

**Messebericht zur**  
**MITEX - Moskauer Internationale Werkzeugmesse**  
**Moskau, 8. bis 11.11.2011**

Fabian Nemitz  
Manager  
Bereich Osteuropa

Germany Trade and Invest  
Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing

Villemombler Straße 76  
53123 Bonn

T. +49 (0)228-24993-291  
F. +49 (0)228 24993-212  
fabian.nemitz@gtai.de

## 1. Allgemeines zur MITEX

Die dreizehnte Auflage der Werkzeugmesse MITEX fand von 8. bis 11.11.2011 auf dem Messegelände Expocentr in Moskau statt. Die Veranstaltung wird in jährlichem Turnus im Herbst durchgeführt. Organisiert wurde die Messe von der in Wien ansässigen Firma Euroexpo Exhibitions & Congress Development GmbH. Die nächste Ausgabe der MITEX ist für den 6. bis 9.11.2012 vorgesehen.

Seit die ebenfalls auf den Werkzeug-Bereich spezialisierte Messe INTERTOOL im Jahr 2009 zum letzten Mal in Moskau ausgerichtet wurde, ist die MITEX die einzige internationale Messe für die Hartwaren- und Werkzeugindustrie in Russland. Die MITEX zieht Fachbesucher aus ganz Russland sowie zum Teil auch aus den anderen Republiken der Gemeinschaft Unabhängiger Staaten (GUS) an. In den vergangenen Jahren hat sich die MITEX positiv entwickelt, was die Zahl der Besucher, Aussteller und auch die Qualität der Messe angeht.

Das Messegelände Expocentr befindet sich im Zentrum Moskaus, in unmittelbarer Nähe des sich zum Teil noch in Bau befindlichen neuen Stadtviertels Moskva City. Die MITEX belegte die Hallen 1 bis 5 in Pavillon 2. Dabei befinden sich die Hallen 1 bis 3 im 1. Obergeschoss, der modernen Haupthalle mit hohen Decken. Die Hallen 4 und 5 sind im Erdgeschoss untergebracht.

Die Messe wurde von verschiedenen Workshops begleitet. Diese fanden in einem Konferenzsaal statt und wurden größtenteils von Unternehmen organisiert. Themen waren u.a.: "Minimization of commercial risks due to long-period delivery of goods" (Veranstalter: Unternehmen Omega Group), "Russian Power Tools & Small Machinery Market, Situation and Perspectives" (Veranstalter: russischer Werkzeugverband RATPE). Außerdem hatten die Aussteller die Möglichkeit, in einer eigenen "Präsentationszone" ihre Produkte vorzuführen.

Laut Angaben der Messe-Auditgesellschaft RussCom IT Systems belief sich die Zahl der Besucher der MITEX 2011 auf 10.381 Personen (einmalige Besuche: 6.665; wiederholte Besuche: 3.716). Der überwiegende Teil der Besucher kam aus Russland (94%). Der Anteil der Fachbesucher lag laut Angaben der Auditgesellschaft bei 95%.

Nach Angaben der Auditgesellschaft stand den Ausstellern eine Bruttofläche von 22.433 qm zur Verfügung. Innerhalb der Hallen wurde eine Fläche von 9.260 qm belegt (netto). Dabei entfielen 5.490 qm auf russische Firmen, 3.770 qm auf ausländische. Außerhalb der Hallen wurden 373 qm von Ausstellern belegt. Für Präsentationen standen 108 qm zur Verfügung.

Um zur MITEX eingelassen zu werden, mussten sich die Besucher registrieren. Erfolgte die Registrierung vorab online, war der Besuch kostenlos, ansonsten betrug der Preis für die Registrierung 300 Rubel. Die Besucher waren mit entsprechenden Badges ausgestattet.

Die MITEX öffnete an allen vier Messetagen um 10.00 Uhr ihre Pforten. Von Dienstag bis Donnerstag endete sie um 18.00 Uhr; am Freitag, dem letzten Messetag, bereits um 16.00 Uhr. Es gab keine Trennung in Fachbesucher- und Publikumstage. Am größten war der Besucherandrang am Mittwoch und Donnerstag - dem zweiten und dritten Messetag. Am Freitag begannen einzelne Aussteller bereits einige Stunden vor Veranstaltungsende mit dem Abbau der Messestände.

Parallel zur MITEX fanden in dem Zeitraum 8. bis 11.11.2011 vier weitere Messen auf dem Messegelände Expocentr statt. Neben der INTERLIGHT MOSCOW (Beleuchtung, ebenfalls mit vom Bund geförderten deutschem Gemeinschaftsstand) waren dies die HI-TECH BUILDING (Bautechnik, Baumaschinen, Innenausbau), ISR Integrated Systems Russia (Unterhaltungselektronik, Rundfunk- und Fernsehtechnik) und Cryogen-Expo (Sanitärwirtschaft, Wärme, Kälte, Klima).

