

## Mehr Erfolg auf Messen in Russland



© Fernando Vargas

Vertragsabschlüsse und erfolgreiche Geschäfte sind Resultat einer fruchtbaren persönlichen Beziehung. Mit einem gut geplanten Messeauftritt können deutsche Unternehmen in der russischen Geschäftskultur ein persönliches Verhältnis zu Kunden und Geschäftspartnern aufbauen, Bekanntheit steigern und Vertriebswege festigen.

Trotz Internet und vielseitigen E-Commerce Möglichkeiten sind Messen und Messebeteiligungen nicht zu ersetzen; sie gehören zu den wichtigen Marketinginstrumenten im Inland und sind im Ausland oft eine Herausforderung. So lautet das Wort für „Messen“ auf Russisch „Jarmarka“ (Jahrmarkt). Doch der Name trägt, denn wichtige Veranstaltungen entsprechen durchaus den internationalen Standards.

Laut Messeverband Russian Union of Exhibition and Fairs (RUEF, [www.ruef.ru](http://www.ruef.ru)) finden jährlich circa 1.100 Messen und Ausstellungen der RUEF-Mitglieder in 46 Städten statt. Die Metropole Moskau bildet dabei den Kern der internationalen Messewirtschaft und auch in einigen Regionen Russlands wird diesbezüglich verstärkt modernisiert und gebaut. Interessante Alternativen können beispielsweise auch Messen in Jekaterinburg, Kazan, Novosibirsk, Kaliningrad oder Krasnodar sein.

Und schon ist man damit bei der ersten Aufgabe: Wie finde ich die "richtige" Messe für mein Unternehmen in Russland? Mit deutschen Suchbegriffen bei Google und Co. kommen Sie oftmals nicht weiter, denn nicht alle Messen haben eine englische Homepage. Mit russischen Suchbegriffen im Internet bekommen Sie wesentlich mehr Informationen, weil zum Beispiel auch ganz andere Suchmaschinen eingesetzt werden (yandex, rambler). Ferner konkurrieren oft mehrere Messegesellschaften mit Ausstellungen zum gleichen Thema. Da lohnt sich ein Blick in deutsche Angebote: Im elektronischen Messekalender des Verbands der deutschen Messewirtschaft ([Auma](http://Auma)) sind vorrangig internationale Messen und Fachausstellungen Russlands gelistet. Auch das Angebot der einzelnen Bundesländer, wie zum Beispiel "Fit for Fair" auf der Internetseite [www.bayern-international.de](http://www.bayern-international.de) bietet viele Informationen und praktische Tipps. Als gute Orientierungshilfe sowie die Entscheidungsgrundlage sind die Teilnehmerlisten der vergangenen Messen nützlich. Sie haben sehr viel Potenzial und sind als Grundlage für die Kontaktaufnahme dienlich.

### Eigener Messestand versus Fachbesuch

Wenn Sie mit Ihrem Unternehmen beabsichtigen, sich mit einem eigenen Messestand in Russland zu beteiligen, müssen Sie sich auf erhebliche Kosten einstellen: Anmeldegebühren und Ausstellungsfläche, Standbau und Standgestaltung, Personalkosten inklusive Reiseaufwendungen und Visabeschaffungskosten, Werbung, Transport und Zoll, Catering, Service, Strom, Wasser und Telekommunikation am Stand. Die Vorbereitungszeit für einen Messeauftritt in Russland sollten Sie je nach Beteiligungsform großzügig planen und ungefähr neun bis sechs Monate vor Messebeginn mit den Sondierungsarbeiten starten.



© Nathalie Wenzel

Eine kostengünstigere Lösung stellen deutsche Gemeinschaftsstände dar, die in der Regel auch eine Förderkomponente für kleine und mittlere Unternehmen bieten. In so einem Fall gibt es einen deutschen Organisator, der fertige Messe-Pakete anbietet. Das beginnt mit der Messestandkonzeption und endet mit Catering oder internen Veranstaltungen wie zum Beispiel festliche Empfänge. Die Vorteile: Kostenreduzierung und starke Präsenz durch den Zusammenschluss. Man spürt und sieht „Made in Germany“. Ihnen wird viel Arbeit abgenommen und die Sprachbarrieren sind erst mal nicht spürbar. Die Nachteile: starke Abhängigkeit vom Organisator, der eher auch deutsch und nicht russisch denkt. Ferner ist Ihr Unternehmen nur eines von vielen.

Sollte eine russische Messe von der Bundesregierung nicht gefördert werden und kein deutscher Gemeinschaftsstand zur Verfügung stehen, steht es Ihnen offen, einen Messestand mit anderen Unternehmen, die die eigene Produktpalette ergänzen und ähnlich gelagerte Marktinteressen haben, zu betreiben. In diesem Fall sollte eine externe Fachkraft die Vorbereitung übernehmen.

Für Ihren ersten erfolgreichen Kundenkontakt in Russland sind Neueinsteiger gut beraten, zumindest in einen gut vorbereiteten und

begleiteten Messesfachbesuch zu investieren. Als Messebesucher sollte man an dem Messeprogramm unbedingt teilnehmen und sich „unter das Volk mischen“. So bekommen Sie die Entwicklung Ihrer Branche in Russland und die Stimmungen und Herausforderungen unmittelbar mit. Die Kosten sind sehr überschaubar und der Erfolg kann genau so groß sein wie bei einer Messebeteiligung mit einem Stand.

