

# „RYNKI NIEMIECKOJĘZYCZNE - skuteczna strategia eksportowa, z uwzględnieniem aspektów formalno- prawnych z elementami różnic kulturowych”

Warsztaty dla przedsiębiorców  
sektora małych i średnich przedsiębiorstw  
z województwa śląskiego  
planujących działalność eksportową/eksporterów

Organizator:

**Fundusz Górnośląski S.A.**

Szkolenie realizowane przez:

**Eurofinance Training Sp. z o.o.**



# Ocena wiarygodności partnerów handlowych

## Weryfikacja kontrahenta

# Wiarygodność kontrahenta / weryfikacja

## Sprawdzenie rejestrów przedsiębiorców oraz podmiotów w upadłości

<https://e-justice.europa.eu>

Połączone rejestry upadłości

Czechy, Niemcy, Estonia,  
Łotwa, Niderlandy, Austria,  
Rumunia, Słowenia

The screenshot shows the 'Rejestry upadłości' (Insolvency Registers) section of the e-justice.europa.eu website. The page features a navigation menu on the left with categories like 'Prawo', 'Orzecznictwo', and 'Rejestry'. The main content area is titled 'Rejestry upadłości' and contains the following text:

**Rejestry upadłości**

Wszystkie kraje członkowskie UE posiadają rejestry upadłości i upadłości, w których można znaleźć informacje. Rejestry te są w trakcie łączenia i przeszukiwania z centralnego punktu.

Rejestry rejestrują, analizują i przechowują informacje o niewypłacalności i udostępniają je opinii publicznej, aczkolwiek w różnych formach, w zależności od kraju:

- kraje posiadające dedykowane rejestry - publikują informacje na temat wszystkich etapów postępowania upadłościowego oraz stron postępowania.
- kraje korzystające z innych rejestrów - sytuacja jest bardziej zróżnicowana. Niektóre publikują tylko nazwę i status firmy, inne zawierają informacje o wszystkich etapach postępowania.

**Informacje o rejestrach krajowych**

Wybierz odpowiednią flagę kraju, aby uzyskać szczegółowe informacje krajowe.

**Wyszukiwanie jednorazowe**

Użyj poniższego linku, aby wyszukać - w dowolnym oficjalnym języku UE - krajowe rejestry upadłości:

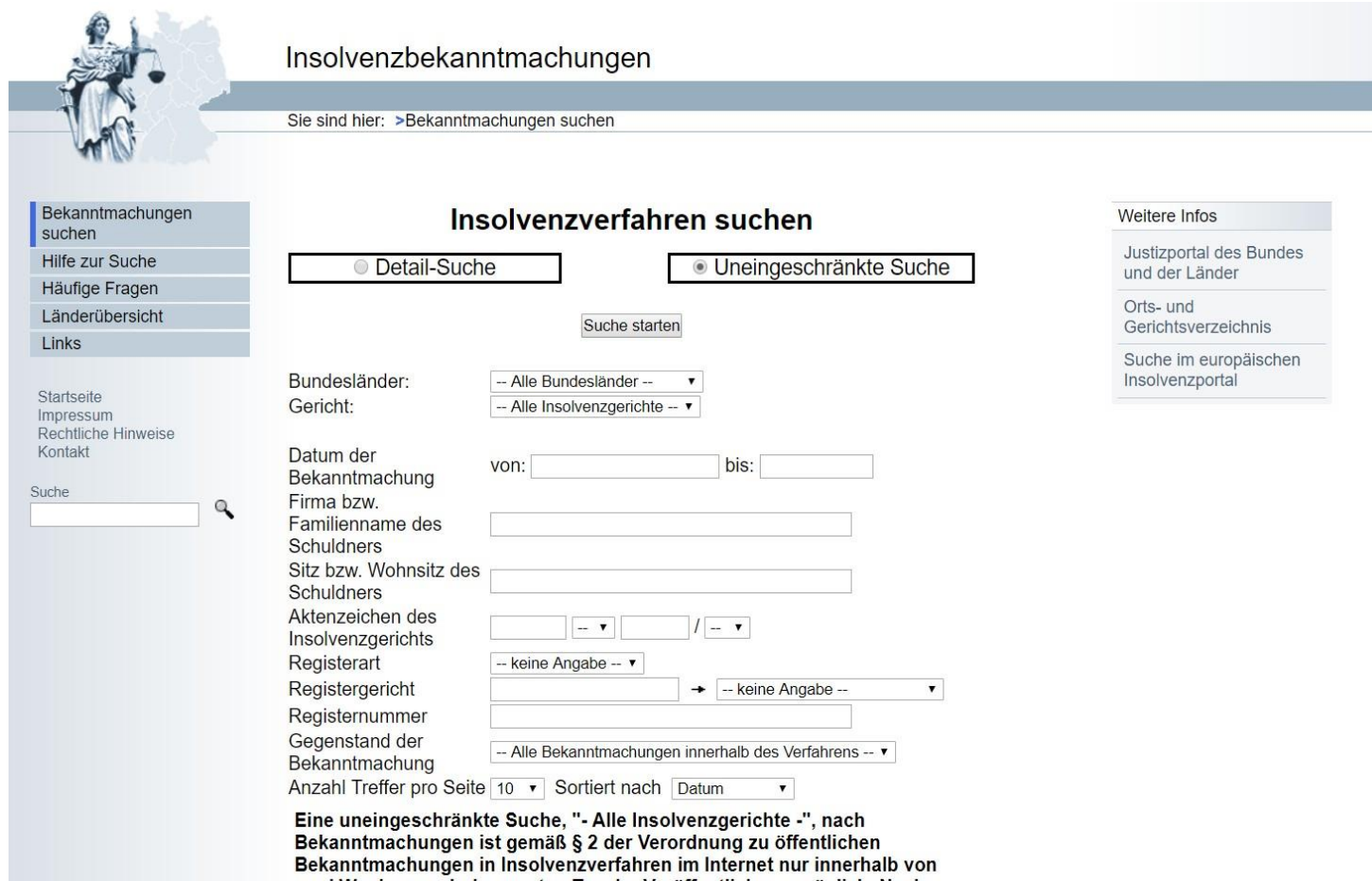
- informacje i dokumenty dotyczące postępowania upadłościowego
- dokumenty dotyczące dłużników

**Szukaj w rejestrach krajowych**

Informacje i dokumenty, które można znaleźć w tych rejestrach, powinny być **dostępne za darmo**.

On the right side of the page, there is a vertical list of flags representing EU member states: BE, BG, CZ, DK, DE, EE, IE, EL, ES, FR, HR, IT, CY, LV, LT, LU, HU, MT, NL, AT, PL, PT, RO.

# Rejestry przedsiębiorców oraz podmiotów w upadłości



Podstawą prawną wpisu są Kodeks Upadłościowy (InsO) oraz Rozporządzenie w sprawie ogłaszania w Internecie w postępowaniu upadłościowym (InsoBekV)

- Dzięki ogłoszeniu wierzyciele dowiadują się o postępowaniu upadłościowym i mogą zarejestrować swoje brakujące wierzytelności u właściwego syndyka masy upadłości.
- Potencjalni klienci lub partnerzy biznesowi mogą również wcześniej dowiedzieć się o ogłoszeniu upadłości i m.in. B. terminowo odstąpić od umów lub nie zawierać ich w ogóle.

Postanowienia dotyczące niewypłacalności (Insolvenzbekanntmachungen) wydane przez wszystkie niemieckie sądy właściwe w sprawach niewypłacalności, zgodnie z § 9 ustawy o postępowaniu w związku z niewypłacalnością (Insolvenzordnung). Informacja ta jest prawnie wiążąca i publicznie dostępna.



# Weryfikacja kontrahenta

## Rejestry działalności gospodarczej w Europie

The screenshot shows the 'Business registers in Member States' page on the Europa.eu website. The page features a navigation menu on the left with categories like Law, Case law, and Registers. The main content area includes a title 'Business registers in Member States', a search bar, and a list of member state flags on the right. The text on the page states: 'In Europe, business registers offer a range of services, which may vary from one Member State to another.' It also provides information on core services and a disclaimer from the European Commission. The last update date is 24/01/2019.

[https://e-justice.europa.eu/content\\_business\\_registers\\_in\\_member\\_states-106-en.do](https://e-justice.europa.eu/content_business_registers_in_member_states-106-en.do)

# Weryfikacja kontrahenta

## Rejestry działalności gospodarczej w Europie

Federal Gazette Company register Publication Platform

**COMPANY REGISTER**  
The central platform for the storage of company data

Bundesanzeiger Verlag

Menu Documents (0) Log in

Quick search

Enter company name

All Areas

Extended search Search

Submit order

To transmit an order switch here to the Publication Platform where you can also find help concerning order transmission.