## **2. Aussteller der MITEX**

### **2.1 Aussteller des Gastlandes**

Nach Angaben der Auditgesellschaft waren auf der MITEX 2011 insgesamt 431 Aussteller vertreten. Davon kamen 172 aus Russland, 259 aus dem Ausland. Eine exakte Unterscheidung zwischen russischen und ausländischen Ausstellerfirmen ist jedoch

nicht möglich, da auch ausländische Hersteller mit Niederlassungen in Russland zum Teil als russische Firmen gezählt werden. Generell gibt es nur noch sehr wenige Unternehmen in Russland, die selbst beispielsweise Elektrowerkzeuge herstellen. Die meisten russischen Unternehmen importieren diese Produkte aus der VR China und vertreiben sie unter eigenem Namen.

Bei den russischen Firmen handelte es sich zum Teil um Herstellerfirmen, zum Teil um Vertriebsunternehmen. Es war keine größere Präsenz staatlicher Firmen festzustellen.

Das Gastland Russland präsentierte sich mit einzelnen Firmenständen. Es gab keinen Gemeinschaftsstand. Präsentationen staatlicher Institutionen gab es nicht, abgesehen von einer Konferenz des Verbandes RATPE.

Das Niveau der meisten Messestände des Gastlandes war hoch. Insbesondere trifft dies auf die Stände der großen Unternehmen der Branche zu. Kleinere Herstellerfirmen und Vertriebshäuser hatten einfacher gestaltete Stände.

## **2.2 Sonstige Aussteller**

Nach Angaben der Auditgesellschaft nahmen 259 ausländische Aussteller aus 16 Ländern mit eigenem Stand teil. Die ausländischen Firmen waren zum großen Teil als Direktaussteller angereist. Bei den Großen der Branche war die jeweilige Niederlassung auf der Messe präsent und firmierte damit als inländischer Aussteller. Die führenden Firmen der Branche waren auf der Messe vertreten.

Eine offizielle Beteiligung gab es nur aus Deutschland. Daneben hatte sich eine Reihe von Firmen aus Taiwan in einem gemeinsamen Pavillon zusammengeschlossen, aber ohne offizielle Beteiligung.

Die mit Abstand größte Zahl der ausländischen Firmen kam aus der VR China (laut Angaben des Messeveranstalters: 196 Firmen). Der Großteil dieser Unternehmen war in den Hallen 4 und 5 im Erdgeschoss untergebracht, und damit räumlich getrennt von den anderen Ausstellerfirmen im attraktiveren Obergeschoss. In den Hallen 4 und 5

waren nur Firmen aus der VR China untergebracht. Die meisten der dortigen Messestände waren vergleichsweise klein und einfach gestaltet. Der Besucherandrang in diesen Hallen war geringer als im 1. Obergeschoss.

Stark vertreten waren auch Aussteller aus Taiwan (22, Angabe des Veranstalters). Aus Deutschland waren 16 Firmen angereist.

Besondere Schwerpunkte im Warenangebot der einzelnen Länder ließen sich nicht feststellen. Zum einen, weil die Ausstellerzahl einiger Nationen sehr niedrig ist. Zum anderen stellten die Unternehmen aus den am stärksten vertretenen Ländern (VR China, Taiwan, Deutschland) Produkte der gesamten Werkzeugpalette aus (Elektrowerkzeuge, Handwerkzeuge etc.).

### **3. Deutsche Beteiligung**

#### **3.1 Allgemeines**

Deutschland beteiligte sich zum ersten Mal mit einem eigenen, vom Bund geförderten Pavillon auf der MITEX. Über die deutsche Teilnahme hat der Veranstalter im Vorfeld der Messe auf der Internetseite ([www.mitexpo.com](http://www.mitexpo.com)) informiert. Insgesamt beteiligten sich elf deutsche Unternehmen sowie der Fachverband Werkzeugindustrie e.V. an dem Gemeinschaftsstand.

Nach der VR China mit einem Anteil von 17,0% war Deutschland 2010 mit 11,7% das zweitwichtigste Lieferland der Russischen Föderation - vor der Ukraine, den USA und Japan. Weltweit rangierte Russland 2010 an 13. Stelle unter den wichtigsten deutschen Exportmärkten. Umgekehrt ist Russland für Deutschland das zehntwichtigste Lieferland mit einem Importanteil von 4,0%.

In Bezug auf die deutsche Werkzeugindustrie ist Russland nach Angaben des Fachverbandes Werkzeugindustrie e.V. (FWI) der weltweit achtwichtigste Exportmarkt - nach den USA, Frankreich, Österreich, den Niederlanden, Italien, der Schweiz und der VR China. Russland kommt auf einen Anteil von 4,2% bei den Ausfuhren. Bezogen die ge-

samte Werkzeugausfuhr, die 2010 laut FWI bei 3,8 Mrd. Euro lag, entspricht dies deutschen Lieferungen im Wert von rund 130 Mio. Euro nach Russland.

