



German Centre Moscow – alles unter einem Dach: auf 24 000 qm Büros und Konferenzräume.

German Centre Moscow

GERMAN CENTRE MOSCOW

Well done in Moscow!

Russland ist kein einfacher, aber für jedes Produkt attraktiver Markt. Einen Standort mit beeindruckender Leistung finden deutsche Unternehmen im German Centre Moscow – Büros, Konferenzräume, Business-Services.

„Die Russen essen ihr Roastbeef lieber well done und nicht wie die Franzosen rosa. Deswegen haben unsere Geräte auch je nach Land und kulturellen Vorlieben andere Voreinstellungen. Auch beim Marketing nehmen wir auf diese Besonderheiten Rücksicht. Bei den Franzosen ist das Roastbeef auf den Fotos angeschnitten dargestellt, in Russland nicht“, sagt Jacqueline Bauch, Leiterin der Repräsentanz der Rational International AG in Moskau, die gerade in das German Centre Moscow einzieht und dort eine Testküche/ein Trainingscenter installiert. Bei solch präziser Marktanalyse wird ein Engagement auf dem russischen Markt kaum scheitern. „Jede Küche, die mehr als 30 Essen produziert, ist ein potenzieller Kunde“, ist sich Bauch sicher. Davon gibt es in Russland mit seinen vielen Restaurants und seiner Kantinenkultur genug. „Unsere

Produkte passen zu dem russischen Markt, weil man hier gerne außerhalb essen geht“, weiß Bauch aus eigener Erfahrung. Die Rational AG stellt Geräte für Großküchen her, die in 56 Sprachen bedient werden können, darunter auch auf Russisch, Ukrainisch und Litauisch, alles auf die Märkte abgestimmt.

Jeder Tag ist eine Herausforderung

Mit mehr als 110 Millionen Essen weltweit pro Tag, 405 Patenten, 1200 Mitarbeitern und einem Weltmarktanteil von 54 Prozent ist Rational Marktführer. Die SelfCookingCenter®whiteefficiency® werden über ein Fachhändlernetz vertrieben und seit 1994 ist Rational in Russland über autorisierte Fachhändler vertreten. „2003 haben wir eine Repräsentanz in Moskau gegründet, die unterstützend für den Fachhandel tätig ist.

WENN SIE MEHR WISSEN WOLLEN

Mehr Informationen zur Rational AG, zur Simona AG, zum German Centre Moscow und zur LBBW auf den Webseiten der Unternehmen unter www.rational-online.com, www.simona.de, www.moscow.germancentre.com und www.LBBW-international.de.

Ab einer bestimmten Größe sollte man für Kunden und Partner vor Ort und in Landessprache ansprechbar sein. Langfristige persönliche Kontakte und Kontinuität sind in Russland sehr wichtig. Außerdem wollen wir Händlern und Kunden zeigen, was unsere Geräte können, und ihnen die Vorteile im Vergleich zu herkömmlichen Küchengeräten vorführen“, sagt Bauch. Sie hat die Repräsentanz aufgebaut und lebt und arbeitet seitdem die meiste Zeit in Russland. „Mir gefällt dieses Land. Moskau ist eine faszinierende Weltstadt. Es ist immer spannend, jeder Tag ist eine Herausforderung, vor allem der Verkehr“, berichtet Bauch, die sich dem russischen Verkehrschaos im eigenen Auto stellt. Deshalb passt es für sie gut, dass das neue Büro verkehrsgünstig liegt. „Uns hat die Lage des German Centres gefallen und dass es genügend Parkplätze für Kunden gibt. Aus dem zehnten Stock hat man übrigens einen fantastischen Blick auf die Stadt.“

Der erste Mieter im German Centre Moscow

Auch die Firma Simona Rus hat vor zehn Jahren in Russland angefangen. Auf Wunsch der russischen Kunden, aber auch um die Zollabwicklung selbst zu übernehmen und in Rubel zu fakturieren, gründete Simona 2011 eine eigene Gesellschaft. Generaldirektor Bernd Fischer, der seit 20 Jahren in Russland lebt und arbeitet, berichtet über seine Erfahrungen: „Die Deutsch-Russische Auslandshandelskammer und andere Dienstleister haben uns bei der Gründung und der Arbeitserlaubnis für unsere zwei deutschen Mitarbeiter unterstützt, weil wir uns keine blutige Nase holen wollten. Nach zwei Monaten hatten wir unsere Registrierungsurkunde und haben weder Zeit noch Geld verloren, wie das sonst oft der Fall ist, wenn man das in Eigenregie macht. Wir sind im August 2011 ins German Centre Moscow gezogen und waren dort der erste Mieter.“

Die Simona AG ist Hersteller von thermoplastischen Kunststoffprodukten mit weltweiten Produktions- und Vertriebsstandorten mit mehr als 1200 Mitarbeitern weltweit. Das Produktprogramm umfasst Kunststoffhalbezeuge, Rohr- und Formteile sowie Fertigteile. Zu den Kunststoffhalbezeugen gehören Platten, Stäbe, Profile und Schweiß-

drähte. Sie werden aufgrund ihrer hohen Resistenz gegen aggressive Chemikalien vor allem im chemischen Apparate- und Anlagenbau eingesetzt. Aber auch für die Branchen Automotive, Maschinenbau, Life Science, Hochbau und Werbung fertigt Simona Kunststoffhalbezeuge.

