

ARE YOU

OK ZOOMERS

Premium video content's crucial role in Gen Z's life

JOERI VAN DEN BERGH

FUTURE CONSUMER EXPERT

JOERIVANDENBERGH.COM





A.K.A. MILLENNIALS

A.K.A. ZOOMERS

**BABY
BOOMERS**



60 - 78 y

1946 - 1964

GENERATION X



45 - 59 y

1965 - 1979

GENERATION Y



28 - 44 y

1980 - 1996

GENERATION Z



14 - 27 y

1997 - 2010*

**GENERATION
ALPHA**



00 - 13 y

2011 - 2024

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





**THE GEN Z REPORTS
OF MY DEATH HAVE BEEN
GREATLY EXAGGERATED !**

OK ZOOMERS ?

joeri@joerivandenbergh.com



78% OF GEN Z WATCHES TV
(vs. 88% TOTAL POP)

&

**93% WATCHES SERIES, FILMS &
TV PROGRAMS VIA VOD**
(vs. 79% TOTAL POP)

OK ZOOMERS?

Source: Nationaal Media Onderzoek (NL - 2024)

joeri@joerivandenbergh.com



**GEN Z ARE 40% MORE LIKELY
TO SET ASIDE TIME FOR THEIR
FAVORITE PREMIUM VIDEO
CONTENT COMPARED TO
YOUTUBE CONTENT**



OK ZOOMERS?

Source: Video Advertising Bureau – 2023 - US

joeri@joerivandenbergh.com



**GEN Z ARE NOT LESS
INTO LONG FORMAT TV
/VIDEO CONTENT
COMPARED TO THE
OLDER MARKET**

OK ZOOMERS?

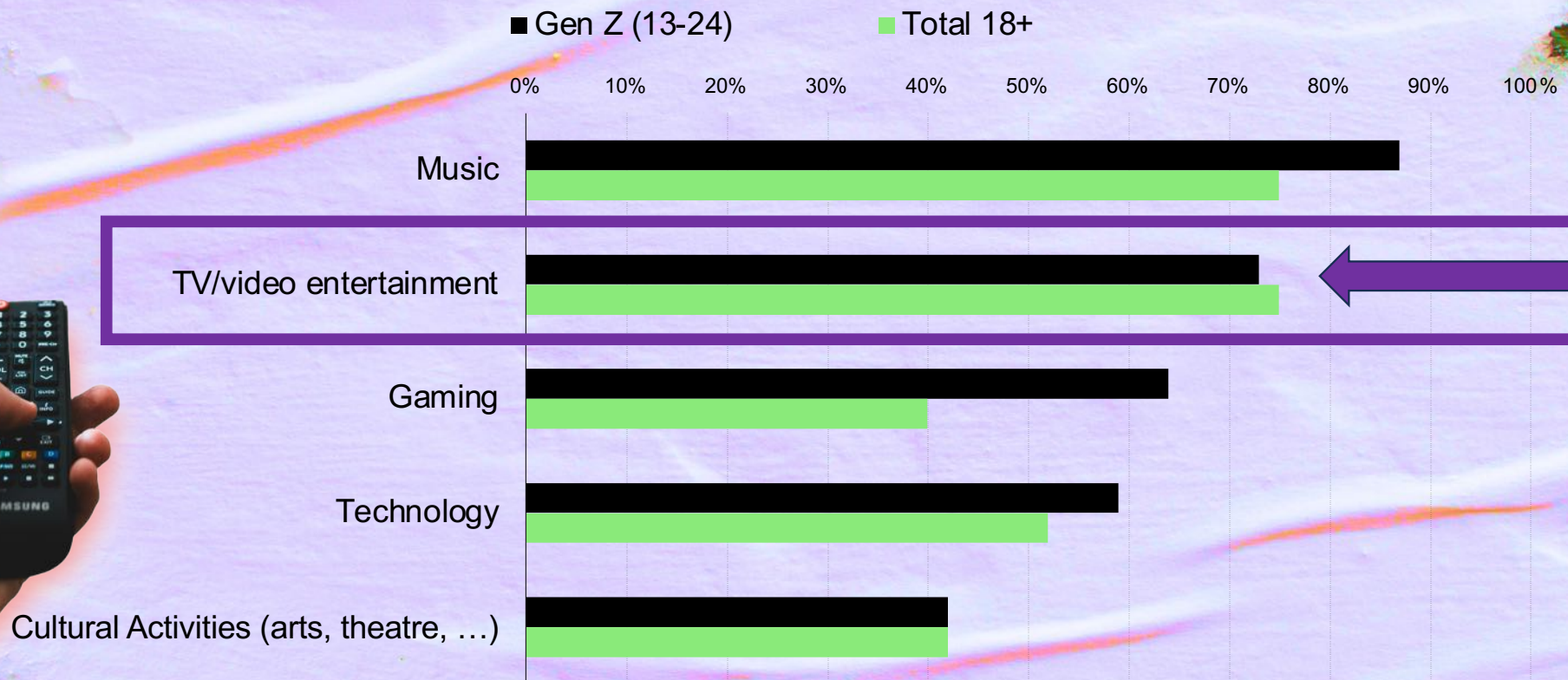
Source: FOCUS Generation Next 2024 Horowitz Research – 2024 - US

joeri@joerivandenbergh.com



GEN Z's ENGAGEMENT WITH TV/VIDEO ENTERTAINMENT

T2B ratings on a 5-point "not at all into this" – "very into this" scale among 18+ (n=2,042) vs GEN Z (n=984)



OK ZOOMERS?

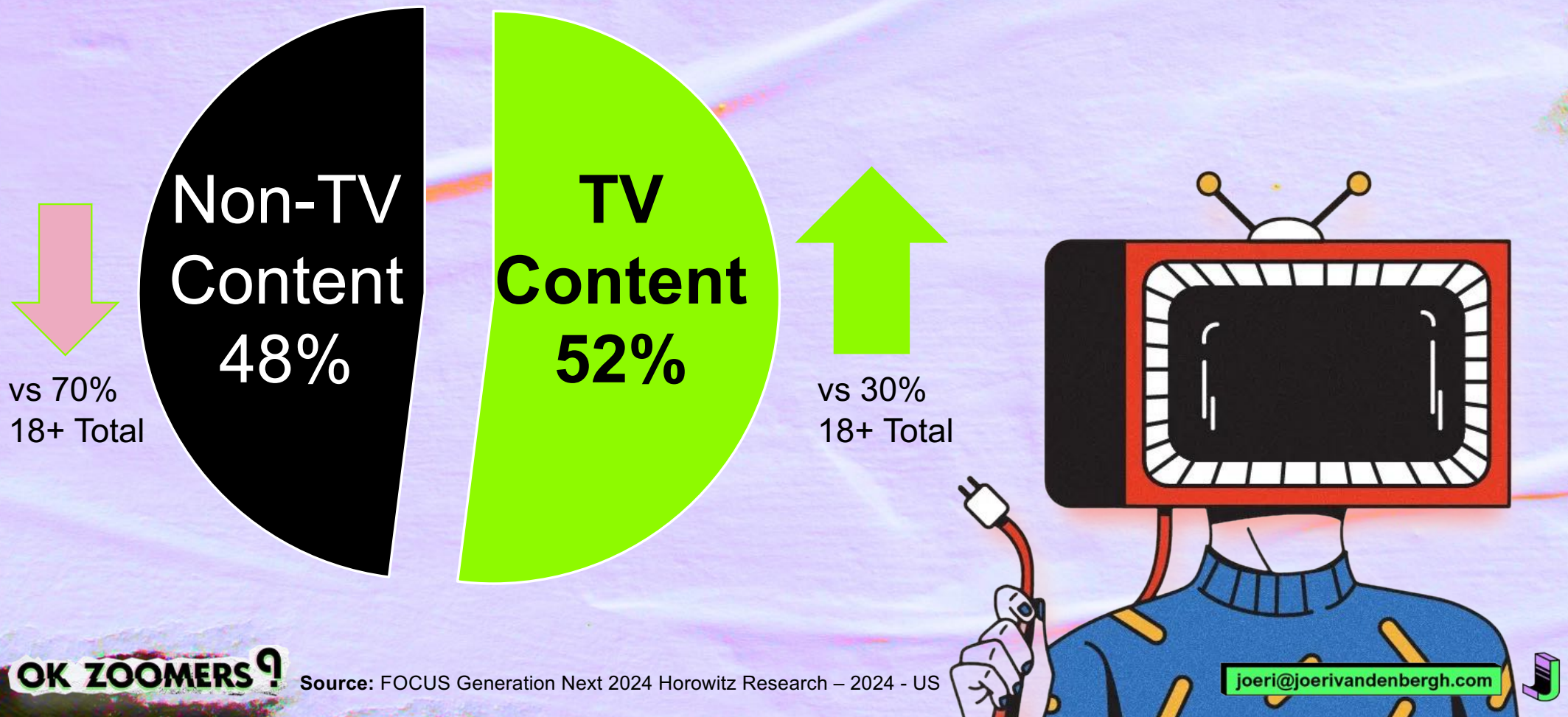
Source: FOCUS Generation Next 2024 Horowitz Research – 2024 - US