Russland profitiert von den wieder gestiegenen Preisen für seine Hauptexportgüter (Erdöl und Erdölprodukte, Erdgas, Metalle). Die Prognosen für das reale Wachstum des Bruttoinlandsprodukts für die kommenden Jahre liegen bei rund 4%. Der Nachholbedarf in der Wirtschaft ist weiterhin groß. Die Regierung verfolgt umfassende Programme zur Modernisierung der Wirtschaft. Deutsche Unternehmen finden in Russland viele Geschäftschancen. Diese positiven Aussichten und der große russische Binnenmarkt hatten eine große Auswirkung auf das Teilnahmeinteresse der deutschen Firmen. Hinzu kommt der gute Ruf, den Produkte "made in Germany" in Russland haben.

### **3.2 Standgestaltung**

Die deutsche Beteiligung war sehr günstig platziert. Der Informationsstand lag direkt am Eingang in die zentral gelegene Halle 2. Die Stände der Teilnehmerfirmen waren um diesen Stand herum platziert. Der äußere Eindruck war positiv. Der Pavillon machte einen geschlossenen Eindruck. Um die Teilnehmerstände verlief ein Band mit der Aufschrift "made in Germany". Der gemeinsame Stand war termingerecht fertiggestellt. Ausgestattet war der Stand mit einem PC mit Internetanschluss, einem Drucker, einem Kopier- und Faxgerät sowie mit einer Küche. Die Teilnehmer des Pavillons konnten auf diese Infrastruktur zurückgreifen. Außerdem konnten sie sich über WLAN in das Internet einloggen. Gerade der Internetanschluss hat sich bei der Beantwortung der Fragen der Auskunftsuchenden als hilfreich erwiesen. Informationsmaterial war in ausreichendem Maß vorhanden. So waren u.a. vorrätig eine Informationsbroschüre des AUMA zu Fachmessen in Deutschland in russischer Sprache, ein Flyer mit Informationen (englisch/russisch) zu den Teilnehmerfirmen des deutschen Pavillons sowie ein Business-Handbuch zu den deutsch-russischen Wirtschaftsbeziehungen. Zudem lagen verschiedene Werbegeschenke im Corporate Design der Bundesregierung zur Mitnahme bereit.

Stände mit Ausstellerfirmen aus Deutschland befanden sich in den Hallen 1 und 2. Deutsche Firmen waren also auch außerhalb des Gemeinschaftsstandes auf der Messe vertreten. Hierzu zählten u.a. die Branchengrößen wie z.B. Bosch und Kärcher. Ein Grund, weshalb einige deutsche Firmen sich nicht am deutschen Gemeinschaftsstand

beteiligten, war, dass sie - v.a. die Branchengrößen - in Russland bereits etabliert sind, und von daher weniger auf die Unterstützung des Gemeinschaftsstandes angewiesen sind. Anderen deutschen Ausstellern war die auf dem Gemeinschaftsstand angebotene Fläche zu klein. Einige Firmen bekundeten ihr Interesse an der Teilnahme am Gemeinschaftsstand, sollte dieser auf der kommenden Ausgabe der Messe wieder vertreten sein.

Neben dem deutschen Pavillon gab es einen gemeinsamen Pavillon von Unternehmen aus Taiwan. Dieser hatte jedoch keinen offiziellen Informationsstand. Von der Größe her waren die beiden Pavillons vergleichbar.

Es gab einen weiteren, privat organisierten gemeinsamen Stand deutscher Unternehmen. Dabei handelte es sich um den Stand "German Tools". Unter dieser Marke hat sich eine Reihe deutscher Unternehmen in Russland zusammengeschlossen, die ihre Produkte gemeinsam vertreiben (Knipex, Wera, Rennsteig, Bessey, Heyco, Exact, Parat, Picard) und mit dem Label "made in Germany" werben.

Der Informationsstand war vor allem an den ersten drei Tagen der Messe gut besucht. Dabei handelte es sich jedoch zu einem großen Teil um allgemeines Besucherpublikum, um Anbieter von Serviceleistungen (Übersetzerbüros, Logistikdienstleister). Interesse bestand auch an Fachmessen in Deutschland, z.B. der Internationalen Eisenwarenmesse in Köln. Fachanfragen gab es weniger. Die meisten Fachbesucher und Händler steuerten direkt die Stände der Unternehmen des Gemeinschaftsstandes an.

