

Vorbemerkung

Diese Russland-Info ist Teil 7 der Serie zu den russischen „Regionen“. Unser gesamter Beitrag ist in „BUSINESS GUIDE RUSSLAND“ veröffentlicht (BUSINESS GUIDE RUSSLAND, Ein Handbuch für ausländische Investoren und Geschäftsleute in Russland, Hrsg.: Sergey Frank / Rainer Wedde, Institut für Außenwirtschaft GmbH / OWC-Verlag für Außenwirtschaft GmbH, Berlin, 2013).

Regionen Russlands

4. Zentren versus Regionen

Wie dargestellt, sprechen viele Gründe für eine Ansiedelung in den Regionen. Dies ist neben der Förderung durch föderale, regionale und lokale Administrationen auch das große wirtschaftliche Wachstumspotential in den Regionen. Ausländische Unternehmen haben es meist selbst in der Hand, Neuland zu betreten und Kunden zu erreichen, die von Westeuropa, aber auch von Moskau oder St. Petersburg aus, nur schwer oder gar nicht erreichbar sind. Bei einer Orientierung auf lokale oder regionale Märkte werden zudem lange Wege, die aufgrund der geografischen Größe Russlands sonst an der Tagesordnung sind, vermieden. Hinzu kommt die – je nach Wirtschaftszweig – wichtige Nähe zu Rohstoffen.

Auch das sehr hohe Preisniveau in den Zentren spricht für eine Verlagerung von Investitionsbemühungen in die Regionen. Wobei erwähnt werden muss, dass Russland generell, insbesondere in den Großstädten, weder was die Lohnkosten noch das sonstige Preisniveau angeht, ein »Billigland« ist. All das darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass eine Ansiedlung in den Regionen auch Probleme birgt. So ist die Infrastruktur, insbesondere in Bezug auf logistische Anforderungen, teilweise noch sehr mangelhaft. Dies gilt umso mehr, je weiter man sich nach Osten orientiert und je mehr man sich von den Großstädten entfernt. Bei sehr transportintensiven Branchen kann dies fast unüberwindbare Schwierigkeiten aufwerfen.

Andererseits spricht aber gerade dieser Nachholbedarf im Infrastrukturbereich für ein Engagement im Straßenbau und verwandten Branchen. Gleiches gilt für den Wohnungsbau, da mit dem steigenden Lebensstandard v. a. in den Großstädten, auch insoweit die Ansprüche steigen.

Die Zusammenarbeit mit den lokalen Behörden und potenziellen Geschäftspartnern kann den Investor v. a. dann, wenn dort nur geringe Erfahrungen mit ausländischen Investitionen vorhanden sind, vor erhebliche Probleme stellen. Dann ist es notwendig, auf die Dienste von Beratern mit Erfahrungen und Kontakten vor Ort zurückzugreifen.

Nicht zuletzt erweist sich die Rekrutierung geeigneter Mitarbeiter in den Regionen als schwierig. Während es in der Regel recht einfach ist, einen künftigen Mitarbeiter bei Inaussichtstellung entsprechender Verdienstmöglichkeiten zu einer Umsiedlung nach Moskau oder St. Petersburg zu bewegen, kann dies in den Regionen größere Probleme verursachen. Es wird dem ausländischen Investor häufig nicht erspart bleiben, selbst in die Ausbildung seiner Mitarbeiter zu investieren. Hinzu

kommt eine für europäische Verhältnisse ungewöhnlich hohe Fluktuation der Mitarbeiter. Diese hat ihren Grund in dem intensiven Wettbewerb um Arbeitskräfte. In der sich schnell entwickelnden Industrielandschaft Russlands übersteigt die Nachfrage nach qualifizierten Mitarbeitern das Angebot erheblich. Neben dem

Aufbau eines eigenen Mitarbeiterpools ist es oft notwendig, auch sonstige Vergünstigungen zu bieten.

Die russischen Regionen haben riesiges Potential und Wachstumsaussichten und sind deshalb für ausländische Investoren besonders attraktiv. Der russische Staat versucht, durch gezielte Fördermaßnahmen gute Bedingungen für den Aufbau moderner Industrielandschaften auch außerhalb von Moskau und St. Petersburg zu bieten. Auch wenn einige dieser Maßnahmen, die teilweise mit großem publizistischen Aufwand bekannt gemacht werden, ihre Wirksamkeit noch nicht unter Beweis gestellt haben, lohnt es sich für die deutsche Wirtschaft, die gebotenen Möglichkeiten zu prüfen und Ansiedlungen in den russischen Regionen in Betracht zu ziehen. Dafür spricht nicht nur das Vorhandensein enormer, in weiten Teilen noch unerschlossener Rohstoffressourcen, sondern auch ein längst nicht gesättigter Markt mit mehr als 100.000.000 potenziellen Abnehmern.

Ende der Serie!