



Die bessere Entscheidung

UNSERE WURZELN

Historie

Die research & consulting GmbH ist ein inhabergeführtes Marktforschungsinstitut, das Full-Serviceleistungen der marktforschungsbasierten Unternehmensberatung anbietet.

In 2002 gründen Katrin Brüggemann-Helmold und Dirk Helmold gemeinsam das Institut rc. Bereits von Beginn an sorgt eine hohe Qualitätsorientierung für ein kontinuierliches Wachstum.

In 2003 nimmt das unternehmenseigene Telefonstudio seinen Betrieb auf, das heute insgesamt 30 professionelle CATI-Plätze für einen Stamm von 60 Interviewern bereithält.

In 2007 tritt Ingo Sander als dritter geschäftsführender Gesellschafter in das Unternehmen ein. Zu diesem Zeitpunkt zählen 8 Festangestellte zum Research Team von rc.

In 2008 beginnen erstmalig zwei angehende Fachangestellte für Markt- und Sozialforschung (FAMS) ihre Berufsausbildung bei rc. Seitdem bildet rc regelmäßig FAMS aus.

rc expandiert weiter und bezieht in 2011 neue, größere Räumlichkeiten im Zentrum der Bielefelder Altstadt.

Heute arbeiten insgesamt 33 Marktforscher aus unterschiedlichsten Fachrichtungen bei rc und unterstützen namhafte Auftraggeber der deutschen und internationalen Wirtschaft mit ihrem Know-how.

Region

Das Institut rc befindet sich mitten im Zentrum von Bielefeld. Im Herzen von Ostwestfalen-Lippe – in einer der stärksten Wirtschaftsregionen Deutschlands – und nahe am Teutoburger Wald fühlen wir uns Zuhause.

Die Region ist geprägt durch ihre hohe Innovationskraft. Zahlreiche Weltmarktführer aus der verarbeitenden Industrie sind in der Region ansässig und auch als Wissenschaftsstandort ist Ostwestfalen-Lippe etabliert. rc ist hier optimal mit regionalen Partnern aus Technologie und Wissenschaft vernetzt.

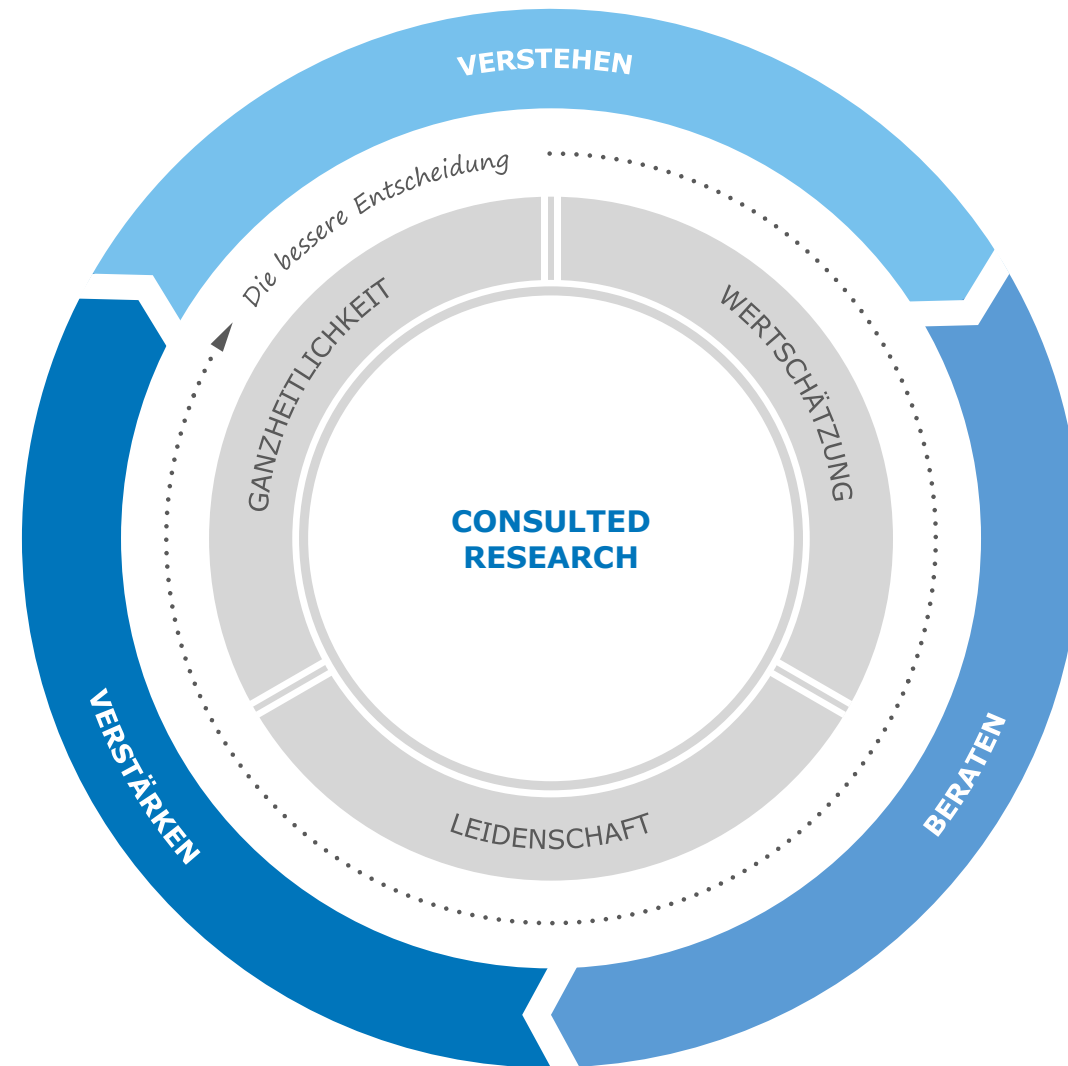
Die Vielseitigkeit der Region bietet für uns die ideale Umgebung, um sich beruflich weiterzuentwickeln und privat wohlfühlen.



