



Poradnik: Współpraca gospodarcza z Niemcami.

Współpraca gospodarcza z Niemcami

Niemcy jako jedna z największych gospodarek na świecie wnoszą ważny wkład w rozwój gospodarczy wielu państw europejskich, w tym również naszego kraju. Niemiecka gospodarka jest czwartą co do wielkości po Stanach Zjednoczonych, Chinach i Japonii. Jako największy płatnik netto w Unii Europejskiej stanowi jeden z fundamentów istnienia Wspólnoty Europejskiej i dla większości państw pełni rolę kluczowego partnera.

Podstawowe informacje

Republika Federalna Niemiec to państwo o powierzchni 357 tys. km² (dla porównania powierzchnia administracyjna Polski wynosi 312,7 tys. km²), leżące między Morzem Północnym i Morzem Bałtyckim na północy, Alpami na południu, rzeką Ren na zachodzie oraz Odrą na wschodzie. Państwo to graniczy z Danią (na północy), na wschodzie z Polską i Czechami, na południu z Austrią i Szwajcarią, a na zachodzie z Francją, Belgią, Luksemburgiem i Holandią. Stolicą Niemiec jest Berlin, a językiem urzędowym jest język niemiecki. Niemcy składają się z 16 krajów związkowych (tzw. landów), który każdy z nich posiada szerokie uprawnienia oraz

charakteryzuje się silnie rozwiniętą tożsamością regionalną. Każdy z landów posiada własną konstytucję, parlament oraz rząd, a na płaszczyźnie federalnej reprezentowany jest w Izbie Wyższej (Bundesrat), która obok Bundestagu jest izbą parlamentu. W Niemczech prezydent pełni funkcję reprezentacyjną. Obecnie rolę tę od 18 marca 2012 r. pełni Joachim Gauck. Na czele rządu składającego się z kanclerza federalnego oraz ministrów federalnych stoi obecnie od 22 listopada 2005 r. Angela Merkel.

Według danych Federalnego Urzędu Statystycznego (Destatis) w 2011 roku liczba ludności żyjąca w Niem-

zech wyniosła 81,8 mln. W minionej dekadzie państwo to borykało się z jednym z najniższych w Europie wskaźników urodzeń. Ujemną wartość przyrostu naturalnego rekompensuje wzrost liczby imigrantów, zwłaszcza z krajów, które w 2004 r. przystąpiły do Unii Europejskiej, w tym w dużej mierze z Polski. Jak podaje Destatis zjawisko to nasiliło się po zniesieniu 1 maja 2011 r. ograniczeń w dostępie obywateli nowych członków Wspólnoty do niemieckiego rynku pracy. Walutą w Niemczech jest euro (EUR), które w 1 stycznia 2002 r. zastąpiło wcześniejszą niemiecką markę (DEM).

Tabela 1 Podstawowe wskaźniki makroekonomiczne

32424	2008	2009	2010	2011*	2012*
PKB (w mld €)	2 489,0	2 364,0	2 498	2 573	2 590
PKB per capita (w €)	30.300	30.000	31.100	31.400	31.600
Dynamika PKB	1,0%	-4,7%	3,6%	3,0%	0,6%
Deficyt budżetowy (% PKB)	0,1%	-3,0%	-3,3%	-1,0%	-1,2%
Dług publiczny (% PKB)	66,3%	73,5%	83,2%	81,0%	81,0%
Inflacja	2,8%	0,2%	1,2%	2,6%	2,0%
Poziom bezrobocia	7,5%	7,8%	7,1%	6,6%	6,0%
Eksport (w mld €)	937,3	803,3	916,5	986,0	1.050,0
	+ 2,5%	-14,3%	+14,1%	+7,6%	6,5%
Import (w mld €)	733,5	664,6	748,3	805,0	863,0
	+ 3,3%	-9,4%	+12,6%	+7,5%	+7,2

*Prognoza EuropeanForecast, OECD review

Źródło: www.mg.gov.pl

Do najlepiej rozwiniętych gałęzi przemysłu w Niemczech należy zaliczyć: przemysł elektromaszynowy, rafineryjny, energetyczny, hutniczy oraz chemiczny. Ponadto Niemcy to największy na świecie producent piwa i chmielu. Najważniejszym obszarem w Niemczech, będącym centrum finansowym tego

kraju jest Frankfurt nad Niemnem, gdzie m.in. znajduje się siedziba Frankfurckiej Giełdy Papierów Wartościowych oraz siedziby największych banków Deutsche Bank oraz Commerzbank. Najważniejszym indeksem giełdowym, stanowiący pewnego rodzaju barometr sytuacji finansowej w Niemczech jest indeks

DAX, który ukazuje zmianę wartości akcji 30 największych spółek akcyjnych pod względem kapitalizacji. Do największych przedsiębiorstw w Niemczech zalicza się m.in: E.ON (spółka energetyczna), Siemens, Deutsche Telekom, Allianz, Volkswagen, Bayer.

