

## **Dr. Kupferschmidt von KSI-CON im Gespräch mit Reinmar Schott:**

### **Reinmar Schott:**

Dr. Kupferschmidt, Sie haben sowohl die MEDICA in Düsseldorf als auch die größte Medizintechnikmesse Russlands, die "ZDRAVOOCHRANENIYE" besucht. Wie waren Ihre Eindrücke im Hinblick auf Ihr Geschäftsfeld, nämlich kleine und mittelständische westeuropäische Unternehmen, die nach China und Osteuropa expandieren wollen, begleitend zu unterstützen?

### **Dr. Kupferschmidt:**

Lassen Sie mich mit China beginnen.

Fast jeder 10. Aussteller in Düsseldorf war ein chinesisches Unternehmen. Das bedeutet: China ist nicht nur als Absatzmarkt interessant, was angesichts des rückläufigen Inlandsgeschäftes von Bedeutung ist. China gewinnt auch als Konkurrent für deutsche und westeuropäische Medizintechnikunternehmen zunehmend an Gewicht. Daraus ergibt sich auch die Möglichkeit, chinesische Unternehmen als Lieferanten für kostengünstige Zulieferungen lohnintensiver Komponenten zu nutzen.

### **Reinmar Schott:**

Wie könnten diese kostengünstigen Zulieferungen aus China aussehen? Viele kleine und mittelständische Unternehmen haben zweifelsohne den Bedarf, aber kaum die Möglichkeiten.

### **Dr. Kupferschmidt:**

Ich möchte ein Beispiel anführen: Unser Klient ein kleines, aber international bekanntes deutsches Medizintechnikunternehmen bezieht aus China Gusskomponenten in guter Qualität und erreichte damit bei entsprechenden Stückzahlen nachhaltige Kostensenkungen. KSI-CON unterhält gute Beziehungen zu zahlreichen Zulieferunternehmen in China, die in hoher Qualität, termingerecht und servicefreundlich arbeiten. Unsere Dienstleistungen können sich auch kleine Unternehmen leisten.

### **Reinmar Schott:**

Wenn ein Medizintechnikunternehmen nach China exportieren möchte, was würden Sie raten?

### **Dr. Kupferschmidt:**

Ich höre immer wieder, dass die Geschäftsführung sich chinesischer Kontakte bedient, die sie irgendwo zufällig über Bekannte, Freunde oder Kollegen kennen gelernt haben. Das geht in den seltensten Fällen gut. Ich empfehle unbedingt die Einschaltung von Spezialisten oder spezialisierten Unternehmen mit entsprechender Fachexpertise und Präsenz vor Ort. Die möglicherweise dabei entstehenden Kosten werden zweifelsohne durch die Ergebnisse gerechtfertigt.

### **Reinmar Schott:**

Wie sollte der Job der Spezialisten aussehen?

### **Dr. Kupferschmidt:**

Zunächst sollte geprüft werden, ob das Produkt überhaupt in China verkauft werden kann. Überlegungen solcher Art, wonach jeder 10. oder 100. Chinese mein Produkt kaufen könnte, was gleichbedeutend wäre mit einem riesigen Markt, sind "Milchmädchenrechnungen" und keine Entscheidungsgrundlage. KSI-CON bietet in solchen Fällen eine kleine kostenlose Voranalyse an und erst wenn wir zu gesicherten Erkenntnissen kommen, dass das Produkt in China eine Chance hat, wird ein entsprechendes Projekt gestartet. Ein nicht zu unterschätzendes Risiko bleibt ohnehin.

### **Reinmar Schott:**

Empfehlen Sie eine Marktanalyse?

**Dr. Kupferschmidt:**

Unbedingt. Sie wird zwar von einigen Unternehmen mit Hinweis darauf abgelehnt, dass sie unnötig sei; schließlich wolle man ja "nur" geeignete Distributoren finden und wissen, wie man den Markteintritt am effektivsten gestalten kann. Wir halten eine Marktanalyse für zwingend notwendig. Sie gibt Aufschluss über die Marktsituation, Chancen und Risiken, nationale und internationale Anbieter, Wettbewerber, Preisgestaltung, Bedeutung und Organisation von Ausschreibungen, Registrierung usw. Auf sie zu verzichten, halten wir nicht für empfehlenswert. Es kann teuer werden, wenn man im Vorfeld auf solch eine Marktanalyse verzichtet.

