

Andreas Ritter

**Die
Markterschließung
Russlands für
mittelständische
Fassadenbauer:
Marktanalyse
und
Markteintrittsstrategien**

Andreas Ritter

**Die Markterschließung Russlands für mittelständische Fassadenbauer:
Marktanalyse und Markteintrittsstrategien**

IGEL Verlag

Andreas Ritter

Die Markterschließung Russlands für mittelständische Fassadenbauer:

Marktanalyse und Markteintrittsstrategien

1. Auflage 2009 | ISBN: 978-3-86815-404-7

© IGEL Verlag GmbH, 2009. Alle Rechte vorbehalten.

Dieses eBook wurde nach bestem Wissen und mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt. Im Hinblick auf das Produkthaftungsgesetz weisen Autoren und Verlag darauf hin, dass inhaltliche Fehler und Änderungen nach Drucklegung dennoch nicht auszuschließen sind. Aus diesem Grund übernehmen Verlag und Autoren keine Haftung und Gewährleistung. Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	IV
Anhangverzeichnis	V
Einleitung	1
1. Marktanalyse Russland	2
1.1 Russland im Überblick	2
Geographie	2
1.1.2 Bevölkerung	4
1.1.3 Politisches System	5
1.1.4 Wirtschaft	7
1.2 Gefahren des Marktes	8
1.2.1 Klimatische Besonderheiten	8
1.2.2 Kulturelle Barrieren	9
1.2.3 Korruption und Bürokratie	11
1.2.4 Fachkräftemangel	12
1.2.5 Inflation und Wechselkursrisiko	12
1.2.6 Infrastruktur	13
1.3 Markteintrittsbarrieren	15
1.3.1 Zölle & Gebühren	15
1.3.2 Lizenzierung	17
1.3.3 Zertifizierung	17
1.3.4 Quoten für ausländische Arbeitserlaubnisse	18
1.4 Chancen des Marktes	18
1.4.1 Gutes Investitionsklima	18
1.4.3 Marktvolumen in Russland	22
1.4.4 Geringer Wettbewerb	22
2. Markteintrittsstrategien	24
2.1 Mehrstufiger Markteintritt	24
2.2 Ablaufprozesse eines typischen Fassadenbauers	25
2.2.1 Vertrieb	25
2.2.2 Planung	25
2.2.3 Vorfertigung	26
2.2.4 Zusammenbau	26
2.2.5 Montage	26

2.3	Aluminium/Glas-Fassaden „Made in Germany“.	27
2.3.1	Stufe 1 – Export aus Deutschland	27
2.3.2	Vorteile	27
2.3.3	Nachteile	28
2.4	Aluminium/Glas -Fassaden „Engineered in Germany“	29
2.4.1	Stufe 2 – Fertigung in Russland	29
2.4.2	Vorteile	30
2.4.3	Nachteile	31
2.5	Aluminium/Glas -Fassaden „Made in Russia“	32
2.5.1	Stufe 3 – Komplettleistung in Russland	32
2.5.2	Vorteile	32
2.5.3	Nachteile	33
2.6	Form des Markteintritts	34
2.6.1	Repräsentanz	34
2.6.2	Filiale	35
2.6.3	Joint Venture	35
2.6.4	Unternehmenskauf	36
2.6.5	Tochtergesellschaft	36
3.	Marktbearbeitung	38
3.1	Wahl des Zielmarktes	38
3.1.1	Vorauswahl – Wahrnehmung von zufälligen Chancen	38
3.1.2	Vorteile der ausgewählten Zielmärkte	38
3.2	Standortwahl	40
3.2.1	Einflussfaktoren	40
3.2.2	Auswahl	44
3.3	Unternehmensgründung	45
3.3.1	Rechtsformwahl	45
3.3.2	Gründung einer Tochtergesellschaft / OOO	46
3.3.3	Lizenzierung und Zertifizierung	48
3.4	Einstellen von Mitarbeitern	50
3.4.1	Arbeitsrechtliche Rahmenbedingungen	50
3.4.2	Russische Mitarbeiter	54
3.4.3	Nicht-Russische Mitarbeiter	56
3.5	Buchführung und Steuern	58
3.5.1	Buchführung	58

3.5.2 Gewinnsteuer	59
3.5.3 Umsatzsteuer	59
3.5.4 Einkommensteuer / Lohnsteuer	60
3.5.5 Vermögensteuer	60
3.5.6 Grunderwerbssteuer	60
3.5.7 Vereinfachtes Besteuerungssystem	61
6. Schlussbetrachtung	63
7. Anhang	64
8. Literaturverzeichnis	73

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Jahresklima nach Troll und Pfaffen.....	3
Abb. 2:	Klimazonen nach Neef	4
Abb. 3:	Die Verfassung der Russischen Föderation	5
Abb. 4:	Inflation und Wechselkurs – Russland.....	13
Abb. 5:	Zollabfertigungsgebühren.....	16
Abb. 6:	Durchschnittliche Bruttomonatslöhne in Russland.....	21
Abb. 7:	Mehrstufige Markteintrittsstrategie	24
Abb. 8:	Ablaufprozesse eines typischen Fassadenbauers	25
Abb. 9:	Dynamische Regionen im Bausektor	39
Abb. 10:	Entfernungen Deutschland-Russland	40
Abb. 11:	Übersicht Büromieten in Europa	42
Abb. 12:	Steuervergünstigungen in den SWZ.....	43
Abb. 13:	Regionale Gehaltsunterschiede.....	44
Abb. 14:	Standortpotenzials Moskau/St.-Petersburg	44
Abb. 15:	Gesellschaftsformen in Russland	45
Abb. 16:	Breitragssätze zur Sozialversicherung in Russland.....	53

Anhangverzeichnis

Anhang 1: Politische Gliederung Russlands	64
Anhang 2: Geplante Hochhäuser in Russland	65