Współpraca zagraniczna

Niemcy należą do najlepiej rozwiniętych krajów przemysłowych o największym potencjale gospodarczym. Dodatkowo rynek niemiecki jest największym i najważniejszym rynkiem w Unii Europejskiej. O sile gospodarki świadczy przede wszystkim eksport, którego poziom według prognoz w 2012 r. przekroczył 1 bilion euro. Międzynarodową renomą cieszą się głównie niemieckie produkty przemysłu maszynowego, pojazdy mechaniczne oraz wyroby przemysłu chemicznego. Według danych Federalnego Urzędu Statystycznego wśród największych pod względem wartości eksportu partnerów handlowych Niemiec w 2011 r. należy wyróżnić kolejno: Francję, USA, Niderlandy, Wielką Brytanię, Chiny, Włochy, Austrię, Szwajcarię oraz Belgię. Polska jako duży i dobrze rozwinięty kraj Europy Wschodnio-Centralnej również stanowi dla gospodarki Niemiec atrakcyjny rynek zbytu, co potwierdza 10. miejsce (43,46 mld €) pod względem

wielkości eksportowanych przez Niemcy dóbr i usług. Natomiast do kluczowych partnerów handlowych w zakresie importu należy zaliczyć rynki: Holandia, Chiny, Francja, USA, Włochy, Wielka Brytania, Rosja, Belgia, Austria, Szwajcaria. Od 2004 r. oprócz wzrostu handlu ze „starymi członkami UE” oraz najbardziej rozwiniętymi gospodarkami świata (USA, Chiny) można także zauważyć wzrost handlu z państwami członkowskimi z Europy Środkowo-Wschodniej, w tym z Polską.

W niemieckim eksporcie w ramach obrotu handlowego z Polską dominują maszyny i elektrotechnika, pojazdy, wyroby chemiczne oraz z tworzyw sztucznych. Współpraca Polski z Niemcami opiera się przede wszystkim na eksporcie sprzętu gospodarstwa domowego, mebli, produktów chemicznych oraz artykułów spożywczych. Według danych Federalnego Urzędu Statystycznego wartość obrotów handlowych po-

między Niemcami a Polską w 2011 r. wyniosły 75,9 mld € (eksport 43,5 mld €, import: 32,4 mld €).

Co ważne, Polska jest jednym z najbardziej atrakcyjnych krajów Europy Środkowo-Wschodniej dla niemieckich przedsiębiorstw jako miejsce do inwestowania. Wartość dotychczasowych niemieckich inwestycji w Polsce wynosi ok. 23 mld euro, z czego 1,9 mld przypadło w ubiegłym roku. Dla porównania w 2011 r. polskie przedsiębiorstwa za-inwestowały w Niemczech 398 mln euro. Największymi polskimi inwestorami u sąsiada zza Odry są giełdowego spółki PKN Orlen S.A. oraz Ciech S.A. Warto również wspomnieć o nie ujętych w globalnych statystykach inwestycjach przedsiębiorstw z sektora MŚP, których pojedyncza transakcja nie przekracza 1 mln euro. Znaczenie tych inwestycji jest szczególnie ważne w regionach przygranicznych.

Przykładem nawiązanej współpracy może być Partnerstwo Odra/Oder-Partnerschaft¹ pomiędzy czterema polskimi województwami i czterema niemieckimi landami. Przedmiotem powyższego porozumienia jest współpraca ukierunkowana na trzy obszary: technologii i innowacyjność, turystykę oraz infrastrukturę transportową. Do głównych zalet

Polski, przyciągających niemieckich inwestorów należy zaliczyć: członkostwo w Unii Europejskiej, duży dynamiczny rynek krajowy dla ponad 38 mln mieszkańców, geograficzna bliskość oraz dostęp do dobrze wykształconych absolwentów szkół wyższych. Do czynników przeszkadzających w prowadzeniu działalności w Polsce, w opinii

niemieckich przedsiębiorców należy zaliczyć zły stan infrastruktury transportowej, nadmierna i skomplikowana biurokracja, brak reform finansów publicznych. Ponadto zdaniem naszych zachodnich sąsiadów, wprowadzenie przez Polskę euro ułatwiłoby i zacieśniło by wzajemną współpracę.

