



Fundusze
Europejskie
Program Regionalny



Rzeczpospolita
Polska



Województwo
Kujawsko-Pomorskie

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



EKSPORT W EUROPIE

NIEMCY



BYDGOSKA
AGENCJA
ROZWOJU
REGIONALNEGO

dr Sergiusz Kuczyński

SZKOLENIE ONLINE 01.06.2021 r.



METROPOLIA
BYDGOSZCZ

Republika Federalna Niemiec (RFN)

jest zachodnim sąsiadem Polski i zarazem jej
największym partnerem handlowym.

Jest to państwo o powierzchni 357 375,62 km²

i ludności 83 190 556 mln

Gęstość zaludnienia 231 mieszkańców na km².



Powierzchnia administracyjna Polski
= 312 696 km²

37 672 367 ludzi | 122 osób/km²



Republika Federalna Niemiec (RFN)

RFN graniczy z

- Polską,
- Danią,
- Niderlandami,
- Belgią,
- Luksemburgiem,
- Francją,
- Szwajcarią,
- Austrią i
- Republiką Czeską.





Republika Federalna Niemiec (RFN)

składa się z 16 krajów związkowych (landów):

- Bawarii,
- Hesji,
- Badenii-Wirtembergii,
- Saara,
- Nadrenii-Palatynat,
- Nadrenii Północnej-Westfalii,
- Dolnej Saksonii,
- Bremy,
- Hamburga,
- Szlezwiku-Holsztyn,
- Turyngii,
- Saksonii,
- Saksonii Anhalt,
- Brandenburgii,
- Meklemburgii-Pomorza Przedniego
- oraz Berlina.





Republika Federalna Niemiec (RFN)

składa się z 16 krajów związkowych (landów):

Kraje związkowe (Bundesländer)

mają dużą autonomię.

W związku z tym mogą one prowadzić własną politykę za wyjątkiem obronności, spraw zagranicznych oraz związanych z niektórymi zagadnieniami finansowymi.

Kraje związkowe mają własne parlamenty oraz rządy.

Wszystkie systemy oraz decyzje muszą być jednak zgodne z konstytucją federalną.



Niemcy to kraj federacyjny (Bundesstaat).

Każdy kraj związkowy dysponuje znaczną autonomią.

Opisując ustrój polityczny oraz gospodarkę Niemiec mamy do czynienia z:

- poziomem federalnym (Bund)
- oraz z poziomem krajów związkowych (Land).

Ustrój polityczny poziomu federalnego opiera się na systemie parlamentarno-gabinetowym.

Głową państwa jest Prezydent.

Pełni on głównie funkcje reprezentacyjne.

Większość swoich uprawnień wykonuje współdziałając z Kanclerzem lub ministrami rządu federalnego.



Frank-Walter Steinmeier
(Bundespräsident, 2017)



Angela Merkel
(Bundeskanzlerin, 2005)

Niemcy dysponują stabilną i silną gospodarką.

RFN odgrywa bardzo ważną rolę w światowym obrocie gospodarczym.

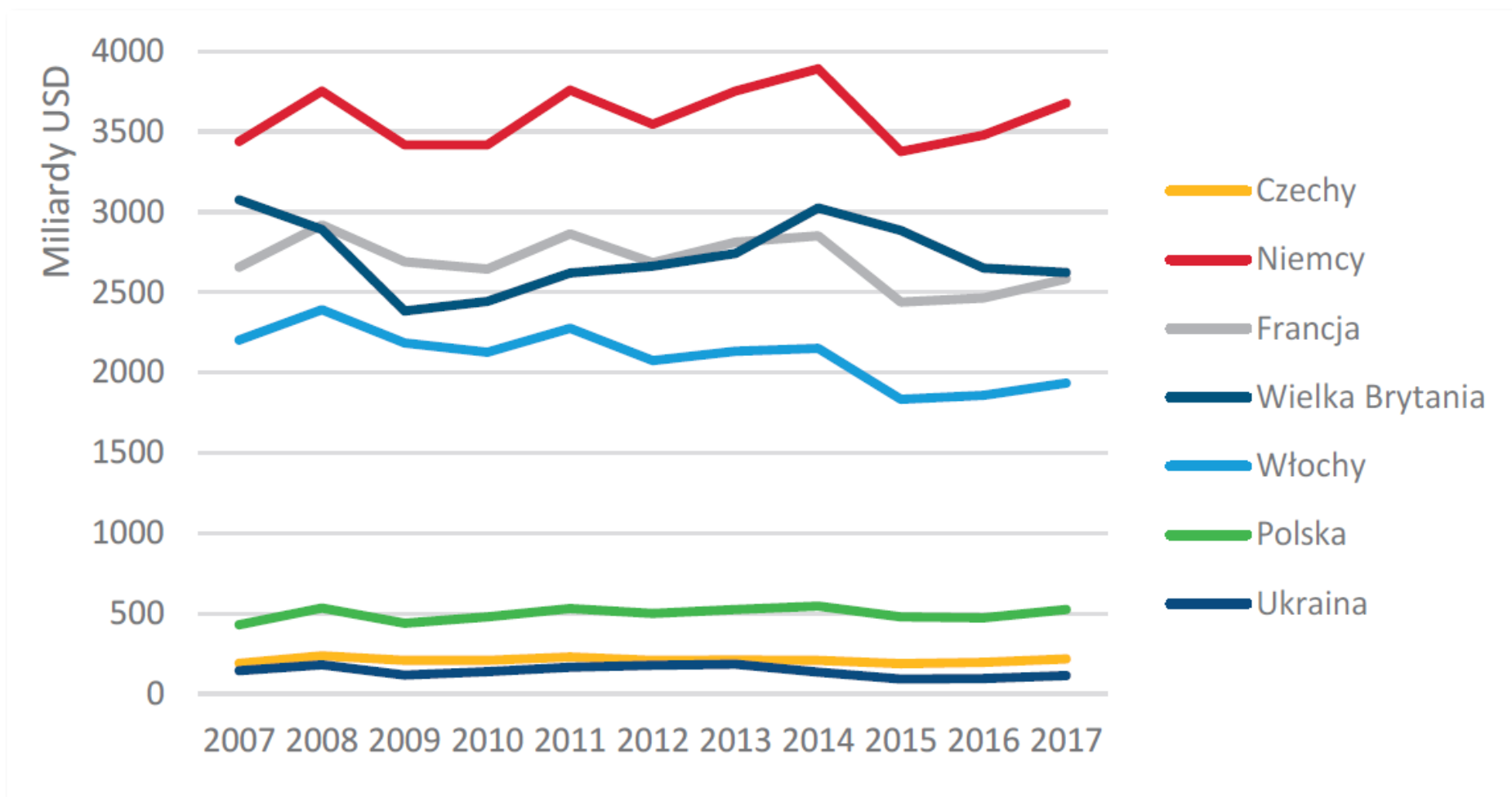
Niemcy są aktywnym członkiem zarówno grupy G7 i G20.

Według Międzynarodowego
Funduszu Walutowego,
gospodarka Niemiec to **największa**
gospodarka Europy oraz **czwarta**
co do wielkości **na świecie**.

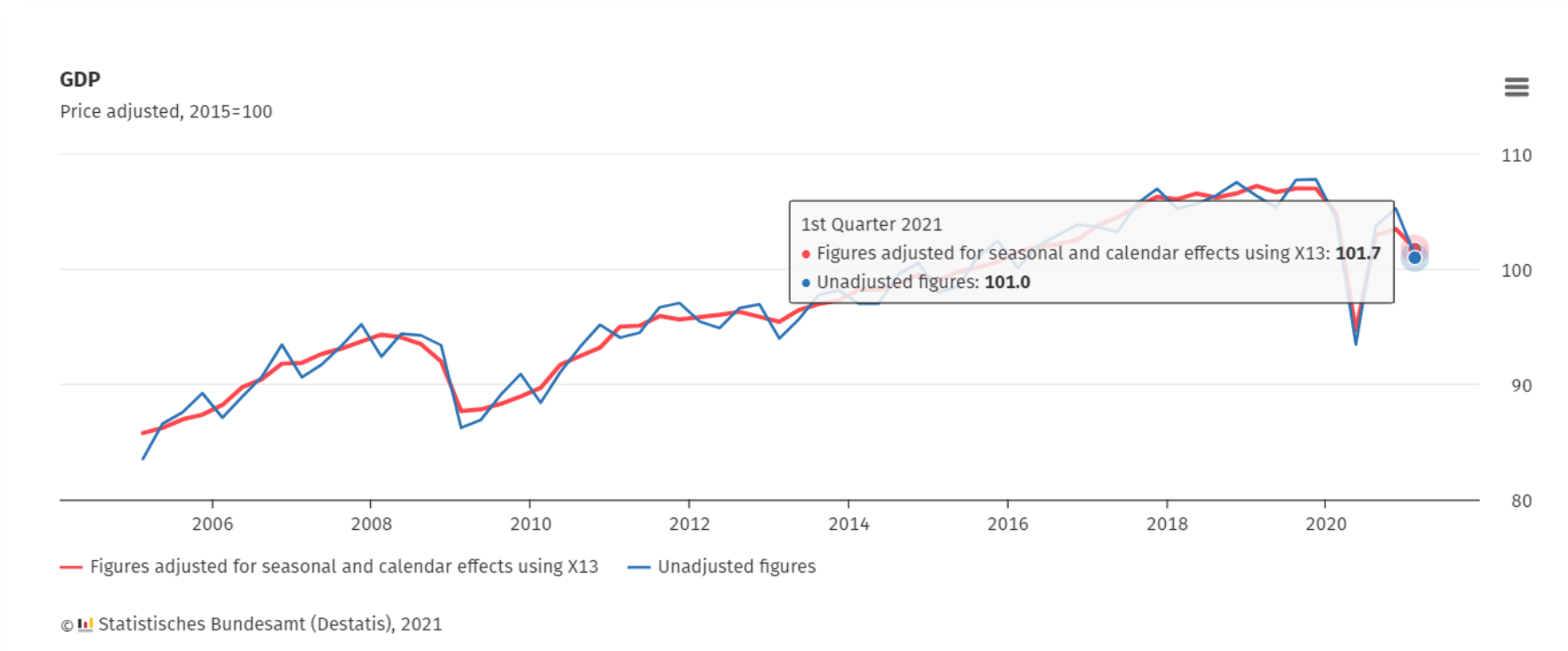


EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

PKB Niemiec na tle 5 państw europejskich



Gross domestic product in the 1st quarter of 2021 down 1.7% on the previous quarter



PKB Niemiec zmniejszył się w 1 kw. 2021 r. o 1.7%

Sytuacja w gospodarce Niemiec trochę poprawiła się w II połowie 2020 r. (ok. +8.7% w III kw. i +0.5% w IV kw.).

Spadek na początku 2021 r. był zw. ze znacznym zmniejszeniem aktywności gospodarczej z powodu kolejnej fali zachorowań i częściowym lockdownem na początku 2021 r. Obniżenie wydatków gospodarstw domowych.

Kołem napędowym gospodarki RFN stał się **eksport**.

Informacje ogólne

NIEMCY



Informacje gospodarcze

Bezrobocie (2020):	4,2%
Inflacja (2020):	0,4%
PKB całkowite (2020):	3 803 mld USD
PKB per capita PPP (2020):	54 076 USD
Dług publiczny (2020):	68,9% PKB

KLASA RYZYKA W/G KLASYFIKACJI OECD (0-7)



POZYCJA W RANKINGU „DOING BUSINESS” (1 – 190)



POZYCJA W RANKINGU „CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX” (1 – 180)



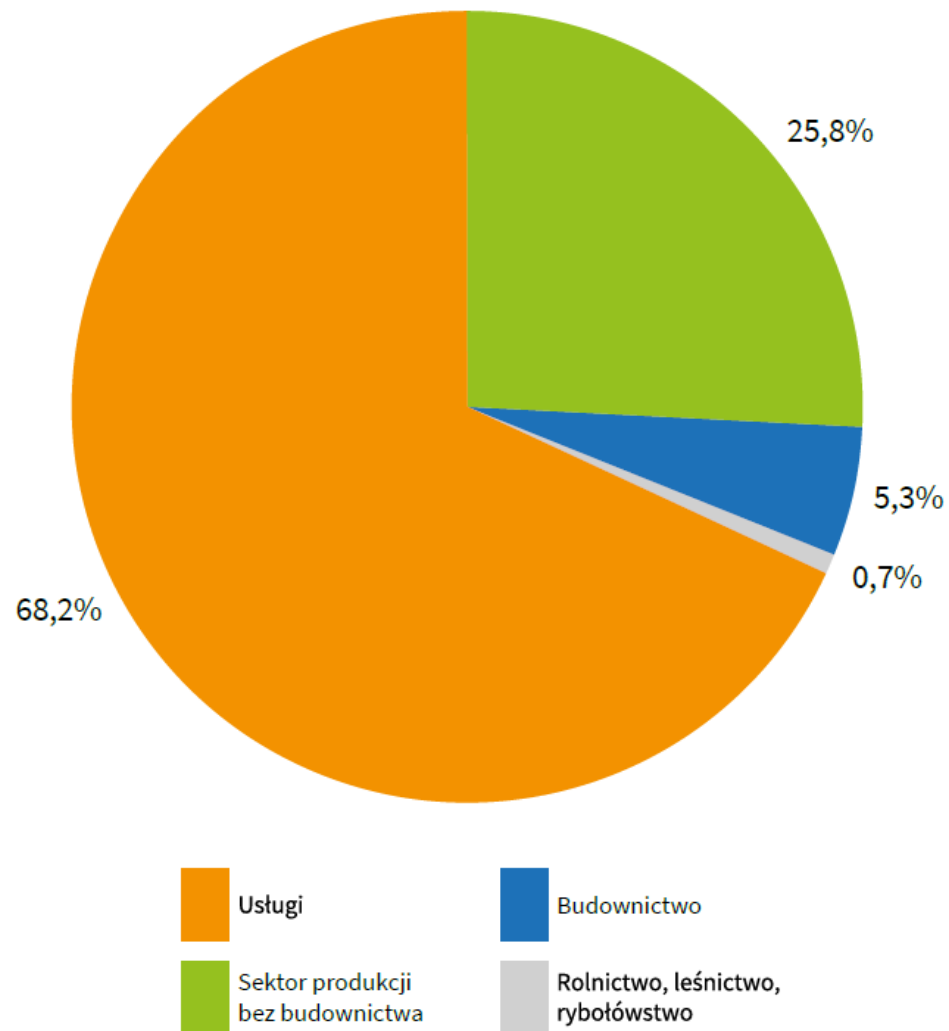
POZYCJA W RANKINGU „INDEX OF ECONOMIC FREEDOM” (1 – 180)