joeri@joerivandenbergh.com



SHARE OF TV CONTENT VIEWING IN VIDEO

among GEN Z Viewers (n=1,080)





ARE YOU
BROKEN?

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com



STRESSED OUT GEN Z

% feeling (highly) stressed



GEN Z

46%

GEN Y

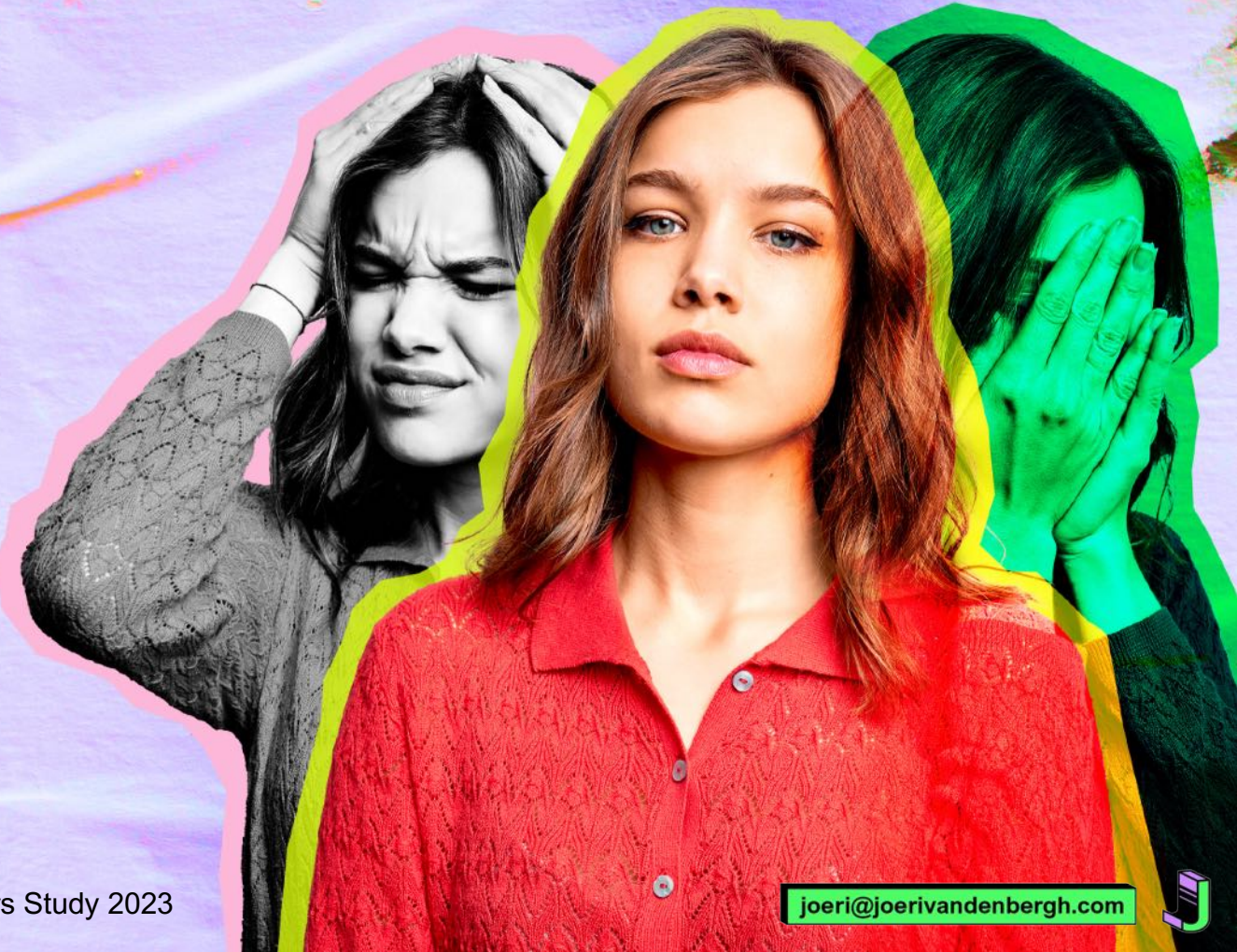
38%

GEN X

26%

BABYBOOMERS

15%



OK ZOOMERS?

Source: Human8 OK Zoomers Study 2023

joeri@joerivandenbergh.com





**8 IN 10 GEN Z FEEL
CALM AND POSITIVE
WHEN STREAMING**

OK ZOOMERS?

Source: Luth + Gen Z Study - 2024 - US

joeri@joerivandenbergh.com



38% OF GEN Z REGARD WATCHING TV OR STREAMING CONTENT AS 'ME-TIME'

- +19% compared to Tiktok
- +21% compared to YouTube
- +57% compared to Snapchat
- +68% compared to Facebook
- +70% compared to Instagram

Source: Video Advertising Bureau – 2023 - US

joeri@joerivandenbergh.com



OK ZOOMERS?

OXFORD

Word of the Year

2024

OK ZOOMERS!

joeri@joerivandenbergh.com





OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





**7 in 10 GEN Z WOULD
CUT SOCIAL MEDIA TO
REDUCE SCREEN TIME;
8x MORE THAN THEY
WOULD CUT
STREAMING TV**

OK ZOOMERS!

