

# Fit for Partnership with Germany

Managerfortbildungsprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie

## Erfolgreiche Teilnehmer



**Name:**  
Alexander Popowitsch

**Unternehmen:**  
UNISOFT, Charkiw, Ukraine

**Branche:**  
Druckerei

**Funktion:**  
Eigentümer

**Fortbildung in Deutschland:**  
09. November 2014 –  
06. Dezember 2014

**Fortbildungszentrum:**  
ARGE Konsortium Neue  
Bundesländer, Dresden

## Ukraine

### Ukrainischer Buchproduzent steigt ins EU-Geschäft ein

Seit zwanzig Jahren dreht sich bei Alexander Popowitsch alles ums Buch. Bald sein halbes Leben hat er ihm gewidmet. 2012 ist der 46-jährige über verschiedene Zwischenstationen in großen Verlagen und Buchdruckereien Geschäftsführer eines mittelständischen Produktionsbetriebs für Bücher und Zeitschriften geworden. Jedes vierte in der Ukraine produzierte Buch kommt aus seiner Fabrik UNISOFT. Mit rund 300 Mitarbeitern hat er 2014 einen Umsatz von 10 Millionen Euro erwirtschaftet.

Wachstum erhofft sich Popowitsch vor allem von dem Auslandsgeschäft, insbesondere von dem europäischen Markt. „In den nächsten fünf Jahren wollen wir den Umsatz mit der EU um 50 Prozent steigern“, sagt er. Die Vorzeichen für die Zusammenarbeit mit europäischen Verlagen stehen gut. Im Rahmen des Assoziierungsabkommens mit der Ukraine schaffte die EU bereits 2014 die Einfuhrzölle für ukrainische Produkte ab. Dadurch kann der Charkiwer seine Bücher in Europa zu einem deutlich günstigeren Preis anbieten.

Der wichtigste und zugleich Eintrittsmarkt in das EU-Geschäft ist für UNISOFT Deutschland, das 2014 neun Milliarden Euro im Bereich Bücher und Zeitschriften umgesetzt hat. „Wir bieten uns als Outsourcing-Unternehmen für deutsche Verlage an. 90 Prozent unserer Anlagen kommen aus Deutschland, von der König & Bauer AG und von der KOLBUS GmbH und Co. KG. Die Verbrauchsmaterialien wie Papier, Pappe, Farbe und Klebe kommen aus Deutschland und der EU. Und weit weg sind wir auch nicht“, sagt der Betriebswirt und Elektroingenieur.

Trotzdem verlief das Geschäft zunächst schleppend. Die ersten Annäherungsversuche fanden 2007 statt und blieben erfolglos. Erst 2014 ist das Geschäft ins Rollen gekommen. „Als die Zölle wegfielen, haben wir uns sehr gefreut und dachten, dass uns das allein neue Märkte bringt. Aber so war es nicht. Nach den ersten erfolglosen Kontakten haben wir gemerkt, dass es große Unterschiede im Geschäftsaufbau zwischen unseren

Ländern gibt“, sagt Popowitsch. Um diese Lücke zu schließen, hat der Geschäftsmann Ende 2014 am MP in Deutschland teilgenommen. Die wichtigste Erkenntnis aus seinem Aufenthalt fasst er so zusammen: „In der Ukraine ist der Preis das Wichtigste, in Deutschland ist es eine professionelle Außendarstellung und eine klare Kommunikationslinie“. Als erstes hat er daraufhin seine Unternehmenspräsentation überarbeitet. Die Homepage gibt es jetzt viersprachig, und sie wird ständig aktualisiert. Und seine Mitarbeiter bekommen einmal pro Woche einen kostenlosen Englischkurs während der Arbeitszeit. Die Verkaufsmanager, die mit deutschen Verlagen verhandeln, bekommen zusätzlich Deutschunterricht. Denn: „Obwohl in Deutschland alle Englisch sprechen, ist es für den Verkaufserfolg wichtig, in der Muttersprache kommunizieren zu können“, sagt Popowitsch.

Diesmal ließ der Erfolg nicht lange auf sich warten. Die ersten Bücher für einen kleinen Verlag in Deutschland machten sich im Dezember 2014 auf den Weg über die Grenzen. Weitere Verträge mit Verlagen in Deutschland, Österreich und Griechenland folgten im ersten Halbjahr 2015. Wenn alles gut geht, rechnet Popowitsch mit einem Umsatz von einer Million Euro mit Deutschland in 2015. Aktive Unterstützung erhält er bei der Umsetzung seiner Pläne von einem seiner Vertriebsleiter, der ebenfalls am MP teilgenommen hat. Außerdem verhandelt er mit einer deutschen Consultingfirma darüber, seine Interessen in Deutschland zu vertreten. Langfristig will er über sie ein eigenes Büro einrichten.

