

## PROJEKT-BERICHT praxis academy 2009

---

**Unternehmen:**

Loewe AG

**Projekttitle:**

Qualitative Potentialanalyse und Markteintrittszenario einer Premiummarke in Indien

**Teilnehmer:**

Mirjam Feulner, Otto-Friedrich-Universität Bamberg

Léonie Singh-Dhillon, International Business School Nürnberg

**Projektbetreuer:**

Michael Ditsche, Vertrieb Ausland

Werner Kotschenreuther, Leitung Personalwesen

---

„Mit sinnvollen Innovationen neue Maßstäbe setzen“ lautet die Unternehmensphilosophie von Loewe, welche seit der Unternehmensgründung durch die Brüder Dr. Siegmund und David Ludwig Loewe 1923 in Berlin gepflegt wird. Seit 1948 werden am Standort Kronach hochwertige Produkte der Unterhaltungselektronik produziert. Loewe ist derzeit europaweit die führende Premiummarke im Bereich „Home Entertainment“. Strategisches Ziel ist es, die globale Marktposition zu stärken. Da die internationalen Märkte die Treiber von Loewe sind, ist der asiatische Markt von großer Bedeutung.

Loewe hat den indischen Markt bis dato noch nicht erschlossen. Durch dieses Projekt sollte der Markt anhand von soziokulturellen Betrachtungen wie z.B. Bevölkerungsstruktur und Verteilung der Einkommensklassen einerseits und der Umsatzentwicklung in der Unterhaltungselektronik andererseits untersucht werden. Außerdem war eine qualitative Benchmarkstudie bezüglich anderer, bereits am Markt erfolgreich etablierter Premiummarken vorgesehen. Abschließend sollte ein Markteintrittszenario für die Premiummarke Loewe entwickelt werden basierend auf Empfehlungen zu Standort, Marketing und Personal.

Zu Beginn wurden anhand von Internet- und Literaturrecherchen soziokulturelle und wirtschaftliche Daten über Indien zusammengetragen. Hierbei wurde besonderes Augenmerk auf das Premium- und Luxussegment gelegt. Anschließend wurden Fragebögen entworfen u.a. zu den Themen "Luxusmarktpotential" und "Markteintrittsstrategien". Zudem wurden diesbezüglich relevante Premiummarken in Delhi ausgewählt und die

Bewertungsaspekte der Benchmarkstudie festgelegt. Nach dieser Vorbereitungsphase absolvierte das Team einen neuntägigen Indienaufenthalt in der Metropole Delhi, um die qualitativen Potential- und Benchmarkstudien vor Ort durchzuführen. Dies geschah anhand von Experteninterviews und Testeinkäufen. Interviewpartner waren u.a. der derzeitige BMW-Präsident von Indien, Herr Peter Kronschnabl, der Oberoi-Hotelketten Inhaber Arjun Oberoi, und der ehemalige American Express Vizepräsident Amit Dutta. Somit konnte Einblick in das indische Luxussegment aus erster Hand gewonnen werden.

Aufgrund der in Delhi durchgeführten Studie wurden hilfreiche Informationen gesammelt und wertvolle Geschäftskontakte geknüpft. Daraufhin konnte ein Markteintrittszenario für Loewe in Indien entwickelt werden.