**Reinmar Schott:**

Wie findet man vor Ort den richtigen Distributor?

**Dr. Kupferschmidt:**

Wie ich schon sagte, auf keinen Fall alleine. Auch sollte man auf zufällige Messebekanntschaften nicht seine Strategie aufbauen. In der Regel bieten die Unternehmensberatungen, die Marktanalysen erstellen, auch begleitende Unterstützung bei der Umsetzung an. Ist man mit der Analyse zufrieden, sollte ein Unternehmen den Weg mit der Unternehmensberatung fortsetzen.

**Reinmar Schott:**

Nun gibt es ja eine Vielzahl von Unternehmensberatungen. Wie erkennt man, ob eine Unternehmensberatung die Richtige ist?

**Dr. Kupferschmidt:**

Die Beratung sollte auf das Fachgebiet spezialisiert sein. Des Weiteren sollte die Consulting-Firma eine Präsenz vor Ort haben. Last but not least, sind entsprechende Referenzen auch ein notwendiges Entscheidungskriterium.

**Reinmar Schott:**

Wenden wir uns Russland zu. Welche Erfahrungen konnten Sie auf der "ZDRAVOOCHRANENIYE" in Moskau machen?

**Dr. Kupferschmidt:**

Die "ZDRAVOOCHRANENIYE" ist Russlands größte Medizintechnikmesse, die jedes Jahr im Anschluss an die Medica in Moskau stattfindet.

Russland wird für Medizintechnikunternehmen aus Deutschland und Westeuropa, aber auch für asiatische Unternehmen ein immer interessanterer Markt. Die Zahl der russischen Unternehmen, die hochqualitative westliche Medizintechnik importiert, wächst ständig.

**Reinmar Schott:**

Arbeitet Ihr Unternehmen mit russischen Medizintechnikunternehmen bzw. Importeuren zusammen? Welchen Eindruck haben Sie von den Unternehmen?

**Dr. Kupferschmidt:**

Ja, es gibt zahlreiche Kontakte und Verbindungen, auch persönliche Freundschaften. Wir haben es in der heutigen Medizintechnik-Landschaft mit einem Großteil von hoch qualifizierten und motivierten Unternehmen und Mitarbeitern zu tun, die einen erstklassigen Job leisten und für ihre westlichen Auftraggeber Medizintechnik in Russland verkaufen.

**Reinmar Schott:**

Sie haben 6 Jahre in Russland studiert, waren anschließend noch viele Jahre für deutsche und westeuropäische Unternehmen vor Ort tätig, d.h. Sie kennen die dortigen Verhältnisse. Worauf legt die russische Seite Wert?

**Dr. Kupferschmidt:**

Auf hohe Qualität zu einem fairen Preis-Leistungs-Verhältnis gepaart mit einem ausgebauten und zuverlässigen Servicenetz. Die menschliche Komponente besitzt in Russland ein nicht zu unterschätzendes Gewicht. Dabei geht es weniger um das Wodka-Trinken, sondern um den fairen Umgang miteinander, den gegenseitigen Respekt und das Erfüllen von Abmachungen.

Wer heute mit Russland Geschäfte machen will, muss versuchen, seine Partner zu verstehen und er muss sie mögen. Derjenige, der die Sprache spricht, ist immer "einer von ihnen".

**Reinmar Schott:**

Ich bedanke mich für das Gespräch.

**Kontakt:**

KSI-CON  
Kupferschmidt International Consulting  
Dr. Thomas Kupferschmidt  
Siverstorpstraße 21 A  
13125 Berlin

Tel: (030) 943 97 264  
Fax: (030) 943 97 264  
Mobil: 0162 40 68 409  
E-Mail: [info@ksi-con.com](mailto:info@ksi-con.com)  
Web: [www.ksi-con.com](http://www.ksi-con.com)