Jak inwestować w Niemczech?

Od ponad dwudziestu lat Niemcy są największym partnerem handlowym dla naszego kraju. Dynamiczny rozwój polskiej przedsiębiorczości, przystąpienie do Unii Europejskiej oraz otwarcie przez Niemcy swojego rynku pracy w naturalny sposób przyczyniają się do rosnącego zainteresowania krajowych firm wejściem na rynek niemiecki. Ponadto

Niemcy stanowią atrakcyjną lokalizację w kontekście korzystnego położenia, umożliwiającego rodzimym przedsiębiorcom wykorzystanie niemieckiego rynku jako pomost dla dalszych rynków docelowych Europy Zachodniej.

Przed podjęciem decyzji o inwestycji na rynku niemieckim lub rozpo-

częciu działalności gospodarczej za granicą, należy w pierwszej kolejności dokonać szczegółowej analizy potrzeb i oczekiwań ekonomicznych. Powyższe ma szczególne znaczenie w kontekście wyboru m.in. formy prowadzonej działalności na rynku niemieckim oraz wielkości generowanych kosztów.

Z reguły każda osoba zagraniczna ma nieograniczone możliwości co do wyboru formy prawnej działalności, wśród których należy wymienić:

- przedstawicielstwo - podstawową funkcją tej formy prawnej jest podkreślenie obecności przedsiębiorstwa macierzystego za granicą. Biura przedstawicielskie zakładane są przede wszystkim w celu rozpoznania rynkowego oraz wsparcia sprzedaży.
- oddział - jest prawnie samodzielnym podmiotem, zarejestrowanym w niemieckim rejestrze, pod warunkiem, że posiada własne kierownictwo, własną księgowość oraz własny majątek. Oddział może zawierać własne umowy, jednak za zobowiązania odpowiada stojąca za oddziałem firma zagraniczna (w tym przypadku polski przedsiębiorca).
- działalność w imieniu własnym - prowadzenie działalności w Niemczech na niewielką skalę może odbywać się pod własnym imieniem i nazwiskiem przedsiębiorcy. Do założenia takiej formy prawnej nie jest wymagany ani kapitał minimalny ani inne kryteria formalne. Największą wadą prowadzenia własnej działalności gospodarczej za granicą, jest tak samo jak w przypadku krajowej działalności pełna odpowiedzialność właściciela własnym majątkiem za powstałe długi i zobowiązania. Ponadto podjęcie działalności w tej formie wymaga także zgłoszenia we właściwym urzędzie ds. gospodarki (Gewerbeamt).
- Spółki osobowe - w Niemczech tak samo jak w Polsce istnieje możliwość założenia działalności w formie spółek osobowych praktycznie na tych samych zasadach. Spółka cywilna powstaje w wyniku umowy regulującej wzajemne relacje, zawartej między kilkoma osobami prowadzącymi działalność gospodarczą. Spółka jawna (OHG) musi być zarejestrowana w niemieckim rejestrze handlowym. Podobnie jest w przypadku spółki komandytowej (KG), gdzie nie jest wymagany minimalny kapitał, jednak jeden ze współników (komplementariusz) odpowiada całym swoim majątkiem, a drugi (komandytariusz) odpowiada do wysokości wniesionego wkładu.
- Spółki kapitałowe - do tej grupy zalicza się spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (GmbH) oraz spółkę akcyjną (AG). W przypadku GmbH minimalny kapitał zakładowy wynosi 25.000 euro, a co ważne może być założona nawet przez jedną osobę fizyczną, która nie musi być obywatelem Niemiec. Wymagane jest jednak zawarcie umowy spółki w formie aktu notarialnego, a także spółka musi posiadać siedzibę w obrębie miejscowego sądu rejestrowego, w którym jest zarejestrowana. W przypadku spółki AG minimalny kapitał zakładowy wynosi 50.000 euro.