Submit order

<https://www.unternehmensregister.de>

Menü Anmelden

Startseite / Dokumente

### Dokumente (1)

Firma	Menge	Dokumente	Geschäftszeichen	USt.	Preis *
<b>Goldarbeit GmbH</b> Berlin (Charlottenburg) HRB 211319	1	Aktueller Abdruck (AD)	<input type="text" value="Geschäftszeichen"/>	0%	4,50 €
				Zwischensumme (inkl. USt.)	4,50 €
				Nettosumme	4,50 €
				Zu zahlende USt.	0,00 €
				<b>Gesamtsumme (inkl. USt.)</b>	<b>4,50 €</b>

Recherche fortsetzen

# Weryfikacja kontrahenta

## Księgi wieczyste w państwach członkowskich

Justizportal des Bundes und der Länder

Sie sind hier: >Startseite >Onlinedienste >Grundbucheinsicht >Portal

Bund/Länder  
Onlinedienste  
Bekanntmachungen  
Verzeichnisse  
Formulare  
Orts-/Gerichtsverzeichnis  
Broschüren  
Elektronischer Rechtsverkehr

Startseite  
Übersicht  
Impressum  
Rechtliche Hinweise  
Kontakt  
Allgemeine Hinweise

Suche

Internet-Grundbucheinsicht

In jedem Bundesland besteht die Möglichkeit, in das Grundbuch auf elektronischem Wege Einsicht zu nehmen. Die Einsicht  
Weitere detaillierte Informationen hierzu erhalten Sie in den [allgemeinen Hinweisen](#) sowie auf den einzelnen Landesseiten:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland
- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen

Legende:  
● Online-Zugang  
○ z.Zt. kein Zugang

### Księgi wieczyste w państwach członkowskich

Rejestry nieruchomości w państwach członkowskich pełnią liczne funkcje, które mogą się różnić w poszczególnych krajach.

Wszystkie rejestry pełnią jednak funkcje podstawowe, a mianowicie: rejestruje się w nich, analizuje i gromadzi informacje o gruntach i nieruchomościach, np. informacje dotyczące lokalizacji i własności; rejestry te umożliwiają także udostępnianie tych informacji osobom fizycznym i prawnym.

Aby uzyskać szczegółowe informacje dotyczące rejestrów w państwach członkowskich, proszę wybrać jedną z flag zamieszczonych z prawej strony.

Stroną zarządza Komisja Europejska. Informacje na tej stronie nie muszą odzwierciedlać oficjalnego stanowiska Komisji Europejskiej, nie ponosi ona również odpowiedzialności za wszelkie informacje, dane czy odniesienia na niej zawarte. Więcej informacji na temat praw autorskich odnoszących się do stron UE znajduje się na stronie „Informacje prawne”.

Ostatnia aktualizacja: 27/04/2016

[https://e-justice.europa.eu/content\\_land\\_registers\\_in\\_member\\_states-109-pl.do](https://e-justice.europa.eu/content_land_registers_in_member_states-109-pl.do)

# Weryfikacja kontrahenta

## Potwierdzenie numeru VAT (VIES)

### Potwierdzenie numeru VAT (VIES)



*As of 01/01/2021, the VoW service to validate UK (GB) VAT numbers ceased to exist while a new service to validate VAT numbers of businesses operating under the Protocol on Ireland and Northern Ireland appeared. These VAT numbers are starting with the "XI" prefix, which may be found in the "Member State / Northern Ireland" drop down under the new entry "XI-Northern Ireland". Moreover, any quote of "Member State" is replaced by "Member State / Northern Ireland" and any quote of "MS" is replaced by "MS / XI". All traders seeking to validate UK (GB) VAT numbers may address their request to the UK Tax Administration.*

-----

Aktywność numeru VAT nadanego przez Państwo Członkowskie / Irlandii Północnej można zweryfikować wybierając odpowiednie państwo / Irlandii Północnej z listy i wpisując numer, który chcesz sprawdzić.

**Państwo Członkowskie /  
Irlandii Północnej**

**Numer VAT**

**Państwo Członkowskie /  
Irlandii Północnej pytającego**

**Numer VAT**



# Weryfikacja kontrahenta

## Europejski Rejestr Firm

The screenshot shows the top navigation bar of the EBR website with the logo and text "EUROPEJSKI REJESTR DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ". It includes a search bar with "O EBR", "Wyszukiwanie", "Lursoft", "PL", and "Zaloguj się" buttons. The main content area features a globe icon, the title "EUROPEJSKI REJESTR DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ", and a descriptive paragraph: "Europejski rejestr działalności gospodarczej (EBR) to sieć łącząca systemy europejskich rejestrów przedsiębiorstw. Jego celem jest zapewnienie ujednoliconej wymiany bazami danych przedsiębiorstw w trybie online. EBR zapewnia dostęp do baz danych przedsiębiorstw zarejestrowanych w konkretnym państwie, a dane są dostępne ze źródła w trybie online." Below this is a search input field with the placeholder "Podaj nazwę firmy", a dropdown menu set to "Austria", and a search button. A link "Wyszukiwanie zaawansowane" is also visible.



# Tworzenie

## – modelu biznesowego internacjonalizacji





# Modele współpracy handlowej z zagranicznymi partnerami gospodarczym

# Modele współpracy

- Bezpośrednia współpraca z niemieckim partnerem biznesowym – B2B
- Działalność za pośrednictwem przedstawiciela handlowego
- Działalność za pośrednictwem podmiotu zależnego
- Sprzedaż bezpośrednia – on – line – B2C
- Świadczenie usług transgranicznych
- Prowadzenie działalności gospodarczej w Niemczech, Austrii lub Szwajcarii

# KAŻDA ZMIANA STRATEGICZNA JEST OGROMNYM KOSZTEM EMOCJONALNYM, CZASOWYM I KAPITAŁOWYM



# Eksport na co dzień

Nasza firma chce wejść na rynek X



Należy przeanalizować .....  
sprawdzić .....  
przygotować .....  
zabezpieczyć.....  
koordynować .....  
analizować .....



**W sumie to szukam tylko kogoś kto może  
sprzedać moje produkty na rynku niemieckim, itd. ....**

# Strategia (plan) eksportu - Model biznesowy



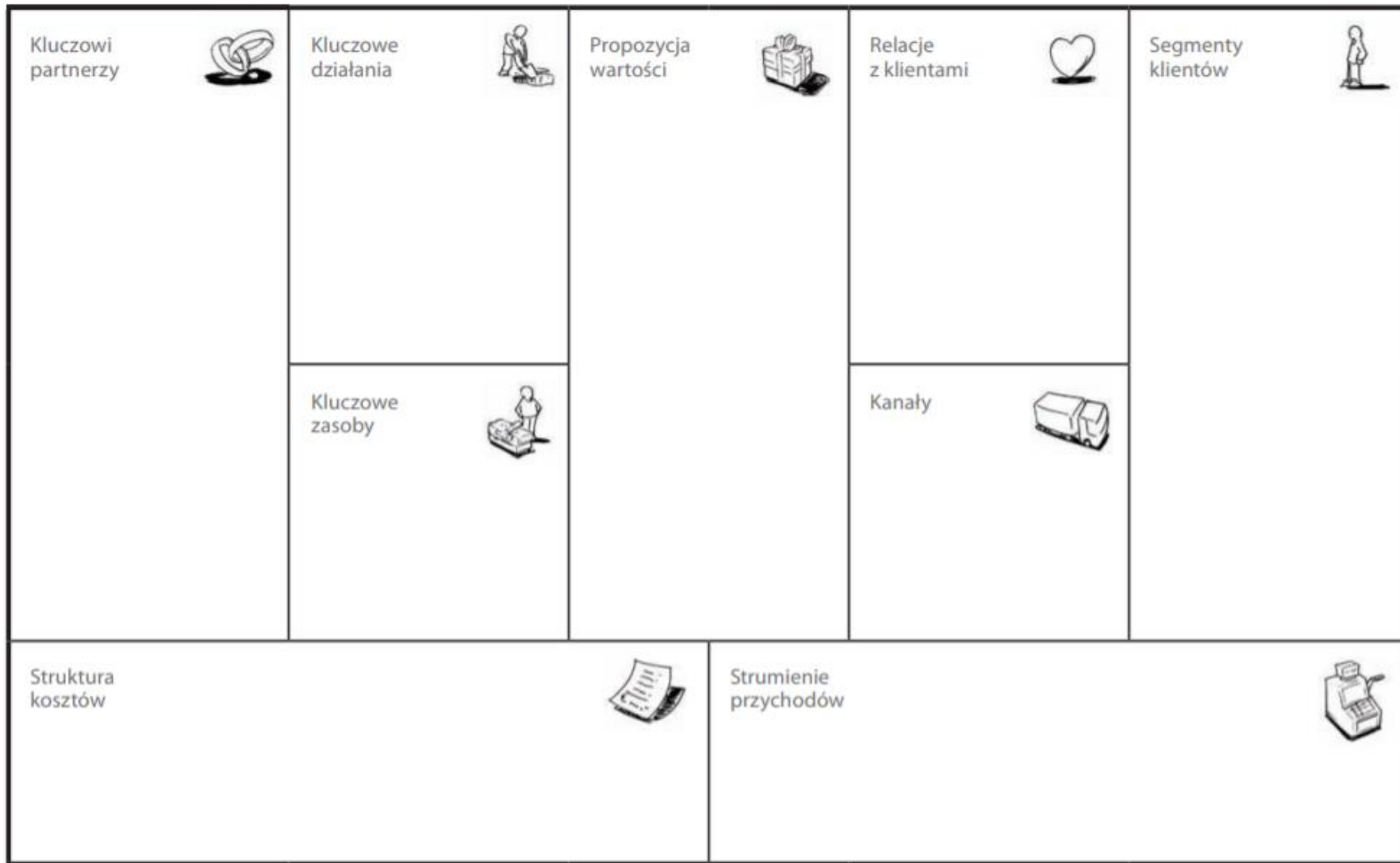
**Modyfikacja istniejącego  
Modelu biznesowego  
eksportu**



