DEUTSCH-RUSSISCHES FORUM E.V.
ГЕРМАНО-РОССИЙСКИЙ ФОРУМ

Erwartungen russischer Unternehmen an den deutschen Markt

Umfrage der gleichnamigen Arbeitsgruppe im Deutsch-Russischen Forum e.V.

DEUTSCH-RUSSISCHES FORUM E.V.
ГЕРМАНО-РОССИЙСКИЙ ФОРУМ

Deutsch-Russisches Forum e.V.

Netzwerk mit Mehrwert

Benefit für

- Entscheidungsträger
- Junge Eliten
- Russlandinteressierte und Multiplikatoren

Informieren Sie sich unter **www.deutsch-russisches-forum.de**!

Grußwort von
Per Fischer, Mitglied des Vorstands,
Deutsch-Russisches Forum e.V.

Das Deutsch-Russische Forum e.V. besteht seit nunmehr 20 Jahren als Bindeglied zwischen Wirtschaft und Zivilgesellschaft, Politik und Kultur - und zwar bilateral: das Deutsch-Russische Forum e.V. verbindet Deutschland mit Russland.

Interessierte Unternehmen engagieren sich seit dessen Gründung 1993 nicht nur im Rahmen von Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen sondern auch im Rahmen der Arbeitsgruppe „Erwartungen russischer Unternehmen an den deutschen Markt".

In der Arbeitsgruppe werden seit 2012 aktuelle Problemstellungen russischer Unternehmer und Investoren, die den Schritt nach Deutschland und somit auf unseren Markt gegangen sind oder zeitnah bewältigen wollen, analysiert und diskutiert. Seit Aufnahme ihrer Tätigkeit zielt die Arbeitsgruppe darauf ab, die Belange russischer Unternehmen einer breiten und interessierten Öffentlichkeit vorzustellen aber auch mit der deutschen Politik zu erörtern. Ein erstes Instrument weiterführender und vor allem klärender Gespräche ist die vorliegende analytische Auswertung der gleichnamigen Umfrage, die im Umfeld des Deutsch-Russischen Forums e.V. und auf Initiative der Arbeitsgruppe im Herbst 2013 durchgeführt wurde. Über 400 Unternehmen aus Russland, die entweder bereits in Deutschland tätig sind oder in naher Zukunft ein Investment in Deutschland erwägen, wurden angeschrieben und gebeten, sich an der Umfrage zu beteiligen. Der Rücklauf lag bei acht Prozent. Wir erachten diese Rücklaufquote für durchaus repräsentativ.

Die Umfrage und die vorliegenden Ergebnisse sollen zugleich Basis und Instrument sein für einen erfolgreichen Dialog zwischen Wirtschaft und Politik. Das Deutsch-Russische Forum e.V. lädt alle interessierten Unternehmerinnen und Unternehmerin ein, sich in der Arbeitsgruppe zu engagieren und mit Vertretern aus Politik, Gesellschaft und Wirtschaft gemeinsam zu diskutieren.

Per Fischer
Sprecher der Arbeitsgruppe

Im Gespräch mit Dr. Sergej Nikitin

Großes Engagement russischer Unternehmen

Dr. Sergej Nikitin ist Leiter der Repräsentanz der Handels- und Industriekammer der Russischen Föderation in Deutschland und zugleich Mitglied im Vorstand des Deutsch-Russischen Forums e.V..

Dr. Nikitin hat die Initiative der Arbeitsgruppe forumsintern und extern von Beginn mit unterstützt. Wir haben ihn zur Umfrage und zu den Beweggründen seines Engagements gefragt.

DRF: Was hat Sie dazu bewegt, in der Arbeitsgruppe mitzuwirken und somit die Umfrage mit durchzuführen?

Dr. Nikitin: Die Anzahl in Deutschland tätiger russischer Unternehmer ist in den letzten Jahren quantitativ und qualitativ gewachsen. Aktuell agieren auf dem deutschen Markt ca. 3.000 Unternehmen russischer Herkunft. Die meisten von ihnen sind kleinere Handelsunternehmen. Allerdings hat der Anteil hochtechnologischer IT und produzierender Unternehmen deutlich zugenommen. Besonders bemerkbar wurde dies nach der Finanzkrise im Jahre 2008, als eine Menge erfolgreicher M&A mit Beteiligung von russischen Unternehmern zustande gekommen ist und so zur Erhaltung von Arbeitsplätzen in Russland und in Deutschland beigetragen hat. Die damit verbundene Analyse von Problemen und Erwartungen russischer Unternehmer zählt somit zu den aktuellsten Aufgaben.

Mehr als 3.000 Unternehmen russischer Herkunft auf dem deutschen Markt.

DRF: Welches Ziel haben Sie im Rahmen der Umfrage verfolgt?

Dr. Nikitin: Wichtig war es, ein offenes Gespräch mit den Unternehmern zu führen, um den Problembereich besser zu strukturieren, die Probleme und Erwartungen her-

Dr. Sergej Nikitin, Leiter der Repräsentanz der Handels– und Industriekammer der Russischen Föderation in Deutschland

Die […] Untersuchung von Problemen und Erwartungen zählt zu den aktuellsten Aufgaben.

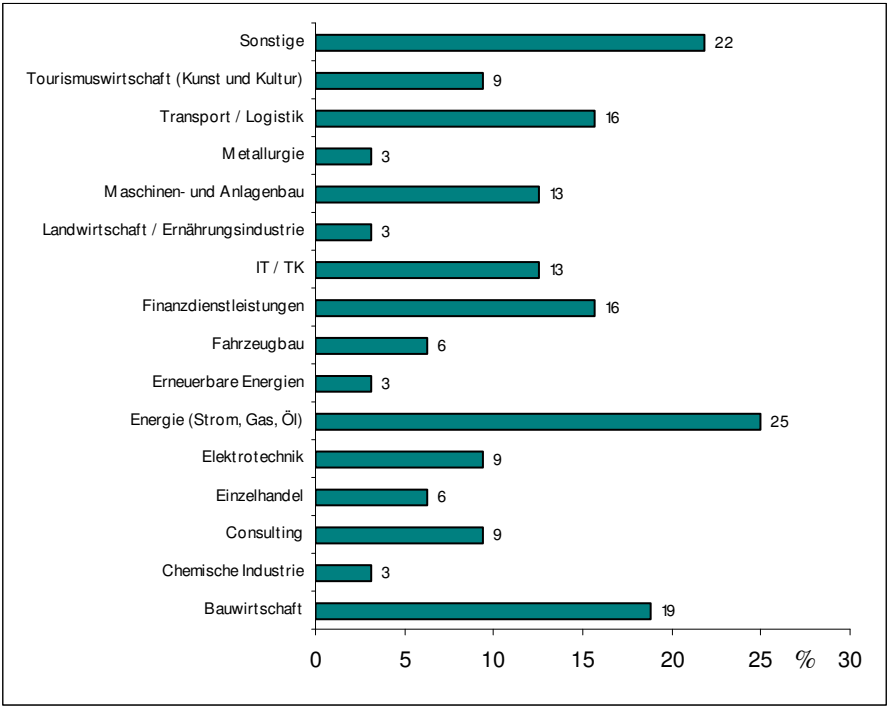
auszuarbeiten und sie künftig in ihrer Entwicklung effektiver zu fördern.

