

## 'VOOR EXPANSIE HEB IK GRAAG EEN BUITENLANDSE PARTIJ ALS PARTNER'

**Merik te Grotenhuis**



COUJINE DUBBINK

## Plafond bereikt

# Echte groei zit in buitenland

**D**e omzet van CG Selecties, dat marktonderzoeksbureaus van deelnemers voor consumentenonderzoeken voorziet, is sterk afhankelijk van de marketingbudgetten van bedrijven. In deze kosten wordt flink gesneden in tijden van crisis. Het bedrijf had hier begin 2009 zwaar onder te lijden en werd geconfronteerd met een omzetsdaling, na twee gouden jaren met een totale groei van 154%. Het ergste lijkt voorbij en het bedrijf is over heel 2009 op weg naar een groei van 10%.

Eigenaar-directeur Merik te Grotenhuis (34) beheert een database van 50.000 potentiële respondenten. De meeste deelnemers schrijven zich in op Beloonjemening.nl. Dat gebeurt vooral door mond-tot-mondreclame. 'Na Sinterklaas hebben we altijd een hausse van aanmeldingen', zegt Te Grotenhuis. 'Er zijn dan veel mensen bij elkaar geweest die vertellen over onze onderzoeken.'

Te Grotenhuis werkte bij een marktonderzoeksbureau toen hij het bedrijf met zijn broer oprichtte. Hij had gemerkt dat toeleveranciers van respondenten altijd kneuterig waren georganiseerd. Zijn bedrijf kan dit strakker regelen, omdat de onderneming het groter aanpakt dan marktonderzoeksbureaus. Zo moet er altijd iemand aanwezig zijn voor afmeldingen, zegt de eigenaar. 'Soms proberen bedrijven het even zelf, maar ze komen altijd bij ons terug.'

De komende jaren moeten buitenlandse markten weer hoge groeicijfers genereren.

Eerder liep een kort Duits avontuur uit op een flop. In Duitsland regelen veel studio's de respondenten zelf, zegt Te Grotenhuis. 'Onderzoek bij de marktonderzoeksbureaus vindt plaats tegen lage marges. Dus als je winst wilt draaien, moet je studio's hebben. Het wordt dan een heel ander investeringsverhaal. In de toekomst ga ik liever een partnership aan met een bedrijf dat een goede database bezit.'

In de Nederlandse markt nadert CG Selecties, met een marktaandeel van 50%, zijn plafond. Om de omzet hier toch te vergroten, zet het bedrijf in op een hogere betrouwbaarheid. 'Eén op de tien respondenten komt niet opdagen. Met een verbeterde aanpak willen we de opkomst verbeteren.'

Om de Nederlandse markt beter te bedienen, heeft het bedrijf onlangs een onderzoeksstudio geopend, waardoor bureaus nu ook bij CG Selecties onderzoeken kunnen afnemen. Daarnaast is de nieuwe studio volgens Te Grotenhuis goed voor de klantenbinding met multinationals. 'We hebben nu direct contact met grote klanten; zo heeft Philips al veelvuldig geboekt.' De ondernemer waakt wel voor te veel directe acquisitie bij multinationals. 'We willen onze belangrijkste klanten, de marktonderzoeksbureaus, natuurlijk niet in de wielen rijden.'

**Merik te Grotenhuis is eigenaar van CG Selecties**