

**Insight Institute AG**

Bergstrasse 138  
CH-8032 Zürich  
Telefon +41 (0)44 387 90 90

info@insightinstitute.ch  
www.insightinstitute.ch

**Gründungsjahr**

2005

**Geschäftsleitung**

Thomas Gehrig, lic. phil. I  
Elisabeth Mlasko, Mag. oec., Dipl. Analyt. Psych.  
Robert Schwarz, executive MSc, lic. oec. publ.

**Festangestellte**

Anzahl Mitarbeiter: 7,  
davon 5 Projektleiter, sowie Zusammen-  
arbeit mit externen Spezialisten

**Umsatz 2017**

1,46 Mio. CHF

**Befragungsinfrastruktur**

- In Tiefenpsychologie ausgebildete Moderatoren/Moderatorinnen und Interviewer/-innen
- Geschulte Rekrutierungspersonen, die Zielgruppen mit der erforderlichen Sensibilität angehen
- Eigene Gruppendiskussions- und Einzelexplorationsräumlichkeiten 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.
- Melanie Friderich, M.Sc. in Psychology
- Helena Baumann, M.Sc. in Psychology

**Mitgliedschaften**

- vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung
- vsms swiss interview institute®
- ESOMAR

**Internationale Verbindungen**

Partnerinstitute in Europa, Amerika und Asien

**Institutsphilosophie**

Die heutzutage schnell wechselnden und oft anonymen Märkte führen zu Informations- und Wissensdefiziten der Unternehmen über die eigenen Kunden und Konsumenten.

Insight setzt sich zum Ziel, mittels moderner, adäquater Forschungstechniken ein vertieftes Verständnis der Einstellungen, Wahrnehmungen, Motive und Verhaltensmuster von Kunden und Konsumenten in den jeweiligen Markt-bereichen zu erlangen.

**Forschungsfelder**

**Consumer-Insight-Studien**

- Generelle Einstellungsstudien
- Motivforschungen
- Verhaltensforschungen

**Brandingstudien**

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

**Werbe-/Kommunikationsforschung**

- Werbekonzept-Evaluationen
- Pretests
- Posttests
- Werbetracking

**Produkttests**

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

**Packaging-Evaluationen**

- Konzeptanalysen
- Design-Evaluationen

**Website-Evaluationen**

**Business-to-Business-Studien**

**Human-Resources-Studien**

**Methodenberatung, Workshops**

**Methoden**

- Fokusgruppen
- In-Depth-Interviews (qualitative Einzelexplorationen)
- Mini Focus Groups
- Pairs, Triads
- Creative Workshops
- Telefonische qualitative Interviews
- Diaries
- Semiquantitative Einzelbefragungen
- 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
- 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 Topmoderatoren weisen profunde Kenntnisse der lokalen Märkte auf. Durch die regelmässige, enge Zusammenarbeit und die schlanken Strukturen können qualitative Mehrländerstudien professionell und effizient durchgeführt werden.