Dr. Niktin: Die Ergebnisse der Umfrage spiegeln ziemlich genau die aktuelle Situation russischer Unternehmen auf dem deutschen Markt wieder. Erfahrungen mit Bürokratie und sogar indirekter Diskriminierung bedürfen weiterer Betrachtung. Sehr erfreulich ist das Engagement der Befragten bei der Umfrage. Sie haben auf unser Schreiben schnell reagiert, die Fragen qualifiziert beantwortet und eine Vielzahl interessanter Kommentare abgegeben. Ich bin mir sicher, dass diese Initiative eine Zukunft hat, zumal sie zur Nachhaltigkeit der Entwicklung im gesellschaftswirtschaftlichen Bereich beiträgt und sich positiv auf die deutsch-russischen Beziehungen auswirkt.

DRF: Vielen Dank für das Interview.

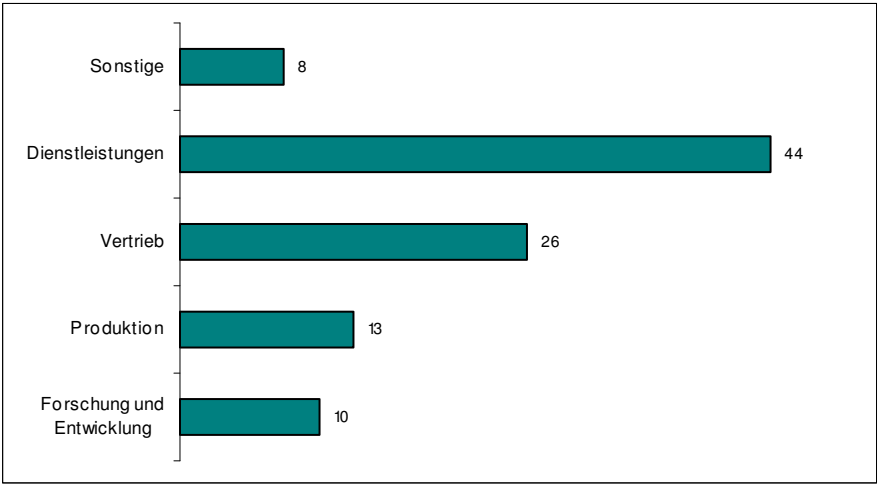
1. In welcher Branche sind Sie tätig?

Erwartungsgemäß sind russische Unternehmen häufig im Energiesektor tätig. Ein weiterer Großteil der befragten Unternehmen arbeitet in der Bauwirtschaft. Auf Platz drei folgen aus dem Dienstleistungsbereich die Branchen Finanzen sowie Transport und Logistik. Lediglich drei Prozent der Unternehmen arbeitet in Branchen wie Metallurgie, Chemische Industrie sowie Landwirtschaft und Ernährungsindustrie.



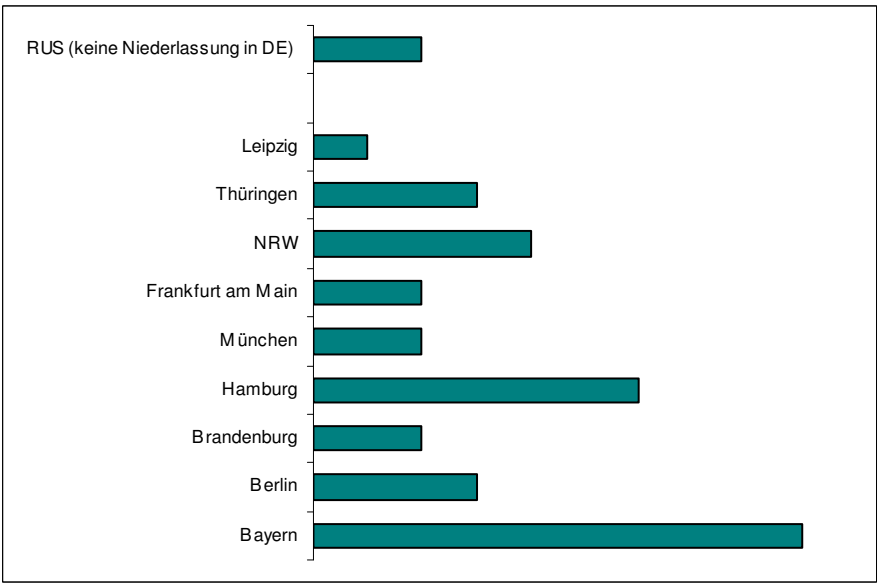
2. In welchen Bereichen arbeiten Sie?

Schon (fast) vorhersehbar war das Ergebnis der Frage zwei, in welchen Bereichen russische Unternehmen arbeiten. Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen gab an, dass Sie im Dienstleistungssektor tätig sind, gefolgt vom Vertrieb und der Produktion. Lediglich zehn Prozent der befragten Unternehmen arbeitet im Bereich von Forschung und Entwicklung. Zur Beantwortung der Frage waren Mehrfachnennungen möglich.



