

Wege eines Mittelständlers im Russland-Markt

Nach Erhebungen des VDMA ist der Industrieöfen nach Russland erheblich gestiegen. So waren es im Jahr 2003 Ofenanlagen mit einem Gesamtwert von EUR 18,2 Mio. Ein Jahr später wurde schon ein Warenwert von EUR 35,1 Mio. registriert, der im Jahr 2005 auf EUR 62,7 Mio stieg. Im Jahr 2006 konnte nochmals ein Wachstum von 8,4 % auf EUR 68 Mio. erreicht werden. Bei den Importzahlen aus Deutschland ist die Tendenz analog (Warenwerte gesamt; 2005: EUR 17 Mrd.; 2006: EUR 23 Mrd. – davon

22,4 % Maschinenbau; 10,8 % Elektronik, 7,8 % Elektrotechnik, 3 % Mess- und Regeltechnik). Die weltweit analysierte Investitionsattraktivität (FDI Confidenzindex) hat sich von Platz 11 im Jahr 2005 auf Platz 6 im Jahr 2006 verbessert. Russland ist ein Land hoher Fachkompetenz mit enormen Modernisierungsbedarf. Ein Bonus für deutsche Zulieferer ist die hohe Affinität zu Deutschland.

Einen Erfahrungsbericht gab uns **Horst Linn (HL)**, Gründer der Linn High Therm GmbH.

cfi: Seit wann sind Sie im russischen Markt tätig?

HL: Ab 1974 habe ich selbst für uns relevante Messen in Russland regelmäßig besucht. Das Geschäft hat sich damals sukzessive erweitert. Zunächst haben wir Edelmetallgießmaschinen verkauft. Dann sind wir mit Hochtemperaturöfen zum Zuge gekommen, die u.a. zum Tempern von Korund bzw. zur Kristallzucht im Allgemeinen eingesetzt wurden. Später kamen Anwendungen in der Ferrit- und Keramikindustrie dazu. Bei der Vertiefung der Marktbearbeitung haben wir auf Messen in Minsk und Kiew auch gute Kontakte zur Pulvermetallurgie etablieren können. Die Nuklearindustrie war in Russland für uns immer ein wichtiges Absatzsegment. Im Laufe der Jahre haben wir auch Kammer- und Drehrohröfen bzw. Mikrowellenanlagen geliefert und natürlich jede Menge Laborinduktionsöfen für die Herstellung von Schmelzproben für Spektroskopie.

Wir haben über die Jahre mehrere hundert Öfen nach Russland geliefert. Der Anteil des Russlandgeschäfts an unserer Exportquote war in den 70er und 80er Jahren schon enorm hoch.

cfi: Der Import von Investitionsgütern wurde früher streng durch staatliche Stellen kontrolliert und schließlich auch koordiniert. Was hat das für Sie als Anlagenlieferant bedeutet?

HL: In der ersten Dekade unseres Russlandgeschäfts liefen alle Verträge über die sechs für uns zuständigen staatlichen Handelsorganisationen. Die Messen in Russland hatten eine viel größere Bedeutung als heute. Die Veranstaltungen liefen in der Regel über 15 Tage, während dieser Zeit wurden die Geschäfte klargemacht. Exponate haben wir in der Regel vor Ort verkauft. Die späteren Betreiber der Anlagen kannten wir meist in diesem Stadium nicht, das wurde über die Jahre nur durch Ersatzteillieferungen gelegentlich bekannt bzw. durch Besuche im Land eher zufällig festgestellt. Der Servicebedarf war extrem niedrig, weil die Leute angehalten waren, sich möglichst kostengünstig selbst zu helfen.

cfi: Wann haben Sie eine permanente Repräsentanz gegründet?

