

Seitenüberschrift:

ZUKUNFT

MITTELSTAND

Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10.10.2008, Nr. 237, S. B7

Ressort:

Verlagsbeilage

Wachstum im Osten

Immer mehr mittelständische Unternehmen richten ihren Blick nach Osteuropa. Vor allem der Markt in Russland weckt Hoffnungen. Doch Unternehmer müssen auch wissen, dass auf dem Weg in den russischen Markt zahlreiche Hürden warten, die bewältigt werden müssen.

Russland ist ein Wachstumsmarkt. Viele deutsche Unternehmen wollen die damit verbundenen Chancen nutzen. Bisher sind Angaben der Handelskammern zufolge rund 4600 Firmen aus Deutschland in Russland aktiv. Die Handelsbeziehungen zwischen beiden Ländern haben Tradition, und Russland ist der Handelspartner Nummer eins in Osteuropa, wie folgende Zahlen unterstreichen: Im Jahr 2006 exportierten deutsche Firmen laut des Bundeswirtschaftsministeriums Waren im Wert von 23,4 Milliarden Euro nach Russland.

Allerdings ist es nicht leicht, Geschäftsbeziehungen nach Russland aufzubauen. Es gilt, eine Reihe von Punkten zu beachten. Am Anfang steht die Frage der Präsenz vor Ort. Dabei stehen eine Vertretung in Zusammenarbeit mit Partnern, eine Niederlassung oder gar eine eigene Landesgesellschaft zur Auswahl. Da die Arbeit in Russland in mehrfacher Hinsicht ein Beziehungsgeschäft ist, hat der Einstieg über Partner, die ein Kontaktnetzwerk mitbringen, viele Vorteile. Darüber hinaus ist dies organisatorisch einfacher zu bewältigen, als eine Niederlassung komplett neu aufzubauen oder sogar eine eigene Landesgesellschaft zu gründen.

Wenn man sich für den Partneransatz entscheidet, besteht die Möglichkeit, eine Exklusivvertretung zu vergeben oder mit mehreren Partnern zu arbeiten. Wer zum Beispiel im Exportgeschäft mit Exklusivvertretungen arbeitet, hat mehr Einfluss auf die Produktstrategie und entgeht der Situation, dass bei mehreren Partnern ein Preisdruck im Markt auf den Lieferanten zurückgeht.

Persönlich vor Ort sein

Von besonderer Bedeutung im Zusammenhang mit der Präsenz ist der persönliche Einsatz der Entscheidungsträger vor Ort. Sowohl der Partner als auch die Kunden schätzen die Anwesenheit von Geschäftsführern oder Vorständen. Ein Jahresvisum im Reisepass ist ein Tipp, der es erlaubt, auch kurzfristig zur Verfügung stehen zu können. Niemand kann die Wissbegier nach der Entwicklung des Unternehmens, seiner Historie und den Produkten so gut befriedigen wie der Unternehmer selbst, und zwar optimalerweise persönlich vor Ort. Die Russen wollen das Gefühl haben, dass sie mit einem Unternehmen Geschäfte machen, das

auch in Zukunft am Markt sein wird.

Damit unterscheiden sie sich nicht von Kunden in anderen Ländern. Was die russischen Geschäftspartner aber von anderen Ländern unterscheidet, ist vor allem das Anspruchsdenken: Die Qualität, die man beschreibt, muss geliefert werden, und zwar sehr schnell. Russische Geschäftspartner bringen gemeinhin wenig Verständnis für Verzögerungen auf. Deutsche Unternehmer müssen sich im Klaren darüber sein, dass sie es auf der russischen Seite mit gutorganisierten Firmen zu tun haben, die über bestens ausgebildetes Personal verfügen. Die Gesprächspartner sind umfassend über die Produkte informiert, stellen präzise Fragen und machen durchaus auch Verbesserungsvorschläge.

Sprache als Hürde


Die russische Sprache stellt nicht nur wegen des kyrillischen Alphabets eine Hürde beim Eintritt in den Markt dar. Ohne Mitarbeiter mit Russisch als Muttersprache oder versierte Dolmetscher kann man etwa auf Messen nicht erfolgreich kommunizieren. Auch in diesem Punkt zahlt sich die Zusammenarbeit mit einem Partner aus, der einen vertrauenswürdigen Dolmetscher stellen kann beziehungsweise selbst bei der Kommunikation unterstützt. Und das nicht nur bei persönlichen Gesprächen, sondern auch in der gedruckten und elektronischen Kommunikation im Marketing und in der Öffentlichkeitsarbeit. Hier sind lokale Konzepte und die Kenntnis der Medienlandschaft wichtig, so dass Inhalte nicht einfach übersetzt, sondern den Bedürfnissen des russischen Marktes angepasst werden. Das ist vor allem dann von Bedeutung, wenn das Unternehmen über Moskau und St. Petersburg hinaus in ganz Russland erfolgreich Geschäfte machen will.

Russland ist ein Wachstumsmarkt, und Unternehmen, die gute Produkte haben und bereit sind, sich mit hohem persönlichen Einsatz zu engagieren, können innerhalb kurzer Zeit von diesen Wachstumschancen profitieren.

CHRISTOPHER H. HOLTZ-KATHAN ist geschäftsführender Gesellschafter der Holtz GmbH, Wiesbaden.

Bildunterschrift: Haushohe Erwartungen: Der russische Markt bietet viele Chancen.

Alle Rechte vorbehalten. (c) F.A.Z. GmbH, Frankfurt am Main

Nach ähnlichen Artikeln suchen:	
Land:	<input type="checkbox"/> Deutschland
	<input type="checkbox"/> Rußland
Sachgebiet:	<input type="checkbox"/> Außenwirtschaft
	und-Verknüpfung



oder-Verknüpfung

