



Titel:

Markt- und Wettbewerbs- analyse in der Praxis

Ein Universitätsprojekt von MRC

Erscheinungsort:

[http://www.hs-bremen.de/internet/
de/einrichtungen/presse/mitteilungen/
2010/detail/index_22189.html](http://www.hs-bremen.de/internet/de/einrichtungen/presse/mitteilungen/2010/detail/index_22189.html)

Erscheinungsdatum: März 2010

Kontaktieren Sie uns!

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

www.mrc.de

Bremer Hochschulstudenten arbeiten für MRC Projektergebnisse aus



Drei studentische Gruppen der Hochschule Bremen haben unter der Leitung von Prof. Dr. Peter Rose (Studiengangsleiter MiH) an einem Projekt des Marktforschungsunternehmens MRC (Managing Research for Companies GmbH, www.mrc.de) teilgenommen. Die Studenten sind im Masterstudiengang Business Management eingeschrieben und haben im letzten Semester die Vorlesung ‚Strategisches Marketing‘ besucht. Im Rahmen dieser Veranstaltung wurde von MRC eine Fallstudie angeboten, um den Studenten die Möglichkeit zu geben, ihre praktischen Erfahrungen auszuweiten und erworbenen Fähigkeiten unter Beweis zu stellen.

Die Aufgabe bestand darin, den Telekommunikationsmarkt in Bremen zu analysieren um die Möglichkeiten und Grenzen für einen neuen Anbieter in diesem zunehmend gesättigten, aber innovationsgetriebenen Markt, zu identifizieren. Die Gruppen haben eine ausführliche Markt- und Wettbewerbsanalyse durchgeführt und potentielle Kunden für den neuen imaginären Anbieter befragt. Aus den Ergebnissen dieser umfassenden Marktforschung wurden schließlich Empfehlungen abgeleitet, wie sich ein neues Unternehmen strategisch am besten im Markt positionieren könnte.

Die Studenten hatten am Ende des Wintersemesters die Möglichkeit, ihre Ergebnisse, Analysen und strategischen Empfehlungen vorzustellen. Das Team ‚active concepts‘ wurde von der MRC-Jury bestehend aus Wolfgang Thyssen (MRC Geschäftsführer) und Jaqueline Frieten (Market Research Manager) für die beste Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie kreativsten strategischen Empfehlungen ausgezeichnet (Foto). Die Studenten Lukas Czerwik, Andreas Hofmann, Felix Kroll, Patrick Santos, Stephan Schulze und Hannes Wessels haben mit Hilfe ihrer Marktforschungsanalysen Telekommunikationstrends und Marktlücken identifiziert und daraus interessante Positionierungsempfehlungen abgeleitet.

Mit der Zusammenarbeit bei dieser Fallstudie wurde der Grundstein für eine weiterführende Kooperation zwischen der Hochschule Bremen und MRC gelegt. Projekte dieser Art sind für alle Beteiligten gewinnbringend. Die Studenten erhalten Einblick in die Arbeitswelt und können in die Rolle eines betrieblichen Marktforschers schlüpfen. MRC erhält die Möglichkeit den Studenten zu zeigen, dass die Marktforschung zu unrecht als reiner Zahlenlieferant gilt, sondern ein interessantes strategisches Aufgabenfeld bietet.