

## **BEIGROUP®: Market Orientation as a Factor of Success**

Nuremberg, May 2005 - The Rhenish-Westphalian Technical University (RWTH) Aachen, Germany conducted a study regarding the market orientation of new companies last year. **BEIGROUP®** ranked third overall among 158 companies.

The study was based on the premise that the level of marketing orientation of young companies plays a significant role in the success of a company. When starting a company it is often difficult to determine the procedures and products that will best fit the clients' needs. These uncertainties in marketing can only be overcome by research, client contact and quick reaction to the current conditions.

The study evaluated 56 behaviour patterns of market orientation, which were divided into three categories:

- Provision of Information
- Distribution of Information
- Reaction to Information

In all three areas **BEIGROUP®** ranked well above average. In the area of 'Provision of Information' the training company placed 2<sup>nd</sup> due to its close client contact and its broad knowledge about its own competitive advantages.

In the area of 'Distribution of Information' **BEIGROUP®** was rated 18<sup>th</sup>. In this area the internal exchange of information through regular meetings within the network plays a significant role.

On the subject 'Reaction to Information' **BEIGROUP®** was ranked 11<sup>th</sup> out of the 158 companies. Reacting quickly to the needs of the market is essential here. According to the study, the strength of **BEIGROUP®** is based on the ongoing enhancement of the products (training programmes), target group-oriented services and the strict adherence to the business development plan. Reacting quickly to the needs of the market is essential here.

The study showed that there is a clear connection between the level of market orientation and the company's success. As a result, 20% of a young company's success depends on the behaviour patterns identified within the scope of the survey. In the evaluation of the company's success **BEIGROUP®** was ranked 12<sup>th</sup>, which puts **BEIGROUP®** among the top 10% of all participating companies.

Interesting conclusions also resulted from the analysis of the diverse distribution channels for young companies: the quality of the salespeople (including the entrepreneurs themselves) and an intensive use of the Internet are keys to the success of the top group of young companies. More and more successful young companies choose online advertisement as their major marketing medium. This applies to **BEIGROUP®**, which draws the attention of customers and franchise prospects by its consistent Internet presence and the use of several industry specific Internet portals.



## Führende Informations-Plattform der Franchise-Wirtschaft

Sie sind hier: [BEIGROUP - Universitäts-Studie zeigt hohe Marktorientierung](#)

### Virtuelle Messe:

Branche	Investition	Land	Marke
<input type="text" value="[beliebig]"/>	<input type="text" value="[beliebig]"/>	<input type="text" value="DE"/>	<input type="text"/>
		<input type="button" value="Start"/>	

#### HOME

- [Virtuelle Messe](#)
- [Franchise-News](#)
- [Franchise-Nehmer](#)
- [Franchise-Experten](#)
- [Franchise-Geber](#)
- [Franchise-Shop](#)
- [Franchise-Wissen](#)
- [Franchise-Tipps](#)
- [Wir über uns](#)
- [Links](#)

#### BEIGROUP - Universitäts-Studie zeigt hohe Marktorientierung



Das Weiterbildungsunternehmen BEIGROUP (Business Education Intern) überdurchschnittlich stark am Markt. Das zeigt eine Studie der Rheinisch Technischen Hochschule (RWTH) Aachen, die Ende 2004 die Marktorientierung von 158 Unternehmen untersuchte. Bei 158 betrachteten Unternehmen setzten die BEIGROUP auf Platz Drei.

Ausgangspunkt der Studie war die These, dass der Grad der Marktorientierung eines Unternehmens in hohem Maße über den Erfolg mitentscheidet. Da es bei der Unternehmensgründung schwierig ist, die Kundenbedürfnisse einzuschätzen, gelte es, diese Marktunsicherheit durch Recherchen, Kurze Reaktionen auf die Gegebenheiten bestmöglich zu überwinden. Untersucht wurden hierzu unter anderem die Beschaffung und die Verteilung relevanter Informationen sowie die Reaktion darauf.

