

Schweizer Düfte für Russlands Frauen

Daniel Rehmann



Im russischen Konsumgütermarkt zählen Kosmetika zu den kommerziell attraktivsten Produkten. In Moskau, St. Petersburg und anderen Millionenstädten treibt eine wachsende Mittelschicht mit steigender Kaufkraft die Nachfrage nach Parfüms und Körperpflegemitteln in verschiedenen Preiskategorien kontinuierlich nach oben. In Russland haben die Frauen einen hohen Anspruch auf ein schönes und gepflegtes Aussehen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, geben sie viel Geld für Kosmetik aus.

Reduzierte Importzölle dank WTO

Duftstoffe für die russische Kosmetikproduktion werden zu 80 Prozent importiert und zwar vor allem von multinationalen Marktführern wie Givaudan, Symrise oder Firmenich. Nach Russlands WTO-Beitritt im Jahr 2012 sind die Importzölle für kosmetische Produkte deutlich gesunken. Trotz der Übermacht der Grosskonzerne wollte auch der in Dietlikon bei Zürich ansässige Duftstoffproduzent LUZI AG mit seinen rund 70 Mitarbeitern eine Nische in Russlands boomendem Markt erschliessen. Aber wie?

Schweizer Unterstützung vor Ort

Zuerst sicherte sich LUZI mit Fargate die Unterstützung eines Schweizer Markterschliessungsspezialisten in St. Petersburg. Dieser analysierte vor Ort die Vertriebsstrukturen der russischen Duftstoff- und Kosmetikrohstoffproduzenten und erstellte eine Langliste möglicher Vertriebspartner. Danach besuchte Mike Rohner, der Russland-Verantwortliche von LUZI in Begleitung des Fargate-Satelliten die grösste russische Kosmetikmesse InterCharm in Moskau, um die Marktsituation und die Bedürfnisse der Kosmetikproduzenten besser zu verstehen. Wieder zurück in der Schweiz wertete Mike Rohner die Erkenntnisse der Marktanalyse zusammen mit seiner Geschäftsleitung aus. Die Langliste wurde auf eine Kurzliste mit den für LUZI attraktivsten Vertriebspartnern reduziert.



Ein Spezialist der LUZI AG bei der Entwicklung neuer Duftstoffkompositionen.

Schweizer Tugenden gefragt

Mit den sechs finalen Kandidaten in St. Petersburg und Moskau organisierte und begleitete der Fargate-Satellit dann die Verhandlungsgespräche von Mike Rohner. In diesen Gesprächen wurde klar, dass die übergrossen Konkurrenten eine interessante Marktnische nicht abdecken können: Viele russische Kosmetikhersteller benötigen immer wieder kurzfristig massgeschneiderte Duftkompositionen in kleinen Mengen und höchster Qualität. Dazu braucht es einen versierten, flexiblen und engagierten Duftstoffentwickler, der verlässlich und schnell nach Russland liefern kann. Diese Rolle passte gut zu den Schweizer Tugenden und zum Profil von LUZI.

Vertriebsexklusivitäten vermeiden

Da die für LUZI in Frage kommenden Distributoren auch noch Produkte anderer Duftstofflieferanten vertreiben, kann im Gegenzug auch von LUZI keine Vertriebsexklusivität für ganz Russland verlangt werden. Das Schweizer KMU verhandelte geschickt und beschränkte die Vertriebsexklusivität auf bestimmte Marktsegmente wie Parfüms, Körperpflege- oder Haushaltsreinigungsprodukte. So kann LUZI in Zukunft mit mehreren Absatzpartnern gleichzeitig zusammenarbeiten, was das Klumpenrisiko reduziert und den Wettbewerb unter den russischen LUZI-Partnern erhöht. Nur rund vier Monate nach dem Start der Marktabklärungen durch Fargate konnte sich LUZI vor wenigen Wochen mit den ersten zwei russischen Vertriebspartnern auf eine Kooperation einigen. ◀

Daniel Rehmann ist Russland-Satellit der Fargate AG, dem grössten privaten Exportfördernetzwerk mit 150 Geschäftsanbahnungs-Satelliten in 50 Ländern.