„Die Ukraine hat dasselbe Problem, das wir hatten – sie hat keine gute Außendarstellung. Durch die Krise und die Berichterstattung darüber ist die Ukraine den Europäern jedoch näher gekommen. Mein Ziel ist es, über die Zusammenarbeit mit europäischen Unternehmen das Image unseres Landes zu verbessern und Vertrauen aufzubauen. Ist das Vertrauen da, kommt auch das Geschäft“, sagt Popowitsch.

# Fit for Partnership with Germany

Программа Федерального министерства экономики и энергетики Германии по подготовке управленческих кадров

## Успешные участники



**Имя, фамилия:**  
Александр Попович

**Предприятие:**  
ЧП «Юнисофт», Харьков,  
Украина

**Отрасль:**  
книгопечатание

**Должность на предприятии:**  
владелец, исполнительный  
директор

**Стажировка в Германии:**  
09 ноября –  
06 декабря 2014 года

**Образовательный центр:**  
ARGE Консорциум Новые  
Федеральные Земли,  
Дрезден

## Украина

### Украинский книгопечатник начинает свой бизнес в ЕС

Вот уже 20 лет главным в жизни Александра Поповича является производство книг. Этому он посвятил почти полжизни. В 2012 году 46-летний бизнесмен, пройдя различные карьерные этапы в крупных издательствах и типографиях, стал исполнительным директором среднего предприятия по производству книг и журналов. Каждая четвёртая произведенная в Украине книга напечатана его предприятием UNISOFT. Имея около 300 сотрудников, он в 2014 году достиг оборота в 10 миллионов евро.

Александр надеется обеспечить рост продаж за счёт внешнеторговых сделок – в частности, на европейском рынке. «В ближайшие пять лет мы хотим увеличить объём продаж в ЕС на 50 процентов», – рассказывает он. Перспективы сотрудничества с европейскими издателями весьма хорошие. В 2014 году на основе Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС были отменены импортные пошлины на украинскую продукцию. Благодаря этому харьковчанин может предлагать свои книги в Европе по значительно более низкой цене.

Наиболее важным рынком и одновременно ключом к рынку ЕС для UNISOFT является Германия, в которой объём продаж книг и журналов в 2014 году составил девять миллиардов евро. «Мы предлагаем себя в качестве аутсорсинга для немецких издательств. 90 процентов нашего оборудования произведено в Германии компаниями König & Bauer AG и Kolbus GmbH & Co. KG. Расходные материалы, такие как бумага, картон, краски и клей, поступают из Германии и ЕС. Да и Украина не так уж далеко», – говорит экономист и инженер-электрик.

Тем не менее, вначале бизнес шёл весьма вяло. Первые попытки установления контактов в 2007 году не увенчались успехом. Только в 2014 году дело сдвинулось с мёртвой точки. «Когда отменили пошлины, мы обрадовались и решили, что одно это откроет нам новые рынки. Но оказалось, что все не так просто. После первых безуспешных контактов мы поняли,

что между нашими странами существуют большие различия в ведении бизнеса», – отмечает Александр. Чтобы закрыть этот пробел, в конце 2014 года бизнесмен принял участие в Программе BMWi в Германии. Наиболее важный вывод по результатам своего пребывания он формулирует так: «В Украине самым главным является цена, а в Германии – профессиональный имидж и чёткая коммуникация». После стажировки он первым делом переоформил презентацию своей компании. Веб-сайт составлен на четырёх языках и постоянно обновляется. А сотрудникам раз в неделю предлагается в рабочее время бесплатный курс английского языка. Менеджеры по продажам, которые ведут переговоры с немецкими издательствами, в дополнение получают уроки немецкого языка. «Хотя в Германии все говорят по-английски, для успеха очень важно общение на родном языке», – подчёркивает бизнесмен.

В этот раз успех не заставил себя долго ждать. Первые книги для небольшого немецкого издательства отправились в Германию в декабре 2014 года. В первой половине 2015 года последовали соглашения с издательствами Германии, Австрии и Греции. Если всё пойдет хорошо, Александр ожидает, что объём продаж в Германии в 2015 году составит около миллиона евро. Активную поддержку в реализации планов ему оказывает один из менеджеров по продажам, который также принял участие в Программе. Кроме того, он ведёт переговоры с немецкой консалтинговой компанией о том, чтобы она представляла его интересы в Германии. В долгосрочной перспективе он хотел бы через эту компанию открыть свой собственный офис.

«У Украины те же проблемы, что были и у нас – ей не хватает хорошего имиджа. Однако, в связи с кризисом Украина стала ближе европейцам. Моя цель – улучшить имидж нашей страны и доверие к ней посредством сотрудничества с европейскими компаниями. Будет доверие, будет и бизнес», – говорит украинский бизнесмен.