

00

Digital Natives



The Generation Z

Generatie Z is een generatie die geboren is na 1995 en wordt gezien als de toekomst van de globale economie. Beter bekend als de Digital Natives. Deze generatie gelooft in diversiteit, gelijkheid en non-discriminatie. Generatie Z is daarnaast ook nog eens vertrouwd met technologieën die redelijk recent zijn voor oudere generaties. Dit komt doordat Generatie Z opgroeit in de digitalisering. De huidige leefomgeving bestaat alleen maar uit mobiele communicatie.

Generation Z

The Digital Natives



1995

Generatie Z is best breed en kan zeker onderverdeeld worden in vele archetypes. Deze archetypes sluiten ook aan op de verschillende markten van vele industrieën. Deze archetypes zullen ook bijdragen aan mijn casus waardoor ik een overzicht te zien zal krijgen waarin er onderscheid wordt gemaakt van de archetypes. Daarna kan er gekeken worden op welke groep ik me zal gaan moeten richten.

Digital Natives

Octobre 14th

Z

ED

Inleiding



Om diepere onderbouwing te krijgen van mijn literatuuronderzoek omtrent het typeren van de doelgroep, wilde ik dit valideren met behulp van testen op de doelgroep in het veld. Daardoor versterk je het onderzoek met feiten afkomstig in samenwerking met de doelgroep. Het doel van deze test was het achterhalen of mijn literatuuronderzoek van de 7 groepen in Generatie Z kloppen met de daadwerkelijke interesses van de jongeren in de huidige wereld. Met deze test wilde ik mijn literatuuronderzoek versterken met feiten vanuit het veld, of het verbeteren van mijn onderzoek met feiten. Dit is uitgevoerd met een simpel toegankelijke, visueel aantrekkelijke test. De gehele test kende 4 componenten. Het was een combinatie van een Vragenlijst & Instagram Posts Wall. Zie in dit document de conclusie visueel weergegeven van de groepen.

Meer inzage: [Test Resultaten](#)

00

Inhoudsopgave

Personas

- 01 *World Changers*
- 02 *Adventurers*
- 03 *Entrepreneurs*
- 04 *Twitchers*
- 05 *Youtubers*
- 06 *Lgbtq+*
- 07 *Fashionistas*

