

## Partner für Pitches

### **Hamburg, 12. Februar 2018 – Die Account Planning Group Deutschland (APG) und das Marktforschungsinstitut EARSandEYES schließen strategische Partnerschaft.**

Zum Auftakt der Kooperation führen der Berufsverband APG und das Hamburger Marktforschungsinstitut EARSandEYES eine bundesweite Befragung durch, um typische Berufsprofile und aktuelle Herausforderungen der Kommunikations-Strategen in Deutschland zu ermitteln. Auf Basis der Ergebnisse will die APG ihr Angebot optimieren und noch konsequenter am aktuellen Bedarf der Strategen ausrichten. Die Studienergebnisse werden im Frühjahr dieses Jahres veröffentlicht.

Ferner wird EARSandEYES im Rahmen der diesjährigen APG Strategen-Konferenz GROW und des APG Power Planning Camps sein neues Pretesting-Tool [kvest.com](http://kvest.com) vorstellen. Mit Hilfe des Online-Tools kann das Erfolgspotential von Kampagnen, Designs, Logos, Namen oder Claims binnen kürzester Zeit getestet werden. Die Ergebnisse stehen live im Dashboard bereit und die Kreation kann punktuell und schnell auf die Wünsche der Verbraucher reagieren.

„Kvest ist u. a. aus intensiven Gesprächen mit Entscheidern aus dem Agenturumfeld entstanden, in denen es um den Stellenwert von Marktforschung in Kurationsprozessen bzw. Pitches ging.“, sagt Susanne Maisch, Geschäftsführende Gesellschafterin von EARSandEYES. „Als Feedback haben wir mitgenommen, dass Marktforschung zwar als Schulterblick bei Agenturen immer mehr gefragt ist, wesentliche Barrieren jedoch Zeit und Budget sind.“ Mit kvest reagiert EARSandEYES auf den wachsenden Zeitdruck und gibt seinen Kunden ein Tool an die Hand, welches agile Entscheidungen ermöglicht.

Das bestätigt auch Nina Jünemann, Head of Strategic Planning von GGH MullenLowe: „Wir haben kvest im Rahmen eines Pitches eingesetzt, um Klarheit darüber zu gewinnen, welche Stärken und Schwächen unsere Konzepte haben. Das Tool war hierfür maximal hilfreich. Die Schnelligkeit ist wirklich verblüffend. Nach einem Tag lagen die finalen Ergebnisse im Dashboard vor. Ein großartiges Tool, wenn man sehr schnell an valide Daten kommen muss.“

Die strategische Partnerschaft soll insgesamt den Kontakt zwischen EARSandEYES und den Mitgliedern der APG stärken, beiden Seiten einen besseren Einblick in die jeweils andere Branche gewähren und so neue Impulse für das Tagesgeschäft schaffen.

**Pressekontakt:**

EARSandEYES GmbH, Susanne Maisch, Oberstraße 14 B, 20144 Hamburg, Telefon: 040 822240 200,  
E-Mail: [sm@earsandeyes.com](mailto:sm@earsandeyes.com)

APG Verband der Marken- und Kommunikationsstrategen Deutschland e.V., Stefanie Buchwitz,  
Sillemstraße 60A, 20257 Hamburg, Telefon: 040.4919519, E-Mail: [stefanie.buchwitz@apgd.de](mailto:stefanie.buchwitz@apgd.de)

**Die Unternehmen:**

Das Hamburger Marktforschungsinstitut **EARSandEYES** wurde 1998 als Pionier der Onlineforschung gegründet und ist heute als Full-Service-Institut international für große Wirtschaftsunternehmen tätig. Im Rahmen der Marketingforschung bietet das Institut ein systematisches Innovationsmanagement an, das zukunftsorientierte Lösungen für Marken schafft. Zeitgemäße Befragungstechnologien, maßgeschneiderte Instrumente und hauseigene, gepflegte Access-Panels garantieren zuverlässige Datenqualität und zeitnahe, am Verbraucher ausgerichtete Ergebnisse.  
[www.earsandeyes.com](http://www.earsandeyes.com)

Die **APG** wurde 1997 gegründet und zählt mittlerweile rund 550 Mitglieder, die sich beruflich mit Marken und Kommunikation befassen. Der Verband bietet Vorträge, Seminare zur Aus- und Weiterbildung und eine jährliche Strategienkonferenz GROW an. [www.apgd.de](http://www.apgd.de)