In allen drei Bereichen schneidet die BEIGROUP weit überdurchschnittlich ab. Beim objektiv gemessenen Unternehmenserfolg belegte die BEIGROUP Rang 12 und findet sich damit unter den ersten 10 Prozent der teilnehmenden Unternehmen.

Die Universitäts-Studie belegt einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem Grad der Marktorientierung eines Unternehmens und dem Unternehmenserfolg. Die in der Studie identifizierten Verhaltensweisen bestimmen demnach bis zu 40 Prozent den Erfolg junger Unternehmer. Auch bestimmte Absatzkanäle scheinen ein Erfolgsfaktor für junge Unternehmen zu sein. Besonders erfolgreichen Firmen wie die BEIGROUP setzten besonders häufig eigene Vertriebsmitarbeiter ein und setzen verstärkt auf Online-Werbung.

### eNewsletter-Abo

Artikelsuche



Mehr über die BEIGROUP erfahren Sie am virtuellen Messestand des Unternehmens, hier in der Online-Messe [FranchisePORTAL](#). (vs)

[Zum Messestand in der virtuellen Online-Messe](#)

08.06.2005 [Franchise PORTAL](#)

### Anzeige



FranchisePORTAL in weiteren Ländern: [Österreich](#) [Schweiz](#) [Europa \(engl.\)](#) [Assoziierte Portale](#) [Ergänze](#)  
©opyright 2004 Software by HELLMEDIA GmbH



## franchise-tipp der woche ▶

Vielleicht ist das genau Ihr System?!  
Schauen Sie mal nach:

[Mail Boxes Etc. MBE Deutschland GmbH](#)

**Beigroup: Marktorientierung als Erfolgsfaktor**

Bei einer von der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen Ende 2004 durchgeführten Studie zur Marktorientierung junger Unternehmen belegte die Beigroup unter 158 untersuchten Unternehmen den dritten Rang.

Ausgangspunkt der Studie war die These, dass der Grad der Marktorientierung junger Unternehmen über den Erfolg des Unternehmens in hohem Maße mitentscheidet. Bei der Unternehmensgründung fällt es oft schwer zu beurteilen, welche Maßnahmen und Produkte die Kundenbedürfnisse am besten erfüllen. Diese Marktunsicherheit gilt es durch Recherchen, Kundenkontakte und die rasche Reaktion auf die Gegebenheiten bestmöglich zu überwinden.

Die Studie bewertete 56 Verhaltensweisen der Marktorientierung, die nach den drei Themenbereichen „Beschaffung von Informationen“, Verteilung von Informationen“, Reaktion auf Informationen“ untergliedert waren:

Juni 2005

Mai 2005

April 2005

März 2005

Februar 2005

Januar 2005

Dezember 2004

November 2004

Oktober 2004

September 2004

August 2004

Juli 2004

Juni 2004

Die Beigroup schneidet in allen drei Bereichen weit überdurchschnittlich ab. Im Teilbereich Informationsbeschaffung belegt das Weiterbildungsunternehmen den zweiten Rang aufgrund der engen Kundenkontakte und des umfassenden Wissens über die eigenen Wettbewerbsvorteile. Im Teilbereich Informationsverteilung landet die Beigroup auf Platz 18, wobei der interne Informationsaustausch durch regelmäßige Treffen im Netzwerk besonders hervorzuheben ist. Bei der Reaktion auf Informationen nimmt die Beigroup Rang 11 von 158 Unternehmen ein. Hier gilt es, schnell auf die Bedürfnisse des Marktes zu reagieren, wobei die Stärken der Beigroup laut Studie in der ständigen Weiterentwicklung der Produkte (Trainingsprogramme), zielgruppenorientierten Leistungspaketen und der konsequenten Verfolgung des Marketingplans liegen.

Die Studie konnte einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem Grad der Marktorientierung und dem Unternehmenserfolg herstellen. Die im Rahmen der Studie identifizierten Verhaltensweisen bestimmen demnach bis zu 20 Prozent des Erfolgs junger Unternehmer. Beim objektiv gemessenen Unternehmenserfolg konnte die Beigroup Rang 12 belegen und ist damit unter den ersten 10 Prozent aller teilnehmenden Unternehmen.

