



Bank Polski



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



Law. Tax

POLSKIE FIRMY NA NIEMIECKIM RYNKU – WYZWANIA, SZANSE, MOŻLIWOŚCI

POLNISCHE UNTERNEHMEN
AUF DEM DEUTSCHEN MARKT
– HERAUSFORDERUNGEN,
CHANCEN, MÖGLICHKEITEN



SPIS TREŚCI INHALTSVER- ZEICHNIS

LIST PRZEWODNI	4	VORWORT	4
SPOJRZENIE MAKROEKONOMICZNE.	8	MAKROÖKONOMISCHE SICHT	8
Ekspert kołem zamachowym niemieckiej gospodarki.	8	Export als treibende Kraft der deutschen Wirtschaft	8
Polska na ścieżce do osiągnięcia statusu		Polen auf dem Weg zum europäischen	
europiejskiego lidera gospodarczego	18	wirtschaftlichen Spitzenreiter	18
Dobra kondycja niemieckiej gospodarki		Der gute Zustand der deutschen Wirtschaft führt	
przekłada się na wzrost gospodarczy Polski.	22	zum polnischen Wirtschaftswachstum	22
Korzystne partnerstwo – siła powiązania		Nützliche Partnerschaft – die Stärke der wirtschaftlichen	
gospodarczego Polski i Niemiec.	27	Verbindung zwischen Polen und Deutschland	27
NIEMCY W OCENIE POLSKICH FIRM	32	DEUTSCHLAND IN DER BEURTEILUNG	
Wstęp – krótko o badaniu	32	VON POLNISCHEN UNTERNEHMEN	32
Podsumowanie najważniejszych wniosków		Einführung – kurzer Überblick zur Umfrage.	32
z badania	33	Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse	
Pełne wyniki badania	36	der Umfrage	33
Charakterystyka działalności badanych		Komplette Ergebnisse der Umfrage.	36
przedsiębiorstw.	51	Charakteristik der Geschäftstätigkeit	
PRAWNE ASPEKTY	56	der befragten Unternehmen	51
Zakładanie firmy w Niemczech		RECHTLICHE ASPEKTE	56
– praktyczny przewodnik	56	Unternehmensgründung in Deutschland:	
Prawo pracy	60	Eine Praxisanleitung.	56
M&A – perspektywa ogólna.	63	Arbeitsrecht.	60
M&A – szczególne aspekty	66	M&A – allgemeine Perspektive	63
INFORMACJE O PARTNERACH.	70	M&A - besondere Aspekte	66
		INFORMATIONEN ÜBER DIE PARTNER	70

LIST PRZEWODNI VORWORT

Szanowni Państwo,

polsko-niemiecka wymiana handlowa z biegiem lat bije kolejne rekordy pod względem ilościowym i jakościowym. Zarówno Polska, jak i Niemcy czerpią z tak dynamicznego rozwoju relacji gospodarczych istotne korzyści – nie tylko o wymiarze ekonomicznym, ale również społecznym.

Choć poziom zaangażowania polskiego kapitału w inwestycje na rynku niemieckim w stosunku do analogicznego zaangażowania firm niemieckich na terenie Polski jest wciąż niski, to widać powoli sygnały zmiany dotychczasowego trendu. Polskie spółki coraz śmielej przejmują niemieckie przedsiębiorstwa, a także prowadzą bezpośrednie inwestycje na terenie Niemiec, co daje nadzieję, że strategiczne partnerstwo polsko-niemieckie zyska w najbliższym czasie nowy wymiar.

Ważną cezurą w tym procesie jest otwarcie przez PKO Bank Polski w grudniu 2015 roku oddziału korporacyjnego we Frankfurcie nad Menem. Największa polska instytucja finansowa bezpośrednio włącza się w ten sposób w rozwój wzajemnych

Sehr geehrte Damen und Herren,

der polnisch-deutsche Handelsaustausch bricht seit Jahren neue Rekorde in Bezug auf Menge und Wert. Der Saldo dieses Austausches ist für Polen positiv und wächst weiter. Sowohl Polen als auch Deutschland schöpfen aus der dynamischen Entwicklung der wirtschaftlichen Beziehungen erhebliche Vorteile – nicht nur im wirtschaftlichen, sondern auch im sozialen Bereich.

Obwohl das Engagement von polnischem Kapital in Investitionen auf dem deutschen Markt gegenüber dem analogischen Engagement deutscher Unternehmen in Polen immer noch niedrig ist, gibt es Signale zum allmählichen Wechsel des aktuellen Trends. Einheimische Unternehmen übernehmen immer häufiger deutsche Unternehmen und investieren direkt in Deutschland, so dass die Hoffnung besteht, dass die polnisch-deutsche strategische Partnerschaft eine neue Dimension in naher Zukunft gewinnt.

Ein wichtiger Wendepunkt in diesem Prozess ist die Eröffnung einer Korporations-Niederlassung der PKO Bank Polski im Dezember 2015 in Frank-

relacji handlowych – podobnie jak przez lata robiły to niemieckie banki operujące na obu rynkach.

Przedsiębiorstwa działające transgranicznie mierzą się ze specyficznymi wyzwaniami. Funkcjonują w innym otoczeniu prawno-administracyjnym oraz gospodarczym. Muszą pozyskiwać zaufanie współpracowników i kontrahentów przyzwyczajonych do odmiennego niż własny sposobu działania. Internacjonalizacja polskich firm przybiera konsekwentnie na sile. Pierwszym rynkiem zagranicznym, zwłaszcza dla polskich przedsiębiorstw z sektora MŚP, są Niemcy – rynek dojrzały, wysoce nasycony i konkurencyjny, nierzadko punkt wyjścia w ekspansji na dalsze rynki i test presji konkurencyjnej dla polskich podmiotów.

Celem poznania optyki polskich przedsiębiorców operujących na rynku niemieckim Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK Polska) przeprowadziła w styczniu 2016 roku badanie biznesowe tych firm. Respondenci oceniali m.in. perspektywę rozwoju gospodarki niemieckiej w br., uwarunkowania prowadzenia biznesu w Niemczech, od infrastruktury, przez podatki, koszty pracy, po inne czynniki. Najważniejsze wnioski z tego badania stanowią integralną część niniejszej publikacji.

W raporcie zawarliśmy także krótkie omówienie najważniejszych kwestii prawnych związanych z rozpoczynaniem, a następnie prowadzeniem działalności biznesowej na rynku niemieckim, przygotowane przez międzynarodową kancelię CMS.

Oddajemy w Państwa ręce niniejszy raport, licząc, że zawiera on informacje, które pomogą Państwu

furt am Main. Das größte polnische Finanzinstitut schließt sich auf diese Weise direkt der Entwicklung des gegenseitigen Handels an – ähnlich wie dies seit Jahren bei den deutschen Banken der Fall war, die auf beiden Märkten tätig sind.

Grenzüberschreitend tätige Unternehmen messen sich mit besonderen Herausforderungen. Sie arbeiten in einem anderen rechtlich-administrativen und wirtschaftlichen Umfeld. Sie müssen das Vertrauen der Mitarbeiter und Auftragnehmer gewinnen, die an eine andere Handlungsweise als die eigene gewöhnt sind. Die Internationalisierung der polnischen Unternehmen gewinnt konsequent an Dynamik. Deutschland ist der erste ausländische Markt, vor allem für die polnischen Unternehmen aus dem KMU-Sektor – ein sehr reifer, stark gesättigter und wettbewerbsfähiger Markt, oft ein Stützpunkt für die weitere Expansion der Märkte und ein Test des Wettbewerbsdrucks für die polnischen Unternehmen.

Um die Optik polnischer Unternehmer, die auf dem deutschen Markt tätig sind, kennenzulernen, führte die Polnisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer (AHK Polen) im Januar 2016 eine Unternehmensumfrage durch. Die Befragten bewerteten insbesondere die Entwicklungsperspektiven der deutschen Wirtschaft im laufenden Jahr, die Bedingungen für die Geschäftstätigkeit in Deutschland, von der Infrastruktur über Steuern, Arbeitskosten und anderen Faktoren. Die wichtigsten Ergebnisse dieser Umfrage sind ein integraler Bestandteil dieser Publikation.

In dem Bericht präsentieren wir ebenfalls eine Auswahl der wichtigsten Rechtsprobleme, welche die internationale Rechtsanwaltskanzlei CMS zu-

zmierzyć się przynajmniej z częścią opisanych wyżej wyzwań makroekonomicznych, biznesowych i prawnych. Zachęcamy do lektury, a w przypadku pojawiających się pytań bądź wniosków – również do kontaktu z ekspertami wszystkich współtworzących raport instytucji.

sammengestellt hat. Hierbei wird insbesondere auf die rechtlichen Probleme hinsichtlich der Aufnahme einer wirtschaftlichen Tätigkeit sowie deren Durchführung auf dem deutschen Markt Bezug genommen.

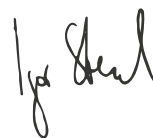
Wir empfehlen und präsentieren Ihnen diesen Bericht in der Hoffnung, dass er Informationen enthält, die Ihnen helfen werden, mit mindestens einem Teil der vorgenannten makroökonomischen, geschäftlichen und rechtlichen Herausforderungen zurecht zu kommen. Im Falle von Fragen oder Anregungen können Sie sich auch mit Experten aller an dem Bericht mitwirkenden Institutionen in Verbindung setzen.



Zbigniew Jagiełło
Prezes Zarządu
PKO Banku Polskiego
Vorstandsvorsitzender
PKO Bank Polski



Michael Kern
Dyrektor Generalny
Członek Zarządu Polsko-Niemieckiej Izby
Przemysłowo-Handlowej (AHK Polska)
Geschäftsführendes Vorstandsmitglied
der Deutsch-Polnischen Industrie- und
Handelskammer (AHK Polen)



Dr. Igor Stenzel
Counsel
CMS Hasche Sigle



SPOJRZENIE MAKROEKONO- MICZNE MAKROÖKONO- MISCHE SICHT

Eksport kołem zamachowym niemieckiej gospodarki

Niemcy należą do najlepiej rozwiniętych krajów przemysłowych o największym potencjale gospodarczym. Niemiecka gospodarka zajmuje czołowe miejsce w świecie, tuż za takimi państwami jak Stany Zjednoczone, Japonia i Chiny. Niemcy są największym rynkiem w Unii Europejskiej oraz z liczbą ponad 80 mln obywateli najludniejszym krajem Wspólnoty i drugim pod względem powierzchni (po Francji). Warto przyrzeć się sile niemieckiej gospodarki i skorzystać z jej doświadczeń, a także zadać sobie pytanie, czy Polska jako sąsiad Niemiec w pełni korzysta ze wzajemnej współpracy na polu ekonomicznym i handlowym.

W trzecim kwartale 2015 roku Niemcy utrzymały status pierwszej gospodarki w Europie. Według danych Eurostatu produkt krajowy brutto Niemiec stanowił 20,6% PKB Unii Europejskiej (757 mld euro), który wyniósł w tym okresie 3,7 bln euro i wzrósł o 4,9% r/r. Niemcy są przed tak dużymi gospodarkami jak Wielka Brytania i Francja. Dla porównania: PKB Polski w tym okresie wyniósł 107 mld euro.

Export als treibende Kraft der deutschen Wirtschaft

Deutschland gehört zu den am besten entwickelten Industrieländern mit dem größten wirtschaftlichen Potenzial. Die deutsche Wirtschaft nimmt in der Welt eine führende Position direkt nach Ländern wie den Vereinigten Staaten, Japan und China ein. Deutschland ist der größte Markt in der Europäischen Union und mit mehr als 80 Millionen Bürgern der größte Staat in der Gemeinschaft und der zweitgrößte in Bezug auf die Fläche (nach Frankreich). Es lohnt sich, einen Blick auf die Stärke der deutschen Wirtschaft zu werfen und von ihrer Erfahrung zu profitieren sowie sich eine Frage zu stellen, ob Polen, als Nachbar Deutschlands, die Vorteile der gegenseitigen Zusammenarbeit im Bereich der Wirtschaft und des Handels voll nutzt.

Im dritten Quartal 2015 blieb Deutschland die erste Wirtschaft in Europa. Laut Eurostat stellte das Bruttoinlandsprodukt von Deutschland 20,6% des BIP der Europäischen Union (757 Mrd. Euro) dar, das für diesen Zeitraum 3,7 Billionen Euro betrug und um 4,9% J/J anstieg. Deutschland steht vor so großen



Niemcy utrzymują stabilny wzrost gospodarczy od wielu lat, jedynie w 2009 roku niemiecka gospodarka skurczyła się o 5,6% w wyniku globalnego kryzysu na rynkach finansowych. Gdy patrzy się obecnie na stan gospodarki naszego sąsiada, to oprócz utrzymującego się wzrostu gospodarczego uwagę zwraca przede wszystkim doskonały stan finansów publicznych (brak deficytu budżetu państwa). Plan budżetu federalnego na 2016 rok zakłada brak nowego zadłużenia (trzeci raz z rzędu). Wydatki wyniosą 316,9 mld euro, tyle samo co wpływy.

Na pozytywny obraz niemieckiej gospodarki mają także wpływ najniższe w Unii Europejskiej bezrobocie oraz rekordowe wielkości eksportu i importu. Według wstępnych danych niemieckiego urzędu statystycznego kraj ten zanotował na koniec 2015 roku 247,9 mld euro nadwyżki w handlu zagranicznym.

Dobra koniunktura gospodarcza napędza ponadto rynek pracy. Zatrudnienie w Niemczech osiąga wysokie poziomy – obecnie 42,9 mln osób. W styczniu 2016 roku stopa bezrobocia mierzona stosunkiem liczby bezrobotnych do siły roboczej wyniosła 4,3% i była o 0,6% niższa niż w analogicznym okresie ubiegłego roku. Na koniec stycznia bieżącego roku liczba zarejestrowanych bezrobotnych wyniosła blisko 2,9 mln osób. Żaden kraj Unii Europejskiej nie może

Wirtschaften wie Großbritannien und Frankreich. Zum Vergleich betrug das polnische BIP in diesem Zeitraum 107 Mrd. Euro.

Deutschland erhält seit vielen Jahren ein stabiles Wirtschaftswachstum aufrecht. Nur im Jahr 2009 schrumpfte die deutsche Wirtschaft um 5,6% infolge der weltweiten Finanzkrise. Beim aktuellen Zustand der Wirtschaft unseres Nachbarn ist vor allem neben einem nachhaltigen Wirtschaftswachstum ein perfekter Zustand der öffentlichen Finanzen (kein Haushaltsdefizit) bemerkenswert.

Der Bundeshaushaltsplan für das Jahr 2016 geht von keiner weiteren Verschuldung aus (zum dritten Mal in Folge). Die Ausgaben werden 316,9 Milliarden Euro betragen, das ist genauso viel wie die Einnahmen.

Auf das positive Bild der deutschen Wirtschaft wirken sich auch die in der Europäischen Union niedrigste Arbeitslosigkeit und die Rekordgröße des Exports und Imports aus. Nach vorläufigen Angaben des deutschen Statistikamtes hat der Staat zum Ende 2015 247,9 Mrd. Euro Überschuss im Außenhandel verzeichnet.

Die gute Konjunktur treibt außerdem den Arbeitsmarkt an. Die Beschäftigung in Deutschland erreicht ein hohes Niveau – derzeit arbeiten 42,9 Mio. Menschen.

pochwalić się tak niską stopą bezrobocia i wysokim zatrudnieniem. Warto zaznaczyć, że jeszcze w styczniu 2013 roku bezrobocie w Niemczech było bliskie 6%.

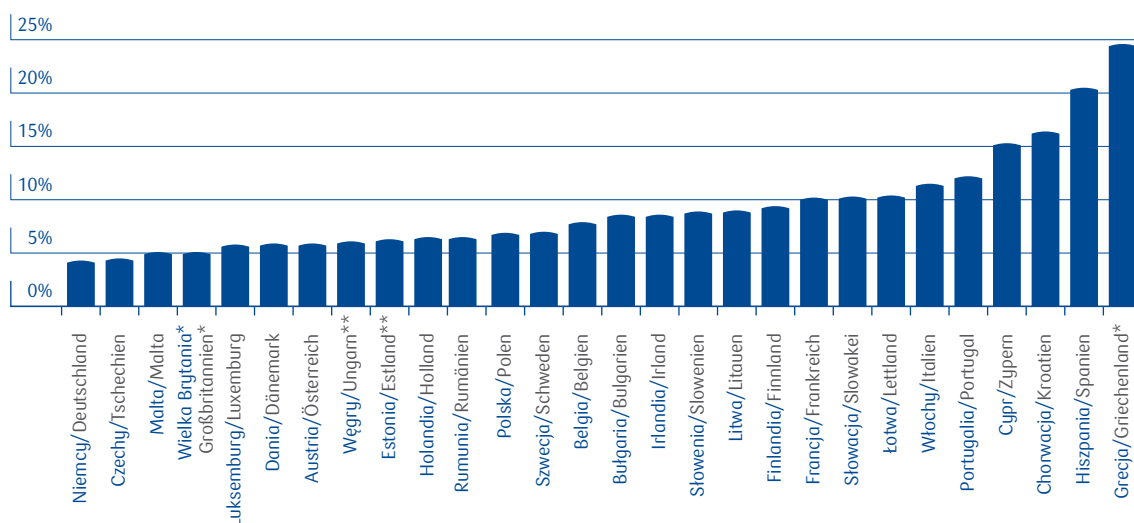
Wysokiemu zatrudnieniu sprzyja rekordowy eksport i import. Niemcy, aby utrzymać dotychczasowe tempo wzrostu gospodarczego, potrzebują siły roboczej. Jak pokazują dane z początku bieżącego roku, wewnętrzny rynek pracy jest nasycony. Z tego powodu niemieccy pracodawcy szukają personelu za granicą, i to przede wszystkim w obrębie Unii Europejskiej. Jak wynika z danych Federalnego Urzędu Statystycznego, w Niemczech żyje ponad 8 mln imigrantów. Na koniec 2014 roku ich liczba wzrosła o 6,8% w stosunku do roku poprzedniego (ponad

Im Januar 2016 betrug die Arbeitslosenquote, gemessen am Verhältnis der Zahl von Arbeitslosen zu der Arbeitskraft, 4,3% und war um 0,6% niedriger als im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Ende Januar dieses Jahres belief sich die Zahl der registrierten Arbeitslosen auf fast 2,9 Mio. Menschen. Kein anderes Land in der Europäischen Union kann sich für eine so niedrige Arbeitslosenquote und eine so hohe Beschäftigung rühmen. Es ist erwähnenswert, dass die Arbeitslosenquote in Deutschland auch im Januar 2013 bei knapp 6% lag.

Die Rekordergebnisse beim Export und Import tragen zu der hohen Beschäftigung bei. Um das aktuelle Tempo des Wirtschaftswachstums zu erhalten,

STOPA BEZROBOCIA W KRAJACH UE W STYCZNIU 2016 ROKU (%)

DIe ARBEITSLOSENQUOTE IN DER EU IM JANUAR 2016 (%)



*listopad 2015 / November 2015

**grudzień 2015 / Dezember 2015

Źródło: Eurostat (dane z uwzględnieniem wahań sezonowych)
Quelle: Eurostat (Angaben unter Berücksichtigung von Saisonschwankungen)

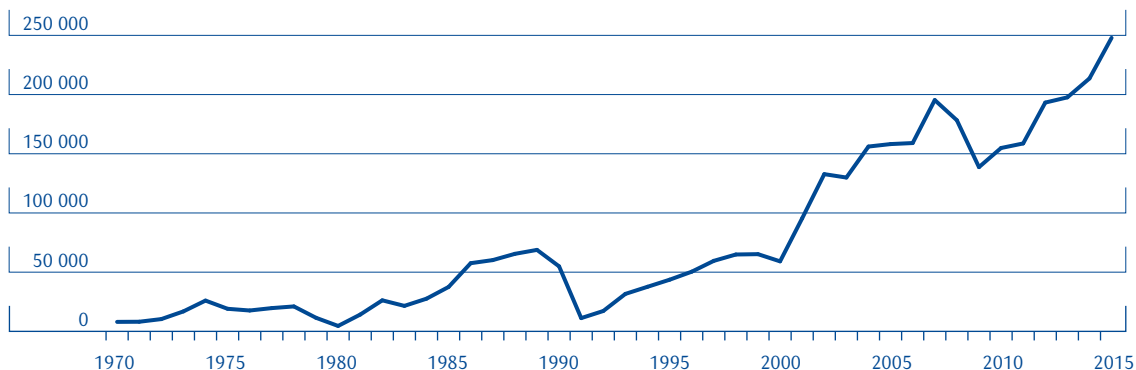
519 tys. osób). Wśród imigrantów przeważają Turcy, których mieszka w Niemczech już 1,5 mln, oraz Polacy (647 tys., tj. +10,5% r/r). Jak widać, zagraniczna siła robocza, w tym w dużej mierze nasi rodacy, ma swój wkład w rozwój gospodarczy Niemiec.

Osobny problem, z którym w ostatnim okresie muszą zmierzyć się zarówno Niemcy, jak i cała Europa, to napływ uchodźców, głównie z Syrii i państw afrykańskich. Zdania na temat ich wpływu na gospodarkę Niemiec są podzielone. Z jednej strony uważa się, że mogą oni stanowić w aspekcie siły roboczej wsparcie dla dalszego rozwoju gospodarczego, a z drugiej, że będą oni głównie obciążeniem dla systemu socjalnego, ponieważ cechuje ich słabe wykształcenie, wysoki poziom bezrobocia oraz niska przedsiębiorczość.

Jednym z głównych czynników stojących za sukcesem gospodarczym Niemiec są rekordowe wielkości handlu

braucht Deutschland Arbeitskräfte. Wie es sich aus den Angaben von Jahresanfang ergibt, ist der Binnenarbeitsmarkt gesättigt. Aus diesem Grund suchen deutsche Arbeitgeber nach Arbeitskräften im Ausland und in erster Linie innerhalb der Europäischen Union. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes leben in Deutschland mehr als 8 Millionen Einwanderer. Ende 2014 ist deren Zahl um 6,8% gegenüber dem Vorjahr (über 519 Tsd. Menschen) gestiegen. Unter den Einwanderern überwiegen die Türken, von denen es bereits in Deutschland 1,5 Mio. gibt, und Polen (647 Tsd., d. h. + 10,5% J/J). Es ist offensichtlich, dass ausländische Arbeitskräfte, zu einem großen Teil auch unsere Mitbürger, einen großen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland leisten.

BILANS HANDLU ZAGRANICZNEGO NIEMIEC (MLN EURO)
DIE AUSSENHANDELSBILANZ VON DEUTSCHLAND (IN MIO. EURO)



Źródło: Destatis
Quelle: Destatis

zagranicznego. Niemieccy przedsiębiorcy od wielu lat stawiają na eksport. Nadwyżka eksportu nad importem istnieje w niemieckim handlu zagranicznym od 1952 roku, w 2015 roku osiągnęła prawie 250 mld euro.