Digital Natives

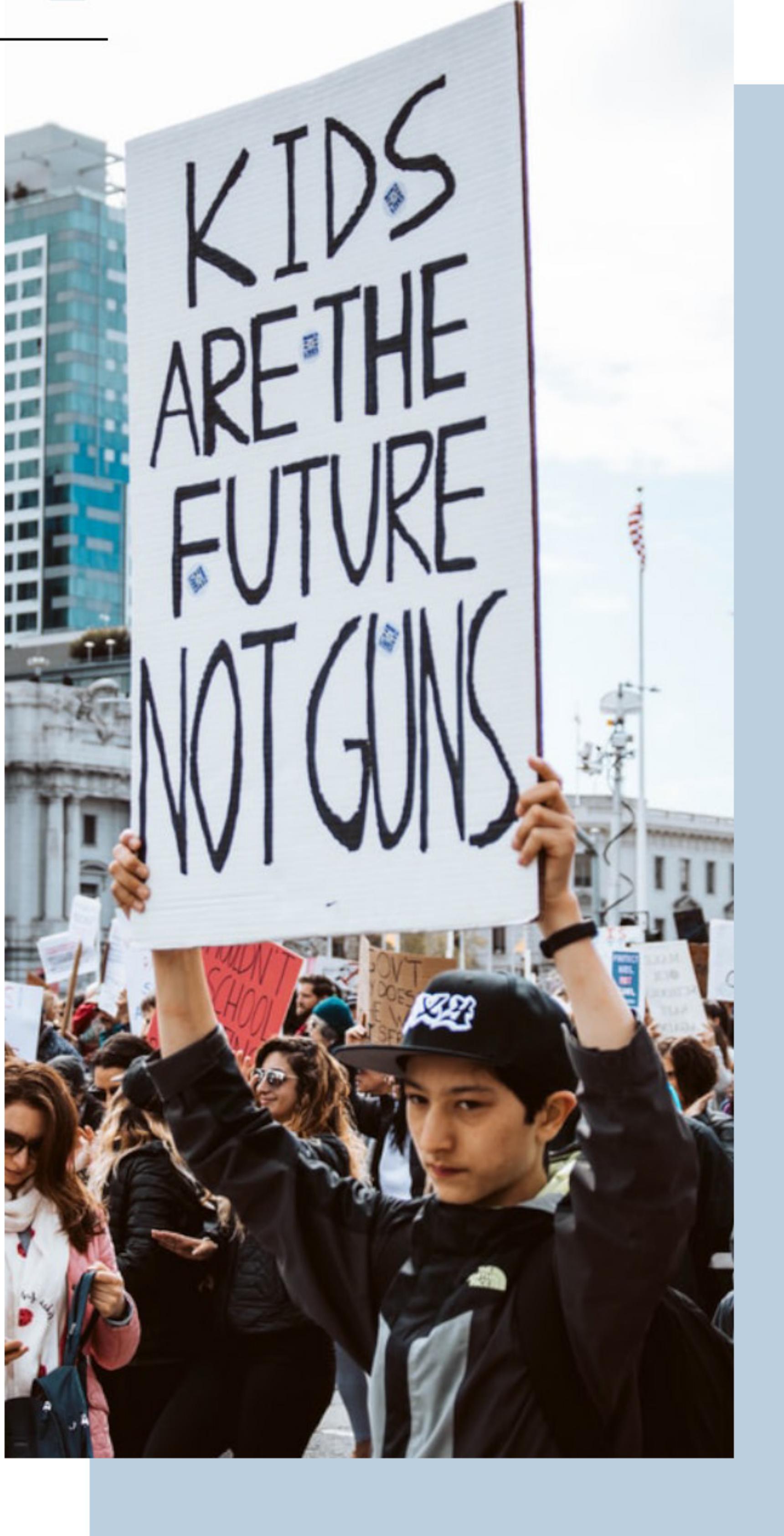
Octobre 11th

Keep scrolling to read more about the persona's!

01

Generation Z | World Changers

Digital Natives



52% Female | 48% Male

01

Social Media Interests

Interests	Posts	Over-Index
LGBTQ+	3%	3,5x
Music	30%	2,5x
Clothing	38%	4,3x
Dog/Pets	7%	2,9x
Politics	19,6%	2,0x

World Changers zijn 3,5 keer eerder geneigd om te praten over LGBTQ+ onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

01

The Importance Of The World

Veel leden van deze groep geloven dat merken hun zouden moeten helpen met het verbeteren van de wereld.

Met 24/7 toegang tot nieuws d.m.v. social media zijn leden van Generatie Z voortdurend overladen met ontberingen en lijden van mensen over heel de wereld. Ze worden hier constant aan blootgesteld. Dit heeft als gevolg dat veel leden van World Changers resulteert in een ongewoon hoog vrijwilligers percentage vergeleken met dat van andere generaties.

#EXO #MeToo
 #Trump #MarchForOurLives
 #Love #BTS #Fitness
 #Fashion #News #Maga
 #Motivation



#ImagineDragons

The Loveloud Tour van Imagine Dragons combineert de topbelangen van muziek, Politiek en LGBTQ +.



#Patagonia

Leden van Generatie Z hebben meer over Patagonië gesproken dan elke andere generatie in 2019. Patagonië levert 1% van de omzet jaarlijks voor milieuproblemen, die sterk resoneren met World Changers.