**Stworzenie nowego  
Modelu biznesowego  
eksportu**

# Elementy modelu biznesowego BMC

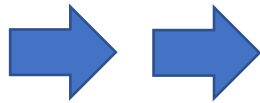
*Szablon modelu biznesowego*





# Otoczenie biznesowe modelu biznesowego dla działań ekspertowych

CAŁŚCIOWA OCENA  
RZECZYWISTOŚCI



**Jak przygotować umowę  
z klientem zagranicznym ?**

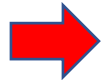
# Prawo właściwe w międzynarodowym obrocie gospodarczym

---

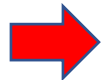
# Prawo właściwe w międzynarodowym obrocie gospodarczym

---

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych **(Rzym I)**



stosuje się do zobowiązań umownych w sprawach cywilnych i handlowych powiązanych z prawem różnych państw



nie stosuje się w szczególności do spraw skarbowych, celnych i administracyjnych

## Swoboda wyboru prawa art.3

Umowa podlega prawu wybranemu przez strony. Wybór prawa jest dokonany wyraźnie lub w sposób jednoznaczny wynika z postanowień umowy lub okoliczności sprawy. Strony mogą dokonać wyboru prawa właściwego dla całej umowy lub tylko dla jej części

# Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)

---

**Prawo właściwe dla umowy ma zastosowanie w szczególności do:**

- jej wykładni;
- wykonywania wynikających z niej zobowiązań;
- w granicach uprawnień przyznanych sądowi przez prawo procesowe,
- skutków całkowitego lub częściowego niewykonania tych zobowiązań, łącznie z określeniem wysokości szkody, w zakresie, w jakim rozstrzygają o tym przepisy prawa;
- różnych sposobów wygaśnięcia zobowiązań oraz przedawnienia i utraty praw wynikającej z upływu terminów;
- skutków nieważności umowy.

# Prawo właściwe w międzynarodowym obrocie gospodarczym

---

**Wybór prawa  
dokonany w sposób wyraźny**

**odpowiedni zapis** w umowie  
zawartej między stronami

skuteczne włączenie  
**Ogólnych Warunków Umów**  
**jednej ze stron do umowy**

## **Prawo właściwe w przypadku braku wyboru prawa**

**umowa sprzedaży** towarów podlega prawu państwa, w którym sprzedawca ma miejsce zwykłego pobytu

**umowa o świadczenie usług** podlega prawu państwa, w którym usługodawca ma miejsce zwykłego pobytu

umowa, której przedmiotem jest **prawo rzeczowe na nieruchomości** lub prawo do korzystania z nieruchomości, podlega prawu państwa, w którym nieruchomość jest położona

**umowa franczyzy** podlega prawu państwa, w którym franczyzobiorca ma miejsce zwykłego pobytu;

**umowa dystrybucji** podlega prawu państwa, w którym dystrybutor ma miejsce zwykłego pobytu;

**umowa sprzedaży towarów w drodze licytacji** podlega prawu państwa, w którym odbywa się licytacja, jeżeli miejsce to można ustalić



# Ogólne Warunki Umów (OWU)

---

Postanowienia regulujące prawa i obowiązki stron które wynikają z umowy a także sposób wykonania danej umowy a także konsekwencje niewykonania lub nienależytego jej wykonania (często pozostające poza treścią właściwej umowy)

## Zawierają zapisy dotyczące m.in.:

terminów realizacji przedmiotu umowy,  
waluty zapłaty,  
zastrzeżenia prawa własności towarów  
odpowiedzialności odszkodowawczej  
prawa właściwego,

## Konflikt Ogólnych Warunków Umów

sytuacja, kiedy obie strony przy zawieraniu umowy powołują się, na swoje OWU,

# Ogólne Warunki Umów (OWU)

---

## **Włączenie o.w.u. do umowy międzynarodowej sprzedaży towarów / Konwencja Wiedeńska**

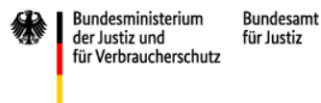
Konwencja nie zwiera żadnych szczególnych regulacji dotyczących wzorców umów, co powoduje, iż reguły konwencji stosuje się zarówno do postanowień indywidualnie wynegocjowanych jaki i do klauzul stosowanych standardowo

## **Skuteczność Ogólnych Warunków Umów (OWU)**

Ocena skuteczności OWU będzie podległa prawu ustalonemu na zadach ogólnych czyli według reguł Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)

# Ogólne Warunki Handlowe (Umów)

- regulacje w poszczególnych krajach mogą się różnić



[zurück](#) [weiter](#)

[Nichtamtliches Inhaltsverzeichnis](#)

**Bürgerliches Gesetzbuch (BGB)**  
**§ 305 Einbeziehung Allgemeiner Geschäftsbedingungen in den Vertrag**

(1) Allgemeine Geschäftsbedingungen sind alle für eine Vielzahl von Verträgen vorformulierten Vertragsbedingungen, die eine Vertragspartei (Verwender) der anderen Vertragspartei bei Abschluss eines Vertrags stellt. Gleichgültig ist, ob die Bestimmungen einen äußerlich gesonderten Bestandteil des Vertrags bilden oder in die Vertragsurkunde selbst aufgenommen werden, welchen Umfang sie haben, in welcher Schriftart sie verfasst sind und welche Form der Vertrag hat. Allgemeine Geschäftsbedingungen liegen nicht vor, soweit die Vertragsbedingungen zwischen den Vertragsparteien im Einzelnen ausgehandelt sind.

(2) Allgemeine Geschäftsbedingungen werden nur dann Bestandteil eines Vertrags, wenn der Verwender bei Vertragsschluss

1. die andere Vertragspartei ausdrücklich oder, wenn ein ausdrücklicher Hinweis wegen der Art des Vertragsschlusses nur unter unverhältnismäßigen Schwierigkeiten möglich ist, durch deutlich sichtbaren Aushang am Ort des Vertragsschlusses auf sie hinweist und
2. der anderen Vertragspartei die Möglichkeit verschafft, in zumutbarer Weise, die auch eine für den Verwender erkennbare körperliche Behinderung der anderen Vertragspartei angemessen berücksichtigt, von ihrem Inhalt Kenntnis zu nehmen,

und wenn die andere Vertragspartei mit ihrer Geltung einverstanden ist.

(3) Die Vertragsparteien können für eine bestimmte Art von Rechtsgeschäften die Geltung bestimmter Allgemeiner Geschäftsbedingungen unter Beachtung der in Absatz 2 bezeichneten Erfordernisse im Voraus vereinbaren.