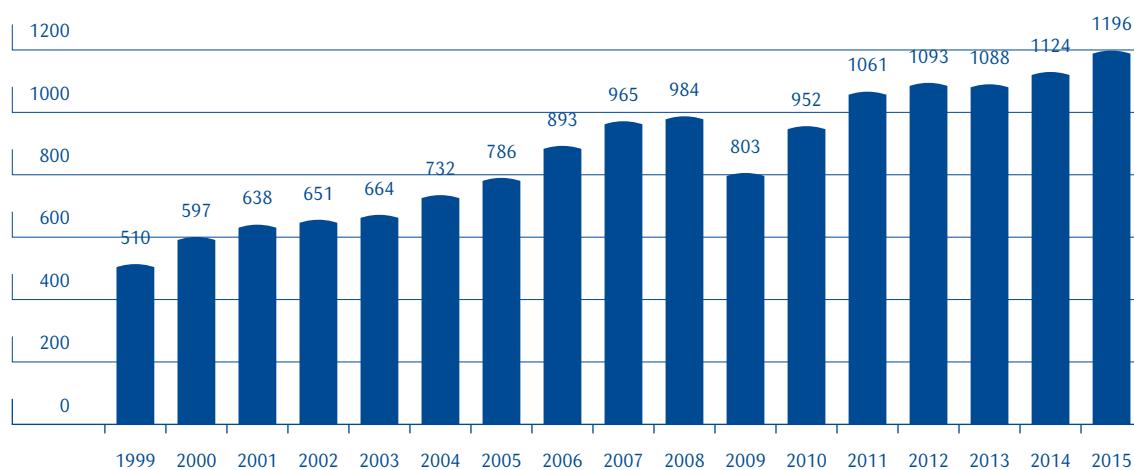
Eksport Niemiec rośnie niemal bez przerwy od 65 lat. W 2011 roku przekroczył 1 bln euro i utrzymał się powyżej tej wartości przez następne 4 lata, osiągając na koniec 2015 roku prawie 1,2 bln euro. Podczas ostatniej dekady eksport naszego zachodniego sąsiada zwiększył się o 52%. Podobną dynamiką w ostatnim dziesięcioleciu charakteryzuje się również niemiecki import (51%), którego wartość na koniec 2015 roku przekroczyła 948 mld euro.

Niemieccy przedsiębiorcy od dłuższego czasu zdają sobie sprawę, że za sukcesem rozwoju ich firm

Ein weiteres Problem, das Deutschland und ganz Europa in der letzten Zeit in den Griff bekommen muss, ist der Zustrom von Flüchtlingen, vor allem aus Syrien und den afrikanischen Ländern. Die Meinungen über ihre Auswirkungen auf die Wirtschaft in Deutschland sind geteilt. Auf der einen Seite wird angenommen, dass sie eine Unterstützung in Bezug auf die Arbeitskraft für die weitere wirtschaftliche Entwicklung darstellen können, und auf der anderen Seite wird davon ausgegangen, dass sie in erster Linie das soziale System belasten werden, weil sie sich durch schlechte Bildung und eine hohe Arbeitslosigkeit sowie einen schwachen Unternehmergeist auszeichnen.

Einer der wichtigsten Faktoren, die im Hintergrund des wirtschaftlichen Erfolgs von Deutschland stehen,

EKSPORT NIEMIEC (MLD EURO) DEUTSCHE EXPORTE (MRD. EURO)



Źródło: Destatis
Quelle: Destatis



i w konsekwencji rozwoju całej gospodarki stoi aktywność na zagranicznych rynkach. Można zaobserwować, że Niemcy od lat podążają ścieżką rozwoju międzynarodowego ich własnych przedsiębiorstw i osiągają na tym polu sukcesy. Od samego początku widoczny jest w tym procesie udział państwa, które wspierało eksport w sposób bezpośredni, przez subwencjonowanie i nakładanie wysokich ceł na towary importowane, oraz pośredni – inwestując w infrastrukturę transportową. Niemiecki system komunikacyjny to obecnie ponad 640 tys. km dróg, w tym ponad 12 tys. km autostrad, oraz ponad 41 tys. km linii kolejowych.

Firmy niemieckie, aby z powodzeniem konkurować na zagranicznych rynkach, stawiały przede wszystkim na wysoką jakość swoich produktów. Dlatego też znak „Made in Germany” sam w sobie stał się na świecie marką. Za dużym sukcesem ekspansji zagranicznej niemieckich podmiotów gospodarczych stało również typowo niemieckie zamiłowanie do porządku, planowania, hierarchizacji i strukturyzacji, które przełożyło się na pozytywne postrzeganie niemieckich firm przez kontrahentów (rzetelność, punktualność, przestrzeganie prawa).

Niemieckie firmy działają na większości światowych rynków, zarówno przez eksport, jak i inwestycje bezpo-

sind Rekordergebnisse im Außenhandel. Deutsche Unternehmer setzen seit vielen Jahren auf Export. Den Exportüberschuss im Vergleich zum Import gibt es im deutschen Außenhandel seit 1952 und im Jahr 2015 betrug er knapp 250 Mrd. EUR.

Der Export Deutschlands steigt seit 65 Jahren fast ununterbrochen. Im Jahr 2011 überschritt er 1 Billion Euro und erhielt diesen Wert für die nächsten vier Jahre aufrecht. Ende 2015 betrug der Export fast 1,2 Billion Euro. Während des letzten Jahrzehnts nahm der Export unseres westlichen Nachbarn um 52% zu. Durch eine ähnliche Dynamik zeichnete sich während des letzten Jahrzehnts auch der deutsche Import (51%) aus, dessen Wert am Ende des Jahres 2015 948 Mrd. Euro überschritten hat.

Deutsche Unternehmer wissen seit einer langen Zeit, dass der Erfolg der Entwicklung ihrer Unternehmen und damit die Entwicklung der ganzen Wirtschaft auf die Aktivität auf den ausländischen Märkten zurückzuführen ist. Es ist zu beobachten, dass Deutschland seit Jahren den Weg der internationalen Entwicklung ihrer eigenen Unternehmen bestreitet und Erfolg auf diesem Gebiet hat. Von Anfang an ist die Beteiligung des Bundes an diesem Prozess sichtbar, der den Export direkt durch die Subventionierung und Einführung hoher Zölle für Importware

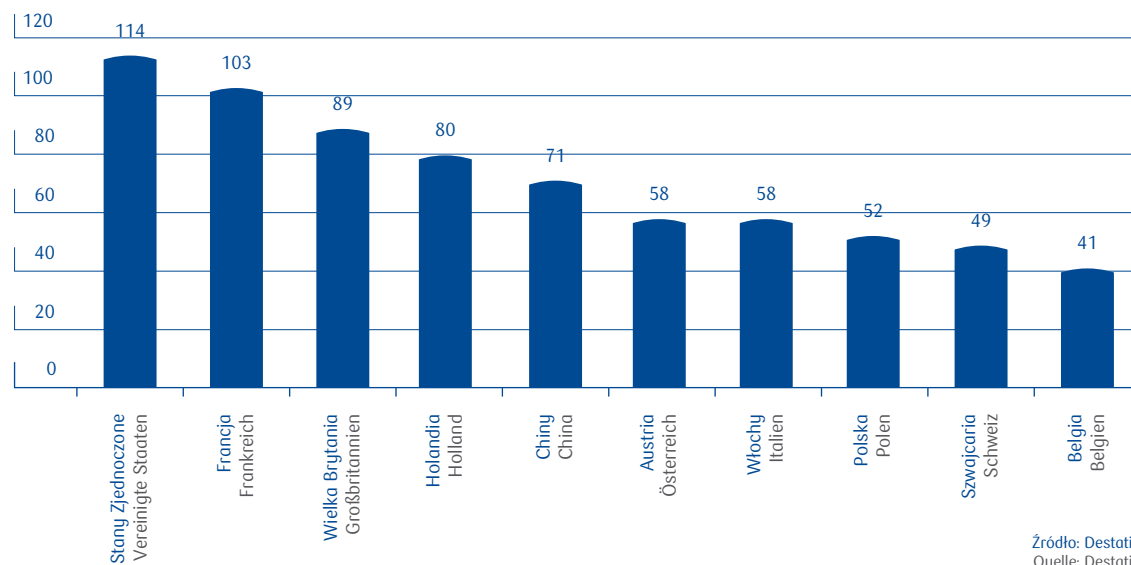
średnie (Stany Zjednoczone, Brazylia, Chiny, Rosja, Indie). Według Federalnego Urzędu Statystycznego na koniec 2015 roku głównym partnerem handlowym Niemiec były Stany Zjednoczone, które po wielu latach dominacji Francji stały się głównym odbiorcą niemieckich towarów. W minionym roku eksport towarów do Stanów Zjednoczonych wzrósł o prawie 19% r/r i osiągnął wartość 114 mld euro, a do Francji tylko o 2,5%, do 103 mld euro. Wpływ na taką sytuację ma ożywienie gospodarcze w Ameryce, z którego korzystają aktywnie niemieckie firmy szukające rynku zbytu dla swoich towarów. Dodatkowo eksport na ten rynek napędza korzystne ceny niemieckich produktów (efekt niskich cen energii) oraz niski kurs euro wobec dolara. Warto zaznaczyć, że Polska znalazła się na 8. miejscu pod względem wartości niemieckiego

unterstützte und indirekt durch Investitionen in die Verkehrsinfrastruktur förderte. Das deutsche Verkehrssystem besteht jetzt aus über 640 Tsd. km Straßen, einschließlich über 12 Tsd. km Autobahnen und über 41 Tsd. km Bahnstrecken.

Um auf den ausländischen Märkten erfolgreich konkurrieren zu können, setzten deutsche Unternehmen in erster Linie auf die hohe Qualität ihrer Produkte. Daher ist das Zeichen „Made in Germany“ zur selbständigen Weltmarke geworden. Im Hintergrund des großen Erfolgs der internationalen Expansion der deutschen Unternehmen standen auch die typischen Merkmale der deutschen Vorliebe für Ordnung, Planung, Priorisierung und Strukturierung, die sich einer positiven Wahrnehmung der

EKSPORT NIEMIEC – NAJWAŻNIEJSZE RYNKI (MLD EURO)

DEUTSCHE EXPORTE – DIE WICHTIGSTEN MÄRKTE (MRD. EURO)



eksportu (114 mld euro w 2015 roku), przed takimi krajami jak Szwajcaria i Belgia.

Niemcy eksportują głównie do krajów Unii Europejskiej, do których w 2015 roku wysłały towary o wartości 693,9 mld euro. W porównaniu do roku 2014 w 2015 roku eksport do krajów Unii Europejskiej wzrósł o 7%. Do krajów spoza Unii Europejskiej (głównie Ameryka i Chiny) zostały wysłane z Niemiec towary o wartości 501,9 mld (+5,6%).

Podczas analizy kierunków eksportu Niemiec, zarówno w roku 2015, jak i okresach wcześniejszych, wyraźnie widać, że przedsiębiorcy z tego rynku reagują na zmieniające się warunki na rynkach, na których działają. Było to widoczne chociażby wtedy, gdy niemiecka gospodarka pomimo kryzysu międzynarodowego, konfliktu na Ukrainie i związanych z nim sankcji w eksporcie na rynek rosyjski wyraźnie przyspieszyła, nie tracąc nic z dynamicznego rozwoju eksportu. Niemcy eksportują głównie pojazdy samochodowe, maszyny i urządzenia oraz substancje i preparaty chemiczne.

Warto dodać, że za sukcesem niemieckiej gospodarki stoją nie tylko wielkie międzynarodowe korporacje z branży motoryzacyjnej czy chemicznej, ale również małe i średnie firmy, które działają w wielu branżach przemysłowych i usługowych. Na koniec 2013 roku na 3,6 mln firm zarejestrowanych w Niemczech ponad 99% stanowiły firmy małe i średnie (do 500 zatrudnionych).

Duży udział eksportu w sprzedaży powoduje, że niemieckie firmy dążą do ciągłego unowocześniania się, inwestowania w nowe technologie. Duży

deutschen Unternehmen von den Geschäftspartnern (Zuverlässigkeit, Pünktlichkeit, Einhaltung der Gesetze) niederschlagen haben.

Deutsche Unternehmen sind auf den meisten globalen Märkten tätig, sowohl durch den Export, als auch durch Direktinvestitionen (USA, Brasilien, China, Russland, Indien). Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes zum Ende des Jahres 2015 sind die Vereinigten Staaten der wichtigste Handelspartner Deutschlands, der nach vielen Jahren der Herrschaft von Frankreich zum wichtigsten Abnehmer deutscher Waren wurde. Im vergangenen Jahr ist die Ausfuhr von Waren in die Vereinigten Staaten um fast 19% J/J gestiegen und erreichte 114 Mrd. Euro, während die Ausfuhr nach Frankreich nur um 2,5% auf 103 Mrd. Euro gestiegen ist. Diese Situation ist auf die wirtschaftliche Erholung in den USA zurückzuführen, von der die deutschen Unternehmen bei der Suche nach Märkten für ihre Waren profitieren. Darüber hinaus wird der Export auf diesem Markt von günstigen Preisen der deutschen Produkte (aufgrund der niedrigen Energiepreise) und dem niedrigen Wechselkurs des Euro gegenüber dem Dollar angetrieben. Es ist erwähnenswert, dass sich Polen am 8. Platz in Bezug auf den Wert des deutschen Exports (114 Mrd. Euro im Jahre 2015) vor solchen Staaten wie die Schweiz und Belgien befindet.

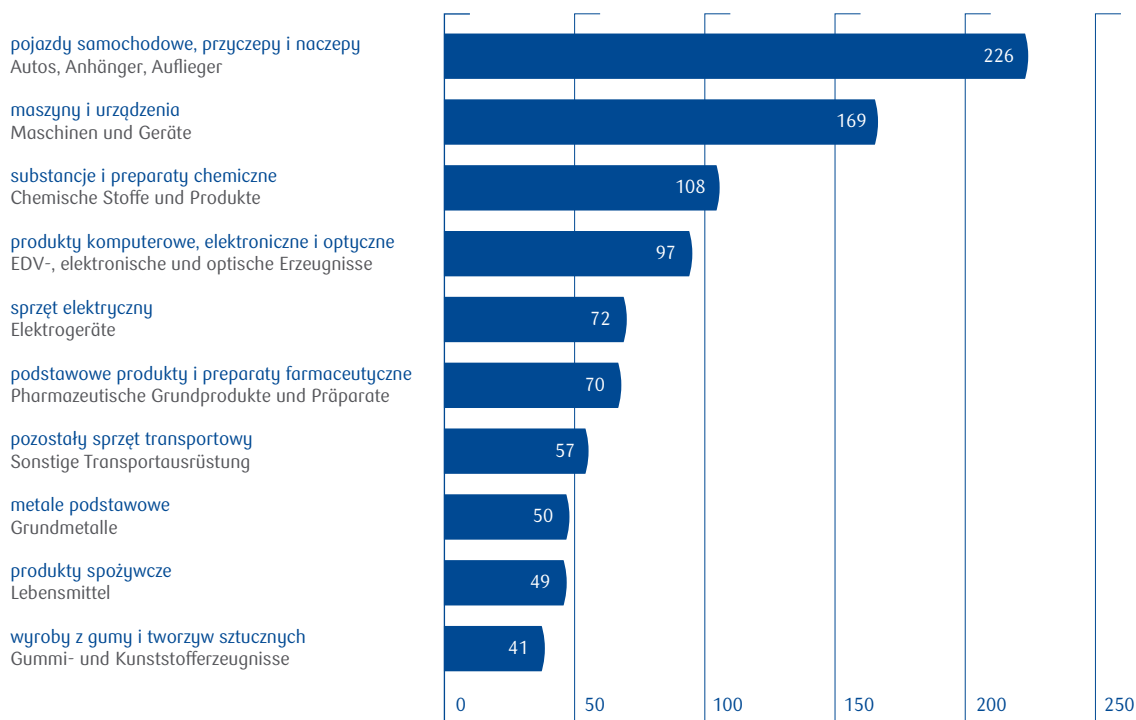
Deutschland exportiert vor allem in die Länder der Europäischen Union, wohin im Jahre 2015 Waren im Wert von 693,9 Euro gesendet wurden. Im Vergleich zu 2014 ist der Export in die EU-Länder im Jahre 2015 um 7% gestiegen. Für Länder außerhalb der Europäischen Union (vor allem Amerika und China) wurden aus Deutschland Waren im Wert von 501,9 Milliarden (+ 5,6%) versandt.

rolę w ich sukcesie na rynkach międzynarodowych odgrywa innowacyjność. Niemcy inwestują w prace badawczo-rozwojowe więcej, niż wynosi średnia w OECD, i zajmują piąte miejsce (po Korei Południowej, Finlandii, Szwecji i Japonii) wśród państw najmocniej zaangażowanych w działalność w tej dziedzinie. Według Niemieckiego Instytutu Badań Gospodarczych (DIW) wydatki na ten cel przekraczają 3% PKB.

Nach einer Auswertung der deutschen Exportrichtungen in 2015 und in der früheren Zeit ist es klar, dass die Unternehmer auf diesem Markt aktiv auf sich verändernde Bedingungen auf den Märkten reagieren, in denen sie tätig sind. Dies zeigte sich auch dann, als die deutsche Wirtschaft trotz der internationalen Krise, des Konfliktes in der Ukraine und der damit verbundenen Sanktionen

STRUKTURA NIEMIECKIEGO EKSPORTU W 2015 ROKU (MLD EURO)

DIE STRUKTUR DES DEUTSCHEN EXPORTS IM JAHR 2015 (IN MILLIARDEN)



Źródło: Destatis
Quelle: Destatis



Wyższe wydatki na prace badawczo-rozwojowe przyczyniają się do usprawnienia procesów produkcyjnych i do dynamicznego wzrostu gospodarczego kraju. W Niemczech prawie 85% inwestycji dokonywanych jest w przemyśle samochodowym, w branżach komputerowej i elektronicznej, a także przez producentów maszyn.

beim Import auf den russischen Markt wesentlich beschleunigte, ohne dabei etwas vom dynamischen Exportentwicklung verloren zu haben. Deutschland exportiert hauptsächlich Kraftfahrzeuge, Maschinen und Geräte sowie chemische Stoffe und Zubereitungen.

Es ist zu erwähnen, dass nicht nur große internationale Unternehmen der Automobilindustrie oder der chemischen Industrie, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen, die in verschiedenen Industriebranchen und Dienstleistungen tätig sind, im Hintergrund des Erfolgs der deutschen Wirtschaft stehen. Ende des Jahres 2013 waren unter den 3,6 Mio. in Deutschland registrierten Unternehmen mehr als 99% kleine und mittlere Unternehmen (bis zu 500 Mitarbeitern).

Ein großer Anteil des Exports am Vertrieb bewirkt, dass deutsche Unternehmen kontinuierlich Modernisierungsmaßnahmen durchführen und Investitionen in neue Technologien tätigen. Innovationen tragen viel zum deutschen Erfolg auf internationalen Märkten bei. Deutschland investiert in Forschung und Entwicklung mehr als der Durchschnitt in der OECD und belegt den fünften Platz (nach Südkorea, Finnland, Schweden und Japan) unter den Ländern, die in diesem Bereich am aktivsten tätig sind. Nach Angaben des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) übersteigen die Ausgaben für diesen Zweck 3% des BIP. Höhere Ausgaben für Forschung und Entwicklung tragen zur Verbesserung der Produktionsprozesse und zum dynamischen Wirtschaftswachstum des Staates bei. In Deutschland werden fast 85% der Investitionen in der Automobilindustrie, in der IT-Industrie und Elektronik, sowie von den Maschinenherstellern getätigt.

Polska na ścieżce do osiągnięcia statusu europejskiego lidera gospodarczego

Polska gospodarka, jeśli chodzi o ekspansję napędzających ją rodzimych firm, czerpie z niemieckich wzorców. Od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej umiędzynarodowienie polskich przedsiębiorstw nabiera tempa. 26 lat transformacji to nieprzerwane zmiany w zakresie funkcjonowania polskiego biznesu. W ostatniej dekadzie obserwuje się dynamiczny rozwój zagranicznej aktywności polskich firm, zarówno w zakresie eksportu, jak i inwestycji bezpośrednich. Krajowe przedsiębiorstwa dostrzegły ogromny potencjał zagranicznych rynków zbytu, dlatego zaczynają śmiało konkurować z międzynarodowymi podmiotami gospodarczymi i doskonale sobie z tym radzą.

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego na koniec 2014 roku wartość polskiego eksportu przekroczyła 166 mld euro, co daje prawie dwukrotny wzrost w okresie ostatnich 10 lat (60 mld euro w 2004 roku). Natomiast na koniec 2015 roku według wstępnych danych polski eksport osiągnął wartość 179 mld euro.

Jeszcze szybciej rosła wartość polskich inwestycji bezpośrednich za granicą, która wg danych NBP na koniec 2014 roku wyniosła 22,3 mld euro; dla porównania: na koniec 2004 roku była to wartość 2,5 mld euro. Prognozy na najbliższe lata dotyczące polskiego eksportu wskazują na to, że ten pozytywny trend w polskiej gospodarce będzie się utrzymywał. Eksport towarów z Polski na koniec 2020 roku według prognoz może osiągnąć wartość 268,5 mld zł.

Polen auf dem Weg zum europäischen wirtschaftlichen Spitzenreiter

Wenn es um die Expansion von den die Wirtschaft vorantreibenden heimischen Unternehmen geht, nimmt sich die polnische Wirtschaft Deutschland als Vorbild. Seit dem EU-Beitritt Polens gewinnt die Internationalisierung der polnischen Unternehmen an Dynamik. 26 Jahre der Transformation stehen für eine kontinuierliche Veränderung in der Funktionsweise der polnischen Unternehmen. Im letzten Jahrzehnt wird ein dynamisches Wachstum der ausländischen Aktivitäten der polnischen Unternehmen sowohl beim Export, als auch bei den Direktinvestitionen beobachtet. Inländische Unternehmen sahen enormes Potenzial der ausländischen Absatzmärkte, beginnen deshalb mutig mit internationalen Unternehmen zu konkurrieren und kommen mit dieser Situation perfekt zurecht.

Nach Angaben des Statistischen Zentralamts hat der polnische Export Ende 2014 den Wert von 166 Milliarden überschritten, so dass sich dieser Wert in den letzten 10 Jahren fast verdoppelt hat (60 Mrd. Euro in 2004). Nach vorläufigen Daten soll der polnische Export Ende 2015 den Wert von 179 Mrd. Euro erreichen.

Noch schneller stieg der Wert der polnischen Direktinvestitionen im Ausland, der sich nach Angaben der NBP Ende 2014 auf 22,3 Mrd. Euro belief. Zum Vergleich betrug dieser Wert Ende 2004 2,5 Mrd. Euro. Die Prognosen für den polnischen Export in den kommenden Jahren zeigen, dass dieser

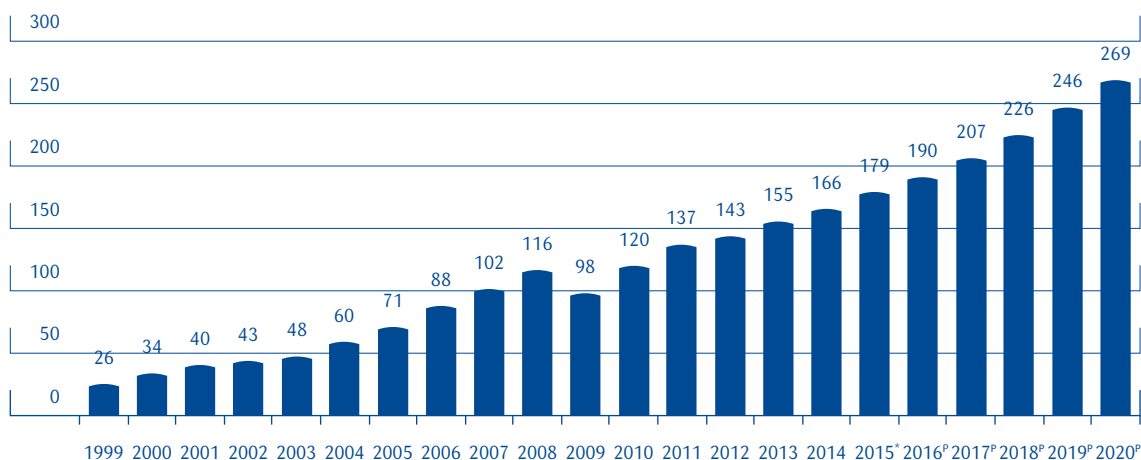
Od strony makroekonomicznej firmy krajowe, które udanie prowadzą ekspansję międzynarodową, wspierają gospodarkę narodową przez zmniejszanie negatywnych efektów ujemnego salda na rachunku bieżącym państwa oraz wzmacnianie stabilności gospodarczej. Warto zaznaczyć, że systematycznie wzrasta udział polskiego eksportu w PKB. Według Ministerstwa Gospodarki na koniec 2014 roku eksport stanowił około 42% PKB Polski. Powyższe dane pokazują, że Polska przestaje być rynkiem tylko odbierającym dobra i usługi. Nasi przedsiębiorcy coraz skuteczniej prowadzą ekspansję zagraniczną.

