



**Protokoll der 4. Sitzung der Arbeitsgruppe
„Erwartungen russischer Unternehmer an den deutschen Markt“
Frankfurt am Main, den 20. November 2013**

Commerzbank-Hauptverwaltung, Kaiserplatz, 60311 Frankfurt

Bei der Sitzung anwesend:

Alice Drooghmans, Drooghmans International Limited
Per Fischer, Deutsch-Russisches Forum e.V.
Michail Kartashov, Rechtsanwaltskanzlei Kartashov
Dmitri V. Lioultchev, Strateco GmbH & Co. KG
Wladimir Matwejew, Sberbank Russland
Dr. Sergej Nikitin, Handels- und Industriekammer der Russischen Föderation
Sebastian Nitzsche, Deutsch-Russisches Forum e.V.
Denis Polivin, Deutsch-Russisches Forum e.V. (Protokoll)
Eugen Schönfeld, Auswärtiges Amt
Dmitrij Vaisband, BDRU e.V.

Beginn der Sitzung: 15:00 Uhr

Ende der Sitzung: 17:15 Uhr

Herr Fischer begrüßt die anwesenden Teilnehmer.

Herr Fischer gibt einen Überblick über die vorhergehenden Sitzungen, fasst die Ergebnisse der Brainstorming-Sitzung vom 02.07.2013 zusammen und stellt folgende Tagesordnung vor:

- TOP 1: Vorstellung der Ergebnisse der Umfrage, anschl. Aussprache**
- TOP 2: Interpretation der Ergebnisse, Vorbereitung der Publikation**
- TOP 3: Diskussion einer Präsentation der zu veröffentlichenden Publikation /
Broschüre / Vorbereitung einer Pressekonferenz**
- TOP 4: Sonstiges**
 - a) **Konkretisierung „Fahrplan für Investoren“**
 - b) **Government Relations Deutschland**

TOP 1: Vorstellung der Ergebnisse der Umfrage, anschl. Aussprache

Herr Fischer erörtert die Tischvorlage und stellt die Ergebnisse der Umfrage vor. Anschließend stellt er die Frage in den Raum, ob diese Resultate repräsentativ seien.

Herr Matwejew dankt zunächst der Arbeitsgruppe und dem Deutsch-Russischen Forum e.V. für diese Initiative. Es sei einmalig, dass ein Verein die Belange russischer Unternehmen zusammentrage und veröffentliche. Herr Matwejew merkt an, die Ergebnisse seien sehr repräsentativ. Im Hinblick auf die russische Mentalität ist die Rücklaufquote von 8% ein gutes Ergebnis. Frau Drooghmans ist mit dem Resultat ebenfalls zufrieden, weist darauf hin, dass es davor nichts Vergleichbares gab und betont, dass das Resultat eine gute Grundlage für die

weitere Analysearbeit darstellt. Herr Schönfeld ergänzt, dass die Umfrage eine große Bereitschaft zur Teilnahme seitens der russischen Unternehmen zeige. Herr Nitzsche fügt hinzu, die Fragen mit Freifeldern haben sich als sehr gut erwiesen, da man positive sowie negative Erfahrungen sammeln konnte. Herr Lioultchev hebt die Marktkonformität der Ergebnisse hervor. Herr Vaisband spricht von den teilweise unkonformen Resultaten. Dabei argumentiert er, laut Resultaten sind 25% der Rezipienten in der Energiebranche (Strom, Gas, Öl) tätig. In der Realität sei dies nicht der Fall. Darüber hinaus sieht man am Beispiel der Frage über die Rechtsform, dass 30% der Befragten nicht aus unserer Zielgruppe stammen. Dabei merkt er an, dass man mit dem Ergebnis doch weiter arbeiten kann. Herr Lioultchev schließt sich dem an und fügt hinzu, dass die Resultate für Russen von großer Bedeutung sind. Die anderen Teilnehmer der Arbeitsgruppe halten die Umfrage ebenso für repräsentativ.

TOP 2: Interpretation der Ergebnisse, Vorbereitung der Publikation

Herr Vaisband stellt die Frage, ob die richtige Zielgruppe angeschrieben wurde. Die Umfrage war für russische Unternehmen gedacht, die nach Deutschland kommen möchten. Zielgruppe der Umfrage seien alle russischen Unternehmen in Deutschland. Herr Nitzsche berichtet über das Vorgehen der Befragung. Die Fragebögen wurden mehrmals weitergeleitet. Dabei wurden sowohl diejenigen kontaktiert, die in Russland sind und auf den deutschen Markt kommen möchten, als auch die russischen Unternehmen, die bereits ihr Business in Deutschland eröffnet haben. Herr Vaisband weist darauf hin, dass für einige Unternehmen das größte Hemmnis für ein Geschäft in Deutschland die Visaerteilung und der Erhalt einer Arbeitsgenehmigung seien. Herr Vaisband kommentiert des Weiteren die Frage, was die Unternehmen zu einem Markteintritt in Deutschland bewege. Der Punkt „Deutschland ist stark innovativ in Forschung und Entwicklung“ habe nur 13 % Prozent, weil die Befragten diese Bedeutung noch nicht verstanden haben.

Herr Vaisband bemerkt, die Befragten hätten eventuell noch keinen Profit in Deutschland erzielt. Er mutmaßt, die russischen Unternehmen in Deutschland profitieren von ihren russischen Partnern und verdienen noch kein Geld in der Bundesrepublik. Dabei verbinden die meisten ihre Perspektive mit Deutschland. Herr Nitzsche ergänzt, viele der Befragten seien am Anfang frustriert gewesen, haben es aber trotzdem geschafft, nach Deutschland zu kommen. Herr Fischer fasst die Interpretationen zusammen und spricht von einer repräsentativen Umfrage, deren Ergebnisse verwendet werden können.