Interessante Ergebnisse brachte auch die Bedeutung der unterschiedlichen Absatzkanäle für junge Unternehmen: Eigene Vertriebsmitarbeiter (nicht selten zählen die Unternehmer selber dazu) und das Internet werden von den überdurchschnittlich erfolgreichen Unternehmen besonders stark benutzt. Bei der Auswahl der Werbemittel setzen die erfolgreichen jungen Unternehmen verstärkt auf Online-Werbung. Dies kann auch die Beigroup bestätigen, die durch ihren einheitlichen Internetauftritt und die Platzierung in Internetportalen bei potentiellen Franchisenehmern und Kunden auf sich aufmerksam macht.

volltextsuche im franchise-net ▶

suchen

Sie suchen nach einer bestimmten Firma oder nach einem Namen? Begriff einfach eintippen und auf "suchen" klicken.

[Diesen Text als E-Mail versenden](#)

Donnerstag, 9.06.2005

wer

Pro  
ExiGI  
ST

MI

We  
ei

So



FO



[suche](#) | [kontakt](#) | [impressum](#) | [ihre werbung im franchise-net](#)

© copyright 1996 - 2005 franchise-net GmbH | Dieses Franchiseportal wird realisiert durch [uscreen GmbH](#)

# FRANCHISING.network

ERFOLGREICH SELBSTSTÄNDIG MACHEN MIT SYSTEM

Dienstag, 14. Juni 2005

NEWS | GESCHÄFT / IDEE | PORTRAIT | FINANZEN | ORGANISATION | HILFE



## News im Detail



Das Magazin für  
Existenzgründung im  
System



::Partner  
GründerMagazin .online  
gruendermagazin.com

### Marktorientierung als Erfolgsfaktor



07.05.06 - Bei einer von der Rheinisch-West-fälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen Ende 2004 durchgeführten Studie zur Marktorientierung junger Unternehmen belegte das Beratungsunternehmen Beigroup unter 158 untersuchten Unternehmen den dritten Rang. Ausgangspunkt der Studie war die These, dass der Grad der Marktorientierung junger Unternehmen über den Erfolg des Unternehmens in hohem Maße mitentscheidet. Bei der Unternehmensgründung fällt es oft schwer zu beurteilen, welche Maßnahmen und Produkte die Kundenbedürfnisse am besten erfüllen. Diese Marktunsicherheit gilt es durch Recherchen, Kundenkontakte und die rasche Reaktion auf die Gegebenheiten bestmöglich zu überwinden.

Die Studie konnte einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem Grad der Marktorientierung und dem Unternehmenserfolg herstellen. Die im Rahmen der Studie identifizierten Verhaltensweisen bestimmen demnach bis zu 20% des Erfolgs junger Unternehmer. Beim objektiv gemessenen Unternehmenserfolg konnte Beigroup Rang zwölf belegen und belegt auch hier einen Platz unter den ersten 10 Prozent aller teilnehmenden Unternehmen.

Interessante Ergebnisse brachte auch die Analyse der Bedeutung der unterschiedlichen Absatzkanäle für junge Unternehmen: Eigene Vertriebsmitarbeiter (nicht selten zählen die Unternehmer selber dazu) und das Internet werden von den überdurchschnittlich erfolgreichen Unternehmen besonders stark eingesetzt. Bei der Auswahl der Werbemittel setzen die erfolgreichen jungen Unternehmen verstärkt auf Online-Werbung, wo sie wie auch Beigroup durch ihren einheitlichen Internetauftritt und die Platzierung in Internetportalen bei potentiellen Franchisenehmern und Kunden auf sich aufmerksam machen.

[Goooooogle-Anzeigen](#)

**Franchisesysteme  
finden**

Wir finden das  
Franchisesystem,  
das zu Ihnen passt!  
[www.initiat.de](http://www.initiat.de)

**Ltd.-Firmengründung in D**

Wie seriös? Wie teuer? Wie schnell? Erst  
beraten lassen, dann gründen!