Po przystąpieniu przez Polskę do Unii Europejskiej zostały usunięte w obrocie handlowym z Niemcami wszelkie ograniczenia ilościowe i środki pozataryfowe, co niewątpliwie sprzyja nawiązywaniu długofalowej współpracy. Jednym z największych ograniczeń w przypadku współpracy z przedsiębiorstwami zza zachodniej granicy, może być rozbudowany system przepisów administracyjnych, który sam w sobie nie stanowi bariery. Jednak w przypadku literalnego i bardzo restrykcyjnego przestrzegania przepisów przez miejscowe organy administracyjne może skutecznie zahamować rozwój współpracy, w celu ograni-

czenia konkurencyjności zagranicznych przedsiębiorstw. Na dodatkowe ograniczenia ze strony tamtejszych przepisów muszą być przygotowane również osoby chcące rozpocząć działalność lub współpracę w sektorze usług budowlanych oraz szeroko rozumianego rzemiosła, które podlegają wewnętrznym, specyficznym uregulowaniom (np. koniecznością uzyskania certyfikatu lub zgłoszenie zamiaru wykonania usług budowlanych).

Dodatkowo warto wziąć pod uwagę fakt, że niemiecka mentalność w kontaktach biznesowych znacząco różni się od często sponta-

nicznego polskiego nastawienia. W powyższych sytuacjach, duże znaczenie ma odpowiednie dopasowanie najważniejszych środków komunikacji. Dla naszych zachodnich sąsiadów najważniejszymi cechami w przypadku prowadzenia biznesu to: wiarygodność, poczucie obowiązku oraz zdolność podejmowania decyzji. Warto zatem w kontakcie z niemieckimi przedsiębiorcami skupić się i uwydatnić właśnie te cechy, co z pewnością ułatwi pierwsze kontakty, stwarzając tym samym fundamenty pod dalszą, owocną współpracę.

Jak inwestować w Niemczech?

Jednym z najłatwiejszych sposobów nawiązania współpracy z niemieckimi firmami jest uczestnictwo we wszelkiego rodzaju targach, imprezach targowo-wystawienniczych oraz misjach gospodarczych orga-

nizowanych zarówno przez krajowe instytucje jak i zagraniczne. W celu zasięgnięcia informacji na temat organizowanych targów i podobnych imprez warto skorzystać z usług Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-

Handlowej, której głównym zadaniem jest informowanie polskich i niemieckich przedsiębiorców o rynkach z obu stron Odry oraz wspieranie ich przy wejściu na nie.

Wśród innych instytucji wspierających nawiązywanie kontaktów z niemieckimi przedsiębiorstwami oraz prowadzenie biznesu warto wymienić:

- Niemiecką Agencję Inwestycji i Handlu-niemiecka organizacja rozwoju gospodarczego Republiki Federalnej Niemiec, m.in. promująca Niemcy jako lokalizację dla biznesu i technologii.
- Instytut Polski w Berlinie-program Instytutu obejmuje promocje polskiej kultury i jej rozwoju.
- Wydział Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady RP - utworzony w celu wsparcia polskich firm, szczególnie małych i średnich przedsiębiorstw w procesie internacjonalizacji. Wydział nie tylko pomaga polskim firmom, ale również udziela wsparcia zagranicznym podmiotom, zainteresowanym kupnem polskich towarów i usług.
- Wydział Ekonomiczny Ambasady RP.

W dobie informatyzacji wszelkich usług, przydatne w kontekście możliwości pozyskania kontrahentów zagranicznych może okazać się rozpoczęcie działalności marketingowej przy wykorzystaniu elektronicznych narzędzi, ukierunkowanych na zagraniczne rynki. Taka forma reklamy nie zawsze musi wiązać się z dużym nakładami finansowymi, a czasami może przynieść ponadprzeciętne rezultaty. Przykładowo, młode firmy informatyczne, agencje interaktywne, studia graficzne z powodzeniem mogą szukać zagranicznych zleceń w internecie. Pozyskanie i realizacja chociażby jednego zlecenia np. od niemieckiego przedsiębiorstwa

może zaowocować dalszą współpracą i uzyskaniem kolejnych zleceń, gdyż budowa sieci kontaktów biznesowych stanowi jedno z najważniejszych aspektów prowadzenia działalności gospodarczej. Poza tym w niektórych branżach nie ma lepszej reklamy niż zadowolony klient i marketing szeptany. Przydatnym narzędziem w poszukiwaniu zagranicznych ofert współpracy jest portal promocji eksportu stworzony przez Ministerstwo Gospodarki. Na powyższej stronie internetowej przedsiębiorcy mogą w łatwy sposób znaleźć informacje na temat wybranych rynków docelowych, zapytań ofertowych z zagranicy, organizowanych prze-

targach oraz oferty polskich eksporterów.

