



© Deutsche Bundesbank

»In der Summe haben Weltwirtschaft und Finanzsystem trotz massiver Erschütterung den Belastungen der schwersten Krise der Nachkriegszeit standgehalten.«

Axel Weber, Präsident der Deutschen Bundesbank, in einer Rede zu Stabilität und Wachstum.



## »Ich sehe Quantensprünge für Firmen in Indien«

Mit hartem Wettbewerb, löcherigen Vertriebsnetzen, niedrigen Preisniveaus und großen Werbebudgets birgt Indien viele Stolpersteine für deutsche Firmen. Fünf Fragen an Bernhard Steinrücke, Hauptgeschäftsführer der deutsch-indischen Handelskammer in Mumbai.

**Herr Steinrücke, welche deutschen Anbieter können sich hier besonders gut durchsetzen?**

BERNHARD STEINRÜCKE: Automobilzulieferer sind sehr erfolgreich. Bosch ist Marktführer in Indien. Auch der Mobilmarkt wächst massiv, und deutsche Firmen werden dabei sein. Eine Erfolgsstory ist der Maschinen- und Anlagenbau – Uhde ist mit mehr als 1000 Mitarbeitern präsent. Siemens hat sich mit Medizintechnik und Telekommunikationsanlagen profiliert.



„Attraktiver Markt“: Bernhard Steinrücke, Chef der Handelskammer in Mumbai.

**Wie sind Preise zu gestalten?**

STEINRÜCKE: Mit europäischen Preisen kommt man nicht weit. Ein hoher lokaler Produktionsanteil ist deshalb wichtig. Statt Artikel zu importieren, verfolgen Firmen eine „Stripped-down“-Strategie und stellen vor Ort spezielle Produktversionen her. Durch geringere Kosten kann die Ware zu konkurrenzfähigen Preisen angeboten werden. Von den Konsumenten wird die Ware angenommen, stammt sie doch aus dem gleichen Haus, ist aber „Made in India“.

**Wie funktionieren Logistik und Vertrieb?**

STEINRÜCKE: Indien ist so groß wie Europa, man muss also weite Entfernungen zurücklegen. Hier dauert alles etwas länger, dessen sollten sich deutsche Firmen vor einem Markteintritt bewusst sein.

**Was ist bei den Kommunikationsmitteln und -kanälen zu beachten?**

STEINRÜCKE: Das Land verfügt über gute PR- und Marketing-Agenturen, über ein großes Publikationsnetz und unendlich viele Fernsehkanäle. Aber Werbung ist wahnsinnig teuer. Firmen kaufen ganze Bushaltestellen und nutzen sie für Marketingzwecke. Die meisten deutschen Firmen konzentrieren sich auf Zeitungswerbung.

**Was erwarten Sie für die Zukunft?**

STEINRÜCKE: Indien wird ein attraktiver Markt für deutsche Firmen bleiben. Das Wachstum liegt bei über acht Prozent, so wird es weitergehen. Kommunikation, Vertrieb und Markteintritt sind dank Internet, Flugverbindungen und besseren Straßen leichter zu realisieren. Firmen können innerhalb eines Jahres riesige Fabriken hochziehen. Ich sehe Quantensprünge. ←

Das Interview führte Andrea Roeder, Mumbai

Fremdsprachen- und Lektoratsservice aus einer Hand

**Nach Bedienungsanleitungen für AKWs würden wir gern mal wieder was Komplexes übersetzen!**

Der Übersetzungs- und Korrekturservice – in bis 50 Fremdsprachen. Tel. 04102/235-0, info@wienersundwieners.de, www.wienersundwieners.de

**WIENERS+WIENERS**

Übersetzen · Adaptieren · Korrigieren