

# MENTAL SUPPORTERS

Nach einem Jahr COVID-19 und mehr als die Hälfte davon im Lockdown sind vor allem die jungen Generationen mental am Ende und wünschen sie sich vor allem eins: NORMALITÄT. Große Träume haben sie schon lange keine mehr. Als Generation Lockdown wollen sie ihr Leben einfach wieder in die Spur bringen. Aus Angst allein nicht zurechtzukommen, sind sie offen für jede Form von mentaler Unterstützung – auch von Marken.

PudelsKern.

## WAS DEN TREND ANTREIBT

- Schon vor COVID-19 waren Depressionen, Angstzustände, ADHS und Burnouts unter jüngeren Menschen stark verbreitet. Die Generation Z gilt als die einsamste der Generationen ([Cigna, 2018](#)). Millennials wurden schon 2019 als [Burnout Generation](#) identifiziert.
- Der Einsamkeits-Effekt der digitalen Medien verstärkt diese Entwicklung. Durch die im Netz herrschende Atmosphäre des immerwährenden Vergleichs und des ewigen Rankings werden die Menschen in immer tiefere Schichten von Einsamkeit gestoßen.
- Die Pandemie hat alles noch schlimmer gemacht. Das zeigen die Daten des Nationalen Wohlstandsindex für Deutschland. Bis 2019 fühlten sich die Jüngeren stets glücklicher als die Älteren. Ende 2020 trifft das nicht mehr zu ([Ipsos, März 2021](#)).

## WARUM ER RELEVANT IST

- Kinder und Jugendliche sind „[Die Vergessenen](#)“ der Pandemie, um deren mentales Wohlbefinden sich kaum jemand Gedanken macht. Sie fühlen sich von der Politik und den älteren Generationen im Stich gelassen.
- Nach einem Jahr Corona sehen 45 % der 16-24-Jährigen im Alltag nur wenig, auf das sie sich freuen können. 14 % haben unbekannte Depressionen ([September Strategie & Forschung, 2021](#)).
- Die jungen Menschen sehnen sich nach Unterstützung. Marken können über Social Media oder Entertainment-Angebote mit ihnen in Kontakt treten und sich über Werte und Erlebnisse als mentale Unterstützer profilieren.