HL: 1987 haben wir zwei Mitarbeiter des Elektrowärmeinstituts (VNIIEO) in Moskau angeworben, um unsere Kontakte in den Bereichen Pulvermetallurgie, Nukleartechnik, Bauelemente-Keramik usw. auszubauen. Dieses Büro mussten wir, nachdem es schon auf fünf Mitarbeiter erweitert worden war, 1991 schließen. Wir hatten nach der politischen Wende 1990 im Rahmen eines Vertrags mit der Akademie der Wissenschaften ca. 0,5 Mio. DM verloren, von denen wir Jahre danach gut die Hälfte zurückerhalten haben. In den

neunziger Jahren haben wir daher vorsichtig agiert. Wir haben über Ersatzteillieferungen, die oft kostenlos waren, Kontakte gehalten und uns so ein gutes Netzwerk mit äußerst freundschaftlichen Geschäftsverbindungen erhalten. Es wurden dann über Händler wieder Anlagen mit neuen Finanzierungsbedingungen (Letter of Credit bzw. 100 % Vorkasse) verkauft. Eine gerade intern abgeschlossene Marktstudie mit 15 Wirtschaftsingenieur-Studenten bestätigt uns aber, dass für uns der russische Markt enormes Wachstumspotential bietet, sofern sich die politischen Rahmenbedingungen nicht markant ändern.

Daher werden wir ab 2008 sowohl in Moskau als auch in Kiew wieder ein Linn-Rep-Office für Vertriebs- und Serviceaufgaben betreiben. Die Repräsentanz muss Sorge tragen, dass Vertrieb und Service durch Vertreter ständig verbessert wird und das Eigengeschäft ca. 50 % erreicht.

cfi: Was hat diese Entscheidung herbeigeführt?

HL: Wir müssen auf die neuen Marktbedürfnisse fokussiert eingehen. Wenn über einen Händler verkauft wird, ist dieser eigentlich im Rahmen der beim Verkauf entrichteten Provision für den Basisservice während der Garantiezeit zuständig. Bei kleinen Öfen mit einem Einkaufswert von EUR 10 000 bis 100 000 kann nicht aus Deutschland der Serviceingenieur eingeflogen werden. Die Serviceerwartung überschreitet aber ganz im Gegensatz zu früher heute deutlich westlichen Standard. Dem werden wir mit Servicetechnikern in den neuen Büros Rechnung tragen. Der technische Vertrieb soll nicht nur die Marktdurchdringung verbessern, sondern auch wieder verstärkt den Verkauf von Sonderanlagen ankurbeln. Qualitätsbewusstsein, Termintreue, Preisbewusstsein sind in Russland generell gestiegen.

Heute sind Finanzierungen in Russland eher kein Problem mehr. Die Vorbereitung braucht lediglich mehr

www.cfi.de · www.cfi.de · www.cfi.de · www.cfi.de

Zeit als in manchen anderen Exportländern (Angebotsgültigkeit).

cfi: Welches Marktpotenzial sehen Sie für Ihr Geschäft?

HL: Für uns zählt sich aus, dass Putin den Forschungsetat – nicht nur für die Grundlagenforschung, sondern auch für den Technologietransfer – erhöht hat. Es gibt auch eine Reihe junger Unternehmer in privaten Holdings, die Investitionen gut finanzie-

ren können. Wachsende Segmente sind z. B. Flugzeug- und Turbinenbau, elektronische Bauelemente bzw. allgemein die Automobilzulieferindustrie. Wir werden in den nächsten Jahren auf Russland setzen, zumal auch traditionell ein „guter Draht“ zwischen deutschen und russischen Vertragspartner besteht. Meine Erfahrung hat mir immer wieder gezeigt, dass Verträge in Russ-

land zuverlässig abgewickelt werden können.

cfi: Was sind Ihre anderen Vertriebschwerpunkte?

HL: Neben dem Inlandsmarkt möchte ich China und Indien nennen, wengleich diese Länder im Detail völlig anderen Regeln als Russland unterliegen!

cfi: Danke für Ihre Ausführungen.