*ИСХ.*

Создание филиала ХХХ в России.

В последнее время на российском рынке произошла активизация деятельности всех поставщиков… - как отечественных, так и иностранных производителей, что ведет к обострению конкуренции.

В российской прессе и на соответствующих мероприятиях ведется активная PR-компания отечественных производителей, в первую очередь, ХХХ, ведущему российскому производителю… При этом распространяются сведения о проведенных испытаниях, в которых отечественная техника якобы опережает импортируемые машины по экономической эффективности. Ведется активная работа в государственных органах по предоставлению отечественным производителям определенных преференций. Противостоять этим действиям отдельные дилеры не в состоянии. В России традиционно больше верят «непосредственным» представителям западного концерна – а больше всего высшему руководству. Дилеров, напротив, всегда рассматривают только как посредников.

В связи с этим с точки зрения продаж назрела потребность создать в рамках концерна собственное подразделение ХХХ, которое может координировать деятельность концерна, а также его представительств и дилеров в России.

Помимо уже указанных такой орган взял бы на себя такие задачи как:

- представление интересов концерна в государственных органах, в первую очередь, федеральных;

- координация торговой деятельности региональных дилеров, поддержка при подготовке и осуществлении крупных проектов, в первую очередь, в проектах с государственным участием;

- сбор и анализ информации о развитии рынка в России, о ситуации в экономике, о деятельности конкурентов и т.п.;

- координация рекламной и PR-стратегии концерна в России;

- адаптация технической и рекламной документации к условиям российского рынка, точнее юридическим условиям в России.

*ПЕРЕВОД*

Aufbau einer XXX-Niederlassung in Russland

In der letzten Zeit haben alle Anbieter auf dem russischen Markt für … ihre Aktivitӓten stark intensiviert – sowohl einheimische als auch auslӓndische Hersteller, was zu einer Verschӓrfung des Wettbewerbs geführt hat.

In den russischen Medien und auf entsprechenden Veranstaltungen wird von heimischen Produzenten aktiv PR-Arbeit gemacht, in erster Linie von XXX, dem führenden rusischen Hersteller der… Dabei werden Untersuchungsergebnisse verbreitet, die die angebliche wirtschaftliche Überlegenheit der einheimischen Technik gegenüber importierten Maschienen dokumentieren sollen. Unter Einbeziehung von staatlichen Institutionen wird so eine active Lobbytӓtigkeit durchgeführt, die auf die Erteilung von bestimmten Prӓferenzen für einheimische Hersteller ausgerichtet ist. Ein einzelner Hӓndler ist nur begrenzt in der Lage, sich diesen Aktivitӓten entgegenzusetzen. Traditionsbedingt glaubt man in Russland viel eher den “echten” Vertretern eines westlichen Konzerns – und am ehesten der Leitung auf dem hӧchsten Niveau. Hӓndler wеrden dagegen durchweg “nur” als Vermittler betrachtet.

Nicht zuletzt daraus ergibt sich schon aus vertrieblicher Sicht ein Bedarf für die Einrichtung einer eigenen Niederlassung von…, die auch die Aktivitӓten des Konzerns sowie seiner Vertreter und Hӓndler in Russland koordinieren kann.

Zu den Aufgaben einer solchen Niederlassung kӧnnte u.a. gehӧren:

* Vertretung des Konzerns gegenüber staatlichen Institutionen, vor allem auf der fӧderativen Ebene;
* Koordinierung der Handelstӓtigkeit der regionalen Hӓndler, Unterstützung bei der Vorbereitung und Durchführung von grӧßeren Projekten, in erster Linie von Projekten mit staatlicher Beteiligung;
* Beschaffung und Analyse der Information über die Marktentwicklung in Russland, über die Situation der Wirtschaft, über die Tӓtigkeit der Wettbewerber usw.;
* Abstimmung der Werbe- und PR-Strategie des Konzerns in Russland;
* Anpassung der technischen Unterlagen und Werbematerialien an die Bedingungen des russischen Marktes bzw. an die rechtlichen Gegebenheiten in Russland.