

Neue Studie KOMPASS GenZ von moweb research

28.01.2026, 09:53 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *mo'web research GmbH*



Kompass GenZ

Gen Z = Generation authentisch? Oder doch eher vorsichtig und fragil?

Für die "Initiative für echtes Leben" erforschte moweb research in einer großen Studie die Lebenswelten und Identitäten von 16- bis 28-jährigen in Deutschland.

Düsseldorf, 28. Januar 2026

Für die Studie "Kompass Gen Z" hat moweb research im Auftrag der "Initiative für echtes Leben e.V." (IFEL) im Zeitraum Oktober bis November 2025 junge Menschen im Alter von 16 bis 28 Jahren befragt. Die Onlineerhebung von moweb (1.008 Personen) wurde ergänzt durch 191 qualitative Interviews, durchgeführt von der KI-Software des Instituts xelper aus Köln. Dieser Mix der Methoden ergab ein vielschichtiges Bild, wie die Gen Z derzeit sich und ihre Welt erlebt und bewertet.

Ergebnisauszüge aus der Befragung von 1.199 Personen

Identität und Selbstbild

- 53,1% schätzen Beziehungen mehr als materielle Dinge (männlich: 46,9%; weiblich: 59,2%)
- 41,9% sagen: Ehrlichkeit ist mir der wichtigste Wert (m: 34,6%; w: 49,8%)

Wünsche, Hoffnungen und Träume

- 38% glauben, dass sich ihre Träume erfüllen lassen (m: 44,4%; w: 31,8%)
- 41,9% aller Befragten wünschen eine Balance zwischen digitalen und "echten" Erfahrungen

Sorgen und Ängste

- 39% machen aktuell mentaler Stress am meisten Sorgen (m: 31,3%; w: 47,5%)
- Klimawandel und Umweltzerstörung werden dagegen nur zu 16% genannt

Inspiration und Motivation

- 32% fehlt es v.a. an mentaler Stärke, um richtig durchzustarten (m: 26,7%; w: 36,9%)
- 60% lassen sich v.a. von Freunden oder Bekannten inspirieren (von Influencern: nur 29%)

Fähigkeiten und Lernen

- Als "Wunschskill" nennen 22% ein positives Mindset (m: 16,9%; w: 27,1%)

- 32% sagen „am liebsten lerne ich auf Social Media neue Fähigkeiten“ (Schule/ Uni: 20%)

Ausblick in die Zukunft

- 30,8% haben eine klare Vorstellung von ihrem Leben in 10 Jahren
- 56% glauben, dass die Gen Z die Gesellschaft (noch) positiv prägen wird (m: 62,1%; w: 51,7%)

Weitere Erkenntnisse aus der Studie

- Der Gen Z ist Authentizität und Selbstbestimmung wichtiger als der schöne Schein auf der "Social-Media-Bühne".
- Dem (gefühlten) hohen Druck von allen Seiten stehen die jungen Menschen mit einer sehr selbstkritischen Wahrnehmung bei jedoch wenig Selbstvertrauen gegenüber.
- Ihre ausgeprägten Wünsche nach Sicherheit werden kontrastiert durch erhebliche wirtschaftliche Sorgen.
- Dazu kommen Zweifel an ihrer künftigen mentalen Gesundheit, beeinflusst durch die Krisen der Welt, persönliche Überlastung, sozialen Druck und der Angst vor Einsamkeit.
- Die Gen Z sagt aber auch: Soft-Skills wie Disziplin und Empathie sind als persönliche Kompetenzen am meisten gefragt, ermöglichen ihnen in einer zunehmend fragilen Welt aber nur wenig Raum für große Handlungsspielräume oder gar Visionen für eine bessere Zukunft.

In unserer Studienpräsentation sind sämtliche Ergebnisse nach Geschlecht, Altersklassen (16-19; 20-23; 24-28 Jahre), sozialem Status (Schüler/ Student; Berufstätig; Ohne Beschäftigung) sowie Wohnort (Städtisch; Ländlich) aufgeschlüsselt.

Gemeinsame Herausgeber von Kompass Gen Z: moweb research & IFEL

Die Studie entstand aus dem Bedarf der "Initiative für echtes Leben", junge Menschen in Deutschland noch differenzierter zu verstehen, d.h. ihre Identitäten, Perspektiven, Wünsche, Sorgen, Motivationen und Zukunftsvorstellungen.

Die Ergebnisse helfen IFEL, die Gen Z künftig effektiver zu befähigen und zu ermutigen, ihren eigenen Weg zu finden - und dann auch zu gehen. Damit sie ihre Potentiale entfalten und somit sich und die Gesellschaft als Ganzes voranbringen.

Studiendesign zum Gesamtberichtsband (127 Seiten)

- Zielgruppe: Allgemeinbevölkerung Deutschlands im Alter von 16 bis 28 Jahren
- Erhebungsform: Quotierte Onlinebefragung im Mixed-Methods-Ansatz
- Kombination aus standardisierten Messungen und explorativen Textdaten
- Quantitatives Verfahren: Standardisierter Online-Fragebogen
- Qualitatives Verfahren: Textbasierte KI-Chatbot-Explorationen mit xelper
- Stichprobengröße: n= 1.008 quantitative und n= 191 qualitative Interviews
- Durchführung der Feldarbeit: Oktober bis November 2025

Über moweb research

Seit 2004 betreibt die moweb research GmbH weltweit Online-Marktforschung und prägt seither die Branche mit vielzähligen digitalen Methoden. Im Institut in Düsseldorf arbeiten ca. 40 Mitarbeiter und beraten Unternehmen aller Größen.

Über xelper

xelper ist ein Research-Startup aus Köln, das sich auf KI-gestützte qualitative Marktforschung spezialisiert. Gegründet 2023 kombiniert xelper moderne Technologie mit klassischen, etablierten Forschungsansätzen, um Teilnehmer und Fokusgruppen effizienter zu interviewen und offene Befragungen systematischer auszuwerten. Weitere Infos auf www.xelper.de

Über die Initiative für echtes Leben e.V. (IFEL)

IFEL motiviert junge Erwachsene, ihr Leben selbst in die Hand zu nehmen und das zu tun, worin sie einen echten Sinn sehen. Sie sollen ermutigt werden, ihren eigenen Weg zu suchen und möglichst mit allen nötigen Skills ausgestattet

werden. Sie sollen ihr echtes Leben in vollen Zügen genießen, ihr maximales Potenzial entfalten und damit einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft haben. Mehr Infos auf www.initiative-echtes-leben.de

moweb research GmbH

Mertensgasse 12
40213 Düsseldorf
Deutschland

Marco Kessler (Öffentlichkeitsarbeit)

0221 66 95 85 19

m.kessler@mo-web.net

www.mowebresearch.com/de/

Portrait

Über moweb research

Seit 2004 betreibt die moweb research GmbH weltweit Online-Marktforschung und prägt seither die Branche mit vielzähligen digitalen Methoden. Im Institut in Düsseldorf arbeiten ca. 40 Mitarbeiter und beraten Unternehmen aller Größen.

News-ID: 1302287 • Views: 235 (Stand: 03.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1302287/Neue-Studie-KOMPASS-GenZ-von-moweb-research.html>