Source: Luth + Gen Z Study - 2024 - US

joeri@joerivandenbergh.com

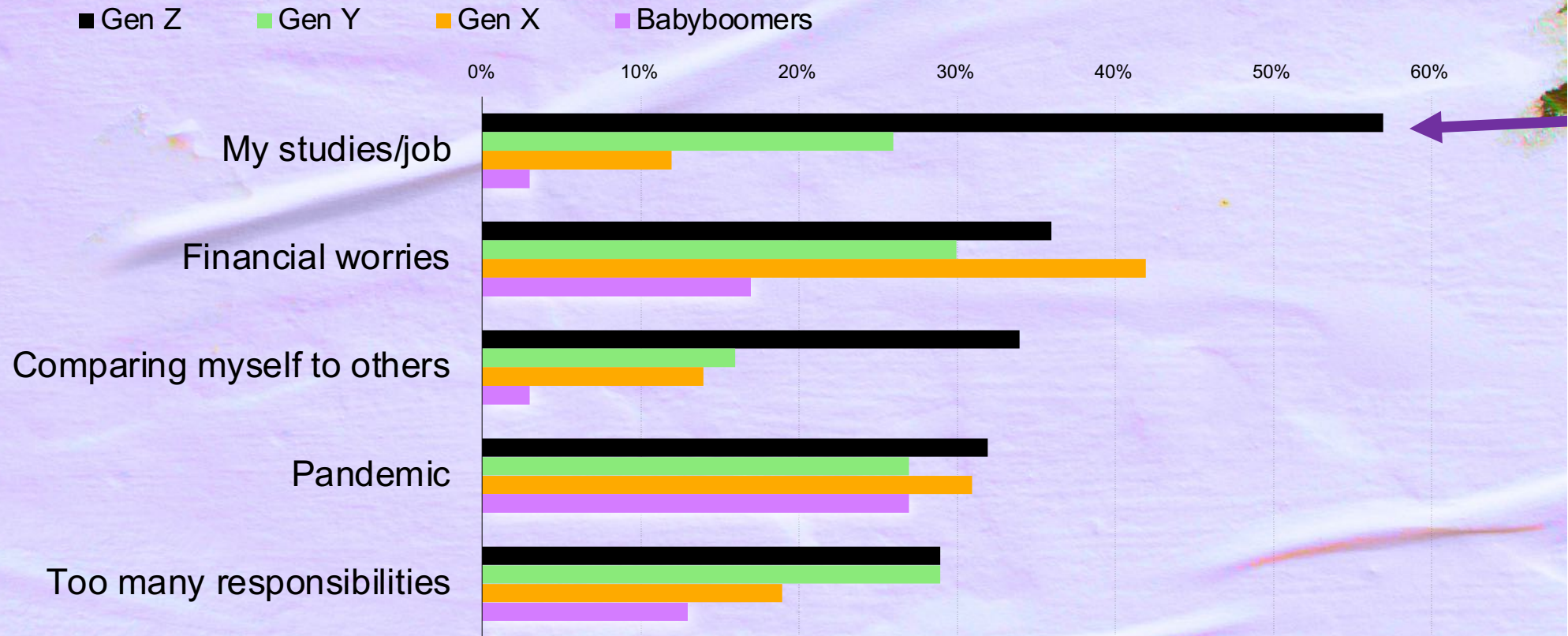




TOP 5 SOURCES OF STRESS

NL

% of those feeling (highly) stressed indicating the following reasons





Are you
worried about

OK ZOOMERS?

The Employables

To find out more on how KFC is giving
young people a fair shot at a first job, visit:
<https://www.kfc.co.uk/behind-the-bucket/hatch>

