

m.next Podcast Folge Nr. 20 mit Valentina Vapaux

Wie tickt die Generation Z?

Valentina Vapaux ist Influencerin mit mehr als 240.000 Followern auf YouTube und Instagram. Nach Praktika beim FOCUS und der New York Times hat sie Essays, Kolumnen und Gedichte geschrieben, derzeit studiert sie Politik- und Literaturwissenschaften an der FU Berlin. Sie gehört der Generation Z an, den zwischen 1995 und 2010 Geborenen.

Ihr Buch „Generation Z. Zwischen Selbstverwirklichung, Insta-Einsamkeit und der Hoffnung auf eine bessere Welt“ ist Spiegel-Bestseller.

„Ich habe gemerkt, dass je offener und auch irgendwo privater ich im Internet bin, desto mehr Leute interessiert es, aber desto persönlicher und intimer reagieren sie dann auch.“

Valentina Vapaux war bereits als Elfjährige von Youtube fasziniert. Als sie mit 15 Jahren ein Schuljahr im Ausland verbrachte, begann sie, dieses Erlebnis zu dokumentieren und auf YouTube zu posten. Rasch wuchs ihre Reichweite, eines kam zum anderen und sie wurde Influencerin. Im Schnitt verbringen Deutsche täglich eineinhalb Stunden auf Social Media. Vapaux unterscheidet zwischen dem Produzieren und dem Konsumieren. Das Produzieren sieht sie als kreativen Prozess, den eigenen Social Media-Konsum versucht sie zu minimieren, da er sie unglücklich macht.

„Das sind ca. 10-20 Minuten am Tag. Einfach nur ein kurzes Hochladen oder kurz

ein paar Nachrichten checken und dann sofort wieder weg. Es ist nicht besonders fördernd für das allgemeine Wohlergehen oder die mentale Gesundheit. Das kann ich nicht leugnen.“

Valentina Vapaux bezweifelt, dass die Generation Z, die von Geburt an mit digitalen Medien in Kontakt steht, sich für soziale Netzwerke interessieren wird, die gegen eine Nutzungsgebühr auf Werbung verzichten. Die Besorgnis älterer Generationen, dass ihre Daten verkauft und genutzt, ihre Privatsphäre und Persönlichkeitsrechte verletzt werden, teilt die Generation Z nicht.

„In dem Sinne, dass der Algorithmus fast schon wie eine Art Freund ist, weil er so genau weiß, was einen glücklich macht, was man sehen will, was einen inspiriert, dass man das gar nicht missen wollen würde.“

Die Studentin nimmt ihre Generation als eine sehr politische wahr, bemerkt aber auch, dass Social Media gerade bei Menschen, die sie intensiv nutzen, zu sexistischen Denkweisen und eher konservativen Einstellungen führen kann. Bei Themen wie Diversität, Nachhaltigkeit, Frauenquote, Hautfarbe, Geschlecht, sexuelle Orientierung und Herkunft sieht Valentina Vapaux ihre Generation zwar noch in einem Lernprozess, aber bereits weiter als ältere Generationen. Vom Arbeitsmarkt wird die Generation Z umworben. Themen wie sicherer Arbeitsplatz, angemessenes

Einkommen, Stabilität sind dieser Generation wichtig, aber anderen Themen, die von älteren Generationen für wichtig gehalten werden, wie flache Hierarchien, Dienstwagen oder die Gestaltung der Büroräume misst Valentina Vapaux kaum Bedeutung zu. Sie bevorzugt eine klare Trennung von Arbeit und Privatleben.

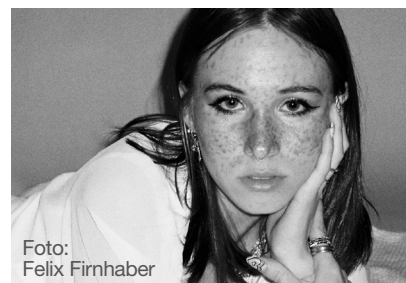


Foto:
Felix Firnhaber

„Ich habe eigentlich noch nie gehört, dass jemand seinen Chef unbedingt duzen möchte oder so. Also das ist immer so etwas, was mich sehr, sehr wundert.“

Um die Generation Z mit einer Stellenanzeige zu erreichen, empfiehlt die Influencerin, Social Media zu nutzen und unbedingt junge Menschen des jeweiligen Betriebs daran mitarbeiten zu lassen, um Irritationen wegen z. B. übertriebener Jugendsprache zu vermeiden.

Die zwischen 2010 und 2025 Geborenen werden Generation Alpha genannt (werden).

„Diese Generation Alpha ist ganz oft bei Fridays for Future dabei und mit dieser ganzen Welt schon viel früher konfrontiert, also mit der des Aktivismus, der des politischen Bewusstseins und der Demokratie.“