Przez lata polskie przedsiębiorstwa skutecznie rywalizowały dzięki niezłej jakości połączonej z atrakcyjnymi cenami. Jednak przewaga kosztowa powoli przestaje być polską domeną, nadszedł więc czas na znale-

positive Trend in der polnischen Wirtschaft fortgesetzt wird. Der Export von Waren aus Polen kann nach den Prognosen Ende 2020 einen Wert von 268,5 Mrd. PLN erreichen.

Von der makroökonomischen Seite unterstützen inländische Unternehmen, die erfolgreich die internationale Expansion führen, die nationale Wirtschaft durch die Minderung der negativen Auswirkungen des negativen Saldos auf dem laufenden Konto des Staates und die Stärkung der wirtschaftlichen Stabilität. Es ist zu betonen, dass der Anteil des polnischen Exports am BIP stets steigt. Nach Angaben des Ministeriums für Wirtschaft machte zum Ende 2014 rund 42% des polnischen BIP der Export aus. Diese Angaben zeigen, dass Polen nicht mehr nur ein Abnehmermarkt für Waren

POLSKI EKSPORT (MLD EURO) POLNISCHER EXPORT (MRD. EURO)



*dane wstępne / Vorläufige Daten

^pprognoza PKO Banku Polskiego / ^pPrognose der PKO Bank Polski

Źródło: GUS

Quelle: GUS

zienie innych przewag rynkowych. Obecnie polskie firmy oferujące swoje dobra i usługi na rynkach zagranicznych nie tylko postrzegane są jako te, których produkty są tańsze, ale coraz częściej jako te, których oferta jest innowacyjna. Może się okazać, że tak jak w przypadku naszych niemieckich sąsiadów stanie się ona kluczem otwierającym drzwi na rynek międzynarodowy.

Za 5–10 lat polska gospodarka może przestać być konkurencyjna cenowo. Oznacza to, że niskie płace przestaną być atutem naszego kraju dla zagranicznych inwestorów oraz przede wszystkim dla polskich przedsiębiorców eksportujących swoje wyroby za granicę. Od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej płace rosły średniorocznie o 5,5%. Według prognoz tempo wzrostu płac w najbliższych latach ma lekko zwolnić, nie oznacza to jednak, że nadal będzie ono na tyle niskim poziomie, abyśmy mogli konkurować z innymi gospodarkami pod względem kosztów siły roboczej. Będzie to miało istotny wpływ na tempo przyszłego rozwoju ekspansji zagranicznej polskich przedsiębiorstw, które obok konkurencyjności cenowej będą musiały rozwijać inne strategie podboju zagranicznych rynków, przede wszystkim takie jak wspomniana wyżej innowacyjność. I takie wzorce możemy czerpać z rynku niemieckiego, dodatkowo adekwatnie reagując na zmieniające się warunki na rynku międzynarodowym.

Polscy przedsiębiorcy z chwilą nałożenia sankcji na rynek rosyjski umiejętnie odnaleźli nowe kierunki eksportu swoich produktów. Polscy przedsiębiorcy wychodzący poza granice kraju najczęściej wybierają kraje europejskie. Wynika to głównie z ich bliskości geograficznej oraz kulturowej. Największą popular-

und Dienstleistungen ist. Unsere Unternehmen expandieren immer effektiver ins Ausland.

Seit Jahren waren polnische Unternehmen dank der relativ guten Qualität in Verbindung mit attraktiven Preisen wettbewerbsfähig. Allerdings beginnt der Kostenvorteil langsam nicht mehr die polnische Domäne zu sein, so ist die Zeit gekommen, andere Marktvorteile zu finden. Derzeit werden polnische Unternehmen, die ihre Waren und Dienstleistungen auf ausländischen Märkten anbieten, nicht nur als solche wahrgenommen, deren Produkte billiger sind, sondern immer häufiger, als diejenigen, deren Angebot innovativ ist. Es kann sich so wie im Falle unserer deutschen Nachbarn erweisen, dass dies der Schlüssel zu den internationalen Märkten wird. In 5 bis 10 Jahren kann die polnische Wirtschaft nicht mehr, durch den Preis wettbewerbsfähig sein. Dies bedeutet, dass niedrige Löhne nicht mehr ein Vorteil unseres Landes für ausländische Investoren und vor allem für polnische Unternehmen sein werden, die ihre Produkte ins Ausland exportieren. Seit dem Beitritt Polens zur Europäischen Union wuchsen die Löhne im Jahresdurchschnitt um 5,5%. Nach den Prognosen soll das Lohnwachstum in den kommenden Jahren ein wenig langsamer werden. Dies bedeutet jedoch nicht, dass sie so niedrig bleiben, dass wir für andere Wirtschaften durch die Arbeitskraftkosten wettbewerbsfähig werden. Dies wird einen erheblichen Einfluss auf das Tempo der künftigen Entwicklung der internationalen Expansion der polnischen Unternehmen haben, die neben der preislichen Wettbewerbsfähigkeit weitere Strategien zur Eroberung ausländischer Märkte wie zum Beispiel die oben genannte Innovation entwickeln müssen. Entsprechende Vorbilder können wir auf



ności, zarówno w kontekście handlu zagranicznego, jak i inwestycji bezpośrednich, cieszą się państwa Unii Europejskiej, takie jak wspomniane Niemcy, Francja i Wielka Brytania. Rodzime firmy równie chętnie inwestują w krajach Europy Środkowo-Wschodniej i w krajach byłego ZSRR – tu na uwagę zasługują Czechy, Słowacja, Rumunia, Litwa, Rosja i Ukraina. Jednakże coraz częściej zauważalne staje się zainteresowanie kierunkami bardziej egzotycznymi, jak kraje Afryki Północnej czy Ameryki Łacińskiej. W końcu nie sposób też pominąć Chiny, w kierunku których coraz chętniej spoglądają nasi przedsiębiorcy, zwłaszcza po zaostreniu się konfliktu na Ukrainie oraz wprowadzeniu rosyjskiego embarga.

dem deutschen Markt finden und zugleich können wir auf die sich verändernden Bedingungen auf den internationalen Märkten reagieren.

Polnische Unternehmer konnten seit der Einführung von Sanktionen auf dem russischen Markt geschickt neue Exportrichtungen für ihre Produkte finden. Polnische Unternehmer, die über die Grenzen des Landes gehen, wählen meistens europäische Länder. Dies resultiert vor allem aus der geografischen und kulturellen Nähe. Am beliebtesten sind sowohl im Rahmen des Außenhandels, als auch der Direktinvestitionen die Mitgliedsstaaten der Europäischen Union wie Deutschland, Frankreich und Vereinigtes Königreich. Inländische Unternehmen investieren genauso gern in den Ländern von Mittel- und Osteuropa und in den Ländern der ehemaligen Sowjetunion – hier sind die Tschechische Republik, die Slowakei, Rumänien, Litauen, Russland und die Ukraine zu benennen. Doch immer interessanter werden exotische Richtungen wie die Länder in Nordafrika oder Lateinamerika. Schließlich kann China nicht unerwähnt bleiben, denn in diese Richtung blicken unsere Unternehmer vor allem nach der Verschärfung des Konflikts in der Ukraine und der Einführung des russischen Embargos.

Dobra kondycja niemieckiej gospodarki przekłada się na wzrost gospodarczy Polski

Polski eksport do Niemiec systematycznie rośnie. Na koniec 2014 roku wyniósł on 43,6 mld euro. Według wstępnych danych GUS w 2015 roku był on jeszcze wyższy (48,5 mld euro). Od 1999 do 2014 roku eksport Polski do Niemiec wzrósł o 34,3 mld euro, tj. 370%. Największy wzrost eksportu obserwuje się w okresie po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Polska od dłuższego czasu notuje dodatni bilans handlu zagranicznego z Niemcami. Na koniec 2015 roku osiągnął on rekordowy poziom 8,5 mld euro.

W strukturze towarowej polskiego eksportu do Niemiec dominują pojazdy nieszynowe i części do nich, sprzęt elektryczny i RTV, maszyny i urządzenia mechaniczne, meble, tworzywa sztuczne oraz wyroby z żeliwa i stali.

Der gute Zustand der deutschen Wirtschaft führt zum polnischen Wirtschaftswachstum

Der polnische Export nach Deutschland wächst stetig. Am Ende 2014 belief er sich auf 43,6 Mrd. Euro. Nach vorläufigen Angaben des Statistischen Zentralamtes ist der Export im Jahr 2015 sogar noch höher (48,5 Mrd. Euro). Von 1999 bis 2014 ist der polnische Export nach Deutschland um 34,3 Mrd. Euro, d.h. 370% gestiegen. Der größte Anstieg des Exports konnte in der Zeit nach dem EU-Beitritt Polens beobachtet werden. Seit langem verzeichnet Polen eine positive Bilanz des Außenhandels mit Deutschland. Ende 2015 wurde ein Rekordniveau von 8,5 Mrd. Euro erreicht.

In der Warenstruktur der polnischen Exporte nach Deutschland dominieren nichtschienengebundene

POLSKO-NIEMIECKA WYMIANA HANDLOWA (MLN EURO)

POLNISCH-DEUTSCHER HANDELSAUSTAUSCH (IN MIO. EURO)

MLD EUR MRD. EUR	2011	2012	2013	2014	2015*	ZMIANA 2015/2014 ÄNDERUNG 2015/2014
Eksport Export	35,7	36,1	38,9	43,6	48,5	11,14%
Import Import	34,0	32,8	34,0	37,1	40,0	7,78%
Obroty Umsatz	69,7	68,9	72,9	80,7	88,5	9,60%
Saldo Saldo	1,6	3,2	4,9	6,5	8,5	30,29%

*dane wstępne

*Vorläufige Daten

Źródło: GUS

Quelle: GUS

Największy udział w imporcie mają maszyny i urządzenia mechaniczne, pojazdy nieszynowe i części do nich, sprzęt elektryczny i RTV, tworzywa sztuczne, paliwa i oleje mineralne, papier i tektura oraz produkty farmaceutyczne.

Niemcy posiadają najwyższy udział w polskim eksporcie (powyżej 25%) i imporcie (powyżej 20%).

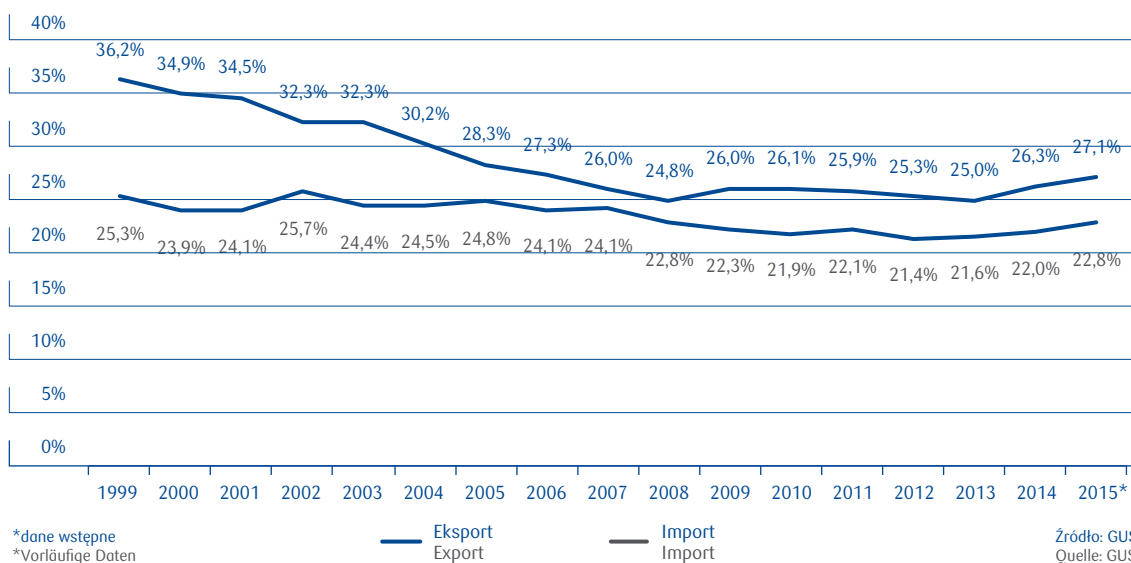
Polskie firmy coraz częściej decydują się na działalność na terenie Niemiec nie tylko przez eksport, ale także w formie inwestycji bezpośrednich. Przynależność obu krajów do Unii Europejskiej, dobra kondycja niemieckiej gospodarki, jej bliskość terytorialna, a także przejrzystość prawa i doskonale rozwinięta infrastruktura

Landfahrzeuge und deren Teile, elektrische Geräte und RTV-Geräte, Maschinen und mechanische Geräte, Möbel, Kunststoffe und Erzeugnisse aus Gusseisen und Stahl. Den größten Anteil am Import machen Maschinen und mechanische Geräte, nichtschienengebundene Landfahrzeuge und deren Teile, elektrische Geräte und RTV-Geräte, Kunststoffe, Kraftstoffe und Mineralöle, als auch Papier und Pappe sowie pharmazeutische Produkte aus.

Deutschland hat den höchsten Anteil an dem polnischen Export (über 25%) und Import (über 20%).

Polnische Unternehmen sind zunehmend daran interessiert, in Deutschland nicht nur durch den

UDZIAŁ POLSKIEGO EKSPORTU I IMPORTU DO I Z NIEMIEC W EKSPORCIE I IMPORTCIE POLSKI OGÓŁEM ANTEIL DES POLNISCHEN EXPORTS UND IMPORTS AUS UND NACH DEUTSCHLAND AM GESAMTEN POLNISCHEN EXPORT UND IMPORT



tura transportowa sprawiają, że Niemcy są coraz częściej wybierane przez polskich przedsiębiorców jako pierwszy kierunek ekspansji międzynarodowej. Wartość należności z tytułu polskich inwestycji bezpośrednich w Niemczech na koniec 2014 roku wyniosła według NBP 933,8 mln euro i była o 6,4% wyższa niż w 2013 roku.

Niemcy są rynkiem z ogromnym potencjałem, dlatego też z roku na rok coraz więcej polskich firm decyduje się na inwestycje w tym kraju. Robią to zarówno duże firmy, które mają ugruntowaną pozycję na rodzimym rynku, jak i małe oraz średnie przedsiębiorstwa. Według szacunków polskiej ambasady w Berlinie na niemieckim rynku działa również duża liczba jedno-osobowych przedsiębiorstw z udziałem polskich obywateli (ok. 180 tys.). Ich aktywność skupiona jest głównie w branży budowlanej (ponad 40%). Podmioty te są przede wszystkim zarejestrowane w Berlinie i wschodnich landach. Natomiast duże firmy, których inwestycje są znaczące kapitałowo, celują w inne branże, takie jak te, w których działają na polskim rynku: sektor paliwowy, chemiczny, górniczy (czyli surowce), informatyczny, samochodowy czy meblarski. Z roku na rok można także zaobserwować ekspansję polskich firm odzieżowych i obuwniczych, które otwierają swoje sklepy na terenie Niemiec, zapowiadając sukcesywne zwiększanie ich liczby. Duże i wyspecjalizowane polskie spółki przejmują na terenie Niemiec miejscowe firmy nie tylko po to, aby rozszerzać swoją działalność na tym rynku. Traktują często Niemcy jako drzwi na inne rynki europejskie.

Niemieckie firmy są znaczącymi inwestorami zagranicznymi w Polsce. Według dostępnych danych NBP w 2014 roku napływ inwestycji z Niemiec wyniósł

Export, sondern auch in Form von Direktinvestitionen aktiv zu sein. Die Mitgliedschaft beider Länder in der Europäischen Union, der gute Zustand der deutschen Wirtschaft und seine territoriale Nähe sowie transparente Rechtsvorschriften und eine gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur bewirken, dass Deutschland zunehmend von polnischen Unternehmern als die erste Richtung der internationalen Expansion gewählt wird. Der Wert der Forderungen aus polnischen Direktinvestitionen in Deutschland belief sich laut der NBP Ende 2014 auf 933,8 Mio. Euro und war um 6,4% höher als im Jahr 2013.

Deutschland ist ein Markt mit enormem Potenzial, weshalb sich jedes Jahr mehr und mehr polnische Unternehmen entscheiden, in diesem Land zu investieren. Dies wird sowohl von Großunternehmen, die eine etablierte Position auf dem heimischen Markt haben, als auch von kleinen und mittleren Unternehmen getan. Nach Schätzungen der polnischen Botschaft in Berlin, sind auf dem deutschen Markt auch zahlreiche Einzelunternehmen tätig, die von polnischen Bürgern geführt werden (ca. 180 Tsd.). Der Schwerpunkt ihrer Aktivitäten liegt in der Bauindustrie (über 40%). Diese Unternehmen sind vor allem in Berlin und den neuen Bundesländern registriert. Große Unternehmen, die erhebliches Kapital investieren, zielen auf andere Branchen, wie zum Beispiel jene, in denen sie auf dem polnischen Markt tätig sind: Kraftstoffindustrie, Chemie, Bergbau (d.h. Rohstoffe), IT, Automobilindustrie oder Möbelindustrie. Von Jahr zu Jahr kann auch die Expansion der polnischen Bekleidungs- und Schuhunternehmen beobachtet werden, die in Deutschland ihre Geschäfte öffnen und allmählich



632,1 mln euro. Skumulowana wartość niemieckich inwestycji na koniec 2014 roku wyniosła prawie 28 mld euro. Z danych GUS wynika, że Niemcy są pierwszym krajem pod względem liczby podmiotów z kapitałem zagranicznym działających w 2014 roku w Polsce (ponad 6 tys. podmiotów) oraz drugim (po Holandii) pod względem wartości kapitału (30,7 mld zł).

Większość niemieckiego kapitału lokowana jest w przetwórstwie przemysłowym (35,8%) oraz handlu i naprawie pojazdów samochodowych (26,2%). Najatrakcyjniejsze dla niemieckiego kapitału są województwa mazowieckie, dolnośląskie i wielkopolskie.

Niemcy i Polska są wysoko oceniane w raportach określających klimat inwestycyjny takich jak „Doing Business”. W 2016 roku nasz kraj awansował na 25. pozycję wśród 189 krajów świata ocenianych w raporcie. Jest to wynik lepszy o 7 pozycji niż w roku 2015, co wskazuje na to, że Polska jest coraz częściej postrzegana jako dobre miejsce do zakładania biznesu. Natomiast Niemcy w raporcie za rok 2016 utrzymały się na wysokim 15. miejscu (-1 r/r). Kraj ten jest bardzo dobrze oceniany przede wszystkim za rozwiązywanie problemu upadłości. Dodatkowo na postrzeganie klimatu do prowadzenia biznesu w Niemczech pozytywnie wpływają łatwość i szybkość procesu otwierania firmy i jego niskie koszty.

eine Erhöhung ihrer Zahl ankündigen. Große polnische Fachunternehmen übernehmen lokale Unternehmen in Deutschland nicht nur, um ihre Tätigkeit in diesem Markt zu erweitern. Sie sehen Deutschland als eine Tür zu anderen europäischen Märkten.

Deutsche Unternehmen sind in Polen bedeutende ausländische Investoren. Nach den vorliegenden Daten der NBP belief sich im Jahr 2014 der Zufluss von Investitionen aus Deutschland auf 632,1 Mio. Euro. Der kumulierte Wert der deutschen Investitionen belief sich zum Ende 2014 auf fast 28 Mrd. Euro. Die GUS-Daten zeigen, dass Deutschland das erste Land hinsichtlich der Unternehmen mit ausländischem Kapital im Jahr 2014 in Polen (über 6 Tsd. Unternehmen) und das zweite nach den Niederlanden in Bezug auf den Kapitalwert (30,7 Mrd. PLN) ist.

Der größte Teil des deutschen Kapitals wird in die Verarbeitungsindustrie (35,8%), als auch in den Handel und in die Kraftfahrzeugreparatur (26,2%) investiert. Die für das deutsche Kapital attraktivsten Wojewodschaften sind Masowien, Niederschlesien und Großpolen.

Deutschland und Polen sind in den Berichten zur Bewertung des Investitionsklimas wie „Doing Business” hoch im Kurs. Im Jahr 2016 ist unser Land auf Platz 25 unter den 189 Ranking-Ländern der Welt in diesem Bericht aufgestiegen. Dies ist ein um 7 Plätze besseres Ergebnis als im Jahr 2015, das heißt, dass Polen zunehmend als ein guter Ort für die Gründung eines Unternehmens wahrgenommen wird. Deutschland blieb im Jahr 2016 in dem Bericht auf einem hohen 15. Platz (-1 J/J). Das Land wird in erster Linie für die Lösung der Insolvenzproblematik sehr

KAPITAŁ ZAGRANICZNY WEDŁUG KRAJU POCHODZENIA UDZIAŁOWCA W 2014 ROKU W MLN ZŁ
 AUSLÄNDISCHES KAPITAL NACH HERKUNFTSLAND DER AKTIONÄRE IM JAHR 2014 (MIO. PLN)

KRAJ LAND	LICZBA PODMIOTÓW ANZAHL DER UNTERNEHMEN	KAPITAŁ ZAGRANICZNY UDZIAŁOWCÓW AUSLÄNDISCHES KAPITAL DER ANTEILSEIGNER	UDZIAŁ KRAJU W KAPI- TALE ZAGRANICZNYM ANTEIL DES LANDES AM AUSLÄNDISCHEM KAPITAL
Ogółem Ingesamt	26 464	195 797	100,00
Niemcy Deutschland	6 041	30 721	15,69
Holandia Holand	2 575	36 023	18,40
Cypr Zypern	1 808	7 963	4,07
Wielka Brytania Großbritannien	1 384	5 771	2,95
Włochy Italien	1 352	5 452	2,78
Francja Frankreich	1 314	29 620	15,13
Luksemburg Luxemburg	1 211	25 733	13,14
Austria Österreich	860	3 482	1,78
Dania Dänemark	854	5 142	2,63
USA USA	806	7 763	3,96

hoch bewertet. Zusätzlich nehmen auf die Beurteilung des Klimas für eine Geschäftsführung in Deutschland die Einfachheit und Schnelligkeit des Prozesses der Unternehmensgründung sowie derer niedrige Kosten den positiven Einfluss.

Korzystne partnerstwo – siła powiązania gospodarczego Polski i Niemiec

Siła kooperacji Polski i Niemiec jest widoczna w skorelowanym wzroście gospodarczym obu krajów. Jeżeli prześledzimy zmianę PKB r/r obu gospodarek, można zaobserwować wspólny trend. Szczególnie widoczny zaczął on być od 2004 roku, kiedy Polska weszła do Unii Europejskiej, a wzrost wymiany handlowej z Niemcami nabrał tempa.