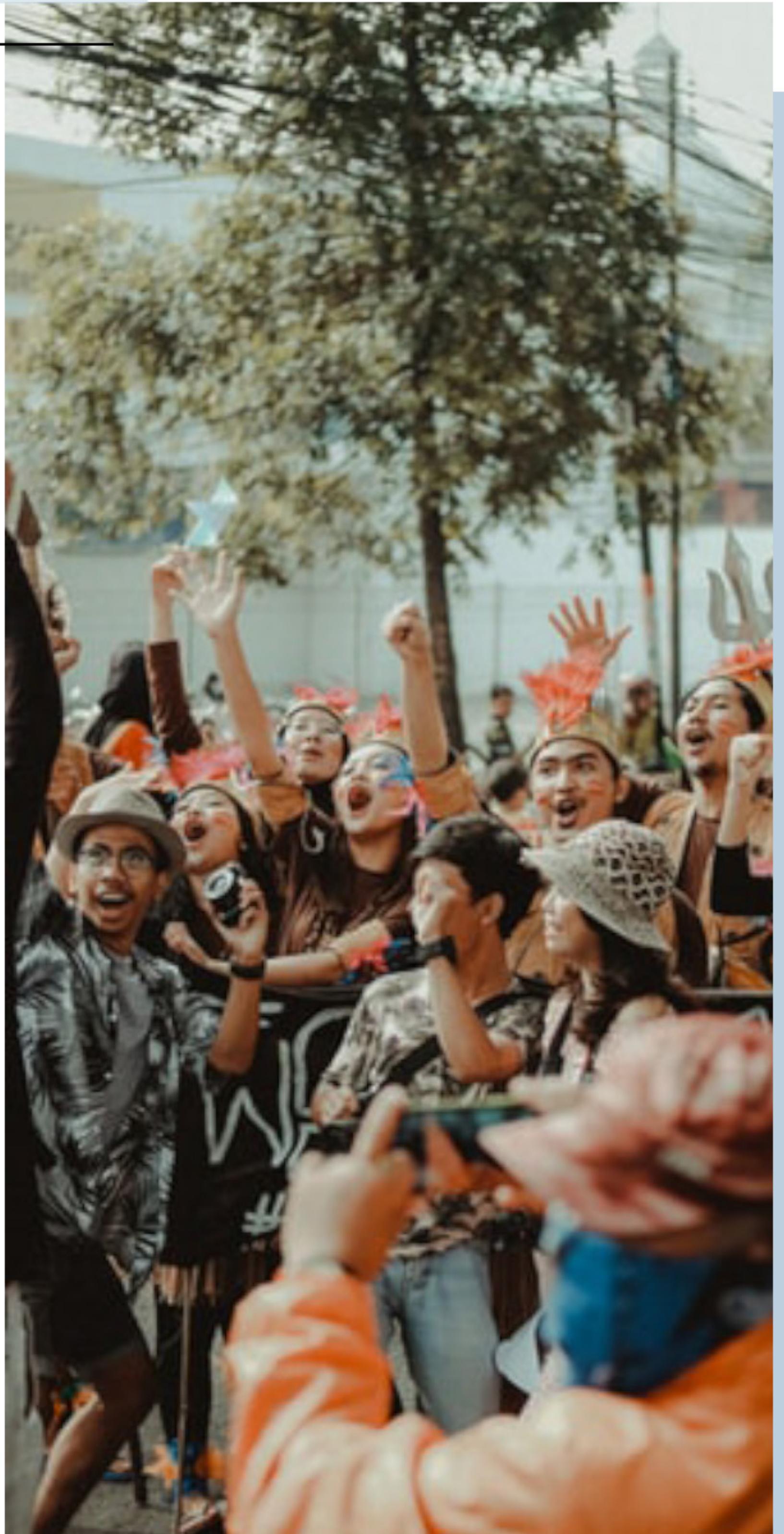
#ADOPTDONTSTOP

World Changers zijn ook gepassioneerd over dieren. Ze hechten waarde aan het nemen of redden van dieren in plaats van gewoon een huisdier kopen.

02

Generation Z | Adventurers

Digital Natives



63% Female | 37% Male

02

Social Media Interests

Interests	Posts	Over-Index
LGBTQ+	5%	5,5x
Dating	27%	4,8x
Anxiety	7%	4,3x
Music	35%	2,9x
Clothing	46%	2,9x

Adventurers zijn 4,3 keer eerder geneigd om te praten over Anxiety onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