TOP 3: Diskussion einer Präsentation der zu veröffentlichenden Publikation / Broschüre / Vorbereitung einer Pressekonferenz

Herr Fischer bringt an, die Ergebnisse der Umfrage in Form einer Broschüre zusammenzufassen und die Publikation mit weiteren Interviews und Stellungnahmen zu versehen. Für die Vorstellung könne eine Pressekonferenz organisiert werden.

Frau Drooghmans stellt die Frage in den Raum, ob das Gespräch mit der Presse nur in Deutschland oder auch in Russland denkbar wäre. Die Teilnehmer einigen sich, dass die Presseveranstaltung zunächst in Deutschland, in Berlin, organisiert werden sollte. Des Weiteren könnte man eine Presseveranstaltung in Russland durchführen. Herr Fischer bringt an, für die Präsentation der Ergebnisse Fachpresse sowie Vertreter lokaler Zeitungen einzuladen, 10-15 Journalisten würden hierbei ausreichen. Frau Drooghmans findet das Broschüren-Format auch gut, ein anderes Format ist aber nicht auszuschließen. Die Ergebnisse könnte man in Kooperation mit einer Tageszeitung darstellen. Dabei sollten die Resultate nicht nur von Journalisten, sondern auch von Experten und Sponsoren interpretiert werden. Dies hat den Vorteil, dass man die Präsentation der Ergebnisse regional steuern und dabei stärkere Wirkung erzielen könnte. Herr Nikitin schlägt vor, bei der Vorstellung der Ergebnisse weniger auf die Statistik einzugehen und sich mehr auf die qualitative Auswertung zu konzentrieren.

Herr Vaisband schlägt eine Kooperation mit dem „Handelsblatt“ (handelsblatt.com) vor und weist insbesondere darauf hin, dass exklusive Informationen interessanter seien. Dieses Portal sei darüber hinaus sehr hoch bewertet, was die Onlinemedien anbelangt. Herr Fischer unterstützt diese Idee. Herr Vaisband unterstreicht die Möglichkeit, bei der Kooperation mit dem Handelsblatt Kosten zu sparen und die Ergebnisse der Umfrage exklusiv bei einem Medium platzieren zu können. OWC kommt seiner Meinung nach eher nicht in Frage. „Wir brauchen andere Medien“, so Vaisband. Herr Lioultchev möchte das Ziel der Umfrage eingrenzen und stellt die Frage, ob man damit lediglich Resultate darstellen oder eher Hilfemöglichkeiten für Unternehmen darbieten wolle. Seiner

Meinung nach sollten die Ergebnisse online gestellt und permanent aktualisiert werden. Dabei leistet man Hilfe für jene Unternehmen in Russland, die nach Deutschland kommen wollen. Herr Fischer betont ebenso die große Bedeutung der Nachhaltigkeit.

Frau Drooghmans hebt hervor, die Präsentation der Ergebnisse müsse eine klare Message darstellen und somit helfen, Misstrauen russischer Investoren gegenüber dem Markt, Institutionen und Medien abzubauen. Einzelne Regionen könnte man „offline“ ansprechen. Kosten könnten dabei von den Teilnehmern der AG Wirtschaft getragen werden. Es gehe nicht um die Finanzierung. Wichtig sei vor allem zu zeigen, was bis jetzt gemacht worden ist.

Die Teilnehmer einigen sich auf eine Pressekonferenz Ende Februar/Anfang März 2014.

TOP 4: Sonstiges

a) Konkretisierung „Fahrplan für Investoren“

Herr Nitzsche schlägt vor, anhand der Umfrage die zehn ersten Schritte für einen russischen Unternehmer auf den deutschen Markt zu beschreiben. Dies solle als eine Art Fahrplan für Unternehmer dienen. Des Weiteren werden die Teilnehmer darum ersucht, ihre Vorschläge für einen solchen Fahrplan einzubringen. Herr Vaisband und Herr Lioulchev erklären sich bereit, in enger Abstimmung mit Herrn Nitzsche einen ersten Entwurf für einen solchen Fahrplan zeitnah zu erstellen.

b) Government Relations Deutschland

Herr Lioulchev bringt an, die Ergebnisse an die Behörden weiterzuleiten oder zumindest zu versuchen, sie zu kontaktieren. Herr Fischer schlägt vor, die Handelskammer anzusprechen.

Herr Schönfeld unterstreicht, dass gegenwärtig ein günstiger Zeitpunkt sei, neu in den Bundestag gewählte Abgeordnete für unsere Themen zu gewinnen. Er bringt an, eine Auswahl von Bundestagsabgeordneten direkt anzusprechen und mit ihnen die Ergebnisse der Umfrage zu diskutieren sowie eine Plattform für einen konstruktiven Dialog zwischen Arbeitsgruppe und Politik zu schaffen.

Herr Fischer fasst kurz die Ergebnisse der Tagung zusammen: Die Umfrageergebnisse werden in einer Publikation zusammengefasst. Für den Zeitraum Ende Februar/Anfang März 2014 werde ein Pressegespräch in Berlin organisiert. Es sei zu überlegen, am gleichen Tag ein Gespräch mit Bundestagsabgeordneten anzuberaumen. Die Ergebnisse und die Publikation werden ebenso auf der Mitgliederversammlung des Deutsch-Russischen Forums e.V. am 19. März vorgestellt.

Herr Fischer bedankt sich bei allen Anwesenden und beendet die Sitzung.

Berlin. 3. Dezember 2013



Denis Polivin
Protokoll