

**Anke Pöttsch, Interpont Business Consulting e. K.**

Anke Pöttsch ist Eigentümerin der Interpont Business Consulting e.K. und der Business Center A. Pöttsch & Abels GmbH. Ihre Unternehmen unterstützen renommierte Kunden aus verschiedenen Ländern bei Investitionen in Russland. Ihre Moskauer Service- und Bürocenter liegen im Zentrum Moskaus auf der bekannten Ulitza Twerskaja, die zum Roten Platz führt.

Internet: www.interpont.com

„Den Kopf frei machen fürs Kerngeschäft ...“

Sie hält den Russlandrepräsentanten den Kopf frei fürs Kerngeschäft. Mit ihren modulhaften Servicepaketen unterstützt Anke Pöttsch Unternehmen, die ins Russlandgeschäft einsteigen oder einzelne Tätigkeiten auslagern wollen. Problemlos finden die Wahlmoskauerin und ihre 17 Mitarbeiter die besten Partner, das qualifizierteste Personal, die richtige Rechtsform, die passenden Zertifizierungen, das ansprechendste Büro, den perfekten Dolmetscher. Mit solch einer kompetenten Hilfe ist die Eroberung des russischen Marktes ein Leichtes.

Frau Pöttsch, Sie sind mit 34 Jahren eine der jüngsten deutschen Unternehmerinnen in Russland. Wie sind Sie nach Moskau gekommen?

Ich kam im September 1990, also einen Monat vor der Wiedervereinigung, als Studentin aus der DDR nach Russland. Als dann die Institutsleitung des Maurice-Thorez-Fremdspracheninstituts in der russischen Hauptstadt ab 1993 Studiengebühren verlangte, pro Jahr immerhin 5.000 US-Dollar, musste ich mir etwas einfallen lassen.

Not macht erfinderisch ...

Genau! Ich fing also an, mit einigen russischen Freunden in einem kleinen Unternehmen in der Nähe von Moskau Damenoberbekleidung schneidern zu lassen, und vertrieb sie an ein Dutzend Geschäfte in der Hauptstadt, aber auch an Privatkunden. Auf diese Art und Weise finanzierte ich mein Studium, das bis 1994 dauerte.

Wie ging es dann weiter?

Ich habe mich Ende 1994 selbständig gemacht in einem Bereich, der in Russland vollkommenes Neuland war. Damals kamen viele ausländische Unternehmen hierher. Wir haben ihnen bei der Firmengründung und bei der Personalsuche geholfen, Büros im eigenen Business-Center zur Verfügung gestellt. Wir haben notwendige Dokumente beschafft, Kontakte zu den richtigen Partnern und den wichtigen Behörden hergestellt.

Wie aus Ihrer Homepage zu entnehmen ist, gehen Ihre Dienstleistungen noch weiter.

Ja, darüber hinaus unterstützen wir die Firmen bei ihrer Marktanalyse, helfen ihnen bei der Entscheidungsfindung zu Fragen des Steuer- und Gesellschaftsrechts. Das ist die geschäftliche Nische, die ich damals gefüllt habe und in der ich bis heute arbeite: Ich unterbreite den Unternehmen ein Komplettangebot, das sie von diesen fachfremden Problemen befreit. Dadurch können sie sich auf ihr eigentliches Geschäft konzentrieren.

Sie bieten eine breite Servicepalette an. Wie gehen Sie dabei vor?

Ehrlich gesagt verlasse ich mich immer auch etwas auf meine weibliche Intuition und setze die betriebswirtschaftliche Theorie in den Verhandlungen an die zweite Stelle. Wenn mich also ein deutscher Investor wegen einer Geschäftsanbahnung anspricht, habe ich schon ungefähr ein Bild davon, wie sein Partner aussehen sollte. Natürlich kann ich nicht alle Dienstleistungen selbst erbringen. Das ist ein Feld für Experten auf dem jeweiligen Gebiet. Aber ich kann meinen Kunden den richtigen Rechtsanwalt oder Steuerberater vermitteln, der sie dann zu ihrem spezifischen Problem berät.

Wie wichtig sind gute Beziehungen bei Ihrer Arbeit?

Sehr wichtig! Eigentlich geht hierzulande ohne gute Beziehungen nur sehr wenig. Bitte verstehen Sie das nicht falsch: Das hat nichts mit Bestechung oder Schmiergeld zu tun! Aber ich konnte während meiner Jahre hier in Moskau ein umfangreiches Netz von persönlichen Kontakten in Business, Behörden und Politik aufbauen. Das hilft, bestimmte Probleme gewissermaßen auf dem „kleinen Dienstweg“ zu lösen, weil man weiß, wer der richtige Ansprechpartner ist. Ich merke das immer wieder bei dem Problem der Zertifizierungen ...

Können Sie uns das etwas genauer erklären?

Selbstverständlich! Produkte, die aus dem Ausland eingeführt werden, müssen in Russland zertifiziert werden. Das gilt für Maschinenteile ebenso wie für Medikamente. Diese Zertifizierungsprozedur wird gerne mit bürokratischem Aufwand in Verbindung gebracht. Da ich auch offizielle Repräsentantin von ROSTEST, zugehörig zu GOSSTANDART, bin, also eine von zwei Ansprechpartnern für die Zertifizierungen in Deutschland, weiß ich, dass es einfacher geht, wenn man die richtigen Leute kennt.