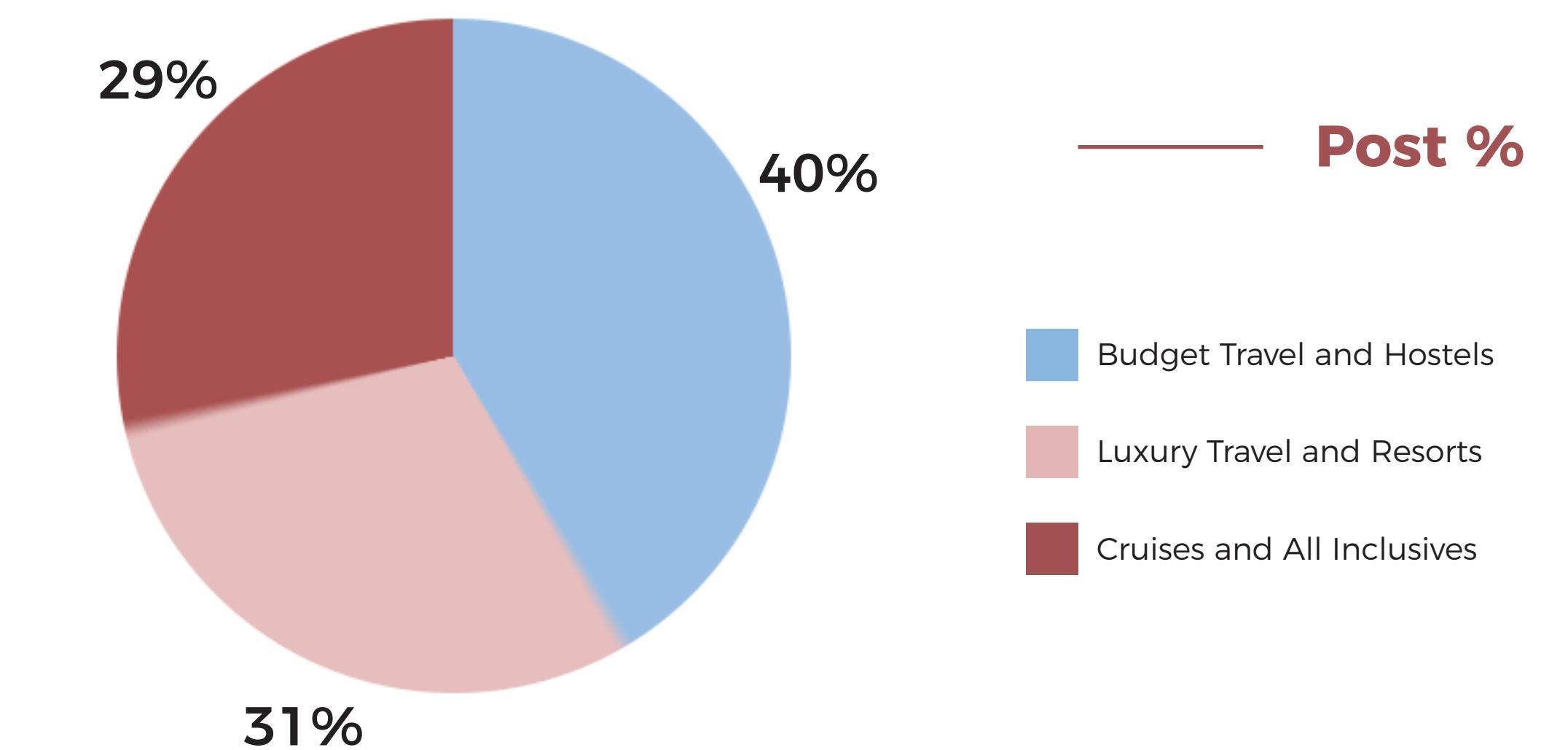
02

The Travel Of The Adventurers

Generatie Z is de meest waarschijnlijke generatie die reist naar het buitenland om interesses op te wekken en veel nieuwe dingen te leren (volgens Travel Weekly).

Misschien nog belangrijker is dat bijna 90% van de jongste generatie zei dat social media hun reis beslissingen beïnvloed. Ze zijn bereid om meer te betalen voor vluchten dan het zoeken van onderdak. Leden van deze groep kiezen voor goedkope overnachtingsmogelijkheden om zo meer authentieke en verbondenheid met hun bestemming te ervaren.

#Books #Traveling #Love
 #Fashion #Travel #Wanderlust
 #Adventure #Travelgram #Photography
 Travelblogger #MeToo #Repost



#Happy

Generatie Z ziet reizen misschien als een remedie voor angst en stress. Degenen die vermeldden de wereld gereist te hebben in het afgelopen jaar waren 4x meer geneigd om over hun persoonlijke ervaringen te praten met angstgevoelens en stress.

03

Generation Z | Entrepreneurs

Digital Natives



49% Female | 51% Male

03

Social Media Interests

Interests	Posts	Over-Index
Pop Culture	3%	5,3x
Content Prod	30%	4,0x
Music	38%	2,1x
Politics	16%	1,6x
Investing	10%	1,9x

Entrepreneurs zijn 4,0 keer eerder geneigd om te praten over Content Productie onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

03

The Money-Making Ventures

Generatie Z groeide op in de nasleep van de oorlog van terreur en de grote recessie, ze werden bijvoorbeeld bewust gemaakt van een kwetsbaarheid van de financiële situatie van het gezin.