Warto zwrócić również uwagę na wszelkiego rodzaju organizowane konkursy, dotacje i działania ukierunkowane na rozwój działalności eksportowej krajowych przedsiębiorstw, w celu poprawy ich konkurencyjności na rynkach zagranicznych, w szczególności dalszego rozwoju współpracy pomiędzy Polską a Niemcami. Przykładem może być działanie 6.1. organizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka na lata 2007-2013 (PO IG).

Działanie, którego trzecia runda rozpocznie się 29 października br. a zakończy się 16 listopada br. skierowane jest do mikro, małych i średnich przedsiębiorców, które w roku w ubiegłym roku obrotowym posiadały udział eksportu w ogólnych przychodach nie przekraczający 30%. Celem programu jest zwiększenie udziału eksportu w całkowitej sprzedaży, zintensyfikowanie powiązań z zagranicznymi partnerami oraz zwiększenie rozpoznawalności marek handlowych i firmowych na rynkach zagranicz-

nych. Przedsiębiorcy mogą starać się o dofinansowanie nawet do 200 tys. zł, które mogą być przeznaczone m.in. na: wynajęcie i zabudowę powierzchni wystawienniczej na międzynarodowych targach, podróże służbowe przedstawicieli przedsiębiorstwa, zakup usług związanych z organizacją misji gospodarczych, zakup usług związanych z organizacją spotkań z potencjalnymi partnerami zagranicznymi, zakup badań marketingowych, zakup biletów wstępu w celu zwiedzenia danych targów lub opracowania strategii

wprowadzania nowych produktów i usług na docelowe rynki zagraniczne. Do rozdysponowania w ramach najbliższego naboru jest ponad 108 mln zł, które mogą posłużyć polskim przedsiębiorcom do nawiązania współpracy np. z niemieckimi przedsiębiorstwami, które zgodnie z obserwowanymi tendencjami są coraz bardziej zainteresowane wejściem na nasz rynek oraz rozpoczęciem współpracy z polskimi przedsiębiorstwami.

Transakcje walutowe

Obowiązujące od 2002 r. jako waluta rozliczeniowa w Niemczech euro jest obecnie najpopularniejszym zagranicznym środkiem płatniczym obsługiwany przez polski system bankowy i z tego względu posiada najszerszy wachlarz instrumentów finansowych niezbędnych do zabezpieczenia transakcji handlowych zarówno po stronie ryzyka walutowe-

go (np. kontrakty forward, opcje), jak i ryzyka stopy procentowej (np. transakcje IRS oraz CIRS). Dlatego też polskie przedsiębiorstwa nie powinny mieć problemu z ograniczeniem powyższych ryzyk związanych z wymianą handlową z niemieckimi partnerami, korzystając w zasadzie jedynie z pomocy polskich instytucji bankowych.

W ramach przynależności Polski do Unii Europejskiej ograniczone są także trudności w założeniu rachunku bankowego w niemieckim banku, o ile dany bank jest zaznajomiony w obsłudze handlu zagranicznego. W przeciwnym wypadku firma może natrafić na trudności, czy też wręcz odmowę otwarcia rachunku.

W takim przypadku może się nie obyć bez rejestracji firmy na prawie niemieckim, albo konieczne będzie dostarczenie dokumentów założycielskich firmy poświadczonych przez polskie władze i przetłumaczone przez urzędowego tłumacza języka niemieckiego. Ważne aby pamiętać, iż dokumenty nie powinny być starsze niż 3 miesiące, w przeciwnym wypadku nie będą rozpatrywane. Czasem zdarza się,

że do otwarcia konta konieczna będzie obecność reprezentanta interesów firmy w celu ustalenia ewentualnych pełnomocników do obsługi rachunku bankowego. Jeżeli przedsiębiorstwo zamierza rozliczać się z niemieckim urzędem podatkowym, wówczas konieczne będzie podanie numeru rejestracji podatkowej. Jeśli te formalności są spełnione, wówczas nie powinno być problemu w największych niemiec-

kich bankach i tzw. Sparkassen, czyli niemieckich kasach oszczędnościowych.

Z uwagi iż banki preferują niemiecką formę prawną, zdarza się, że w przypadku zagranicznych jednostek prawnych wymagana jest przedpłata do prowadzenia transakcji, chyba że odpowiedzialność za operacje bankowe jest dzielona z obywatelem Niemiec.

Przypisy:

1. <http://www.rynekniemiecki.pl/rn/?p=83>

Autor: Maciej Nowak - Ekspert niezależny
Konrad Białas - Analityk Rynku Walutowego, Departament Zarządzania Ryzykiem Finansowym,
Alior Bank
Konrad Pluciński - Ekspert Money.pl