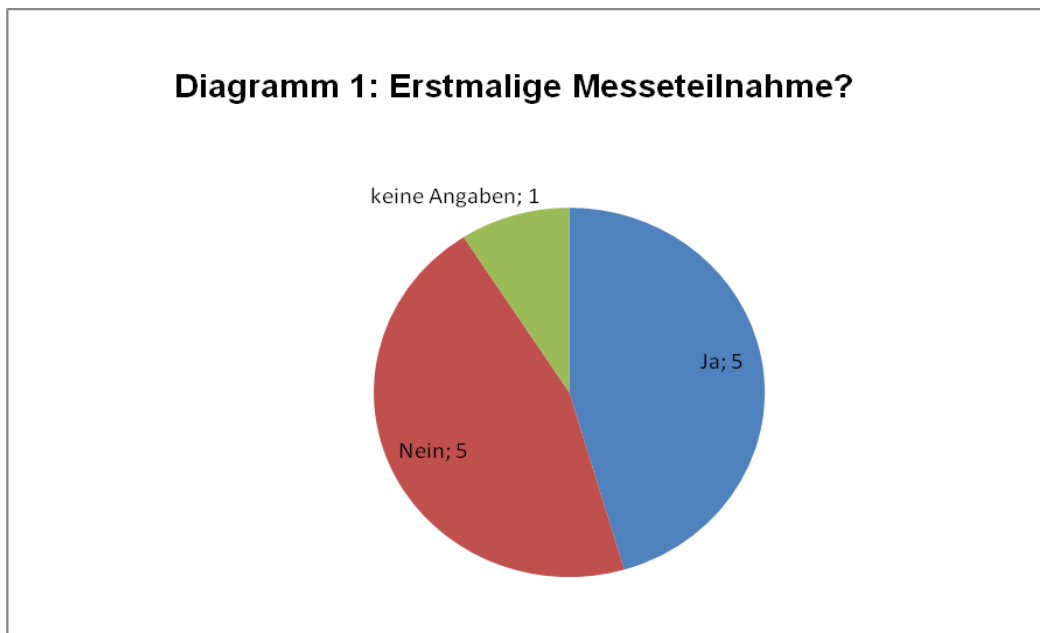
Am Abend des zweiten Messtages fand ein Empfang in der deutschen Botschaft statt. Dabei nahmen auch die Teilnehmer des deutschen Gemeinschaftsstandes der Messe INTERLIGHT teil. Dies bot den Firmen, die Möglichkeit zum Austausch untereinander und mit Mitarbeitern der Wirtschaftsabteilung der Botschaft.

Für die Einrichtung und Betreuung des deutschen Gemeinschaftsstandes war die Durchführungsgesellschaft Balland Messe GmbH verantwortlich. Vertreten wurde sie durch Herrn Marius Juschka. Herr Juschka sorgte durch sein Engagement und optimale Betreuung für einen reibungslosen Ablauf des gesamten Messegeschäfts. Bei Beginn

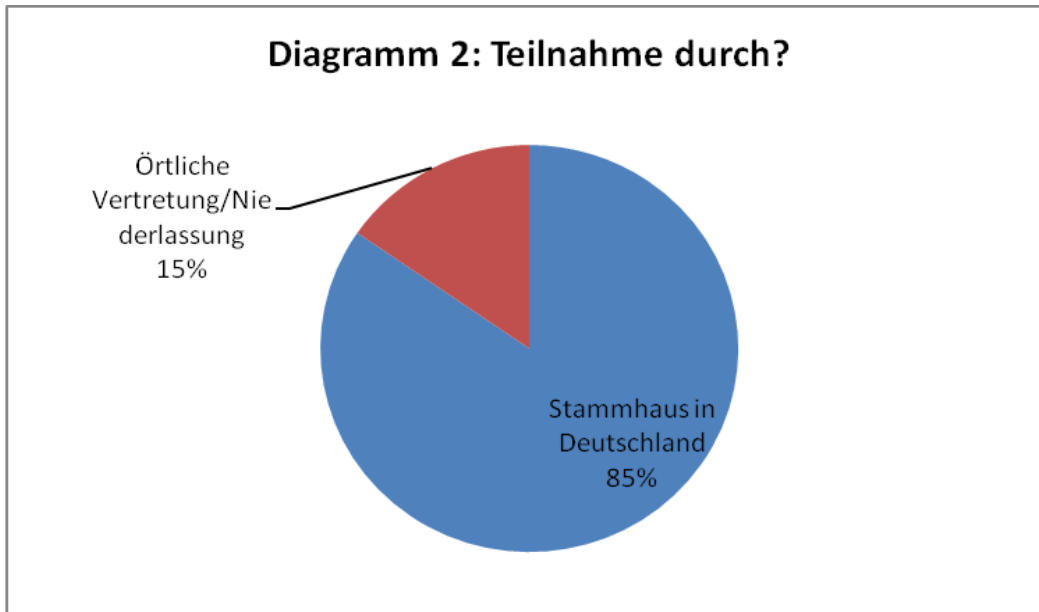
der Messe fanden die Unternehmen einen optisch ansprechenden Gemeinschaftsstand und eine sehr gut funktionierende Infrastruktur vor.