Dit samen met sociale media is het voor voor hen een natuurlijke habitat. Ze dragen veel bij d.m.v. zowel een ondernemende drive als zelfpromotie om te bereiken wat ze willen bereiken.

#Free #Entrepreneur #News
#Fitness #Business #Food
#Fashion #Love #Bitcoin
#Blockchain #MeToo
#ManyVids

#Youtube Star

75% van de kinderen van 6 tot 17 jaar wil YouTubers worden. Generatie Z YouTubers kunnen hun eigen bedrijf runnen en er een gemiddeld goed inkomen mee verdienen per jaar.

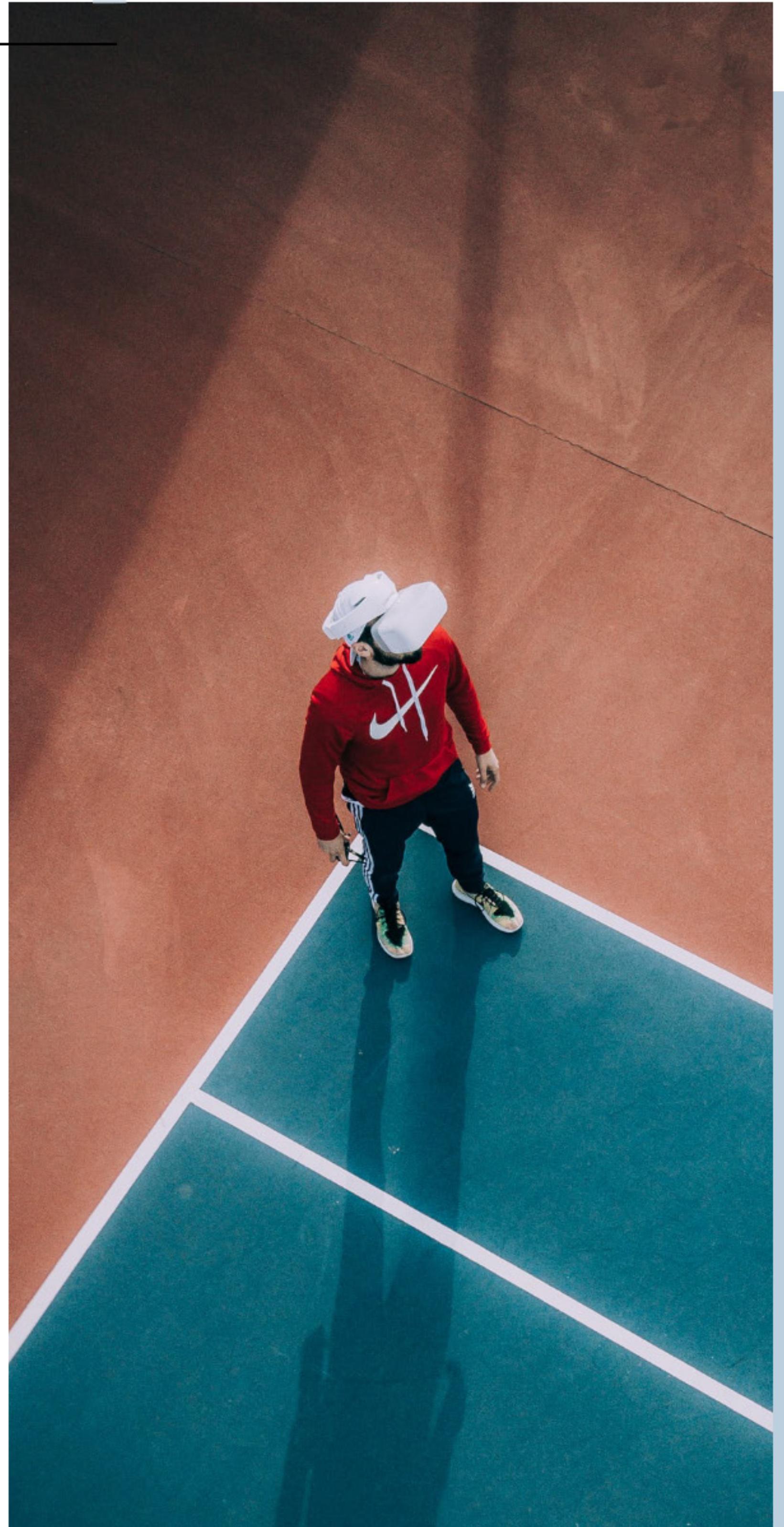
#Bitcoin

Bijna twee keer zoveel interesse dan het investeren. Generatie Z entrepreneurs zijn er klaar voor om de leiding te nemen over hun persoonlijke financiën. Cryptocurrency is hier een hot topic voor van Generatie Z, zo gebruiken ze bijvoorbeeld hashtags zoals #bitcoin en #crypto.