[zum Seitenanfang](#) [Datenschutz](#) [Seite ausdrucken](#)

[http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/\\_305.html](http://www.gesetze-im-internet.de/bgb/_305.html)

możliwość odpowiedniego zapoznania się z treścią Ogólnych Warunków Umów w zależności od formy zawarcia umowy

- zabezpieczenie dostarczonego towaru przez uzgodnienie zastrzeżenia własności rzeczy sprzedanej
- wybór prawa i właściwości miejscowej sądu
- postanowienia odnośnie gwarancji, jak również warunków płatności i czasu dostawy

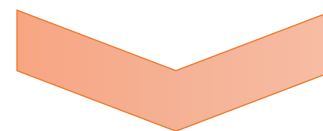
# Międzynarodowa sprzedaż B2C

# Międzynarodowa sprzedaż B2C

## Prawo właściwe

Sprzedaż stacjonarna

Sprzedaż on- line



Prawa i obowiązki  
Przedsiębiorcy

Prawa i obowiązki  
Konsumenta

# Międzynarodowa sprzedaż konsumencka

## Artykuł 6

Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)

„...umowa zawarta przez osobę fizyczną w **celu, który można uznać za niezwiązany z jej działalnością gospodarczą lub zawodową („konsument”)**, z inną osobą wykonującą działalność gospodarczą lub zawodową („przedsiębiorca”) **podlega prawu państwa, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu**, pod warunkiem że przedsiębiorca:

**a) wykonuje swoją działalność gospodarczą lub zawodową w państwie, w którym konsument ma miejsce zwykłego pobytu; lub**

**b) w jakikolwiek sposób kieruje taką działalność do tego państwa lub do kilku państw z tym państwem włącznie; a umowa wchodzi**

w zakres tej działalności...”



# Międzynarodowa sprzedaż konsumencka

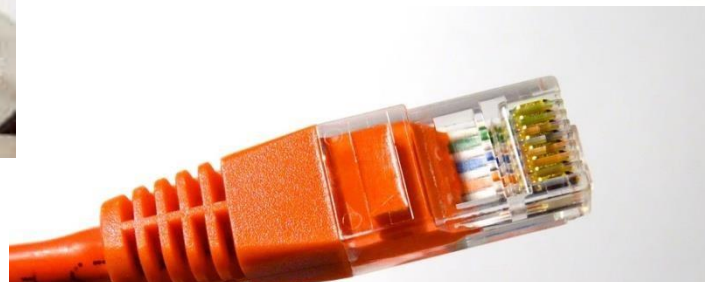
**Artykuł 3** Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 593/2008 z dnia 17 czerwca 2008 r. w sprawie prawa właściwego dla zobowiązań umownych (Rzym I)

Swoboda wyboru prawa

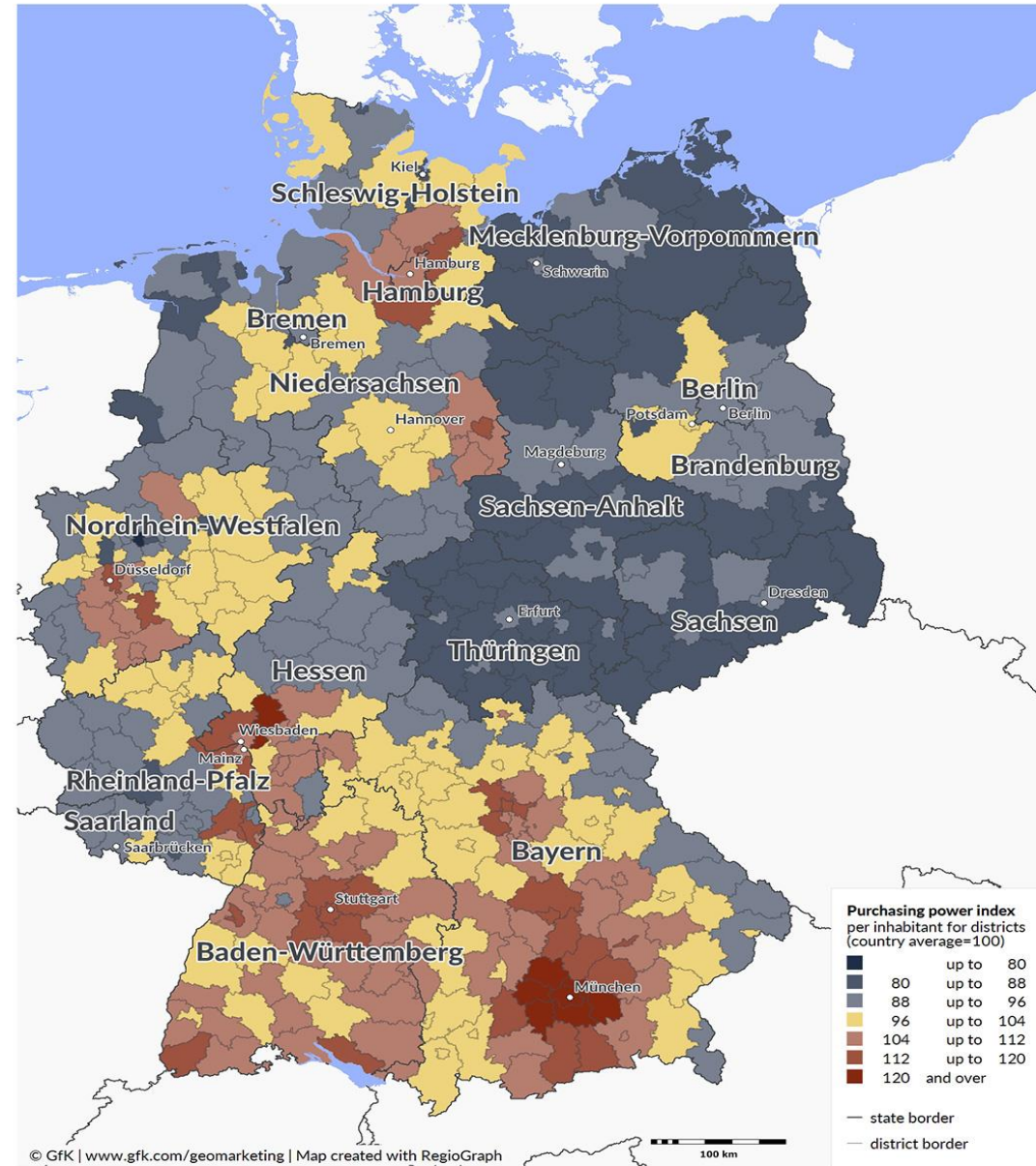
Umowa podlega prawu wybranemu przez strony. Wybór prawa jest dokonany wyraźnie lub w sposób jednoznaczny wynika z postanowień umowy lub okoliczności sprawy. Strony mogą dokonać wyboru prawa właściwego dla całej umowy lub tylko dla jej części.

# NIEMCY

# SEKTORY GOSPODARKI



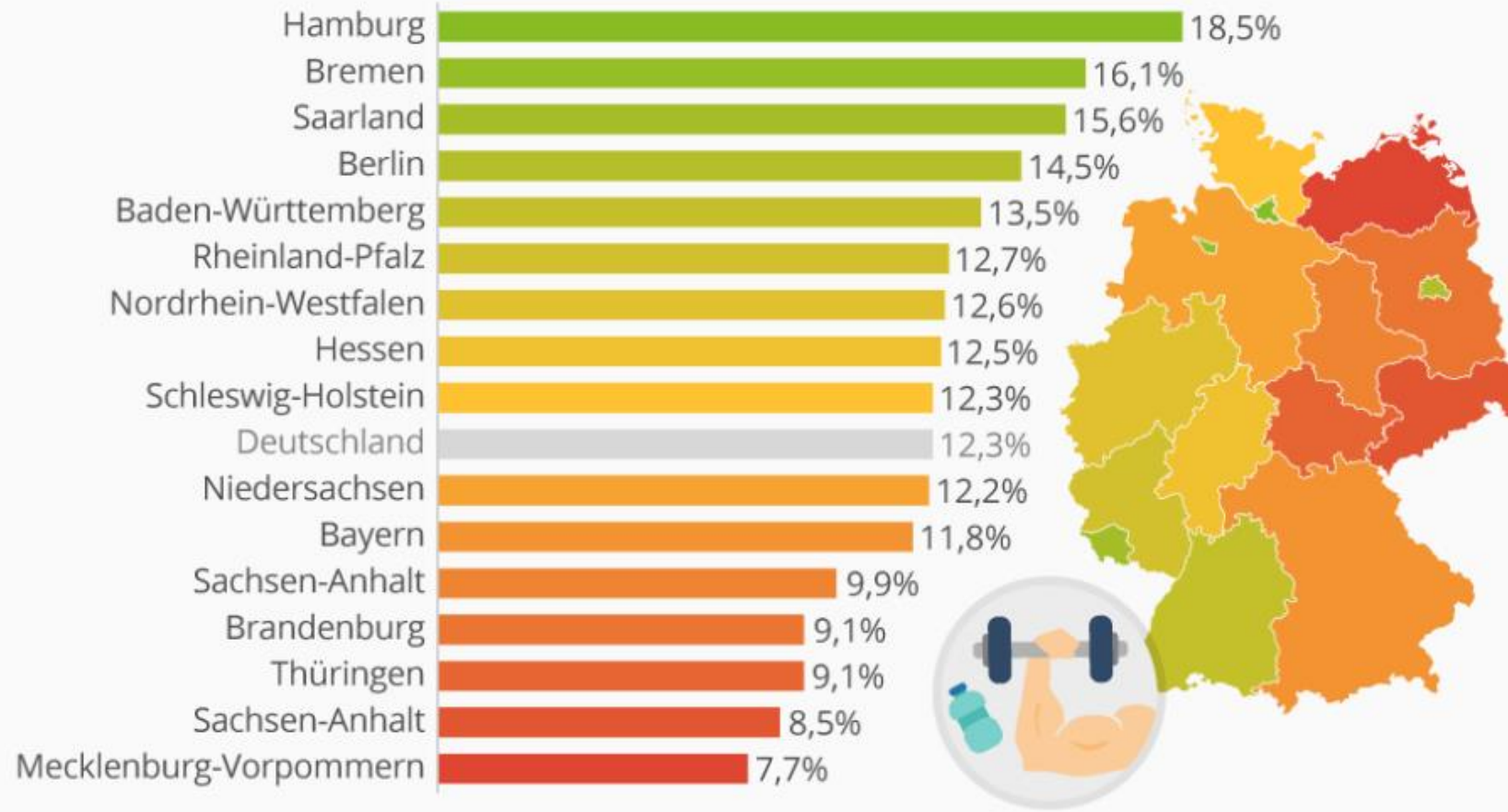
# Zamożność (siła nabywcza)