POZYCJA W RANKINGU „GLOBAL INNOVATION INDEX” (1 – 126)

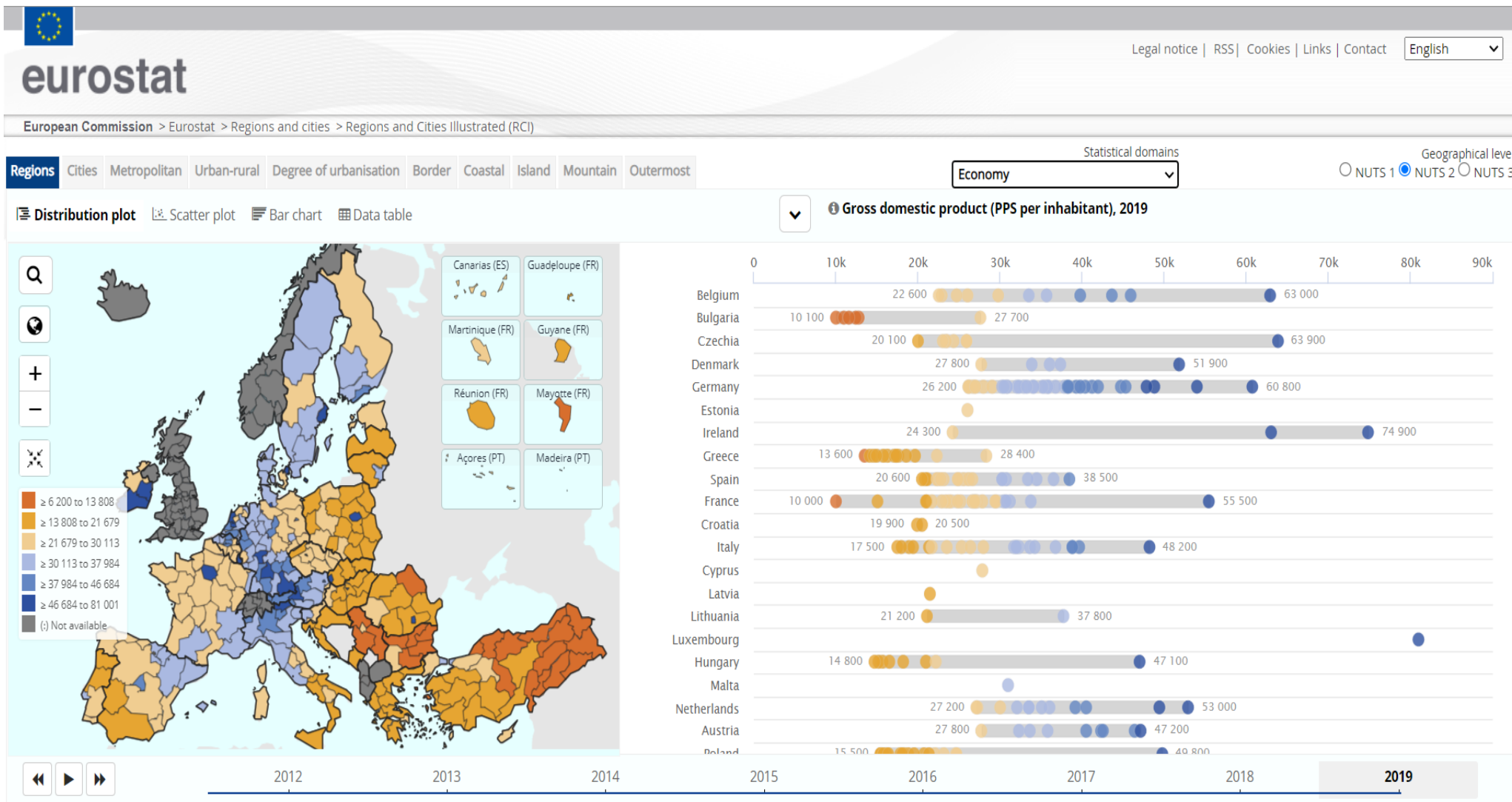


Struktura gospodarcza Niemiec (2018)



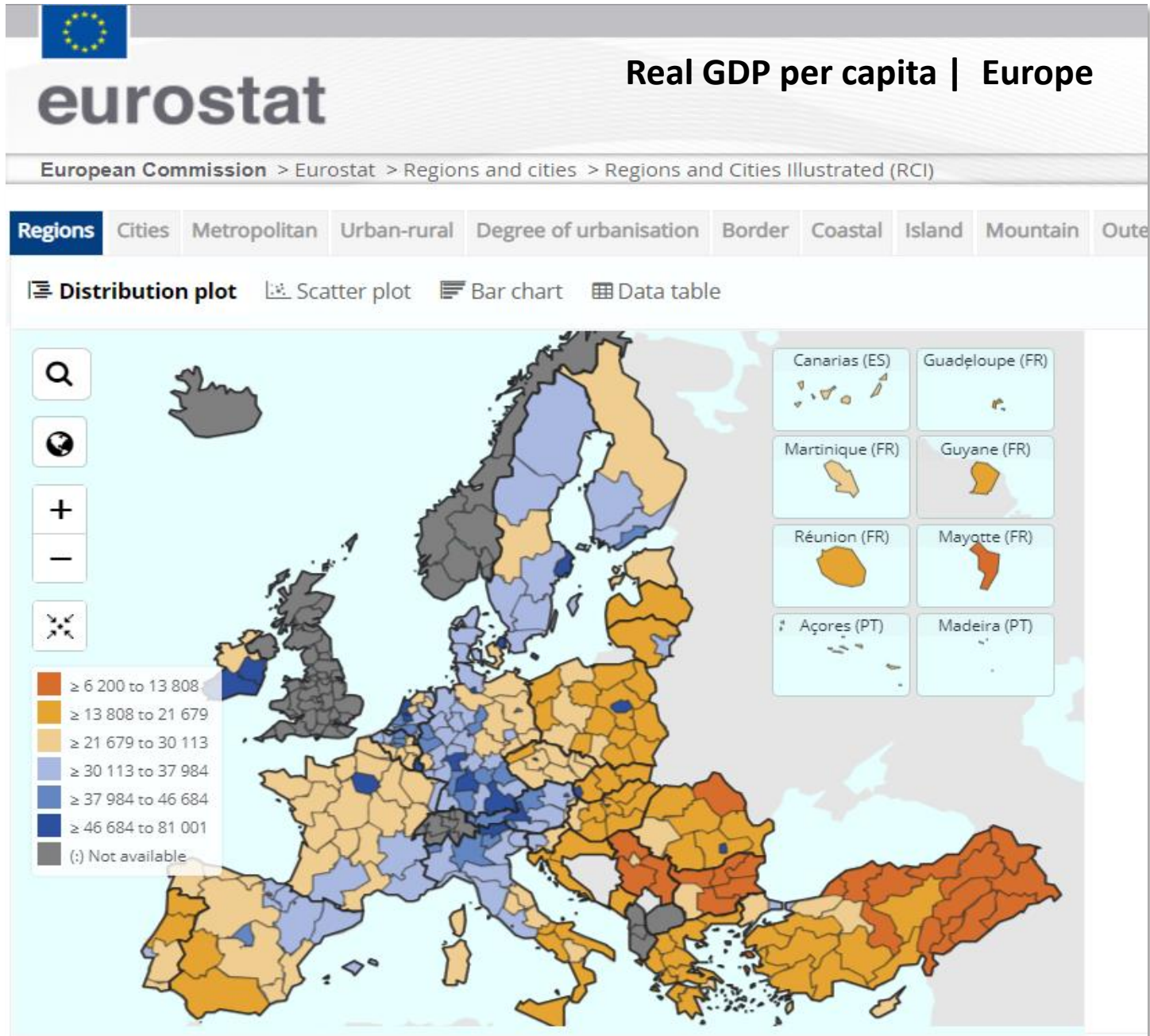
EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

Real GDP per capita | Europe



Źródło: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/sdg_08_10

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY



Źródło: https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/sdg_08_10

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

Niemcy to nie tylko jedna z największych gospodarek świata, to także jeden z największych eksporterów.

Dzięki wysoko rozwiniętemu i nowoczesnemu przemysłowi, stale zwiększa się wielkość niemieckiego eksportu.

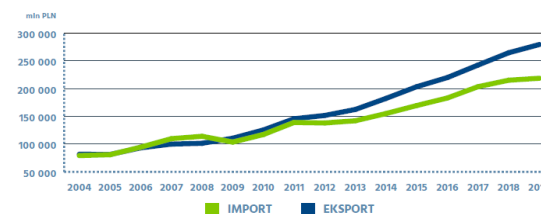
**POKRYCIE IMPORTU
EKSPORTEM**



**SALDO WYMIANY
TOWAROWEJ**

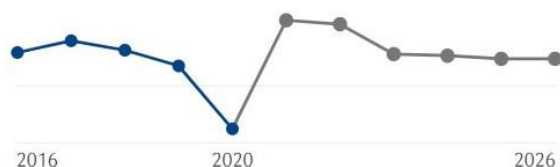
60 811,4
mln PLN

IMPORT VS EKSPORT

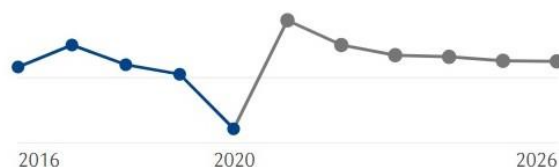


Źródło: Główny Urząd Statystyczny (2019 r.)

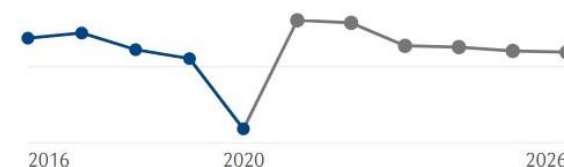
Import towarów - dynamika, % r/r



Eksport towarów - dynamika, % r/r



PKB - dynamika realna, % r/r

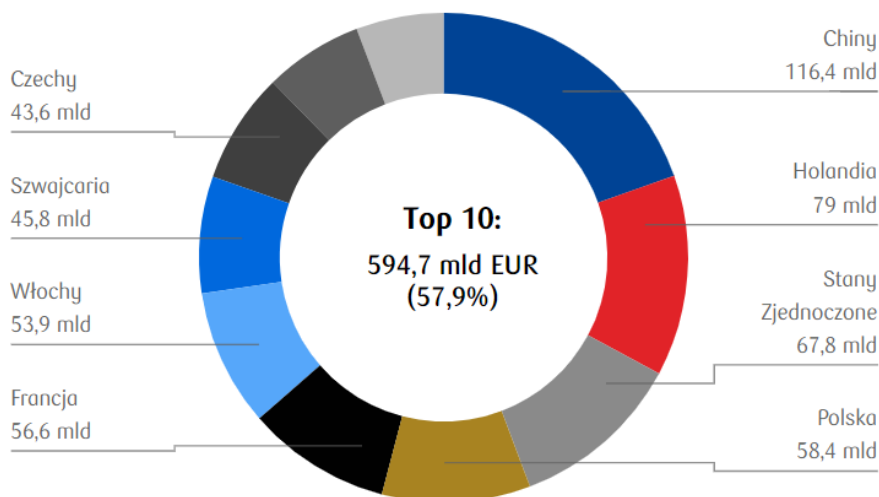


Źródło: MFW World Economic Outlook kwiecień 2021

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

Import towarów (2020)