Das Unternehmen aus Kirn hat ehrgeizige Pläne. Bis 2014 will Simona einen Jahresumsatz von 500 Millionen Euro erzielen. Besonders gute Wachstumschancen verspricht sich Simona in Asien und Osteuropa. „Wir sehen im russischen Markt sehr viel Potenzial. Bevor wir aber über eine Produktion nachdenken, müssen wir in den nächsten zwei bis drei Jahren ein flächendeckendes Vertriebsnetz aufbauen, um dort zu sein, wo unsere Produkte Absatz finden. Und das können wir nur, wenn wir vor Ort sind“, sagt Fischer. Wie Bauch ist er der Meinung, dass persönliche Beziehungen wichtig sind, denn „russische Partner sind bei der ersten Begegnung eher misstrauisch, an Beziehungen muss man arbeiten. Als Deutscher hat man aber einen Vorteil, da die Russen Deutsche und ihre Produkte schätzen.“

Eine Anmeldung – zwei Kilogramm Dokumente

Beide sehen sich auch als Vermittler zwischen den Kulturen. Sie kennen die deutsche und die russische Mentalität und können so für gegenseitiges Verständnis sorgen. Die immense Bürokratie, die auch ausländische Firmen aufbringen müssen, hindert bei der Bearbeitung des Markts. Bernd Fischer erzählt von seinen Erfahrungen: „Wir wollen uns jetzt als Importeur beim russischen Zoll-Lager anmelden. Für die Anmeldung müssen wir 18 Unterlagen einreichen, einige vier- bis fünffach, teilweise notariell beglaubigt. Darunter zum Beispiel auch mehrere Kopien des Mietvertrages des German Centres. Und jetzt kommt das Sahnehäubchen. Jede Seite wird mit einem Firmenstempel oder mit einem Stempel „Kopie stimmt“ abgestempelt und vom Generaldirektor persönlich abgezeichnet. Mit blauem Kuli, denn schwarze Tinte wird nicht anerkannt. Das sind schätzungsweise zwei Kilogramm Dokumente und gut 1000 Seiten. Und das kann keine Logistikfirma übernehmen, das müssen wir alles selbst machen.“

German Centre Moscow

Das German Centre Moscow ist das jüngste Mitglied im German-Centre-Netzwerk. Zentral an der dritten Ringstraße und 8 km südlich des Kreml gelegen, bietet es seit August 2011 auf 24000 qm Platz für 120 deutsche Unternehmen. Bürogrößen beginnen bei 33 qm, sodass auch das kleinste Engagement auf dem großen russischen Markt in einem repräsentativen Umfeld umgesetzt werden kann. Wer zusätzlich Räume für Besprechungen oder Produktausstellungen benötigt, findet diese neben zahlreichen Services rund ums Tagesgeschäft direkt im Haus. Die ersten Mieterfirmen kommen aus dem klassischen exportstarken Maschinenbau und sind mittelständisch. Dienstleister ist die Bankrepräsentanz der LBBW, die bereits seit 2006 in Russland aktiv ist, und eine Beratungsfirma (Steuer, Buchhaltung und HR).



Bei „Rational Cooking Live“ werden Kunden und Partnern neue Geräte vorgeführt. Verkostung natürlich inklusive. Rational AG



Im Simona-Werk in Kirn arbeiten rund 670 Mitarbeiter.

Simona AG

Russland ist für fast jedes Produkt ein großer Markt

Jacqueline Bauch fügt an: „Man muss Geduld mitbringen und bereit sein, Zeit und Ressourcen zu investieren, dann läuft es auch. Russland ist für fast jedes Produkt ein großer Markt. Natürlich muss man es anpassen und auf die regionalen Unterschiede achten, zum Beispiel die riesigen Temperaturunterschiede berücksichtigen. Manchmal hat man minus 40, manchmal plus 40 Grad. Das Wichtigste ist jedoch, dass man überhaupt vor Ort ist: Das ist das Geheimnis. Nur immer mal wieder hinreisen reicht nicht, um Russland zu bearbeiten.“ Und bei dem „Vor-Ort-Sein“ unterstützt das German Centre Moscow. „Wir bieten eine Mischung aus Büros, Konferenzräumen und Services. Kurze Wege, einfacher Informations- und Erfahrungsaustausch auf dem Flur oder auf Veranstaltungen sind das Credo unseres Hauses“, sagt Stephan Weiss, Geschäftsführer des German Centre Moscow, das ein Unternehmen der Landesbank Baden-Württemberg (LBBW) ist. Rational hat zum Beispiel ihr neues Produkt hier gelauncht. „Die Lobby ist eine tolle Location und das Management hat sich sehr flexibel gezeigt bei den technischen Anforderungen für diese Veranstaltung“, begeistert sich Bauch. Und falls es dabei Roastbeef gab, war es bestimmt durchgebraten. „Well done“ auf der ganzen Linie.

Irina Rausch

Mitglied des Direktorenrats
German Centre Moscow