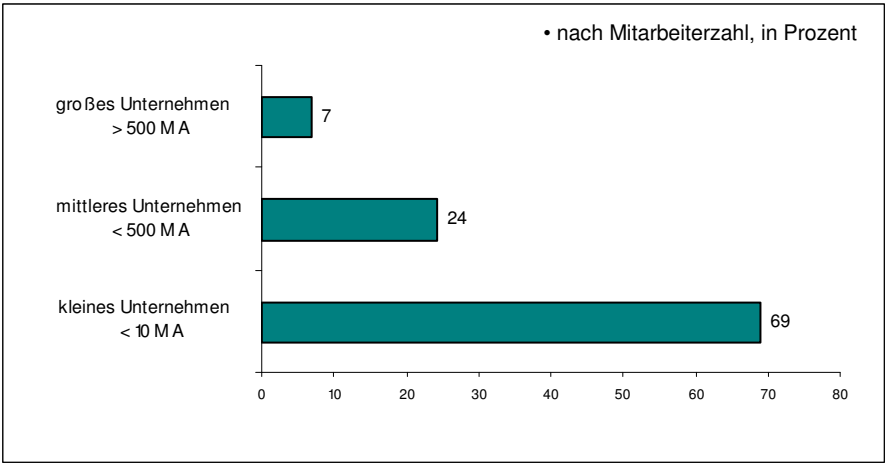
3. Wo ist Ihr Unternehmen angesiedelt?

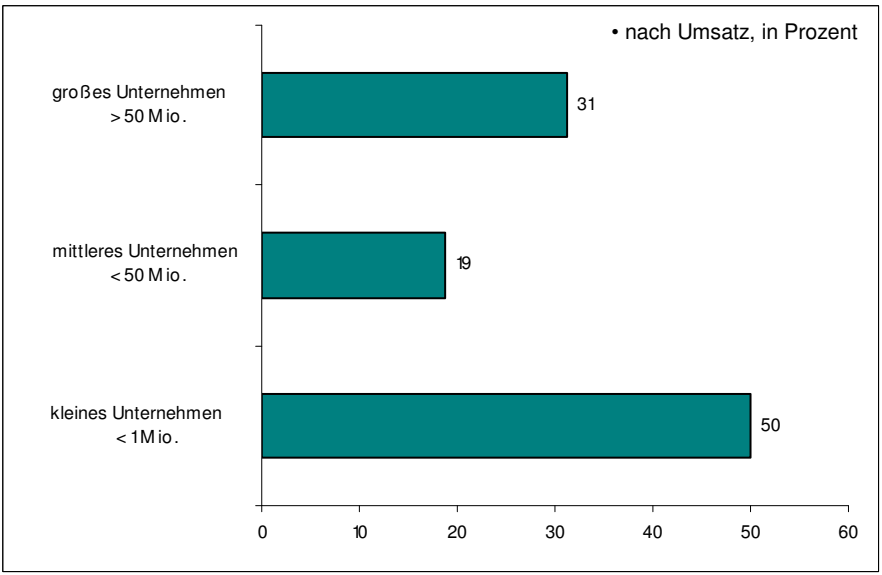
Festzustellen ist, dass ein Großteil der Firmen in Bayern und dabei geografisch punktuell in München angesiedelt bzw. tätig ist. Ebenso häufig fungieren russische Unternehmen aus Hamburg heraus, gefolgt von Nordrhein-Westfalen. Weniger präsent sind russische Unternehmen in den neuen Bundesländern – Berlin eingeschlossen.



4. Welche Unternehmensgröße nimmt Ihr Unternehmen ein?

Das Ergebnis der Nachfrage nach der Unternehmensgröße entspricht unseren Erwartungen. Nach Mitarbeiterzahl sind knapp 70 Prozent der befragten Unternehmen kleine Unternehmen mit weniger als zehn Mitarbeitern. Lediglich sieben Prozent haben mehr als 500 Mitarbeiter und sind somit Großunternehmen. Gefragt nach den Umsätzen verschiebt sich das Ergebnis geringfügig. 50 Prozent der befragten Firmen sind wiederum kleine Unternehmen mit weniger als eine Million Euro Umsatz im Jahr.



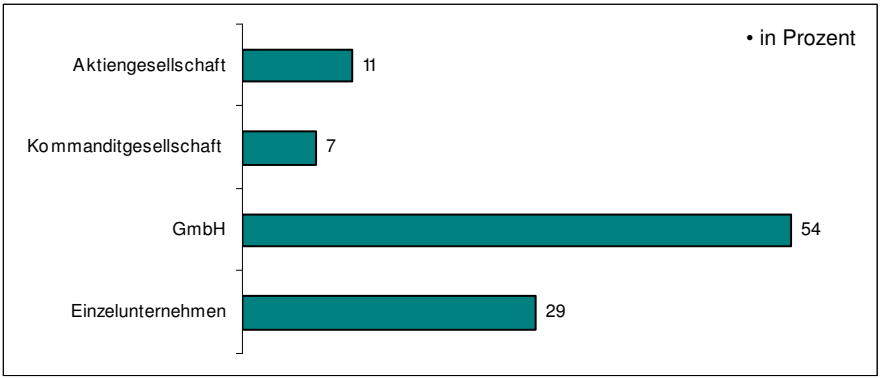


Jedoch haben etwas mehr als 30 Prozent einen Jahresumsatz von über 50 Millionen Euro und sind demnach Großunternehmen.

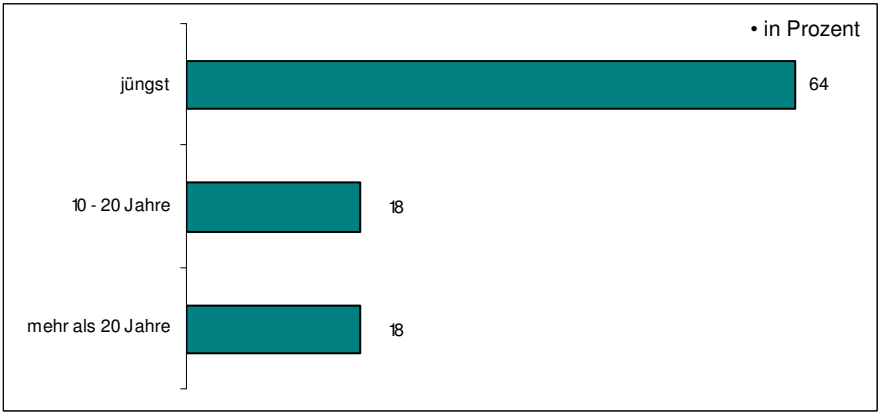
Zu beachten sei aber auch, dass 50 Prozent der befragten Unternehmen auf die Frage nach den Umsatzerlösen keine Angaben gemacht haben.