# Zapotrzebowanie i dynamika rozwoju

## Sportliche Hamburger

Anteil der Einwohner, die Mitglied in einem Fitnessstudio sind 2016



# “Silver Economy”



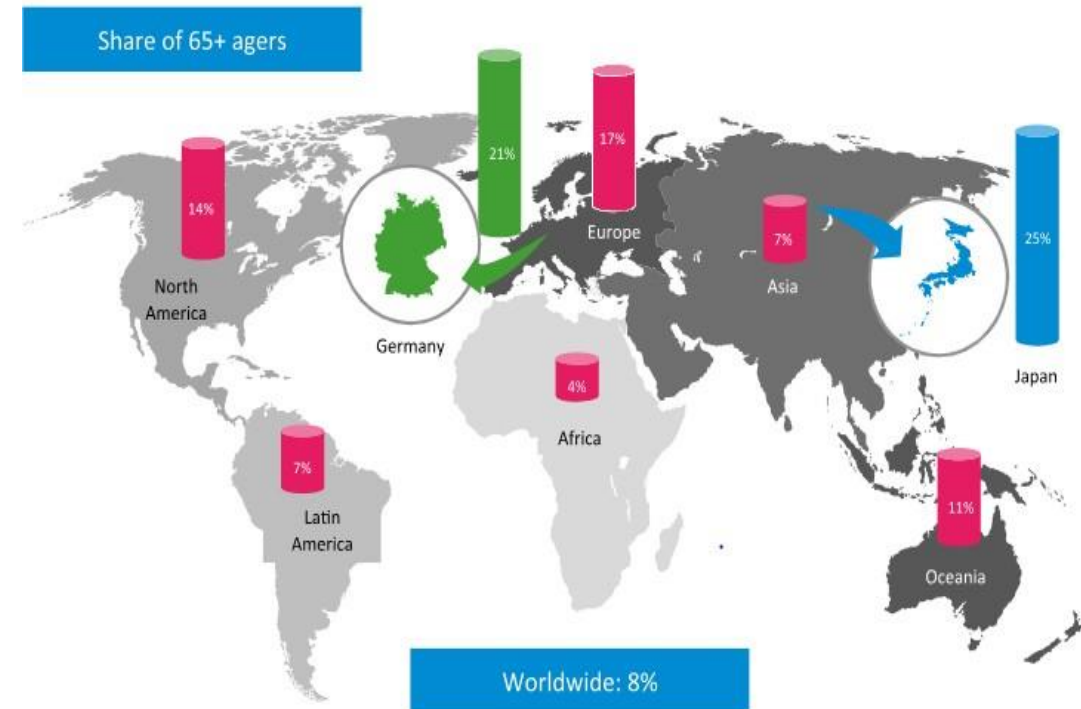
# “Silver Economy”

Niemcy mają drugą najstarszą populację na świecie po Japonii. Według OECD, średnia długość życia w momencie w Niemczech wynosi prawie 81 lat -więcej niż wynosi średnia OECD.

Już teraz, gdy w Unii Europejskiej mieszka najwyższy odsetek osób powyżej 65 roku życia, liczba ludności Niemiec w wieku powyżej 65 lat wzrośnie do 24 milionów do 2035 r., co stanowi wzrost o siedem milionów w stosunku do obecnych 17 milionów. W związku z tym osoby powyżej 65. roku życia będą stanowić jedną trzecią populacji krajowej - osoby w wieku 50 lat i starsze będą stanowić połowę całej populacji.

## Demographic Change – a Worldwide Trend

Germany has the oldest population within Europe.



Source: <http://esa.un.org/unpd/popdev/AgingProfiles2013/default.aspx>

© Germany Trade & Invest

# “Silver Economy”

- Osoby, które obecnie przechodzą na emeryturę, mają zwykle znaczne zasoby finansowe. W porównaniu z młodszymi grupami wiekowymi, osoby starsze są średnio materialnie lepsze i często są właścicielami nieruchomości. Mają również możliwość korzystania z oszczędności, które zgromadzili podczas okresu pracy.
- Dochód rozporządzalny netto par małżeńskich w wieku 65 lat i starszych wynosi obecnie średnio 2 440 EUR miesięcznie. Ponieważ osoby starsze mieszkają w mniejszych gospodarstwach domowych, ich dochód na mieszkańca jest wyższy niż w młodszych grup społecznych
- Wysoce zróżnicowane wymagania starzejącej się populacji Niemiec stwarzają szereg możliwości rynkowych w tak różnorodnych sektorach, jak produkty i usługi medyczne, sprzęt gospodarstwa domowego, wyposażenie wnętrz, opieka osobista i podróże.
- Zróżnicowanie potrzeb w starszym wieku pomaga stworzyć miliony konsumentów o bardzo specyficznych potrzebach, wysokim poziomie dochodu rozporządzalnego i, co ważne, czasie.

## AgeTech Konferenz

22. SEPTEMBER  
2022

# "The Pleasure of Aging"

Mit AgeTech die Grenzen des Alters aufheben, den Wachstumsmarkt Silver Economy nutzen und frühzeitig Chancen in einem bedeutenden Zukunftsmarkt nutzen.  
#perspektivwechsel

Jetzt Ticket sichern!



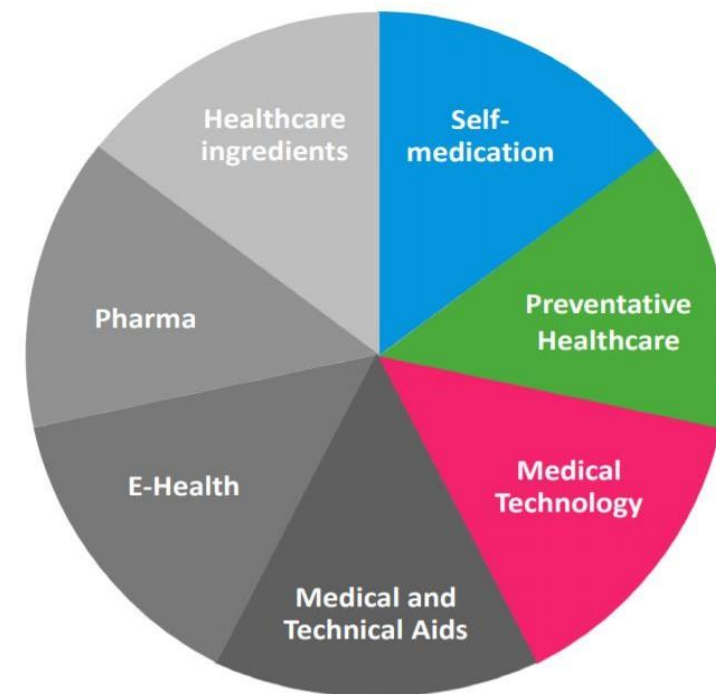
bekannt aus



# “Silver Economy”

**Szeroko rozumiana - opieka zdrowotna** - jest jedynym rynkiem konsumenckim, gdzie seniorzy wydają więcej niż wynosi średnia!