04

Generation Z | Twitchers

Digital Natives



39% Female | 61% Male

04

Social Media Interests

Interests	Posts	Over-Index
Games	25%	9,5x
LGBTQ+	4%	5,1x
Music	33%	2,8x
Drawing	3%	2,8x
Scifi/Fantasy	8%	2,8x

Twitchers zijn 9,5 keer eerder geneigd om te praten over Game onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

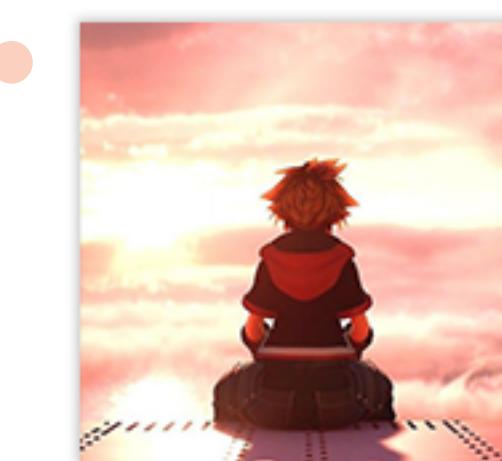
04

The Streaming World Of Twitchers

Voor de jongens onder Generatie Z zijn videogames wel een van de populairste dingen om te doen.

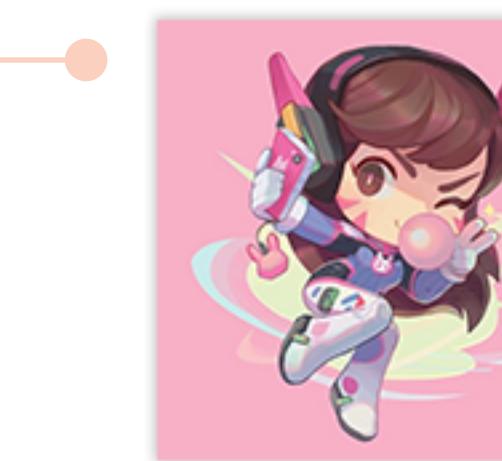
Maar voor de kijkers van de meest populaire streamingdienst genaamd Twitch, is het spelen van games meer dan een hobby: voor hen is het een manier om hun ondernemerschap uit te oefenen. Twitch ondersteunt zulke ondernemers die ernaar streven om geld te verdienen met hun eigen spel streams.

"Twitch, the most popular online service for watching and streaming video games, brings millions each month to watch other enthusiasts play games like Fortnite or Call of Duty. For a generation that loves authenticity, connecting with other like-minded Gen-Z'rs has been a hit." ~Infegy



#KingdomHearts

Producanten van videogames hebben de mogelijkheid om meer geslacht-vloeiende karakters weer te geven en representeren daarmee LGBTQ+ Twitchers. De Kingdom Hearts-serie heeft een LGBTQ+ relatie.



#Fanart

#Overwatch-kunst is een favoriet van Twitch-fans. Andere producenten van videogames zouden dit als voorbeeld kunnen nemen. Het houden van kunstwedstrijden om hun spellen te promoten onder de Twitch-fans.



#NonCopyrightMusic

Twitchers zijn waarschijnlijk bijna 3x meer geïnteresseerd in muziek. Echter mist de muziekindustrie een samenwerkingsmogelijkheid om verbinding te maken met een grote Gen Z persona vanwege copyright wetten. Momenteel kun je in Twitch alleen goedgekeurde Monstercat en Nocopyrightmusic afspelen.

05

Generation Z | Youtubers

Digital Natives



53% Female | 47% Male

05

Creating Of Youtube Content

71% van Generatie Z zegt dat ze meer dan drie uur online video's per dag kijken en dat 75% van de kinderen van 6 tot 17 jaar een YouTuber willen worden ten opzichte van andere beroepen.

Deze kleine groep ondernemers vinden het leuk, ze hebben het initiatief vastgesteld om technologie te benutten en daarmee nieuwe media te creëren als een voortdurende en vervullende onderneming.