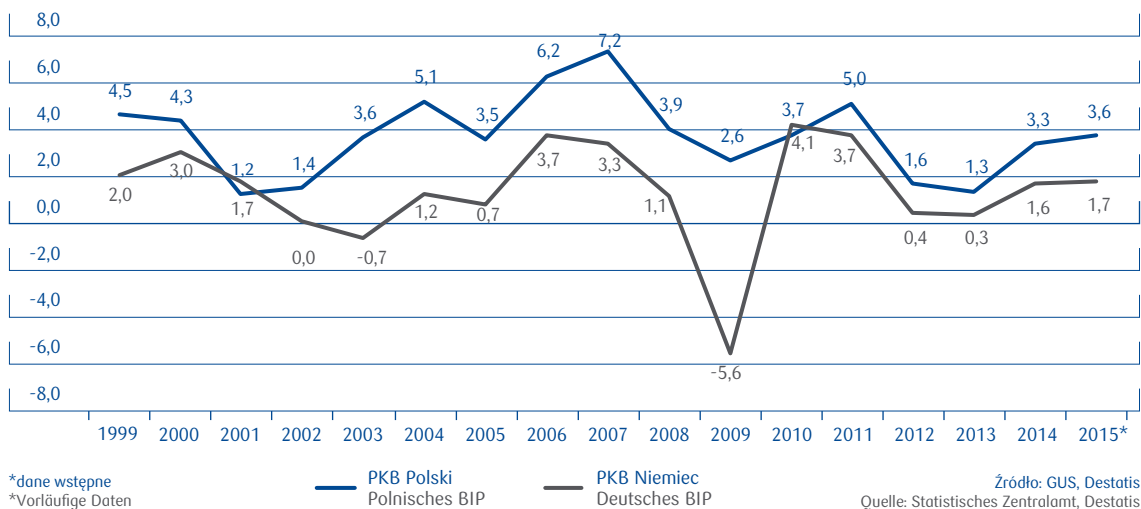
Warto zauważyć, że skutki globalnego kryzysu na rynkach finansowych były bardzo dotkliwe dla niemieckiej gospodarki – szczególnie w 2009 roku,

Nützliche Partnerschaft – die Stärke der wirtschaftlichen Verbindung zwischen Polen und Deutschland

Die Stärke der gegenseitigen Zusammenarbeit zwischen Polen und Deutschland ist in dem in Wechselbeziehung stehendem Wirtschaftswachstum beider Länder zu sehen. Bei der Betrachtung der Entwicklung des BIP J/J beider Länder ist ein gemeinsamer Trend sichtbar. Besonders sichtbar ist er ab 2004, als Polen der Europäischen Union beigetreten ist und der gegenseitige Handel mit Deutschland an Schwung gewann.

ZMIANA PKB POLSKI I NIEMIEC R/R (%)

ENTWICKLUNG DES BIP IN POLEN UND DEUTSCHLAND J/J (%)



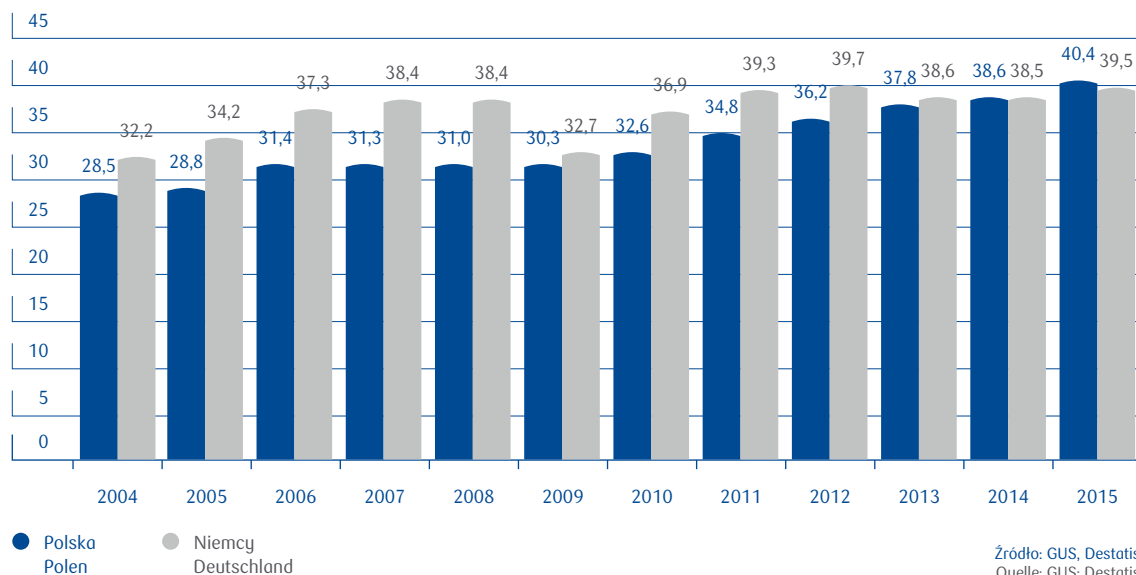
kiedy PKB spadł o 5,6% r/r. W tym samym roku niemiecki eksport zmniejszył się o 22,5%, do wartości 803,3 mld euro. Sytuacja ta miała także wpływ na Polskę, której eksport w 2009 roku zmalał o 15,5% w stosunku do 2008 roku, w tym eksport do Niemiec spadł o 11,4%, osiągając na koniec 2009 roku wartość 25,6 mld euro. Pokazuje to, że duży udział eksportu w PKB Polski i Niemiec oprócz pozytywnych aspektów ma również pewne wady, ponieważ uwrażliwia gospodarkę na turbulencje na światowym rynku.

Perspektywy rozwoju niemieckiej gospodarki są dobre. Patrząc przez pryzmat eksportu, podobnie jak Polska od Niemiec nasz zachodni sąsiad uzależniony jest od kondycji rynków, na które wysyła swoje produkty.

Es ist erwähnenswert, dass die Auswirkungen der globalen Krise auf den Finanzmärkten für die deutsche Wirtschaft sehr schmerzhaft - vor allem im Jahr 2009 waren, als das BIP um 5,6% J/J zurückging. Im selben Jahr verringerte sich der deutsche Export um 22,5% auf 803,3 Euro. Diese Situation hatte auch Auswirkungen auf Polen, wo der Export im Jahr 2009 um 15,5% im Vergleich zu 2008 zurückgegangen ist, wobei der Export nach Deutschland um 11,4% gesunken ist und sich Ende des Jahres 2009 auf 25,6 Mrd. Euro belief. Dies zeigt, dass ein großer Anteil des Exports am BIP von Polen und Deutschland - neben positiven Aspekten - auch einige Nachteile mit sich bringt, da die Wirtschaft für Turbulenzen auf den globalen Märkten sensibilisiert wird.

UDZIAŁ EKSPORTU W PKB POLSKI I NIEMIEC (%)

DER ANTEIL DES EXPORTS AM BIP VON POLEN UND DEUTSCHLAND (%)



W krótkim okresie na gospodarkę niemiecką może wpływać negatywnie słabnąca światowa koniunktura, zawirowania na światowych giełdach i zagrożenie wystąpieniem Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej (tzw. Brexit). Istotnym problemem pozostaje nierozwiązana kwestia uchodźców.

Niemcy już nie raz jednak pokazywały, że są w stanie elastycznie reagować na zmieniającą się sytuację i doskonale się do niej dostosowywać. Potrafią wykorzystywać panujące na świecie trendy. Mocno inwestują w branżę farmaceutyczną oraz odnawialne źródła energii, co przy coraz bardziej starzejącym się społeczeństwie na świecie i wyczerpywaniu się źródeł surowców energetycznych może w przyszłości być dla tego kraju strumieniem utrzymującym duży eksport i w konsekwencji wzrost gospodarczy. Taki scenariusz powinien być korzystny również dla Polski, która dzięki

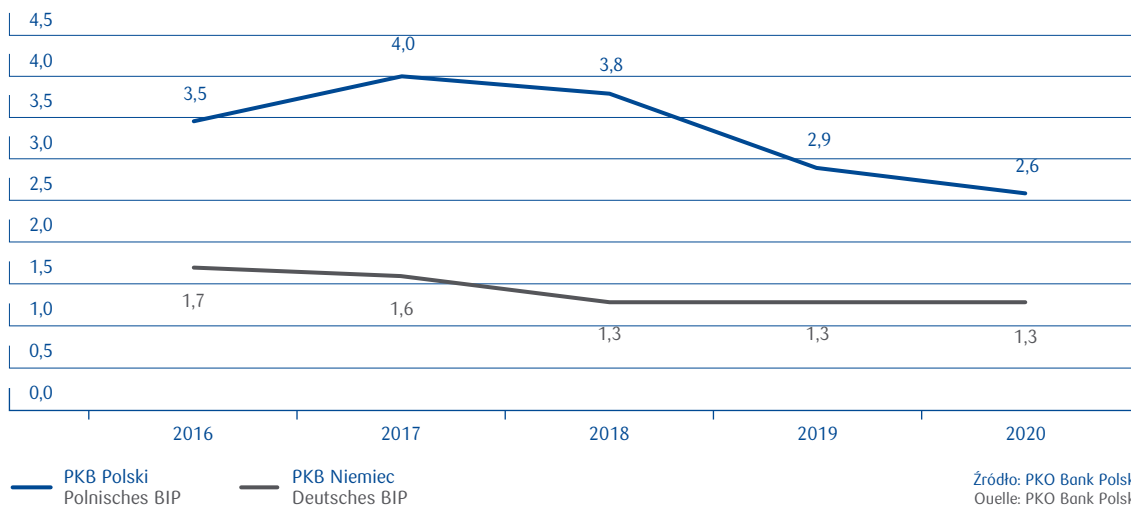
Die Entwicklungsaussichten sind für die deutsche Wirtschaft gut. Unter dem Gesichtspunkt des Exports ist unser westlicher Nachbar von dem Zustand der Märkte abhängig, in die er seine Produkte sendet. Ähnlich ist Polen von Deutschland abhängig.

Kurzfristig können die immer schwächere Weltwirtschaftslage, Turbulenzen an den weltweiten Aktienmärkten und die Gefahr, dass das Vereinigte Königreich aus der Europäischen Union austreten kann (sog. Brexit), einen negativen Einfluss auf die deutsche Wirtschaft haben. Ein großes Problem bleibt die ungelöste Frage der Flüchtlinge.

Deutschland hat mehrmals bewiesen, dass der Staat in der Lage ist, flexibel auf die veränderte Lage zu reagieren und sich an die Situation perfekt anzupassen. Deutschland kann die vorherrschenden

ZMIANA PKB POLSKI I NIEMIEC R/R – PROGNOZA (%)

ENTWICKLUNG DES BIP VON POLEN UND DEUTSCHLAND J/J – PROGNOSE (%)



coraz mocniejszym więziom handlowym powinna skorzystać na utrzymaniu przez Niemcy dobrej kondycji ekonomicznej.

Trends in der Welt nutzen. Der Staat investiert stark in die Pharmaindustrie und in erneuerbare Energiequellen, die bei der zunehmend älter werdenden Weltbevölkerung und der Ausschöpfung der Energierohstoffe für dieses Land in Zukunft ein Antrieb sein könnte, mit dem weiterhin großes Exportvolumen und damit das Wirtschaftswachstum aufrecht erhalten werden können. Ein ähnliches Szenario sollte auch für Polen von Vorteil sein, das durch die immer stärkere Bindung des Handels von der Aufrechterhaltung der guten wirtschaftlichen Lage Deutschlands profitieren kann.





NIEMCY W OCENIE POLSKICH FIRM DEUTSCHLAND IN DER BEURTEILUNG VON POLNISCHEN UNTERNEHMEN

Wstęp – krótko o badaniu

Celem badania „Niemcy w ocenie firm polskich obecnych za Odrą” była ocena niemieckiej koniunktury gospodarczej oraz uwarunkowań prowadzenia biznesu przez przedstawicieli polskich firm działających za Odrą. Badanie przeprowadzone zostało w styczniu 2016 r. na zlecenie Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej (AHK Polska) przez firmę Biostat sp. z o.o.

W ramach projektu badawczego zrealizowano 70 wywiadów z polskimi podmiotami gospodarczymi funkcjonującymi na rynku niemieckim. Najwięcej firm reprezentowało usługi i przemysł przetwórczy. Najczęściej były to małe przedsiębiorstwa zatrudniające do 50 pracowników na rynku niemieckim. Prawie połowa badanych firm nie posiada oddziałów zagranicznych, filii bądź przedstawicielstw poza Niemcami.

Głównym powodem ekspansji na rynek niemiecki ankietowanych przedsiębiorców była chęć uzyskania dostępu do nowych rynków i klientów. Zdecydowana większość polskich firm działających na tym rynku dobrze lub bardzo dobrze ocenia aktualny stan niemieckiej gospodarki. Polscy przedsiębiorcy pozy-

Einführung – kurzer Überblick zur Umfrage

Das Ziel der Umfrage „Deutschland in der Beurteilung der polnischen Unternehmen jenseits der Oder“ war die Beurteilung der deutschen Wirtschaftslage und Geschäftsbedingungen durch Vertreter polnischer Firmen, die jenseits der Oder tätig sind. Die Umfrage wurde im Januar 2016 im Auftrag der Polnisch-Deutschen Industrie- und Handelskammer (AHK Polen) von der Firma Biostat sp. z o. o. durchgeführt.

Im Rahmen des Forschungsprojektes wurden 70 Interviews mit polnischen Unternehmen durchgeführt, die auf dem deutschen Markt tätig sind. Die meisten Unternehmen vertraten das Dienstleistungsgewerbe und die verarbeitende Industrie. Meistens waren dies kleine Unternehmen, die bis zu 50 Mitarbeitern auf dem deutschen Markt beschäftigen. Fast die Hälfte der befragten Unternehmen hat weder ausländische Niederlassungen, noch Tochtergesellschaften oder Vertretungen außerhalb Deutschlands.



tywnie oceniają również sytuację biznesową swoich firm. Prawie wszyscy wybraliby ponownie Niemcy na lokalizację dla swoich inwestycji.

Podsumowanie najważniejszych wniosków z badania

Najważniejsze wnioski wynikające z badania:

- Zdecydowana większość polskich przedsiębiorców działających na rynku za Odrą dobrze lub bardzo dobrze ocenia aktualny stan niemieckiej gospodarki.
- W związku z pozytywną opinią o stanie gospodarki większość przedstawicieli polskich firm uważa, że w najbliższym roku sytuacja na niemieckim rynku się nie zmieni.
- Polscy przedsiębiorcy pozytywnie oceniają również sytuację biznesową swoich firm.
- Przedstawiciele przedsiębiorstw uważają, że w najbliższym roku obroty ich firm nie zmienią się bądź wzrosną. Tylko nieznaczna część przewiduje ich spadek.
- Większość przedsiębiorców nie przewiduje w najbliższym roku zmian zatrudnienia. W firmach, które takie zmiany zakładają, zatrudnienie raczej wzrośnie.
- Wartość wydatków na inwestycje w większości

Der Hauptgrund für die Expansion auf den deutschen Markt war unter den befragten Unternehmern der Zugang zu neuen Märkten und Kunden. Die überwiegende Mehrheit der polnischen Unternehmen auf diesem Markt beurteilt den aktuellen Stand der deutschen Wirtschaft gut oder sehr gut. Die polnischen Unternehmer bewerten auch positiv die wirtschaftliche Lage ihrer eigenen Firmen. Fast alle würden Deutschland erneut zum Standort für ihre Investitionen wählen.

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse der Umfrage

Die wichtigsten Schlussfolgerungen der Umfrage:

- Die überwiegende Mehrheit der polnischen Unternehmen, die auf dem Markt jenseits der Oder tätig sind, bewertet den aktuellen Stand der deutschen Wirtschaft mit gut oder sehr gut.
- Im Zusammenhang mit der positiven Meinung über den Zustand der Wirtschaft glauben die meisten Vertreter der polnischen Unternehmen, dass sich die Situation auf dem deutschen Markt im nächsten Jahr nicht ändern wird.
- Von den polnischen Unternehmer wird auch die

polskich firm działających za Odrą w najbliższym roku się nie zmieni. W pozostałych raczej wzrośnie.

- Głównym powodem ekspansji na rynek niemiecki jest dla polskich firm chęć uzyskania dostępu do nowych rynków i klientów. Dużo rzadziej jest to potrzeba zwiększenia skali działania i pozyskania nowych kompetencji, a najrzadziej – pojawienie się bariery rozwojowej na rynku krajowym.
- Polscy przedsiębiorcy są najbardziej zadowoleni z infrastruktury transportowej, komunikacyjnej, IT i energetycznej dostępnej na niemieckim rynku. Rzadziej wśród czynników oddziałujących na atrakcyjność prowadzenia biznesu w Niemczech wskazują dyscyplinę płatniczą i przewidywalność polityki gospodarczej. W przypadku 6 z 11 czynników wymienionych w badaniu są umiarkowanie zadowoleni (wysokość obciążeń podatkowych, przejrzystość systemu zamówień publicznych, nastawienie administracji publicznej, warunki dla działalności B+R, poziom kosztów pracy, dostęp do środków pomocowych dla biznesu).
- Prawie wszyscy przedsiębiorcy wybraliby ponownie Niemcy na lokalizację dla swoich inwestycji.
- Zdecydowana większość firm nie skorzystała z dofinansowania inwestycji na rynku niemieckim. Wśród tych, które skorzystały ze środków zewnętrznych, najpopularniejsza była pomoc banków niemieckich, a w dalszej kolejności – polskich.
- W związku z pozytywną oceną gospodarki niemieckiej niemal 1/3 przedsiębiorców nie widzi pilnych wyzwań w zakresie polityki gospodarczej Niemiec. Wśród tych, którzy takie wyzwania identyfikują, najpopularniejsze jest obniżenie podatków i kosztów pracy.

wirtschaftliche Lage ihrer Unternehmen positiv bewertet.

- Die Vertreter der Unternehmen sind der Meinung, dass sich die Umsätze in ihren Unternehmen im kommenden Jahr nicht verändern werden bzw. steigen werden. Nur ein kleiner Teil von ihnen rechnet mit einem Rückgang.
- Die meisten Unternehmer planen im kommenden Jahr keine Änderungen in der Beschäftigungszahl. Unter den Unternehmen, die solche Änderungen planen, wird die Beschäftigungszahl eher steigen.
- Die Höhe der Ausgaben für Investitionen polnischer Unternehmen jenseits der Oder wird im kommenden Jahr bei den meisten von ihnen unverändert bleiben. Unter den übrigen werden sie eher steigen.
- Der Hauptgrund für die Expansion auf den deutschen Markt für polnische Unternehmen ist der Zugang zu neuen Märkten und Kunden. Viel seltener ist es die Notwendigkeit, den Umfang der Geschäftstätigkeit zu erweitern und neue Kompetenzen zu erwerben. Noch seltener besteht der Grund in den Entwicklungsbarrieren auf dem Inlandsmarkt.
- Polnische Unternehmer sind sehr zufrieden mit der Verkehrs-, Kommunikations-, IT- und Energieinfrastruktur, die auf dem deutschen Markt verfügbar sind. Die Zahlungsdisziplin und die Vorhersehbarkeit der Wirtschaftspolitik werden weniger häufig unter den Faktoren genannt, die die Attraktivität der Geschäftstätigkeit in Deutschland beeinflussen. Bei 6 von 11 in der Umfrage aufgeführten Faktoren sind sie mäßig zufrieden (die Höhe der Steuerbelastung, die Transparenz des öffentlichen Auftragswesens, die Einstellung der



öffentlichen Verwaltung, die Bedingungen für die F&E-Aktivitäten, die Höhe der Arbeitskosten, der Zugang zu Fördermitteln für Unternehmen).

- Fast alle Unternehmer würden erneut Deutschland als Standort für ihre Investitionen wählen.
- Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen nahm keine Investitionfinanzierung auf dem deutschen Markt in Anspruch. Unter denen, die externe Mittel in Anspruch genommen haben, war die Hilfe deutscher Banken und in weiterer Reihenfolge die Hilfe polnischer Banken am populärsten.
- Im Zusammenhang mit der positiven Beurteilung der deutschen Wirtschaft sieht fast ein Drittel der Unternehmer keine dringenden Herausforderungen in der Wirtschaftspolitik Deutschlands. Diejenigen, die solche Herausforderungen erkennen, weisen auf die Senkung der Steuern und Arbeitskosten hin.

Pełne wyniki badania

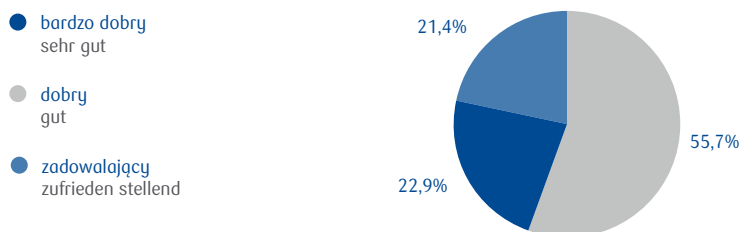
Ponad połowa badanych (55,7%) była zdania, że aktualny stan niemieckiej gospodarki jest dobry, a kolejnych 22,9% sądziło, że jest bardzo dobry. Jako zadowolający określiło go 21,4% respondentów.

Komplette Ergebnisse der Umfrage

Mehr als die Hälfte der Befragten (55,7%) waren der Meinung, dass der aktuelle Zustand der deutschen Wirtschaft gut ist, während 22,9% glaubten, dass er sehr gut ist. Als befriedigend wurde er von 21,4% der Befragten bewertet.

OCENA OBECNEGO STANU GOSPODARKI W NIEMCZACH

BEWERTUNG DES AKTUELLEN ZUSTANDS DER WIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND

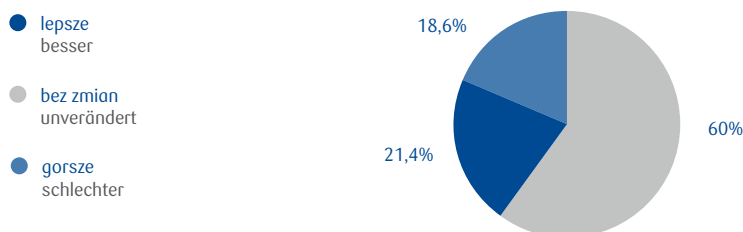


Ankietowanych zapytano także o perspektywę dla niemieckiej gospodarki w porównaniu z rokiem ubiegłym. 3/5 z nich sądziło, że sytuacja pozostanie bez zmian. Szansę zmian na lepsze dostrzegało 21,4%, natomiast pogorszenie się perspektyw dla niemieckiej gospodarki w 2016 roku przewidywał najmniejszy odsetek badanych – 18,6%.

Die Befragten wurden auch zu den Aussichten für die deutsche Wirtschaft im Vergleich zum Vorjahr befragt. 3/5 von ihnen meinten, dass die Situation unverändert bleiben wird. Die Chance zum Besseren erkannten 21,4%, während der niedrigste Prozentsatz der Befragten, d. h. 18,6%, eine Verschlechterung der Aussichten für die deutsche Wirtschaft im Jahr 2016 erwartete.

OCENA PERSPEKTYW DLA NIEMIECKIEJ GOSPODARKI W 2016 R. W PORÓWNANIU Z 2015 R.

BEWERTUNG DER AUSSICHTEN FÜR DIE DEUTSCHE WIRTSCHAFT IM JAHR 2016 IM VERGLEICH ZU 2015.

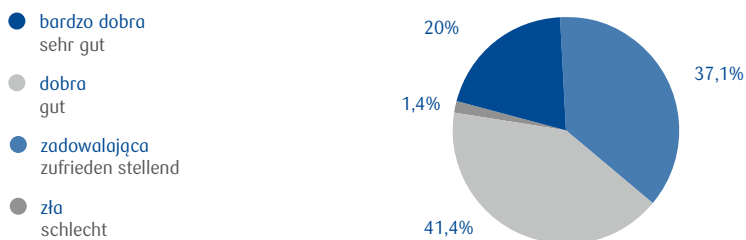


Pytani o sytuację biznesową swojego przedsiębiorstwa w Niemczech ankietowani w największej liczbie określili ją jako dobrą (41,4%), zadowalającą (37,1%) lub bardzo dobrą (20%). Jedynie 1,4% respondentów opisało sytuację przedsiębiorstwa w Niemczech jako złą.