Możliwości rynkowe w sektorze opieki zdrowotnej



Źródło: <https://www.gtai.de/resource/blob/79724/4fdbdb198210692ab34eb5046a6ea3b8/presentation-demographic-change-data.pdf>

# Usługi medyczne/ pandemia COVID-19

- Pandemia COVID-19 była prawdziwym katalizatorem **usług telemedycznych** w Niemczech. Od wielu lat cyfryzacja systemu opieki zdrowotnej w Niemczech jest powolna. Od 2018 r. Niemieckie Ministerstwo Zdrowia poczyniło znaczną liczbę aktów ustawodawczych w celu cyfryzacji systemu opieki zdrowotnej.
- W grudniu 2019 r. Niemiecki parlament uchwalił ustawę **Digital Care Act (DVG)**, a rygorystyczne ramy regulacyjne dotyczące telekonsultacji zostały złagodzone. Od czasu tych zmian możliwe stało się wstępne leczenie za pośrednictwem połączenia wideo.
- Kryzys Covid-19 spowodował, że **stosowanie telemedycyny i innych cyfrowych rozwiązań zdrowotnych stało się koniecznością**.
- Krajowe Stowarzyszenie Lekarzy Ustawowych Ubezpieczeń Zdrowotnych ( Kassenärztliche Bundesvereinigung ) zniósło ograniczenia pod względem ilości konsultacji wideo dla lekarzy, większych możliwości konsultacji wideo dla psychoterapeutów oraz możliwości wystawienia zaświadczenia o zwolnieniu chorobowym bez kontaktu osobistego.

# Usługi medyczne/ pandemia COVID-19

- Wraz z otwarciem rynku telemedycyny coraz więcej dostawców usług telekonsultacyjnych - takich jak Dialogue z Kanady i Online Doctors ze Szwajcarii - rozszerza swoje usługi na rynek niemiecki (73 milionów potencjalnych klientów z publicznym ubezpieczeniem zdrowotnym i 9 milionów z prywatnym ubezpieczeniem zdrowotnym).
- **Szwedzki start-up Kry** jest teraz również aktywny w Niemczech i odnotował 60 - procentowy wzrost liczby konsultacji wideo w lutym po wzroście o 219 procent w marcu.
- **Teleclinic, niemiecki pionier telemedycyny**, odnotował 50 - procentowy wzrost od początku wybuchu epidemii COVID-19. Obecnie wielu dostawców usług telemedycznych oferuje również obywatelom niemieckim bezpłatne konsultacje w sprawie Covid-19.



# “Silver Economy” on-line czy offline

- Łącznie w Niemczech jest dziewięć milionów starszych osób „pracujących” w trybie offline – dane z Federalnego Stowarzyszenia Organizacji Seniorów (BAGSO).
- Według aktualnego badania przeprowadzonego przez Bitkom Research , 53 proc., czyli ponad połowa osób powyżej 65 roku życia w Niemczech nie używa smartfona . Wskaźnik ten jest podobny dla komputerów stacjonarnych i laptopów, co pokazuje reprezentatywne badanie, którego wyniki opublikowano w czerwcu 2021 roku.

Różne oferty online są dostosowane do osób starszych i zawierają przydatne informacje.

Należą do nich portale „Digital-Kompass” ( [www.digital-kompass.de](http://www.digital-kompass.de) ) i „Wissensdurstig” ( [www.wissensdurstig.de](http://www.wissensdurstig.de) )



Presse Newsletter Kontakt English f t y q

Die BAGSO Themen Projekte Veranstaltungen Publikationen

## Die BAGSO – Stimme der Älteren

Die BAGSO – Bundesarbeitsgemeinschaft der Seniorenorganisationen vertritt die Interessen der älteren Generationen in Deutschland. Sie setzt sich für ein aktives, selbstbestimmtes und möglichst gesundes Älterwerden in sozialer Sicherheit ein. In einer Gesellschaft, die immer bunter und vielfältiger wird, fördert die BAGSO ein differenziertes Bild vom Alter.

# Energia odnawialna

---



**Energetyka wiatrowa** odgrywa kluczową rolę w transformacji energetycznej Niemiec. W 2021 r. energetyka wiatrowa ponownie odpowiadała za największy udział w krajowej produkcji energii elektrycznej.

- Niemcy są wiodącym rynkiem energii wiatrowej w Europie z ponad 63 GW łącznej mocy.
- Krajowy sektor energetyki wiatrowej zatrudnia około 135 000 osób.
- Udział repoweringu w nowych instalacjach lądowych wyniósł w 2021 roku 13 proc.
- W 2021 r. energetyka wiatrowa miała łączny udział około 23 proc. (netto) w niemieckiej produkcji energii elektrycznej.



# Energetyka wiatrowa

- Nowy rząd koalicyjny w Niemczech ogłosił ambitne cele w zakresie rozwoju energetyki wiatrowej, które będą wspierane przez przyspieszoną budowę lądowych i morskich turbin wiatrowych w nowych lokalizacjach.
- Moce morskiej energetyki wiatrowej zostaną zwiększone do co najmniej 30 GW w 2030 r., 40 GW w 2035 r. i 70 GW w 2045 r. Zainstalowana energetyka wiatrowa na lądzie musi zostać prawie podwojona do 100 GW do 2030 r., aby zrealizować cele porozumienia koalicyjnego .
- Nowa ustawa o energetyce wiatrowej na lądzie zostanie wprowadzona w celu przyspieszenia procesu ekspansji energetyki wiatrowej i usunięcia istniejących ograniczeń dotyczących lokalizacji elektrowni wiatrowych. W związku z tym nowa ustawa wskazuje na potrzebę zarezerwowania 2% powierzchni lądowej wyłącznie na potrzeby energetyki wiatrowej.



# Wspieranie instytucjonalne

## Federalne Ministerstwo Gospodarki i Energetyki

aktualne informacje o sektorze oraz lista niemieckich firm działających w branży energetyki wiatrowej.

<http://www.bmwi.de/>

**Krajowe stowarzyszenie energii wiatrowej (BWE)** - jest największym stowarzyszeniem energii odnawialnej na świecie, z około 20.000 członków. Oferuje szeroki zakres informacji na temat sektora. Na stronach BWE znajduje się również portal poświęcony rynkowi energetyki wiatrowej. Zawiera informacje na temat różnych rodzajów turbin na rynku, bazy danych, katalog firm, wydarzenia i targi na świecie.

<http://www.wind-energie.de/>

**Krajowe Stowarzyszenie Inżynierów** -przeгляд firm działających w branży oraz platforma na które firmy mogą szukać producentów w branży energetyki wiatrowej.

<http://www.vdma.org/>

**Niemiecka Agencja Energii (DENA)** jest centrum kompetencji w zakresie efektywności energetycznej i odnawialnych źródeł energii w Niemczech. DENA inicjuje, koordynuje i realizuje innowacyjne projekty i kampanie na szczeblu krajowym i międzynarodowym w kwestiach energetycznych. Dla przemysłu energii wiatrowej, DENA koordynuje i utrzymuje stronę internetową projektu " Offshore-Wind", które celem jest dostarczanie informacji na temat platformy przybrzeżnej energii wiatrowej, elektrowni wiatrowych na morzu, a także wiadomości i wydarzeń w tej dziedzinie.

