

MEDIENINFORMATION

Bonn, 12. August 2020

Telekom und Billie Eilish werben für digitalen Optimismus

- Telekom verdeutlicht mit 5-facher GRAMMY-Preisträgerin den positiven Umgang der Generation Z mit digitalen Technologien
- Studie unterstreicht: Junge Europäer*innen sind vom Nutzen digitaler Technologien für die Gesellschaft überzeugt
- #WHATWEDONEXT-Kampagne startet am „International Youth Day“ der Vereinten Nationen

Die Deutsche Telekom startet heute am „International Youth Day“ der Vereinten Nationen eine europaweite Kampagne. Darin ermutigt das Unternehmen zu mehr digitalem Optimismus. Gemeinsam mit der fünffachen GRAMMY-Preisträgerin Billie Eilish verschafft die Telekom der jungen Generation Z (Gen-Z) eine Bühne. Damit lenkt sie den Blick auf die ersten echten „Digital Natives“. Im Mittelpunkt steht der positive Umgang junger Menschen mit vernetzten Technologien zum Nutzen der Gesellschaft. Die zwischen 1995 und 2010 geborene Generation ist mit dem Internet aufgewachsen. Sie nutzt digitale Technologien ganz selbstverständlich. Die Gen-Z ist damit ein wesentlicher Treiber der Digitalisierung.

„Wir alle haben das Potential, die Zukunft unseres Planeten positiv zu gestalten. Ich bin sehr zuversichtlich, dass meine Generation ihre digitalen Möglichkeiten zur Zusammenarbeit und Kommunikation nutzen wird, um etwas auf dieser Welt zu bewegen“, kommentierte die 18-jährige Billie Eilish ihr Engagement.

Die Telekom definiert Teilhabe als ihren zentralen Anspruch. Das Versprechen des Technologiekonzerns lautet: Wir sind erst zufrieden, wenn alle dabei sind. Die Gen-Z nimmt in diesem Rahmen eine zentrale Rolle ein. „In den kommenden Jahren werden die durch Covid-19 hervorgerufenen Veränderungen die jüngere Generation kulturell, sozial und wirtschaftlich beeinflussen“, erklärt Wolfgang Kampbartold, Vice President International Market Communications bei der Deutschen Telekom. „Wir bieten der Gen-Z eine Plattform, auf der sie zeigen kann, wie sie die digitalen Möglichkeiten nutzt, um positive Veränderungen für die Gesellschaft zu bewirken. Mit Billie Eilish und weiteren jungen, engagierten Persönlichkeiten wollen wir das unglaubliche Potential dieser ersten Generation echter Digital Natives, für eine bessere gemeinsame Zukunft, verdeutlichen.“

Jugend vom Nutzen digitaler Technologien überzeugt

Eine heute von der Deutschen Telekom veröffentlichte Studie* zeigt: Junge Europäer*innen im Alter von 16 bis 26 Jahren sind davon überzeugt, dass das Engagement junger Menschen der Schlüssel zum Aufbau einer besseren Zukunft ist. Dabei spiele der Nutzen der Digitalisierung eine wesentliche Rolle. Den größten Vorteil sehen sie im Bereich Wissensvermittlung. 93 Prozent der Befragten (93% in Deutschland) sind der Ansicht, dass digitale Technologien nützliche Instrumente für Lernen und Bildung sind. Dieses Ergebnis unterstreicht den aktuell dringend erforderlichen Ausbau des digitalen Unterrichts an Schulen. Zudem geben 86 Prozent (85%) an, dass sie sich mit Online-Communitys zu gemeinsamen Interessen digital austauschen. Die Digitalisierung als wichtigen Treiber bei der Bewältigung globaler Nachhaltigkeitsfragen sehen 86 Prozent (88%). Für die Gen-Z zählen Umweltthemen wie der Erhalt natürlicher Lebensräume zu den wichtigsten gesellschaftspolitischen Aufgaben. Die Studie zum Download unter: <https://www.telekom.com/de/medien/mediencenter/publikationen>

Die Studie macht zudem eines ganz deutlich: fast drei Viertel der jungen Menschen (69% / 72%) glauben, dass ihre Generation häufig auf Unverständnis stößt. Den Grund dafür sehen sie in ihrer digitalen Aufgeschlossenheit und selbstverständlichen Nutzung vernetzter Technologien. Hier setzt die Telekom mit ihrer internationalen Kampagne #WHATWEDONEXT #DABEI an. Sie möchte aufklären und den Wert der Digital Natives für die Gesellschaft verdeutlichen.