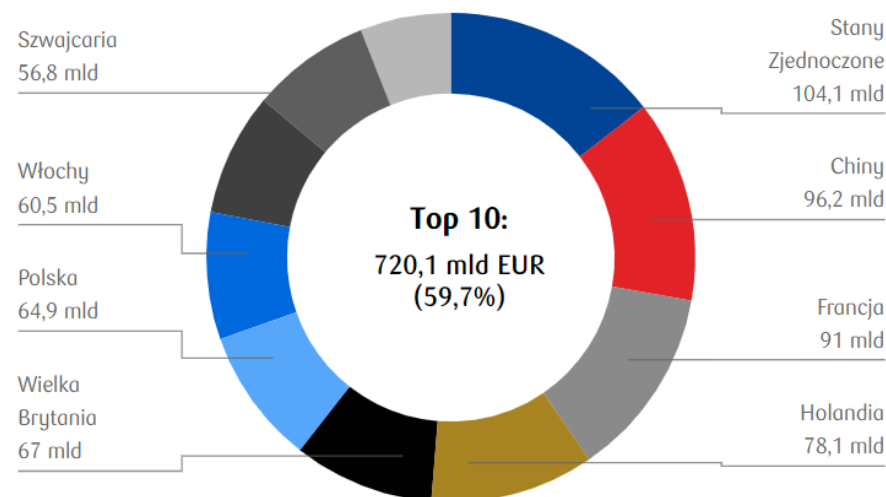
Ogółem: 1 026,7 mld EUR | z Polski: 58,4 mld EUR (5,7%)



Pozostałe kraje: 432,1 mld EUR (42,1%)

Eksport towarów (2020)

Ogółem: 1 207,1 mld EUR | do Polski: 64,9 mld EUR (5,4%)



Pozostałe kraje: 487 mld EUR (40,3%)

Najczęściej importowane produkty



Najczęściej eksportowane produkty



Źródło: International Trade Centre marzec 2021 (wg metodologii ITC, import wg kraju pochodzenia); TOP 10 w podziale na kraje i regiony; Najczęściej importowane/eksportowane produkty wg Nomenklatury Scalonej. Wg danych GUS w 2020 polski eksport do Niemiec wyniósł 68,6 mld EUR, polski import z Niemiec wg kraju wysyłki osiągnął 61,9 mld EUR, a polski import z Niemiec wg kraju pochodzenia ukształtował się na poziomie 49,3 mld EUR.

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

Polsko-niemiecka współpraca gospodarcza

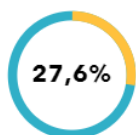
Polska była w 2019 r. **6.** partnerem RFN pod względem obrotów handlowych na świecie i **4.** w UE.

Wartość eksportu
279 622,6 mln PLN

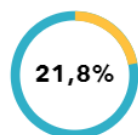
Wartość importu
218 811,2 mln PLN

Saldo wymiany towarowej
60 811,4 mln PLN

Udział w eksporcie Polski



Udział w imporcie Polski



Pokrycie importu eksportem



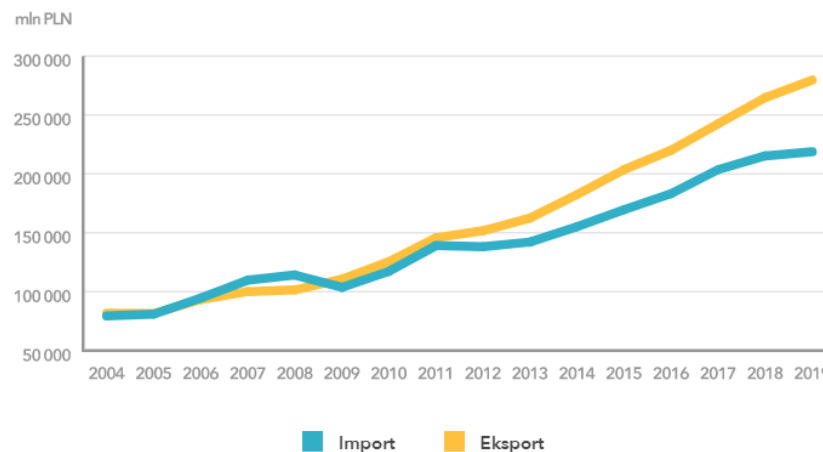
Niemcy zaś są najważniejszym partnerem handlowym Polski.

Najpopularniejsze eksportowane produkty

1. Maszyny i urządzenia mechaniczne, elektryczne oraz ich części
2. Pojazdy, samoloty, statki i inne środki transportu
3. Metale nieszlachetne i artykuły z nich

Najpopularniejsze importowane produkty

1. Maszyny i urządzenia mechaniczne, elektryczne oraz ich części
2. Pojazdy, samoloty, statki i inne środki transportu
3. Metale nieszlachetne i artykuły z nich



Źródło: <https://www.kuke.com.pl/mapa/niemcy>

Popyt w Niemczech generuje ok. 1,4 mln miejsc pracy w Polsce (9,4% ogółu miejsc pracy), 8,3% wartości wynagrodzeń wypłacanych w polskiej gospodarce i ok. 10% polskiego PKB.

Polsko-niemiecka współpraca gospodarcza

W I kwartale br. pomimo wybuchu pandemii nie odnotowało spadku w obrotach handlowych (towarowych) pomiędzy Polską a Niemcami.

Obroty pomiędzy naszymi państwami wzrosły o 3,1% w porównaniu z I kwartałem 2019.

Jest to wyjątek na tle innych partnerów handlowych Niemiec z regionu jak Czechy (spadek o 4,1%, czy Rosja spadek o 14,2%).

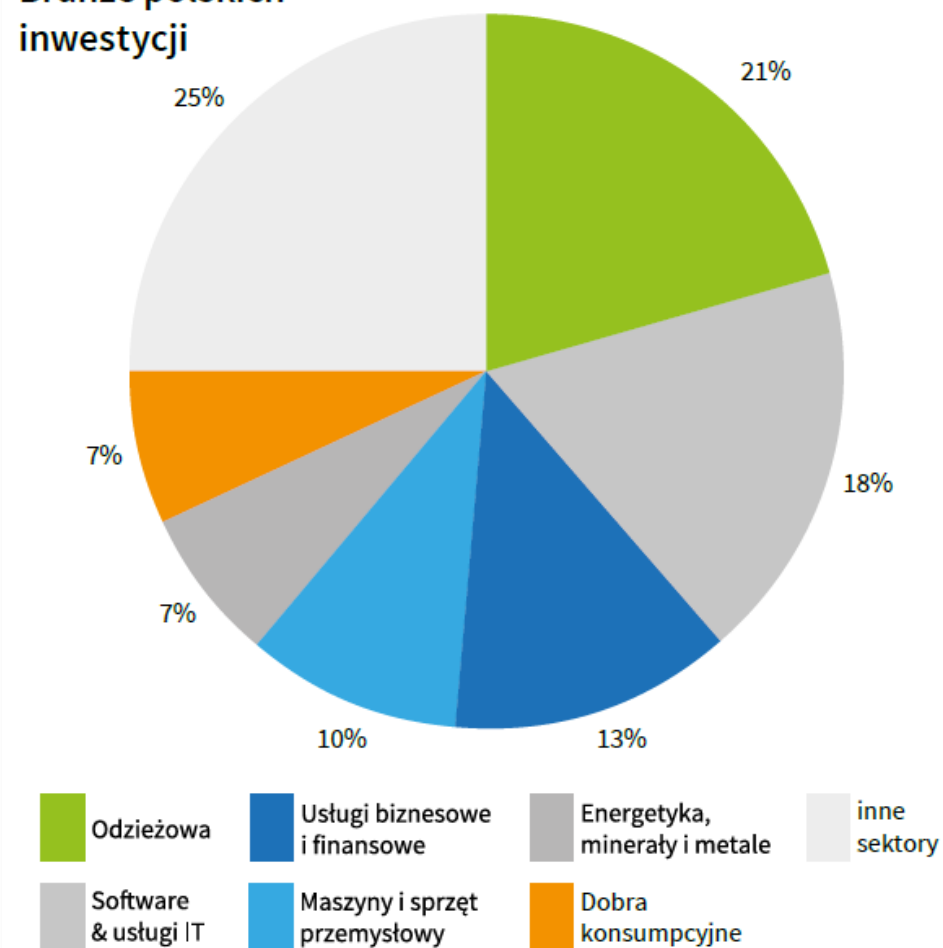
Analiza towarowa wymiany handlowej wskazuje nadal na **koncentrację w gałęzi motoryzacji i przemysłu elektromaszynowego**, co w przypadku utrzymania się tendencji negatywnych w sektorze przemysłu jest poważnym zagrożeniem dla polskiej koniunktury.

Polsko-niemiecka współpraca gospodarcza

Polskie bezpośrednie inwestycje w Niemczech
plasują ją dopiero na **31 miejscu**.

Niemcy w Polsce są drugim
inwestorem zagranicznym
(pierwszym w segmencie MŚP).

Branże polskich inwestycji



Źródło: Germany Trade & Invest

Charakterystyka rynku niemieckiego

Mocne strony rynku

- + Duży, sąsiedni i chłonny rynek;
- + Wysoka siła nabywcza obywateli (3-4 x ↑);
- + Bardzo duży stopień kooperacji pomiędzy polskimi i niemieckimi przedsiębiorstwami;
- + Podobna struktura biznesu (dominują MŚP);
- + Duża przejrzystość prowadzenia biznesu;
- + Dobrze rozwinięta infrastruktura;
- + Możliwość ekspansji na rynki trzecie;
- + Lepszy wizerunek firmy.

Słabe strony rynku

- Rynek o wyjątkowo silnej konkurencji;
- Bardzo wymagający klient;
- Konsumenci mocno przywiązani do rodzimych produktów;
- Starzejące się społeczeństwo i problem z dostępnością do pracowników.

Analiza SWOT



Źródło: Publikacja
Profil gospodarczy Niemiec.
Kraj • Ludzie • Biznes
Polsko-Niemiecka Izba
Przemysłowo-Handlowa

**S**

SILNE STRONY

- ▶ Stabilność polityczna i makroekonomiczna
- ▶ Największy rynek zbytu w Europie (82 mln mieszkańców)
- ▶ Centralna lokalizacja w Europie z dziewięcioma krajami sąsiadującymi
- ▶ Członek UE i strefy Schengen
- ▶ Bardzo dobra infrastruktura transportowa, krótkie odległości do Polski
- ▶ Centra rozproszone: wiele dużych miast, ale także obszary wiejskie o wysokiej wydajności
- ▶ Uznana na całym świecie lokalizacja badawcza i lider w rejestracjach patentów; wysoki stopień innowacyjności
- ▶ Najwyższa koncentracja MŚP w porównaniu z sytuacją na świecie
- ▶ Doskonałe standardy szkoleniowe w przemyśle i handlu
- ▶ Duża liczba firm wiodących na rynkach światowych i hidden champions
- ▶ Dobre tradycje współpracy gospodarczej między Polską a Niemcami

**W**

SŁABE STRONY

- ▶ Częściowo silna biurokracja
- ▶ Regionalnie słabo rozbudowana sieć IT oraz sieci komunikacyjnej
- ▶ Wysokie koszty zatrudnienia i rosnący niedobór wykwalifikowanych pracowników
- ▶ Wysoka regulacja rynku pracy i wysokie pozapłacowe koszty pracy
- ▶ Wysokie ceny energii
- ▶ Wysokie koszty transportu
- ▶ Wysokie wymagania formalne (certyfikaty)
- ▶ Długotrwały i pracochłonny proces wejścia na rynek
- ▶ Ze względu na federalizm czasem uciążliwe procesy decyzyjne
- ▶ różne regulacje prawne; różne poziomy edukacji szkolnej w zależności od kraju związkowego



SZANSE

- ▶ Liczne rządowe programy wsparcia na rzecz badań i rozwoju
- ▶ Duża wiedza specjalistyczna dostępna w średnich przedsiębiorstwach
- ▶ Lider w wielu technologiach i w dziedzinie przemysłu 4.0
- ▶ Bliskość do wiodących światowych marek
- ▶ Pozytywne możliwości rozwoju w sektorze finansowym poprzez przenoszenie przedsiębiorstw do Niemiec w związku z Brexitem
- ▶ Wysokie koszty zmuszają niemieckie firmy do outsourcingu usług za granicą
- ▶ Wiodąca lokalizacja targów branżowych
- ▶ Zwiększenie rozwoju i dynamiki w start-upach

**O**

ZAGROŻENIA

- ▶ Stosunkowo nasycony rynek ze względu na wielu dostawców krajowych; wysoka konkurencja
- ▶ Zagrożenie dla systemów ubezpieczeń społecznych ze względu na zmiany demograficzne; rosnący niedobór wykwalifikowanych pracowników
- ▶ Silnie rosnące koszty i opłaty w związku z przełomem w polityce energetycznej, co skutkuje stale rosnącymi standardami i wymaganiami
- ▶ Duża zależność od eksportu w kluczowych sektorach automotive i budowy maszyn
- ▶ Zaległości w dziedzinie usług informatycznych; finansowanie dla start-upów nadal zbyt niskie

**T**

Dostęp do rynku dla polskich towarów i usług

Brak jest formalnych ograniczeń w dostępie polskich towarów na rynek RFN.

Regulacja dostępu opiera się w zasadniczej części na wspólnotowych swobodach: przepływu osób, towarów i kapitału.

Nie stosuje się ceł eksportowych i importowych oraz ograniczeń ilościowych.