#### 4. Auswertung der Fragebögen

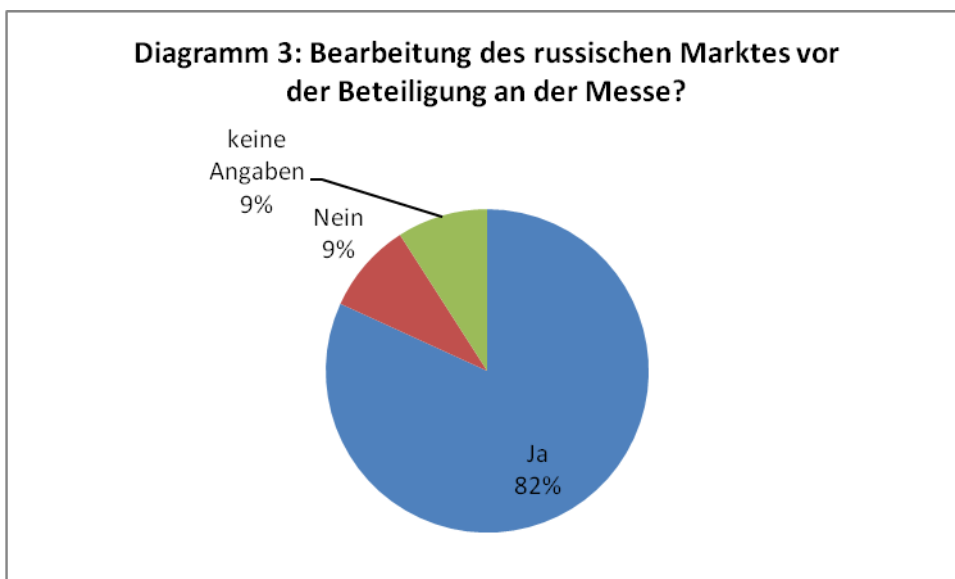
An der Ausstellerbefragung nahmen elf der zwölf Ausstellerfirmen teil. Die eine Hälfte der Unternehmen beteiligte sich zum ersten Mal an der MITEX, die andere Hälfte kannte die Messe bereits von vorherigen Besuchen/Beteiligungen.



Der Großteil der Firmen des Gemeinschaftsstandes war durch das Stammhaus in Deutschland auf der Messe vertreten (85%).



Die meisten Firmen des Gemeinschaftsstandes kannten den russischen Markt bereits vor Beteiligung an der Messe.



Die Erreichung der gesteckten Ziele verdeutlicht folgendes Diagramm (Diagramm 4). Demnach haben zwei Firmen das Ziel "**Vertragsabschlüsse/Auftragserteilung**" teilweise erreicht; vier Unternehmen hatten keinen Erfolg hierbei. Allerdings gehörten für sechs Firmen der Abschluss von Verträgen und die Erteilung von Aufträgen nicht zu den gesteckten Zielen.

Ein häufig genanntes Ziel war die "**Marktbeobachtung**". Dieses Ziel haben drei Firmen erreicht; für sieben Firmen gilt dies teilweise.

Ein Unternehmen schätzt, dass ihm die "**Einführung von Produkten/Leistungen**" auf dem russischen Markt gelungen ist. Für fünf Firmen gilt dies teilweise, ein Unternehmen hatte keinen Erfolg hierbei. Für drei Teilnehmer war die Einführung von Produkten kein erklärtes Ziel.

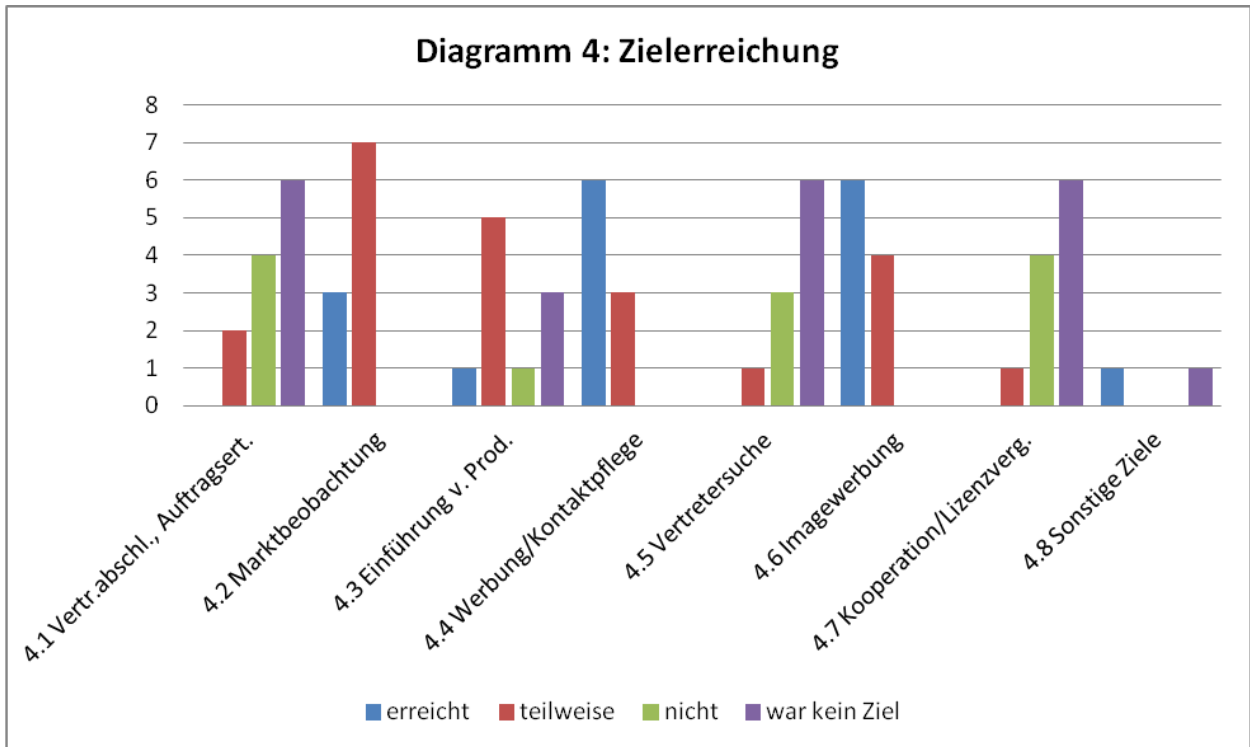
Wichtiger war die Messe hingegen für die "**Werbung/Kontaktpflege**". Für neun von elf Firmen war dies ein erklärtes Ziel, das mit Erfolg (sechs Nennungen) bzw. mit teilweisem Erfolg (drei Nennungen) erreicht wurde.

