



september
» Strategie & Forschung

B E #
S O C
I A L

 **MuV25**
FORWARD

 No impact without
emotions!

Face the Heart Queen!

Chemnitz, 25.06.2025

Eure Speakerinnen



CORNELIA KREBS

SEPTEMBER – STRATEGIE & FORSCHUNG GMBH



ANNA-LENA WAGNER

BE#SOCIAL | AWADO KOMMUNIKATIONSBERATUNG GMBH

» Wer war nochmal diese Gen Z?



1995-2010



1980-1994



1965-1979



1946 - 1964

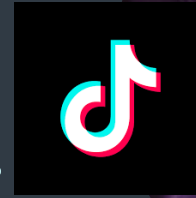
3 Steps To Success

STOPPING POWER

AWARENESS

→ Quantitativ

n = 1200
(12 Monaden)



+



EMOTIONAL POWER

REINZIEHEN

→ Emotionsmessung

216 Social Ads
n = 192 Teilnehmende



UNFOLDING POWER

IMPACT

→ In-Depth-Interviews



n = 50

à 90 Minuten Länge

SOCIAL: Endlich eine Welt, in die man sich reinfallen lassen kann

*„Da schaltet mein
Hirn endlich mal
ab.“*

*„Man versinkt
einfach in sich
rein.“*

*„Ich vergesse die
Zeit.“*

**Personalisierung
+ Aktualität
= SLAY**

**Social wirkt wie ein warmes Nest,
von dem aus man die Welt erleben kann.**



» **Kein anderes Medium** hat diese wahnsinnige Sogwirkung auf die Gen Z

„Ohne Social hätte ich nur ein Standard Leben, so ist alles möglich, zu jeder Zeit. Es gibt immer (Smartphone)Licht am Horizont.“

Aus der Situation raus und in den Flow rein ziehen lassen...

Einfach mal **NICHT ENTSCHIEDEN MÜSSEN**, was man tut oder denkt!

INTERAKTIONEN und Situationen einfach **ABBRECHEN**, statt auszuhalten.

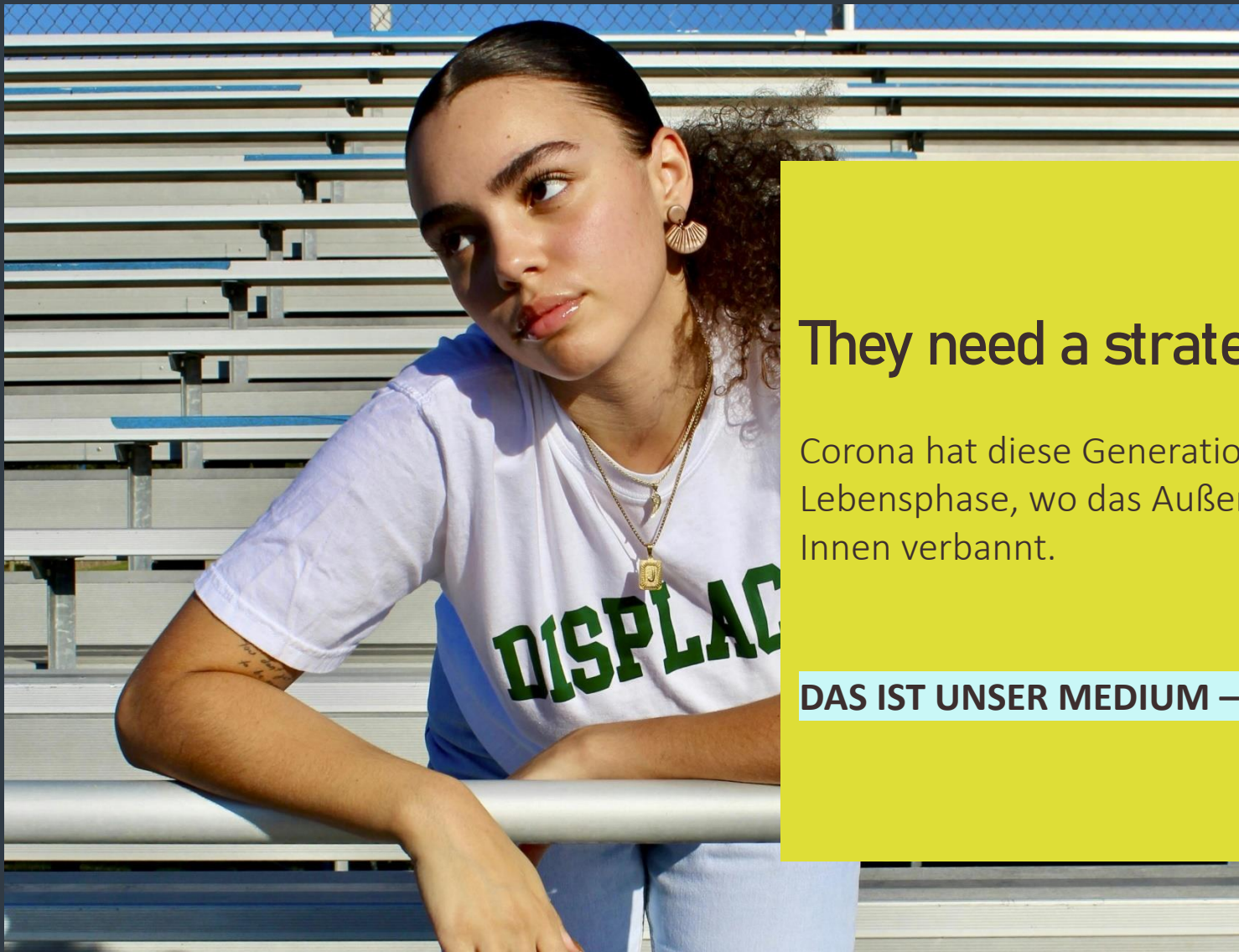
Social Media ist DIE Gen Z Erlebniswelt

The Never Ending Rabbit Hole...

Eine Begegnung
folgt der
anderen...



