

Frau
Marketa Lhotakova
Zapotočni 3

102 00 Prag 10
Tschechien

Zentrum
Robert Bosch
Hausgeräte GmbH
Postfach 93 01 6
81791 München
Bereich
Carl-Wery-Strasse 34
81739 München

Telefon: (089) 4590-00
www.bosch-hausgeraete.de

Helmut Sailer, VDB-M
Telefon 089/4590-3570, Telefax 089/4590-2614
helmut.sailer@bshg.com

28. November 2007

**Dissertation von Frau Marketa Lhotakova
Thema: International Marketing Strategy
Positioning as a Core of Marketing Strategy**

Sehr geehrte Frau Lhotakova,

zu Ihrer Dissertation möchten wir als Opponent wie folgt Stellung nehmen:

Zum Unternehmen

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH ist das führende Unternehmen der Hausgeräte-Industrie in Europa und weltweit die Nummer Drei. Mit den Marken Bosch und Siemens stehen zwei der bekanntesten und historisch wertvollsten Marken der Elektroindustrie im Portfolio von BSH. Markenpositionierung und -pflege sind somit wichtigste Kernaufgaben in der Unternehmensführung und insbesondere im Marketing.

Zur Dissertationsaufgabe

Frau Lhotakova hat sich in Abstimmung mit unserem Haus darauf konzentriert, die Marke Bosch zu obengenannter Aufgabestellung näher zu untersuchen und darauf aufbauend möglichst eine europäische Kommunikationsstrategie zu entwickeln. Seit Beginn der Arbeit haben sich selbstverständlich Änderungen im Unternehmen und den Märkten



ergeben. Diese haben auf die Aufgabe der Dissertation und deren Ergebnisse keine grundsätzlichen Auswirkungen.

25. November 2002
Seite 2 von 3

Verständnis zur BSH-Organisation

Die Darstellung der Firmenorganisation und das Verständnis zu den internen organisatorischen und prozessuralen Strukturen ist gut durchdrungen und analytisch bewertet. Die Wichtigkeit der Markenportfolio-Steuerung und des Wechselspiels zwischen den Interessen der Produkt- und Markenverantwortung ist korrekt dargestellt und bewertet.

Marktanalyse und Wettbewerb

Die Komplexität und auch Heterogenität des Hausgerätemarktes wird anhand einer klaren und wissenschaftlich orientierten Analyse deutlich herausgearbeitet und auch sehr gut bewertet. Selbstverständlich ergeben sich zum heutigen Markt Veränderungen in den Details von Marktanteilen und Brand Awareness. Aber auch hier setzen diese keinen grundsätzlichen Veränderungsbedarf zu den Kernaussagen der Dissertation.

Marketing-Mix und Brand Image

Anhand sehr breiter und analytischer Bewertung der Markensituation wird detailliert aufgezeigt, welche Risiken in der aktuellen heterogenen Markenposition bestehen. Bosch hat seine Kernwerte in der Vergangenheit zu wenig herausgestellt und in den Fokus gesetzt. Auch die Analyse zum Verbrauchertypus "Sociable" zeigt deutlich, dass diese mit den Kernwerten zu Technik, Nachhaltigkeit und Vertrauen hinterlegt werden müssen. Die Dissertation ist hier sauber in der analytischen Strukturierung und den Aussagen bzw. Empfehlungen. Einiges hiervon ist bereits in den letzten vier Jahren in Verbesserung eingeflossen. Viele Erkenntnisse aus der Dissertation geben uns gute Hinweise für die nächsten Schritte.

Die Veränderungen im Bereich der Kochgewohnheiten setzen stark auf Convenience und Berufstätigkeit der Frauen, sind aber nicht in allen Märkten gleich zu setzen. Besonders in den letzten Jahren zeigt sich hier eine Veränderung in Mittel- und Nordeuropa. Gesundheitsbewusstsein und auch der Trend, an Wochenenden wieder mehr zuhause zu kochen, bieten uns neue Chancen am Markt.

**Zusammenfassung**

Die vorliegende Dissertation von Frau Lhotakova ist sauber in allen Facetten zu den Themen BSH, Markt, Positionierung der Marke Bosch, Wettbewerb, Konsumenten und Prozessorganisation herausgearbeitet. Auf Basis der Analyse erfolgen aus unserer Sicht die richtigen Bewertungen zu Stärken und Schwächen und sehr interessante Vorschläge, wie diese bereinigt oder bei Stärken hervorgehoben werden können. Der Zusammenhang zwischen Praxis der BSH, dem Markt und der wissenschaftlichen Aufarbeitung ist sehr gut gelungen. Für uns ergeben sich hierfür eine Reihe guter Anstöße und Vorschläge, wie wir in der Zukunft unsere Positionierung schärfen und klarer kommunizieren sollen, um damit die Brand Awareness in den verschiedenen Ländern deutlich zu verbessern.

Empfehlung

Wir empfehlen, die Arbeit zur Verteidigung zuzulassen und unterstützen dies. Frau Lhotakova danken wir für die gute Arbeit, die wir für weitere Aktivitäten auch nutzen werden.

