungen gar nicht durchdringen. Wie erreicht man also die Gen Z, um ihnen zum Beispiel die spannenden Infos zu Ausbildungs- oder Studienberufen bestmöglich näherzubringen? Klar, Social Media gilt als Trumpf. Doch nicht jedes Portal ist dafür geeignet. Wie zuvor bereits analysiert, ist vor allem Videocontent relevant. Spannend, persönlich und nahbar präsentiert, hat man die besten Möglichkeiten, im Kopf der interessierten Jugendlichen zu bleiben. Ebenso wichtig sind Apps wie scoolio, die abseits von Social Media von Schülern und Schülerinnen verwendet werden. So können die Informationen im richtigen Kontext präsentiert werden.

Print lebt! Gerade in Kombination mit digitalen Medien sind Printprodukte eine tolle und beliebte Ergänzung, um mit Jugendlichen in Kontakt zu kommen. Noch wichtiger als bei digitalen Medien ist in gedruckter Form die einzigartige und Gen-Z-gerechte Gestaltung. Niemand will eine A4-Seite Text auf 3 x 4 cm Druckfläche lesen. Beschränkung auf Keypoints und Eyecatcher sind hier das Nonplusultra.



Ein „Medium“ hat in den letzten Jahren deutlich an Relevanz verloren: Berufsmessen. Nur noch 5,3 % der Befragten gaben an, sich durch einen Besuch auf berufsorientierenden Messen gut und nachhaltig informiert zu fühlen. Zwar haben die Events



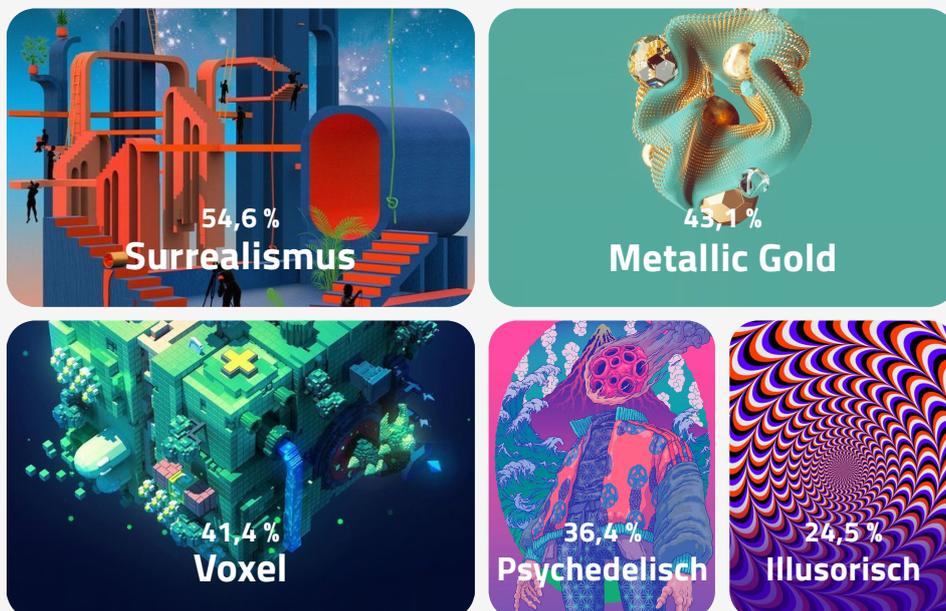
weiterhin hohe Besucherzahlen, dies hat zumeist jedoch den Hintergrund, dass ein solcher Messebesuch bei vielen Schulen zum jährlichen Pflichtprogramm für Schüler und Schülerinnen gehört. Auch der samstägliche Besuch mit den Eltern wird erledigt, weil „man das schon immer so gemacht hat“.

Warum diese Messen nur wenigen Jugendlichen tatsächlich einen Mehrwert bringt? Die Gen Z ist nicht auf der Suche nach bestimmten namenhaften Unternehmen, sondern ist viel mehr an den Branchen selbst interessiert. Leider legen diese Events häufig den Fokus auf individuelle Unternehmensauftritte und sind wenig branchen- oder tätigkeitsorientiert. Hand aufs Herz: Als Unternehmen kann man den ein oder anderen interessierten Jugendlichen auch einmal aus den Augen verlieren. Es kann bei einer Vielzahl an Besucher*innen am Stand nur ein Überblick und keine interessanten Details vermittelt werden. Das ist für Unternehmen und interessierte Schüler und Schülerinnen gleichermaßen schade.

