



Aus insight europe wird insight culture

(Mynewsdesk) Strategisch, ganzheitlich, international und interkulturell ? mit der Neuausrichtung präsentiert sich insight europe nun als insight culture und stellt sich damit als Beratungsagentur breiter auf. Seit der Gründung 1999 fokussiert auf ethnografische Marktforschung, hat sich die Frankfurter Agentur kontinuierlich weiterentwickelt, das Team vergrößert, neue Expertise an Bord geholt, zahlreiche internationale Studien umgesetzt und den Aktionsradius über die europäischen Grenzen hinaus erweitert.

?Aus Europa sind wir herausgewachsen?, sagt Eva Caspary, eine der beiden Gründerinnen und Managing Directors. ?Weil im Zentrum unseres anthropologischen Forschungsansatzes immer die Frage nach der Kultur steht, spiegelt unser neuer Name insight culture nun konsequent wider, wofür wir stehen.?

Ganzheitliche Erforschung des Menschen in seiner Kultur

Unter Kultur versteht insight culture alles, was Menschen tun und wie und wo sie leben. ?In unseren Forschungen betrachten wir daher systematisch das materielle und soziale Umfeld sowie die mentalen Modelle des Verbrauchers?, erläutert Soziologin und Kulturanthropologin Jeanne Carré, die insight culture zusammen mit Eva Caspary gegründet hat und leitet. ?Denn nur, wenn wir das Gesamtbild ? den Menschen in seiner jeweiligen Kultur ? erarbeitet haben, gelangen wir zum Kern der Verbraucherrealität.?

Jeanne Carré und ihr Team beobachten die Lebensrealität der Verbraucher sehr genau, bevor sie mit Gesprächen in der Tiefe explorieren: ?Wir untersuchen erst das Wie, Wo und Was, bevor wir nach dem Warum fragen. Aus diesem tiefen Verständnis gelingt es uns, gewinnbringende Inspirationen und erfolgsentscheidende Marketingstrategien zu entwickeln.?

Unternehmenstransformer ? von der Vision bis zur Aktivierung

Weil die Frankfurter Marktforscherinnen mit ihren Studien schon oft die komplette Marken- oder Kommunikationsstrategie eines Unternehmens erfolgreich auf den Kopf gestellt haben, sieht sich die Agentur heute als Unternehmenstransformer: ?Aufbauend auf unseren Studienergebnissen begleiten wir Unternehmen mit strategischer Beratung, von der kreativen Ideenfindung bis hin zur Validierung und Definition konkreter Maßnahmenkataloge?, so Jeanne Carré.

Insight culture ist branchenübergreifend aufgestellt und hat besondere Expertise in den Bereichen Marken, Design und Innovation. ?Mit durchschlagender Wirkung, wie viele unserer Cases bei nationalen und internationalen Markenherstellern zeigen?, betont Eva Caspary.

Team ? interdisziplinär, international und gut eingespielt

Interkulturell, multi-disziplinär, langjährige Erfahrung ? so ist das Expertenteam von insight culture aufgestellt. ?Seit Jahren sind wir ein eingespieltes Team von internationalen Expertinnen, das wir sukzessive auf zurzeit acht Senior Consultants ausgebaut haben?, so Jeanne Carré.

Neben den beiden deutsch-französischen Agenturgründerinnen Eva Caspary und Jeanne Carré sind zwei weitere bikulturelle Forscherinnen an Bord: Dr. Jacqueline Malaval kümmert sich insbesondere um den französischen Markt und Simone Vogelmann als gebürtige Chilenin hat den Fokus Lateinamerika.

Neuestes Mitglied ist Suzanne McManus; die Britin hat mehr als acht Jahre in Hongkong gelebt. Für den chinesischen Raum baute sie dort zuerst die qualitative Forschung für Nielsen auf und leitete anschließend die strategische Planung für JWT. In Frankfurt ist sie seit 2017 mitverantwortlich für die Betreuung internationaler Accounts. Mit einem Büro in Singapur ist insight culture seit zwei Jahren auf dem asiatischen Markt präsent. Geleitet wird es von Tanvi Mehta, eine aus Indien stammende Spezialistin für Video-Ethnografie. Die Kommunikationswissenschaftlerin Nelly Kern betreut seit mehr als zehn Jahren vornehmlich deutsche Kunden. Ihr Spezialgebiet sind Technologie und damit einhergehende kulturelle Veränderungsprozesse.

Barbara Denneborg hat ihre Karriere auf Kundenseite begonnen, wo sie mehr als zehn Jahre lang für qualitative und quantitative Marktforschung im FMCG-Bereich zuständig war. Seit 2005 ergänzt sie das Team als Research-Director und betreut nationale wie internationale Accounts. Unterstützt werden die Senior Consultants von zwei jungen Marktforschungsexpertinnen und einem perfekt eingespielten internationalen Projektmanagementteam.

Antrieb ? Unternehmen zum Kundenherz führen

?Innovative Lösungen liegen oft in der Lebensrealität unserer Kunden verborgen ? wir schauen genau hin, wir legen diese Spuren gemeinsam mit unseren Kunden frei und machen sie konkret: mit neuen Produkten und Services?, erklärt Eva Caspary. ?Ich bin sehr gespannt, was wir in Zukunft entdecken.?

?Genau das verstehen wir unter human centricity?, unterstreicht Jeanne Carré. ?In den kommenden Jahren wollen wir weitere nationale und internationale Kunden von dieser Idee begeistern und sie auf dem Weg begleiten, der zu ihrem wichtigsten Ziel überhaupt führt: zum Kundenherz.?

Diese Pressemitteilung wurde via Mynewsdesk versendet. Weitere Informationen finden Sie im [Insight culture](#)

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://shortpr.com/q1wd1c>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:
<http://www.themenportal.de/multimedia/aus-insight-europe-wird-insight-culture-91078>

Pressekontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services
Ritterstraße -14 12
10969 Berlin

press-de@mynewsdesk.com

Firmenkontakt

Mynewsdesk

Herr Mynewsdesk Client Services
Ritterstraße -14 12
10969 Berlin

shortpr.com/q1wd1c
press-de@mynewsdesk.com

Insight Culture -
Inspired solutions from the core of human realities

Strategisch, ganzheitlich, international und interkulturell insight culture ist als Agentur für qualitative Marktforschung und beratung breit aufgestellt. 1999 von Jeanne Carré und Eva Caspary gegründet, sind die Frankfurter auf ethnografische und kulturanthropologische Forschung fokussiert. Das interkulturelle, multi-disziplinäre Experten-Team von insight culture ergänzt das Portfolio mit innovativen Ansätzen fundiert in Psychologie, Soziologie und Kognitionswissenschaften. Gemeinsam sehen sie sich als Unternehmenstransformer, die branchenübergreifend international Unternehmensstrategien entwickeln. In ihrer Beratungstätigkeit stützt sich die Agentur auf die Techniken und Lehren des Creative Problem Solving (CPS). In Frankfurt hat insight culture seinen Hauptsitz, und weitere Aktivitätszentren sind in London, Singapur und Sao Paolo.

<http://www.insight-culture.com/>

Anlage: Bild