Nach der wirtschaftlichen Lage ihrer Unternehmen in Deutschland befragt, bezeichneten die meisten Befragten sie als gut (41,4%), zufriedenstellend (37,1%) oder sehr gut (20%). Nur 1,4% der Befragten beschrieben die Situation ihres Unternehmens in Deutschland als schlecht.

OCENA SYTUACJI BIZNESOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA W NIEMCZECH

BEWERTUNG DER UNTERNEHMENSSITUATION IN DEUTSCHLAND

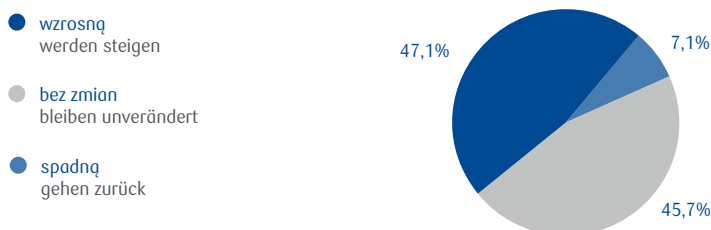


Prognozy odnośnie obrotów przedsiębiorstwa w 2016 roku w stosunku do tych z roku poprzedniego w blisko połowie przypadków (47,1%) były korzystne. Kolejne 45,7% badanych uważało, że obroty pozostaną bez zmian, a jedynie 7,1% było zdania, że obroty ich przedsiębiorstw spadną w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Die Umsatzprognosen für das Unternehmen im Jahr 2016 im Vergleich zu dem Umsatz des Vorjahres waren in fast der Hälfte der Fälle (47,1%) günstig. 45,7% der Befragten meinten, dass der Umsatz unverändert bleiben wird, und nur 7,1% waren der Meinung, dass der Umsatz ihres Unternehmens im Vergleich zum Vorjahr zurückgehen wird.

PRZEWIDYWANIA DOTYCZĄCE OBROTÓW W PRZEDSIĘBIORSTWIE W 2016 R. W PORÓWNANIU Z 2015 R.

ERWARTUNGEN IN BEZUG AUF DEN UMSATZ DES UNTERNEHMENS IN 2016 IM VERGLEICH ZU 2015

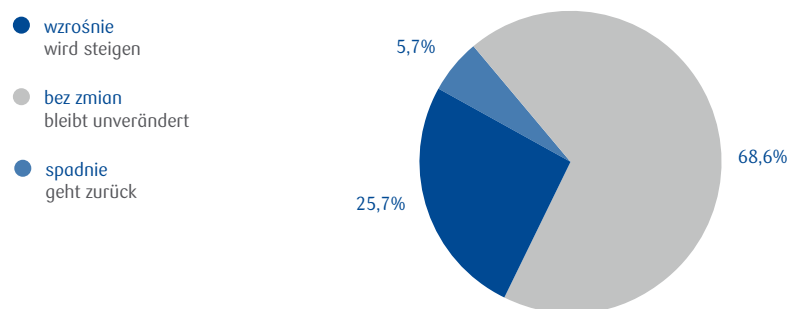


Badani zostali także poproszeni o odniesienie się do przewidywań dotyczących liczby zatrudnionych w przedsiębiorstwie/oddziale firmy w Niemczech. Zdaniem zdecydowanej większości respondentów w porównaniu z ubiegłym rokiem zatrudnienie w ich przedsiębiorstwach pozostanie bez zmian (68,6%). W nieco ponad 1/4 firm (25,7%) zatrudnienie ma szansę wzrosnąć w stosunku do 2015 roku. Przewidywanie odnośnie spadku zatrudnienia odnotowano jedynie w 5,7% przypadków.

Die Befragten wurden auch nach der Zahl der Mitarbeiter im Unternehmen / in der Niederlassung in Deutschland gefragt. Nach Meinung der überwiegenden Mehrheit der Befragten wird die Beschäftigung in ihren Unternehmen im Vergleich zum letzten Jahr unverändert bleiben (68,6%). In etwas mehr als einem Viertel der Unternehmen (25,7%) kann die Beschäftigung im Vergleich zu 2015 steigen. Erwartungen über den Rückgang der Beschäftigung konnten nur in 5,7% der Fälle verzeichnet werden.

PRZEWIDYWANIA DOTYCZĄCE LICZBY PRACOWNIKÓW W PRZEDSIĘBIORSTWIE/ODDZIALE FIRMY W NIEMCZECH W 2016 R. W PORÓWNANIU Z 2015 R.

ERWARTUNGEN IN BEZUG AUF DIE MITARBEITERZAHL IM UNTERNEHMEN/IN DER NIEDERLASSUNG IN DEUTSCHLAND IM JAHR 2016 IM VERGLEICH ZUM JAHR 2015.

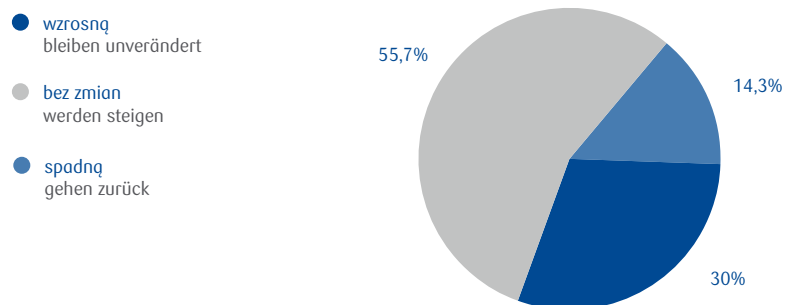


Ankietowanych zapytano o prognozy także w kwestii wydatków na inwestycje. Ponad połowa (55,7%) respondentów udzieliła odpowiedzi, że wydatki te w ich przedsiębiorstwie nie zmienią się w stosunku do tych z ubiegłego roku. W przypadku kolejnych 30% wydatki wzrosną, zaś w 14,3% badanych firm wydatki na inwestycje spadną w stosunku do 2015 roku.

Die Befragten wurden auch nach der Prognose für Investitionsausgaben gefragt. Mehr als die Hälfte (55,7%) der Befragten antworteten, dass sich diese Ausgaben in ihren Unternehmen im Vergleich zu den Ausgaben im vergangenen Jahr nicht ändern werden. Bei weiteren 30% werden die Ausgaben steigen, während in 14,3% der befragten Unternehmen Investitionsausgaben im Vergleich zu 2015 sinken werden.

PRZEWIDYWANIA DOTYCZĄCE WYDATKÓW NA INWESTYCJE W PRZEDSIĘBIORSTWIE W 2016 R. W PORÓWNANIU Z 2015 R.

ERWARTUNGEN IN BEZUG AUF INVESTITIONSAUSGABEN IM UNTERNEHMEN IM JAHR 2016
IM VERGLEICH ZUM JAHR 2015.

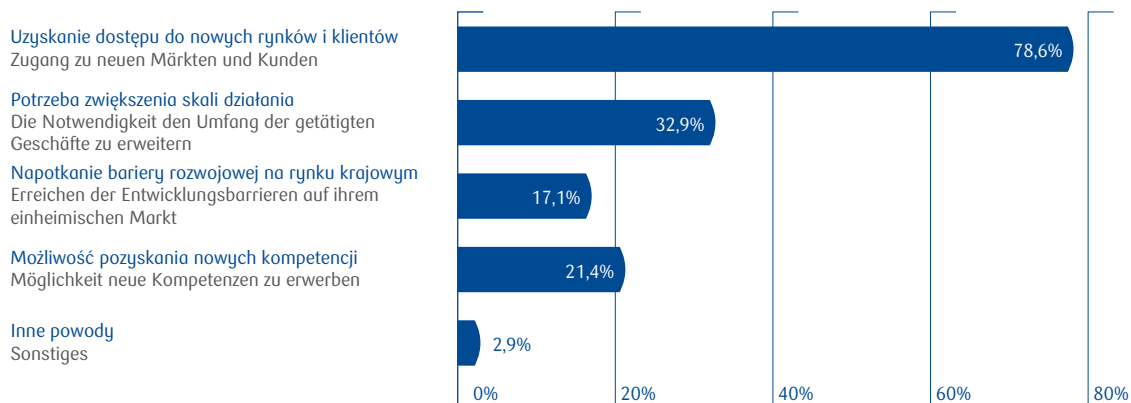


Uzyskanie dostępu do nowych rynków i klientów to najpopularniejsza motywacja ekspansji na niemiecki rynek – ten powód wskazało aż 78,6% badanych. Blisko 1/3 respondentów (32,9%) wymieniła także potrzebę zwiększenia skali działania, a 21,4% – pozyskanie nowych kompetencji. 17,1% badanych uznało, że przedsiębiorstwo napotkało barierę rozwojową na rynku krajowym, a 2,9% zwróciło uwagę na inne powody, które oscylowały wokół wiarygodności i rzetelności rynku pozwalających na pewną stabilizację.

Der Zugang zu neuen Märkten und Kunden ist die beliebteste Motivation für die Expansion auf den deutschen Markt. Dieser Grund wurde von 78,6% der Befragten angegeben. Fast ein Drittel der Befragten (32,9%) erwähnte die Notwendigkeit, den Umfang der getätigten Geschäfte zu erweitern, während 21,4% neue Kompetenzen erwerben wollten. 17,1% der Befragten waren der Ansicht, dass ihre Unternehmen die Entwicklungsbarrieren auf ihrem einheimischen Markt erreicht haben, während 2,9% andere Gründe genannt haben, die mit der Glaubwürdigkeit und Zuverlässigkeit des Marktes, der eine gewisse Stabilisierung ermöglicht, in Zusammenhang standen.

POWODY EKSPANSJI NA RYNEK NIEMIECKI

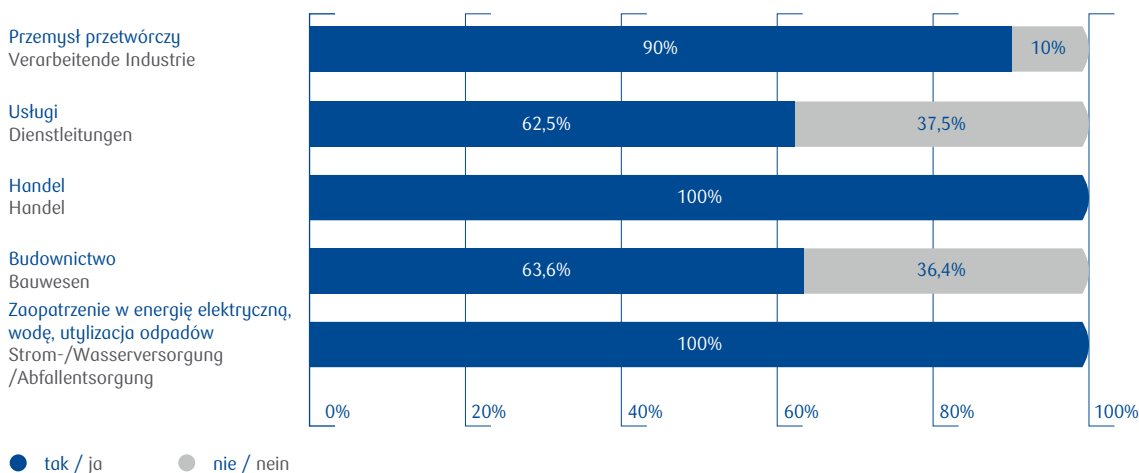
GRÜNDE FÜR DIE EXPANSION AUF DEN DEUTSCHEN MARKT



Na pytanie o powody ekspansji na rynek niemiecki odpowiedź o uzyskaniu dostępu do nowych rynków i klientów była wybierana częściej przez ankietowanych z przedsiębiorstw handlowych, zaopatrujących w energię elektryczną lub wodę, utylizujących odpady i przetwórczych (90-100% wskazań) niż z firm usługowych (62,5%) i działających w budownictwie (63,6%). Istotność różnic w rozkładach potwierdzono testem chi-kwadrat dla $p < 0,05$.

Die Antwort auf die Frage nach den Gründen für die Expansion auf den deutschen Markt, in Bezug auf den Zugang zu neuen Märkten und Kunden, wurde häufiger von den Befragten aus Handelsunternehmen im Strom-/Wasserversorgungsbereich /Abfallentsorgungsbereich und Verarbeitungsunternehmen (90-100% der Antworten) als von Dienstleistungsunternehmen (62,5%) und Unternehmen im Bereich der Bauindustrie (63,6%) gewählt. Die Signifikanz der Unterschiede in den Verteilungen wurde im Chi-Quadrat-Test mit $p < 0,05$ bestätigt.

ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY GŁÓWNYM ZAKRESEM DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA A ODPOWIEDZIĄ NA PYTANIE O POWODY EKSPANSJI NA RYNEK NIEMIECKI: „UZYSKANIE DOSTĘPU DO NOWYCH RYNKÓW I KLIENTÓW”
Die Beziehung zwischen dem Hauptbereich der Geschäftstätigkeit des Unternehmens und der Antwort auf die Frage nach den Gründen für die Expansion auf den deutschen Markt – Zugang zu neuen Märkten und Kunden

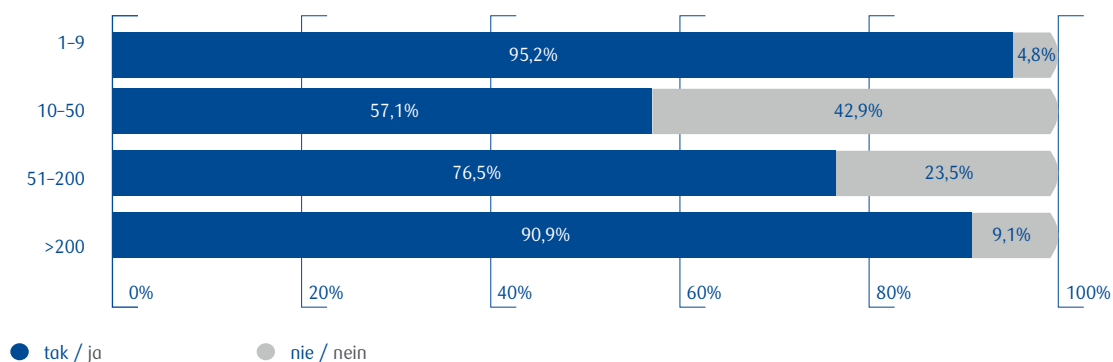


Również wielkość zatrudnienia w Niemczech różnicowała odpowiedź na to pytanie w zakresie uzyskania dostępu do nowych rynków i klientów. Częściej opcja ta była wskazywana przez zatrudniających od 1 do 9 osób (95,2%) i powyżej 200 osób (90,9%) niż przez zatrudniających od 51 do 200 osób (76,5%) i 10-50 osób (57,1%). Istotność różnic w rozkładach potwierdzono testem chi-kwadrat dla $p < 0,05$.

Die Antwort auf die Frage war auch in Bezug auf den Zugang zu neuen Märkten und Kunden je nach Beschäftigungsniveau in Deutschland unterschiedlich. Häufiger wurde diese Option von Unternehmen genannt, die 1 bis 9 Personen (95,2%) und mehr als 200 Personen (90,9%) beschäftigten, als von denjenigen, die von 51 bis 200 Personen (76,5%) und von 10 bis 50 Personen (57,1%) beschäftigten. Die Signifikanz der Unterschiede in den Verteilungen wurde im Chi-Quadrat-Test mit $p < 0,05$ bestätigt.

ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY WIELKOŚCIĄ ZATRUDNIENIA W NIEMCZECH A ODPOWIEDZIĄ NA PYTANIE O POWODY EKSPANSJI NA RYNEK NIEMIECKI: „UZYSKANIE DOSTĘPU DO NOWYCH RYNKÓW I KLIENTÓW”

DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN DEM NIVEAU DER BESCHÄFTIGUNG IN DEUTSCHLAND UND DER ANTWORT AUF DIE FRAGE NACH DEN GRÜNDEN FÜR DIE EXPANSION AUF DEN DEUTSCHEN MARKT – ZUGANG ZU NEUEN MÄRKTEN UND KUNDEN

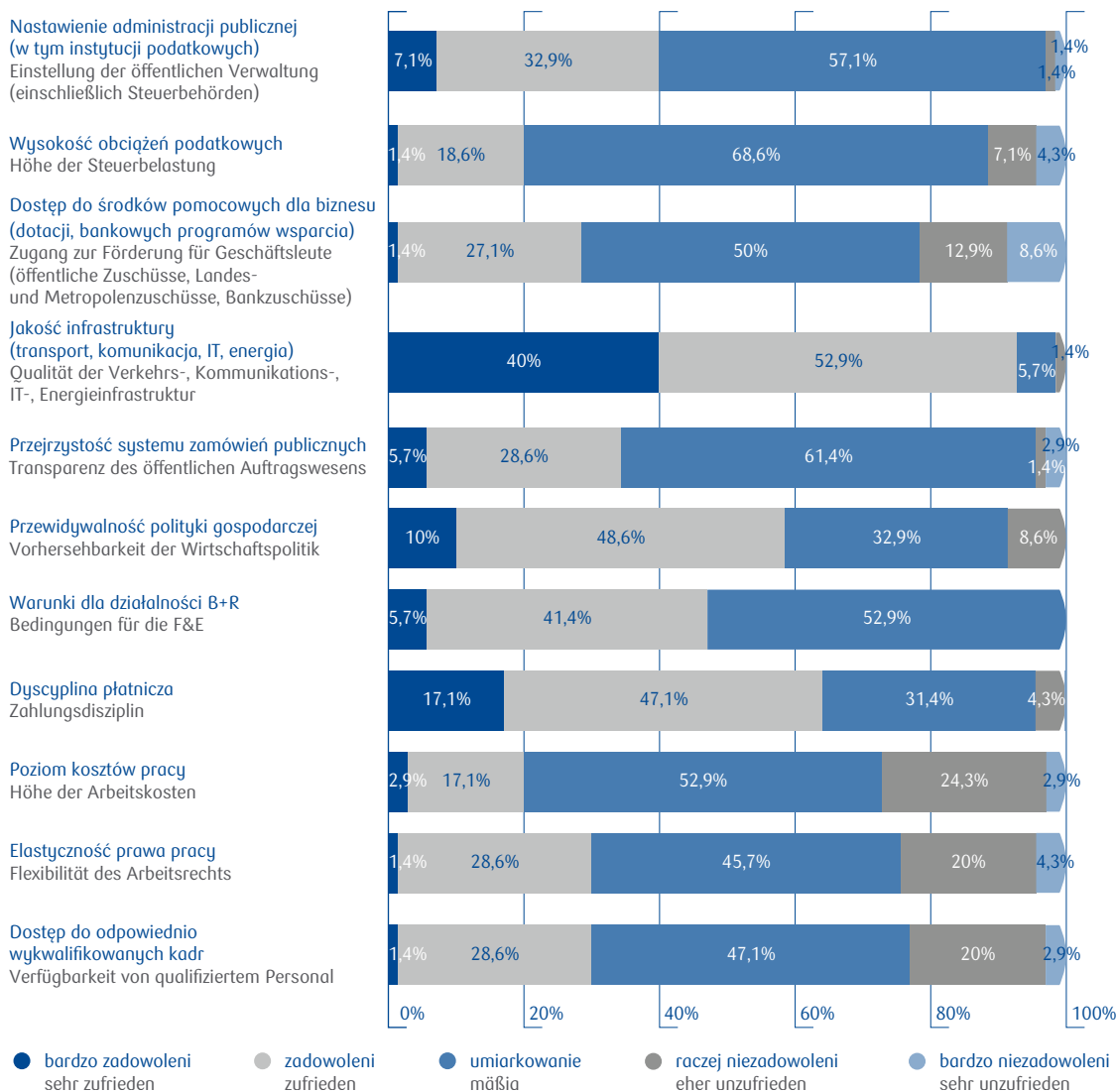


Ankietowanym przedsiębiorcom zaprezentowano 11 czynników oddziałujących na atrakcyjność prowadzenia biznesu w Niemczech i poproszono o ocenę, w jakim stopniu są zadowoleni z każdego z nich (w skali od 1 do 5, gdzie 1 oznaczało „bardzo niezadowoleni”, a 5 – „bardzo zadowoleni”). Respondenci byli zadowoleni lub bardzo zadowoleni z jakości infrastruktury transportowej, komunikacyjnej, IT, energetycznej (92,9%, w tym 40% – „bardzo zadowoleni”), dyscypliny płatniczej (64,3%, w tym 17,1% – „bardzo zadowoleni”) i przewidywalności polityki gospodarczej (58,6%, w tym 10% – „bardzo zadowoleni”). W większości, w stopniu umiarkowanym byli zadowoleni z wysokości obciążeń podatkowych (68,6%), przejrzystości systemu zamówień publicznych (61,4%), nastawienia administracji publicznej, w tym instytucji podatkowych (57,1%), warunków dla działalności B+R (52,9%), poziomu kosztów pracy (52,9%). Najwyższy odsetek wskazań niezadowolenia wywoływał poziom kosztów pracy (27,1%, w tym 20% – „bardzo niezadowoleni”). Jednocześnie należy zaznaczyć, że w przypadku aż 6 z zaprezentowanych 11 czynników poziom niezadowolenia przedsiębiorców był niższy niż 8,7%, a poziom zadowolenia nigdy nie spadł poniżej 20%.

Den befragten Unternehmen wurden 11 Faktoren präsentiert, die einen Einfluss auf die Attraktivität der Geschäftstätigkeit in Deutschland haben. Anschließend wurden die Unternehmer gebeten, den Grad zu bestimmen, in wie weit sie mit jedem von ihnen zufrieden sind (auf einer Skala von 1 bis 5, wobei 1 „sehr unzufrieden“ und 5 „sehr zufrieden“ bedeuteten). Die Befragten waren zufrieden oder sehr zufrieden mit der Qualität der Verkehrs-, Kommunikations-, IT-, Energieinfrastruktur (92,9%, davon 40% - „sehr zufrieden“), Zahlungsdisziplin (64,3%, davon 17,1% - „sehr zufrieden“) und der Vorhersehbarkeit der Wirtschaftspolitik (58,6%, davon 10% - „sehr zufrieden“). Die meisten Befragten waren im gemäßigten Grad mit der Höhe der Steuerbelastung (68,6%), der Transparenz des öffentlichen Auftragswesens (61,4%), der Einstellung der öffentlichen Verwaltung (einschließlich Steuerbehörden) - 57,1%, den Bedingungen für die F & E (52,9%), der Höhe der Arbeitskosten (52,9%) zufrieden. Der höchste Prozentsatz der Unzufriedenheit war auf die Arbeitskosten zurückzuführen (27,1%, davon 20% - „sehr unzufrieden“). Es sollte auch beachtet werden, dass die Unzufriedenheit der Unternehmer bei 6 von 11 präsentierten Faktoren geringer als 8,7% war und der Grad der Zufriedenheit nie unter 20% gesunken ist.