Grafikdesign 2022: Weg mit dem Realismus.

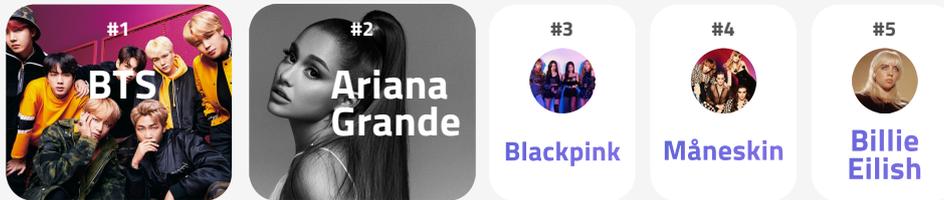
Auf die Realität haben wir manchmal keine Lust. Besonders in den letzten zwei Jahren hatte bestimmt der ein oder andere mal den Wunsch, dem Alltag zu entfliehen. So geht's auch der Gen Z. Und da sich unsere Gefühle und unsere Mindsets sehr gut in Kunst ausdrücken lassen, ist es nicht verwunderlich, dass bei Jugendlichen der Surrealismus 2022 sehr angesagt sein wird. Ob Frida Kahlo, Salvador Dalí oder René Magritte — Surreale Traumwelten bieten den Betrachter*innen einen Ort zur Flucht und erweitern den eigenen Horizont. Dieser Trend spiegelt sich auch durch die oben genannten Themenwelten Mental Health und unbekannte Welten sehr gut wieder.

Auch der farbenfrohe Trend „Psychedelisch“ ist von diesem aktuellen Zeitgeist stark begünstigt. Als Gegenstück steht dieser Kunst das Metallic Gold gegenüber. Eher Naturverbunden und klar, erdet es den oft philosophischen Ansatz des Surrealismus. Seit 2016 zieht sich Gold jetzt schon durch die Medienlandschaft. Dabei bezieht sich der Trend stark auf das eigentliche Metall und kann in Verbindung mit Schwarz sowie leuchtenden Farben sehr an Dynamik gewinnen. Direkt dahinter tummelt sich das Voxel Design. Die dreidimensionale Gitter-Optik kennen viele wahrscheinlich hauptsächlich aus Minecraft oder anderen Games.



Vorbildfunktion: Stars mit Engagement und Schüler*innen mit über 4 Mio Follower*innen.

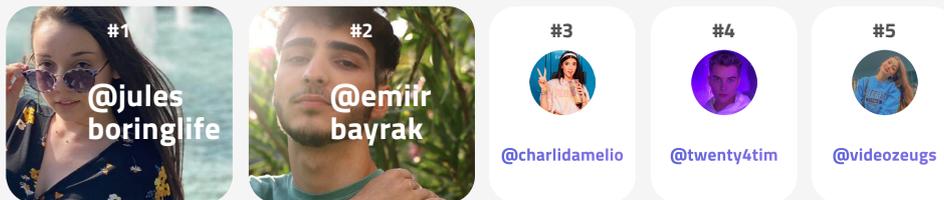
Jeder hatte schon mal ein Idol, zu dem man aufgesehen hat, oder das die gleichen Werte vertritt wie man selbst — eine Identifikationsfigur. Zu weltweiten Musikidolen gehören für die Gen Z inzwischen die Jungs der K-Pop-Band BTS, die in der Vergangenheit nicht nur durch ihre Musik, sondern auch durch ihr soziales Engagement aufgefallen sind. Bereits im Jahr 2017 schloss sich BTS in ihrer Heimat Korea mit UNICEF zusammen, um Gewalt gegen Kinder und Jugendliche zu stoppen. Auch der US Superstar Ariana Grande und die Powergirls der Band BLACKPINK setzen sich für Umwelt, Tierrecht und Bildung ein.



sonstiges:

Adele, Mark Forster, Nico Santos, Ed Sheeran, Lea, Olivia Rodrigo, Lil Peep, Harry Styles

Besonders in Zeiten von Tiktok werden aber auch Jugendliche „von nebenan“ für andere Schüler und Schülerinnen zum Vorbild. Vor allem das Trio um @julesboringlife, @emiirbayrak und @twenty4tim erfreuen sich beständiger Beliebtheit. Für ein gemeinsames Projekt gründeten sie 2021 sogar kurzzeitig eine WG in Köln.



sonstiges:

@paulawwolf, @rezo, @addisonre, @ranboo @juliabeautx @mavienoelle @calikessy

2022: Auf in neue Zeiten.