5. Welche Rechtsform nimmt Ihr Unternehmen ein?

Über die Hälfte der befragten Unternehmen entscheidet sich bei einem Markteintritt für die Unternehmensform einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH). Knapp 30 Prozent sind Einzelunternehmen, lediglich 11 Prozent haben die Rechtsform einer Aktiengesellschaft.



6. Seit wann sind Sie in Deutschland tätig?



Zwei Drittel der befragten Unternehmen haben ihre Tätigkeit in den letzten zehn Jahren in Deutschland aufgenommen. 14 Prozent sind zehn Jahre und länger auf dem deutschen Markt. Bemerkenswert ist, dass knapp 20 Prozent aller befragten Unternehmen länger als 20 Jahre in Deutschland Geschäfte betreibt. Eines der befragten Unternehmen gab an, seit 1927 in Deutschland unternehmerisch tätig zu sein.

7. Wie begann und verlief Ihre unternehmerische Tätigkeit?

Von knapp der Hälfte der befragten Unternehmen wurde die Möglichkeit genutzt, ihre Erfahrungen bei einem Markteintritt in Deutschland zum Ausdruck zu bringen. Hierbei wurde danach gefragt, wie groß der Zeitraum vor allem zwischen Entscheidung und tatsächlichem Markteintritt war. Des Weiteren wurden die Unternehmen gebeten, ihre Zusammenarbeit mit deutschen Dienstleistern, die den Markteintritt unterstützten, und vor allem die Zusammenarbeit mit deutschen Behörden zu umschreiben.

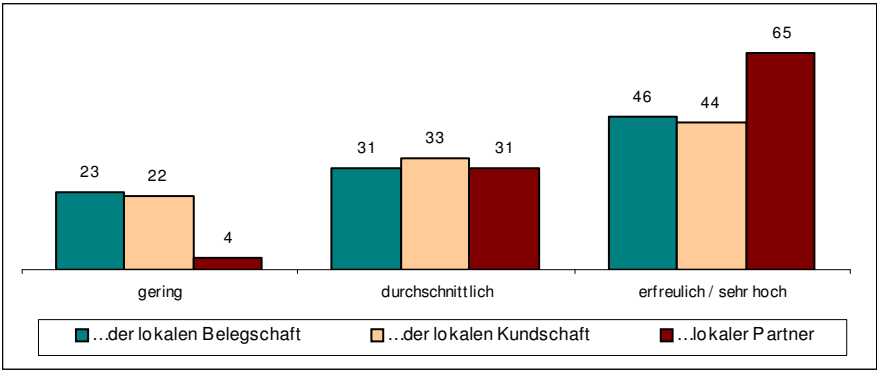
Überschaubare Zeitfenster

Zwischen der Entscheidungsfindung, auf den deutschen Markt zu gehen, und dem tatsächlichen Markteintritt liegt ein überschaubares Zeitfenster. Alle Unternehmen geben an, dass Sie zwischen "nur wenigen Monaten" bis hin zu zwei Jahren benötigten, um Ihre Markteintrittsentscheidung umzusetzen. Russische Unternehmen beschreiten den Markteintritt entweder mit privaten Rechtsanwaltskanzleien und Steuerberatungsbüros, wobei die Zusammenarbeit mit diesen Dienstleistern mit gut bis sehr gut bewertet wurde. Des Weiteren nutzen russische Unternehmen vor allem Investitions- und Wirtschaftsförderungen der Städte und Bundesländer. Mehrfach genannt wurden hierbei "Invest in Bavaria" sowie "Partner für Berlin", deren Dienstleistungsangebot den Erwartungen der russischen Seite voll entsprach.

Lediglich zur Reputation

Oftmals erarbeiten russische Unternehmen ihre Markteintrittstrategie selbst und verzichten auf jegliche Unterstützung von deutschen Behörden. Lediglich zur Reputation waren Gespräche mit Vertretern deutscher Behörden vorgesehen. Das Wichtigste hierbei war, bei Unternehmensübernahmen eine Zusicherung des Erhalts von Ausbildungs- und Arbeitsplätzen zu geben. Die befragten Unternehmen gaben an, gern die bestehenden Strukturen von Vereinen und Netzwerken in Deutschland nutzen zu wollen, jedoch beschränke sich deren Leistungsspektrum und sei wenig zielführend für die befragten Unternehmen.

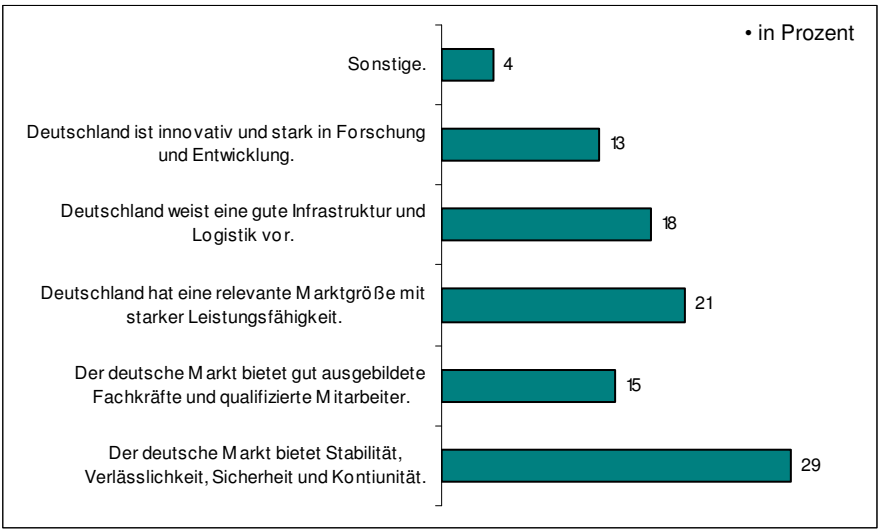
8. Wie beurteilen Sie Ihnen gegenüber die Akzeptanz seitens … ?



Die Unternehmen konnten in der Umfrage angeben, wie die Akzeptanz Ihnen gegenüber von Dritten aus ist. Gefragt wurde nach der Akzeptanz seitens lokaler Belegschaft, lokaler Kundschaft und lokaler Partner. In allen drei Gruppen stuften die Befragten die Akzeptanz mit "erfreulich bis sehr hoch" ein. 65 Prozent der befragten Unternehmen sind sehr zufrieden mit ihren lokalen Partnern. Ein nicht unerheblicher Anteil der befragten Unternehmer merkt jedoch auch an, dass die Akzeptanz seitens der lokalen Belegschaft nur sehr gering bis gering ist.