STOPIEŃ ZADOWOLENIA PRZEDSIĘBIORCÓW Z 11 CZYNNIKÓW ODDZIAŁUJĄCYCH NA ATRAKCYJNOŚĆ PROWADZENIA BIZNESU W NIEMCZACH

DIE ZUFRIEDENHEIT DER UNTERNEHMER MIT 11 FAKTOREN, DIE EINEN EINFLUSS AUF DIE DIE ATTRAKTIVITÄT DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT IN DEUTSCHLAND HABEN

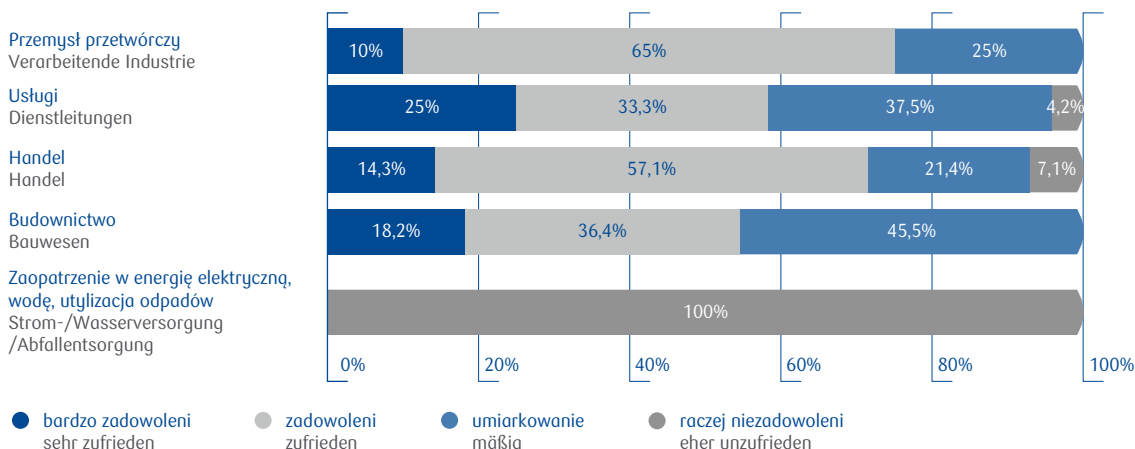


Zadowolenie z dyscypliny płatniczej było najwyższe w przypadku przedsiębiorstw reprezentujących przemysł przetwórczy (75%) i handel (71,4%). W przypadku usług i budownictwa zadowolona była ponad połowa przedsiębiorców (odpowiednio: 58,3% i 54,6%). Istotność różnic w rozkładach potwierdzono testem chi-kwadrat dla $p < 0,01$.

Die Zufriedenheit mit der Zahlungsdisziplin war bei Unternehmen aus der verarbeitenden Industrie (75%) und dem Handel (71,4%) am höchsten. Im Falle von Dienstleistungen und Bauwesen war mehr als die Hälfte der Unternehmer zufrieden (entsprechend: 58,3% und 54,6%). Die Signifikanz der Unterschiede in den Verteilungen wurde mit einem Chi-Quadrat-Test $p < 0,01$ bestätigt.

ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY GŁÓWNYM ZAKRESEM DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA A ODPOWIEDZIĄ NA PYTANIE O ZADOWOLENIE Z DYSCYPLINY PŁATNICZEJ

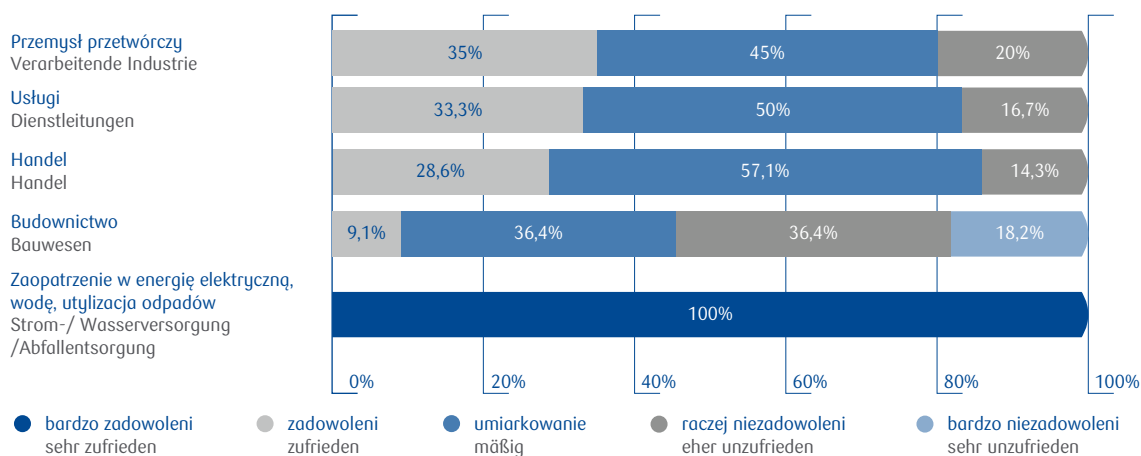
DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN DEM HAUPTBEREICH DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DES UNTERNEHMENS UND DER ANTWORT AUF DIE FRAGE NACH DER ZUFRIEDENHEIT MIT DER ZAHLUNGSDISZIPLIN



Zadowolenie z dostępności odpowiednio wykwalifikowanych kadr w stopniu umiarkowanym najczęściej wyrażali przedstawiciele handlu (57,1%) i usług (50%). Przedsiębiorcy z branży budowlanej byli w większości (54,6%) niezadowoleni z tego aspektu prowadzenia działalności na rynku niemieckim. Istotność różnic w rozkładach potwierdzono testem chi-kwadrat dla $p < 0,01$.

Ihre mäßige Zufriedenheit mit der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften brachten am häufigsten Vertreter des Handels (57,1%) und Dienstleistungen (50%) zum Ausdruck. Unternehmer aus der Bauindustrie waren in der Mehrheit (54,6%) mit diesem Aspekt der Geschäftstätigkeit auf dem deutschen Markt unzufrieden. Die Signifikanz der Unterschiede in den Verteilungen wurde mit einem Chi-Quadrat-Test $p < 0,01$ bestätigt.

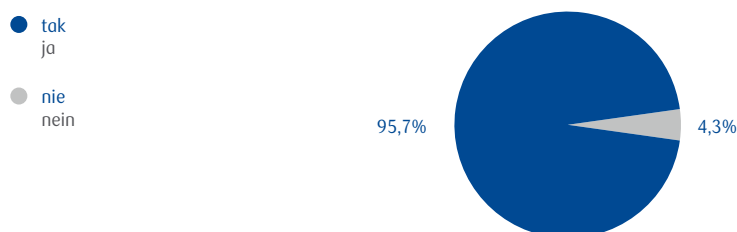
ZALEŻNOŚĆ POMIĘDZY GŁÓWNYM ZAKRESEM DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA A ODPOWIEDZIĄ
NA PYTANIE O ZADOWOLENIE Z DOSTĘPNOŚCI ODPOWIEDNIO WYKWALIFIKOWANYCH KADR
DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN DEM HAUPTBEREICH DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT UND DIE ANTWORT AUF DIE
FRAGE NACH DER ZUFRIEDENHEIT MIT DER VERFÜGBARKEIT VON QUALIFIZIERTEM PERSONAL



Zdecydowana większość (95,7%) przedsiębiorców ponowiłaby wybór Niemiec jako lokalizacji dla inwestycji. Przeczącej odpowiedzi udzieliło jedynie 4,3% respondentów.

Die überwiegende Mehrheit (95,7%) der Unternehmer würde Deutschland erneut als Standort für ihre Investitionen wählen. Eine negative Antwort wurde von nur 4,3% der Befragten angegeben.

DEKLARACJA PONOWNEGO WYBORU NIEMIEC JAKO LOKALIZACJI DLA INWESTYCJI
DIE ERKLÄRUNG DER WIEDERWAHL VON DEUTSCHLAND ALS STANDORT FÜR INVESTITIONEN



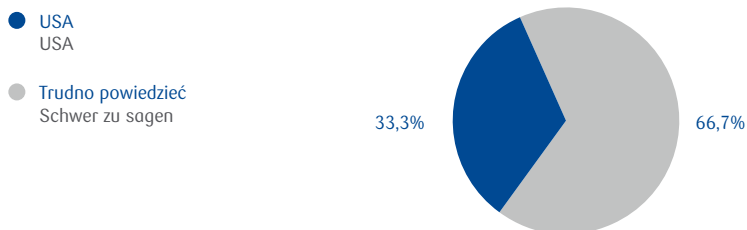
Niechętnych do ponownej inwestycji w Niemczech zapytano, jaki inny rynek zagraniczny wybraliby jako

Diejenigen, die in Deutschland nicht wieder investieren wollten wurden gefragt, welchen anderen

lokalizację inwestycji. 2/3 nie potrafiło zidentyfikować takiego rynku, zaś pozostała 1/3 inwestowałaby na rynku amerykańskim.

Auslandsmarkt sie als Investitionsstandort wählen würden. 2/3 waren nicht in der Lage, einen solchen Markt zu benennen, und die restlichen 1/3 würden auf dem US-Markt investieren.

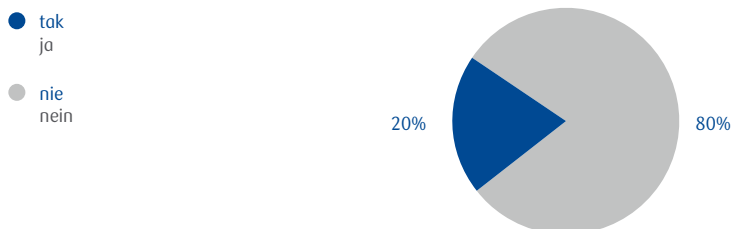
ALTERNATYWNY RYNEK ZAGRANICZNY ALTERNATIVER AUSLANDSMARKT



Tylko 1/5 badanych skorzystało z finansowania inwestycji na rynku niemieckim. Pozostałe 80% nie skorzystało z takiego finansowania.

Nur 1/5 der Befragten nahmen die Finanzierung von Investitionen auf dem deutschen Markt in Anspruch. Die restlichen 80% nahmen keine solche Finanzierung in Anspruch.

KORZYSTANIE Z FINANSOWANIA INWESTYCJI NA RYNKU NIEMIECKIM NUTZUNG DER FINANZIERUNG VON INVESTITIONEN AUF DEM DEUTSCHEN MARKT



Respondenci, którzy deklarowali skorzystanie z finansowania inwestycji na rynku niemieckim, zostali zapytani o pochodzenie tych funduszy. Ponad połowa (57,1%) z nich odpowiedziała, że inwestycje finansowały banki niemieckie. Banki polskie finansowały

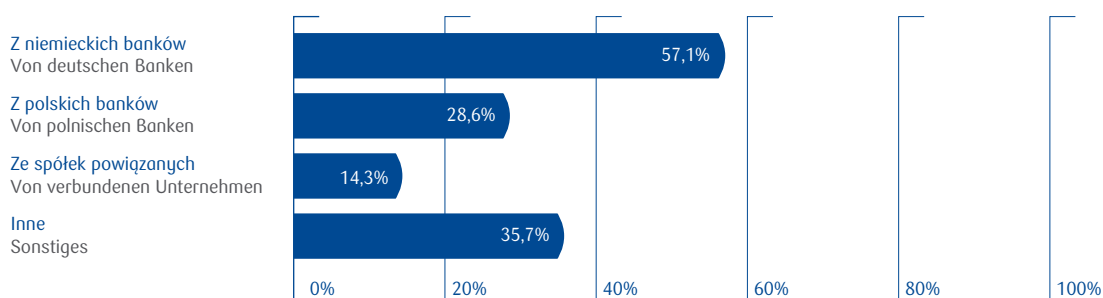
Die Befragten, die erklärt haben, dass sie die Finanzierung von Investitionen auf dem deutschen Markt in Anspruch genommen haben, wurden nach der Herkunft dieser Mittel gefragt. Mehr als die Hälfte (57,1%) von ihnen sagte, dass die Investitionen

inwestycje 28,6% badanych. Powiązane spółki były źródłem finansowania wskazanym przez 14,3% ankietowanych. Innej, nieujętej w puli odpowiedzi udzieliło 35,7% respondentów (dofinansowania unijne, z biur pracy lub z poszczególnych landów).

von deutschen Banken finanziert wurden. 28,6% der Befragten gaben die Finanzierung von Investitionen durch polnische Banken an. Verbundene Unternehmen waren bei 14,3% der Befragten die Quelle der finanziellen Mittel. Andere genannte Antworten von 35,7% der Befragten waren EU-Mittel, Arbeitsämter oder Finanzierungshilfe der einzelnen Bundesländer.

POCHODZENIE FINANSOWANIA INWESTYCJI NA RYNKU NIEMIECKIM

QUELLE DER FINANZIERUNG VON INVESTITIONEN AUF DEM DEUTSCHEN MARKT



Wśród trzech najpilniejszych wyzwań w zakresie polityki gospodarczej Niemiec, które miałyby na celu ułatwienie prowadzenia tam przedsiębiorstwa, ankietowani przedsiębiorcy wymieniali przede wszystkim obniżenie podatków (15,7%) i kosztów pracy (10%). Rzadziej wskazywano ograniczenie biurokracji (8,6%), zwiększenie dostępu do wykwalifikowanych zasobów ludzkich (8,6%) i uproszczenie systemu podatkowego (7,1%). Niemal co czwarty przedsiębiorca (24,3%) nie zidentyfikował żadnych wyzwań, a zdaniem 8,6% badanych obecnie w zakresie polityki gospodarczej Niemiec nie ma pilnych spraw, których załatwienie mogłoby ułatwić prowadzenie tam przedsiębiorstwa.

Unter den drei größten Herausforderungen in der Wirtschaftspolitik in Deutschland, die dort die Geschäftstätigkeit erleichtern könnten, nannten die befragten Unternehmer in erster Linie die Senkung der Steuer (15,7%) und der Arbeitskosten (10%). Weniger häufig wurden der Bürokratieabbau (8,6%), die Verbesserung des Zugangs zu qualifizierten Humanressourcen (8,6%) und die Vereinfachung des Steuersystems (7,1%) genannt. Fast jeder vierte Unternehmer (24,3%) erkannte keine Herausforderungen, während 8,6% der Befragten meinten, dass es keine dringenden Herausforderungen für die Wirtschaftspolitik in Deutschland gibt, die dort die Geschäftstätigkeit

Więcej niż jedno wyzwanie wymienilo prawie 4 z 10 ankietowanych (38,6%).

W poniższej tabeli przedstawiono wyzwania wymieniane przez co najmniej trzech różnych przedsiębiorców objętych badaniem.

erleichtern könnten. Mehr als eine Herausforderung wurde von fast 4 von 10 Befragten (38,6%) angegeben.

Die folgende Tabelle zeigt Herausforderungen, die von mindestens drei verschiedenen befragten Unternehmen angegeben wurden.

NAJPILNIEJSZE WYZWANIA W ZAKRESIE POLITYKI GOSPODARCZEJ NIEMIEC, MAJĄCE NA CELU UŁATWIENIE PROWADZENIA PRZEDSIĘBIORSTWA

DIE DRINGENDSTEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR DIE WIRTSCHAFTSPOLITIK IN DEUTSCHLAND, DIE ERLEICHTERUNG DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT ZUM ZIEL HABEN

WYZWANIA HERAUSFORDERUNGEN	LICZBA WSKAZAŃ ZAHL DER ANGABEN	ODSETEK WSKAZAŃ ANTEIL DER ANGABEN
Obniżenie podatków Steuersenkungen	11	15,7%
Obniżenie kosztów pracy Senkung der Arbeitskosten	7	10%
Ograniczenie biurokracji Abbau bürokratischer Hindernisse	6	8,6%
Zwiększenie dostępu do wykwalifikowanych zasobów ludzkich Verbesserung des Zugangs zu qualifizierten Humanressourcen	6	8,6%
Uproszczenie systemu podatkowego Vereinfachung des Steuersystems	5	7,1%
Bardziej elastyczny system pracy, prawo pracy Ein flexibleres Arbeitssystem, Arbeitsrecht	4	5,7%
Integracja migrantów i uchodźców Integration von Migranten und Flüchtlingen	4	5,7%
Równe traktowanie firm niemieckich i zagranicznych Gleichbehandlung von Unternehmen in Deutschland und im Ausland	4	5,7%

WYZWANIA HERAUSFORDERUNGEN	LICZBA WSKAZAŃ ZAHL DER ANGABEN	ODSETEK WSKAZAŃ ANTEIL DER ANGABEN
Lepsza komunikacja między urzędami Polska – Niemcy Eine bessere Kommunikation zwischen den Behörden Polen-Deutschland	3	4,3%
Tanie linie kredytowe Günstige Kreditlinien	3	4,3%
Umożliwienie długoterminowego planowania poprzez tworzenie jasnych, niezmiennych ciągów przepisów Ermöglichung langfristiger Planung durch die Schaffung von klaren Regelungen, die nicht stets geändert werden	3	4,3%
Zwiększenie elastyczności przepisów/procesów przetargowych Erhöhung der Flexibilität von Regelungen/Ausschreibungen	3	4,3%
Ułatwienie dostępu do dofinansowania Erleichterung des Zugangs zu Finanzierungshilfen	3	4,3%
Trudno powiedzieć Es ist schwer zu sagen	17	24,3%
Nie ma takich wyzwań Es gibt keine solche Herausforderungen	6	8,6%

Charakterystyka działalności badanych przedsiębiorstw

Wśród badanych przedsiębiorstw najwięcej reprezentowało usługi (34,3%) i przemysł przetwórczy (28,6%). W dalszej kolejności reprezentowano handel (20%) oraz budownictwo (15,7%). Najmniejszy odsetek (1,4%) ankietowanych firm rekrutował się z branży zaopatrzenia w energię elektryczną, wodę lub utylizacji odpadów.

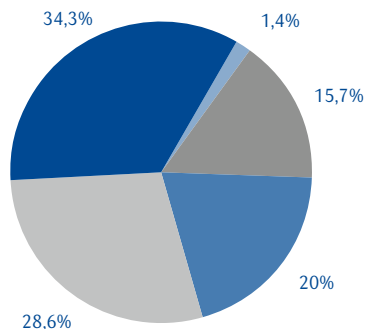
Charakteristik der Geschäftstätigkeit der befragten Unternehmen

Unter den befragten Unternehmen vertraten die meisten das Dienstleistungsgewerbe (34,3%) und die verarbeitende Industrie (28,6%). Weiter wurden Handelsbranche (20%) und das Baugewerbe (15,7%) vertreten. Der niedrigste Prozentsatz (1,4%) der befragten Unternehmen repräsentierte Strom- und Wasserversorgung oder Abfallentsorgung.

GŁÓWNY ZAKRES DZIAŁALNOŚCI PRZEDSIĘBIORSTWA

DER HAUPTBEREICH DER GESCHÄFTSTÄTIGKEIT DES UNTERNEHMENS

- Usługi
Dienstleistungen
- Przemysł przetwórczy
Verarbeitende Industrie
- Handel
Handel
- Budownictwo
Bauwesen
- Zaopatrzenie w energię elektryczną
/wodę/utylizacja odpadów
Strom-/ Wasserversorgung
/Abfallentsorgung

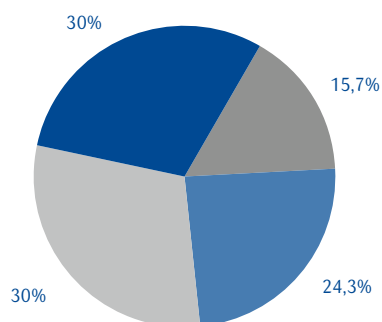


Po 30% badanych przedsiębiorstw zatrudniało na rynku niemieckim od 1 do 9 pracowników lub od 10 do 50 pracowników. Kolejne 24,3% miało od 51 do 200 pracowników, natomiast więcej niż 200 pracowników na niemieckim rynku zatrudniało 15,7% firm.

Jeweils 30% der befragten Unternehmen beschäftigten auf dem deutschen Markt von 1 bis 9 Mitarbeiter oder 10 bis 50 Mitarbeiter. Die weiteren 24,3% hatten von 51 und 200 Mitarbeiter, während 15,7 der Unternehmen mehr als 200 Mitarbeiter auf dem deutschen Markt beschäftigten.

LICZBA PRACOWNIKÓW ZATRUDNIONYCH W NIEMCZECH DIE ZAHL DER IN DEUTSCHLAND BESCHÄFTIGTEN MITARBEITER

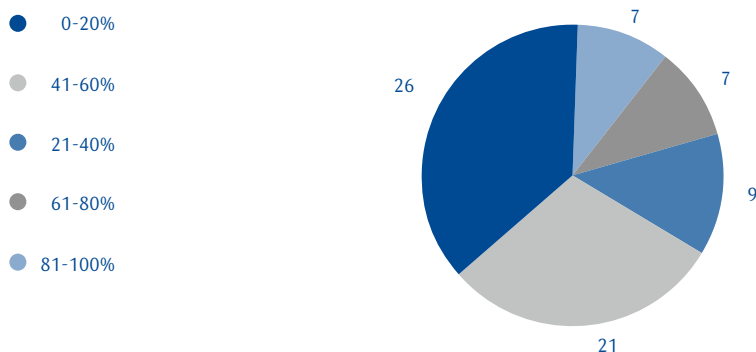
- od 1 do 9
von 1 bis 9
- od 10 do 50
von 10 bis 50
- od 51 do 200
von 51 bis 200
- powyżej 200
über 200



W przypadku 37,1% badanych udział eksportu w całkowitym obrocie firmy wynosił maksymalnie 20%. Nieco mniej niż 1/3 ankietowanych przedsiębiorców (30%) zadeklarowała, że udział eksportu w ich całkowitym obrocie mieści się pomiędzy 41 a 60%, zaś 12,9% oceniło, że eksport z Polski za granicę stanowi 21-40% całkowitego obrotu przedsiębiorstwa. Po 10% respondentów oszacowało udział eksportu w całkowitym obrocie na poziomie 61-80% oraz 81-100%.

Im Falle von 37,1% der Befragten betrug der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz des Unternehmens höchstens 20%. Etwas weniger als ein Drittel der befragten Unternehmen (30%) erklärten, dass der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz zwischen 41 und 60% beträgt, während 12,9% sagten, dass die Exporte aus Polen ins Ausland 21-40% des gesamten Umsatzes ausmachen. Je 10% der Befragten schätzten den Anteil der Exporte am Gesamtumsatz auf eine Höhe von 61-80% und 81-100%.

UDZIAŁ EKSPORTU (Z POLSKI ZA GRANICĘ) W CAŁKOWITYM OBROcie FIRMY (LICZBA WSKAZAŃ RESPONDENTÓW)
DER ANTEIL DER EXPORTE (AUS POLEN INS AUSLAND) AM GESAMTUMSATZ DES UNTERNEHMENS (ANZAHL DER HINWEISE DER BEFRAGTEN)



KRAJE (OPRÓCZ NIEMIEC), W KTÓRYCH BADANE PRZEDSIĘBIORSTWA MAJĄ SWOJE ODDZIAŁY/FILIE/
PRZEDSTAWICIELSTWA

LÄNDER (AUSSER DEUTSCHLAND), IN DENEN DIE BEFRAGTEN UNTERNEHMEN IHRE NIEDERLASSUNGEN/
TOCHTERGESELLSCHAFTEN/VERTRETUNGEN HABEN

KRAJ LAND	LICZBA WSKAZAŃ ANZAHL DER ANGABEN	ODSETEK WSKAZAŃ ANTEIL DER ANGABEN
W żadnym innym kraju oprócz Niemiec / In keinem anderen Land ausser Deutschland	33	47,1%
Czechy / Tschechische Republik	12	17,1%
Wielka Brytania / Vereinigtes Königreich	9	12,9%
Ukraina / Ukraine	8	11,4%
Francja / Frankreich	7	10%
Belgia / Belgien	6	8,6%
Holandia / Holland	6	8,6%
USA / USA	6	8,6%
Rosja / Russland	5	7,1%
Austria / Österreich	4	5,7%
Chiny / China	4	5,7%
Szwajcaria / Schweiz	4	5,7%
Słowacja / Slowakei	4	5,7%
Rumunia / Rumänien	4	5,7%
Hiszpania / Spanien	3	4,3%
Węgry / Ungarn	3	4,3%
Indie / Indien	3	4,3%
Litwa / Litauen	3	4,3%



Prawie połowa (47,1%) ankietowanych przedsiębiorstw nie posiada oddziałów, filii bądź przedstawicielstw zagranicznych poza Niemcami. Wśród tych, które posiadają takie oddziały, najwięcej zadeklarowało ich istnienie w Czechach (12 firm), Wielkiej Brytanii (9), na Ukrainie (8) i we Francji (7). Nieco ponad 1/3 firm (35,7%) posiada oddziały w więcej niż jednym kraju poza Niemcami. W tabeli poniżej przedstawiono kraje, które przez różnych ankietowanych wskazane zostały co najmniej 3 razy.