» WE ALL KNOW IT DIESE GENERATION HAT VIELE HERAUSFORDERUNGEN



They need a strategy to survive (mentally, healthy)...

Corona hat diese Generation zu harten Kompromissen gezwungen, in einer Lebensphase, wo das Außen eine große Rolle spielen sollte, waren sie nach Innen verbannt.

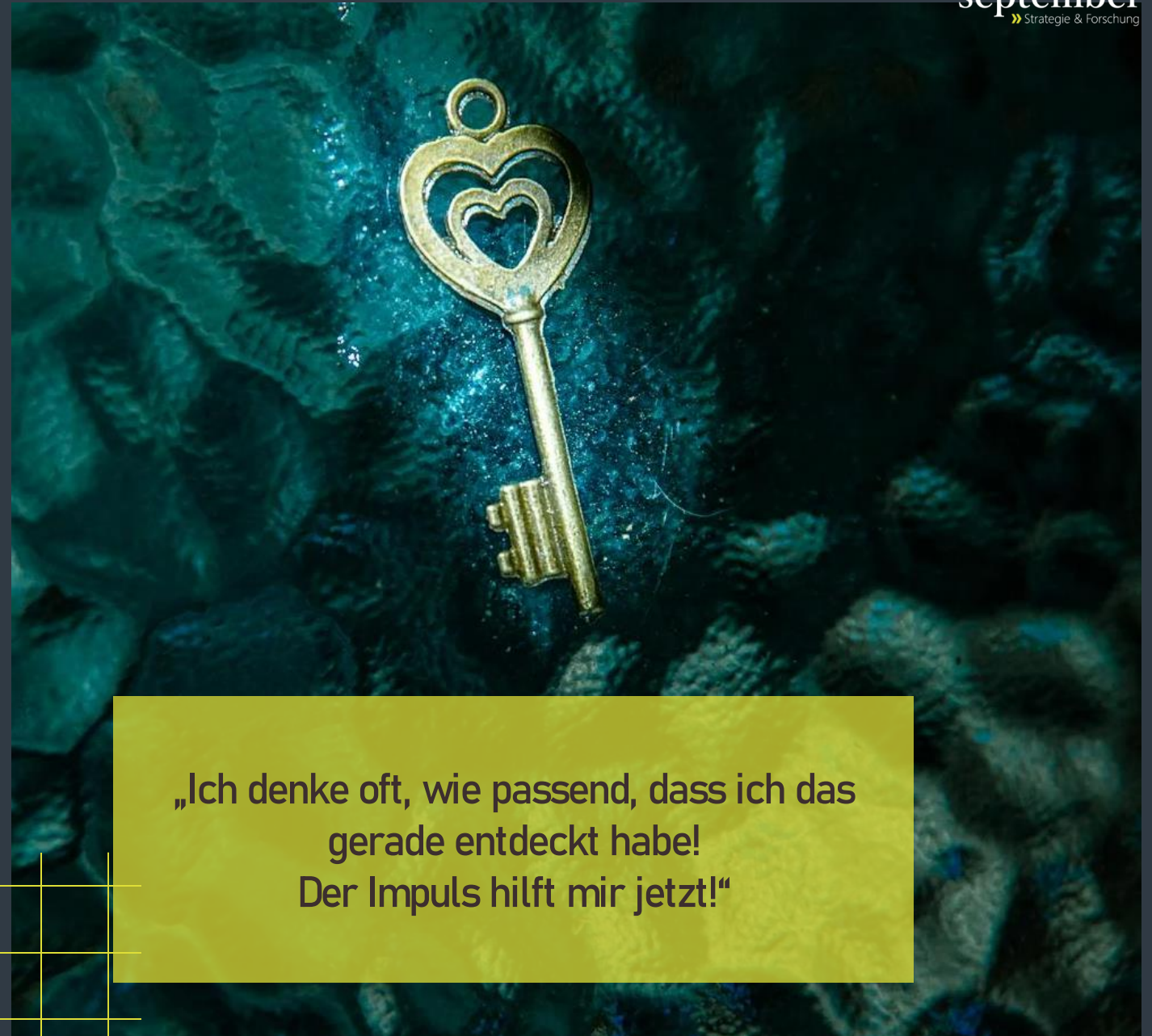
DAS IST UNSER MEDIUM – HIER WERDEN WIR ERNST GENOMMEN.

» Begegnungen auf Social sind magisch!

Obwohl (oder gerade weil) alle wissen,
dass ‚Algi‘ lenkt...

fühlt es sich schicksalhaft an!

Schlussfolgerung: hier stecken Learnings,
Potenziale, Impulse, usw. FÜR MICH drin.



„Ich denke oft, wie passend, dass ich das
gerade entdeckt habe!
Der Impuls hilft mir jetzt!“

» ALICE IM WUNDERLAND EFFEKT: Mit jeder Begegnung nimmt man was für sich mit

Social ist für das Kontaktepflügen gemacht,
womit alles in Social unter diesem Stern steht.

**BRAND
CHANCE**

Die Gen Z liebt an Social die Relevanz von Beziehungen!
Und die Macht, sich diese jederzeit reinzuholen.

They only need...

Seconds

für den

Content Check

#PredictiveMind

ALSO STOPPT DIE KLASSISCHE
WERBEDENKE!

september
» Strategie & Forschung

Attention Span on Social
Gen Z klar unter einem Goldfisch
(9 Sek)