9. Was hat Sie zu einem Markteintritt in Deutschland bewegt?

In Bezug auf die Beweggründe, warum russische Unternehmen einen Markteintritt in Deutschland beschließen, geben 30 Prozent der Befragten an, dass die in Deutschland vorherrschende Marktstabilität, Verlässlichkeit, Sicherheit und Kontinuität ausschlaggebend sind. Deutschland weise zudem eine relevante Marktgröße mit starker Leistungsfähigkeit auf (21 Prozent der Befragten). Als weiterer Grund für einen "Gang nach Deutschland" wird die gute Infrastruktur und Logistik im Land (18 Prozent) angegeben. Weniger beeindruckt scheinen russische Unternehmen von der Qualifikation deutscher Fachkräfte zu sein. Lediglich 15 Prozent gaben an, dass sie aufgrund des Angebots an gut ausgebildeten Fachkräften und qualifizierten Mitarbeitern Deutschland als Standort wählten. Auch der für Deutschland bekannte hohe Grad an Innovation sowie die Stärke in Forschung und Entwicklung waren laut Umfrage weniger ausschlaggebend (13 Prozent).



10. Welche negativen Erfahrungen haben Sie während Ihres Einstieges auf den deutschen Markt gemacht?

Auf die Frage, welche negativen Erfahrungen russische Unternehmen während eines Einstieges auf den deutschen Markt gemacht haben, gab es unterschiedliche Aussagen von "im Allgemeinen keine Ablehnung gegenüber russischen Firmen und keine negativen Erfahrungen gemacht" bis hin zu "niedriges Vertrauen der Deutschen gegenüber russischen Unternehmen".

„ ...niedriges Vertrauen der Deutschen gegenüber russischen Unternehmen"

Visaproblematik, Hoher Grad an Bürokratie

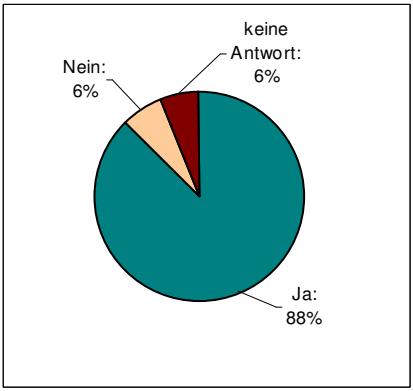
Mehrfach genannt wurde die anhaltende Visaproblematik. Die Probleme bei der Visaerteilung für Unternehmer und deren Familien sowie der Erhalt der notwendigen Arbeitsgenehmigungen für die Mitarbeiter seien schwerwiegend. Auch der hohe Grad an deutscher Bürokratie wurde wiederholt bemängelt. Dies in Kombination mit oftmals unverständlichen und vor allem umfangreichen Gesetzestexten erschwere einen Markteintritt. Hinzu kämen sprachliche Barrieren: Notwendige Formulare und Dokumente seien lediglich in Deutsch erhältlich. Dabei ginge man nicht davon aus, Dokumente in russischer Sprache ausfüllen zu können. Es fehle bereits an Schriftsätzen in englischer Sprache. Schwerfällig sei auch die Kommunikation mit Strukturen der öffentlichen

Hand. Dabei stießen die befragten Unternehmen auf „unquali-fiziertes und inkompetentes Personal“. Mit den eingereichten Unternehmensunterlagen sei grob fahrlässig umgegangen worden. Aufgrund der Desorganisation beim Personal sei es zu gravierenden Verzögerungen beim Markteintritt gekommen.

Kostenstruktur

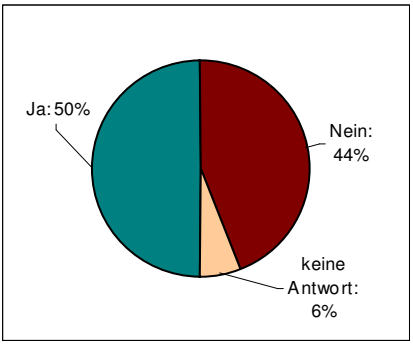
Obwohl im Großen und Ganzen Zufriedenheit in Bezug auf die Leistungen von Anwaltskanzleien und Beratungsunternehmen vorliegt, werden die Kosten derer als zu hoch eingeschätzt. Ebenso hoch seien die Kosten für Arbeitskräfte und Sozialbeiträge. Die hohe Steuerlast erschwere einen Markteintritt.

11. Planen sie eine Weiterentwicklung Ihres Engagements vor Ort?



Eindeutig ist das Ergebnis auf die Frage hin, ob die befragten Unternehmen eine Weiterentwicklung ihres Engagements in Deutschland für die Zukunft planen. 88 Prozent der Befragten beantworten diese Frage mit einem klaren "Ja".

12. Planen Sie eine Investition in Deutschland im kommenden Jahr?



Konkret nachgefragt, antworten die Unternehmen auf die Frage, ob sie eine Investition in Deutschland in den nächsten 12 Monaten planen, nicht mehr so eindeutig. Lediglich 50 Prozent der befragten Unternehmen wissen, dass Sie in den kommenden zwölf Monaten eine Investition als russische Unternehmer in Deutschland tätigen werden.

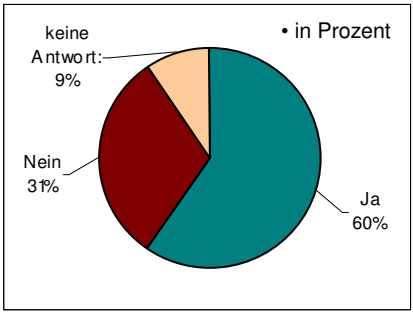
Umfang möglicher Investitionen

Dabei schwanken die Angaben über die Höhe der Investitionen. Von 50.000 Euro bis hin zu ca. 30 Millionen Euro Investitionssumme gaben die befragten Unternehmen an. 67 Prozent werden voraussichtlich unter einer Million Euro in den nächsten zwölf Monaten investieren. 22 Prozent überschreiten die Millionengrenzen in ihren Investitionsvorhaben. Elf Prozent der Antwortenden werden gar mehr als zehn Millionen Euro bereitstellen, um ihr Investment in Deutschland auszuweiten. Einige der Unternehmen sind unschlüssig und gaben keine Höhe an möglichen Investitionen an. Vielmehr verdeutlichten sie in Ihren Angaben, dass die "Zeit Rat bringen werde bzw. je mehr möglich ist, desto besser sei es".

