

Briefing succcet-Award – Generation Z

Hintergrund & Ziele	
Hintergrund (Beschreibung der Ausgangslage)	Technologie-affin und immer online, ungeduldig und fordernd, gesundheits- und umweltbewusst – mit diesen Eigenschaften lässt sich die Generation Z grob umschreiben. Es geht um die Gruppe jener Menschen, die ab 1995 geboren wurden. Die Zielgruppe fällt für Marktforschungsstudien bislang dadurch auf, dass sie einerseits schwer zu rekrutieren ist. Andererseits sticht sie dadurch heraus, dass sie als Teilnehmende, z. B. in Gruppendiskussionen, vergleichsweise unmotiviert und abgelenkt erscheint.
Ziele der Untersuchung (Welche konkreten Fragestellungen sollen beantwortet werden?)	Es sollen Ideen erarbeitet werden, wie die Generation Z für verschiedene Arten von Marktforschung begeistert und motiviert werden kann. Ziel sind konkrete Handlungsempfehlungen, um Marktforschungsstudien mit der Zielgruppe besser durchführen zu können. Dabei geht es insbesondere um die aktive Teilnahme der Zielgruppe an qualitativen Erhebungen wie z. B. Gruppendiskussionen, Foren, Diaries oder Einzelinterviews.
Verwendungszweck der Ergebnisse (Wofür werden die Ergebnisse benötigt? Auf welches Ziel zielt die Studie ein?)	Die Ergebnisse sollen für die Optimierung qualitativer Marktforschungsstudien mit der Generation Z eingesetzt werden.
Zielgruppe(n)	
Wer soll befragt werden? (Zielgruppenbeschreibung, Verwendung DWH-Daten usw.)	Die Primär-Zielgruppe sind Menschen aus der Generation Z, die Marktforschung bislang neutral bis negativ gegenüberstehen. Als Sekundär-Zielgruppen kommen auch Personen in Frage, die mit der Organisation und Durchführung entsprechender Studien betraut sind, wie z. B. Rekrutierende oder Teststudios.
Timing & Art der Ergebnislieferung	
Wann und in welcher Form (Chartbericht, pers. Präsentation etc.) sollen die Ergebnisse vorliegen?	Das Ergebnis soll ein qualitativer Ergebnisbericht sein. Idealerweise werden in der Studie bestimmte Lösungsansätze auch direkt mit der Zielgruppe erprobt, so dass möglichst konkrete Lösungsvorschläge und Handlungsempfehlungen als Ergebnis der Studie entstanden sind. Die Ergebnisse sollen bis Ende Februar 2024 vorliegen.
Methodik	
Kurze methodische Beschreibung (Stichprobengröße, qual/quant...)	Keine Vorgabe. Idealerweise werden methodische Ansätze, die in der Studie erarbeitet worden sind, auch bereits in der Studie getestet.
Budgetrahmen	Wir gehen von einem Budget von maximal 30.000 € für die Durchführung des Projekts aus und freuen uns, wenn das Budget nicht komplett ausgeschöpft werden muss.
Angebotsumfang	
Der Vorschlag des Instituts soll spätestens 10. September 2023 an award@succcet.de versendet werden. Nachfragen zum Briefing können ebenfalls an diese Mail-Adresse gerichtet werden. Die Antworten werden sukzessive als FAQ auf https://www.succcet.de/aussteller/succcet23/succcet-award-2023/ veröffentlicht. Das Angebot soll maximal zehn Seiten umfassen, gerne auch kürzer. Sollte der Vorschlag in die engere Wahl gelangen, muss das Institut seinen Vorschlag im Rahmen der succcet23 Awards in Wiesbaden präsentieren (Dauer: 8 Minuten plus 4 Minuten Q+A).	