

Messeauftritte in Russland

Effektives Marketinginstrument trotz Krise?

In Zeiten der Ukraine-Krise und der Sanktionen gegen Russland sind sich viele deutsche Unternehmen unsicher, inwieweit sich die politisch-wirtschaftliche Situation negativ auf die Geschäfte mit russischen Partnern auswirken könnte. Auch die Entscheidung, an einer russischen Messe teilzunehmen, steht schnell auf der Kippe. Doch ein Stand auf einer dieser vielen Messen in der Russischen Föderation bietet viele Vorteile.

Laut Informationen des russischen Messeverbands Russian Union of Exhibitions & Fairs (RUEF) wurden für das erste Halbjahr 2014 insgesamt 498 Messen in der Russischen Föderation geplant. Der direkte Vergleich der 344 jährlich stattfindenden Messen zeigt, dass, die Netto-Ausstellungsflächen um 6 %, die Anzahl der Aussteller und Messebesucher um ca. 7 % gesunken sind. Doch handelt es sich dabei tatsächlich um Aussteller aus dem Ausland, die von den Geschehnissen auf der Krim abgeschreckt wurden?

Bei genauerer Betrachtung wird deutlich, dass der Rückgang mehrheitlich bei russischen Ausstellern zu verzeichnen war, während die Teilnehmerzahl der ausländischen Aussteller lediglich um 1 % abnahm. Das Redaktionsteam von **Zoll.Export** unterhielt sich mit Nathalie Wenzel, Geschäftsführerin der REC Russland Experten Consulting GmbH und Expertin zum Thema Messen in Russland.

Frau Wenzel, bitte schildern Sie uns kurz, wie die aktuelle politische Lage die Messen in Russland beeinflusst?

Auch in politisch schwierigen Zeiten bleibt eine Messe ein wichtiges Instrument, um den Puls des Markts zu spüren und notwendige Informationen direkt an der Quelle und aus Kundenhand zu bekommen. Ich kenne keine Firma, die ihre Messeteilnahme aufgrund der Sanktionen abgesagt hat. Viele Unternehmer verstehen, dass der Markt sich gerade in Krisenzeiten neu sortiert.

Welche Chancen birgt ein Messeauftritt in Russland?

Insbesondere in der frühen Phase einer Markterschließung stellen Messen die wichtigste Informationsmöglichkeit und Orientierungshilfe dar. Sind deutsche Unternehmen in Russland bereits länger aktiv, dient ein Messeauftritt der Bekanntheitssteigerung und trägt zum Image des jeweiligen Unternehmens bei.

Jede Messeteilnahme ist eine Unternehmensinvestition und muss wohl überlegt sein. Ob mit einem eigenen Stand oder mit einem Gemeinschaftsstand – alle Wege sind offen. Der Verband der deutschen Messewirtschaft (AUMA) bietet einige geförderte Messebeteiligungen für KMU. Es besteht auch die Möglichkeit, mit einem Partner vor Ort einen Stand zu teilen oder nur als Besucher an der Messe teilzunehmen.

Ich empfehle Unternehmen, nicht blind auf eine Messe zu gehen, die sie noch nicht kennen. Bevor ein Stand geplant wird, muss ein Unternehmen diese Messe mindestens einmal als Besucher erlebt haben. Viele Messen haben eine Homepage, die erste Informationen liefert. Dabei ist die englische Seite i. d. R. weniger umfangreich als die russische. In der Vorbereitungsphase zur Messe bietet es sich an, einen sprachversierten Kollegen bzw. Dienstleister miteinzubinden.

Welcher ist der beliebteste russische Messestandort?

Das Herz der russischen Messewirtschaft ist Moskau. Drei der vier bedeutendsten



Quelle: Nathalie Wenzel

Nathalie Wenzel besucht pro Jahr mindestens 6 bis 8 Messen in Russland.

Messegelände Russlands stehen in Moskau und teilen sich mehr als die Hälfte der landesweit verfügbaren Ausstellungsfläche. Aber auch Messestandorte wie St. Petersburg, Novosibirsk, Sotchi oder Kazan bieten den Besuchern ein abwechslungsreiches Messeprogramm.

Wie finden deutsche Unternehmen die richtige Messe?

Was die Internetsuche nach geeigneten Messen betrifft, kann sich diese manchmal als nicht sehr ergiebig erweisen. Das hat mit der kyrillischen Schreibweise zu tun. Es werden viel mehr Informationen in russischer Sprache im Netz zu finden sein, als in englischer. Die AUMA und andere Dienstleister können hier Licht ins Dunkel bringen. In Russland ist die Suchmaschine YANDEX sehr verbreitet und liefert gute Ergebnisse.

Für Unternehmen, die in Nischenmärkten agieren, ist es vorteilhaft, russische Fachverbände zu kontaktieren und um eine Orientierungshilfe zu bitten. Um herauszufinden, wann und an welchen Orten Messen zu den verschiedenen Themenbereichen stattfinden, kann die Internetseite der AUMA zur Hilfe gezogen werden. Der m+a Verlag gibt jedes Jahr einen Messeplaner heraus. Dieser listet weltweit alle Messen des Jahres unter dem Link <http://www.expodatabase.de/aussteller/menue/abo/cart.php>. Zusätzlich bietet die IHK Rhein Neckar hilfreiche Internetlinks für die Suche nach russischen Messen an.