Fast die Hälfte (47,1%) der befragten Unternehmen haben weder Niederlassungen, noch Tochtergesellschaften oder Vertretungen im Ausland außerhalb von Deutschland. Unter denen, die solche Niederlassungen haben, erklärten die meisten ihr Bestehen in der Tschechischen Republik (12 Unternehmen), im Vereinigten Königreich (9), in der Ukraine (8) und Frankreich (7). Etwas mehr als ein Drittel der Unternehmen (35,7%) verfügt über Niederlassungen in mehr als einem Land außerhalb von Deutschland. Die folgende Tabelle zeigt die Länder, die von verschiedenen Befragten zumindest dreimal aufgeführt wurden.



PRAWNE ASPEKTY RECHTLICHE ASPEKTE

Zakładanie firmy w Niemczech – praktyczny przewodnik

Pierwsza decyzja: forma prawna. Jaką formę prawną wybrać dla mojej firmy?

Niemieckie formy prawne stanowią zasadniczo ekwiwalenty form znanych z polskiego prawa – zarówno w przypadku spółek osobowych (Personengesellschaft), jak i kapitałowych (Kapitalgesellschaft). Najpopularniejszą formą prawną w Niemczech jest odpowiednik polskiej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung). 1 stycznia 2015 roku było zarejestrowanych ponad 1,25 miliona spółek tego typu (Kornblum, U., Bundesweite Rechtstatsachen zum Unternehmens- und Gesellschaftsrecht (Stand 1.1.2015), GmbHR 13/2015, s. 687-696). Do jej licznych zalet należy m.in. ograniczenie odpowiedzialności za długi spółki do wysokości majątku spółki, a także możliwość wykorzystania jej jako wehikułu inwestycyjnego. GmbH może zostać założona już przez jedną osobę, brak jest również – znanego z prawa polskiego – zakazu zakładania jednoosobowej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością przez inną jednoosobową spółkę.

Unternehmensgründung in Deutschland: Eine Praxisanleitung

Ich möchte in Deutschland unternehmerisch aktiv werden.
Welche Rechtsform bietet sich an?

Das deutsche Gesellschaftsrecht hält im Wesentlichen dem polnischen Recht vergleichbare Rechtsformen bereit. Hier wieder unterscheidet man zwischen verschiedenen Formen von Personengesellschaften einerseits und Kapitalgesellschaften andererseits. Die mit Abstand bei Unternehmern beliebteste Rechtsform in Deutschland ist die GmbH, die mit der polnischen Sp. z o.o. vergleichbar ist. Zum Stichtag 01.01.2015 waren in den deutschen Handelsregistern nach einer Untersuchung von Prof. Uwe Kornblum („Bundesweite Rechtstatsachen zum Unternehmens- und Gesellschaftsrecht“, GmbHR 13/2015, 687 ff) gut 1,25 Millionen GmbHs eingetragen, weit mehr als sonstige Kapital- oder Personengesellschaften. Die GmbH hat viele Vorteile, einer davon ist die grundsätzlich auf das Vermögen der Gesellschaft beschränkte Haftung der Gesellschafter, aber auch ihre Flexibilität beim Einsatz als Investitionsvehikel.

Założenie GmbH: podstawowe informacje. Jaka jest minimalna wysokość kapitału zakładowego?

Minimalny kapitał zakładowy GmbH wynosi 25 000 euro. Do momentu wpisu w rejestrze handlowym musi zostać wpłacona jedna czwarta wartości wnoszonych przez wspólników wkładów, jednak nie mniej niż połowa ustawowej wysokości kapitału zakładowego, a więc 12 500 euro. W tym zakresie wystarczy dowód w postaci potwierdzenia przelewu na konto bankowe spółki. Przy czym już od kilku lat możliwe jest założenie specjalnej formy GmbH, tzw. mini GmbH – UG (haftungsbeschränkt) [Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt)]. Jej szczególną, odróżniającą ją od GmbH cechą jest minimalny kapitał zakładowy w wysokości już 1 euro. Przy tym 25% wypracowywanego przez spółkę zysku nie może być wypłacane wspólnikom, ale musi być przez nią gromadzone jako rezerwa – aż do osiągnięcia ustawowego kapitału zakładowego GmbH, a więc 25 000 euro. Jednocześnie praktyka pokazała, że GmbH cieszy się znacznie większym zaufaniem w obrocie od jej młodszej siostry. Jej ustawowy kapitał zakładowy – choć na początku wyższy – może być w całości wykorzystywany na bieżącą działalność spółki, nie musi jedynie leżeć na koncie.

Wymogi formalne związane z założeniem GmbH. Jaka powinna być forma umowy spółki?

Założenie GmbH wymaga formy aktu notarialnego sporządzonego przez niemieckiego notariusza. Jest to wymóg, od którego niemiecka ustawa nie przewiduje wyjątków. Dla swojej ważności umowa spółki musi określać: siedzibę spółki, firmę (nazwę) spółki, przedmiot działalności spółki, wysokość kapitału

Die GmbH kann durch eine Person gegründet werden; anders als im polnischen Recht gibt es hier auch keinen Verbot für die Gründung einer Einmann-GmbH, durch eine andere Einmann-GmbH.

Gründung einer GmbH: Welches Mindeststammkapital hat die GmbH, gibt es hier Besonderheiten?

Das Mindeststammkapital einer GmbH beträgt EUR 25.000. Vor der Eintragung in das Handelsregister ist hierauf mindestens ein Viertel auf jeden Geschäftsanteil, insgesamt mindestens jedoch EUR 12.500 als Einlage von den Gesellschaftern zu erbringen. Als Nachweis genügt eine Überweisungsbestätigung auf das Bankkonto der Gesellschaft. Möglich ist auch die Gründung einer Spezialform der GmbH, die sogenannte Unternehmergesellschaft (haftungsbeschränkt), oft auch abgekürzt als UG (haftungsbeschränkt). Sie unterscheidet sich von der GmbH darin, dass ihr Mindeststammkapital EUR 1 beträgt. 25 % der ausschüttungsfähigen Gewinne können nicht an die Gesellschafter ausgeschüttet werden, sondern sind zu thesaurieren, solange bis das gesetzliche Stammkapital der Gesellschaft in Höhe von EUR 25 000 erreicht wird. Die Praxis zeigte gleichwohl, dass die GmbH mehr Vertrauen im Rechtsverkehr als ihre jüngere Schwester genießt. Ihr gesetzliches Stammkapital ist zwar am Anfang höher, kann jedoch in voller Höhe für unternehmerische Aktivitäten genutzt werden und muss nicht auf einem Konto liegen.

zakładowego i wysokość wkładów wspólników oraz osobę prezesa zarządu (Geschäftsführer), który będzie reprezentował spółkę wewnątrz i na zewnątrz.

Kierownictwo spółki: kto może sprawować zarząd w GmbH?

Wspólnicy spółki powołują członków zarządu, którymi mogą być wyłącznie osoby fizyczne posiadające pełną zdolność do czynności prawnych. Mogą nimi być zarówno wspólnicy, jak i osoby trzecie. Członkowie zarządu są zobowiązani do złożenia pisemnego oświadczenia o braku przesłanek, które nie pozwalająby na pełnienie przez nich tej funkcji. Oświadczają oni w szczególności, że nie popełnili żadnych czynów karalnych w związku z upadłością, a także że nie został orzeczony w stosunku do nich zakaz prowadzenia działalności gospodarczej oraz że zostali pouczeni o nieograniczonym obowiązku udzielania informacji przed sądem.

Z jakimi kosztami muszę się liczyć w związku z zakładaniem GmbH?

Na koszty założenia GmbH składają się opłaty notarialne oraz koszty wpisu do rejestru handlowego. Przy ustawowej wysokości kapitału zakładowego, a więc 25 000 euro, należy liczyć się z opłatami notarialnymi w wysokości około 400 euro. Opłaty rejestrowe wynoszą około 150 euro, przy czym należy mieć na uwadze, że postępowanie rejestrowe może potrwać do czterech tygodni. Do tej kwoty dochodzą jeszcze standardowo koszty usług różnego rodzaju doradców, np. doradców podatkowych czy też przygotowujących dokumentację prawników.

Welche formalen Anforderungen hängen mit der Gründung einer GmbH zusammen? Welche Form soll der Gesellschaftsvertrag haben?

Die Gründung einer GmbH bedarf der notariellen Beurkundung durch einen deutschen Notar. Von dieser Anforderung gibt es keine Ausnahmen. Der Gesellschaftsvertrag muss mindestens folgende Angaben enthalten, sonst ist er ungültig: den Sitz der Gesellschaft, Firma (Name) der Gesellschaft, den Gegenstand des Unternehmens, den Betrag des Stammkapitals, die Zahl und die Nennbeträge der Geschäftsanteile, sowie den Geschäftsführer, der die Gesellschaft im Außenverhältnis und im Innenverhältnis vertreten wird.

Geschäftsführung: Wer kann die Geschäfte der GmbH führen?

Die Geschäftsführer werden von den Gesellschaftern bestellt. Geschäftsführer kann nur sein, wer eine natürliche Person ist und voll geschäftsfähig ist. Auch Gesellschafter können Geschäftsführer sein, genauso wie Drittpersonen. Geschäftsführer müssen schriftlich versichern, dass keine Voraussetzungen vorliegen, die ihnen die Geschäftsführertätigkeit untersagen würden. Insbesondere versichern sie, dass sie keine strafbaren Handlungen im Zusammenhang mit Insolvenz begangen haben und auch dass gegen ihnen kein Wirtschaftstätigkeitsverbot ausgesprochen wurde, und dass sie von ihrer uneingeschränkten Auskunftspflicht gegenüber dem Gericht unterrichtet wurden.



Na co należy zwrócić uwagę po założeniu GmbH?

Niemiecka GmbH obok obowiązku wpisu do rejestru handlowego podlega również dalszym obowiązkom rejestracyjnym, jak rejestracja we właściwym urzędzie finansowym czy też – stosownie do sytuacji – we właściwym zrzeszeniu zawodowym. Wszelkie zmiany w zapisanych w rejestrach danych podlegają obowiązkowi zgłoszenia. W związku z wymaganym przez niemieckie prawo sporządzeniem oraz ogłoszeniem rocznego sprawozdania podatkowego zaleca się także bieżące korzystanie z usług księgowych.

Mit welchen Kosten muss ich bei der Gründung einer GmbH rechnen?

Bei der Gründung einer GmbH entstehen zum einen Notargebühren und zum anderen auch Eintragungsgebühren beim Handelsregister. Bei einem gesetzlichen Stammkapital von EUR 25.000 ist mit notariellen Gebühren von etwa EUR 400 zu rechnen. Zusätzlich fallen Eintragungsgebühren beim Handelsregister in Höhe von EUR 150 an. Hierbei ist zu beachten, dass das Eintragungsverfahren bis zu vier Wochen dauern kann. Hinzu kommen noch standardmäßig die Kosten für Beratungsdienstleistungen, wie z.B. die Kosten der Steuerberater oder die Dokumentation erstellender Anwälte.

Worauf muss ich nach der Gründung einer GmbH achten?

Neben der obligatorischen Eintragung einer GmbH in das Handelsregister unterliegt die GmbH einer Vielzahl allgemeiner rechtlichen Eintragungsverpflichtungen, wie die Anmeldung beim zuständigen Finanzamt, oder auch, in Abhängigkeit von der jeweiligen Situation, bei der zuständigen Berufsgenossenschaft. Sollten sich Änderungen an eintragungspflichtigen Tatsachen ergeben, sind diese Änderungen anzumelden. Da nach dem deutschen Recht ein Jahresabschluss zu erstellen und zu veröffentlichen ist, bietet es sich an, die Dienste eines Buchhalters in Anspruch zu nehmen.

Prawo pracy

Prawo pracy stanowi z pewnością jedną z najbardziej życiowych i zarazem problematycznych dziedzin prawa – tak w Niemczech, jak i w Polsce. Ustawodawca unijny podejmował wiele prób harmonizacji krajowych regulacji w tym zakresie, mając na uwadze mobilność pracowników, a także swobodę przedsiębiorczości. I choć z założenia krajowe systemy prawne w zakresie prawa pracy wciąż się do siebie zbliżają, to nadal istnieją zasadnicze różnice, które należy mieć na uwadze, rozpoczynając działalność na zagranicznym rynku.

Z przedstawionych w niniejszej publikacji ankiet wynika, że polscy przedsiębiorcy właśnie koszty pracy uznają za jedno z najdotkliwszych utrudnień w działalności na niemieckim rynku. Wynika to w znacznym stopniu z obowiązującej w Niemczech od zeszłego roku nowej regulacji, ustalającej od 1 stycznia 2015 roku minimalną stawkę godzinową wynagrodzenia za pracę na wysokości 8,50 euro. Co więcej, przepisy dotyczące stawki godzinowej ustawy o płacy minimalnej (Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns; Mindestlohngesetz – MiLoG) odnoszą się nie tylko do pracowników zatrudnionych w Niemczech, ale także tych, którzy na terenie RFN jedynie wykonują swoją pracę.

Regulacja ta wywołała znaczny niepokój w polskich firmach zatrudniających bądź delegujących pracowników do pracy w Niemczech. Zastrzeżenia zgłosiły przede wszystkim polskie przedsiębiorstwa logistyczne, których kierowcy dokonują zarówno przewozów docelowych, jak i kabotażowych oraz tranzytowych przez terytorium Niemiec. Badaniem zgodności niemieckiej

Arbeitsrecht

Das Arbeitsrecht stellt sicherlich einen der lebendigsten und zugleich problematischen Bereiche des Rechts dar – sowohl in Deutschland wie auch in Polen. Vor dem Hintergrund der europäischen Niederlassungs- und Dienstleistungsfreiheit einerseits und der wachsenden Mobilität der Arbeitnehmer andererseits hat der europäische Gesetzgeber bereits zahlreiche Maßnahmen zur Vereinheitlichung des Arbeitsrechts innerhalb der Europäischen Union unternommen. Außerdem gleichen sich die nationalen Rechtssysteme innerhalb der Europäischen Union immer weiter an. Gleichwohl gibt es gerade im Arbeitsrecht wichtige Unterschiede zwischen dem deutschen und dem polnischen Rechtssystem, die bei einem Markteintritt in Deutschland zu beachten sind.

Aus den unter Unternehmen durchgeführten Umfrage, die in dieser Broschüre dargestellt werden, ergibt sich, dass Beschäftigungskosten ein wichtiges Thema bei der Tätigkeit auf dem deutschen Markt sind. Ein wesentlicher Grund hierfür ist sicherlich auch das am 01.01.2015 in Deutschland in Kraft getretene Gesetz (MiLoG), das einen Mindeststundenlohn von EUR 8,50 vorsieht. (Gesetz zur Regelung eines allgemeinen Mindestlohns; Mindestlohngesetz – MiLoG) Dieser Mindeststundenlohn gilt nicht nur für deutsche Arbeitnehmer, sondern für alle Arbeitnehmer die in der Bundesrepublik Deutschland tätig sind.

Dieses Gesetz hat bei polnischen Unternehmen für ziemliche Unruhe gesorgt. Insbesondere bei den polnischen Unternehmen, deren Arbeitnehmer in Deutschland tätig sind. Vor allem die polnische Logistikbranche hat ihre Vorbehalte angemeldet.

ustawy z prawem wspólnotowym zajęła się Komisja Europejska. Również niemiecki Federalny Trybunał Konstytucyjny (Bundesverfassungsgericht, BVerfG) ocenił zgodność nowej regulacji z niemiecką konstytucją. Podczas gdy postępowanie na poziomie unijnym nadal się toczy, niemiecki Trybunał Konstytucyjny odrzucił skargę ze względów formalnych, wskazując jednocześnie na właściwość sądów powszechnych do rozpoznawania skarg na stosowanie regulacji w indywidualnych przypadkach. Trybunał otworzył w ten sposób polskim przedsiębiorcom drogę do skazania przepisów o płacy minimalnej przed niemieckimi sądami, przy czym do dziś nie zostały otwarte żadne postępowania w tej kwestii. Prawdopodobnie wynika to z przyjętej przez niemieckie organy praktyki stosowania przepisów MiLoG. Niemiecki rząd postanowił zawiesić stosowanie przepisów o minimalnej stawce godzinowej wobec pracowników dokonujących przejazdów tranzytowych przez terytorium RFN. Natomiast właściwe urzędy celne poinformowały w grudniu 2015 roku, że dodatki właściwe do delegacji pracownika, a więc diety oraz ryczałty noclegowe, można uznać za składniki płacy minimalnej. W ten sposób dzięki właściwemu ustrukturyzowaniu wynagrodzenia pracownika można znacznie obniżyć koszty pracy.

Obok kwestii czysto finansowych MiLoG wiąże się dla zagranicznych przedsiębiorstw, których pracownicy wykonują pracę na terytorium Niemiec, z dodatkowymi obciążeniami – tym razem natury biurokratycznej. Na podstawie nowej ustawy rozciągnięto na wszystkie branże obowiązki informacyjne, które ciążyą na pracodawcy. Każdy zagraniczny pracodawca musi bowiem zgłosić pisemnie w języku niemieckim we właściwym urzędzie fakt wykonywania przez zatrudnianego przez niego pracownika pracy na terenie Niemiec. Ponadto

Die Fahrer dieser Unternehmen realisieren sowohl Endfahrten, wie auch Kabotage- und Transittransporte durch das Gebiet Deutschlands. Ob dies mit europäischem Recht konform ist, prüft zur Zeit die Europäische Kommission. Auch das Bundesverfassungsgericht hat sich schon der Frage der Verfassungsmäßigkeit des MiLoG angenommen. Während die Prüfung der Europäischen Kommission noch andauert, hatte das Bundesverfassungsgericht bereits entschieden: Zwar wurde die Verfassungsbeschwerde aus formalen Gründen verworfen, jedoch hat das Bundesverfassungsgericht in seiner Entscheidung deutlich gemacht, dass für die Beschwerdeprüfung in Einzelfällen ordentliche Gerichte zuständig sind. Das Bundesverfassungsgericht hat somit polnischen Unternehmern den Weg geebnet, um die Rechtmäßigkeit des Mindeststundenlohns im Einzelfall vor den deutschen allgemeinen Gerichten überprüfen zu lassen.

Bis heute wurden keine Verfahren diesbezüglich eröffnet. Wahrscheinlich ergibt sich das aus der praktischen Anwendung der Vorschriften des MiLoG durch deutsche Behörden. Die deutsche Regierung beschloss die Anwendung der Mindestlohnvorschriften im Fall der Arbeitnehmer auszusetzen, die im Transit durch das Bundesgebiet fahren. Zuständige Zollämter haben im Dezember 2015 mitgeteilt, dass Zulagen zu den Arbeitnehmerdelegationen, also Verpflegungs- und Übernachtungspauschalen als Bestandteile des Mindestlohns betrachtet werden können. Auf diese Weise kann man der richtigen Lohnstruktur die Arbeitskosten deutlich senken.

musi on również rejestrować, przechowywać, a także – w razie potrzeby – udostępniać dane umożliwiające wykazanie przestrzegania przepisów niemieckiej ustawy.

Prawo pracy stanowi z pewnością dziedzinę, na którą należy zwrócić szczególną uwagę przy okazji rozpoczynania działalności na niemieckim rynku. Wskazane aktualne aspekty niemieckich regulacji prawnych są jedynie wierzchołkiem góry lodowej. Uwypuklają one natomiast, że nawet przy widocznym trendzie zbliżania się unijnych porządków prawnych warto przyjrzeć się każdemu przypadkowi indywidualnie oraz zdawać sobie sprawę ze szczególnych unormowań każdego z systemów prawnych.

Von den rein finanziellen Gesichtspunkten abgesehen, stellt das Mindestlohngesetz zahlreiche bürokratische Anforderungen an ausländische Unternehmen, deren Arbeitnehmer im deutschen Hoheitsgebiet arbeiten. Auf Grundlage dieses Gesetzes wurden auf alle Branchen Informationspflichten auferlegt, die der Arbeitgeber zu befolgen hat. Jeder ausländische Arbeitgeber muss nämlich schriftlich und auf Deutsch im zuständigen Amt den Umstand anmelden, dass der von ihm beschäftigte Arbeitnehmer im deutschen Hoheitsgebiet arbeiten wird. Außerdem muss er auch bestimmte Daten eintragen, speichern, sowie bei Bedarf zur Verfügung stellen, um zu beweisen, dass deutsche Gesetzesvorschriften eingehalten werden.

Gerade im Bereich des Arbeitsrechts sollte man besonders vorsichtig sein, wenn man auf dem deutschen Markt wirtschaftlich tätig werden möchte. Die vorgenannten Aspekte können allenfalls die Spitze des Eisberges aufzeigen. Sie belegen, dass man sich nicht allein auf die Harmonisierung der Rechtssysteme innerhalb der Europäischen Union oder die Angleichung der nationalen Rechtsvorschriften verlassen kann. Jeder Fall ist einzeln zu betrachten und man muss sich der genauen Regelungen der einzelnen Rechtssysteme bewusst sein.



M&A – perspektywa ogólna

Istnieje wiele sposobów wejścia na zagraniczny, a więc i niemiecki rynek: od mozolnego budowania działalności od podstaw, przez aktywność za pomocą oddziału krajowego przedsiębiorstwa, aż po decyzję o przejęciu podmiotu już funkcjonującego na zagranicznym rynku. Właśnie ta ostatnia metoda – rozwój przedsiębiorstwa w drodze transgranicznej transakcji fuzji lub przejęcia (merger and acquisition, M&A) – bezsprzecznie stanowi najskuteczniejszą formę ekspansji na obcy rynek.

Transakcja M&A może przyjąć postać nabycia udziałów w istniejącym podmiocie (tzw. share deal) bądź też nabycia aktywów przedsiębiorstwa (tzw. asset deal). Obie formy stanowią ciekawą możliwość przejęcia funkcjonującego już na zagranicznym rynku podmiotu, przy czym wybór właściwej drogi zależy od dogłębnego rozpatrzenia okoliczności konkretnego przypadku.

Korzyści z zastosowania wskazanej metody ekspansji na zagraniczny rynek opierają się przede wszystkim na możliwości wykorzystania momentum, wypracowanego przez istniejące już oraz odnoszące sukcesy przedsiębiorstwo. Dzięki takiemu rozwiązaniu rozpoczęcie działalności na obcym rynku nastąpi znacznie

M&A – allgemeine Perspektive

Es gibt viele Wege, den Markteintritt in einem neuen Land, also in Deutschland zu gestalten. Von der mühsamen Gründung einer neuen Unternehmung, über die Errichtung einer Zweigniederlassung bis hin zu einer Übernahme einer bereits existierenden Unternehmung ist hier vieles denkbar. Gerade der letzte Weg – also die grenzüberschreitende Fusion oder Übernahme einer Gesellschaft (merger and acquisition, M&A) – ist sicherlich die erfolgversprechendste Methode einer Expansion auf einen fremden Markt.

Bei M&A gibt es zwei grundlegende Varianten: Zum einen die Übernahme von Anteilen an einer Gesellschaft (Share Deal). Zum anderen ist es auch möglich, bestimmte Vermögensgegenstände zu übernehmen (Asset-Deal). Die Wahl der richtigen Transaktionsstruktur ist unter Berücksichtigung aller Umstände des Einzelfalls zu treffen, wobei beide Formen eine interessante Möglichkeit der Übernahme eines bereits im Ausland existierenden Unternehmens sind.