Dostęp do rynku dla polskich towarów i usług

Klienci z rynków niemieckojęzycznych oczekują wysokiej jakości, rzetelności partnerów i ekologiczności produktów.

Polskie technologie i usługi coraz częściej są kojarzone w Niemczech z solidnością.

Partnerzy niemieccy cenią także bezpośredni kontakt i materiały marketingowe **w języku niemieckim.**

Region jest bardzo chłonny, ale i konkurencyjny.

Największy popyt na rynkach niemieckojęzycznych znajdują m.in. firmy budowlane, chemiczne, producenci artykułów spożywczych, mebli, kosmetyków i nowinek technologicznych.

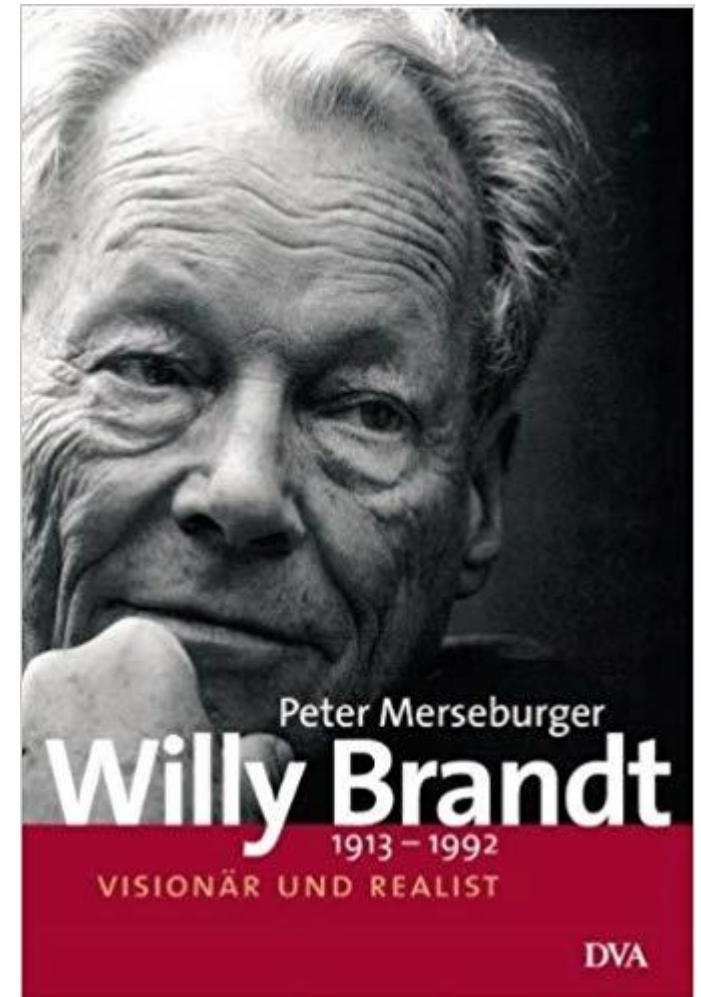
Dużo słabiej niż w Polsce rozwinięty jest tam sektor technologii finansowych (fin-tech), w tym płatności elektroniczne.

**Wenn ich Ihnen etwas verkaufen will, dann muss ich
Ihre Sprache sprechen.**

**Aber wenn Sie mir etwas verkaufen wollen, dann
müssen Sie Deutsch sprechen.“**

Willy Brandt

Bundeskanzler (1969 – 1974)





„Niemieckie otoczenie biznesowe kładzie duży nacisk na innowacyjne rozwiązania i technologie w zakresie szeroko rozumianego przemysłu 4.0. Duży potencjał na współpracę można zaobserwować w szczególności w takich branżach jak przemysł motoryzacyjny, maszynowy, chemiczno-farmaceutyczny czy IT.

Paweł Kwiatkowski

Dyrektor Pionu Doradztwo Rynkowe, AHK Polska

Dzięki innowacyjności i sile przemysłu Niemcy są niezwykle interesującym partnerem dla polskich firm – szczególnie w kontekście wdrażania Przemysłu 4.0.

Niemcy zainwestowały ponad 2 miliardy złotych w rozwój „inteligentnych fabryk” przyszłości i wyznaczają standardy nie tylko w Europie, ale także na całym świecie.

Publikacja **Profil gospodarczy Niemiec. Kraj • Ludzie • Biznes**
Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej
Auslandshandelskammer (AHK Polen) dostępna na <https://ahk.pl/>



POLSKIE INWESTYCJE w NIEMCZECH

Wartość polskiego kapitału zainwestowanego w Niemczech jest tylko ułamkiem zaangażowania niemieckich firm w Polsce.

W 2020 r. na terenie RFN działało 1 970 polskich firm zatrudniających 20 340 osób.

Te firmy reprezentują bardzo szeroki spektrum branż: przemysł odzieżowy, budowlany, montażowy, paliwowy, chemiczny, IT, handel i usługi.



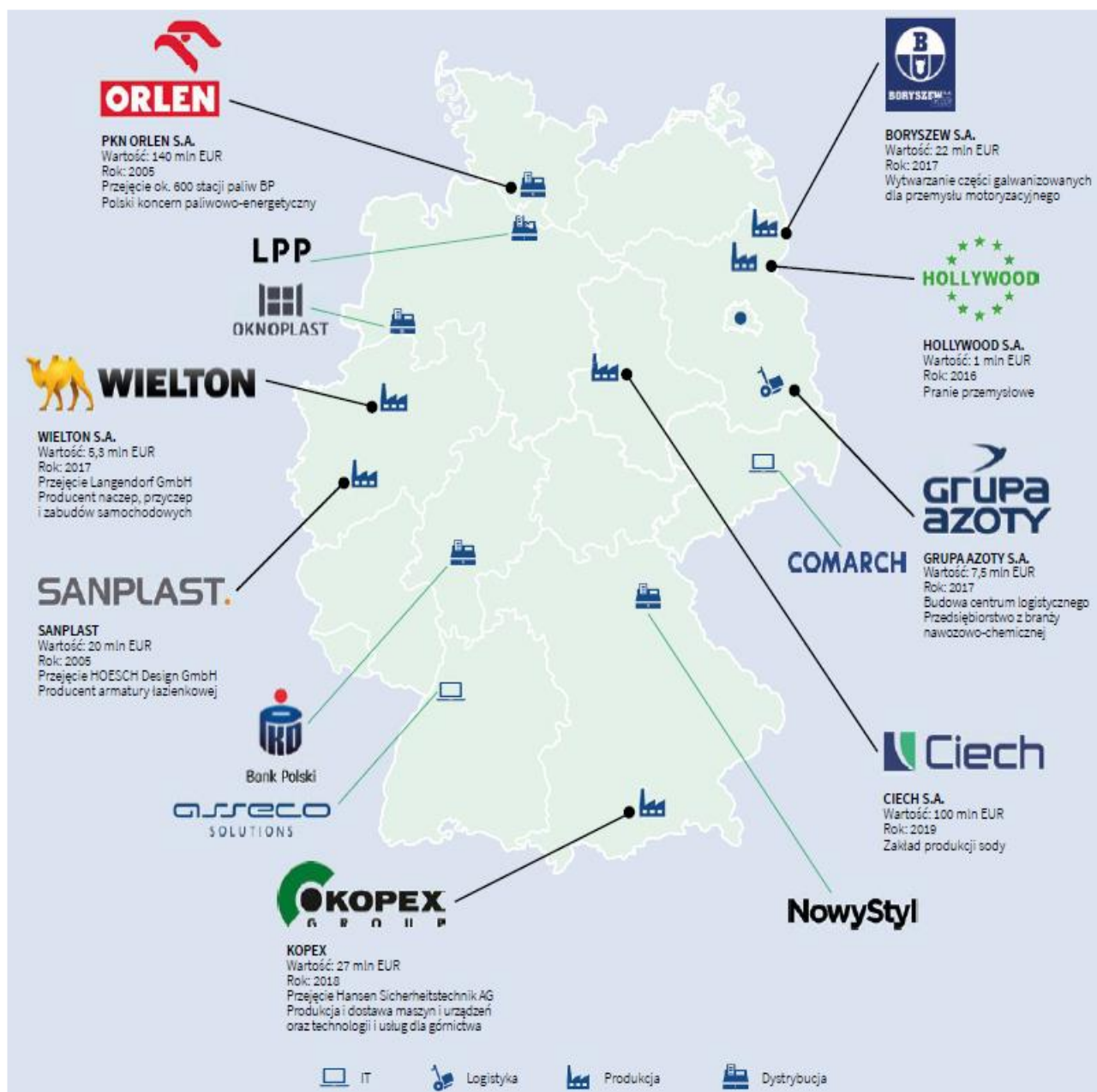
„Rynek niemiecki dzięki swojej wielkości i różnorodności stanowi atrakcyjne miejsce dla działalności eksportowej. Należy jednak pamiętać, że proces wejścia jest skomplikowany, wymaga odpowiedniej strategii, podejścia oraz cierpliwości.

Piotr Lesiak

Manager Indywidualne Doradztwo Rynkowe
AHK Polska

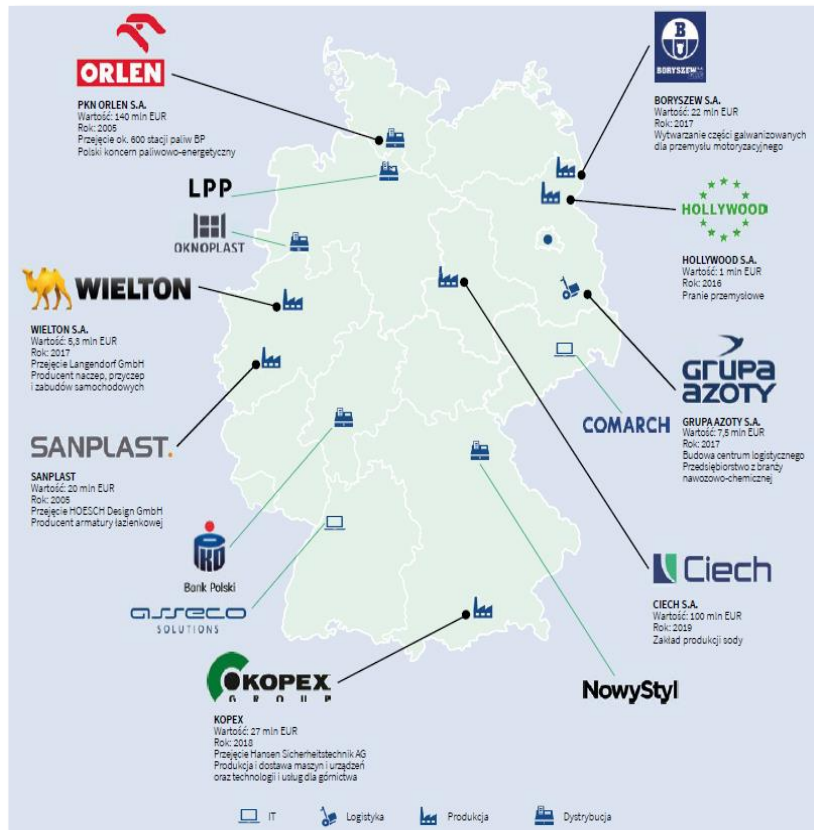
POLSKIE INWESTYCJE w NIEMCZECH

Firmy przemysłowe działają głównie w najbogatszych regionach Niemiec: Bawarii, Nadrenia Północna-Westfalia, Badenia Wirtembergia. Startupy najbardziej przyciąga Berlin.



POLSKIE INWESTYCJE W NIEMCZECH

Wartość polskiego kapitału zainwestowanego w Niemczech jest tylko ułamkiem zaangażowania niemieckich firm w Polsce. W 2020 r. na terenie RFN działało 1 970 polskich firm zatrudniających 20 340 osób. Te firmy reprezentują bardzo szerokie spektrum branż: przemysł odzieżowy, budowlany, montażowy, paliwowy, chemiczny, IT, handel i usługi.



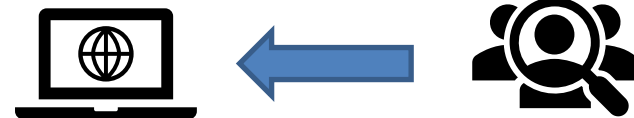
- 21% Odzieżowa,
- 18% Software & usługi IT,
- 13% Usługi biznesowe i finansowe,
- 10% Maszyny i sprzęt przemysłowy,
- 7% Energetyka, minerały i metale,
- 7% Dobra konsumpcyjne,
- 25% Inne sektory.

Badanie rynków zagranicznych i pozyskiwanie informacji o ewentualnych partnerach handlowych

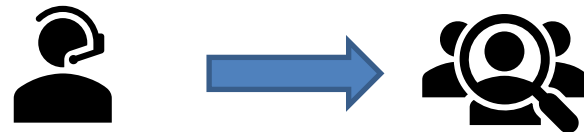
Badania rynków zagranicznych stanowią kompleks czynności zmierzających do poznania procesów zachodzących na określonym rynku, zjawisk rynkowych, ich przyczyn, skutków oraz tendencji w krótkim i długim okresie.