In partnership with
KFC



joeri@joerivandenbergh.com

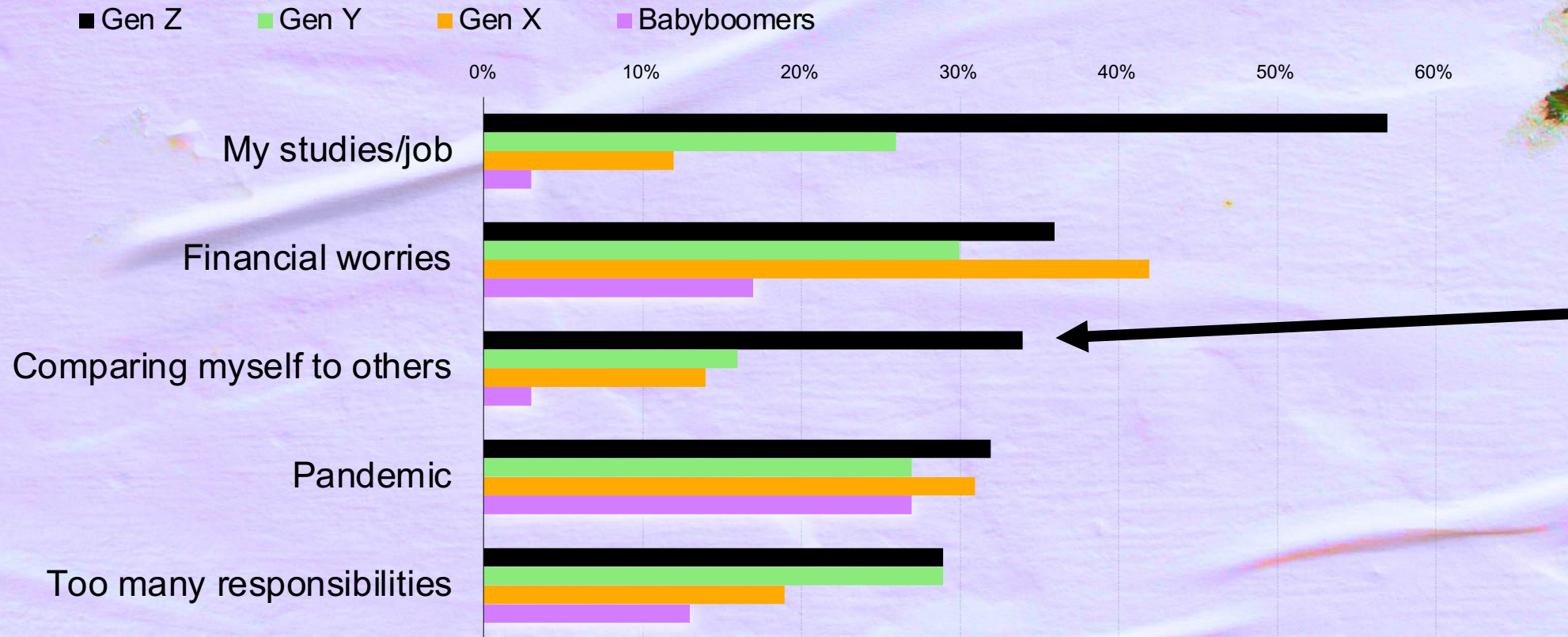




TOP 5 SOURCES OF STRESS

NL

% of those feeling (highly) stressed indicating the following reasons

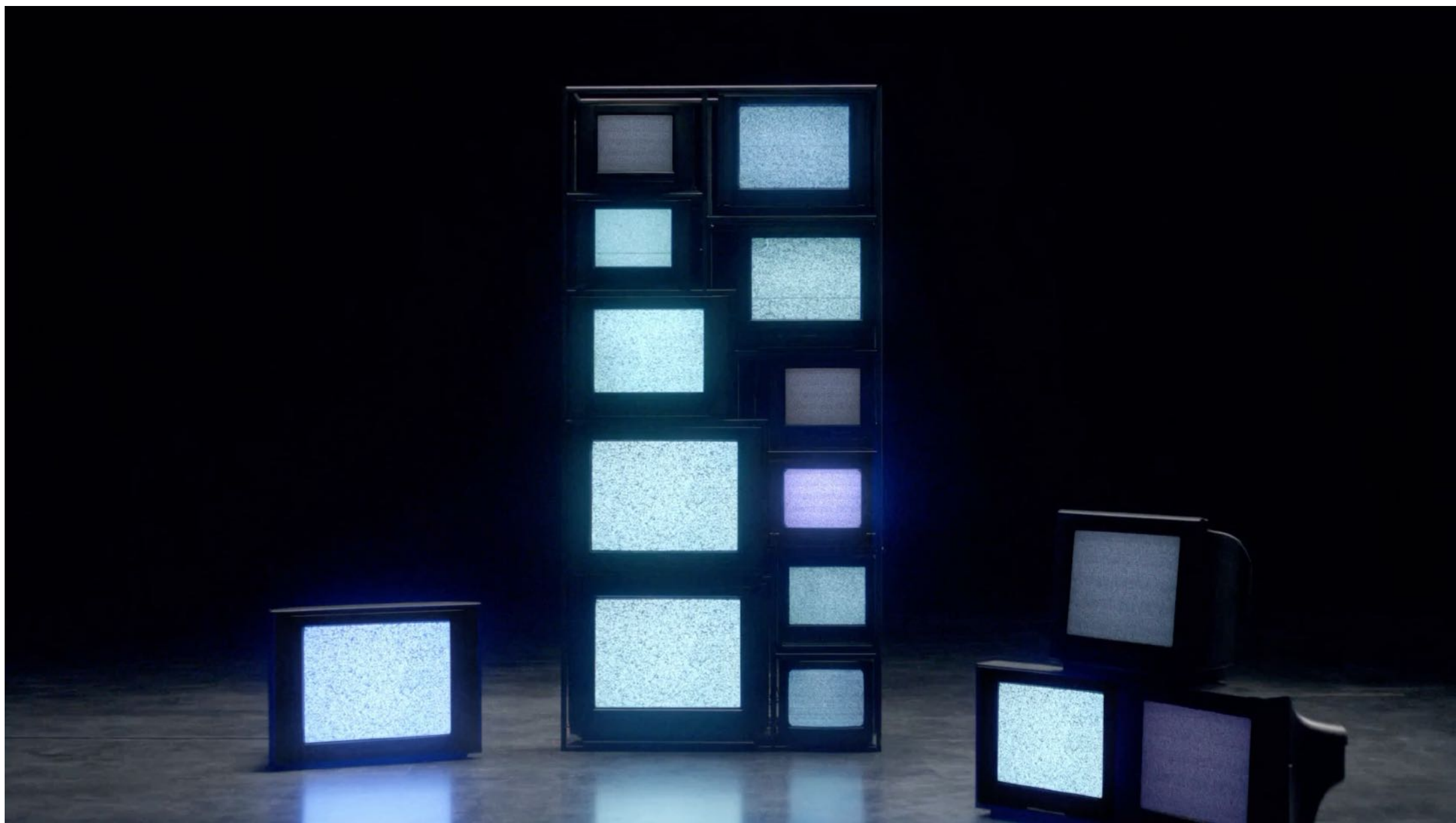


#CORE-DiAC
ARREST

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





A CONFIDENCE CRISIS



**57% OF GEN Z
IS OFTEN LACKING
CONFIDENCE**

OK ZOOMERS?

Source: Human8 OK Zoomers Study 2023

joeri@joerivandenbergh.com



SMINT®

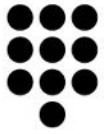
**BOOST
YOURSELF!**

Perfetti Van Melle x Datingprogramma Lang Leve De Liefde

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





**GEN Z FEEL 3X
MORE LONELY
THAN BOOMERS**

**- 1,000H IN-PERSON
CONNECTION PER YEAR
COMPARED TO
2 DECADES AGO**

PARADOX: 24/7 connected but lonely

OK ZOOMERS!

Source: University of Rochester

E-SOLATION

joeri@joerivandenbergh.com



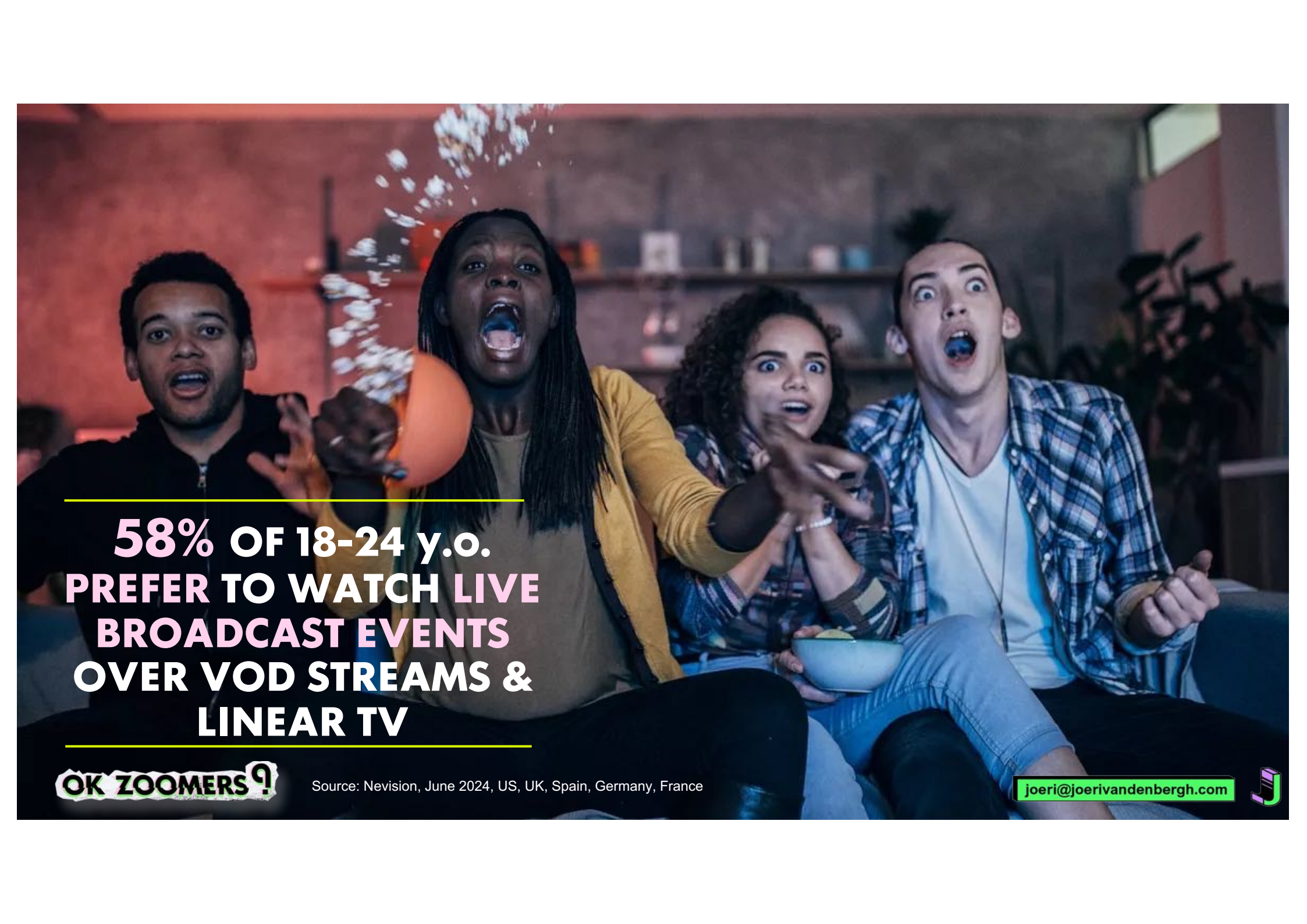


FANDOM as a gateway to connection

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





**58% OF 18-24 y.o.
PREFER TO WATCH LIVE
BROADCAST EVENTS
OVER VOD STREAMS &
LINEAR TV**

OK ZOOMERS?

Source: Nevision, June 2024, US, UK, Spain, Germany, France

joeri@joerivandenbergh.com





OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com



ARE YOU **BROKEN?**

Premium video content (PVC) is not dead for Gen Z
More intentional viewing (ME-time) & engagement (with big role of TV content)

PVC offers escapism, immersive experiences to relax, unwind & detach from daily stresses

PVC is a crucial basis for social interactions & connection with friends & family and with like-minded fans (fandom)



ARE YOU
BESPOKE?