Was gilt es bei der Vorbereitung für eine Messe zu beachten?

Hier gilt die Devise: Gut vorbereitet ist halb gewonnen! Denn ein ausgearbeiteter Zeitplan ist entscheidend, wenn es auf Messen nach Russland gehen soll. Aufgrund der Entfernung können fehlende Pakete „nicht mal schnell“ nachgeschickt werden. Bei der logistischen Abwicklung ist also genug Vorlauf einzuplanen, damit dann auch wirklich alles zur rechten Zeit am rechten Platz ist.

Darüber hinaus sind die Reisebestimmungen zu beachten, denn für deutsche Staatsbürger besteht eine Visumpflicht. Die Beantragung erfolgt direkt bei den Generalkonsulaten bzw. bei Agenturen (Visa Application Center), welche die volle Abwicklung übernehmen – vom Ausfüllen der Visumanträge (online www.visa.kdmid.ru) bis zum Abholen des Passes im Konsulat und der Weiterleitung an den Kunden.

Neben einem Visum brauchen Sie eine Einladung, einen Versicherungsnachweis mit Unterschrift des Versicherers (nicht älter als 3 Monate) und u. U. einen Gehaltsnachweis (wenn nicht im Firmenschreiben enthalten). Die Bearbeitungsgebühren richten sich nach der Dringlichkeitsstufe und Art des benötigten Visums. Die Kosten für ein einmaliges Geschäftsvisum können je nach Bearbeitungszeit von 75 Euro bis 300 Euro reichen.

»Je „mundgerechter“ die Unternehmensinformationen für diese Zielgruppe vorbereitet werden, desto besser die Resonanz.«

Welche Materialien sind geeignet?

Nach wie vor gibt es das bekannte Sprachproblem, denn wenige Russen beherrschen Englisch. Oft werden Mitarbeiter aus dem Unternehmen, die die russische Sprache beherrschen, damit beauftragt, Plakate ins Russische zu übersetzen. Es ist durchaus sinnvoll, dieses sprachliche Potenzial im Unternehmen zu nutzen. Allerdings rate ich dazu, gerade Plakate und Präsentationsmaterialien nochmals von einem russischen Fachmann, z. B. einem Kunden aus Russland, der die Fachsprache beherrscht, überprüfen zu lassen.

Mir ist es schon passiert, dass auf einem aufgeklebten Plakat eines Gemeinschaftsstandes anstelle „Vereinigung“ das Wort „Sekte“ stand. Gut, am ersten Tag führte das zu interessanten Gesprächen ...

Welche interkulturellen Unterschiede gibt es?

Um gute Geschäftsbeziehungen aufzubauen, ist interkulturelles Wissen eine wichtige Basis. Zum Beispiel ist es von Vorteil zu wissen, dass Russen Berufliches und Privates nicht trennen. Sie möchten den Geschäftspartner als Mensch kennenlernen und nehmen sich hierfür viel Zeit. Wichtige Traditionen der Russen sollten stets beachtet werden.

Wird man eingeladen oder trifft man sich zum ersten Mal, gehört es zum guten Ton, ein kleines Gastgeschenk zu überreichen. Auch muss man sich bewusst sein, dass Bescheidenheit in Russland fehl am Platz ist. Status schafft Anerkennung und Wohlstand erweckt einen nachhaltigen Eindruck. Es ist nicht unüb-

lich, dass man nach einer Messe zusammen in einem Restaurant essen geht. Hier sollte darauf geachtet werden, dass in Russland nicht jeder seine eigene Rechnung zahlt. Das wird als unhöflich angesehen.

Bei der Begrüßung ist es wichtig, die Initiative der Frau abzuwarten. Sie entscheidet, ob es eine Begrüßung per Handschlag gibt oder nicht. Im Allgemeinen wird bei Begrüßungen auf körperliche Nähe viel Wert gelegt. Bei Gesprächen ist die Distanz wesentlich geringer, als man es in Deutschland gewohnt ist. Auf diese Nähe sollte man nicht abgeschreckt reagieren.

Ebenfalls vorsichtig sollte man während eines Geschäftsgesprächs sein. Russische Geschäftspartner beharren auf der Durchsetzung ihrer Interessen. Aus diesem Grund sollte ein westlicher Geschäftspartner seine Position ebenfalls stets klar vertreten. Dies hat zur Folge, dass Verhandlungen durchaus einmal länger dauern können.

Vielen Dank für das interessante Gespräch, Frau Wenzel.

Nathalie Wenzel

ist Diplom-Betriebswirtin (BA) und Geschäftsführerin der REC Russland Experten Consulting GmbH. Zuvor war sie langjährig als Personalleiterin eines weltweit agierenden Industrieunternehmens tätig. Heute berät sie Unternehmen schwerpunktmäßig bei der Erschließung des russischen Markts und der Personalakquise.

Interview geführt durch Gabriele Götz