Te cele można osiągać poprzez:

- badania marketingowe;



- promocja, oddziaływanie na rynek



Podczas prowadzenia badań rynkowych należy się skupić na:

- Badaniach strukturalnych
- Badaniach koniunkturalnych
- Badaniach elementów marketingu (*marketing-mix*)



Badania strukturalne dotyczą zjawisk i procesów, które nie ulegają zmianą w krótkim okresie czasowym.

Dotyczą m.in. :

- sytuacji politycznej,
- czynników wpływających na prowadzenie działalności gospodarczej na wybranym rynku (polityka fiskalna, celna, kadrowa itd.),
- obowiązującego poziomu norm technicznych, inne wymagania,
- informacji geograficznej, demograficznej itd.



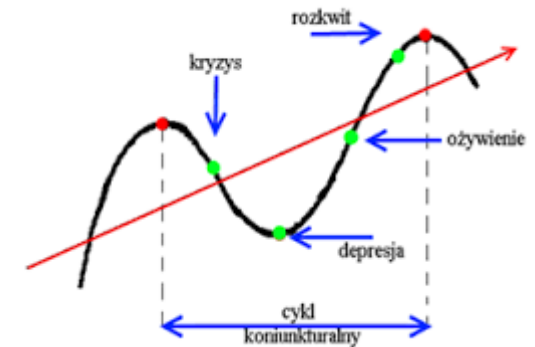
Te badania powinny odpowiedzieć na pytanie czy istnieją formalno-prawne możliwości wejścia na rynek zagraniczny.

Badania koniunkturalne

dotyczą zjawisk i procesów gospodarczych związanych z przebiegiem cyklu koniunkturalnego.

Charakteryzują się znacznym stopniem zmienności.

Dotyczą: podaży i popytu, poziomu dynamiki i kierunków eksportu, prognozy koniunktury na wybraną grupę towarów itd.



Ze względu na zmienność koniunktury należy przeprowadzać badania cyklicznie, w pewnych odstępach czasu.

Te badania powinny odpowiedzieć na pytanie **czy na danym rynku istnieje koniunktura**, zapotrzebowanie na oferowane przez naszą firmę produkty bądź usługi, czy popyt na ten towar będzie istniał w przyszłości, jakie są możliwości wzrostu sprzedaży.

Badania elementów marketingu (marketing-mix)

(**Price**) Cena, (**Product**) Produkt, (**Promotion**) Promocja, (**Place**) dystrybucja, miejsce sprzedaży.

Te badania są najtrudniejsze, kosztowne ale są bardzo istotne dla eksportera.

Pozwalają skonfrontować walory i słabsze strony własnego produktu z produktami konkurencyjnymi, które już znajdują się na danym rynku.

Pozwalają ocenić skuteczność reklamy, sieć dystrybucji, politykę cenową firmy względem sytuacji na konkretnym rynku, dostosować opakowanie towaru (5P).



Badania strukturalne i koniunkturalne można prowadzić samodzielnie nie wychodząc z biura (*desk research*) opierając się na dane wtórne: raporty, publikacje dostępne w Internecie, instytucjach wspierających eksport.

Badania elementów marketingu-mix muszą być prowadzone bezpośrednio na rynku (*field research*) samodzielnie bądź poprzez firmę wyspecjalizowaną.

Badania rynków zagranicznych są bardziej złożone z powodu trudności w gromadzeniu niezbędnych danych, kwestii językowych, kulturowych (w tym również religijnych), dotarcia do odbiorców końcowych.

Badania typu *desk research* można przeprowadzić opierając się na:

- **informacje o rynku w prasie biznesowej** (krajowej i zagranicznej):

- Biuletyn Euro Info Centre www.een.org.pl
- Businessman Magazyn www.businessman.pl
- Warsaw Business Journal www.wbj.pl
- Financial Times www.ft.com
- The Economist www.economist.com
- The Wall Street Journal www.wsj.com
- Business Week www.businessweek.com
- Handelsblatt www.handelsblatt.de
- Wirtschaftswoche www.wiwo.de
- Frankfurter Allgemeine Zeitung www.faz.net



Wyszukiwanie informacji w sieci Internet

- portale ogólne skupiające oferty eksporterów, importerów i producentów

www.trade.gov.pl www.paih.gov.pl www.europages.com itd.

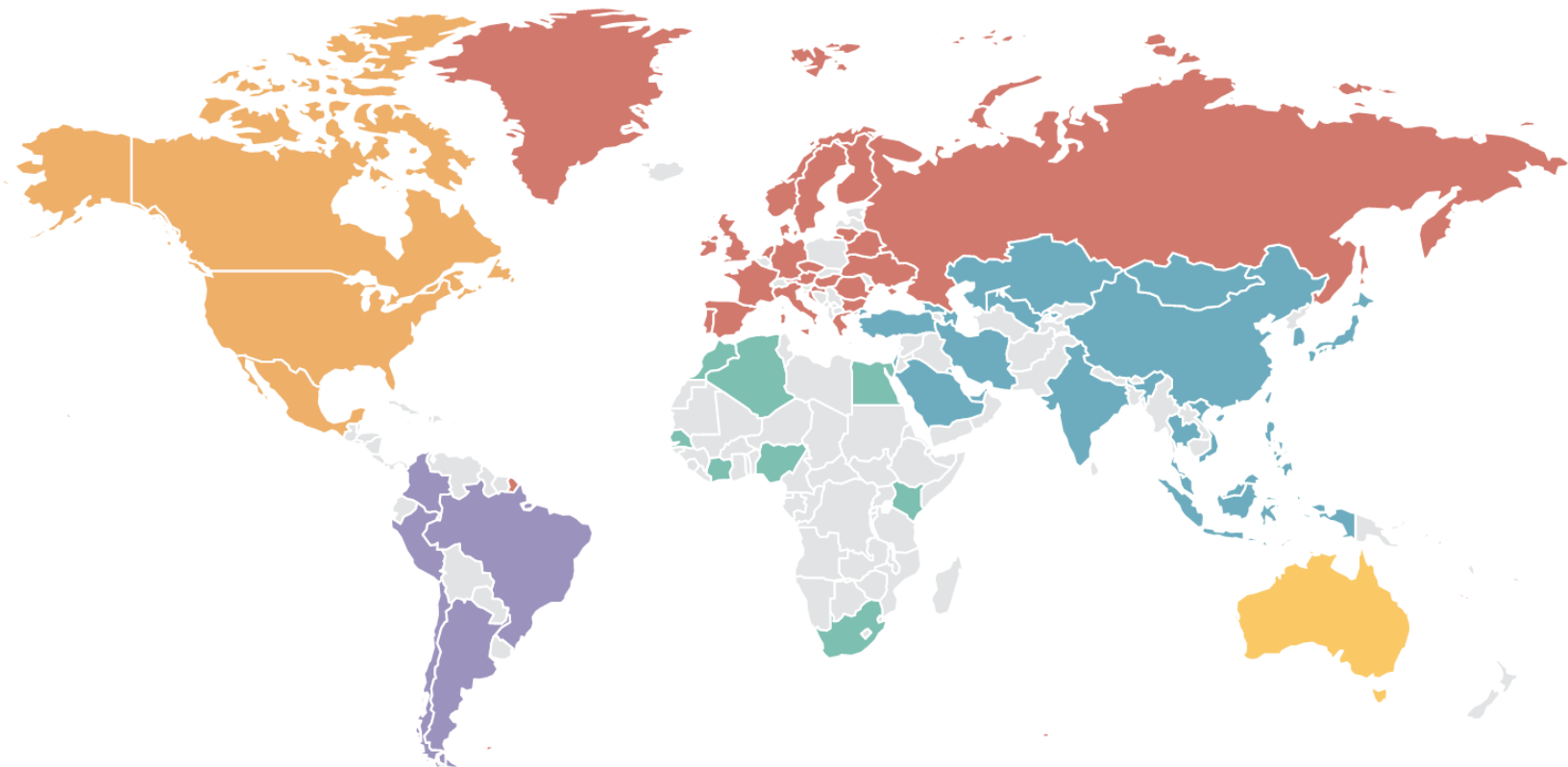
- portale branżowe
- strony organizatorów targów międzynarodowych (dane uczestników).



Deutsche Messe

Zakup adresów i informacji o firmach od organizacji i przedsiębiorstw specjalizujących się w gromadzeniu i przetwarzaniu danych (na przykład: Kompass www.kompass.com.pl).

KOMPASS
Connects business to business



Rozwiń listę lokalizacji





Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

[O AGENCJI](#) [OFERTA](#) [WEBINARIA](#) [BREXIT](#) [INWESTUJ W POLSCE](#) [PUBLIKACJE](#) [DLA MEDIÓW](#) [KONTAKT](#)



[Strona główna](#) > [Rynki zagraniczne](#)

RYNKI ZAGRANICZNE

[Afryka i Bliski Wschód](#)

[Ameryka Łacińska](#)

[Ameryka Północna](#)

[Azja Centralna](#)

[Azja i Pacyfik](#)

[Europa](#)

[Europa Wschodnia](#)



Rynki zagraniczne

Zapraszamy do kontaktu z Polską Agencją Inwestycji i Handlu S.A. Z przyjemnością pomożemy w planach rozwojowych Państwa przedsiębiorstwa za granicą. Nasi eksperci z różnych branż i rynków udzielą niezbędnych informacji i pomogą właściwie się przygotować do eksportu czy inwestycji zagranicznej. Jesteśmy obecni na kilkudziesięciu światowych rynkach i na wszystkich kontynentach.

Uprzejmie prosimy o skorzystanie z [Formularza kontaktowego](#).

Jesteśmy pewni, że współpraca z Polską Agencją Inwestycji i Handlu S.A. przyczyni się do Państwa zagranicznego sukcesu biznesowego!

Przygotowanie do eksportu - od czego zacząć?

Pierwsze kroki przyszłego eksportera

Skorzystaj z zestawu pytań pomocnych przy wstępnej ocenie potencjału eksportowego i sprawdź czego potrzebujesz, aby rozpocząć ekspansję na zagraniczne rynki.

[Pobierz i sprawdź się!](#)

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50, 00-025 Warszawa

www.paih.gov.pl



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

O AGENCJI OFERTA WEBINARIA BREXIT INWESTUJ W POLSCE PUBLIKACJE DLA MEDIÓW KONTAKT



Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

ul. Krucza 50, 00-025 Warszawa

Zagraniczne Biuro Handlowe PAIH S.A. w Niemczech

Łukasz Chrabański – Kierownik

Bockenheimer Landstraße 51-53,

D-60325 Frankfurt am Main

Tel.: +49 (0) 69 20 733 533

lukasz.chrabanski@paih.gov.pl

anna.polanska@paih.gov.pl

<https://www.paih.gov.pl/publikacje/eksport#>



Niemcy
Przewodnik po rynku





Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR



O AGENCJI OFERTA WEBINARIA BREXIT INWESTUJ W POLSCE PUBLIKACJE DLA MEDIÓW KONTAKT

Nasi eksperci

Udostępnij:



Łukasz Chrabański

Biuro PAIH we Frankfurcie nad Menem

Absolwent finansów i rachunkowości w Szkole Głównej Handlowej oraz prawa na Uniwersytecie Warszawskim. Studiował także w Management Center Innsbruck w Austrii oraz na HEC Liege Management School- University of Liege w Belgii. Jest również absolwentem stypendium DAAD w Kassel. Podczas studiów realizował ponadto program Polsko-Niemieckiego Forum Akademickiego.

Doświadczenie zawodowe zdobywał w kancelarii prawnej, Ministerstwie Finansów, Ministerstwie Gospodarki, Belgijskiej Izbie Gospodarczej oraz EY. Prowadził też własną działalność gospodarczą.

W Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu obecny od 2,5 roku, gdzie początkowo zajmował się obsługą zagranicznych inwestorów przy realizacji projektów inwestycyjnych głównie z zakresu usług dla biznesu (BSS). Na swoim koncie ma realizację wielu projektów zarówno usługowych jak i przemysłowych, głównie z kapitałem niemieckim i amerykańskim. Obecnie jako kierownik ZBH Frankfurt wspiera w ekspansji polskich przedsiębiorców w Niemczech, Szwajcarii i Liechtensteinie.

Zna niemiecki, angielski, francuski oraz hiszpański.



Anna Polańska

Biuro PAIH we Frankfurcie nad Menem

Absolwentka ekonomii na Lancaster University, VU University Amsterdam oraz Goethe University we Frankfurcie nad Menem. Studiowała również w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie.

Doświadczenie zawodowe zdobywała m.in. w Ministerstwie Spraw Zagranicznych RP, Europejskim Banku Centralnym, MŚP, polskich bankach oraz w Center for Financial Studies na Goethe University.

Z Polską Agencją Inwestycji i Handlu związana od 2017 r. W marcu 2020 r. objęła funkcję referentki d.s. kobiet w Heskim Związku Karate.

Biegłe posługuje się językami angielskim oraz niemieckim, a także hiszpańskim.