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





**39% OF GEN Z
WANT TO PAY MORE
FOR BRANDS THAT ARE
ON TREND OR THAT
SET THE TREND**

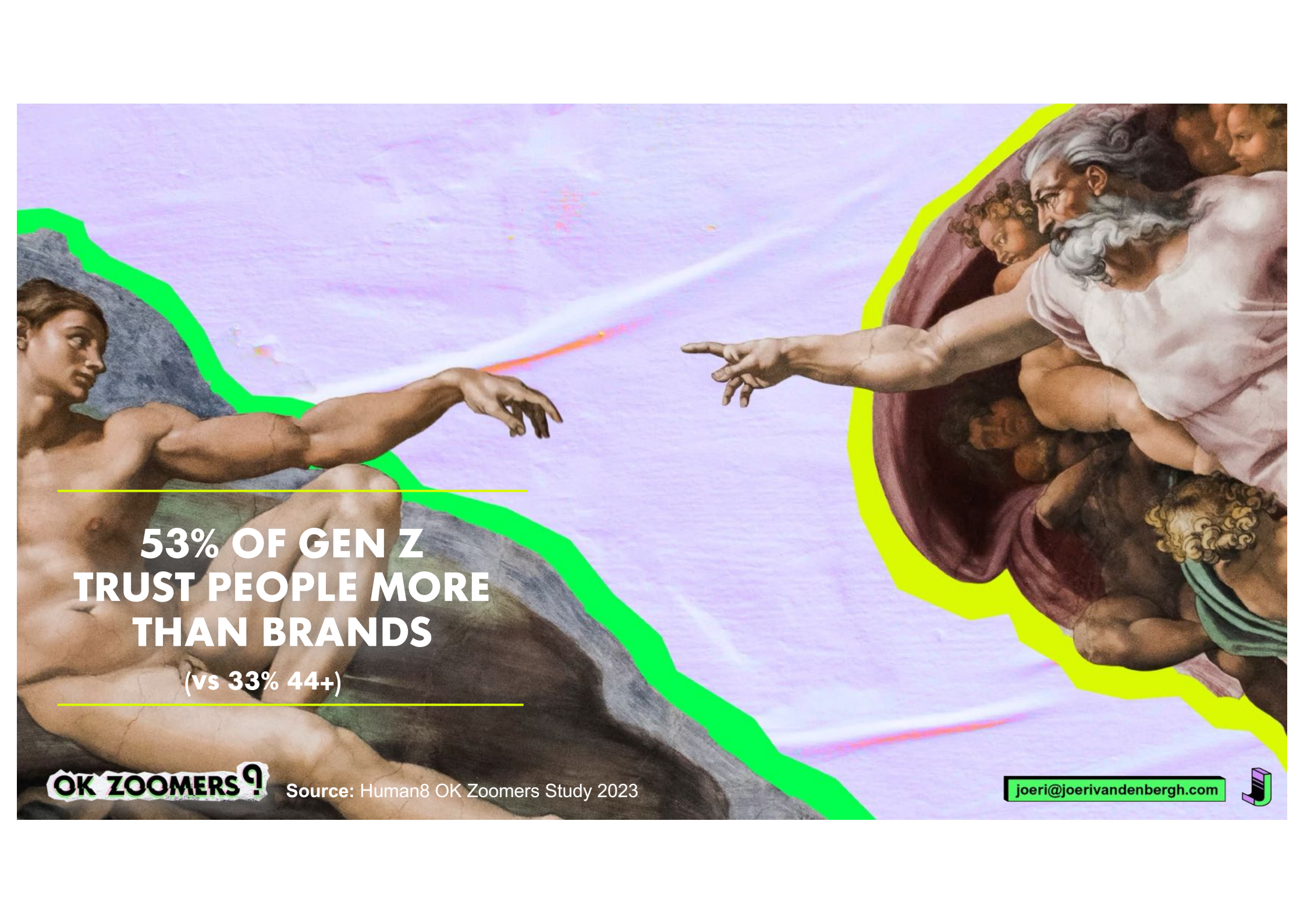
OK ZOOMERS?

Source: Human8 OK Zoomers Study 2023

joeri@joerivandenbergh.com





The background of the slide is a reproduction of Michelangelo's famous fresco, 'The Creation of Adam'. The image has been edited with a bright green outline around the figure of Adam on the left and a bright yellow outline around the figures of God and the angels on the right. A thin red laser line is drawn from God's finger to Adam's hand. The text is overlaid on the left side of the image.

53% OF GEN Z TRUST PEOPLE MORE THAN BRANDS

(vs 33% 44+)

OK ZOOMERS?

Source: Human8 OK Zoomers Study 2023

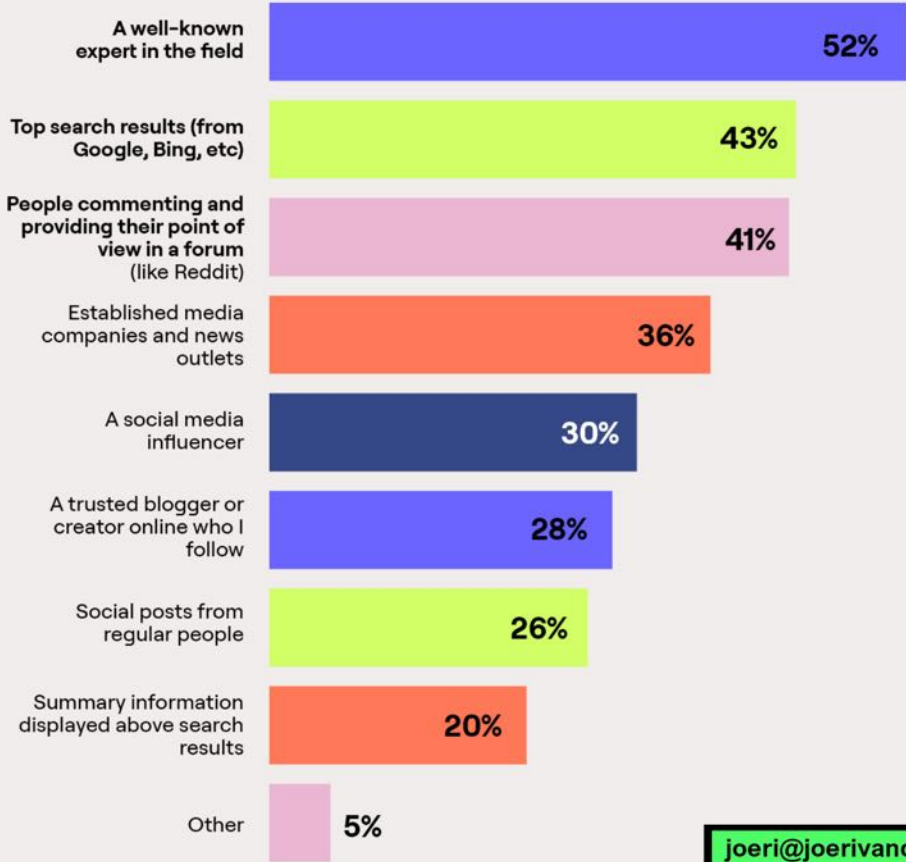
joeri@joerivandenbergh.com





OK ZOOMERS?

When it comes to your interests, what content sources do you prefer to get your information from? Select all that apply.



Source: Decoding Gen Z - Raptive survey US – December 2024

joeri@joerivandenbergh.com



**GEN Z ARE 35% MORE LIKELY TO
FEEL PERSONALLY CONNECTED TO
A CHARACTER/PERSON FROM TV
OR STREAMING CONTENT
vs. TIKTOK CONTENT**

