

Rusland: Een markt waar u niet omheen kan

Een recent onderzoek van Fenedex en Atradius heeft Rusland aangewezen als belangrijkste exportbestemming buiten de EU voor Nederlandse exporteurs. Rusland is voor 36% van de onderzochte Nederlandse ondernemers een belangrijke exportmarkt. Ook voor 2008 verwachten de ondernemers (14%) dat Rusland de belangrijkste nieuwe exportbestemming zal zijn, gevolgd door de Oekraïne. Maar niet alleen dit onderzoek geeft dit aan. Ook in ons bedrijf - Lighthouse - merken wij dit door het sterk stijgende aantal bedrijven dat bij ons terecht komt voor assistentie bij het starten op de Russische markt, bij het verbeteren van de verkoopcijfers of bij het opzetten van productie of het doen van een acquisitie.

Dit artikel gaat in op de achtergronden van deze opmars van Rusland als exportbestemming, geeft aan waar dit exportpotentieel zit en beschrijft hoe dit potentieel het beste te verwezenlijken is.

Sinds de sterke stijging van de olieprijs is het het olie en gas exporterende Rusland voor de wind gegaan. De inkomsten uit de export van olie en gas dragen ongeveer 30% bij aan het Bruto Binnenlands Product. In de periode van 1999 tot 2007 is het Bruto Binnenlands Product hierdoor met gemiddeld 6.8% per jaar gestegen. De verwachting is dat voor de periode van 2008 tot 2011 deze stijging met rond de 5% per jaar door zal zetten.

Maar niet alleen het land heeft baat bij de hoge olie en gas prijzen; ook de Russische consument heeft gemerkt dat het beter gaat. In dezelfde periode van 1999 tot 2007 is het besteedbaar inkomen van de Rus jaarlijks met ongeveer 10% gestegen. Ook hiervan is het de verwachting dat deze stijging zich in de komende 3 tot 5 jaar door zal zetten.

Rusland heeft met 142 miljoen inwoners de op acht na grootste bevolking ter wereld. Ruim 15% van deze bevolking heeft een koopkracht die gelijk is aan de Nederlandse koopkracht of die zelfs overstijgt. Dat zijn ruim 21 miljoen mensen die hetzelfde of meer te besteden hebben dan de gemiddelde Nederlander. Een groot verschil tussen de Rus en de Nederlander is dat de Rus zo'n 75% van het inkomen consumptief besteedt. Het merendeel van de Russen heeft weinig vaste lasten, heeft geen hypotheek, verzekert zich minimaal en doet niet aan pensioenopbouw. Hierdoor kan bijna 70% van het salaris besteed worden aan consumptie. Doordat bijna al die 21 miljoen mensen in de grote stedelijke gebieden wonen - Moskou, St. Petersburg en de miljoenensteden in de Oeral en Siberië - zijn de effecten van die groei in het Bruto Binnenlands Product en het besteedbaar inkomen meer dan zichtbaar. Eenieder die sinds de negentiger jaren op Rusland reist kan niet anders dan onder de indruk zijn van de ontwikkelingen. Kantoorgebouwen rijzen de grond uit, nieuwe woonwijken in de steden en voorsteden worden gebouwd alsof het een lieve lust is en nieuwe winkelcentra, Ikea's, bioscopen en restaurants worden dagelijks geopend. Deze ontwikkelingen zijn niet alleen in Moskou en St. Petersburg waar te nemen, maar ook in de stedelijke gebieden in de verdere regio's van Rusland. Met zo'n 17 miljoen vierkante kilometer aan landoppervlak en 11 tijdzones moeten de regio's in Rusland zeker niet onderschat worden.

Dit gaat natuurlijk niet zo maar en om aan de stijgende consumptieve vraag en de behoeften van een sterk groeiende economie te kunnen voldoen moet de economie zich in brede zin ontwikkelen. Het zijn dan ook niet alleen de retail, bouw en olie en gas sectoren die zich sterk ontwikkelen. De

Russische economie biedt kansen van zand tot klant in de breedste zin van dit begrip. De landbouw ontwikkelt zich sterk en er is een groeiende vraag naar kennis, zaaigoed en landbouwapparatuur. Ook in de primaire verwerking van dierlijke en plantaardige landbouwproducten zijn er legio mogelijkheden. De gehele Russische voedingsmiddelensector staat onder grote druk om aan de stijgende vraag te voldoen. Men heeft nieuwe en efficiëntere productie en verwerkingstechnologieën en kwalitatieve ingrediënten bitter nodig. De logistiek in Rusland heeft een aanzienlijke achterstand in te halen. Er is daarom een grote behoefte aan innovatief transport en moderne opslagfaciliteiten. Met name aan koel- en vriespakhuisen is een groot gebrek. De kansen op het gebied van verpakkingen en verpakkingapparatuur zijn er eveneens legio. Waar een aantal jaar geleden in de Russische automobielin-dustrie nog hoofdzakelijk Lada's, Volga's en andere Sovjet auto's en vrachtwagens werden geproduceerd zijn nu alle grote internationale automerken met eigen productie aanwezig. Maar ook op de gebieden als de E-commerce, de telecom en de IT zijn de ontwikkelingen bijna niet bij te houden.

In een kort artikel is het een onmogelijke taak om een brede schets te geven van de potentie van de Russische markt. Het is veilig om aan te nemen dat onder de juiste voorwaarden er op de meeste marktgebieden kansen liggen voor Nederlandse ondernemers. Maar wat zijn dan die juiste voorwaarden?

In eerste instantie is het belangrijk om te weten dat er bijna geen marktgebied meer is waar de concurrentie niet actief is. De Nederlandse ondernemer zal dan ook naar Rusland moeten komen met een sterke en duidelijke toegevoegde waarde ten opzichte van

de concurrentie. De tijd dat we met spiegeltjes en kralen naar Rusland konden komen en er met goud weg konden komen is al zeer lang voorbij. Er is een groot kwantitatief marktpotentieel maar de concurrentie is kwalitatief zeer sterk. Om een kans te maken op de Russische markt moet men bereid zijn te investeren in het drukken van bedrijfs- en productinformatie in het Russisch en het verkrijgen van specifiek Russische certificaten. Rusland is ook geen makkelijk land om zaken te doen. De kennis op het gebied van bijvoorbeeld marketing, distributie, logistiek en sales merchandising laat nog te wensen over. Dit is ook niet verwonderlijk in een land waar pas sinds ruim 15 jaar sprake is van een vrije markt. Dit gebrek aan kennis betekent voor de Nederlandse ondernemer dat Rusland een markt is die

meer aandacht en betrokkenheid vraagt dan dat in andere markten het geval is.

Het vinden van de juiste partner is een andere factor die cruciaal is voor het bereiken van succes op de Russische markt. Om te weten of een partner de juiste is is het niet alleen belangrijk om naar het bedrijf zelf te kijken maar is het minstens even belangrijk om te begrijpen of de lokale partner de juiste positie heeft in de waardeketen. Met andere woorden: “komen je producten via de partner terecht in de juiste verkoopkanalen?”

Kortom, Rusland is een markt die zeker de aandacht waard is maar waar een goede voorbereiding, een goed begrip van de markt, de bereidheid om zowel geld als tijd te investeren en samen-

werking met de juiste partner onontbeerlijk zijn om dit potentieel te verzilveren.

Jeroen Ketting is oprichter van het in Moskou gevestigde Lighthouse (www.thelighthousegroup.ru). Lighthouse staat sinds 1999 Westerse bedrijven bij in het zakendoen op de Russische, Oekraïense en Centraal-Aziatische markten.

www.fenedexpress.nl

Rusland