Weniger Bedeutung hatte für die meisten Teilnehmer die "**Vertretersuche**". Für sechs Unternehmen war diese Suche kein Ziel. Die Mehrzahl der Unternehmen, die u.a. zu diesem Zweck auf die Messe gereist waren, hatte keinen (drei Nennungen) bzw. nur teilweise Erfolg (eine Nennung).

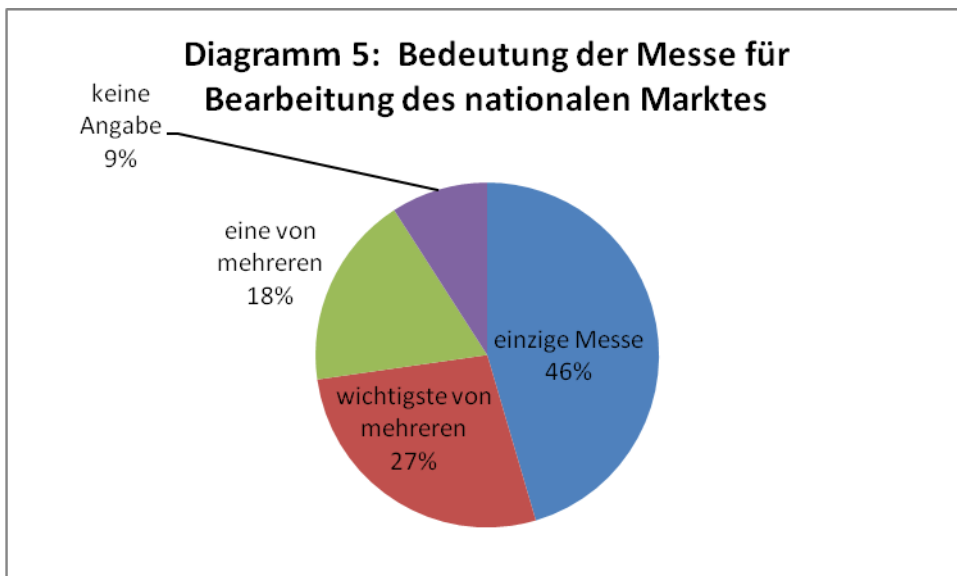
Ein weiteres wichtiges Ziel der Messebeteiligung war für die meisten Unternehmen "**Imagewerbung**". In dieser Hinsicht wurden die Erwartungen der meisten Firmen erfüllt (sechs Nennungen) bzw. teilweise erfüllt (vier Nennungen).

"**Kooperation/Lizenzvergabe**" war für die meisten Firmen kein erklärtes Ziel (sechs Nennungen). Bei denjenigen Unternehmen, die mit diesem Ziel auf die Messe gereist waren, wurden die Erwartungen zum größten Teil nicht erfüllt (vier Nennungen), bei einem Unternehmen teilweise.

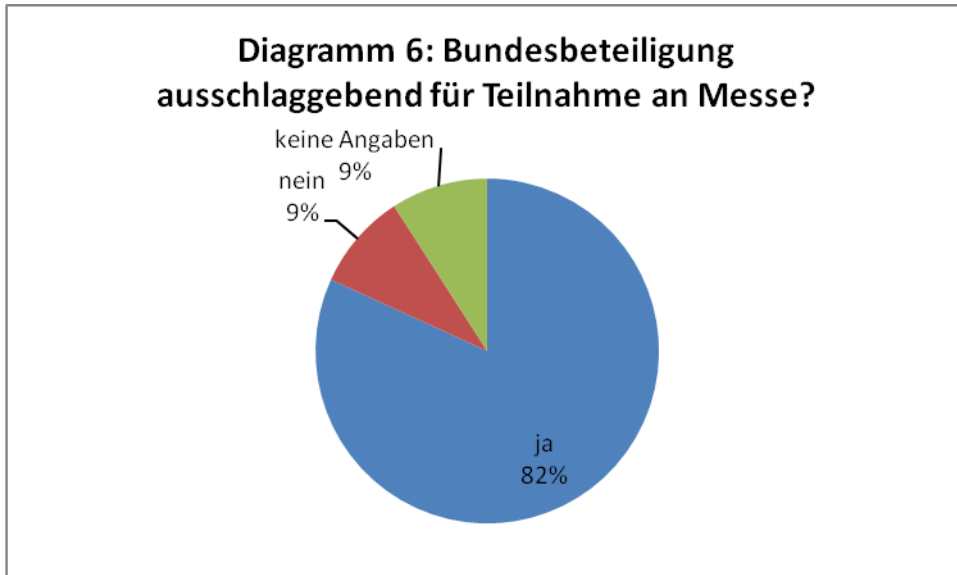
Ein Unternehmen nannte als "**Sonstiges Ziel**" die Akquise von Kunden, die erfolgreich verlaufen ist.