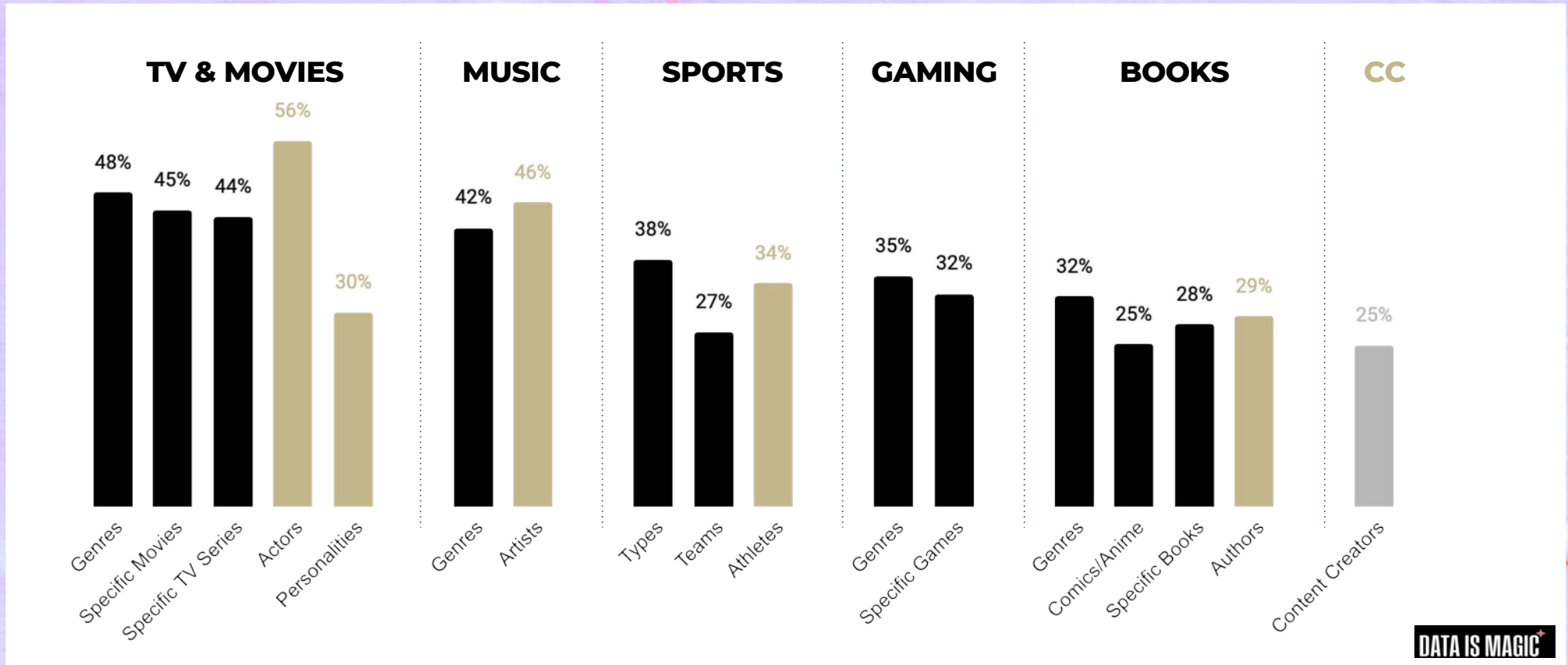
OK ZOOMERS?

Source: Video Advertising Bureau – 2023 - US

joeri@joerivandenbergh.com



Stars have superfans - content creators followers.



DATA IS MAGIC

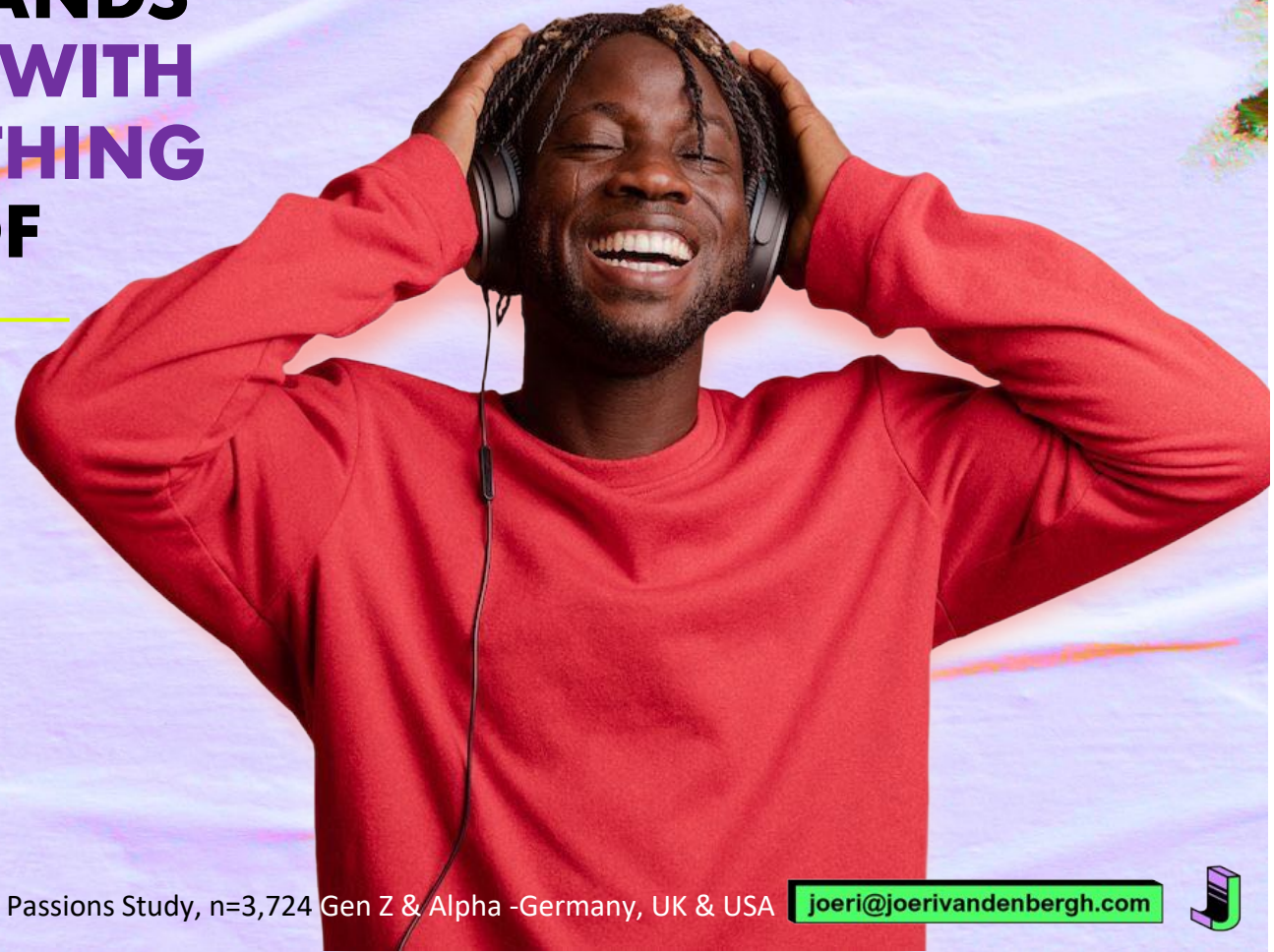
OK ZOOMERS?

Source: STARSKY, 'Rediscovering Fans' Study by DATA IS MAGIC, Nov 2024, n=450 18-44 BE

joeri@joerivandenbergh.com



**73% OF GEN Z FEEL MORE
POSITIVE ABOUT BRANDS
THAT COLLABORATE WITH
SOMEONE OR SOMETHING
THEY ARE FAN OF**



OK ZOOMERS?

Source: SuperAwesome Fandoms & Passions Study, n=3,724 Gen Z & Alpha -Germany, UK & USA

joeri@joerivandenbergh.com





LIDL King of the Dupes Paul Mescal Look-a-Like contest (Dublin)

OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com



**60% OF GEN Z
LOVE TO TRY OUT
NOVELTIES
(vs 42% 44+)**

**NOVELTY
ADDICTS**



OK ZOOMERS?

Source: Human8 OK Zoomers Study 2023

joeri@joerivandenbergh.com



**29% OF GEN Z SAY THEY
HAVE BEEN INSPIRED
TO MAKE A FOOD RECIPE
BECAUSE OF TV OR
STREAMING CONTENT**



OK ZOOMERS?

Source: Video Advertising Bureau – 2023 - US

joeri@joerivandenbergh.com



24 Kitchen x Pepsi

OK ZOOMERS?



joeri@joerivandenbergh.com





Lazy Gen Z lead revival of the travel agents

Young holidaymakers turn to professionals to save time and avoid social media traps

Christopher Jasper
Transport industry editor

Related Topics
TUI, Generation Z, Leisure and
hospitality industry, Airline industry

23 February 2025 2:44pm GMT

32

Gen Z are leading a revival of the high street travel agent because they regard booking a holiday via an app or website as too time-consuming, the boss of TUI has said...



OK ZOOMERS?

KEUZESTRESS Jongerenexpert: Hoe meer digitalisering, hoe meer het verlangen naar echt contact

Gen Z kiest voor reisbureau

In een wereld waarin alles online geregeld is, zoekt generatie Z steeds vaker offline naar overzicht en zekerheid. Of het nu gaat om studie, liefde of iets ogenschijnlijk eenvoudigs als het plannen van een vakantie: de overvloed aan opties kan verlamdend werken. In toenemende mate grijpt ze terug op traditionele services zoals reisbureaus.