Sie stehen mittlerweile an der Spitze von drei Unternehmen: der Interpont Business Consulting e.K., der Business Center A. Pöttsch & Abels GmbH sowie der Business Travel GmbH, in der Sie gleichberechtigte

Partnerin der Lufthansa sind. Das sieht nicht nach einer 40-Stunden-Woche aus. Wie viele Mitarbeiter haben Sie?

Zunächst war ich allein. Ab 1997 unterstützte mich eine Assistentin. Mittlerweile habe ich insgesamt 17 feste Mitarbeiter, vier davon in Deutschland. Dazu kommen vier freie Mitarbeiter und ein Expertenpool von rund 150 Spezialisten aus den Bereichen Financing, Marketing & Sales und Business-Development, die ich je nach Projekten einsetze. Die 60-Stunden-Woche ist jedoch geblieben, da ich mich nun mehr und mehr auch strategischen Fragen widme, Entwicklungskonzepte schreibe, Finanzierungsgeschäfte betreue.

Konzentriert sich Ihre Tätigkeit auf Moskau?

Ein Schwerpunkt ist natürlich die Hauptstadt, zwei weitere sind Westsibirien und Zentralrussland. Aber im Grunde genommen arbeite ich landesweit.

Wie wichtig ist Moskau als Standort für ausländische Investoren? Ist der Markt dort gewissermaßen gesättigt, sollte der Unternehmer lieber in die Provinz gehen?

Das kommt immer auf sein Produkt oder seine Dienstleistung an und hängt vom Umfang seines geschäftlichen Engagements ab. Wer sich in Russland mit einer oder mehreren Fertigungs- oder Vertriebsstätten ansiedeln will, bei dem empfiehlt sich im Allgemeinen, dass er seine Zentrale in Moskau etabliert und dann die Provinz erschließt. Wer indes eine arbeitsintensive Produktion aufbauen will, der sollte sich in der Provinz umschauen. Dort sind die Arbeitskosten, vor allem Immobilien und Löhne, deutlich niedriger. Moskau liegt bei den Mieten mittlerweile auf oder über westeuropäischem Niveau, und ein qualifizierter Mitarbeiter, zum Beispiel ein Vertriebsmanager, verdient hier leicht 1.500 oder 2.000 US-Dollar. Hinzu kommt, dass in den Regionen Genehmigungen einfacher zu erhalten sind als in Moskau. Denn es ist leichter, einen direkten Draht zur Regionalverwaltung herzustellen.

Gibt es in Russland bestimmte Regionen, die man bevorzugen oder die man meiden sollte?

Nein, alles hängt davon ab, was Sie an Produkten oder Dienstleistungen anbieten können. Ein Hersteller von Kunststoff-Fenstern kann in den Metropolen vielleicht einen gesättigten Markt vorfinden. Dafür hat er möglicherweise in einer Provinzhauptstadt, die ein paar hundert Kilometer von Moskau oder St. Petersburg liegt, hervorragende Absatzchancen. Es gibt im Grunde genommen keine schlechten Regionen – es gibt höchstens das falsche Produkt für die jeweilige Region.

Sie sind gewissermaßen eine Pionierin im Russlandgeschäft. Wie unterscheidet sich die jüngere Generation, die Kommunismus und Planwirtschaft eigentlich nur aus ihren Kindertagen kennt, von den Menschen über 40 oder 45?

Besonders auffällig ist der Unterschied bei Geschäftsverhandlungen. Die Manager, die in den sowjetischen Staatsbetrieben groß wurden, sind im Allgemeinen treue Partner. Aber sie bevorzugen bestimmte Rituale, zum Beispiel opulente Geschäftsessen, um die eigentlichen Verhandlungen einzuleiten und auf eine Basis zu stellen, bei der auch die menschlichen Beziehungen nicht zu kurz kommen. Die neue Generation ist tougher, sozusagen westlicher. Sie kommt gleich zur Sache und ist dabei ebenso hervorragend ausgebildet wie motiviert.

Welchen Rat geben Sie westlichen Firmenchefs, die in Russland investieren wollen?

Zum einen: Achten Sie auf gutes Personal, denn damit steht oder fällt Ihr Unternehmen! Denken Sie daran, dass man qualifizierte Mitarbeiter pflegen muss. Vor allem in den Metropolen sind gute Leute rar und unter Umständen schnell weg. Zweitens: Achten Sie bei Verhandlungen mit Geschäftspartnern auf einen kooperativen Stil, vermeiden Sie eine Von-oben-herab-Haltung! Drittens: Machen Sie sich ein bisschen mit der Geschichte und Kultur Russlands vertraut. Das beweist den Russen das Interesse und den Respekt für ihr Land. Und wenn

Sie dann noch etwas Russisch sprechen, ist dies gewissermaßen das i-Tüpfelchen. Ich wünsche allen Neueinsteigern in den russischen Markt alles Gute.