

Portrait

insight
INSTITUTE

Insight Institute AG

Bergstrasse 138, 8032 Zürich
+41 44 387 90 90, info@insightinstitute.ch
www.insightinstitute.ch

Gründungsjahr

2005

Geschäftsleitung

Thomas Gehrig
Elisabeth Mlasko
Robert Schwarz

Festangestellte

Anzahl Mitarbeitende: 8,
davon 5 Projektleiter:innen, sowie Zusammenarbeit
mit externen Spezialist:innen

Befragungsinfrastruktur

- In Tiefenpsychologie ausgebildete Moderator:innen und Interviewer:innen
- Geschulte Rekrutierungspersonen, die Zielgruppen mit der erforderlichen Sensibilität angehen
- Eigene Gruppendiskussions- und Einzelexplorationsmöglichkeiten mit Live-Beobachtungsmöglichkeiten (inkl. Simultanübersetzungstechnik)
- Enges internationales Netzwerk in Europa, Amerika und Asien

Insight ist ein international tätiges Full-Service-Institut für in erster Linie qualitative Forschungsprojekte. Für quantitative – oder kombinierte – Forschungen arbeiten wir mit einem Netzwerk professioneller Partnerinstitute.

Projektleiter:innen

- Thomas Gehrig, lic. phil. I
- Robert Schwarz, executive MSc, lic. oec. publ.
- Elisabeth Mlasko, Mag. oec., Dipl. Analyt. Psych.
- Stefanie Jermann, lic. phil. I
- Nieves Schwab, MA Psychologie

Mitgliedschaften

- SWISS INSIGHTS, Swiss Data Insights Association
- ESOMAR

Internationale Verbindungen

Partnerinstitute in Europa, Amerika und Asien.

Institutphilosophie

insight ist ein auf qualitative Forschung spezialisiertes Institut mit Hauptsitz in Zürich. Pro Jahr werden ca. 50-60 Forschungsprojekte in verschiedenen Bereichen und Branchen realisiert. Dabei bietet insight die Gesamtkonzeption, Beratung, Durchführung und Analyse verschiedener Arten von Forschungsprojekten an. Für quantitative und/oder Mixed-Method Approaches arbeiten wir mit einem Netzwerk von professionellen Partnerinstituten zusammen.

Forschungsfelder

Consumer-Insight-Studien

- Generelle Einstellungsstudien
- Motivforschungen
- Verhaltensforschungen

Brandingstudien

- Markenkernanalysen
- Brand-Stretching-Studien
- Brand-Development-Studien
- Positionierungsstudien

Werbe-/Kommunikationsforschung

- Werbekonzept-Evaluationen
- Pre- und Posttests
- Werbetracking

Produkttests

- Produktkonzept-Evaluationen
- Innovationsanalysen und Produktportfolio-Optimierungen
- Namens- und Logotests
- Degustationstests

Packaging-Evaluationen

- Konzeptanalysen
- Design-Evaluationen

Website-Evaluationen, Business-to-Business-Studien, Human-Resources-Studien, Methodenberatung, Workshops

Methoden

- Fokusgruppen und Mini Focus Groups
- Pairs, Triads, Semiquantitative Einzelbefragungen
- In-Depth-Interviews (qualitative Einzelexplorationen)
- Qualitative Onlineforschung
- Creative Workshops
- Diaries, Blogs, Deskresearch. Eyetracking

Tätigkeitsbereiche

Konsumgüter, Gebrauchsgüter, Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Telekommunikation, Pharmaindustrie, Handel, Medien, Werbung, PR, Investitionsgüter, (v. a. Business-to-Business-Studien), Öffentlicher Verkehr, Energie, Tourismus, Politische (öffentliche) Anliegen und Non-Profit-Unternehmen.

Internationale Forschung

Insight verfügt über fundiertes Know-how in der Durchführung von internationalen qualitativen Studien. Insight kooperiert mit einem engen Netz ausgewählter Partnerinstitute in Europa, Amerika und Asien. Die Partnerinstitute und ihre Topmoderator:innen weisen profunde Kenntnisse der lokalen Märkte auf. Durch die regelmässige, enge Zusammenarbeit und die schlanken Strukturen können qualitative Mehrländerstudien professionell und effizient durchgeführt werden.