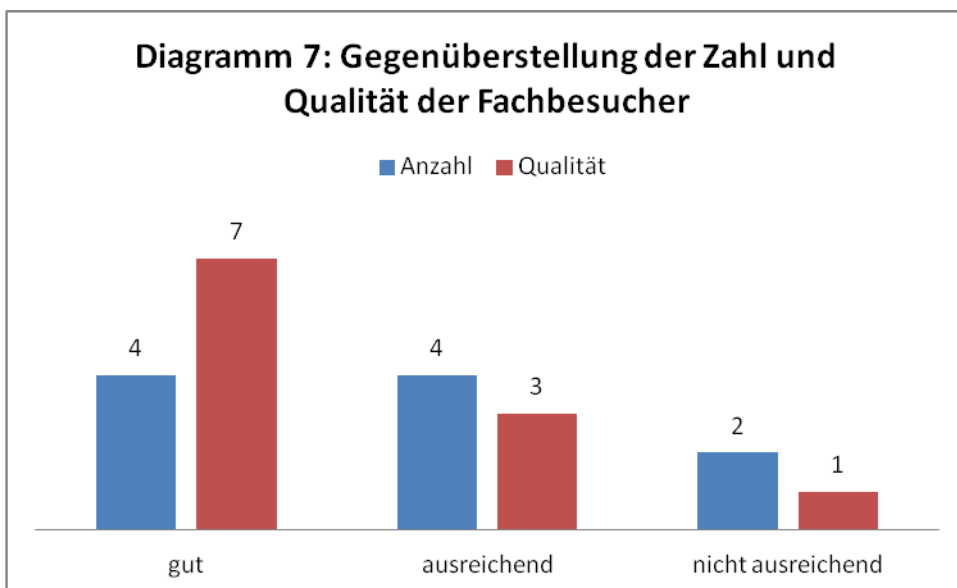
Der Messe MITEX kommt für die Teilnehmer der Bundesbeteiligung eine wichtige Rolle für die Bearbeitung des russischen Marktes zu. Für rund drei Viertel der befragten Unternehmen ist sie die einzige oder wichtigste derartige Messe in Russland.



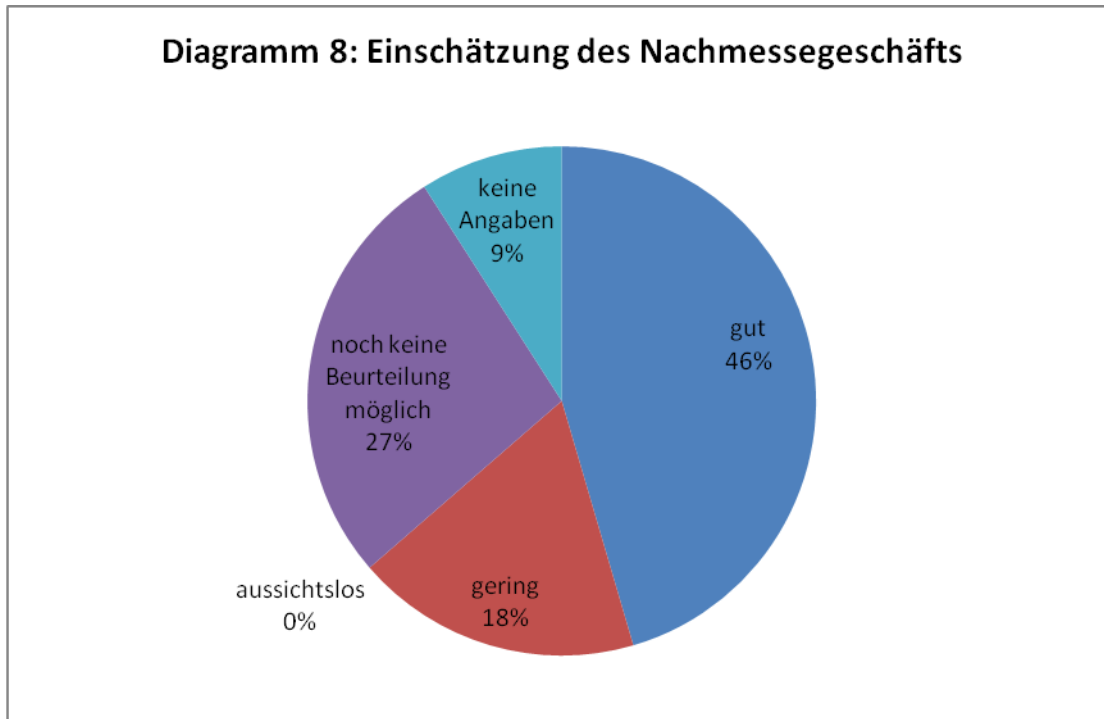
Ohne die Bundesbeteiligung hätten sich 82% der Unternehmen nicht an der MITEX beteiligt.



