



*Titel:* MRC im Kurzprofil

*Interview mit:* Dieter Kurt Veitengruber & Wolfgang Thyssen

*Erscheinungsort:* marktforschung.de

*Erscheinungsdatum:* Juli 2010

**Kontaktieren Sie uns!**

Telefon: +49 (0) 6173/99 49-100 · E-Mail: [mrc-kronberg@mrc.de](mailto:mrc-kronberg@mrc.de)

[www.mrc.de](http://www.mrc.de)



# MRC GmbH

[Beratung](#). [Sonstige](#) - Kronberg

Die MRC GmbH (steht für: Managing Research for Companies) wurde 1995 gegründet. 30 feste Mitarbeiter, davon 25 Marktforschungsexperten, sind an den Standorten in Kronberg, Bremen und München beschäftigt. Der Umsatz des Unternehmens liegt bei 3,2 Millionen Euro.

## Fakten

Gründungsjahr: 1995

Mitarbeiterzahl: 30

Umsatz: 3 Mio. Euro

Geschäftsführer(in): Dieter K. Veitengruber, Wolfgang Thyssen

## MRC im marktforschung.de-Kurzprofil:

*marktforschung.de: Für welche Firmenphilosophie steht Ihr Unternehmen?*

Dieter Kurt Veitengruber: MRC steht für Managing Research for Companies und ist doch viel mehr als nur das Kürzel. Als unabhängiges, weltweit operierendes Unternehmen bietet MRC seinen Kunden professionelles Management der innerbetrieblichen Marktforschung. MRC ist also kein Institut, sondern arbeitet als innerbetriebliche Funktion seiner Kunden mit allen qualifizierten Marktforschungsinstituten als Informationslieferanten zusammen.

MRC hat langjährige Erfahrung in allen Bereichen der Marktforschung und deren Nutzung, um marktrelevante Entscheidungen zu treffen und zwar auf dem Niveau von führenden Markenartiklern!

Wir sind davon überzeugt, dass die Auslagerung der innerbetrieblichen Marktforschungsaktivitäten sehr effizient sein kann und deshalb so selbstverständlich sein sollte, wie das im Bereich Werbung und Kommunikation bereits heute der Fall ist.

Mit dieser Überzeugung und absoluter Professionalität gehen wir unsere Aufgabe an: Durch das problem- und vor allem handlungsorientierte Management aller Marktforschungsaktivitäten unterstützen wir unsere Kunden, bessere Ideen zu entwickeln und diese im Rahmen des gesamten Marketing-Mixes effektiver umzusetzen, um so marktgerechte Entscheidungen treffen zu können und letztendlich einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil zu schaffen.

*marktforschung.de: Was zeichnet Ihr Unternehmen als besonders attraktiven Arbeitgeber aus?*

Wolfgang Thyssen: MRC zeichnet sich durch eine offene, team-orientierte Unternehmenskultur aus, die keine strengen Hierarchien benötigt und engagierten Mitarbeitern viele Möglichkeiten bietet, sich einzubringen und zu entwickeln – sei es im Bereich klassisches Projektmanagement, Training, Consumer Insight oder Innovations-Management.

Da MRC weder methoden- noch branchenspezialisiert arbeitet, ist das Spektrum sehr groß und umfassend – diese Vielfalt schätzen nicht nur unsere Kunden, sondern auch unsere Mitarbeiter.

MRC beschäftigt über 25 Marktforschungsexperten, die über einen großen Erfahrungsschatz im Bereich Marktforschung (davon allein 15 mit mehr als 12 Jahren Berufserfahrung) und über unterschiedliche kulturelle Hintergründe verfügen. Unter unseren Marktforschungsexperten findet ständig ein Austausch von Meinungen, Ideen und grundsätzlichen Marktforschungsprinzipien statt. Ein Umfeld, das inspiriert und in seiner Summe an Kompetenz, Erfahrung und Lösungsmöglichkeiten einzigartig ist und zu kreativen neuen Lösungen führt.

Außerdem erfolgt neben individuellen Weiterbildungsmaßnahmen die Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter durch regelmäßige Trainings, die eine breite Spanne an Marktforschungs- und Marketingthemen abdecken.

Nicht zuletzt spricht unsere geringe Mitarbeiterfluktuation für sich.