Ohne Attention Grab reagiert das PREDICTIVE MIND

in nur nur 300-500 Millisekunden mit

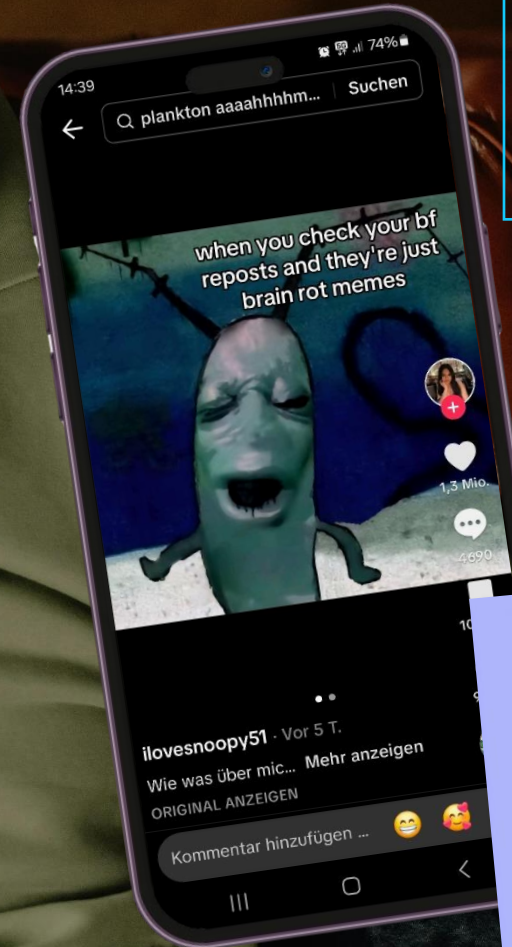
„KOPF AB!“

» Das PREDICTIVE MIND scanned:
Is something in it for me
...und das in colorful, kontrastreich und schnell klärend
Sonst lehnt man aus vollem Herzen ab!

We call it the

INNER
#Herzkönigin
PAIN.

Bei DOOMSCROLLING
und fehlender Selbstregulation
droht der
BRAIN ROT!



„TikTok aufgemacht und bäm!,
sind 2 Stunden weg. Danach
schäm ich mich richtig. Voll
sinnlos die Zeit verplempert.“



gtk: „brain rot“ ist das Wort des
Jahres 2024 by Oxford Dictionary.

Gen Z sucht auf Social Expressive Buddies



So fühl *ich*, was denkt *ihr*?

Der Ausdruck anderer ist
das, was uns bereichert.
Weil wir merken, dass wir
ähnlich empfinden.

**KEINE Markenvorführung, NICHT MAL EIN
Markenerlebnis, SONDERN EIN ERLEBNIS IN DEM
DIE MARKE VORKOMMT.**

Schönstes Gefühl auf Social?!

„FÜHL ICH!“

**Liken,
Speichern,
Weiterleiten,**

ist am Ende alles ein ‚I feel you‘.

**Erlebnisse werden
durch's Teilen intensiver.**



„Das ist dieser Moment, in dem du denkst: haha, stimmt. Das geht mir auch immer so. Aber vorher hast du nicht bewusst drüber nachgedacht.“

» Content ist erfolgreich, wenn er **Real Moments** in uns weckt!

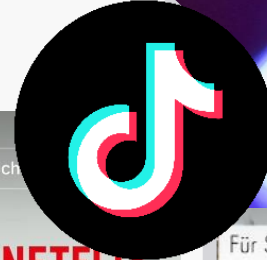
„Das Gefühl kenn ich!“ denken wir, wenn Content empathisch ist.

Das Verständnis von Social Content ist, dass er immer user-basiert ist – von (Normalo) Menschen für (Normalo) Menschen gemacht.

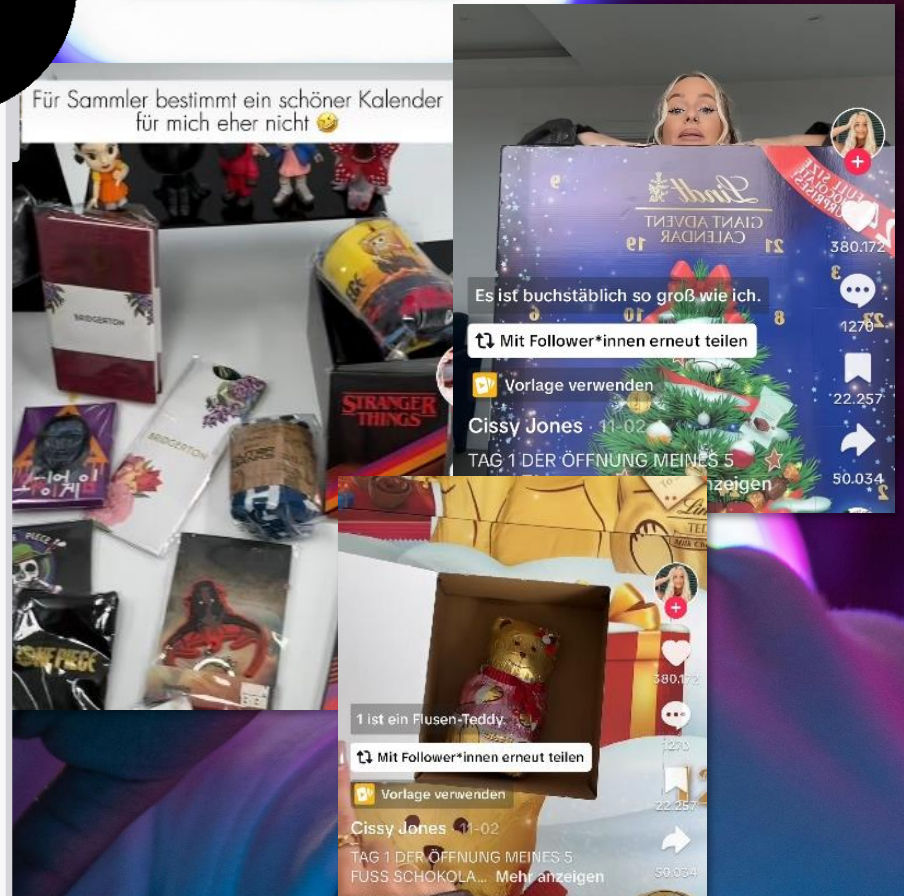
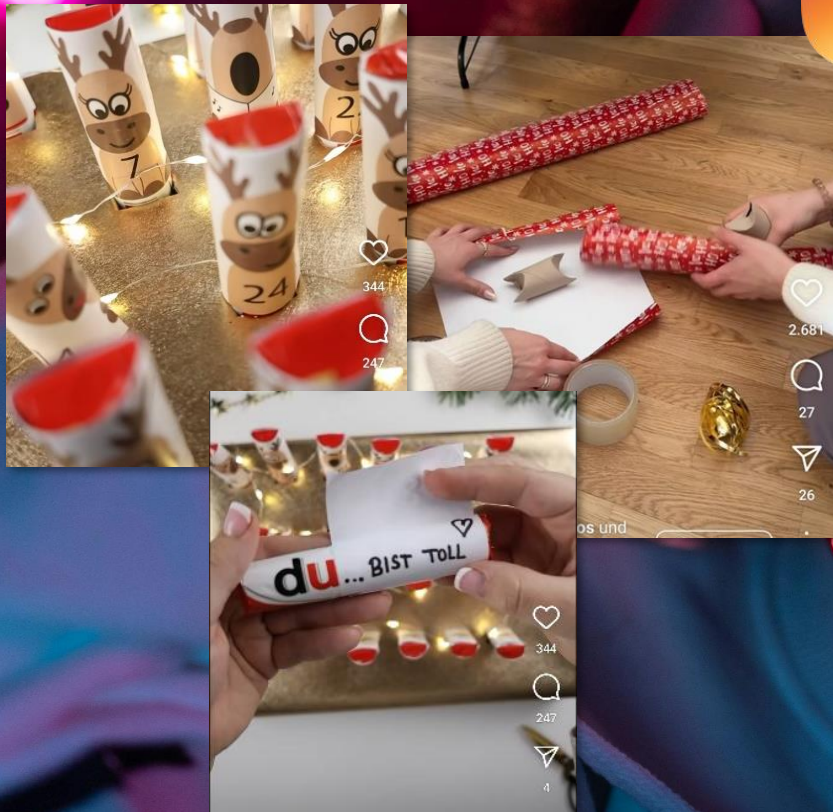
**Real Moments entstehen aus
Micro Insights!**