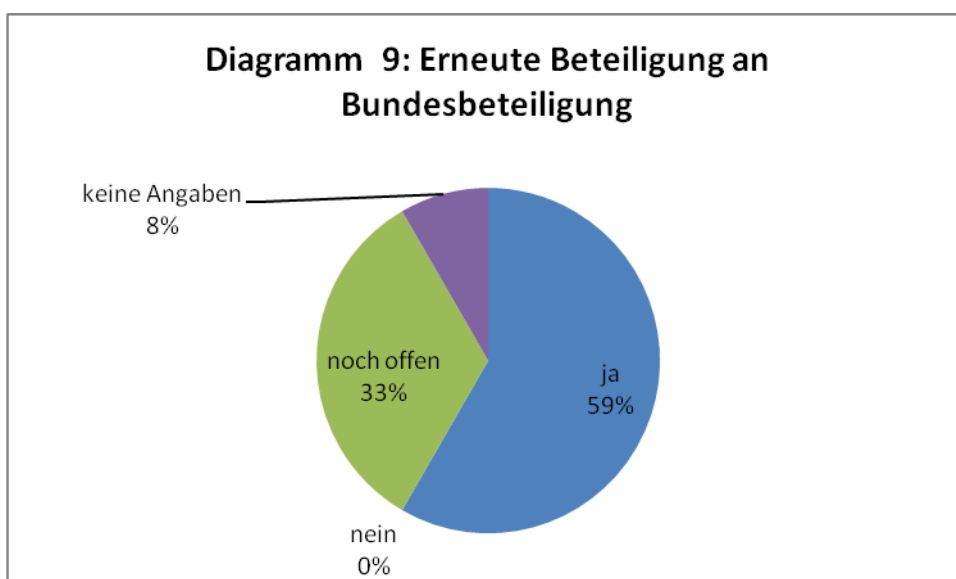
Die Anzahl und Qualität der Fachbesucher wurde von der Mehrzahl der Firmen positiv beurteilt. Dabei waren die Unternehmen mit der Qualität der Fachbesucher stärker zufrieden als mit der Anzahl.



Was die Aussichten für das Nachmessegeschäft betrifft, konnten drei Aussteller noch keine abschließenden Angaben machen. Fünf Firmen bewerteten die entsprechenden Möglichkeiten als "gut", drei als "gering".



Die überwiegende Zahl der Aussteller würde erneut mit einer Bundesbeteiligung zur MITEX fahren (sieben Nennungen). Vier Firmen können hierzu noch kein abschließendes Urteil geben. Eine erneute Teilnahme schließt kein Unternehmen aus.



Mit der Organisation der Veranstaltung und der Messe insgesamt waren die meisten Aussteller zufrieden. Kritikpunkte wurden kaum genannt. Kritisch wurde von einem Aussteller angemerkt, dass es im Vorfeld der Messe kaum Werbung für die Veranstaltung gegeben habe. Als zu kompliziert nannte diese Firma außerdem die Bestückung des Messestandes mit Ausstellungsstücken und den Zugang zur Messe beim Aufbau. Ein anderer Aussteller regte an, die Messe besser im Frühling statt im Herbst auszurichten.

Mit der Durchführung der Bundesbeteiligung und dem gebotenen Service waren die Aussteller durchweg zufrieden. Ausdrücklich gelobt wurden die gute Platzierung des Gemeinschaftsstandes, das einladende Design, der gute Service, die Freundlichkeit der Organisatoren des Gemeinschaftsstandes und die Möglichkeit, WLAN zu nutzen. Ein Aussteller hätte sich für den eigenen Stand eine Platzierung am Eck des Pavillons gewünscht, eine andere Firma das Weglassen der Trennwände. Letzteres war jedoch aus Gründen der Statik nicht möglich.

## **5. Fazit**

Die deutsche Teilnahme in Form eines Gemeinschaftsstandes kann als erfolgreich bezeichnet werden. Deutsche Unternehmen und ihre Produkte genießen in Russland einen ausgezeichneten Ruf. Sie stehen für Zuverlässigkeit und hohe Qualität. Bei den Teilnehmerunternehmen handelte es sich zumeist um kleine Firmen. Ohne das gemeinsame Dach des "German Pavilion" hätten die meisten die Reise nach Moskau nicht angetreten. Der Gemeinschaftsstand bot diesen Firmen die notwendige Infrastruktur. Die gemeinsame Plattform und das geschlossene Bild des Pavillons verstärkten den Auftritt der Unternehmen, deren Wirkung, wären sie nur mit ihrem eigenen Stand vertreten gewesen, wesentlich kleiner ausgefallen wäre. Die meisten Firmen werten die Teilnahmen an der MITEX als positiv und würden sich erneut an der Messe beteiligen. Für die MITEX 2012 kann eine erneute Gemeinschaftsbeteiligung nur befürwortet werden.

Bonn, 12. Dezember 2011

gez. Fabian Nemitz