„rc überzeugt mit einem ganzheitlichen Projektmanagementansatz, hoher zeitlicher und methodischer Flexibilität, sehr kollegialer, immer auf kompetenten Austausch bedachter Zusammenarbeit mit hohem Effizienzanspruch hinsichtlich Kosten und Timings. Sie haben sich schnell zu einem präferierten Partner entwickelt.“

— Ute Haupt, TUI —

UNSERE PHILOSOPHIE



CONSULTED RESEARCH steht für unser zuverlässiges Vorgehen, als Full-Service-Marktforschungspartner einen besonders hohen Nutzen für unsere Kunden zu erzielen. Mit einer persönlichen Expertenbetreuung begleiten wir Sie ideal – vom ersten Projektgedanken bis zur detaillierten Maßnahmenempfehlung. Unsere Beratung und unsere Marktforschung basieren dabei auf den drei zentralen Säulen **VERSTEHEN** | **BERATEN** | **VERSTÄRKEN**.

VERSTEHEN

bedeutet, dass wir intensiv zuhören und nicht nur Zielgruppen, Märkte und Methoden verstehen, sondern auch, was Sie persönlich und Ihre Organisation brauchen.

BERATEN

bedeutet, dass wir Sie immer kontextsensibel beraten – mit Fingerspitzengefühl für individuelle Bedürfnisse und Engagement mit Herz und Verstand auch über das einzelne Projekt hinaus.

VERSTÄRKEN

bedeutet, dass wir mit unserer flexiblen und effektiven Arbeitsweise Ihr Zeitbudget maximal entlasten und Sie für Ihre Kernaufgaben mit unserer Kompetenz, unserer Erfahrung und unserem Wissen stark machen.

WERTSCHÄTZUNG

bedeutet, dass wir allen Projektbeteiligten höchste Wertschätzung entgegenbringen. Motivierte Mitarbeiter, zufriedene Kunden und engagierte Befragte sind uns ein sehr wichtiges Anliegen.

LEIDENSCHAFT

bedeutet, dass Marktforschung uns mit ihrer Vielseitigkeit, ihren herausfordernden Fragestellungen und der Möglichkeit, Antworten zu finden, begeistert. Diese Begeisterung leben und teilen wir.