Wie dasselbe Thema unterschiedlich trendet: Der Adventskalender

DO YOUR BEST



ENJOY THE RIDE



» Brands, wo bleibt ihr??? This is your playground too!

„Dass die immer nur Praktikanten für das Ganze Social Media Marketing anstellen, sagt alles.“



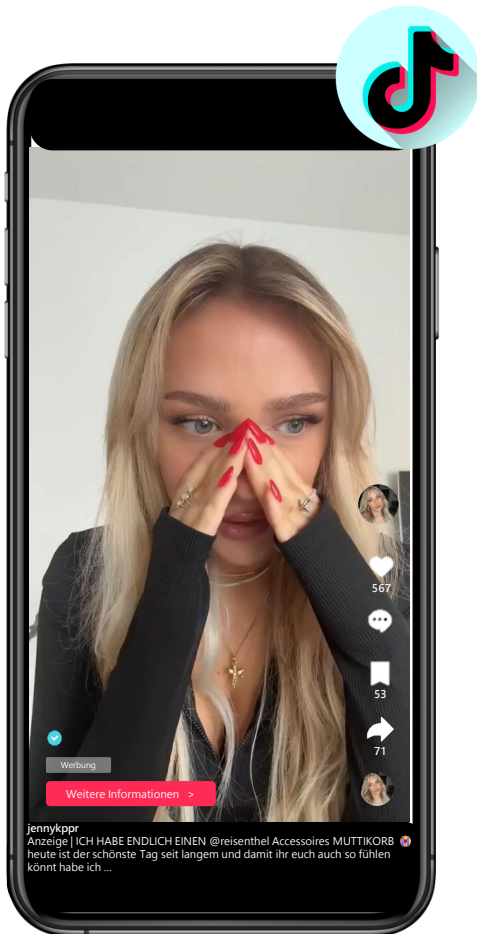
Vermissten von kreativer Werbung

...verleitet die Gen Z zu vielen Schlussfolgerungen

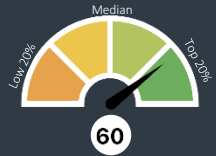
- **Einordnung von Marken in „alte“ Welt, Verweigerung** auf jüngere Generationen zuzugehen.
- **Allein gelassen werden** – „wenn ihr Social nicht ernst nehmt, nehmt ihr uns nicht ernst.“

QUEEN'S ATTENTION

TOP CASE ,REISENTHEL'