[Goooooogle-Anzeigen](#)

[zurück](#)

**Ltd.-  
Firmengründung  
in D**

Wie seriös? Wie  
teuer? Wie  
schnell? Erst  
beraten lassen,  
dann gründen!  
[www.Rechtsanwalt-  
Joschko.de](http://www.Rechtsanwalt-Joschko.de)

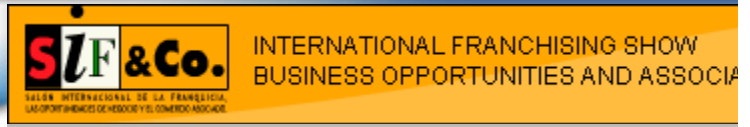
**Limited statt  
GmbH?**

Jetzt kostenlos die  
67 häufigsten  
FAQs downloaden.  
[www.limited24.de](http://www.limited24.de)

**Neustart mit  
Limited?**

Wir beraten Sie in  
allen Fragen  
Bankkonto,  
Gesellschafter,  
Steuern  
[www.comlimited.de](http://www.comlimited.de)

[↑ nach oben](#) [→ Kontakt](#) [→ Impressum](#) [→ Sitemap](#)  
© CMP



- MENU
- HOMEPAGE
  - PRESSESCHAU
  - MELDUNGEN
  - NEUE FIRMEN
  - PANORAMA
  - ONLINE-BERATUNG
  - #MESSE MAPIC 2004 - VIDEO
  - MESSE ROM 2004
  - MESSE PARIS 2004
  - DFV POTSDAM 2003

MELDUNGEN

## Bei RWTH-Studie zur Marktorientierung belegte die Beigroup den 3. Rang

### BEIGROUP®

ZUM FIRMPROFIL

Lernen Sie die Vorteile kennen von

#### "BEITRAINING"



Bei einer von der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen Ende 2004 durchgeführten Studie zur Marktorientierung junger



Unternehmen belegte die BEIGROUP® unter 158 untersuchten Unternehmen den dritten Rang. Ausgangspunkt der Studie war die These, daß der Grad der Marktorientierung junger Unternehmen über den Erfolg des Unternehmens in hohem Maße mitentscheidet. Bei der Unternehmensgründung fällt es oft schwer zu beurteilen, welche Maßnahmen und Produkte die Kundenbedürfnisse am besten erfüllen. Diese Marktunsicherheit gilt es durch Recherchen, Kundenkontakte und die rasche Reaktion auf die Gegebenheiten bestmöglich zu überwinden.

Die Studie bewertete 56 Verhaltensweisen der Marktorientierung, die nach drei Themenbereichen untergliedert waren:

- Beschaffung von Informationen
- Verteilung von Informationen
- Reaktion auf Informationen

Die BEIGROUP® schneidet in allen drei Bereichen weit überdurchschnittlich ab. Im Teilbereich Informationsbeschaffung belegt das Weiterbildungsunternehmen den zweiten Rang aufgrund der engen Kundenkontakte und des umfassenden Wissens über die eigenen Wettbewerbsvorteile. Im Teilbereich Informationsverteilung landet die BEIGROUP® auf Platz 18, wobei der interne Informationsaustausch durch regelmäßige Treffen im Netzwerk besonders hervorzuheben ist. Bei der Reaktion auf Informationen nimmt die BEIGROUP® Rang 11 von 158 Unternehmen ein. Hier gilt es, schnell auf die Bedürfnisse des Marktes zu reagieren, wobei die Stärken der BEIGROUP® laut Studie in der ständigen Weiterentwicklung der Produkte (Trainingsprogramme), zielgruppenorientierten Leistungspaketen und der konsequenten Verfolgung des Marketingplans liegen.

Die Studie konnte einen eindeutigen Zusammenhang zwischen dem Grad der Marktorientierung und dem Unternehmenserfolg herstellen. Die im Rahmen der Studie identifizierten Verhaltensweisen bestimmen demnach bis zu 20% des Erfolgs junger Unternehmer. Beim objektiv gemessenen Unternehmenserfolg konnte die BEIGROUP® Rang 12 belegen und belegt auch hier einen Platz unter den ersten 10% aller teilnehmenden Unternehmen.