„...je mehr möglich ist, desto besser sei es."

13. Sind Sie an einer öffentlichen Präsenz Ihrer Firma interessiert?

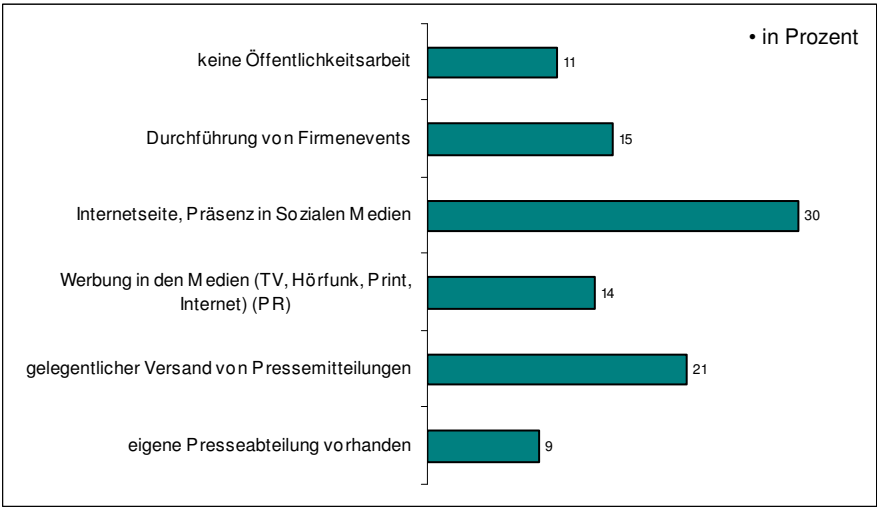
Für uns als Fragende war es ebenso wichtig, nach einer Präsenz russischer Unternehmen in der Öffentlichkeit zu fragen. Grundsätzlich wurde zunächst nach dem Interesse einer öffentlichen Präsenz gefragt. 59 Prozent sind für repräsentatives Erscheinen in Deutschland und den deutschen Medien. Das bedeutet aber auch, dass bei neun Prozent Enthaltung, ein Drittel der befragten Unternehmen gegen eine direkte Darstellung in der Öffentlichkeit ist.



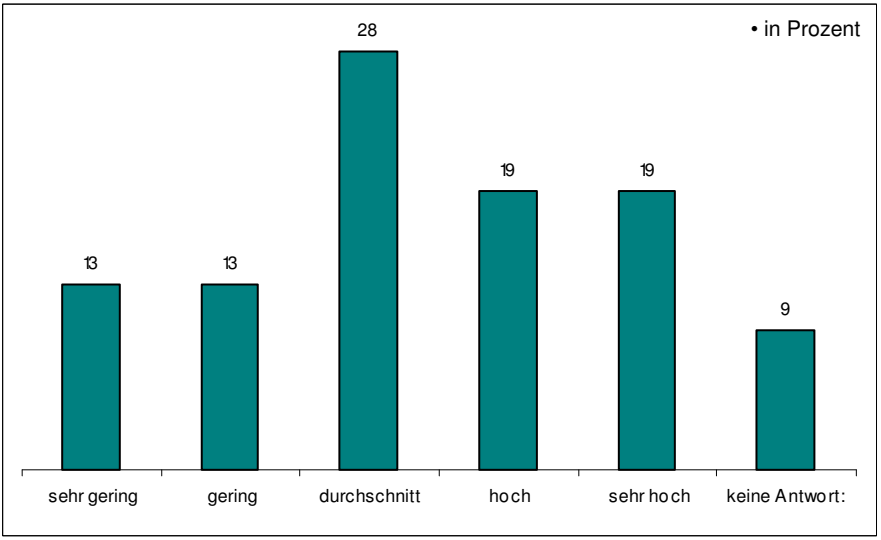
14. Wie gestalten Sie Ihre Öffentlichkeitsarbeit?

Abgefragt wurde auch die Art der Öffentlichkeitsarbeit. Hierbei unterschieden wir zwischen dem Vorhandensein einer eigenen Presseabteilung, dem gelegentlichen Versand von Pressemitteilungen, der Platzierung von Werbung (PR-Maßnahmen in TV, Hörfunk, Print und Internet), aber auch zwischen der Pflege einer eigenen Internetseite und der Präsenz in den Sozialen Medien sowie der Durchführung von Firmenevents. Am Häufigsten nutzen die befragten Unternehmen das einfachste Instrument der Öffentlichkeitsarbeit: Pflege einer firmeneigenen Webpage sowie Prä-

senz in den Sozialen Medien wie Facebook. Mit 20 Prozent unerwartet niedrig ist der Prozentsatz der Unternehmen, die gelegentlich eine Pressemitteilung versenden. Direkt dahinter folgt als Möglichkeit einer Darstellung in der Öffentlichkeit die Durchführung von Firmenevents.



15. Welchen Stellenwert hat die Öffentlichkeitsarbeit in Ihrer Firma?



Knapp 30 Prozent der befragten Unternehmen bewerten den Stellenwert der Öffentlichkeitsarbeit im eigenen Unternehmen mit durchschnittlich. Es gibt eine geringe Divergenz zwischen einem hohen Stellenwert und einem eher geringen Stellenwert der Öffentlichkeitsarbeit. 38 Prozent legen Wert auf eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit.