In dem heute veröffentlichten Kampagnenfilm kommen Billie Eilish und weitere Gen-Z-Vertreter*innen zu Wort. Der Spot porträtiert unter der Regie von Vincent Haycock das digitale Engagement junger Menschen. Vorgetragen wird die kraftvolle Botschaft von Billie Eilish, der Stimme ihrer Generation. Sie konfrontiert die Zuschauer*innen zunächst mit Vorurteilen gegenüber Teenagern, die angeblich nur sinnentleert auf ihre technischen Geräte starren. „Schaut uns an. Wir sind doch nur Kids, hängen über unseren Bildschirmen. Jeder für sich. Woher sollte eine Generation, die online lebt, etwas über die echte Welt wissen können?“ Um dann aber junge Menschen der Gen-Z vorzustellen, die sich für Themen wie Gleichberechtigung, Klimawandel, IT-Sicherheit oder Kreativität einsetzen. Sequenzen, die vor der Corona-Pandemie gedreht wurden, zeigen wie diese die technologischen Möglichkeiten nutzen. Billie Eilish: „Aber wisst ihr was? Wenn’s uns wirklich wichtig ist, können genau wir gerade jetzt den entscheidenden Unterschied machen.“ Die Künstlerin fragt ihre eigene Generation selbstbewusst: „Warum zeigen wir ihnen nicht einfach, was wir alles damit erreichen?“

Diesen Gedanken von Billie Eilish greift die Telekom auf: „Wir sind für Euch da, jetzt und für das, was ihr noch erreichen wollt.“ Unter dem Hashtag #WHATWEDONEXT lädt sie zum Austausch und zur Teilhabe zum Thema Digitaler Optimismus ein. Auf der internationalen Musikplattform Telekom Electronic Beats und via Social Media stellt das Unternehmen inspirierende Geschichten der Gen-Z vor. Die Initiative soll den Aktivitäten und Ideen junger Menschen mehr Sichtbarkeit verschaffen. Neben Deutschland findet die Kampagne in den Telekom-Märkten Kroatien, Montenegro, Nord-Mazedonien, Österreich, Polen, Rumänien, Slowakei und Ungarn statt.

Weitere Informationen zur Kampagne #WHATWEDONEXT #DABEI: [https://
whatwedonext.electronicbeats.net](https://whatwedonext.electronicbeats.net)

Kampagnenfilm:

https://youtu.be/E7_x8X62GD0



*** Studie Gen-Z und Digitalisierung:**

<https://www.telekom.com/de/medien/mediencenter/publikationen>

Quelle: Die Studie wurde im July 2020 von Kantar, München, im Auftrag der Deutschen Telekom durchgeführt. Befragt wurden 4.005 Personen im Alter von 16 bis 26 Jahren in vier europäischen Ländern (Deutschland, Großbritannien, Polen und Ungarn).

Credits:

Kreation: Saatchi & Saatchi, London

Film-Produktion: Somesuch, (LA Shoot: Somesuch Los Angeles; Poland Shoot: Papaya Films, Warschau)

Regie: Vincent Haycock, Los Angeles, Kalifornien

Musik: When the party's over von Billie Eilish & Finneas Baird O'Connell

Media: emetriq, Hamburg; WPP Team Magenta, Düsseldorf

PR: Proud Robinson + Partners

Deutsche Telekom AG

Corporate Communications

Tel.: 0228 181 – 49494

E-Mail: medien@telekom.de

Weitere Informationen für Medienvertreter:

www.telekom.com/medien

www.telekom.com/fotos

www.twitter.com/deutschetelekom

www.facebook.com/deutschetelekom

www.telekom.com/blog

www.youtube.com/deutschetelekom

www.instagram.com/deutschetelekom

Über die Deutsche Telekom: <https://www.telekom.com/konzernprofil>