Wichtig: Die rechtzeitige Reiseplanung erspart Ihnen Enttäuschung und viel Stress. Bei kurzfristiger Planung müssen Sie mit den dreifachen Hotelkosten rechnen.

Das A & O: Präsentationsmaterial und Kommunikation

Ihre Produkt- und Imageunterlagen sollten speziell für den russischen Markt inhaltlich und sprachlich qualitativ hochwertig sein. Passen Sie Ihr Werbekonzept an die Besonderheiten des Marktes an. Für Ihr Geschäft in Russland ist es unerlässlich, die komplette Werbung ("Reklama") bestehend aus Prospekten ("Prospekt") oder Katalogen ("Katalog") usw. in russischer Sprache bereit zu halten.

Auf russischem Boden leben neben den Russen noch fast 100 andere Völker – sie alle verstehen die russische Sprache. Historisch gesehen fehlte früher vielen Menschen die Möglichkeit mit dem Ausland in Berührung zu kommen. Das führte zur Desinteresse an Fremdsprachen. Je östlicher Sie fahren, desto weniger werden Ihnen Leute begegnen, die Englisch oder Deutsch können. Stellen Sie sich in Russland darauf ein, dass alle Straßen, Plätze, Hinweisschilder etc. in Kyrillisch beschriftet wurden.

Für die Messezeit brauchen Sie deswegen unbedingt russisch sprechendes Standpersonal beziehungsweise eine russisch sprechende Begleitperson, die Sie bei Gesprächen unterstützt. Erfahrungsgemäß werden dafür oft junge, sehr attraktive Studentinnen engagiert, die sehr oberflächiges Fachwissen haben und zum Angebot oder Ihren Erwartungen an den russischen Markt nicht viel sagen können. Es können Ihnen dadurch wichtige Kontakte unwiederbringlich verloren gehen. Besser: Investieren Sie in einen Dolmetscher Ihres Vertrauens. Seine Rolle ist mit der Rolle eines Anwaltes vergleichbar. Ein guter Dolmetscher hat Gespür, kennt Ihre Situation und Ihre Zielsetzungen, und übersetzt nicht nur Inhalte, sondern auch das Nichtgesagte. So oder so, lernen Sie unbedingt drei bis fünf Wörter auf Russisch ("Spasibo" für "Danke", "Dobryi djen" für "Guten Tag", "Kak djela?" für "Wie geht's?", "Choroscho" für "gut", "Wsego dobrogo" für "Alles Gute"). Dieser kleine Aufwand lohnt sich. Sie zeigen damit sichtbares Interesse an der russischen Kultur und erreichen viele russische Herzen und gewinnen Sympathie – die beste Basis für einen gelungenen Geschäftseinstieg.

Spuren hinterlassen: „Sprich, damit ich dich sehe“, sagte schon Sokrates

Denken Sie daran, rechtzeitig vor Messebeginn Ihre russischsprachigen Messemitteilungen an die wichtigsten Landesmedien der Branche zu verschicken. Auch im Anschluss an die Messe freuen sich russische Redaktionen über Ihre Erfolgsberichte. Zögern Sie nicht und suchen Sie den Austausch mit den Fachredakteuren Ihrer Fachpresse schon auf der Messe. Das sind in der Regel große Kenner Ihres Marktes und sie wirken oft als Multiplikatoren.

Achtung: „Jäger und Sammler“ sind unterwegs

Messen, sind ein Treffpunkt geballter Kompetenz und Expertise. Interessiertes Fachpublikum mit hohem Informationsbedürfnis ist zahlreich vertreten. Achtung: Auf Grund niedriger Eintrittspreise (umgerechnet circa fünf bis zehn Euro) kommen auch andere Besucher, die nur eine Absicht haben - nämlich Ihre Stände „abzuräumen“. Alles wird gesammelt: Bonbons, Kugelschreiber oder Schlusselfanhänger. Lassen Sie Streuprodukte also lieber zu Hause und bringen Sie dafür lieber gut ausgewählte Gastgeschenke für einzelne Kunden mit. Sie sind eine wichtige Respektbezeugung und werden persönlich überreicht.

Russland ist ein fantastisches Land mit großartigen, liebenswürdigen Menschen sowie ein Markt mit großen Chancen – und doch auch ein Universum für sich, in dem die Uhren (in neun Zeitzonen) irgendwie ganz anders gehen.



Nutzen Sie die Chance. Mit einer guten Vorbereitung steht Ihrem Erfolg in Russland nichts mehr im Wege.

*Nathalie Wenzel, Diplom-Betriebswirtin (BA), Geschäftsführerin der REC Russland Experten Consulting GmbH, Ulm*

© ULLI SCHLIEPER

---

<http://www.ulm.ihk24.de>

DOKUMENT-NR. 123075

---

#### ANSPRECHPARTNER

[Dipl.-Volkswirt Karl Schick](#)

Telefon: 0731 173-122

Fax: 0731 173-292

[schick@ulm.ihk.de](mailto:schick@ulm.ihk.de)

---

© IHK Ulm

Für Richtigkeit der in dieser Website enthaltenen Angaben können wir trotz sorgfältiger Prüfung keine Gewähr übernehmen. Weitere Informationen, auch zu Datenschutz und Haftung, finden Sie im Impressum.