16. Wieso nimmt die Öffentlichkeitsarbeit den angegebenen Stellenwert ein?

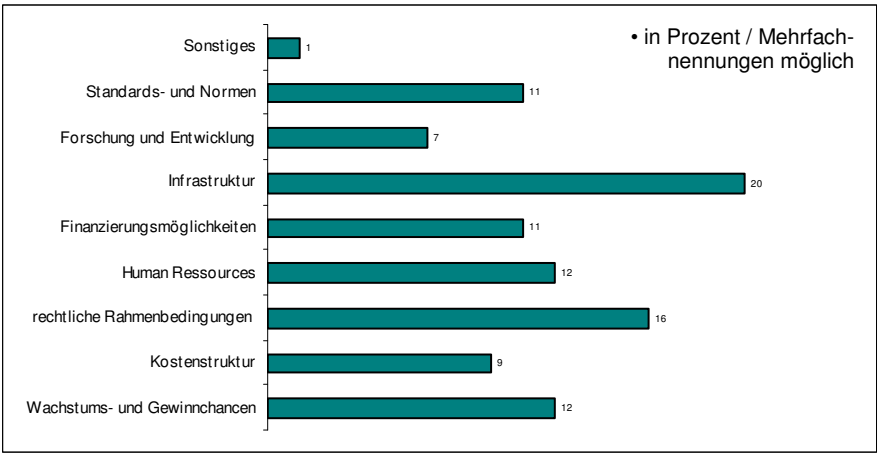
Daraufhin wurde nach dem Grund des angegebenen Stellenwertes der Öffentlichkeitsarbeit gefragt. Mit einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit wolle man gezielt das in Deutschland vorherrschende Russlandbild verbessern und auch einer existenten "Treue der deutschen Gesellschaft den Medien gegenüber" nachkommen. Auch wenn die befragten Unternehmen "nur" im B2B-Geschäft tätig sind, nutzen diese PR-Maßnahmen, um ihrer Verantwortung gegenüber einem gewünschten, öffentlichen Engagement gerecht zu werden. Russische Unternehmen nutzen aber auch Ihre PR-Möglichkeiten strategisch, um so ein modernes Unternehmensbild in der Öffentlichkeit von sich zu erzeugen. PR-Aktivitäten gehen dabei über klassische Maßnahmen wie Pressemitteilungen und Pressegespräche hinaus: Gezielt werden Kooperationen mit gesellschaftlichen Organisationen angestrebt, um Unternehmensideen besser darzustellen. Hingegen wird für eine geringe bis verschwindende Öffentlichkeitsarbeit das Fehlen einer eigenen Presseabteilung im Unternehmen als Begründung angegeben.

„Das in Deutschland vorherrschende Russlandbild verbessern.“

17. Was schätzen Sie am Standort Deutschland?

Am Häufigsten gaben die befragten Unternehmen an, den Standort Deutschland aufgrund seiner Rechtssicherheit und Marktgröße zu schätzen. Deutschland biete eine "stabile Gesellschaft" und vor allem Beziehungen zu Geschäftspartnern, die zuverlässig bzw. vertrauenswürdig seien. Des Weiteren gaben die Befragten an: Ertragspotenzial, Kundennähe, Unternehmenskultur, gute Infrastruktur, niedrige Transaktionskosten, günstige, territoriale Lage, Erlangen eines Aufenthaltstitels möglich.

18. Was schätzen Sie am Standort Deutschland?

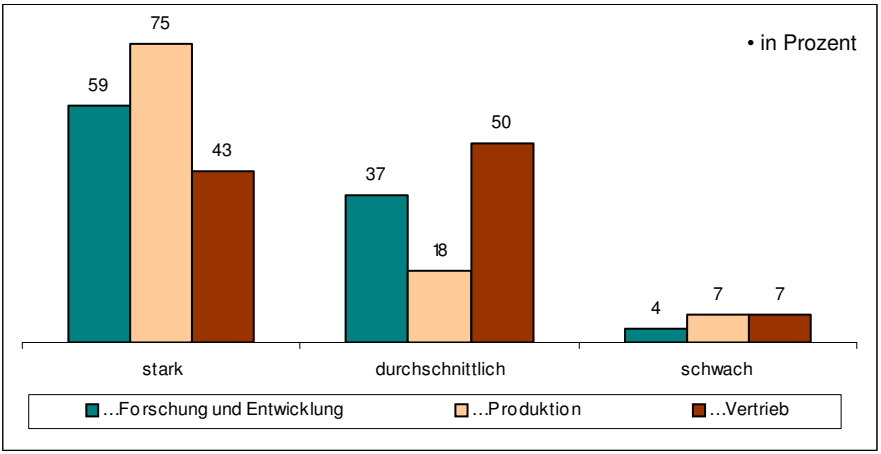


Denken wir an den Standort Deutschland, kommen Schlagworte wie sehr gute Forschungs- und Entwicklungsbarometer, Rechtssicherheit oder aber auch das Vorhandensein von gut ausgebildetem Personal in den Sinn. Wir fragen konkret nach, wovon russische Unternehmen in Deutschland am meisten profitieren. Spitzenreiter mit knapp 20 Prozent ist dabei die Infrastruktur, gefolgt von den rechtlichen Rahmenbedingungen, die stabil in Deutschland vorherrschen sowie die Wachstums- und Gewinnchancen, die die Marktgröße hervorbringt. Erst dann geben die befragten Unternehmen an, dass Vorzüge wie Fachkräfte und Kostenstruktur relevant seien. Weitab stehen Forschung und Entwicklung. Mit lediglich sieben Prozent nimmt dieser Vorteil den vorletzten Platz vor "Sonstiges" ein.

19. Wovon profitieren Sie in Deutschland am meisten?

Der Markenname Deutschland steht nach eigenem Verständnis für erfolgreiche, produzierende Industrie, für eine stabile und stetig wachsende Marktgröße sowie für einen innovativen Forschungs– und Entwicklungsstandort. Russische Unternehmen wurden gebeten, diese drei Kernkompetenzen nach Ihrem Stellenwert hin zu bewerten. Aus Sicht russischer Unternehmen ist Deutschland immer noch stark in Forschung und Entwicklung (59 Prozent), für 37 Prozent der Befragten spielt der F&E-Bereich eine durchschnittliche Rolle. In Deutschland wird produziert und das auf sehr hohem qualitativem Niveau. Das sehen auch 75 Prozent der befragten Unternehmen aus Russland so, lediglich sieben Prozent schätzen diese für schwach ein in Deutschland. Im Bereich Vertrieb geben 50 Prozent

der befragten Unternehmen Deutschland eine lediglich durchschnittliche Bewertung. Das ist bei Deutschland als Exportvizeweltmeister nicht weiter dramatisch, denn 43 Prozent der russischen Unternehmen halten den deutschen Vertrieb für stark ausgeprägt.