Mit freundlichen Grüßen

Robert Bosch Hausgeräte GmbH
Direktor Marketing und Kommunikation

Helmut Sailer

[Ověřený překlad z jazyka německého do jazyka českého]

Hausgeräte

Paní
Markéta Lhotáková
Zápotoční 3

102 00 Praha 10
Česká republika

BOSCH

Centrála
Robert Bosch
Hausgeräte GmbH
Po box 83 01 01
81701 Mnichov
Návštěvy:
Carl-Wery-Strasse 34

Telefon 80899 4590-00
www.bosch-hausgeraete.de

Helmut Sailer, VDB-M
Telefon 089/4590-3570, Fax: 089/4590-2614
helmut.sailer@bshg.com

28. listopadu 2007

Disertace paní Markéty Lhotákové
Téma: Mezinárodní tržní strategie
Umístění na trhu jako jádro marketinkové strategie

Vážená paní Lhotáková,

k Vaší disertaci zaujímáme jako oponent následující stanovisko

K podniku

BSH Bosch a Siemens Hausgeräte GmbH je v oblasti průmyslu domácích spotřebičů vedoucím podnikem na evropském trhu a číslem tři z celosvětového hlediska. Díky značkám Bosch a Siemens obsahuje portfolio BSH dvě nejznámější a historicky nejcennější elektropřmyslové značky. Umístění na trhu a péče o něj tedy představují klíčové úkoly pro vedení podniku a zejména pro marketink.

K úkolu disertace

Paní Lhotáková se po dohodě s našim podnikem zaměřila na podrobnější zkoumání značky Bosch z hlediska výše uvedeného úkolu a v návaznosti na to se pokusila vyvinout evropskou komunikační strategii. Od začátku práce samozřejmě došlo v podniku a na trzích k určitým změnám, které se však na úkolu disertace a jejich výsledcích závažněji neprojevíly.

Pochopení organizace BSH

Znázornění firemní organizace a pochopení jejích interních organizačních a procesních struktur je dobře zvládnuté a analyticky vyhodnocené. Důležitost řízení tržního portfolia a vzájemný poměr mezi zájmy odpovědnosti za produkt a tržní odpovědnosti jsou rovněž správně prezentovány a vyhodnoceny.

[údaje v zápatí nepřekládány – pozn. překladatele]

Analýza trhu a konkurence

Komplexnost a heterogennost trhu domácích spotřebičů je srozumitelně vypracována na základě jasné a vědecky orientované analýzy a rovněž velmi dobře vyhodnocena. V současné době samozřejmě došlo ke změnám v určitých detailech tržních podílů a znalosti značky, avšak ani zde tyto změny neodůvodňují nutnost zásadní změny základních výpovědí disertační práce.

Marketinkový mix a image značky

Na základě širokého a analytického vyhodnocení tržní situace je podrobně znázorněno, jaká rizika existují v aktuální heterogenní tržní pozici. V minulosti Bosch příliš málo zdůrazňoval své klíčové hodnoty a nevěnoval jim tolik zájmu, kolik by si zasloužily. Také analýza spotřebitele společenského typu jasně ukazuje na nutnost podložení základními hodnotami na poli techniky, stálosti a důvěry. Disertace je v tomto ohledu čistá v analytickém strukturování a výpovědích, příp. doporučeních. Některá z nich se již v průběhu posledních čtyř let stala základem pro zlepšení. Celá řada poznatků z disertační práce nám poskytuje užitečné pokyny pro další kroky.

Změny v oblasti kuchařských zvyklostí vychází z potřeby pohodlí žen a jejich zaměstnanosti, nelze je ale uplatňovat na všech trzích stejně. Zejména v posledních letech se zde projevuje změna ve střední a severní Evropě. Vědomí vlastního zdraví a také trend návratu k víkendovému domácímu vaření nám poskytují nové šance na trhu.

Shrnutí

Předmětná disertace paní Lhotákové je čistě vypracována ve všech aspektech týkajících se témat BSH, trh, umístění značky Bosch, konkurence, spotřebitelé a procesní organizace. Na základě analýzy byly z našeho pohledu správně vyhodnoceny silné a slabé stránky a poskytnuty velmi zajímavé návrhy k jejich odstranění, případně zvýraznění u kladných bodů. Souvislost mezi praxí BSH, trhem a vědeckým zpracováním považujeme za velmi zdařilou. Pro nás zde vyplývá celá řada podnětných návrhů jak do budoucna lépe specifikovat naše umístění na trhu a vytvořit kolem něj jasnou komunikaci, díky čemuž bychom mohli výrazně zlepšit znalost značky v jednotlivých zemích.

Doporučení

Disertaci doporučujeme k obhajobě a podporujeme ji. Paní Lhotákové děkujeme za dobře odvedenou práci, kterou rádi využijeme pro naše další aktivity.

S pozdravem

Robert Bosch Hausgeräte GmbH
Ředitel marketinku a komunikace

[podpis]
Helmut Sailer