

# Fit for Partnership with Germany

Managerfortbildungsprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

## Erfolgreiche Teilnehmer

**Name:**

Jaroslaw Rogozhkin

**Unternehmen:**

Wostokmetalltorg, Charkiw,  
Ukraine

**Branche:**

Handel

**Funktion:**

Direktor

**Fortbildung in Deutschland:**

08. April – 04. Mai 2013

**Fortbildungszentrum:**

TÜV Rheinland Akademie  
GmbH, Köln

## Ukraine

### Grundstein für die Europäisierung gelegt

Jaroslaw Rogozhkin arbeitet seit 2001 im B2B-Marketing. Der 38-jährige Charkiwer bietet Services für Unternehmen an, berät sie und findet die passende Lösung. Mit seiner Firma „Wostokmetalltorg“ hat er sich auf komplexe technische, logistische und Marketing-Lösungen für Industriekunden spezialisiert, insbesondere für Unternehmen aus der Metallindustrie, dem Maschinen- und Bergbau, aber auch aus der Lebensmittelbranche, der Landwirtschaft oder der Bauindustrie. Darunter fallen beispielsweise Anlagen mit Metallfördergerüten für die Lebensmittelindustrie, die Elektroindustrie oder den Maschinenbau.

Am Training in Deutschland hat er 2013 teilgenommen, um seine Management- und Marketingkenntnisse zu erweitern. „Ich arbeite im B2B. Da ist gutes Marketing wichtig. Ich wollte mir angucken, wie das in Deutschland läuft“, sagt Rogozhkin. Das Programm war für ihn eine, wie er sagt, „einzigartige Erfahrung“, und eine „Wissensvermittlung auf hohem Niveau“. Gerade in der Kombination von Seminaren und Unternehmensbesuchen sieht er den Mehrwert für sein Unternehmen, denn er konnte notwendiges Wissen erwerben und bei den Unternehmensbesuchen viele Inspirationen für seinen Geschäftsablauf mitnehmen. „Wir sind ein kleines Unternehmen, und wir wollen groß werden. Dafür brauchen wir Know-how und Kontakte“, sagt er.

Vor seiner Fortbildung hatte Rogozhkin wenig internationale Geschäftserfahrung. Seine Kunden

kamen alle aus der Ukraine, wenn er Waren für „Wostokmetalltorg“ importiert hat, dann aus Russland. Mit dem mittelständischen Unternehmen Rothstein Metallfördergerüte GmbH & Co. KG ist es ihm gelungen, während seines Aufenthalts eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung nach Deutschland aufzubauen. 2013 hat er seine ersten Waren bei den Gummersbachern eingekauft, der Kunde war eine ukrainische Zuckerfabrik. 2014 und 2015 folgten weitere Lieferungen, unter anderem für einen Produzenten von nichtrostenden Stahlrohren.

Um den Weg für weitere Geschäftsbeziehungen zu ebnen, ist Rogozhkin exklusiver Händler und Interessensvertreter des westfälischen Familienunternehmens in der Ukraine geworden. Er ist bescheiden geblieben: Den Kontakt wertet er nicht als Erfolg, sondern lediglich als Rückmeldung. Viel wichtiger sei ihm, dass er durch den Aufenthalt und den Geschäftskontakt den Grundstein für seine Internationalisierung gelegt habe, sagt er. Auf seine Erfahrung will er aufbauen und weiter expandieren. „Ich sehe jetzt die Notwendigkeit der Internationalisierung, ja der Europäisierung meiner Firma. Auch in Form des Exports nach Deutschland. Dabei geht es um ein Zusammenspiel zwischen der Europäischen Union und der Ukraine, nicht nur um eine Import/Export-Beziehung“, sagt er. „Gerade für mittelständische deutsche Unternehmen ist es schwer, den Weg in die Ukraine zu finden. Ich freue mich, wenn ich dazu beitragen kann und wenn beide Seiten dazu gewinnen“, sagt der Geschäftsmann.

# Fit for Partnership with Germany

Программа Федерального министерства экономики и энергетики Германии по подготовке управленческих кадров

## Успешные участники



**Имя, фамилия:**  
Ярослав Рогожкин

**Предприятие:**  
«Востокметаллторг»,  
Харьков, Украина

**Отрасль:**  
торговля / металлургия

**Должность на предприятии:**  
директор

**Стажировка в Германии:**  
08 апреля –  
04 мая 2013 года

**Образовательный центр:**  
«ТЮФ Рейнланд  
Академия», Кёльн

## Украина

### Заложен краеугольный камень европеизации

С 2001 года Ярослав Рогожкин занимается B2B-маркетингом. 38-летний специалист из Харькова предлагает услуги предприятиям, проводит консультации и находит оптимальные решения. Его компания «Востокметаллторг» специализируется на сложных технических, логистических и маркетинговых решениях для промышленных предприятий, в первую очередь в металлургической, машиностроительной и горнодобывающей отраслях, а также в пищевой промышленности, в сельском хозяйстве и в строительном секторе. Примерами могут служить конвейерные системы с металлической лентой для пищевой, электротехнической и машиностроительной промышленности.

В 2013 году он приехал по Программе подготовки управленческих кадров в Германию, чтобы расширить свои управленческие навыки и маркетинговое ноу-хау. «Я работаю в сегменте B2B. Здесь очень многое зависит от качественного маркетинга. Я хотел посмотреть, как этим занимаются в Германии», – говорит Ярослав. По его словам, Программа дала ему «универсальную возможность приобрести знания на высоком уровне». Особую пользу для своей компании он видит в сочетании семинаров с посещениями немецких предприятий, ведь такая комбинация позволяет и приобрести необходимые знания, и почерпнуть для себя много нового для практической деятельности на родине. «Мы – небольшая компания, но хотим расти и развиваться. Для этого нам нужны ноу-хау и контакты», – рассказывает предприниматель.

До стажировки особого опыта взаимодействия с партнёрами

и клиентами за рубежом у него не было. Все его клиенты – украинские предприятия, а если «Востокметаллторг» и импортировал товары, то из России. Во время пребывания в Германии Ярославу удалось наладить хорошие контакты с компанией Rothstein Metallfördergerüte GmbH & Co. KG. Первые металлические конвейерные ленты этого немецкого предприятия из города Гуммерасбаха он закупил для украинского сахарного завода. Поставки продукции из Германии продолжились в 2014 и 2015 годах, в т.ч. для другого клиента – производителя труб из нержавеющей стали.

Чтобы расширить круг деловых партнёров, Ярослав стал эксклюзивным дилером и представителем немецкого семейного предприятия в Украине. Но о себе он рассказывает по-прежнему скромно – этот контакт для него не столько успех, сколько просто информация. По его словам, гораздо важнее то, что Программа в Германии и деловой контакт заложили основу интернационализации его компании. Этот опыт он планирует развивать и дальше, продолжая расширяться. «Сейчас я вижу необходимость интернационализации, точнее, европеизации моей компании. В том числе и через экспорт в Германию. Ведь главное – это двустороннее сотрудничество ЕС и Украины, а не просто импортно-экспортные операции, – говорит он. – Средним немецким компаниям особенно трудно проложить себе дорогу на украинский рынок. Поэтому я рад, когда мне удается помочь им в этом – в интересах и с выгодой для обеих сторон».