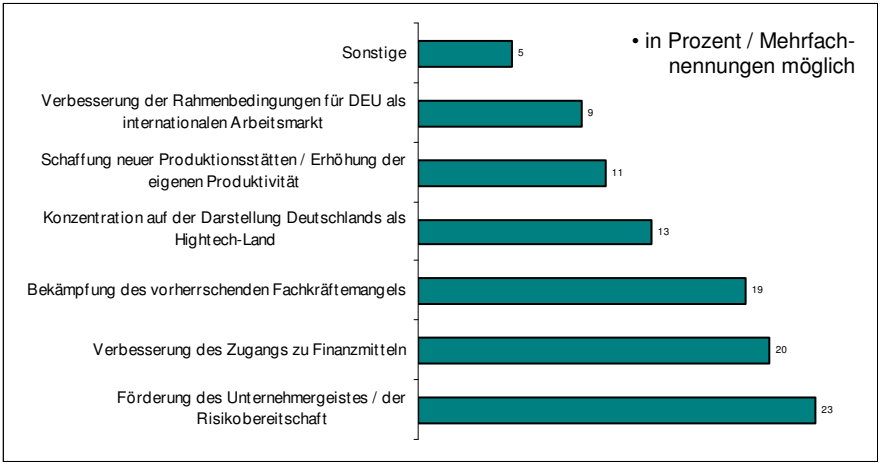
20. Was kann den Standort Deutschland attraktiver machen?

Zum Abschluss der Umfrage wurden die befragten Unternehmer gebeten, zunächst zu beurteilen, welche Maßnahmen die Attraktivität des Standorts Deutschlands künftig erhöhen. Knapp ein Viertel der Befragten gab an, dass die Förderung des Unternehmergeistes / der Risikobereitschaft ausschlaggebend sei in Zukunft. Des Weiteren müsse der Zugang zu Finanzmitteln verbessert und der vorherrschende Fachkräftemangel bekämpft werden.

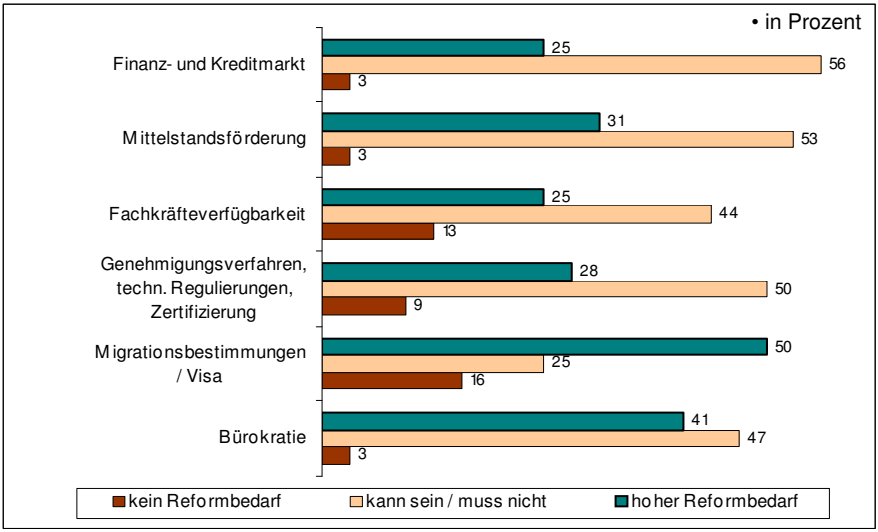
Hemmnisse für Deutschlandgeschäft

Darüber hinaus wurden die befragten Unternehmen gebeten, die gegenwärtig größten Hemmnisse für deren Geschäft in Deutschland zu benennen. Vor allem hohe bis sehr hohe operative Ausgaben sowie die Reichweite des Bundeskartellamtes und eine spürbare Marktsättigung seien Hemmnisse für einen Markteinstieg in Deutschland. Die Kommunikation mit den verantwortlichen Behörden sei oftmals sehr erschwerlich. Das vorherrschende negative Image Russlands, russischer Unternehmen und russischer Investoren in Deutschland sei wenig förderlich. Hierbei sei die Politik wenig hilfreich. Zudem werde russischen Unternehmern mit fundiertem Businessplan keine Kreditwürdigkeit eingeräumt. Dauerbrenner in der Frage nach den Hemmnissen sind jedoch die andauernden Probleme bei der Vergabe von Visa und Arbeitsgenehmigungen.

Erhöhung der Attraktivität des Standorts Deutschland durch:



21. In welchen Bereichen sehen Sie Reformbedarf in Deutschland?



Insbesondere die Bereiche Migrationsbestimmungen / Visa und Bürokratie rufen einen sehr hohen Reformbedarf bei den befragten Unternehmen hervor. Ansonsten sind russische Unternehmen eher zufrieden und bescheinigen der deutschen Wirtschaft eine mögliche Durchführung von Wirtschaftsreformen vor allem in den Bereichen der Finanz– und Kreditwirtschaft, der Mittelstandsförderung und Fachkräfteverfügbarkeit - diese sei jedoch nicht zwingend notwendig.

DEUTSCH-RUSSISCHES FORUM E.V.
ГЕРМАНО-РОССИЙСКИЙ ФОРУМ

Mit freundlicher Unterstützung durch:

COMMERZBANK

Handels- und Industriekammer
Der Russischen Föderation
Торгово-промышленная палата
Российской Федерации

Impressum:

Deutsch-Russisches Forum e.V.
Schillerstraße 59
10627 Berlin
Tel.: +49 30 263 907 0
Fax: +49 30 263 907 20
info@deutsch-russisches-forum.de
www.deutsch-russisches-forum.de

Redaktion:
Sebastian Nitzsche

Die **Arbeitsgruppe „Erwartungen russischer Unternehmen an den deutschen Markt“** fungiert mit Beschluss der Mitgliederversammlung seit Dezember 2012 im Sinne des Vereinszwecks.

Sie haben Interesse an einer Mitwirkung in der Arbeitsgruppe? Senden Sie uns bitte eine Mail mit entsprechenden Angaben an o.g. Mailadresse.

Arbeitsgruppensprecher:
Per Fischer, Mitglied des Vorstands, Deutsch-Russisches Forum e.V.

Arbeitsgruppenkoordinator:
Sebastian Nitzsche, Stellvertretender Geschäftsführer, Deutsch-Russisches Forum e.V.

Titelfoto: © Michael Woth