→ Najbliższe webinaria

Polska
Expo2020 Dubai

WEBINARIUM
Ochrona własności
intelektualnej
w kontekście Expo



Prawo własności intelektualnej w kontekście Expo 2020 Dubai

10 czerwca 2021 | godz: 09:00



Sukcesy startupów z Europy
Środkowo-Wschodniej w Dolinie
Krzemowej

10 czerwca 2021 | godz: 18:00



Meksykański sektor e-commerce -
szanse i możliwości

15 czerwca 2021 | godz: 15:00



Make your own podcast for free



Szlaki PAIH

By Polska Agencja Inwestycji i Handlu

Od zarania dziejów szlaki handlowe były nie tylko nośnikiem towarów, ale również kultur i cywilizacji. Trakty kupieckie w historii stawały się mostami między różnymi narodami i religiami. To dzięki kupieckim karawanom i komiwojażerom mamy dziś dostęp do unikatowych relacji ze starego i odległego świata.

Również dzisiaj warto wsłuchać się w głos ludzi, którzy rozsiani po całym świecie czuwają nad wymianą gospodarczą, będąc jednocześnie uważnymi obserwatorami otaczającej rzeczywistości.

Listen on Spotify

Message



WHERE TO LISTEN



ÉPISODE PODCAST

Das Podcast. Biznes w Austrii i Niemczech

Szlaki PAIH



ÉPISODE PODCAST

Co ten rok przyNEWS? - przypadek niemiecki

Szlaki PAIH



Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

O AGENCJI OFERTA WEBINARIA BREXIT INWESTUJ W POLSCE PUBLIKACJE DLA MEDIÓW KONTAKT



PAIH Biznes Mikser

Strona główna > PAIH Biznes Mikser > Baza Kontrahentów

<< Wróć



Baza Kontrahentów

Baza Kontrahentów to wewnętrzne narzędzie PAIH z listą polskich producentów półproduktów, komponentów i podzespołów, a także dostawców usług i nowoczesnych technologii. Agencja, dzięki wyspecjalizowanej wiedzy oraz wieloletniemu doświadczeniu w obsłudze projektów inwestycyjnych, jest odpowiednim partnerem w łączeniu przedsiębiorców z inwestorami/ partnerami biznesowymi w Polsce i za granicą.

Baza skierowana jest do firm działających w 14 najczęściej poszukiwanych przez inwestorów branżach.

Zgłoś się, jeśli planujesz rozwój swojej firmy i szukasz możliwości nawiązania kontaktów biznesowych.

Sprawdź, czy szukamy właśnie Ciebie!



Jesteś Średnią lub
Dużą firmą



Działasz w sektorze
B2B

lub

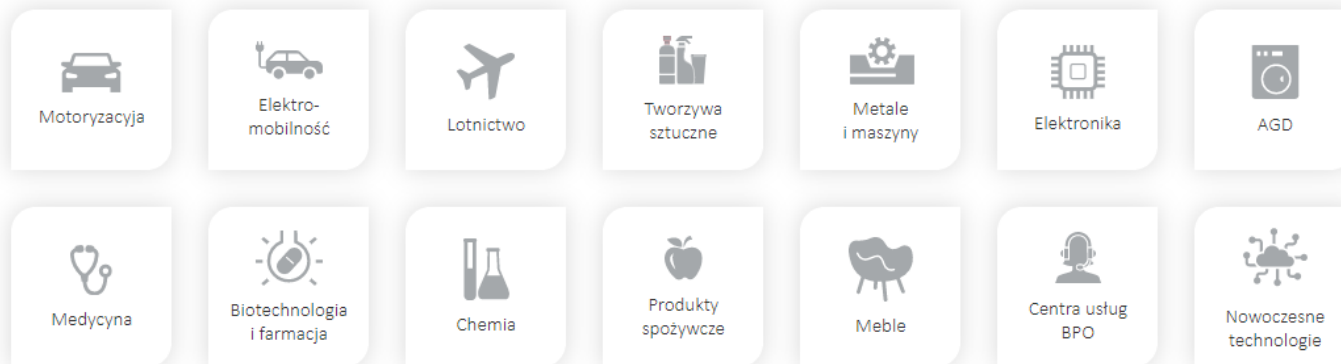


Jesteś dostawcą
nowoczesnych
technologii

https://www.paih.gov.pl/biznesmikser/baza_kontrahentow#



Reprezentujesz jedną z poniższych branż:



Dołącz do nas i zwiększ szansę rozwoju Twojej firmy!

Co zyskujesz?

- Okazję do nawiązania współpracy z inwestorami/ partnerami biznesowymi
- Możliwość skorzystania z międzynarodowej sieci kontaktów biznesowych PAIH
- Szansę na znalezienie długoterminowych odbiorców dla Twoich towarów i usług
- Perspektywę rozwoju dla Twojej firmy

Jak skorzystać?





Polska Agencja
Inwestycji i Handlu
Grupa PFR

O AGENCJI OFERTA WEBINARIA BREXIT INWESTUJ W POLSCE PUBLIKACJE DLA MEDIÓW KONTAKT



PAIH Biznes Mikser

Strona główna > PAIH Biznes Mikser > Ogłoszenia Handlowe

<< Wróć



Ogłoszenia Handlowe

Ogłoszenia Handlowe to platforma umożliwiająca publikowanie i wyszukiwanie usług, produktów, półproduktów, komponentów i podzespołów, a także nowych partnerów biznesowych w Polsce. To bezpłatny internetowy serwis B2B z ogłoszeniami przedsiębiorców, które są adresowane do odbiorców krajowych.

Sprawdź dostępne oferty lub dodaj własną.

Co zyskujesz?

- Dostęp do bezpłatnej platformy handlowej
- Możliwość dotarcia do szerokiego grona dedykowanych odbiorców
- Szansę na szybsze znalezienie partnerów biznesowych
- Perspektywę rozwoju Twojej firmy

Jak skorzystać?

https://www.paih.gov.pl/biznesmikser/ogloszenia_handlowe



Portal Promocji Eksportu



Portal Promocji Eksportu

A A A wysoki kontrast: ☐ ☒ ☐

ZBH/WPHI/COIE/BPP

Portal Promocji Eksportu

Kontakt

Rejestracja

Zaloguj



Aktualności



O PPE

Niezbędnik eksportera



Analizy rynkowe



Znajdź partnera



Szukaj



BAZA

Ofert i przetargów firm zagranicznych
Znajdź sposób wejścia na rynek

ZBH
Zagraniczne Biura Handlowe

BPP
Branżowe Programy

COIE
Centrum Obsługi Inwestora i

PFR
Polski Fundusz Rozwoju

www.trade.gov.pl

Sieć Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów



Portal Promocji Eksportu

A A A wysoki kontrast: ☐ ☒ ☐

ZBH/WPHI/COIE/BPP

Portal Promocji Eksportu

Kontakt

Rejestracja

Zaloguj



Aktualności



O PPE

Niezbędnik eksportera



Analizy rynkowe



Znajdź partnera



Szukaj



COIE

Wsparcie krajowe

Centra Obsługi Inwestorów i Eksporterów

Skorzystaj z usług Ekspertów COIE



BPP
Branżowe Programy



PFR
Polski Fundusz Rozwoju

www.coie.gov.pl

www.trade.gov.pl

Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych, KUKE S.A.

[O KUKE](#)[Rozwiązania](#)[Wiedza](#)[Logowanie](#)[Kontakt](#)[Referencje](#)[Struktura](#)[Sprawozdania i raporty](#)[Regulacje](#)[Współpraca](#)[Kariera](#)

Mapa rynków eksportowych

Myślisz o rozwoju eksportu na kolejne kraje?
Sprawdź rozwiązania KUKE dopasowane do
wybranego rynku.



Liczby mówią za nas


30 lat

towarzyszymy polskim
firmom w ich rozwoju


120

ubezpieczonych rynków
zagranicznych


536 mld zł

wartość ubezpieczonych transakcji
w kraju i w eksporcie


26 tys.

podpisanych polis i
udzielonych gwarancji

<https://www.kuke.com.pl/mapa>

www.kuke.com.pl



Mapa zawiera kluczowe dane na temat rynków eksportowych opracowane przez analityków KUKE. Spośród blisko dwustu krajów, z którymi Polska prowadzi wymianę handlową, wybraliśmy te, z którymi nasze firmy realizują najwyższe obroty handlowe oraz kraje, które cieszą się dużym zainteresowaniem przedsiębiorców prowadzących działalność eksportową. Wybierz rynek klikając na mapie lub z listy poniżej, by zobaczyć jego pełny opis.

Wybierz rynek

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

[O KUKE](#)[Rozwiązania](#)[Wiedza](#)[Logowanie](#)[Kontakt](#)[Start](#) — [Mapa](#) — Niemcy

Niemcy

Stolica
Berlin

Powierzchnia
357 376 km²

Liczba ludności
83,2 mln

Waluta
EUR

PKB
3 780 mld USD

PKB per capita
45 466 USD

Dynamika PKB
-6,0%

0 (0-7)
Klasyfikacja ryzyka wg OECD



9 (1-180)
Corruption Perceptions Index



9 (1-126)
Global Innovation Index



22 (1-190)
Doing Business



24 (1-180)
Index of Economic Freedom



Źródło: MFW, OECD, Bank Światowy,
Transparency International, The Heritage
Foundation, Conrell INSEAD WIPO (2020 r.)

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY



Deutsch-Polnische
Industrie- und Handelskammer
Polsko-Niemiecka Izba
Przemysłowo-Handlowa

PartnerInPoland



Członkostwo

Doradztwo rynkowe

Prawo i podatki

HR i Szkolenia



Wydarzenia | Media | O nas | Kontakt

AHK Polska

Udany biznes z sąsiadami



PUBLIKACJA JUBILEUSZOWA
Historia AHK Polska



PUBLIKACJE
Liczby i fakty, Profil gospodarczy



STANOWISKA IZBY
Business to Government

<https://ahk.pl/pl/>

<https://www.wspieramyeksport.pl>



Platforma
Wsparcia Eksportu

Eksportujesz? Importujesz?

Kup raport o swoim kontrahencie zagranicznym i sprawdź jego wiarygodność. Dzięki temu zmniejszysz ryzyko braku otrzymania płatności.

Zamów raport



Coraz więcej "made in Poland" za granicą

Eksport nieustannie napędza polską gospodarkę. W 2018 r. wartość polskiego eksportu wyniosła 223,6 mld EUR, a jego udział w światowym eksporcie wyniósł 1,35%. W latach 2010-2018 średnie tempo wzrostu eksportu towarów (w EUR) osiągnęło 9,7% w skali roku. Więcej informacji na temat rozwoju polskiego eksportu znajdziesz w raporcie przygotowanym przez ekspertów PKO Banku Polskiego.

Pobierz



ZNAJDŹ RYNKI EKSPORTOWE



Bank Polski

Platforma
Wsparcia Eksportu

Wybierz kontynent



Wybierz kraj



Najpopularniejsze kraje eksportowe



NIEMCY



Bank Polski

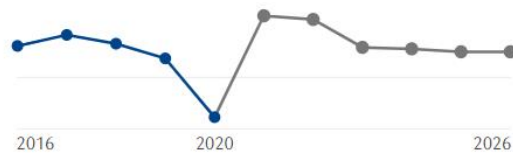
Platforma
Wsparcia Eksportu

🔄 Realizujemy bezpośrednie rozliczenia płatności w walucie kraju (EUR) oraz przez Oddział PKO Banku Polskiego we Frankfurcie n Menem

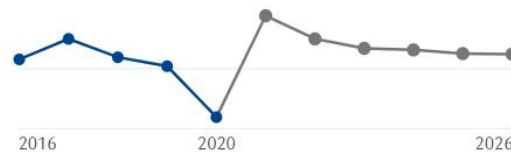
Gospodarka Niemiec należy do wiodących na świecie. Czołowy eksporter w dziedzinie motoryzacji i producent znanych marek samochodowych. Od lat drugi (po Chinach) światowy producent węgla brunatnego. Największy na świecie importer nabiału.



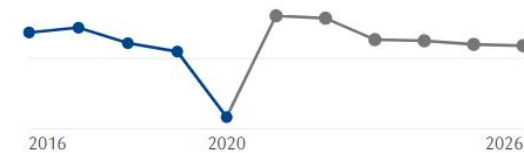
Import towarów - dynamika, % r/r



Eksport towarów - dynamika, % r/r



PKB - dynamika realna, % r/r



Źródło: MFW World Economic Outlook kwiecień 2021

Przewiń
do dołu



RAPORTY BRANŻOWE



Platforma
Wsparcia Eksportu

Najczęściej eksportowane



Chemia gospodarcza



Papier



Poligrafia



Guma i artykuły z gumy



Obuwie

Więcej ▼

Znajdź analizy branżowe

Uwaga! Klikając w którykolwiek z poniższych linków opuszczasz serwisy PKO Banku Polskiego. Serwisy, do których odsyłają poniższe linki, należą do podmiotów trzecich. PKO Bank Polski nie prowadzi jakiegokolwiek współpracy z tymi podmiotami, ani w żaden sposób nie weryfikuje zawartości ich serwisów. Bank nie gwarantuje również, że poniższa baza zawiera wszystkie serwisy oraz raporty, które dotyczą danej branży.