<http://www.dena.de/>



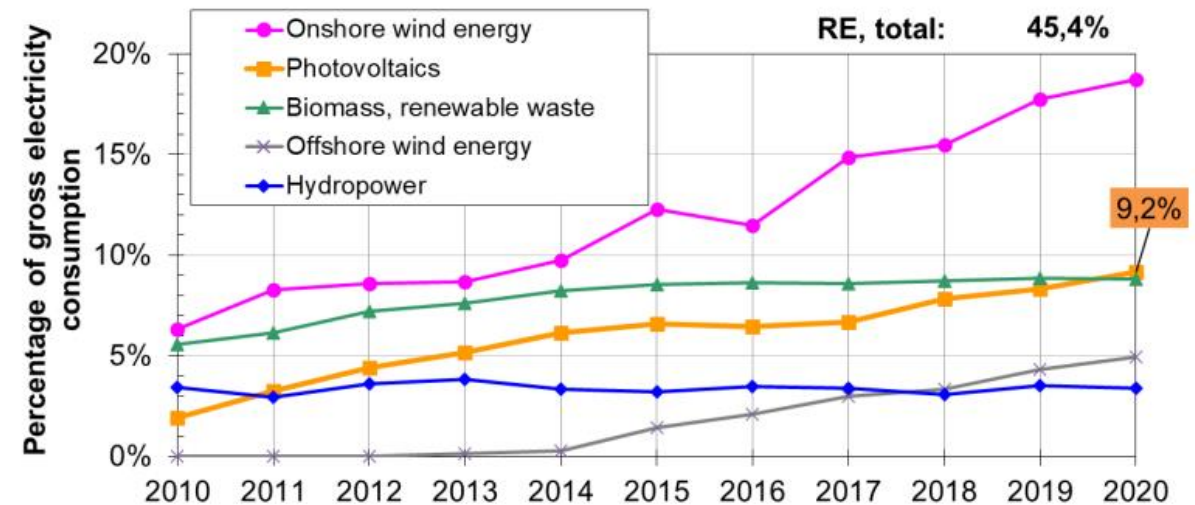
# Przemysł fotowoltaiczny



# Przemysł fotowoltaiczny

Niemcy są jednym z najbardziej rozwiniętych rynków fotowoltaicznych. Według SolarPower Europe oczekuje się, że Niemcy pozostaną wśród 5 największych światowych rynków fotowoltaicznych przez ponad następne cztery lata. Segmenty zużycia własnego są siłą napędową przyszłego rynku fotowoltaicznego w Niemczech.

- W 2019 r. w nowe instalacje fotowoltaiczne w Niemczech zainwestowano 2,1 mld euro. (BmWi 2020)
- Niemiecki przemysł fotowoltaiczny zatrudniał w 2019 r. około 38000 osób (BSW 2020).
- Będąc jednym ze światowych liderów wysokiej jakości modułów fotowoltaicznych, falowników i sprzętu produkcyjnego, niemiecki przemysł sprzętu fotowoltaicznego osiągnął w 2019 r. kontyngent eksportowy wynoszący około 92% (VDMA 2018)



Procentowy udział energii odnawialnej w zużyciu energii elektrycznej netto dla Niemiec

# Rynek fotowoltaiczny

Od 1 stycznia 2023 r. przy zakupie systemu fotowoltaicznego i związanego z nim urządzenia do magazynowania energii elektrycznej z reguły nie jest już należny podatek VAT. Za systemy fotowoltaiczne płacimy obecnie 0 zamiast dotychczasowych 19 proc. VAT, kwota netto i brutto na fakturze są identyczne. Z prawnego punktu widzenia jest to tzw. zerowa stawka podatkowa, dla osoby fizycznej jest to traktowane jako zwolnienie podatkowe.

Fakt, że 0-procentowy podatek VAT dotyczy produktu, który faktycznie podlega opodatkowaniu, jest czymś wyjątkowym. Umożliwia to unijna dyrektywa z kwietnia 2022 r., która pozwala jej państwom członkowskim na zniesienie podatku VAT na niektóre, politycznie pożądane produkty – m.in.

„Dostawa i montaż paneli słonecznych na i w pobliżu prywatnych mieszkań, mieszkań oraz budynków publicznych i innych wykorzystywanych do działalności użyteczności publicznej”.

- Roczna ustawa podatkowa 2022 (JStG 2022) została przyjęta przez Bundestag 2 grudnia 2022 r. w wersji rekomendowanej przez Komisję Finansów. Rada Federalna zatwierdziła 16 grudnia 2022 r. Ustawa stała się prawem 20 grudnia 2022 r.

# Rynek fotowoltaiczny

Nowa zasada obowiązuje od 2023 roku na dostawę i montaż (montaż) instalacji fotowoltaicznej wraz ze wszystkimi komponentami. Obejmuje to również powiązany magazyn baterii , nawet jeśli jest on wyposażony w istniejący system fotowoltaiczny. Aby odstąpić od podatku VAT, należy spełnić poniższe wymagania :

- System fotowoltaiczny montowany jest na dachu budynku mieszkalnego lub w jego bezpośrednim sąsiedztwie (m.in. wiaty garażowe, garaże czy stodoła). Uwzględniono również budynki publiczne i inne, które służą dobru wspólnemu.
- Jeśli moc wyjściowa systemu zgodnie z rejestrem danych podstawowych rynku wynosi maksymalnie 30 kWp (kilowat szczytowy, jest to jednostka miary mocy szczytowej systemu PV), wymaganie jest zawsze automatycznie spełnione. UWAGA - Wbrew brzmieniu ustawy Federalne Ministerstwo Finansów stoi na stanowisku, że instalacje fotowoltaiczne na terenach mieszkalnych lub w ich pobliżu są zawsze faworyzowane (tzn. obowiązuje zerowa stawka podatkowa). W związku z tym nie ma podatku VAT od fotowoltaiki, jeśli jej moc wyjściowa przekracza 30 kW (szczytowa), na przykład w budynkach mieszkalnych.
- Dana osoba jest operatorem systemu PV, i faktura zostanie wystawiona na dane operatora

# Kanały dystrybucji i instytucje wspierające

Czynniki mające znaczenie przy wyborze partnerów gospodarczych:

- zobowiązania długoterminowe,
- długa obecność na rynku.

Ministerstwo Gospodarki i Ochrony Klimatu



🏠 Im Alltag Eigenheim Unternehmen Kommunen Förderprogramme Service

STARTSEITE → EIGENHEIM → HEIZUNG

🔍 Heizung

## Neu ist gut, erneuerbar ist besser: sauber heizen für Konto und Klima

Der Einbau eines neuen Heizkessels bringt Sie in puncto Energiesparen schon weit nach vorne. Er ist aber mit Blick auf die Klimabilanz nur die zweitbeste Wahl. Besser – nämlich effizient und gleichzeitig besonders umweltfreundlich heizt es sich mit erneuerbaren Energien, zum Beispiel Sonne, Biomasse oder Erdwärme.



# Energia słoneczna

Producenci muszą przestrzegać norm „klasy bezpieczeństwa II”, które poświadczają bezpieczeństwo elektryczne modułów fotowoltaicznych. Certyfikaty na kwalifikacje projektowe i homologację typu (EN 61215 i EN 61464) stały się podstawą branży, mimo że nie są wymagane przez prawo

Klienci korzystający z akumulatorów cenią jednak produkty zgodne z określonymi wytycznymi dotyczącymi bezpieczeństwa, takie jak „Wytyczne bezpieczeństwa dla domowych systemów magazynowania litowo-jonowego opracowane przez German Energy Storage Association

DEUTSCH | ENGLISH | IMPRESSUM | DATENSCHUTZ | |

HOME TECHNOLOGIEN PUBLIKATIONEN VERBAND MITGLIEDSCHAFT PRESSE KONTAKT

ENGLISH

**CONTRIBUTE YOUR ENERGY TO STORAGE.** Join the leading association focused on energy storage.

**BVES**  
BUNDESVERBAND ENERGIESPEICHER

The German Energy Storage Association

The Bundesverband Energiespeicher (BVES) [German Energy Storage Association] represents the interests of companies from the most diverse sectors, which have the common goal of development and marketing as well as the operation of energy storage in the areas of electricity, heat and mobility.

Transforming our energy system is one of the biggest global challenges of our times. The efficient and economical use of renewable energies is crucial for conserving our environment and the success of our economy. The basis for this is the development of energy storage technology that enables a transition away from a fossil fuel based energy infrastructure. As the German Energy Storage Association, our objective is to unite and promote all industry players under one banner. Members of the association include companies from all sectors related to energy storage, such as technology manufacturers, project developers, system integrators, consulting firms, research institutions and other market leaders in the cleantech sector.

We represent the interests of our members in political decisions and support them by using targeted public relations strategies. We promote the coordination of joint research and development in the utilization and application of energy storage devices.

**CONTACT**

For further information do not hesitate to contact us!

Bundesverband Energiespeicher e.V.  
Oranienburger Straße 15  
10178 Berlin  
Tel.: 030 54610 - 630  
info@bves.de

**SAFETY GUIDELINES FOR HOME STORAGE SYSTEMS:**

This document defines the security requirements for safe battery storage systems based on Li-Ion technology. It was prepared by BVES in collaboration with other political associations.