Facts



Attention Grabbing

4,46

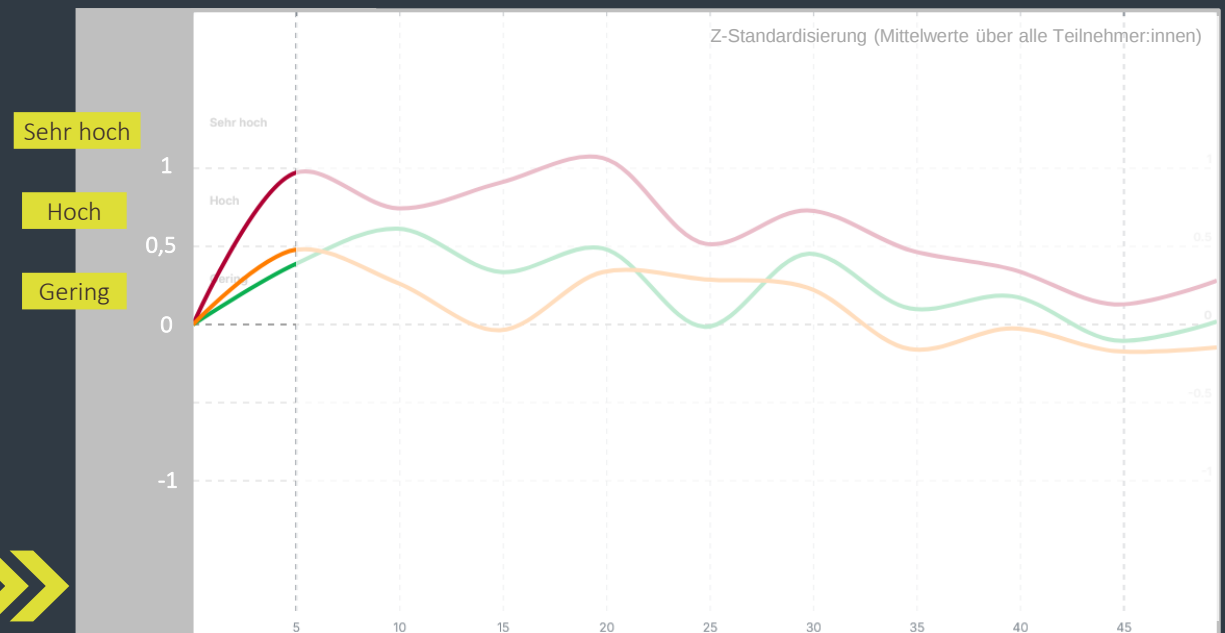
Low 20%

Top 10%

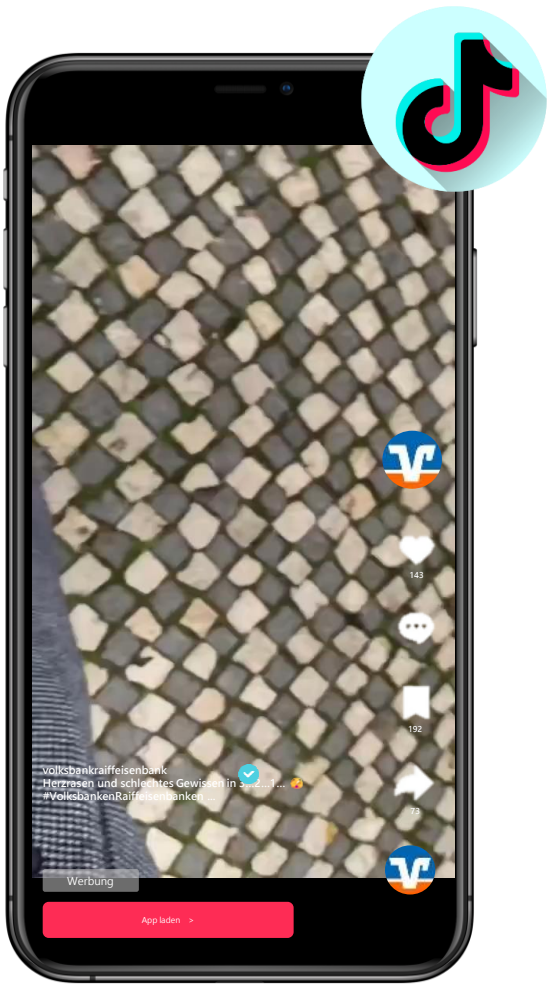
Ad Length
52s

Gesamt

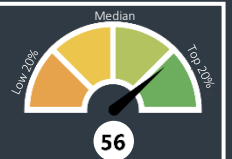
Relevanz Attraktion Nähe



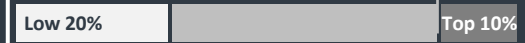
>> VR-Banken



Facts

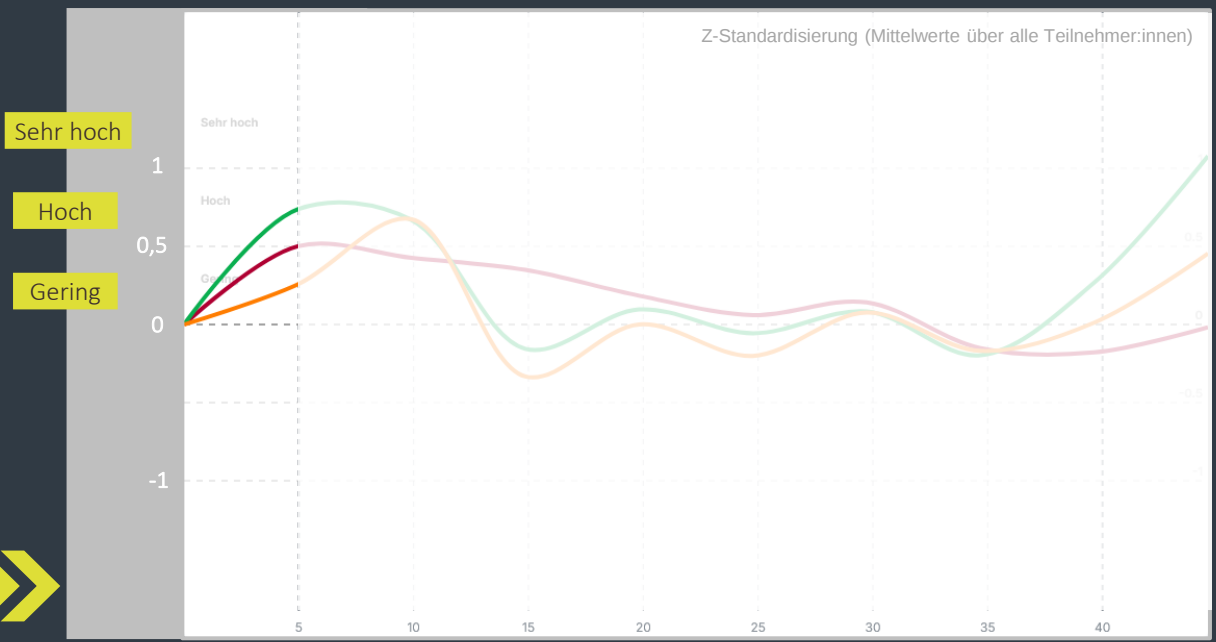


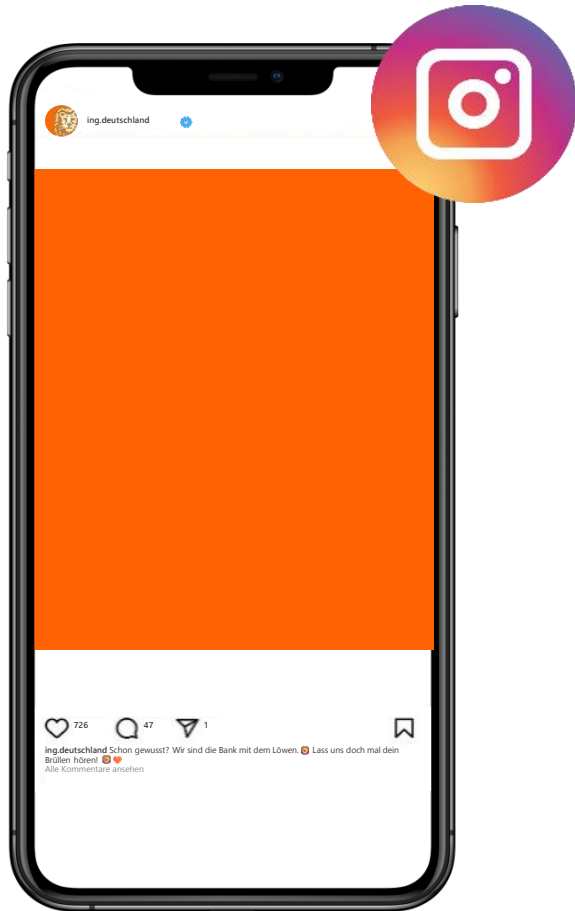
Attention Grabbing



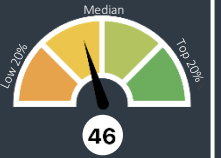
Gesamt

Relevanz Attraktion Nähe





Facts

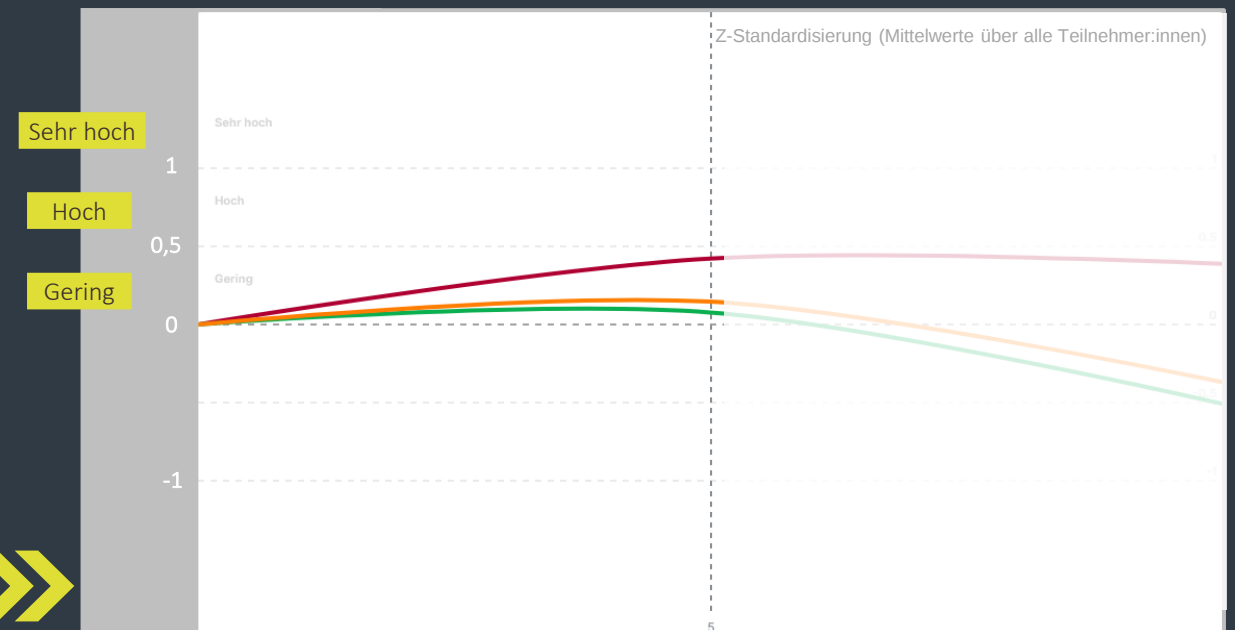


Attention Grabbing



◆ Gesamt

Relevanz Attraktion Nähe



Beobachtungen, die kleine,
allzu menschliche Eigenheiten
offenlegen.

Die wir im Alltag kaum
thematizieren, aber alle kennen.

MICRO
INSIGHTS

schaffen instant
Connection



Sie schaffen
durch Empathie
Relevanz und
Nähe.

A woman with tattoos and a nose ring stands in a kitchen. A vibrant rainbow light effect is visible in the background, creating a dreamy atmosphere. The image is overlaid with a yellow grid in the top left corner.

MICRO INSIGHTS

schaffen instant Connection



Zum Beispiel:



gehe in einen Raum, weiß nicht mehr warum



hab jemandem zurück gewunken, der mir gar nicht gewunken hatte



hab aufgeräumt, statt für die Arbeit zu büffeln



beim Bestellen sich nicht trauen Namen von Gerichten oder Produkten auszusprechen und diese deshalb einfach nicht bestellen

Und viele mehr...

Let's do!

Eure EIGENE
MICRO
INSIGHTS
Collection!