"Members of Gen Z aren't just consuming YouTube content - they're creating it and reaching millions of viewers and subscribers." ~Infegy

05

Social Media Interests

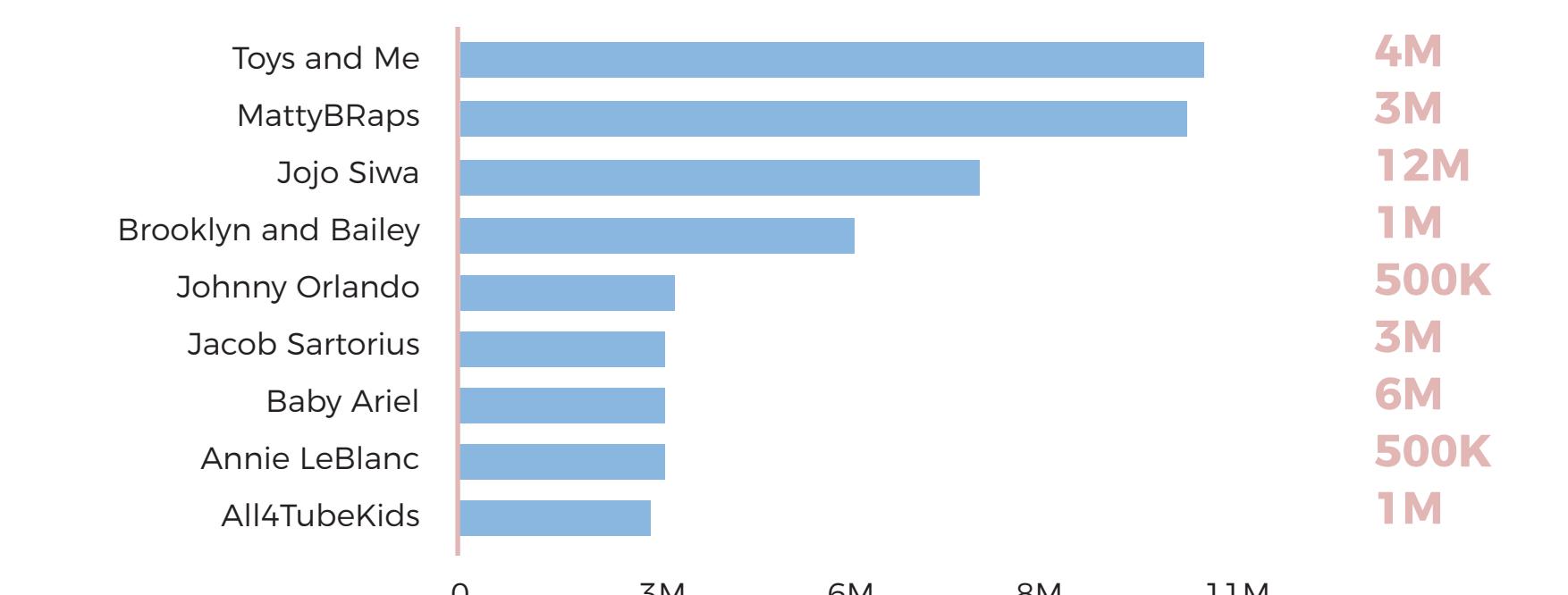
Interests	Posts	Over-Index
Health	3%	5,1x
Fashion	38%	3,8x
Music	29%	2,4x
Beauty	9,4%	2,2x
Dating	12%	2,1x

YouTubers zijn 5,1 keer eerder geneigd om te praten over Health onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

Youtube Sensations

Generatie Z kijkt niet alleen graag YouTube, maar ze krijgen ook hun bericht aan miljoenen abonnees en verdienen daarmee een mooi zakcentje!

Subscribers



Net Worth

#FitnessMotivation

Leden van Generatie Z, voornamelijk vrouwen, delen motiverende berichten die volgers aanmoedigen om hun persoonlijke gezondheidsdoelen te bereiken. Fitness bedrijven zouden vergelijkbare ideeën in hun berichten kunnen opnemen die zeker zullen resoneren met Gen Z.

06

Generation Z | LGBTQ+

Digital Natives



48% Female | 52% Male

06

Respect and Advocate Each Lifestyle

Een gemeenschappelijk thema in elk Generatie Z persona is het feit dat iedereen respect heeft voor elke soort lifestyle, ongeacht wie je bent.

