

DLM-Pressemitteilung 03/2019 • Berlin 15.01.2019

Blind Spot Generation Z? DLM-Symposium am 28. März in Berlin stellt die Digital Natives 2.0 in den Mittelpunkt

die medienanstalten laden zu Diskussion und Austausch über die erfolgreiche Ansprache der neuen jungen Zielgruppe

Generation Z – heiß umworbene Zielgruppe von Brands, Werbern, Unternehmen und Medien. Aber wie und wo lässt sich die Gen Z erreichen? Die Digital Natives der 2. Generation leben im Netz, können aus unzähligen Möglichkeiten wählen, sind anspruchsvoll und unsicher zugleich. Die Gen Z, Nachfolger der Millennials, machen 6,5 Millionen der deutschen Bevölkerung aus. Ihre ungeteilte Aufmerksamkeit ist ein kostbares Gut.

Das DLM-Symposium 2019 steht deswegen am 28. März 2019 unter dem Motto „Generation Z – Das unbekannte Wesen im neuen Ad Tech Kosmos? Was Medien, Marketing und Werbung brauchen, um die neue Zielgruppe zu erreichen“. Es geht um die mediale Adressierbarkeit der Generation Z.

„Von Kindesbeinen an in der digitalen Welt und in sozialen Netzwerken zu Hause, ist die Generation Z routiniert im Umgang mit Werbebotschaften und gleichzeitig sehr konsumfreudig. Dabei sind ihre konkreten Alltagsentscheidungen von starker Unsicherheit geprägt und sie sind permanent offen für Orientierungshilfe von außen: Gutes Storytelling von Marken und Medien spielt hierbei eine entscheidende Rolle“, sagen Dr. Jörg Munkes und Dr. Sigrid Schmid von der Gesellschaft für Innovative Marktforschung, die beim DLM-Symposium die Generation Z vorstellen werden. „Perfekte digitale Zugänglichkeit von Information – also neben der reinen Auffindbarkeit auch eine optimale User Experience und eine leicht konsumierbare inhaltliche Aufbereitung – ist für diese Generation eine Selbstverständlichkeit.“

Wer sich als Unternehmen erfolgreich bei den Digital Natives positionieren will, hat besser eine Marken- und Kommunikationsstrategie, die ihrem Selbstverständnis Rechnung trägt. Cornelia Holsten, DLM-Vorsitzende, betont die individualisierte Ansprache der Gen Z: „Erfolgreich relevanten Content mit höchstem digitalen Know-how zielgruppengerecht zu verbinden, wird über Erfolg und Misserfolg von Marketing entscheiden. Influencer Marketing, Voice

Gesellschafter

Landesanstalt für Kommunikation
Baden-Württemberg (LFK)
Bayerische Landeszentrale für neue Medien
(BLM)
Medienanstalt Berlin-Brandenburg (mabb)
Bremische Landesmedienanstalt (brema)
Medienanstalt Hamburg/Schleswig-Holstein
(MA HSH)
Hessische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (LPR Hessen)
Medienanstalt Mecklenburg-Vorpommern
(MMV)
Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM)
Landesanstalt für Medien NRW
Landeszentrale für Medien und Kommunikation
Rheinland-Pfalz (LMK)
Landesmedienanstalt Saarland (LMS)
Sächsische Landesanstalt für privaten Rundfunk
und neue Medien (SLM)
Medienanstalt Sachsen-Anhalt
Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)

Assistants, Chatbots, virale Kampagnen, Storytelling und individueller Content spielen eine entscheidende Rolle. Innovative Ad Tech und Künstliche Intelligenz ermöglichen ein verbessertes Targeting. Wir wollen mit den Branchenexperten diskutieren, was die Generation Z ausmacht, wie sie Medien nutzt, ob und wie Werbung bei ihr wirkt und welche Bedeutung neue Werbetechnologien für eine moderne, zukunftsfähige Regulierung haben.“

Das DLM-Symposium findet unter Moderation von Svenja Teichmann (Geschäftsführerin Crowdmedia) und Jens Schnieders (Reporter und Moderator 17:30 SAT.1 REGIONAL) im dbb forum berlin statt. Informationen zu Programm und Referenten sowie die Anmeldemöglichkeit sind online unter <https://www.die-medienanstalten.de/veranstaltungen/dlm-symposium-2019/> zu finden. Die Veranstaltung ist kostenfrei.

Weitere Informationen über *die medienanstalten* finden Sie unter: www.die-medienanstalten.de

Kontakt bei Medien-Rückfragen

Karsten Meyer
Telefon: +49 30 2064690-20
Mail: presse@die-medienanstalten.de
www.die-medienanstalten.de