Marouscha van de Groep

Amsterdam ■ Volgens jongerenexperts Nina Hoek van Dijke en Laura Bas is dit geen nostalgisch, maar een praktische oplossing voor een groeiend probleem. „Online is het aanbod eindeloos. Kies je voor Sunweb of Corendon? Kleinschalig of grootschalig? Stedentrip of strandvakantie? Het wordt al snel overweldigend“, zegt Hoek van Dijke. De digitale generatie heeft toegang tot talloze opties, maar dat maakt kiezen juist lastiger. „Wat als er een nog betere keuze is?“

Keuzestress is een bekend fenomeen bij jongeren. Ze komen niet met de vakantieplanning naar voren. „Voeger had een winkel met collecties per jaar, nu krijg je iedere week wel een mailtje dat er nieuwe items beschikbaar zijn. Dat overvloedige aanbod maakt het lastiger om knopen door te hakken“, aldus Hoek van Dijke.

Onzekerheid

Volgens haar zien we dit ook bij studiekeuzes, baankeuze en andere grote beslissingen. Die keuzestress komt deels voort uit de onzekerheid die de maatschappij op allerlei vlakken met zich meebrengt, meent Hoek van Dijke. „Zoals de toekomst op het gebied van klimaatverandering, economie of politiek bijvoorbeeld. In die onrust probeert gen Z juist wat meer zekerheid voor zichzelf te creëren.“ „Jongeren voelen druk om op alle vlakken te presteren: studie, werk, sport, sociale contacten en zelfs hun online-imago“, stelt Bas.



Jongerenexpert Nina Hoek van Dijke: „Service is heel belangrijk voor deze generatie; daaraan zijn ze gewend.“

ANP / ROBIN UTRICHT

Sociale media versterken dat gevoel van druk enorm. „Ze zien oud-studiegenoten die op Bali werken en veel geld verdienen, en vragen zich af: 'Wat heb ik verkeerd gedaan?' Hoewel ze weten dat sociale media geen realistische afspiegeling zijn, blijft de vergelijking knagen.“

Ook volgens Hoek van Dijke spelen sociale media een grote rol: „Jongeren vergelijken zichzelf online onbewust met anderen. Neem de vakantie: ze zien waar vrienden en influencers zijn geweest en willen ook die mooie vakantie. We zagen de afgelopen jaren ook hoe bepaalde vakantiebestemmingen, zoals Macedonië en Albanië, ineens populair werden door influencers die er indrukwekkende beelden van deelden. Want naast de perfecte vakantie, willen ze ook mooie foto's. Dat beïnvloedt hun keuzes.“

Volgens de jongerenexperts gaat deze ontwikkeling verder dan alleen het teruggrijpen op oude

„Ze zien oud-studiegenoten op Bali veel geld verdienen, en vragen zich af: 'Wat heb ik verkeerd gedaan?'“

gewoontes. Enerzijds zoeken jongeren gemak en begeleiding in hun keuzes, zoals bij reisbureaus. Anderzijds ontstaat er een tegenreactie op de digitale overvloed. „Sommige jongeren worden bewuster in hun digitale gebruik. Ze leggen hun telefoon vaker weg en grijpen

terug op tools zoals de 'dumbphone', die alleen bellen en sms'en toestaat. Ook traditionele datingvormen – daten via via, tijdens uitgaan, op het werk of tijdens – winnen weer terrein omdat datingsapps niet meer voldoen“, zegt Hoek van Dijke.

Overzicht

Volgens Bas is deze tegenreactie vooral een manier om overprikkeling te verminderen, in plaats van een bewuste hang naar tradities. Toch blijft gemak een doorslaggevende factor. „Bij reisbureaus speelt mee dat je één persoon hebt die je vragen kunt stellen. Jongeren willen controle en overzicht, maar wel zonder de stress van eindeloos zoeken. Daarom vragen ze online ook liever hulp van chat-assistenten dan dat ze moeten bellen.“

Hoek van Dijke merkt dat ook: „Service is heel belangrijk voor deze generatie. Ze willen iemand die voor

kijken naar wat jij wilt, dat vinden ze fijn. Maar ook een service als maaltijdboxbezorging past in dat plaatje.“ Of deze trend zich voortzet, is nog de vraag. „Zolang gen Z jong is, zal ze hulp bij keuzestress waarderen“, denkt Hoek van Dijke. „Maar technologie ontwikkelt zich snel. Het zou goed kunnen dat er binnenkort een online-service komt die het keuzeproces net zo makkelijk maakt als een fysiek reisbureau. Voor nu spelen het gemak en de persoonlijke service een doorslaggevende rol.“

Bas ziet een bredere beweging richting meer menselijk contact. „Hoe meer AI en digitalisering ons leven overnemen, hoe meer mensen verlangen naar echt contact. Bedrijven die hierop inspelen, zullen daarvan enorm profiteren. Ik ben zelf ook van deze generatie: als ik een goede broek wil kopen, wil ik in de winkel goed worden

joeri@joerivandenbergh.com

**58% OF GEN Z FEEL
OVERWHELMED BY
THE MANY CHOICES
WHEN MAKING
DECISIONS**

VS. 45% AMONG OLDER GENERATIONS

OK ZOOMERS?

Source: Human8, What Matters Trend Report 2025

joeri@joerivandenbergh.com



**59% OF GEN Z
REPORTED SELECTING
TRAVEL SPOTS
INSPIRED BY THEIR
FAVORITE ON-SCREEN
PRODUCTIONS**



OK ZOOMERS?

Source: justfly.com – 2024 - US

joeri@joerivandenbergh.com



**GEN Z IS 21% MORE LIKELY
TO VISIT A LOCATION
FEATURED IN PREMIUM
VIDEO CONTENT
vs. TIKTOK CONTENT**



OK ZOOMERS?

Source: Video Advertising Bureau – 2023 - US

joeri@joerivandenbergh.com





THE WHITE LOTUS™

HBO ORIGINAL
TM & © 2021 Home Box Office, Inc.



OK ZOOMERS?

**+300% SEARCHES ON EXPEDIA
FOR SICILY (TAORMINA) &
HAWAII BECAUSE OF THE
WHITE LOTUS**

Source: Expedia

joeri@joerivandenbergh.com





OK ZOOMERS?



joeri@joerivandenbergh.com



**GEN Z ARE 33% MORE LIKELY TO
BUY CLOTHING SIMILAR TO
WHAT A CHARACTER / ACTOR /
PERSONALITY FROM PREMIUM
VIDEO CONTENT WORE
vs. TIKTOK CONTENT**



OK ZOOMERS?

Source: Video Advertising Bureau – 2023 - US

joeri@joerivandenbergh.com



Ad



Netflix x Google Lens during the series

OK ZOOMERS!