LGBTQ is zeker een onderwerp van top belang. Slechts 66% van de generatie Z identificeert zichzelf als heteroseksueel. Dat is het hoogste percentage van elke generatie die zich identificeren als LGBTQ+.

#NationalComingOutDay
 #LGBTQ #lgbt #LGBTQtwitter
 #Transgender #Gay
 #Bisexual #Pride
 #Trans #PrideMonth

06

Social Media Interests

Interests	Posts	Over-Index
Music	45%	3,8x
SciFi/Fantasy	38%	3,8x
Dating	29%	2,4x
Movies	9,4%	2,2x
Television	20%	2,0x
Games	6,7%	2,0x

LGBTQ+ zijn 3,8 keer eerder geneigd om te praten over Music onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

#BlastFromThePast

De LGBTQ+ gemeenschap binnen Generatie Z is ver meer geïnteresseerd in muziek dan gemiddeld. Klassieke rock steeg naar de top in hun gesprekken over muziek.

The Beatles 68%
 Chicago 57%
 Bob Seger 33%
 The Beach Boys 95%

#Dr.Who

Sci-Fi en fantasie vervagen al de scheidslijnen tussen wat echt is en wat niet, en lijkt een perfecte plek om niet-traditioneel geslachtsnormen te introduceren.

#NintendoSwitch

Veel LGBTQ+ leden van Generatie Z zijn gamers, en #NintendoSwitch was de meest top vermelde hashtag van deze groep. Het topspel fabrikant van de console zou LGBTQ+ kunnen opnemen in het ondersteunen van zijn berichten om verder verbintenis te maken met deze groep.

07

Generation Z | Fashionista

Digital Natives



74% Female | 26% Male

07

Social Media Interests

Interests	Posts	Over-Index
Pop Culture	4%	4.2x
LGBTQ+	3%	3.8x
Dating	16%	2.7x
Beauty	10%	2.5x
Clothing	40%	2.4x

Fashionistas zijn 4,2 keer eerder geneigd om te praten over Pop Culture onderwerpen dan de algemene social media gebruikers.

07

Pop Culture, Music and Dating

Mode is tegenwoordig heel belangrijk voor Generatie Z.

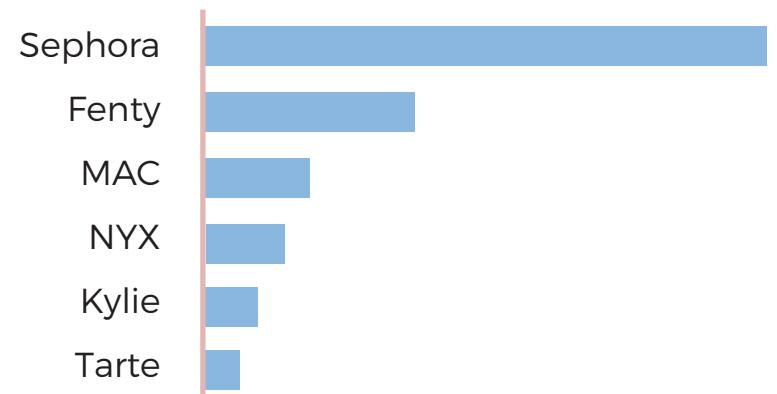
In feite waren kleding, stijl en mode de tweede meest besproken onderwerpen voor Generatie Z in 2018 volgens een onderzoek van Infegy. Buiten mode en stijl zijn deze leden van Generatie Z meer waarschijnlijk geïnteresseerd in LGBTQ+ -onderwerpen. Hieronder kunnen onderwerpen verstaan zoals: Pop Culture, Music and Dating.

"34.9% of all Gen Z talks about clothing and fashion. The most vocal of them are most interested in LGBTQ+, pop culture, music and dating. Whereas previous personas make purchases based on ideals, Gen Z fashionistas don't steer only to brands that make an impact." -Infegy

#Beauty

Als het over schoonheid onderwerpen gaat, praten Fashionista's overweldigend positief over de gegeven 6 topmerken en hun producten.

Top Beauty Brands



#FavouriteDesignerBrands

Online gespreksstof van deze fashionista's neigt vooral naar luxe kledingmerken zoals: Gucci, Nike, Adidas en Dolce & Gabbana.



08

Meer Inzage?

01

Target Audience: Generatie Z

02

Target Audience: Persona

03

Target Audience: Test Resultaten

Digital Natives