GANZHEITLICHKEIT

bedeutet, dass jeder Projektmitarbeiter sämtliche Arbeitsschritte beherrscht und damit das Gesamtprojekt jederzeit im Fokus hat. Aufgrund dieser Gesamtperspektive können die erforderlichen Spezialkompetenzen der Mitarbeiter gezielt umgesetzt werden und zu echtem Mehrwertwissen führen.



UNSERE KOMPETENZEN

Produkt- und Serviceangebote

Alles befindet sich stetig im Wandel – unsere Umwelt, unsere Wünsche, unsere Anforderungen ebenso wie wir selbst. Daher ist die Anpassung der Produkt- und Serviceangebote jedes Unternehmens an diese geänderten Anforderungen unerlässlich, um neue Bedürfnisse gezielt zu erkennen und zu erfüllen.

Verlässliche Kenntnisse über künftige Bedürfnisse sind erfolgsentscheidend, um frühzeitig und richtig reagieren zu können. Kreative Lösungen zu generieren und diese hinsichtlich Ausgestaltung, Positionierung und Potenzial zu optimieren ist für das Bestehen am Markt essentiell.

Um Ihre Produkte und Services passgenau auf die Bedürfnisse Ihrer Kunden auszurichten, bietet rc Ihnen folgende Leistungen:

- **Konzeptforschung**
- **Preisfindung und Tarifgestaltung**
- **Potenzialanalysen**
- **Usability**

Kommunikation

Kommunikation zwischen Unternehmen und Konsumenten ist unverzichtbar, um Einstellungen zu Produkten und Dienstleistungen positiv zu beeinflussen und erwünschtes Verhalten auszulösen, z.B. den Kauf eines Produktes oder die Weiterempfehlung der Marke. Doch Kommunikation ist immer auch mit hohen Investitionen verbunden. Daher stellen sich für jedes Unternehmen die Fragen: Wie, was, wann und wer kommuniziert? Das Ziel ist es dabei, einen effektiven und möglichst effizienten Einsatz von Kommunikationsmitteln zu erreichen.

Zur Optimierung Ihrer Kommunikationsaktivitäten bringt rc für Sie folgende Lösungen zum Einsatz:

- **Markenpositionierung**
- **Tracking der Markenstärke**
- **Kommunikationseffizienz**
- **Werbewirkung**

Beziehungsforschung

Die Beziehungen zu seinen Stakeholdergruppen gehören ohne Zweifel zu den wichtigsten Wertschöpfungstreibern eines Unternehmens. rc begleitet und berät Sie im Rahmen der Beziehungsforschung beim erfolgreichen Management aller für Ihr Unternehmen wichtigen Stakeholdergruppen, vor allem aber im Hinblick auf Ihre aktuellen und potenziellen Kunden sowie Ihre Mitarbeiter.

Entscheidend für die volle Erschließung des Wertschöpfungspotenzials ist, dass die in diesem Bereich durchgeführten Marktforschungsprojekte konsequent auf die Umsetzung von konkreten Verbesserungsmaßnahmen ausgerichtet sind.

Für die optimale Ausgestaltung Ihres Beziehungsmanagements kommen bei rc folgende Instrumente zur Anwendung:

- **Kundenzufriedenheitsforschung**
- **Kundenbindungs- und Loyalitätsanalysen**
- **Servicequalitätsmanagement**
- **Beschwerderesonanz**
- **Mitarbeiterzufriedenheit**
- **Interne Servicequalität**



UNSERE PROJEKTE

ComTrack

Zielsetzung

- Ermittlung der impliziten und expliziten Wirkung von Kommunikationsinstrumenten, Kampagnen und Aktionen auf die Kundenbeziehung und das Image
- Verbesserte Budgetverteilung auf verschiedene Kommunikationsinstrumente

Vorgehensweise

- Telefonische Befragung unter Entscheidern in Privathaushalten
- Kontinuierliche Erhebung über einen Zeitraum von 2 Jahren
- Anwendung von Data Mining-Verfahren und Regressionsanalysen