Der größte Vorteil dieser Expansionsmethode ist, dass man das Momentum der existierenden Unternehmung ausnutzen kann. Es gibt keine

szybciej. Zagraniczny przedsiębiorca oszczędzi sobie trudu biurokratycznych wędrówek po urzędach – związanych nie tylko z podstawowymi kwestiami, jak zakładanie spółki, ale także z zagadnieniami dotyczącymi wszelkich pozwoleń czy licencji publicznych. Z reguły istnieją bowiem możliwości przejścia takich uprawnień na nabywcę, z zastrzeżeniem określonych warunków, z którymi warto się zapoznać.

Natomiast bezsprzeczna i niepotrzebująca wyjaśnienia zaleta rozpoczynania działalności w drodze transakcji M&A jest przejęcie wraz z podmiotem także firmy przedsiębiorstwa. Wypracowana z sukcesem marka, rozpoznawalna dla klientów, a także ugruntowana pozycja na rynku gwarantują kontynuację działalności z możliwym do realnej oceny sukcesem.

Niezwykle istotnym aspektem przejęcia istniejącego przedsiębiorstwa jest właściwe podejście do zatrudnionych już w spółce pracowników. Czynniki ludzkie – zarówno na poziomie kierowniczym, jak i na niższych szczeblach organizacji – jest z pewnością jednym z najważniejszych zasobów działającego z sukcesem przedsiębiorstwa. Dlatego warto zachęcić pracowników przejmowanej spółki nie tylko do pozostania w przedsiębiorstwie, ale także do aktywnego współdziałania w dokonującej się przemianie. Sprawdzone, zaufane oraz odpowiednio zmotywowane kierownictwo z pewnością wróży daleko idący sukces. W tym kontekście istnieje wiele mechanizmów motywujących zarówno managerów, jak i pracowników niższego szczebla do współpracy, takich jak chociażby możliwość otrzymania udziałów w przedsiębiorstwie.

Transakcje M&A stanowią we wprawnych rękach doskonałe narzędzie ekspansji na zagraniczne rynki.

schnellere Möglichkeit, Marktanteile zu erobern. Hinzu kommt eine Ersparnis von Kosten und bürokratischen Hürden, die es ansonsten bei der Gründung einer neuen Unternehmung zu nehmen gilt und die weniger mit den wichtigsten Aspekten wie die Gesellschaftsgründung, sondern mit der Einholung sämtlicher Genehmigungen, auch der öffentlicher Lizenzen zusammenhängen. In der Regel ist es möglich, dass diese Berechtigungen auf den Käufer unter bestimmten Bedingungen übergehen, die man kennen lernen soll.

Ein weiterer Vorteil bei einem M&A-Geschäft ist die Möglichkeit mit der Firma eine bereits bestehende und am Markt bekannte Marke zu übernehmen. Eine erfolgreiche, nationale Marke, die dem Verbraucher vertraut vorkommt, und eine gefestigte Position auf dem Markt garantieren die Weiterführung des Geschäftes mit real einschätzbaren Chancen.

Ein wesentlicher Faktor bei der Übernahme einer bestehenden Unternehmung ist der Faktor Mensch. Die Arbeitnehmer sind ein ganz wesentlicher Bestandteil jedes Unternehmens. Dies gilt sowohl für die Führungsebene als auch für die weiteren Arbeitnehmerebenen, denn Menschen gehören zu den wichtigsten Ressourcen eines erfolgreichen Unternehmens. Der richtige Zeitpunkt und die richtige Art der Kommunikation der Absicht einer solchen Firmenübernahme als auch die Frage der richtigen Motivation der Mitarbeiter bezüglich des Verbleibs im Unternehmen sind häufig der Schlüssel zum Erfolg. Es gibt zahlreiche Mechanismen, die sowohl die Führungskräfte, als auch Mitarbeiter auf anderen Ebenen zur Zusammenarbeit motivieren können, wie die Möglichkeit Anteile am Unternehmen zu bekommen.

Szczególnie warto podkreślić, że wszelkie wskazane korzyści pojawiają się już w mniejszych transakcjach. Nie tylko bowiem wielomilionowe przejęcia gwarantują sukces. Aktualnie można zaobserwować istotny trend dokonywania z sukcesem ekspansji również przez przejmowanie średnich czy wręcz małych, rodzinnych przedsiębiorstw – przy wykorzystaniu wszystkich wskazanych zalet. Warto więc mieć na uwadze wskazaną metodę wejścia na obcy rynek przy planowaniu zagranicznego rozwoju własnego przedsiębiorstwa.

M&A-Geschäfte sind in geschickten Händen daher häufig die geeignete Methode einer Auslandsexpansion. Dies gilt nicht nur im Large-Cap Bereich wo der Erfolg vorprogrammiert ist, sondern vor allem auch im Bereich der Übernahme mittlerer und kleinerer Unternehmen. Gerade kann man von einem wachsenden Trend zu Firmenübernahmen im kleineren und mittleren Bereich sowie von Familienunternehmen sprechen, bei den alle genannten Vorteile zum Vorschein kommen. Es ist zu empfehlen, bei Planung der Weiterentwicklung des eigenen Unternehmens im Ausland die genannte Expansionsmethode zu berücksichtigen.

M&A – szczególne aspekty

Planując rozpoczęcie działalności na zagranicznym rynku, warto rozważyć jedną z najskuteczniejszych metod międzynarodowej ekspansji, jaką jest przejęcie funkcjonującej z sukcesem zagranicznej spółki. W tym kontekście niemiecki rynek jest szczególnie interesujący dla zagranicznych przedsiębiorców, oferuje bowiem różnorodne możliwości związane ze szczególnymi rodzajami przejmowania istniejących podmiotów. Warto tutaj wskazać przede wszystkim dwie opcje: nabycie firmy rodzinnej oraz przejęcie firmy w upadłości.

Zaznajomieni z niemieckim rynkiem eksperci wskazują w ostatnich czasach na nasilający się trend wśród krajowych firm rodzinnych – problem braku sukcesorów. Założone w dużym stopniu w okresie boomu pojedynczego przedsiębiorstwa rodzinne, które z sukcesem wykorzystwały panujące prosperity, coraz częściej zaczynają borykać się z brakiem następcy prawnego, który zechciałby kontynuować działalność przedsiębiorstwa. Dla właścicieli takich firm przekazanie rodzinnej schedy w ręce dużych, anonimowych inwestorów stanowi nierzadko nieprzyjemną ostateczność. Dużo przychylniej spoglądają oni na inne rodzinne przedsiębiorstwa, które kontynuowałyby działalność według przyjętego modelu.

Co więcej, w orzeczeniu z 17 grudnia 2014 roku (sygn. akt: 1 BvL 21/12) niemiecki Federalny Trybunał Konstytucyjny (Bundesverfassungsgericht, BVerfG) uznał dotychczasowe zasady przyznające ulgi podatkowe przy nabyciu przedsiębiorstwa rodzinnego w drodze spadku za niezgodne z konstytucją. W efekcie ustawodawca będzie musiał wprowadzić nowe rozwiązania,

M&A - besondere Aspekte

Die Übernahme einer erfolgreichen ausländischen Firma kann eine sehr effektive Methode der Expansion in einen ausländischen Markt sein. Diese Möglichkeit ist zu bedenken, wenn man den Beginn eigener Aktivitäten in einem fremden Markt plant. Insbesondere der deutsche Markt bietet hier hervorragende Übernahmemöglichkeiten für ausländische Unternehmen. Dies insbesondere aus zwei Gründen: Zum einen bietet sich häufig bei Familienunternehmen die Möglichkeit einer Firmenübernahme. Zum anderen kann sich eine Firmenübernahme aus einer Insolvenz heraus anbieten.

Experten, die sich mit dem deutschen Markt auskennen, wissen, dass sich bei Familienunternehmen häufig das Nachfolgeproblem stellt: oft gibt es innerhalb der eigenen Familie entweder keinen geeigneten Nachfolger oder keinen Nachfolger, der gewillt ist die Firmennachfolge anzutreten. Jetzt, gut ein Vierteljahrhundert nach der deutsch-deutschen Wiedervereinigung, rechnen viele Beobachter des Marktes geradezu mit einer „Welle“ von Unternehmen, die vor dieser Nachfolgeproblematik stehen. Für Firmeninhaber ist dabei die Aussicht auf eine Fortführung des von ihnen gegründeten Unternehmens von hoher Relevanz. Daher stehen solche Firmeninhaber dem Verkauf an strategische Investoren häufig offener gegenüber, als dies bei einem Verkauf an Finanzinvestoren der Fall sein mag.

Die ganze Thematik gewinnt aufgrund eines aktuellen Urteils des Bundesverfassungsgerichts an Aktualität



które najprawdopodobniej znacząco ograniczą możliwość skorzystania ze wskazanej ulgi podatkowej. W wielu przypadkach taki podatek będzie przewyższał możliwości finansowe spadkobierców, doprowadzając do zbycia przedsiębiorstwa. W związku z tym eksperci przewidują w najbliższych latach falę odsprzedaży firm rodzinnych, którymi z pewnością warto się zainteresować.

Inną możliwością, która stanowi ciekawą metodę rozwoju działalności, jest szeroko praktykowane w Niemczech przejęcie przedsiębiorstwa znajdującego się w upadłości. Wówczas nasuwa się wykorzystanie struktury transakcji w formie tzw. asset deal, a więc przejęcia określonych aktywów upadającego przedsiębiorstwa. Rozwiązanie takie z pewnością posiada liczne zalety, jak chociażby brak wątpliwości co do nabywanego przedmiotu. Wskazana struktura transakcji dokonywanej w Niemczech nie jest pozbawiona jednak szczególnych ryzyk, na które trzeba zwrócić uwagę już przy okazji sporządzania umowy przejęcia aktywów. Określone ryzyka dotyczą odpowiedzialności nabywcy za zobowiązania zbywcy – zarówno w zakresie podatków, jak i zobowiązań cywilnoprawnych – a także zagadnień z zakresu prawa pracy. Są to jedynie przykłady kwestii, które należy mieć na uwadze przy okazji strukturyzowania transakcji M&A w Niemczech. Warto więc zawczasu przyjrzeć się tym oraz innym osobi-

hinzu: Durch Urteil vom 17.12.2014 (Aktenzeichen 1 BvL 21/12) des Bundesverfassungsgerichts ist der deutsche Gesetzgeber verpflichtet, in naher Zukunft die Erbschaftsteuer zu reformieren. Das Bundesverfassungsgericht hat die zahlreichen Privilegien bei der Vererbung von Unternehmen infrage gestellt. Entgegen erster Hoffnungen auf eine möglichst „minimal-invasiven“ Reform, zeichnet sich nun ab, dass die Privilegien bei der Vererbung von Unternehmen möglicherweise größtenteils – wenn nicht sogar vollständig – gestrichen werden. Dies setzt einen zusätzlichen Anreiz statt einer Vererbung eines Unternehmens, dessen Verkauf zu erwägen, zumal bei einer Streichung dieser Privilegien die Erben häufig mit der Steuerlast überfordert sein dürften.

Ein anderes typisches Übernahmeszenario ist die sogenannte „übertragende Sanierung“. Hierbei wird ein insolventes Unternehmen vom Insolvenzverwalter verkauft. Dieses Szenario ist in der deutschen Praxis sehr häufig. Für den Insolvenzverwalter bietet es eine effiziente und gute Möglichkeit der Verwertung des insolventen Unternehmens. Für den Erwerber wiederum bietet sich eine günstige Gelegenheit, einen bestehenden Unternehmensorganismus zu erwerben, darunter auch die Firma, die Marken und gegebenenfalls sogar einen bestehenden Kundenstamm. In der Sache handelt es sich bei einer

wościom prawa niemieckiego, przede wszystkim przy okazji badania due diligence.

Wskazane możliwości z pewnością stanowią interesującą perspektywę dla polskich przedsiębiorców zainteresowanych rozpoczęciem bądź rozwojem działalności na niemieckim rynku. Biorąc pod uwagę przedstawione w niniejszej publikacji statystyki, polskich przedsiębiorców nie odstraszały pierwsze trudności, a obecne już na niemieckim rynku firmy chwalą sobie podjętą decyzję. Z pewnością warto więc – przy zachowaniu właściwej rozważy – zastanowić się nad wykorzystaniem oferowanych przez niemiecki rynek możliwości.

solchen übertragenden Sanierung in aller Regel um einen Asset-Deal. Denkbar ist allerdings auch die Übernahme des gesamten Rechtsträgers im Wege eines Share Deals durch ein Insolvenzplanverfahren. Letzteres bietet sich vor allem dann an, wenn die insolvente Gesellschaft über Lizenzen oder Verträge verfügt, auf die es dem Erwerber besonders ankommt. In jedem Fall sollte der Erwerber eine gründliche Due Diligence-Prüfung vornehmen, um rechtliche Risiken für sich zu minimieren, da der Insolvenzverwalter in solchen Szenarien in aller Regel keine oder nur sehr eingeschränkte Garantien übernimmt.

Gerade für polnische Unternehmen, die beabsichtigen, auf dem deutschen Markt Fuß zu fassen, stellen die beiden vorgenannten Möglichkeiten einer Firmenübernahme eine interessante Expansionsperspektive dar. Gemäß den Umfragen dieser Broschüre schrecken polnische Unternehmer hiervon nicht zurück. Und die polnischen Unternehmer, die bereits auf dem deutschen Markt vertreten sind, würden ihre Entscheidung, nach Deutschland zu expandieren, mehrheitlich wieder so treffen. Dies unterstreicht die hervorragenden Möglichkeiten, die sich polnischen Unternehmen auf dem deutschen Markt bieten.



INFORMACJE O PARTNERACH INFORMATIONEN ÜBER DIE PARTNER

PKO Bank Polski

Grupa Kapitałowa PKO Banku Polskiego należy do największych instytucji finansowych w Polsce, a także jest jedną z wiodących grup finansowych Europy Środkowo-Wschodniej. Jesteśmy niekwestionowanym liderem polskiego sektora bankowego, zarówno pod względem skali działania, kapitałów własnych, aktywów, liczby klientów, jak i rozległości sieci dystrybucji. Od lat nieprzerwanie zwiększamy swoją wartość dla akcjonariuszy, wypracowując solidne i stabilne zyski oraz utrwalając udziały rynkowe w kluczowych kategoriach biznesowych.

Uruchomienie placówki PKO Banku Polskiego we Frankfurcie jest pierwszym tego typu przedsięwzięciem polskiej instytucji finansowej na rynku niemieckim. Dzięki otwarciu placówki Banku we Frankfurcie nasi Klienci otrzymali możliwość uzyskania wsparcia ze strony polskiego zespołu przygotowanego do obsługi polskich przedsiębiorców działających w Niemczech, jak również niemieckich firm działających w Polsce. PKO Bank Polski Niederlassung Deutschland chce być bankiem pierwszego wyboru dla klientów korporacyjnych – polskich spółek działających na rynku niemieckim – oraz bramą dla niemieckich spółek wchodzących na rynek polski.

PKO Bank Polski

Das Konzern der PKO Bank Polski gehört zu den größten finanziellen Institutionen in Polen und ist eines der führenden Konzerne in Mitteleuropa. Wir sind der unbestrittene Führer der polnischen Bankindustrie sowohl im Hinblick auf den Tätigkeitsumfang, das Eigenkapital, Aktiva, Zahl der Kunden, als auch der Breite des Vertriebsnetzes. Seit Jahren vergrößern wir ununterbrochen unseren Wert für Aktionäre, indem wir solide und stabile Gewinne ausarbeiten und Marktanteile in den Schlüsselkategorien des Geschäfts festigen.

Die Eröffnung der Niederlassung von PKO Bank Polski in Frankfurt ist das erste solche Unternehmen der polnischen Finanzinstitution auf dem deutschen Markt. Mit der Errichtung der Bankniederlassung in Frankfurt am Main, haben unsere Kunden eine Möglichkeit bekommen, die Unterstützung des polnischen Teams zu erhalten, das in der Bedienung der polnischen Firmen, die auf dem deutschen Markt tätig sind, sowie der deutschen Firmen, die in Polen tätig sind, geschult wurde. PKO Bank Polski Niederlassung Deutschland will die Bank der ersten Wahl für die Geschäftskunden - die polnischen

PKO Bank Polski S.A. Niederlassung Deutschland
Main Tower
Neue Mainzer Strasse 52-58
60311 Frankfurt am Main
Tel. DE: + 49 69 667 786 252
Tel. PL: + 48 22 517 76 80
E-mail: Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl
BIC: BPKODEFF
BLZ: 50127000

Firmen sein, die auf dem deutschen Markt tätig sind,
sowie ein Gateway für die deutschen Firmen, die in
den polnischen Markt einsteigen möchten.

PKO Bank Polski S.A. Niederlassung Deutschland
Main Tower
Neue Mainzer Strasse 52-58
60311 Frankfurt am Main
Tel. DE: + 49 69 667 786 252
Tel. PL: + 48 22 517 76 80
E-mail: Niederlassung.Deutschland@pkobp.pl
BIC: BPKODEFF
BLZ: 50127000

Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK Polska)

Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa (AHK Polska) jest nie tylko izbą bilateralną z największą liczbą firm członkowskich w Polsce, ale również jedną z największych Niemieckich Zagranicznych Izb Przemysłowo-Handlowych (AHK) na świecie.

AHK Polska reprezentuje interesy około 1000 firm członkowskich i od 20 lat działa na rzecz rozwoju polsko-niemieckich stosunków gospodarczych. Członkostwo w Izbie to: zaproszenia na spotkania biznesowe, dostęp do aktualnych informacji gospodarczych, możliwość promowania swojej firmy wśród pozostałych członków Izby oraz liczne dodatkowe usługi.

50-osobowy zespół Izby oferuje firmom z Niemiec i Polski profesjonalne usługi doradcze, wspomaga wymianę informacji i doświadczeń oraz rozwój stosunków między instytucjami i przedsiębiorstwami po obu stronach Odry.

Die Deutsch-Polnische Industrie- und Handelskammer (AHK Polen)

Die Deutsch-Polnische Industrie- und Handelskammer (AHK Polen) ist nicht nur die mitgliederstärkste bilaterale Kammer in Polen, sondern auch eine der größten deutschen Auslandshandelskammern (AHK) der Welt.

Die AHK Polen vertritt die Interessen von fast 1000 Mitgliedsunternehmen und fördert seit 20 Jahren die deutsch-polnischen Wirtschaftsbeziehungen. Die Mitgliedschaft beinhaltet vor allem: Einladungen zu Businessstreffen, Zugang zu aktuellen wirtschaftlichen Informationen, Promotion ihrer Firma unter anderen Mitgliedsfirmen der Kammer sowie zahlreiche zusätzliche Dienstleistungen.

Das 50-köpfige Team der Kammer steht den Unternehmen im bilateralen Handel in beiden Ländern zur Verfügung. Es bietet den Firmen aus Deutschland und Polen einen professionellen

Polsko-Niemiecka Izba Przemysłowo-Handlowa
(AHK Polska)
ul. Miodowa 14
00-246 Warszawa
Tel.: + 48 22 53 10 500
Fax: + 48 22 53 10 600
E-mail: info@ahk.pl
Biura Regionalne: Wrocław, Poznań, Gliwice,
Monachium

Beratungsservice an und fördert den Informations-
und Erfahrungsaustausch sowie die Entwicklung der
Beziehungen mit Institutionen beiderseits der Oder.

Deutsch-Polnische Industrie- und Handelskammer
(AHK Polen)
ul. Miodowa 14
00-246 Warszawa
Tel.: + 48 22 53 10 500
Fax + 48 22 53 10 600
E-mail: info@ahk.pl
Regionalbüros: Breslau I Posen I Gleiwitz I München

CMS

Sukces firmy zależy w dużej mierze od dogłębnej znajomości rynku, pomysłu, zapału do działania, dobrze przygotowanej strategii biznesowej, a także – co nie mniej istotne – pewności prawnej. Kancelaria CMS skutecznie pomaga minimalizować ryzyka prawne związane z ekspansją dzięki doradztwie wysoko wykwalifikowanych specjalistów, silnym, opartym na zaufaniu relacjom z klientami, a także ugruntowanej obecności zarówno w Niemczech, jak i w Polsce. Ponad 600 prawników, doradców podatkowych oraz notariuszy CMS Germany wspiera klientów na rynku niemieckim – od średniej wielkości przedsiębiorstw po międzynarodowe koncerny – we wszystkich aspektach krajowego oraz międzynarodowego prawa gospodarczego.

CMS w Niemczech doradza w ośmiu biurach we wszystkich znaczących niemieckich centrach gospodarczych: Berlinie, Düsseldorfie, Frankfurt nad Menem, Hamburgu, Kolonii, Lipsku, Monachium oraz Stuttgartu.

CMS

In einem Markt Erfolg zu haben, erfordert genaue Marktkenntnisse, Ideen, Tatkraft und nicht zuletzt Rechtssicherheit. CMS Germany trägt durch starke, vertrauensvolle Mandantenbeziehungen, weitreichende Präsenz und hochqualifizierte Beratung dazu bei. Mehr als 600 Rechtsanwälte, Steuerberater und Notare betreuen Mandanten von mittelständischen Unternehmen bis zu Großkonzernen in allen Fragen des nationalen und internationalen Wirtschaftsrechts.

In Deutschland verfügt CMS über acht Standorte in allen bedeutenden Wirtschaftszentren in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt/Main, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart.

Mehr als 3.000 Rechts- und Steuerberater von CMS, die in 60 Büros tätig sind, unterstützen Ihr Unternehmen in Zeiten des Wandels bei der erfolgreichen Weiterentwicklung. Mit fachlicher Präzision, strategischem Geschick und einem Fokus auf den Aufbau langfristiger Partnerschaften setzen wir uns für unsere

Ponad 3000 doradców prawnych oraz podatkowych w 60 biurach CMS na całym świecie wspiera dalszy rozwój Państwa przedsiębiorstwa w czasach przemian. Poprzez fachową dokładność, strategiczne kompetencje oraz dbałość w budowaniu trwałego partnerstwa jesteśmy oddani naszym klientom oraz ich sukcesowi.

Nasz przepis na sukces: międzynarodowa obecność – lokalne korzenie.

Nasz Polish Desk w Berlinie współpracuje blisko z biurem CMS w Warszawie, zatrudniającym ponad 140 prawników. W ten sposób CMS łączy w sobie wszystkie zalety wiodącej kancelarii funkcjonującej na rynku lokalnym – łatwy dostęp do wiedzy o krajowym rynku, zwyczajach biznesowych i kulturalnych niuansach – z możliwością spełnienia wymagań stawianych przez międzynarodowych klientów w kwestii zapewnienia transgranicznych usług przez skuteczny i zwarty zespół doradczy. Obok silnych korzeni lokalnych, eksperci CMS wyróżniają się również znajomością międzynarodowych standardów rynkowych i najnowszymi trendami branżowymi.

CMS Cameron McKenna Greszta i Sawicki sp.k.
ul. Emilii Plater 53
Warszawa 00-113, Polska
Tel.: + 48 22 520 84 01
Fax + 48 22 520 5556
E-mail: blazej.zagorski@cms-cmck.com

Mandanten und deren geschäftlichen Erfolg ein.

Unser Erfolgsprinzip: International präsent
– lokal verwurzelt

Unser Polish Desk in Berlin arbeitet eng mit dem CMS Büro in Warschau zusammen, in dem mehr als 140 Anwälte arbeiten. Damit verbindet CMS alle Vorteile einer lokal führenden Kanzlei – direkte Kontakte vor Ort und Kenntnisse der lokalen Märkte und Geschäftspraktiken sowie der kulturellen Besonderheiten – mit dem Bedürfnis global agierender Mandanten nach nahtlosem länderübergreifendem Service für Cross-Border-Aktivitäten von einem gut vernetzten und eingespielten Beratungsteam. Wir kennen die internationalen Marktstandards und die jeweiligen Branchentrends.

CMS Hasche Sigle
Lennéstraße 7
10785 Berlin
Deutschland/Niemcy
Tel.: +49 30 20360 2706
Fax +49 30 20360 2000
E-mail: Igor.Stenzel@cms-hs.com