Interessante Ergebnisse brachte auch die Analyse der Bedeutung der unterschiedlichen Absatzkanäle für junge



SEARCH

- ...MARKE
- ...BRANCHE
- ...INVESTITIONSSUMME EINER MASTER-LIZENZ
- VOLLTEXTSUCHE

Google

Search

- Infofranchise.de
- On the web

STREAMING

DIENTE E-LEARNING

STREAMING DIENSTE

NEWSLETTER

Name

Familienname

E-mail

Submit

SPONSOR

- IN
- EDI
- GO
- Inf
- da:
- Pa
- FI
- CHI
- ME
- Vor
- in F
- Aus
- Inte
- IN
- TOI
- BR
- ...
- Inf
- Ges
- Exp
- BI
- INT
- FR/
- FI
- GR
- INT
- Gr
- Prä
- Gri
- Ver
- KI
- FR/
- ATI
- Inf
- seir
- offi:
- ME
- EI
- imr
- voll
- Bi
- feie
- gek
- der
- jah
- Bi
- que
- del
- ver
- Bi
- bei
- ma
- die
- G
- SC
- spit
- des
- ver
- FIR
- EI
- Eur
- Im
- brir
- D



Franchising

Unternehmen: Eigene Vertriebsmitarbeiter (nicht selten zählen die Unternehmer selber dazu) und das Internet werden von den überdurchschnittlich erfolgreichen Unternehmen besonders stark eingesetzt. Bei der Auswahl der Werbemittel setzen die erfolgreichen jungen Unternehmen verstärkt auf Online-Werbung. Dies kann auch die BEIGROUP® bestätigen, die durch ihren einheitlichen Internetauftritt und die Platzierung in Internetportalen bei potentiellen Franchisenehmern und Kunden auf sich aufmerksam macht.

Datum: 07/06/2005  
Quelle: RWTH Aachen / Redaktion InfoFranchise.de

**ERFRAGEN SIE EXPRESS INFORMATIONEN**

Name:

Familienname:

Geschlecht: Wählen Sie

Stadt:

Region:

Postanschrift:

Telefonnummer:

Mobilnummer:

E-mail:

Homepage:

Alter: Wählen Sie

Maximale Investitionshöhe: Wählen Sie...

Datum: 14/06/2005

**Einverständniserklärung zur italienischen Datenschutz-Verordnung D.lgs. n.196/03**

Sehr geehrte Damen und Herren, wir möchten Sie darüber informieren, dass die Verordnung

Security Check--> your IP number is 84.148.72.207  
(Achtung, Sicherheitskontrolle bzgl. der IP-Nummer des Nutzers - [privacy](#))

**Die neuesten Meldungen:**

- ENGEL & VÖLKERS**  
Immobilien GmbH wieder Voll-Mitglied im DFV
- BAGEL STATION**  
feiert 2jährige Geburtstag ... übrigens: der bagel selbst wird 320 Jahre alt
- BEIGROUP®**  
Bei RWTH-Studie zur Marktorientierung belegte die Beigroup den 3. Rang
- BACKWERK**  
Qualitätssiegel des Deutschen Franchise Verbandes
- AGENTUR STEGLICH LEIPZIG**  
Im Mai schon Jahresziel erreicht: vier neue Franchise-Partner gewonnen

INS  
LEF  
Ler  
me  
Elte  
TK  
HA  
GM  
Ma:  
mit  
De  
Fer  
EI  
Mit  
Urr  
erfc  
Unt  
ges  
BI  
Fra  
De  
unc  
  
  
B  
B  
S  
RE:  
A  
LEI

**GS GETRÄNKE-SCHNELLKAUF**

Spitze beim System-Check des Deutschen Franchise Verbandes e.V.