Brand Performance

Zielsetzung

- Markenpositionierung bzw. Bestimmung des Markenimages und der Markenstärke im Benchmark zu relevanten Wettbewerbern
- Strategische Ausrichtung der Marke und Weiterentwicklung des Markenportfolios des Auftraggebers
- Zielgruppensegmentierung

Vorgehensweise

- Online-Befragung (Online-Panel) unter Urlaubsreisenden in 10 Ländern

Premiumreisen

Zielsetzung

- Ermittlung der Anforderungen an das Premiumprodukt einer Airline
- Präferenzmessung für verschiedene Produktdetails
- Bestimmung des erfolgversprechendsten Konzeptes für das Premiumprodukt anhand von Verbalkonzepten bzw. Produktsteckbriefen

Vorgehensweise

- Online-Befragung unter Kunden der Airline in 6 Ländern
- Mehrere aufeinander aufbauende Erhebungsphasen

Customer Loyalty

Zielsetzung

- Ermittlung der Kundenbindung und Kundenbeziehungsqualität in verschiedenen Branchen und Kundengruppen im b2b-Umfeld des Auftraggebers
- Bestimmung von Handlungsprioritäten und effizienten Maßnahmen zur Steigerung des Markterfolges durch Kundenloyalität

Vorgehensweise

- Online-Befragung mit telefonischem Reminder



„An rc gefällt mir ausgesprochen gut, wie individuell sie sich unserem Unternehmen und unserem Markt annehmen und dafür immer sehr kompetente Lösungen entwickeln. Dabei deckt rc eine erstaunliche Bandbreite von Themen und Methodenbereichen ab.“

— Christian Bock, Barmer GEK —

UNSERE QUALITÄT

Die Aussagen unserer Studienteilnehmer liegen uns besonders am Herzen. Aus diesem Grund legen wir nicht nur sehr hohen Wert auf die Qualität der Daten, sondern auch auf den Datenschutz.

Die Einhaltung der gültigen Datenschutzgesetze in Deutschland ([BDSG](#), [TKG](#), [TMG](#)) und der Bestimmungen der EU-Datenschutzrichtlinie ist für uns eine Selbstverständlichkeit.

rc ist Mitglied im [BVM](#) (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.) und der [DGOF](#) (Deutschen Gesellschaft für Onlineforschung) und richtet sich strikt nach den Standesregeln des [BVM](#), [ADM](#) (Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.) und der [ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research).

Wir verpflichten uns, nicht nur die allgemein gültigen Qualitätsstandards der Marktforschung einzuhalten, sondern diese auch im Rahmen der täglichen Arbeit weiterzuentwickeln und nachhaltig zu etablieren.

Die Vorgehensweise für einzelne Projektschritte wird durch das rc-Handbuch zur Qualitätssicherung klar geregelt und anhand von Checklisten sichergestellt.

rc unterstützt die Initiative Markt- und Sozialforschung e.V. und nimmt aktiv am Tag der Marktforschung teil.

Mitgliedschaften und Netzwerke



„Wer methodische Kompetenz wirklich zu schätzen weiß, einen findigen Partner bei der Erarbeitung von originellen Lösungen für Forschungsprobleme sucht und sich mit nicht weniger als einem exzellenten Service zufrieden geben möchte, ist bei rc in besten Händen.“

— Prof. Dr. Ronald Freytag, HMKW Berlin —

UNSERE REFERENZEN

TOURISMUS & VERKEHR



INDUSTRIE



GESUNDHEIT



TELEKOMMUNIKATION



HANDEL



ENERGIE



Katrin Brüggemann-Helmold

Geschäftsführung

Telefon: +49 521 557 771-12

E-Mail: katrin.brueggemann@r-c-online.com

Dirk Helmold

Geschäftsführung

Telefon: +49 521 557 771-10

E-Mail: dirk.helmold@r-c-online.com

Ingo Sander

Geschäftsführung

Telefon: +49 521 557 771-11

E-Mail: ingo.sander@r-c-online.com

www.r-c-online.com

rc - research & consulting GmbH
Mauerstraße 8
33602 Bielefeld