



## **PRESSEMITTEILUNG**

### **„Generation Netzwerk“: VZ und IQ Digital veröffentlichen Deutschlands größte Jugendstudie mit über 30.000 Befragten**

**Mehr als 30.000 Jugendliche geben Auskunft über zentrale Themen des Lebens wie Zukunft, Beruf, Familie sowie Medien- und Konsumverhalten**

**Berlin, 09.09.2010** – Unter dem Titel „Generation Netzwerk“ veröffentlichen die VZ-Netzwerke und IQ Digital die bisher größte Jugendstudie Deutschlands: Über 30.000 Jugendliche und junge Erwachsene im Alter von 14 bis 29 Jahren nahmen an der Onlinebefragung teil, die sich den zentralen Themen des Lebens wie Zukunft, Beruf, Familie sowie Medien- und Konsumverhalten widmet. Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut iconkids & youth international research durchgeführt und ist repräsentativ für über 9 Millionen junge Menschen in Deutschland.

#### ***Die „Generation Netzwerk“ sehnt sich nach Sicherheit und Stabilität***

Die Studie ergab, dass sich die „Generation Netzwerk“ in einer Zeit schnellen Wandels nach Sicherheit, berufliche Stabilität sowie private Kontinuität sehnen. 91% der „Generation Netzwerk“ messen engen Freunden und 84 % einem langfristigen sicheren Job einen sehr hohen Stellenwert bei. Der Wunsch nach finanzieller Sicherheit und Familie wird ebenfalls als wichtig erachtet, konkurriert aber auch miteinander. So streben 54% der Jugendlichen ein hohes Einkommen an, 58% möchten viel Zeit für Privatleben haben.

Das Interesse und das Vertrauen in die Politik ist in der „Generation Netzwerk“ laut Studie sehr gering: Nur 8 % finden es wichtig, sich politisch zu engagieren. Gesellschaftspolitische Themen und deren Entwicklung schätzen die Befragten eher pessimistisch ein: Auf einer Skala von 1 bis 10 (sehr pessimistisch bis sehr optimistisch) sehen die Jugendlichen die Themen Arbeitslosigkeit und Kriminalität bei 4,0 bzw. 4,3 Punkten. Die Felder Politik und Wirtschaft nur bei 3,6 bzw. 4,4 Punkten.

#### ***Das Internet ist zum multifunktionalen Leitmedium geworden. Klassischen Medien verlieren deutlich.***

Hinsichtlich des täglichen Mediennutzungsverhaltens belegt die Studie eindeutig die Verschiebung von den klassischen zu den neuen Medien. Das Internet ist für Jugendliche zum multifunktionalen Leitmedium geworden: 93 % nutzen inzwischen jeden Tag das Internet. Dabei wächst die Bedeutung sozialer Netzwerke als zentrale Kommunikationsplattform: Social Communities wie die VZ-Netzwerke helfen der jungen Generation, durch einen immer komplexer werdenden Alltag zu navigieren und soziale Beziehungen zu pflegen. Nur 21 % der Jugendlichen lesen Zeitungen. Noch weniger (6 %) blättern in Zeitschriften. Fernsehen und Radio spielen im täglichen Medienalltag zwar nach wie vor eine Rolle, jedoch eine deutlich geringere als das Internet. Im Durchschnitt schauen 57 % der „Generation Netzwerk“ jeden Tag Fernsehen; 42 % nutzen täglich das Radio.

#### ***Die Internetnutzung verändert das Konsum- und Kaufverhalten***



schülerVZ studiVZ meinVZ

## **PRESSEMITTEILUNG**

Das Internet ist als Informationsquelle zu Marken und Produkten unverzichtbar geworden, wie 83% der befragten Jugendlichen bestätigen. Auch hier zeigt sich die Leitfunktion des Mediums. Mehr als die Hälfte der jungen Erwachsenen (58%) begibt sich in sozialen Netzwerken auf die Suche nach Produktinformationen. Insbesondere persönliche Empfehlungen und der Meinungs austausch unter Freunden spielt eine große Rolle. Die Neugier nach neuen Marken und Produkten ist zwar groß, jedoch trifft die „Generation Netzwerk“ Kaufentscheidungen sehr differenziert und oftmals pragmatisch. Beim Einkauf achten knapp 50 % der Befragten auf den Preis.

### **Über die VZ-Netzwerke**

Die VZ-Netzwerke verfügen mit schülerVZ ([www.schuelerVZ.net](http://www.schuelerVZ.net)), studiVZ ([www.studiVZ.net](http://www.studiVZ.net)) und meinVZ ([www.meinVZ.net](http://www.meinVZ.net)) über Onlinenetzwerke für alle Internetnutzer ab 12 Jahren. Über 17,1 Millionen Mitglieder sind bereits in den VZ-Netzwerken registriert, um sich online aktiv auszutauschen und mit Freunden, Kollegen und Bekannten in Kontakt zu bleiben. Jeden Tag werden mehr als 2 Millionen Fotos hochgeladen und 13 Millionen Nachrichten an Freunde, Kollegen und Bekannte versendet. Das Unternehmen VZnet Netzwerke Ltd. (ursprünglich studiVZ Ltd.) wurde im Oktober 2005 gegründet und gehört seit Januar 2007 zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Berlin. CEO der VZ-Netzwerke ist seit Februar 2010 Dr. Clemens Riedl.

Medienkontakt VZ-Netzwerke:  
Dirk Hensen  
Tel.: +49 (0) 30 40 50 427 230  
E-Mail: [dhensen@vz.net](mailto:dhensen@vz.net)