Wybierz branżę



Wybierz kategorię



Wybierz kraj



<https://santandertrade.com/pl/portal>

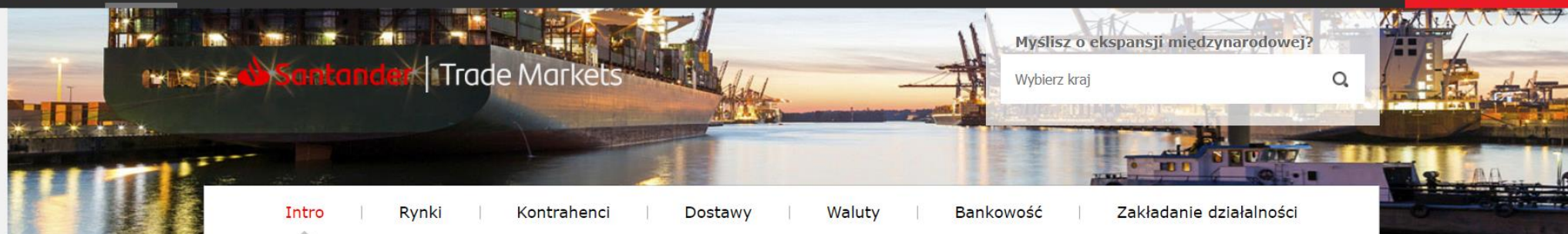
Strona główna

Markets

Club

Hiszpania ▼ pl ▼

Zaloguj się / Zarejestruj się



Myślisz o ekspansji międzynarodowej?

Wybierz kraj



Intro

Rynki

Kontrahenci

Dostawy

Waluty

Bankowość

Zakładanie działalności



ANALIZA TRENDÓW RYNKOWYCH

Zbieraj informacje rynkowe i wybierz najbardziej obiecujący rynek dla Twoich produktów i usług. »



DOSTĘP DO KONTRAHENTÓW

Odkryj nowe szanse dla Twojej działalności, korzystając z baz danych importerów i eksporterów na całym świecie. »



ZARZĄDZANIE DOSTAWAMI MIĘDZYNARODOWYMI

Optymalizuj procedury celne, koszty i zgodność z przepisami handlowymi przesyłkami międzynarodowymi. »

ZOBACZ PRZEWODNIK WIDEO!



POWIADOMIENIA BRANŻOWE

Każdego tygodnia publikujemy 150 raportów rynkowych. Wybierz swoją branżę i czytaj cotygodniowe informacje.

Wybierz branżę



Wiadomość e-mail

ZAPISZ SIĘ >



ANALIZA WALUTOWA

Analizuj rynki walutowe, zarządzaj stawkami wymiany i ograniczaj ryzyko. »



WSPÓŁPRACUJ Z NAMI

Wykorzystaj dostępny kapitał w pełni i znajdź bezpieczne rozwiązania w handlu międzynarodowym. »



ROZWÓJ MIĘDZYNARODOWY

Dowiedz się, jak prowadzić działalność za granicą i zarządzaj inwestycjami międzynarodowymi. »

POLEGAJ NA SANTANDER

Nasze usługi wspierające globalną ekspansję:



Brazil Sales Channel

How to open your own sales channel in Brazil?

Przeszukaj portal

SZUKAJ >



Deutsche Messe

Global Fairs. Global Business.

[Company](#) · [Trade Fairs](#) · [Your Event](#) · [Careers](#) · [News](#)

Enter keyword...



Trade fairs are our passion!

Deutsche Messe plans and stages leading capital goods trade fairs around the globe.

About us





Niemcy to światowy No 1 w organizacji targów.

Wynika to z długoletniej tradycji w organizacji imprez wystawienniczych, doskonale rozwiniętej infrastruktury targowej a także zaplecza w postaci bazy noclegowej, możliwości komunikacyjnych i wszelkich innych usług dla wystawców i odwiedzających.

W pierwszej dziesiątce największych organizatorów targów na świecie znajduje się aż **pięciu z Niemiec**. Rocznie odbywa się tu ok. 350 imprez o charakterze międzynarodowym, narodowym i regionalnym.

Targi w Niemczech to możliwość dotarcia do klientów z całego świata: przeciętnie 60% wystawców i 35% odwiedzających pochodzi z zagranicy.



Najważniejsze imprezy targowe

60% najważniejszych światowych targów odbywa się w Niemczech

W Niemczech istnieje 25 obiektów targowych o znaczeniu międzynarodowym lub krajowym.

Łączna powierzchnia hali wynosi 2,8 miliona metrów².

160 – 180 IMPREZ ROCZNIE

190 000 WYSTAWCÓW

10 MLN ODWIEDZAJĄCYCH

EKSPORT W EUROPIE | NIEMCY

AGRITECHNICA (Hanower) – Największe międzynarodowe targi producentów sprzętu;

ANUGA (Kolonia) – Wiodące targi dla przemysłu spożywczego;

AUTOMECHANIKA (Frankfurt n. Menem) – Międzynarodowe targi mechaniki samochodowej, części i komponentów do budowy pojazdów;

BOOT (Düsseldorf) – Największa na świecie wystawa łodzi, jachtów i sportów wodnych;

DRUPA (Düsseldorf) – Najważniejsze na świecie targi dla przemysłu poligraficznego;

FRUIT LOGISTICA (Berlin) – Najważniejsze targi dla branży owocowo-warzywnej;

GRÜNE WOCHE (Berlin) – Największe światowe targi żywności, rolnictwa i ogrodnictwa, promujące zwłaszcza specjalności regionalne i artykuły ekologiczne;

HANNOVER MESSE (Hanower) – Największe międzynarodowe targi technologii, innowacji i automatyki w przemyśle;

IAA (Frankfurt n. Menem) – Największy i najważniejszy na świecie salon samochodowy;

IFA (Berlin) – Międzynarodowa wystawa elektroniki użytkowej i sprzętu AGD;

IMM cologne (Kolonja) – Międzynarodowe targi mebli i wyposażenia wnętrz;

INTERPACK (Düsseldorf) – Międzynarodowe targi maszyn pakujących, opakowań
oraz maszyn cukierniczych;

MEDICA (Düsseldorf) – Międzynarodowe targi wyposażenia i aparatury medycznej,

PAPERWORLD (Frankfurt n. Menem) – Największe na świecie targi artykułów biurowych,
szkolnych, akcesoriów do drukarek oraz pozostałych urządzeń biurowych.

Firma w Niemczech | Formy prowadzenia działalności gospodarczej

Przewidziane w Niemczech sposoby prowadzenia biznesu co do zasady nie różnią się w wielkim stopniu od ich polskich odpowiedników. Jednakże są istotne różnice.

Firma polska, która chce się uaktywnić na rynku niemieckim, może to zrobić przez założenie zależnej spółki kapitałowej:

- **GmbH** - Gesellschaft mit beschränkter Haftung = spółka z ograniczoną odpowiedzialnością;
- **AG** – Aktiengesellschaft = spółka akcyjna
- albo poprzez założenie **oddziału**.

Nie ma możliwości otwarcia przedstawicielstwa polskiej firmy.

W prawie niemieckim nie istnieje bowiem forma prawna „przedstawicielstwa”.

Firma w Niemczech | Formy prowadzenia działalności gospodarczej

Oddział zagranicznego przedsiębiorcy (*Zweigniederlassung*) w Niemczech nie jest odrębną od przedsiębiorstwa macierzystego samodzielną osobą prawną.

Stanowi on jedynie prawnie i organizacyjnie wyodrębnioną część przedsiębiorstwa macierzystego.

Oddział podlega prawu niemieckiemu.

Istnieje możliwość dodania dodatkowego oznaczenia wskazującego na siedzibę oddziału (np. XYZ - *Zweigniederlassung Mannheim*).

Oddział zagraniczny uczestniczy w obrocie handlowym samodzielnie.

Dłużnikiem zaciągniętych poprzez oddział zobowiązań pozostaje jednostka macierzysta.

Firma w Niemczech | Formy prowadzenia działalności gospodarczej

Minimalny kapitał zakładowy w Spółce z ograniczoną odpowiedzialnością (GmbH) wynosi **25 000 Euro**.

Spółka GmbH posiada **dwa obowiązkowe organy**:

- **zgromadzenie wspólników** (Gesellschafterversammlung) oraz
- **zarząd** (Geschäftsführung).

Obywatelstwo oraz miejsce zamieszkania wspólników jak i zarządców nie ma znaczenia.

Spółka GmbH musi posiadać **fizyczny niemiecki adres** oraz **dysponować fizycznie przestrzenią biurową**. Ich brak prowadzi do odmowy nadania numeru podatkowego.

Tym samym nowa firma nie będzie mogła uczestniczyć w obrocie gospodarczym.

Wynajęcie usługi polegającej na udostępnieniu tzw. **biura wirtualnego nie jest wystarczające**.

Firma w Niemczech | Formy prowadzenia działalności gospodarczej

W Niemczech występują dwa główne typy firmy: spółki kapitałowe i osobowe.

Spółki osobowe:

- **GbR** (Gesellschaft des bürgerlichen Rechts, nazywana również BGB-Gesellschaft) – spółka prawa cywilnego (spółka cywilna)
- **OHG** (Offene Handelsgesellschaft), czyli spółka jawna
- **KG** (Kommanditgesellschaft) - spółka komandytowa
- **SG** (Stille Gesellschaft) - spółka cicha
- **PartnG** (Partnergesellschaft) - spółka partnerska

Spółki kapitałowe:

- **AG** (Aktiengesellschaft) - spółka akcyjna
- **GmbH** (Gesellschaft mit beschränkter Haftung) - spółka z o.o.
- **KGaA** (Kommanditgesellschaft auf Aktien) - spółka komandytowo-akcyjna.

Firma w Niemczech | Formy prowadzenia działalności gospodarczej

Inne formy spółek oraz wspólnot:

- **Ein-Mann-GmbH** (Ein-Mann-Gesellschaft mit beschränkter Haftung) - jednoosobowa sp. z o.o.;
- **GmbH & Co. KG** (Gesellschaft mit beschränkter Haftung und Kommanditgesellschaft) - spółka komandytowa, do której przystąpiła spółka z o.o.;
- **GmbH & Stille** (Gesellschaft mit beschränkter Haftung und Stille) - spółka z o. o. z jednym lub kilkoma wspólnikami cichymi;
- **e. V.** (eingetragener Verein) - stowarzyszenie zarejestrowane;
- **e. G.** (eingetragene Genossenschaft) - zarejestrowana spółdzielnia;
- **VVaG** (Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit) - prywatne stowarzyszenie ubezpieczeniowe;
- **nicht rechtsfähiger Verein** - stowarzyszenie bez zdolności prawnej, jak np. związki zawodowe.

Firma w Niemczech | Opodatkowanie

Stawka opodatkowania działalności gospodarczej w Niemczech zależy od tego, gdzie przedsiębiorstwo jest zarejestrowane.

W niektórych regionach opodatkowanie może sięgnąć zaledwie 23% osiągniętego zysku, a w niektórych może leżeć nawet powyżej 30%.

Średnia krajowa będzie natomiast oscylowała wokół 30%.

Kwota wolna od podatku: 24 500 €

Decydujący wpływ na wysokość opodatkowania będzie miała zmienna stawka tzw. **podatku od działalności gospodarczej** (Gewerbesteuer).

Stanowi on dochód gminy, w której siedzibę ma przedsiębiorstwo.

Stawka podatkowa jest ustalana przez radę danej gminy.

Firma w Niemczech | Opodatkowanie

Na całość opodatkowania przedsiębiorstw składają się cztery, następujące podatki:

CIT

Podatek solidarnościowy

Podatek VAT

PIT

(Solidarit tszuschlag)

CIT

Spółki kapita łowe: GmbH (Sp. z o.o.), AG (S.A.) podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób prawnych (K rperschaftsteuer) = **15%**.

PIT

Wspólnicy spółek osobowych: spółki jawnej (oHG), spółki komandytowej (KG), podlegają opodatkowaniu podatkiem dochodowym od osób fizycznych (Einkommensteuer) = **14%**,

Od dochodu 57 051 EUR = 42%, dochody powy żej 270.500 EUR = 45%.

Firma w Niemczech | Opodatkowanie

Zarówno niemiecki CIT, jak i PIT ustalane są na poziomie krajowym (federalnym).

Do CIT-u lub PIT-u doliczany jest tzw. **podatek solidarnościowy** (Solidaritätzuschlag).

Obowiązuje od 1991 r. i został wprowadzony w zw. ze zjednoczeniem Niemiec.

Jego stawka w 2020 roku wynosiła 5,5%. Jest ustalany na poziomie federalnym.

W przypadku GmbH oznacza to, iż podatek dochodowy naliczany z tytułu CIT oraz dodatku solidarnościowego łącznie wyniesie 15,825% od dochodu.

Od 2021 roku podatek ten jest stopniowo znoszony.