*marktforschung.de: Mit wievielen Mitarbeitern erwirtschaften Sie welchen Umsatz?*

Wolfgang Thyssen: An den Standorten Kronberg bei Frankfurt, München und Bremen arbeiten wir insgesamt mit 25 Mitarbeitern und erwirtschafteten 2009 einen Umsatz von 3,2 Mio. Ca. 60-70% davon wurden mit internationalen Projekten erzielt.

Im Auftrag unserer Kunden betreuen wir jährlich ein Marktforschungsbudget vergleichbar mit dem eines Großkonzerns.

*marktforschung.de: Welchen aktuellen Entwicklungen sehen Sie Ihr derzeit Unternehmen ausgesetzt?*

Dieter Kurt Veitengruber: Angesichts der Globalisierung, des wachsenden Wettbewerbsdrucks und steigender Konsumentenansprüche nehmen die Herausforderungen für Marketing, Vertrieb und Produktentwicklung mehr und mehr zu. Immer mehr Unternehmen verstehen, dass professionelle betriebliche Marktforschung auf dem neuesten Stand überlebenswichtig ist, um den Herausforderungen der immer schneller werdenden Märkte mit optimalen Lösungen zu begegnen.

Insgesamt werden die Marktforschungsprojekte komplexer, anspruchsvoller und auch internationaler. Zeitgleich wächst das Bedürfnis nach kürzerer Durchführungszeit und entsprechend zeitnahen Ergebnissen ein Widerspruch, der kreative Ansätze und Lösungen erfordert.

Zudem stellen wir fest, dass in zunehmendem Maße nicht nur Fachkräfte aus entsprechenden Bereichen in den Einkauf von Marktforschungsleistungen involviert sind, sondern auch Mitarbeiter aus dem Einkauf. Eine Vorgehensweise, die Projekte nicht selten deutlich verlangsamt, sondern auch die Marktforschung reduziert auf rein quantitative Kriterien und Faktoren wie Erfahrung, Arbeitsweise und Qualität, vor allem in der entscheidungsorientierten Anlage und Analyse von Projekten vernachlässigt.

*marktforschung.de: Wie sehen Sie die Globalisierungstendenzen - Segen oder Fluch?*

Dieter Kurt Veitengruber: Grundsätzlich ist die zunehmende Globalisierung für uns eine positive Entwicklung, mit zunehmender Tendenz wird 60-70% unseres Auftragsvolumens gestellt von Studien außerhalb Deutschlands.

So verfügt MRC auch über langjährige Marktforschungsexpertise in den unterschiedlichsten Ländern. Wir können auf Erfahrungswerte aus Studien zurückgreifen, die in über 70 verschiedenen Ländern auf 5 Kontinenten durchgeführt wurden. Ob Übersetzungen in andere Sprachen, landestypische Gegebenheiten, kulturelle Unterschiede, Zeitverschiebungen oder Im- und Exportbestimmungen von unseren Teams wird alles bedacht und entsprechend berücksichtigt.

Täglich koordinieren wir internationale Studien für unsere weltweit operierenden Kunden. Und nicht zuletzt bauen wir auf grenzenloses Know-how: MRC rekrutiert international erfahrene Marktforscher. Entsprechend kommen unsere Mitarbeiter aus ganz Europa, den USA und Afrika.

*marktforschung.de: Über welche nationalen und internationalen Kooperationen bzw. Netzwerke verfügt Ihr Unternehmen?*

Wolfgang Thyssen: MRC ist mit eigenen Büros in drei Städten (Kronberg bei Frankfurt, München, Bremen) deutschlandweit vertreten. MRC ist nicht an bestimmte Institute oder Untersuchungsmethoden gebunden, aber wir pflegen weltweit sehr gute, persönliche Kontakte zu Marktforschungsinstituten bzw. Anbietern von Marktforschungsleistungen, die unseren hohen Ansprüchen gerecht werden und die den Marktforschungsstandards von anerkannten Organisationen folgen – ob nun große internationale Institute oder kleinere, spezialisierte Anbieter.

Darüber hinaus kooperieren wir im Bereich Vermarktung mit den Experten der UGW AG, die ihren Kunden eine fachkundige Komplettberatung im Bereich Marketing, Kommunikation und Vertrieb bietet.

## **Kontakt zum Unternehmen**

MRC GmbH  
Westerbachstrasse 32  
61476 Kronberg  
Germany  
Tel.: + 49 (0) 61 73 / 99 49 – 1 00  
Fax.: +49 (0) 61 73 /99 49 – 1 99