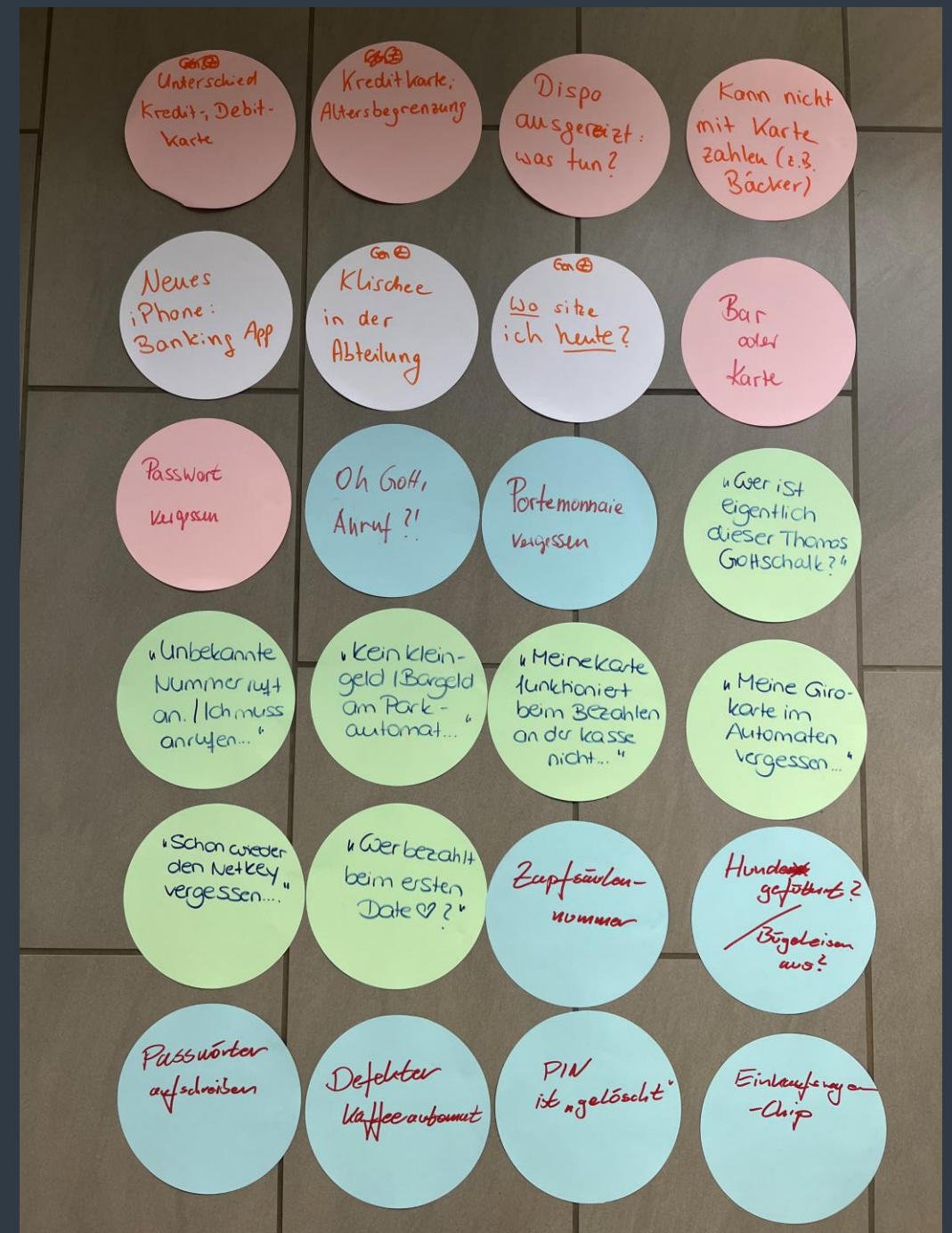


Let's do!

Eure EIGENE MICRO INSIGHTS Collection!

Eure ERGEBNISSE (1/2)

*Ergebnisse der „Gen Z“ sind entsprechend gekennzeichnet

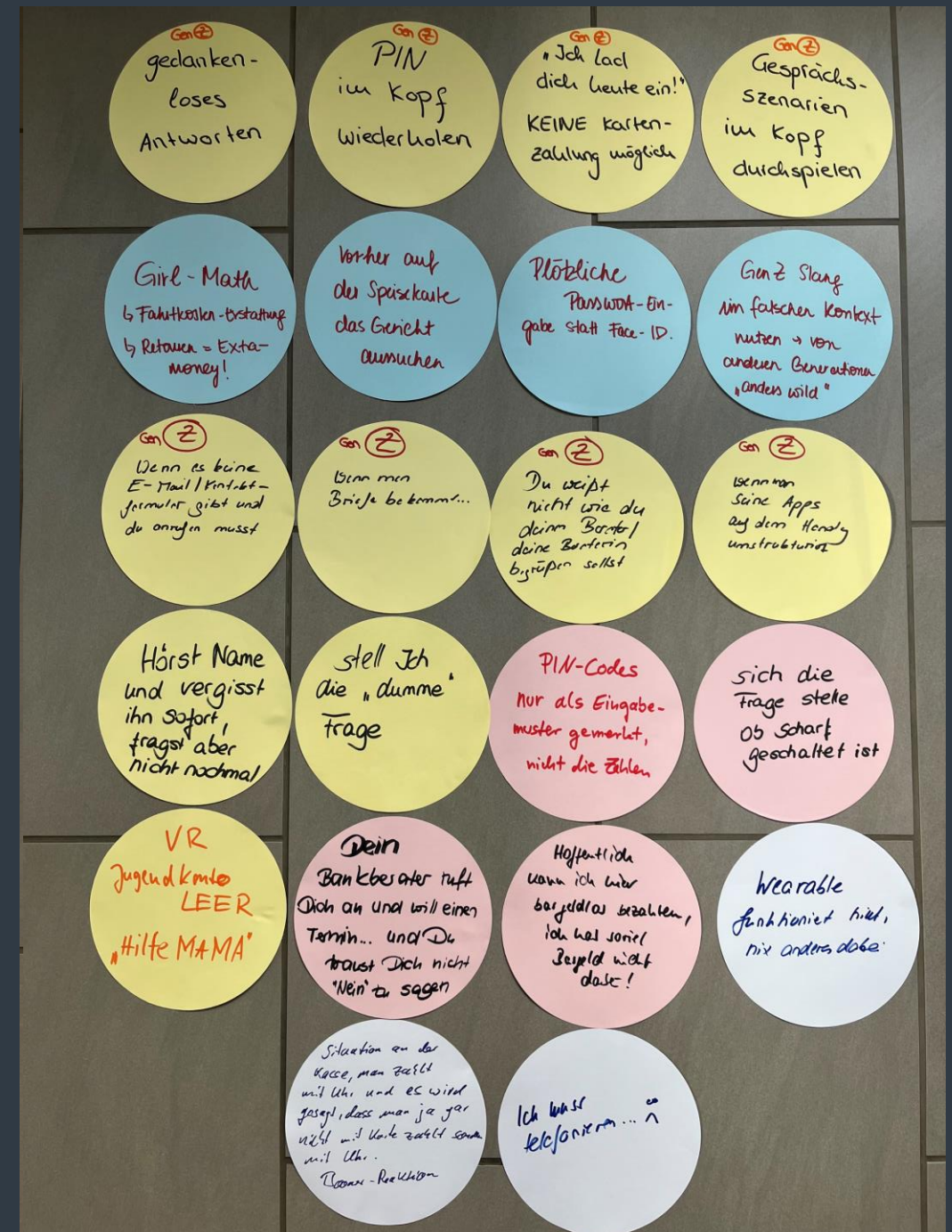


Let's do!