joeri@joerivandenbergh.com

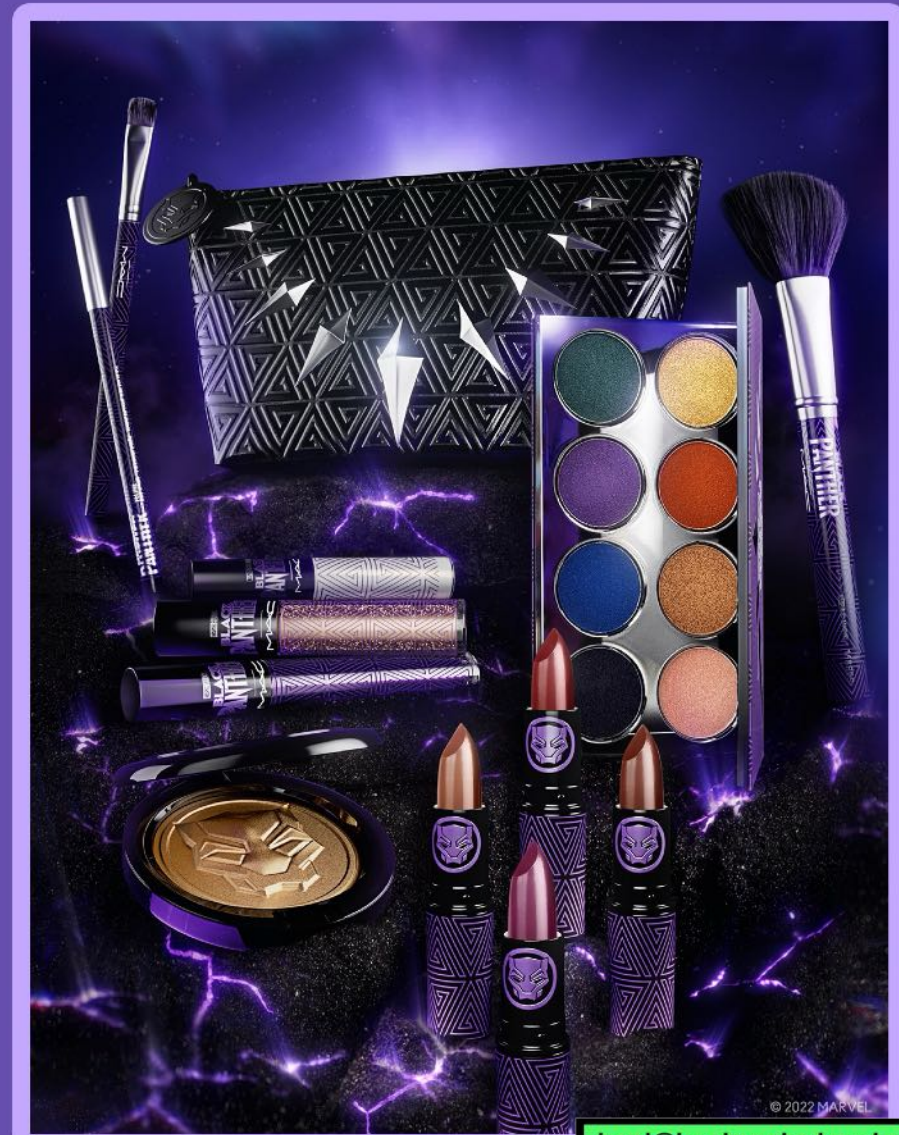
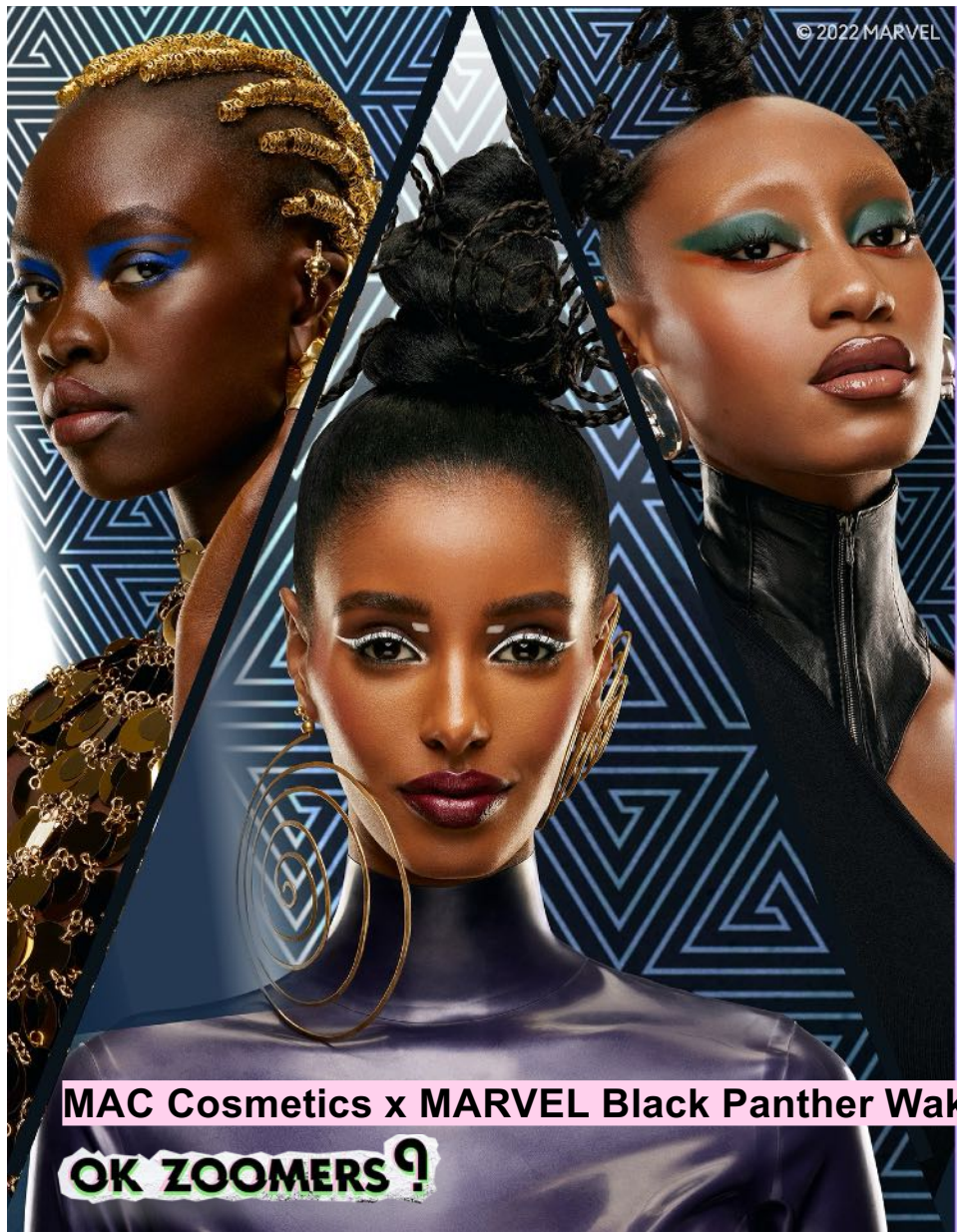




OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





joeri@joerivandenbergh.com



ARE YOU

BESPOKE?

Gen Z is finding fashion & lifestyle inspiration in PVC

PVC has a proven impact on choices in cosmetics, fashion, food & travel,...

It is driving Gen Z's preferences & purchase decisions vs choice paralysis

TV program/personality fandom foster deeper, more credible & better trusted engagement

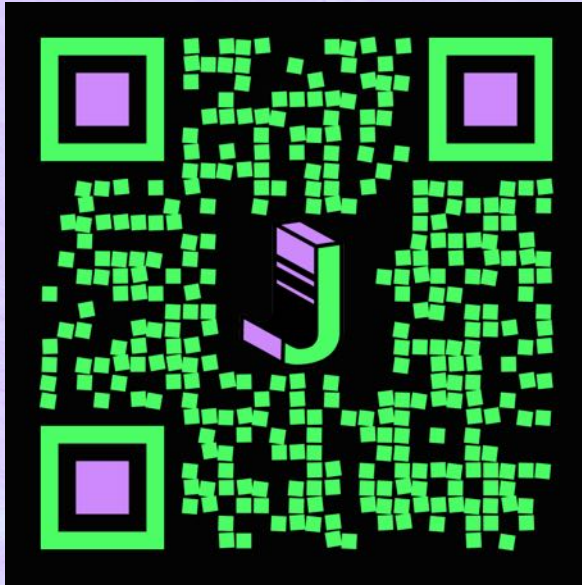
OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com



READY FOR THE ZOOMERS?

DOWNLOAD FREE FULL REPORT



OK ZOOMERS?

joeri@joerivandenbergh.com





Joeri
Van den Bergh

THANK YOU!

JOERI VAN DEN BERGH

JOERI@JOERIVANDENBERGH.COM

LINKEDIN.COM/IN/JOERIVANDENBERGH