Abschließend noch die zwei am häufigsten genannten Worte von Jugendlichen bei der Frage, wie sie 2022 beschreiben würden. Zum einen war es „Corona“. Natürlich, es ist und bleibt ein Thema, welches insbesondere in Schulen für viele Schüler*innen eine „Dauerschleife“ der Verunsicherung bringt. Aber auch „Neubeginn“ war einer der meist genannten Begriffe. Trotz aller Hindernisse ist die Gen Z hoffnungsvoll und wünscht sich einen echten Aufbruch.



Zusammen erfolgreich die Gen Z erreichen.



Mit scoolio ist es unser Ziel, die digitale Transformation im Alltag der Schüler und Schülerinnen zu begleiten. Die scoolio App unterstützt Jugendliche in ihrem Schulalltag. Der Austausch und das Vernetzen zwischen Mitschüler*innen ergänzt die Verknüpfung von Schule und Freizeit.

Wir gehen noch weiter: Das spielerische Entdecken der eigenen Persönlichkeit, Zukunftsvorstellungen sowie von vielfältigen Ausbildungs- und Studienmöglichkeiten bringt die Berufsorientierung auf ein neues Level.

Für die Entwicklung der App ist das Feedback und die Berücksichtigung der Bedürfnisse unserer Nutzer*innen essentiell. Das Beibehalten dieser Flexibilität in der Umsetzung neuer Ideen ist uns dabei sehr wichtig. Dies ermöglicht uns, Sie bei Ihrer Nachwuchssuche zielgruppennah zu unterstützen und zu beraten. Vom kleinen Handwerksbetrieb bis hin zum Großkonzern: Die erfolgreiche Vernetzung der Jugendlichen mit zukünftigen Arbeitgeber*innen steht immer individuell im Zentrum.

Kontaktieren Sie uns:

Soolio GmbH
Königsbrücker Str. 76
01099 Dresden

Johanna Köhler
+49 (0) 351 407 96 31-70
johanna@soolio.de



E-Mail senden

Mehr als 300 Kunden vertrauen scoolio:



Kaufland



AOK PLUS



dm-drogerie markt



Infineon



Deutsche Bank



KRASS Optik



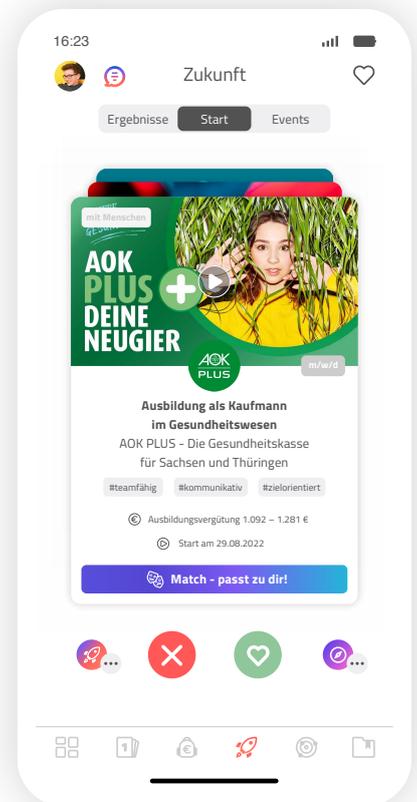
Ministerium der Justiz
des Landes Nordrhein-
Westfalen



Bauernverband
Mecklenburg-
Vorpommern e.V.

... und viele mehr

Jetzt Kampagne starten



Preise und Nominierungen von scoolio:



1. Platz

Huawei HMS App Innovation Contest 2020
Kategorie: „Beste App in Europa“



1. Platz

Digital Publishing Award 2020
der Frankfurter Buchmesse
Kategorie: „Start-up“



nominiert

Sächsischer Gründerpreis
2019



nominiert

Sachsens Unternehmer
des Jahres 2019



2. Platz

Schul-Pitch
LEARNTEC 2019



2. Platz

Start-up-Pitch
LEARNTEC 2019



2. Platz

24. Dresdner Marketing-Preis 2018



Publikumspreis

Leipziger Buchmesse 2018
Kategorie: „Neuland 2.0“