**BACKWERK AUSGEZEICHNET**

Franchise-System erhält als erster Qualitäts-Zertifikat des DfV

**FOTO QUELLE**

2005: Stabilsierung der Partner und Einbindung von Händlern in Franchise-Netz

**MOBILCOM SHOP**

Serviceprovider schaltet ersten o2-Vertrag

**HARPER & FIELDS**

Maßkonfektionär führt demnächst Stoffe von Holland & Sherry.

**FIRMA KÖNIG NEUER FRANCHISE-PARTNER**

Jetzt geht es auch in Wiesbaden Schimmelpilzen an den Kragen

**VORSTELLUNG DES BAGEL STATION FRANCHISE-SYSTEMES AM 9. JUNI**

Franchise-Nehmer für Bahnhof Hannover gesucht - Tag der offenen Tür in Hamburg

**FRESSNAPF**

Für 2005 Eröffnung von 50 Märkten allein in Deutschland geplant

**ERA DEUTSCHLAND**

Ausbau Vertriebsnetz für Berlin, NRW, Rhein-Main und Süddeutschland geplant

**COMPLICITÉ**

Exklusiver Partner beim Hochzeitsfest der Volksmusik

**2. AUSTELLUNG MIT MIYE LEE**

bagel station setzt bagel 'n' art mit hilger contemporary fort

**GS GETRÄNKE-SCHNELLKAUF**

Einstieg günstig: Eigenfilialen werden an Franchise-Partner übergeben

**MOBILCOM**

Ertragsprung im ersten Quartal dank auch verbesserter Kundenbindung

**CUP & CINO**

Kaffeounternehmen eröffnet weltweit neue Coffee-Houses

**BACKWERK**

51. SB-Bäckerei Ende April in Köln eröffnet

News from 1 to 20 , total :100



**Franchising Young Food**

Laufbahn als Jungunternehmer - Erfolg mit Marktführer

**KMU-Kapitalbeschaffung**

alternative Finanzierungsmodelle  
Eigenkapital-/Projektfinanzierung

**Cleanpark - über 300**

SB-Autowaschanlagen bundesweit  
auch in Ihrer Nähe.

**BackWerk**

Der Erfinder der SB-  
Idee, Angebot, Fran

Goooo

STREAMING:NEUIGKEITEN UND MÖGLICHKEITEN

STREAMING FÜR UNTERNEHMEN, KOMMUNIKATION, WEITERBILDUNG UND VIDEOKONFERENZEN



**Firmenpräsentation**

Die Präsentation eines Unternehmens in Streaming ist die Kommunikationsmöglichkeit der Zukunft.

Nicht nur Worte und Bilder, sondern Videos mit synchronisiertem Inhalt und interaktiven Modulen. Sehen Sie selbst wie Cinemastore, das Franchising für die Ausleihe von Videos, diese Form der Unternehmensdarstellung als Kommunikationsmittel im Franchising nutzt ...

WEITER



**Video auf Anfrage**

Die Inhalte einer Webseite oder eines Portales können durch die Einbindung von Streaming-Videos

aufgewertet werden. Überzeugen Sie sich von den Lösungen, die Streaming 2 Business für den europäischen Markt vorbereitet hat ...

WEITER



**Sc**

Vic  
Eir  
eir  
es

vorbereitet – anbieten oder dir Partnern kommunizieren. Hier finden Sie die von Stream realisierten Lösungen.

INFOFRANCHISE.DE

REGISTRIERT BEIM GERICHT CAGLIARI (REG. NR. 11/2001) · WEB AGENTUR: MADE IN IT

---

**INFOFRANCHISE IS A REGISTERED TRADEMARK in all 25 EUROPEAN COUNTRIES and also in CANADA, U.S.A., CHINA, RUSSIA, INDIA, UKRAINE, MEXICO, JAPAN, AUSTRALIA, TURKEY, BULGARIA.  
INFOFRANCHISING IS A REGISTERED TRADEMARK**

Contact us : [in English](#) :: [in French](#) :: [in German](#) :: [in Greek](#) :: [in Italian](#) :: [in Spanish](#) :: [in Other languages](#)

---