Firma w Niemczech | Opodatkowanie

Podatek VAT | Mehrwertsteuer (Mwst)

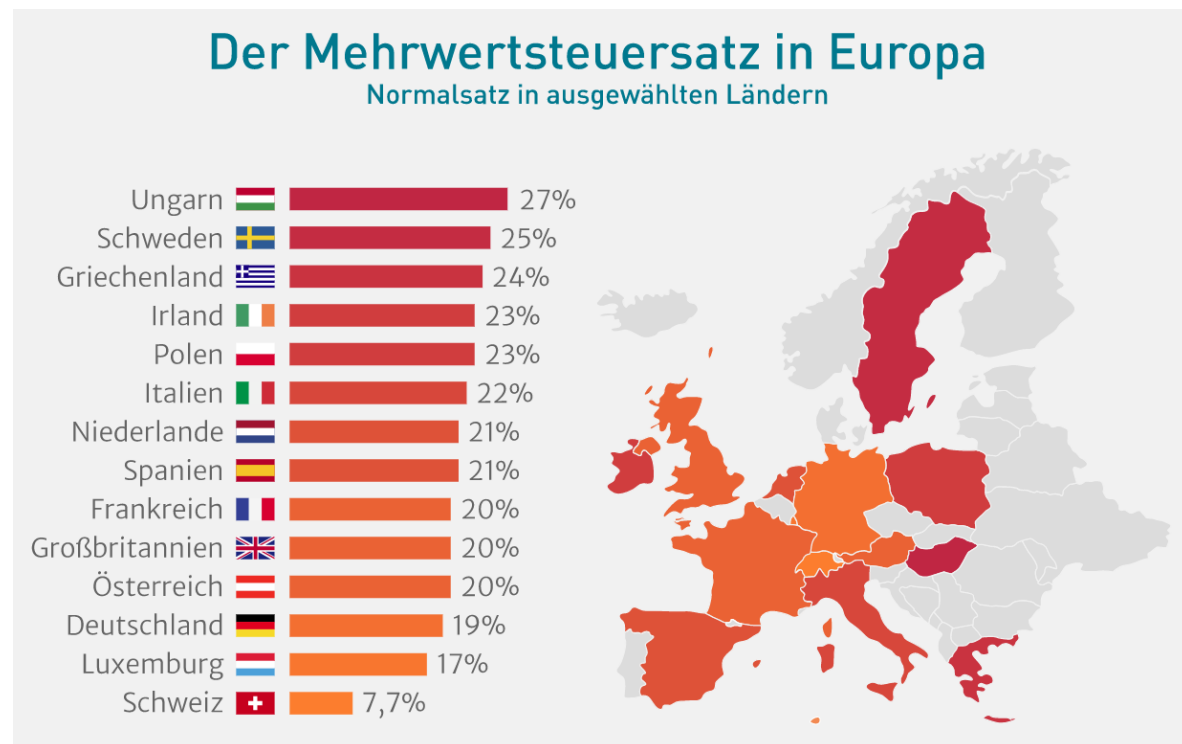
STAWKI VAT w Niemczech

19% Regularna stawka

7% Stawka obniżona

np. artykuły spożywcze,
gazety, pobyty w hotelach

Zw. Niektóre czynności są zwolnione
w całości z podatku VAT.
np. usługi zdrowotne lub
praca społeczna.



Firma w Niemczech | Opodatkowanie

Ostatnim elementem podatkowym jest tzw. **podatek od działalności gospodarczej** (Gewerbesteuer).

Dotyczy on wszystkich rodzajów prowadzonej działalności gospodarczej w Niemczech, niezależnie od formy prawnej (*spółki kapitałowe, spółki osobowe, działalność gospodarcza wykonywana przez osobę fizyczną*).

Wysokość podatku ustalana jest przez władzę gminy (rada gminy).

Średnia wysokość podatku od działalności gospodarczej wynosi w Niemczech 14%.

Etykieta biznesowa w Niemczech

PUNKTOWAĆ PUNKTUALNOŚCIĄ



Pozytywny stereotyp w Polsce nt. Niemców: Są punktualni i dostarczają tematy na czas. Rzeczywiście, terminy w Niemczech są bardzo ważne i raczej nie są przedmiotem negocjacji. Lepiej dotrzeć dziesięć do piętnastu minut za wcześnie na spotkanie niż pięć minut za późno. Dostawy powinny być zrealizowane „na czas” za wszelką cenę, w przeciwnym razie szybko stracisz szansę na następne zlecenia. A jeśli naprawdę nie da się uniknąć spóźnienia, warto poinformować o tym swojego partnera biznesowego z wyprzedzeniem.



Etykieta biznesowa w Niemczech

▼ NIE BIERZ TEGO DO SIEBIE



W przeciwieństwie do Polski, w Niemczech kwestie prywatne i small talk nadal odgrywają niewielką rolę w życiu biznesowym. Często dąży się prosto do sedna sprawy, mimo że relacja pozostaje na poziomie formalnym. Przy tym niemieccy partnerzy zazwyczaj argumentują bardzo obiektywnie i bezpośrednio. Krytyka nie powinna być interpretowana jako atak adresowany do konkretnej osoby. Zazwyczaj ma wskazywać, że można wspólnie znaleźć jeszcze lepsze rozwiązanie. Podstawowa sprawa: upewnij się, że jesteś dobrze przygotowany i znasz fakty.

SIEZEN I DUZEN



Niemcy zwracają uwagę na maniery i formalności. W życiu biznesowym zazwyczaj zwracają się per „Sie” (Pan/ Pani), łącząc je z nazwiskiem. Połączenie „Sie” z imieniem nie funkcjonuje. Jeśli więc Niemiec zwraca się do nas po imieniu, zwykle oznacza to, że opuszcza teren biznesowy. Więc należy być ostrożnym w oferowaniu „Du”.

Etykieta biznesowa w Niemczech

UNIKAJ TEMATÓW TABU

Niemcy są co prawda przyzwyczajeni do tego, że za granicą często pyta się ich o drugą wojnę światową, jednak dziś kolejne pokolenie postrzega siebie w znacznie większym stopniu jako część nowoczesnej Europy. Unikaj tematów, które są emocjonalnie trudne. Należą do nich m.in. tematy takie jak uchodźcy, religia, patriotyzm lub homoseksualizm.



NIE ZAWSZE MUSI BYĆ KRAWAT



Przed pierwszym spotkaniem z nowymi partnerami biznesowymi postaraj dowiedzieć się, czy firma ma formalną, czy bardziej swobodną kulturę biznesową. W razie wątpliwości: lepiej dress code zbyt konserwatywny niż zbyt swobodny. Niemcy przywiązują wagę do klasycznych ubrań, choć dyskretne odcienie, takie jak granat, szarość, koniak czy ciemny brąz są również akceptowane w przypadku garniturów. Kobiety powinny zwracać uwagę na prostą biżuterię i dyskretny makijaż. Coraz częściej jednak akceptowany jest styl casual biznesowy, przykładowo brak krawata.

Etykieta biznesowa w Niemczech

▼ ZDECYDOWANY UCISK DŁONI ZAWSZE NA MIEJSCU

Niemcy są na ogół bardziej oddaleni w swoich relacjach biznesowych niż Polacy. Pocałunki i uściski są nietypowe. Nieważne, czy mężczyzna czy kobieta: Mocny uścisk dłoni na powitanie nigdy nie jest błędem. Powinieneś przy tym spojrzeć swojemu rozmówcy w oczy. Powitanie zacznij od najważniejszej osoby. Kobiety nie powinny się dziwić, że Niemcy nie będą przytrzymywać dla nich otwartych drzwi ani podsuwać krzesła. Te szarmanckie maniery wyszły już nieco z użycia, mimo że są doceniane przez wiele niemieckich biznesemek.



► ŚRODOWISKO: W NIEMCZECH OD DAWNA „MAINSTREAM“

Think green: W Niemczech od dawna myśli się ekologicznie, nawet w kręgach konserwatywnych. Niemcy są przeważnie dumni ze swojej transformacji energetycznej i intensywnie dyskutują o wpływie własnego stylu życia na środowisko naturalne. Jak inaczej można wytłumaczyć, że politycy otwarcie potrafią żądać podwyżki cen paliw, nie martwiąc się o swój elektorat w następnych wyborach? Młodzi Niemcy często angażują się w projekty klimatyczne. I nawet całkiem małe firmy zwracają w międzyczasie uwagę na skutki działalności dla środowiska.



Etykieta biznesowa w Niemczech

- Niemcy to kraj **niskokontekstowy**: ludzie wypowiadają to co myślą.
- Pierwszy kontakt najlepiej jest nawiązać za pomocą dobrze napisanego (najlepiej w języku niemieckim), formalnego, adresowanego imiennie listu.
Zaadresowany do przełożonego tej osoby, z którą przyjdzie nam negocjować.
- Przestrzeganie właściwej etykiety jest niezbędne podczas samego spotkania.
- Przywiązują wagę do tytułów. Zwracamy się do partnera: Herr, Frau, a następnie dołączamy tytuł naukowy lub zawodowy: Herr Doktor Schmitt, Frau Profesor Schmitt.
- Publiczne okazywanie uczuć nie jest powszechne i nie jest wskazane w relacjach biznesowych

Etykieta biznesowa w Niemczech

- Niemcy są szczegółowi i drobiazgowi. Można oczekiwać, że wszyscy - od portiera w górę - będą uprzedzeni o twoim przybyciu.

Rozmowa zostanie przygotowana w najdrobniejszych szczegółach.

- Sprawiają wrażenie pełnych rezerwy formalistów. Minie sporo czasu zanim się rozluźnią. Cenią sobie grzeczność i uprzejmość.

- Atmosfera w czasie rozmów odgrywa mniejszą rolę.

Niemcy przywiązują dużą wagę do transakcji aniżeli do relacji pomiędzy stronami.

- Mają trudne do zrozumienia dla obcokrajowców poczucie humoru;

Etykieta biznesowa w Niemczech

- Dla Niemców negocjacje są sprawą poważną i nie ufają rozmówcom, którzy sprawiają wrażenie „beztroskich”.
- Do czasu osiągnięcia porozumienia zachowują dystans i umiarkowanie i tego samego oczekują od drugiej strony. Stąd przerywniki w postaci żartów nie są wskazane.
- Lepiej nie mów, jeśli to co chcesz powiedzieć, nie ma związku z konkretnym, diskutowanym problemem.
- Nie lubią szybkiego podejmowania decyzji. Decyzje muszą być przeanalizowana z wyższym kierownictwem i specjalistami.

Etykieta biznesowa w Niemczech

- Niemcy uchodzą za naród dobrze zorganizowany, efektywny w pracy, przywiązujący wagę do porządku, utalentowany technicznie.
- Przywiązują wagę do pisemnego zrelacjonowania spotkania (e-mail, list).
- Taktyka wychodzenia z wysokiego pułapu tak aby było można potem z czego spuszczać (*po arabsku*) w Niemczech jest jak najbardziej błędna.
- Niemcy na ogół stawiają sobie wysoko poprzeczkę i tego samego oczekują od swoich zagranicznych partnerów.

Etykieta biznesowa w Niemczech

- Są profesjonalistami i fachowcami, do rozmów przygotowują się bardzo starannie (planują), starają się dowiedzieć się o partnerze jak najwięcej.
- Niemcy mogą żądać referencji, nawet jeśli dostawca ma już określoną pozycję na rynku, a tym bardziej od kogoś mało znanego lub wchodzącego na rynek po raz pierwszy.
- Skrupulatnie będą analizować produkt, będą krytyczni w czasie prezentacji i będą chcieli przekonać się, że potencjalny dostawca włożył wiele pracy w rozpoznanie potrzeb klienta.
- Kontrakty są bardzo szczegółowe. Trzeba pamiętać o rozbudowanych klauzulach kar umownych. Przedyskutować je z prawnikiem.

Etykieta biznesowa w Niemczech

- Dla Niemców strona techniczna produktu jest wyjątkowo ważna. W tej sprawie mogą odwoływać się do specjalistów, jeszcze zanim przystąpią do negocjowania jakichkolwiek warunków ewentualnego kontraktu kupna u zagranicznego dostawcy.
- Wiedza o towarze jest podstawowym wymogiem w kontaktach z Niemcami. Błędem jest sadzanie na wprost Niemca dyletanta w sprawach technicznych.
- Długo i skrupulatnie negocjują i ustalają terminy dostaw. Kwestia dotrzymania tych terminów jest bardzo istotna. Od tego, jak dostawcy wywiązują się ze swych zobowiązań zależy, czy współpraca będzie kontynuowana. Za wszelkie opóźnienia grożą wysokie kary, ustalone w kontrakcie.

NowyStyl

<https://de.nowystyl.com/de/>

NowyStyl

[Impressum DE](#)

[Impressum AT](#)

[Datenschutzerklärung DE](#)

[Datenschutzerklärung AT](#)

[Deutschland](#) ▼

[Merkzettel \(0\)](#)



[START](#)

[KOMPETENZEN](#)

[PRODUKTE](#)

[PROJEKTE](#)

[WISSEN](#)

[ÜBER UNS](#)

[SHOWROOM](#)

[KONTAKT](#)



Inspirierende
Arbeitswelten



Neuer Showroom

Farben mit besonderer Wirkung: Neugestaltung unseres Showrooms in Düsseldorf

• ○ •



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



**Rzeczpospolita
Polska**



**Województwo
Kujawsko-Pomorskie**

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



**BYDGOSKA
AGENCJA
ROZWOJU
REGIONALNEGO**



**METROPOLIA
BYDGOSZCZ**

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ !

dr Sergiusz Kuczyński
tel.: +48 735 040 633
e-mail: sergiusz.kuczynski@umcs.pl