Eure EIGENE MICRO INSIGHTS Collection!

Eure ERGEBNISSE (2/2)

*Ergebnisse der „Gen Z“ sind entsprechend gekennzeichnet



Was gibt es alles im Be#Social Hub zum aktuellen Thema?



**Masterclass: „Ohne TikTok geht's nicht“
von Dimitrij „DIMA“ Tarasenko**

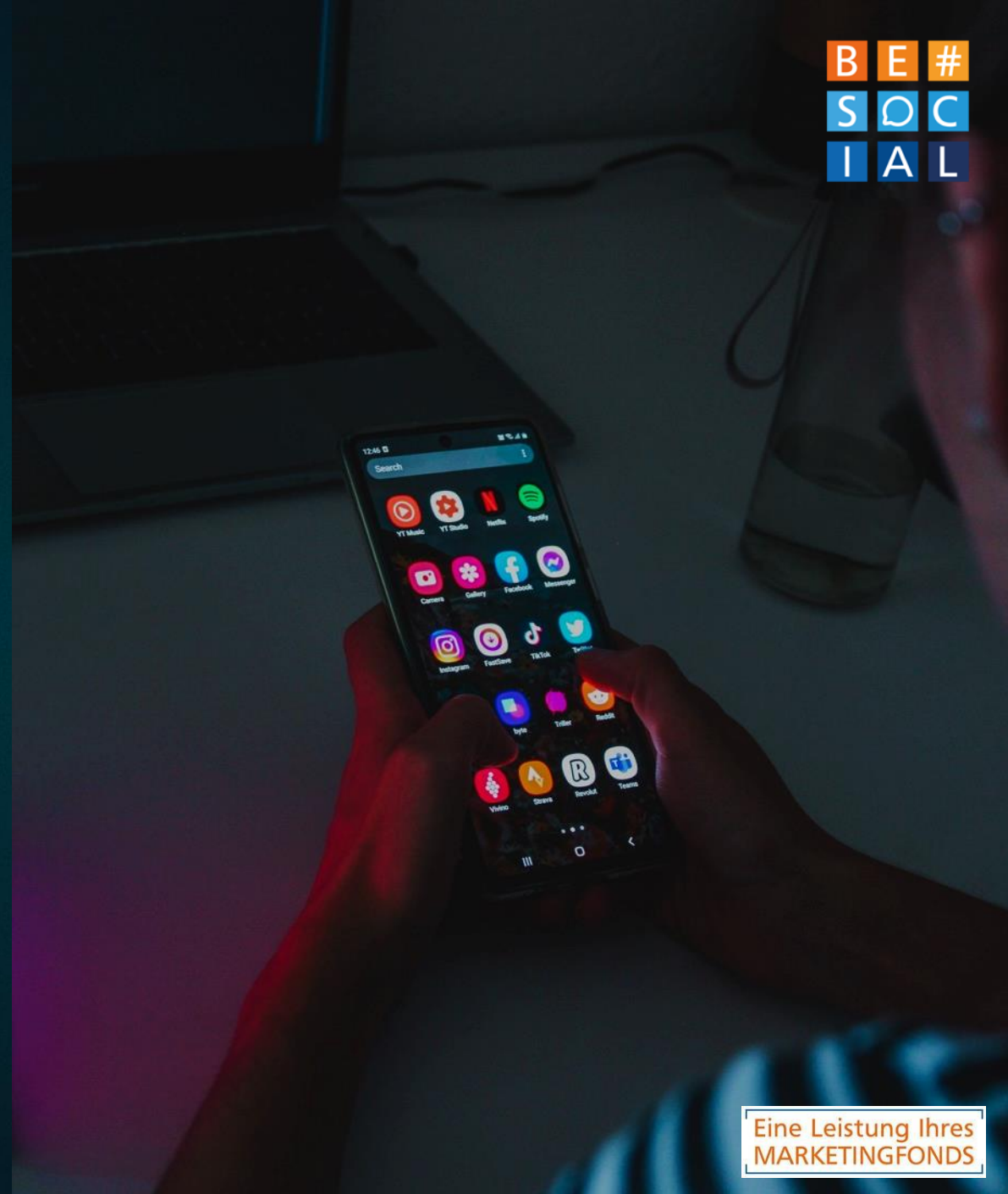


**Podcast: „Wie junge Menschen Medien
nutzen“ gemeinsam mit Patricia Johannes
(september Strategie & Forschung GmbH)**



**Digitale oder physische Netzwerktreffen:
Contentdays 2026 im GenoHotel in
Forsbach**

**...und darüber hinaus viele Whitepaper, worauf es z.B.
rechtlich zu achten gilt, Contentvorlagen oder rund 200
Videoskripte, um eigenen Content zu generieren**





Jetzt anmelden und Platz sichern!

BE#SOCIAL

CONTENT DAYS

Save the
date!



26. & 27.
Januar 2026



Nina Ward

Benjamin Küster

Anna-Lena Wagner

**Bei Fragen oder
Anregungen stehen
wir euch immer
zur Seite!**

» DANKE FÜR EUER VERTRAUEN!

september
» Strategie & Forschung



be social

» Creating Future Together.