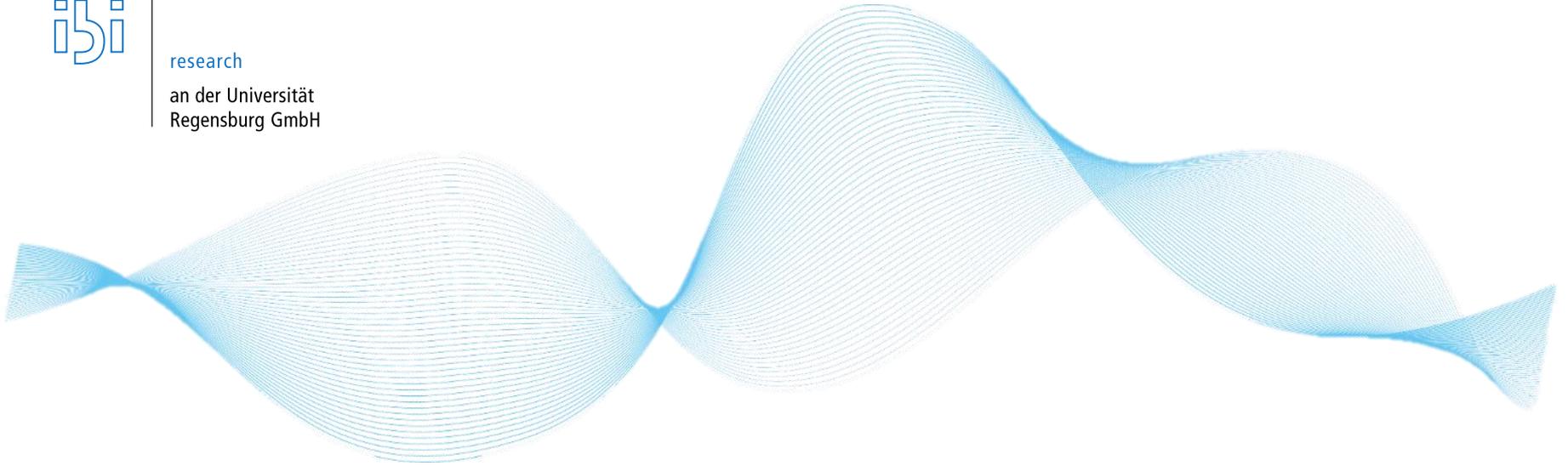




research
an der Universität
Regensburg GmbH



ibi-Studienprojekt

Generationen Z und Alpha: Anforderungen an das Banking von morgen

Christiane Jonietz, Elisabeth Rung, Dr. Anja Peters

Generationen Z und Alpha: Analyse der Anforderungen an das Banking von morgen



Die Generationen Z und Alpha mit den Geburtsjahren zwischen 1997 und 2025 werden rund 20 Millionen Personen umfassen, also rund 25 % der deutschen Gesamtbevölkerung*. Prägende gesellschaftliche und technische Einflüsse gilt es, für Finanzdienstleister auf den Prüfstand zu stellen in Bezug auf die zukünftige Ausgestaltung von Produkten und Services für diese Zielgruppen. Die Herausforderungen sind vielfältig:

- Inwieweit muss Banking für diese Generationen tatsächlich in erster Linie schnell und unkompliziert funktionieren?
- Wie flexibel anpassbar an die Bedürfnisse der jeweiligen Lebenssituation müssen die Angebote sein?
- Welchen Einfluss nehmen Themen wie Nachhaltigkeit und Influencer-Marketing?
- Und wer macht das Rennen im Kundenkontakt: Neobanken mit neuen smarten Angeboten, etablierte Anbieter, die mit Sicherheit und Seriosität punkten, oder wird sich die Rolle der Finanzdienstleistung durch Embedded Financial Services komplett verändern mit einer Trennung von Marke und Funktion?

ibi research geht diesen und weiteren Fragestellungen im Rahmen eines Studienprojekts auf den Grund. Sind Sie mit dabei? Auf den folgenden Seiten finden Sie alle relevanten Informationen für Ihre Mitwirkung.

*<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1130193/umfrage/bevoelkerung-in-deutschland-nach-generationen/>

Generationen Z und Alpha: vielfältige Einflussfaktoren auf das Banking von morgen

Ausgehend von der Lebenssituation der jungen Kundinnen und Kunden sind spannende Schwerpunkte und Fragestellungen denkbar, die wir mit Ihnen zusammen entwickeln und analysieren. In einer fundierten Befragung von 1.000 Personen der Altersgruppe 16 bis 25 Jahre wird diesen Anforderungen an das Banking von morgen im Detail nachgegangen.



Das Studienprojekt: inhaltlich fokussiert bei überschaubarem Aufwand für den Einzelnen



Das Studiendesign lässt sich generisch abbilden. Die Herausforderung hingegen ist, die Befragungen inhaltlich zusammen mit den Partnern fokussiert und zielgerichtet auszugestalten. Dafür werden aus dem Wissen und der Erfahrung des Einzelnen durch die partnerschaftliche Zusammenarbeit passende Fragestellungen, Szenarien und Antwort-Items abgeleitet. An dieser Stelle sind sowohl der notwendige Aufwand als auch der resultierende Wert des Studienprojekts deutlich ersichtlich.



