

Blick über den Zaun

Russland – die große Herausforderung

Die russische Wirtschaft ist in den letzten zehn Jahren rasant gewachsen. Auch im Jahr 2010 behauptete Russland seine Spitzenposition in der CEE Region (Central and Eastern Europe) und viele Unternehmen haben in den letzten Monaten 2010 starke oder sogar sehr starke Ergebnisse erzielen können, insbesondere im Bereich Consumer Products.

Aber auch im Bereich B2B waren die Erträge positiv, bedingt durch steigende Exportzahlen, Investitionen und Industrieproduktionen. Einige Unternehmen hatten gegen Jahresende sogar Kapazitätsprobleme, die hohe Nachfrage zu bewältigen. Damit ist es nicht überraschend, dass nach dem starken Geschäft vor Weihnachten und der Urlaubszeit im Januar nun ein wenig Ernüchterung Anfang 2011 eingetreten ist.

Man kann jedoch davon ausgehen, dass sich im Jahr 2011 wie schon 2010 nach einem verhaltenen Start zum Jahresanfang ein gutes erstes Halbjahr anschließen wird und die Wirtschaft zum Jahresende sich stark entwickeln wird. 2011 dann voraussichtlich ohne die Dürreperiode, die sich im Jahr 2010 negativ ausgewirkt hat.

Verhalten positive Aussichten

Auch wenn die Inflation noch immer hoch ist, im Februar lag diese bei 9,5 %, wird für 2011 ein Anstieg der Reallöhne und damit dem verfügbaren Einkommen von rund 4 % erwartet, was dem Wachstum im Jahr 2010 entspricht. Die Inflationsrate dürfte 2011 bei 8 % liegen. Die Arbeitslosenquote lag im Januar 2011 bei rund 7,6 % und könnte im Verlauf des Jahres bis auf 7,2 % sinken. Das Bruttoinlandsprodukt wird 2011 voraussichtlich um 4,8 % wachsen und damit stärker als 2010 (4,0 %). Der russische Rubel wird sich im Vergleich zum Euro stabilisieren, der Kurs zum Jahresende wird bei 39,1 erwartet (zum Vergleich 40,0 Ende 2010).

Diese verhalten positiven Aussichten spiegeln sich auch in den Budgetplanungen der führenden FMCG, Food und Beverage Industrie, wider. Wenn 2010 ein Wachstum von 9 % erzielt wurde, liegen die Planungen für 2011 zum Teil bei 14 %. Das große Potenzial Russlands hat die führenden multinationalen Brauereien zu Investitionen in den russischen Markt veranlasst. Gegenwärtig sind rund 85 % des Biermarktes in Russland aufgeteilt unter sechs großen Playern, darunter InBev, Heineken, Efes und SABMiller.

Auch wenn in Russland der Konsum von Spirituosen seit jeher hoch ist, trinken rund 57 % der russischen Bevölkerung im Alter zwischen 25 und 45 Bier, davon rund 30 % Frauen und rund 70 % Männer. Gerade Bier, das schon immer in die Kategorie Softdrinks eingestuft wird, unterlag in den vergangenen Jahren mehreren Gesetzesänderungen, darunter einer deutlichen Steuererhöhung im Jahr 2010. Dies führte zu einem Rückgang der Bierproduktion von 2,8 % im Vergleich zu 2009. Andererseits stieg dadurch der Umsatz um 8,6 %. Der durchschnittliche Konsum pro Kopf lag 2010 bei 75 Litern pro Jahr.



Große Herausforderungen für Braugruppen

Bier wird vor allem im traditionellen Einzelhandel (Corner Food Stores) nahe dem Wohnort oder der Arbeitsstätte und im Convenience-Kanal verkauft. Auf Hyper- und Supermärkte entfallen nur etwa 12 % des Konsums. Dieser Trend basiert auch auf der Tatsache, dass fast alle Einkäufe für den sofortigen Verzehr gemacht werden. Dabei sind mehr als 70 % aller Einkäufe im Voraus geplant. Der russische Konsument hat dabei vier bis fünf bevorzugte Marken und trifft seine Kaufentscheidung sehr schnell.

„Wir leben in einer Zeit großer Herausforderungen für die Bierproduzenten. Dabei ist es wichtig, sich strategisch richtig im Markt zu positionieren. Hier können wir auf nachhaltige große Erfahrung aus unseren Tätigkeiten für die Getränkeindustrie zurückgreifen, vor allem aus unserer Tätigkeit für Baltika, die führende Biermarke in Russland, sowie InBev im Bereich Bier, aber auch Pepsi in der Kategorie Softdrinks“, so ITM Geschäftsführer Yaroslav Plink. „Dadurch ist ITM in der Lage, Unternehmen der Getränkeindustrie zu unterstützen, den Absatz pro Kopf verantwortungsbewusst zu steigern und so den Marktanteil langfristig zu erhöhen.“

ITM ist Teil der Combera Gruppe und setzt hierfür ca. 3000 Mitarbeiter im Feld für diese Aufgaben in der CIS Region (Commonwealth of Independent States) ein und wurde in 2010 durch die GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) als die führende Trademarketing Agentur in Russland ausgezeichnet. Zudem wurde ITM 2010 im Rahmen der Annual Conference of Russian Association of Marketing Services der Mercury Award „The Best Merchandising Program“ verliehen. □

Yaroslav Plink

Geschäftsführer ITM, Russland,
Mitglied der Combera Gruppe in Europa.
Kontakt: Yaroslav.Plink@itm-gms.ru