Die Projektschritte – in vier Monaten zum Ergebnis



● Virtueller Kick-Off

▶ Bearbeitungsphase

● (Virtuelle) Ergebnis-Präsentation (ggf. für jeden Sponsor)

Die gemeinsame Erstellung der aufgezeigten Inhalte zieht eine Vielfalt von Nutzenaspekten nach sich:

Synergie: Mit der gemeinsamen Arbeit an identischen Fragestellungen werden die vereinzelt Wissensbestandteile zusammengebracht und zu einer zielgerichteten empirischen Analyse weiterentwickelt.

Vernetzung: Die vorwettbewerbliche, gemeinsame Forschung kann die beteiligten Unternehmensvertreter über die hier beschriebene Zusammenarbeit hinaus verbinden und somit auch für zukünftige Fragestellungen zusammenführen.

Exklusivität: Ausschließlich die Unterstützer dieses Studienprojekts erhalten die Befragungs-Ergebnisse und abgeleitete Handlungsoptionen.

Wissensvorsprung: Mit Kenntnis dieser Ergebnisse erzielen die Unterstützer des Studienprojekts einen deutlichen Wissensvorsprung in Bezug auf zukünftige Anforderungen und Ausgestaltungsmerkmale eines Bankings der Zukunft.

Multiplikatoren-Wirkung: Die (virtuelle) Präsentation der Ergebnisse mit der Möglichkeit der intensiven Diskussion ist für jeden Unterstützer der Studie individuell vorgesehen und sichert somit die Verbreitung der Erkenntnisse in das Unternehmen.

Öffentlichkeitswirksamkeit: Veröffentlicht werden ausgewählte, aggregierte Ergebnisse, um Awareness für die Innovationsstärke der beteiligten Partner zu schaffen.

Die Rahmenbedingungen sind bewusst einfach gehalten, übermäßiger Formalismus wird vermieden:

Projektstart und -laufzeit: Das Studienprojekt kann in Abhängigkeit von der Zusage der Sponsoren ab Januar 2022 gestartet werden. Es ist mit einer Laufzeit von vier Monaten bis zur Fertigstellung der Studiendokumente geplant. Anschließend werden die individuellen (virtuellen) Ergebnis-Präsentationen durchgeführt, die Bestandteil des Sponsorings sind.

Projektsteuerung: ibi research übernimmt in bewährter Weise die Leitung des Studienprojekts. Jeder Sponsor benennt zudem einen Verantwortlichen, der das Unternehmen im Rahmen des Projekts vertritt.

Sicherstellung der Stichproben-Qualität: Um für die Befragung der 16- bis 25-Jährigen eine zielgerichtete Stichprobe zu generieren, wird ein renommierter Panel-Anbieter einbezogen. Die Kosten für das Panel sind im Sponsoring enthalten und werden nicht gesondert in Rechnung gestellt.

Erhalt der Ergebnisse: Das finale und vollständige Studiendokument im Format PowerPoint steht nach Fertigstellung exklusiv den Sponsoren zur internen Verwendung zur Verfügung.

Veröffentlichung von Ergebnissen: ibi research erstellt und verbreitet einen ibi Research Report mit aggregierten Ergebnissen im Format PowerPoint, der von allen beteiligten Parteien ebenfalls nach außen hin verbreitet werden kann.

Sponsorenbeiträge: Der Sponsorenbeitrag für ibi-Partnerunternehmen beträgt 15.000,00 Euro (zzgl. gesetzl. MwSt.),
der Sponsorenbeitrag für Nicht-ibi-Partnerunternehmen beträgt 17.000,00 Euro (zzgl. gesetzl. MwSt.).*
(Die Kosten für das Befragungs-Panel sind im Sponsoring enthalten und werden nicht gesondert in Rechnung gestellt.)

Zahlungsmodalitäten: Der Sponsorenbeitrag ist zu gleichen Teilen mit Projektstart (Kick-Off) und nach Fertigstellung der Ergebnisdokumente
(Schritt 6) zu zahlen.

Ja, hiermit melden wir uns verbindlich als Sponsor des ibi-Studienprojekts „Generationen Z und Alpha“ an:

Firma: _____ Ansprechpartner _____

Straße: _____ PLZ & Ort: _____

Telefonnummer: _____ E-Mail: _____

Mit meiner Unterschrift bestätige ich die Richtigkeit und Vollständigkeit meiner Angaben.

Ort, Datum

Unterschrift

Per Fax bitte an 0941-943-1888 oder per E-Mail an christiane.jonietz@ibi.de

* ibi research behält sich vor, bei einer zu geringen Anzahl an Sponsoren das Projekt nicht durchzuführen.

Für Fragen zur Studie bzw. zum Sponsoring wenden Sie sich jederzeit gerne an uns!



Christiane Jonietz
christiane.jonietz@ibi.de
Tel.: 0941 / 943 1918



Elisabeth Rung
elisabeth.rung@ibi.de
Tel.: 0941 / 943 1916



Dr. Anja Peters
anja.peters@ibi.de
Tel.: 0941 / 943 1907



ibi research an der
Universität
Regensburg GmbH



0941 943 1901



www.ibi.de



Galgenbergstraße 25
93053 Regensburg