[BVES-Logo](#)

<https://www.bves.de>

# Sektor spożywczy

---



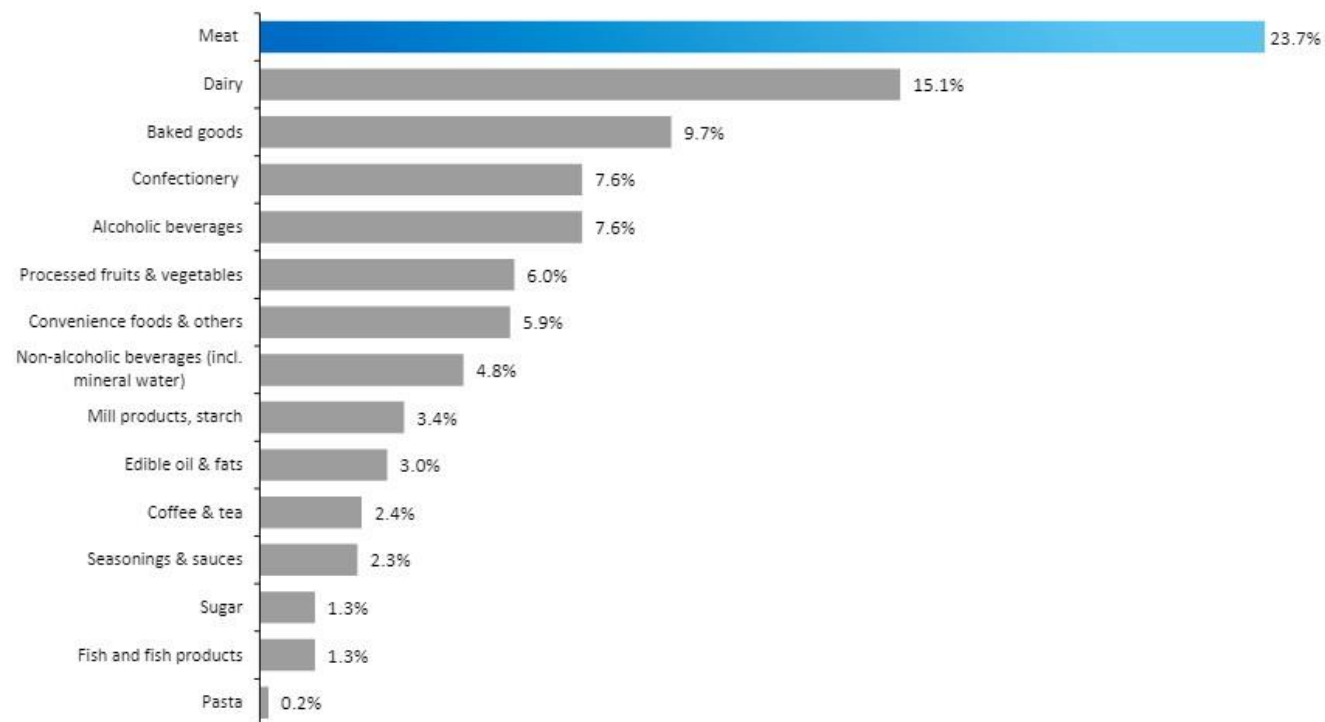
# Sektor spożywczy

- Niemcy, z około **83 milionami mieszkańców**, stanowią bardzo atrakcyjny rynek dla krajowych i międzynarodowych produktów żywnościowych i napojów.
- Niemcy są **największym producentem żywności w Europie**, a przemysł spożywczy i napojów jest czwartym co do wielkości sektorem przemysłu w Niemczech.
- Branżę tę najlepiej charakteryzuje **sektor małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) składający się z ponad 6000 firm**, które w 2019 r. wygenerowały wartość produkcji wynoszącą około 188 mld EUR.
- Eksport przetworzonej żywności i towarów rolnych wygenerował w 2019 roku sprzedaż w wysokości 71,5 mld EUR, co czyni Niemcy trzecim co do wielkości eksporterem żywności i napojów na świecie.
- Największe podsegmenty sektorowe w 2019 roku: Mięso (23,7%), Mleczarstwo (15,1%), Pieczywo (9,7%) oraz Cukiernictwo i Piekarnictwo długookresowe (7,6%).
- W Niemczech działają największe krajowe i międzynarodowe firmy, takie jak Dr. Oetker Group, Südzucker, Arla, Mondelez Deutschland, Nestlé, Carill i wiele innych.



# Wartość produkcji w niemieckim sektorze Żywności & Napojów wg poszczególnych segmentów -2018

## Production Value of the German Food & Beverage Industry by Segment 2018 (in percent)



Source: Federation of German Food and Drink Industries, Annual Report 2018/2019

© Germany Trade & Invest Źródło : <https://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/Industries/Consumer-industries/food-beverages.html>

# Sektor spożywczy

Udział podmiotów w sprzedaży na rynku niemieckim

## TOP 10 Deutsche Lebensmittelhändler



Quelle: Nielsen Tradedimensions

© Situationsbericht 2020-Gr15-5

# Sektor spożywczy

Company	Distribution Channel	Type	Gross Sales 2017 in EUR billion	Number of Stores
Edeka	Edeka, E-Neukauf, etc	Supermarket	29,4	6200
Schwarz Group	Lidl	Discounter	23,5	3219
Rewe Group	Rewe, Rewe City	Supermarket	23,3	4280
Aldi	Aldi Süd	Discounter	17,0	1890
Schwarz Group	Kaufland	Hypermarket	15,5	660
Edeka	Netto Markendiscount	Discounter	14,4	4218
Aldi	Aldi Nord	Discounter	13,5	2250
Metro	Real	Hypermarket	8,4	282
Rewe Group	Penny	Discounter	8,2	2160
dm	dm	Drugstore	7,8	1892
<b>Total Top 10</b>			<b>160,8</b>	<b>27051</b>

Źródło zdjęci: <https://www.gtai.de/resource/blob/64004/e80f4dd7ccd691158b0ee2bc10f8cd6c/industry-overview-food-beverage-industry-en-data.pdf>

# Wygoda (Convenience) jako największa siła napędowa innowacji na rynku spożywczym.

Zaopatrzenie w żywność w Niemczech obejmuje ponad 170.000 produktów. Co roku ponad 40.000 nowych produktów poszerza asortyment i tworzy nowe segmenty rynku. Tylko około 13 000 z nich przetrwało dłużej niż dwa lata, reszta ustępuje miejsca nowym trendom.

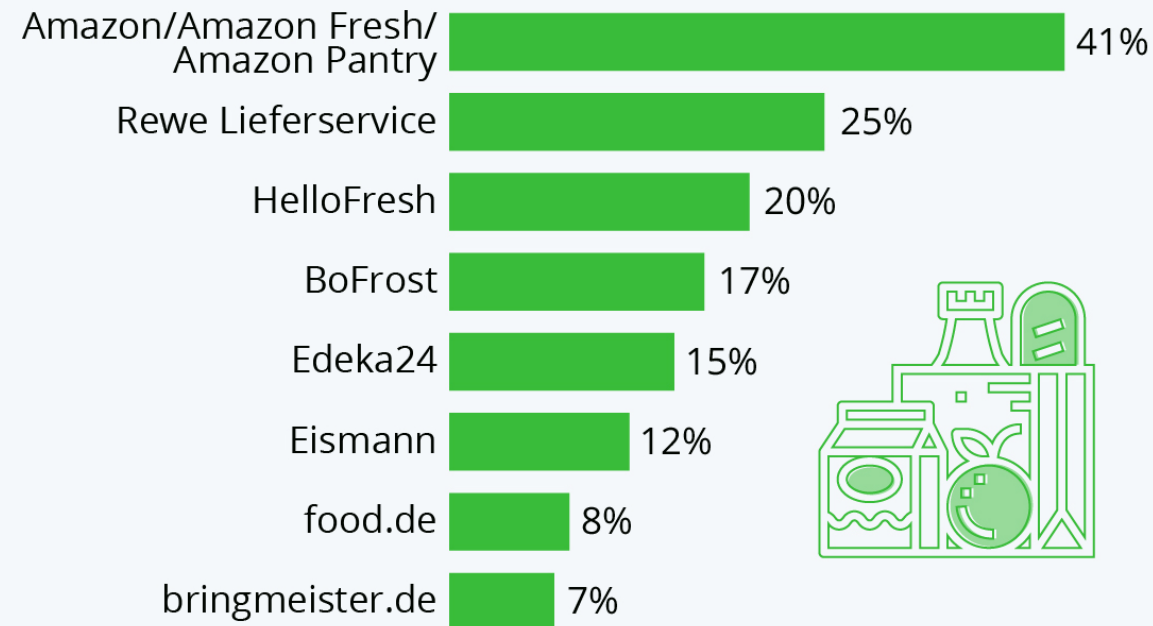
**Produkty gotowe**, są najważniejszym motorem innowacji (**83,5%** nowych produktów na rynku niemieckim).

Drugie i trzecie miejsce wśród czynników stymulujących innowacje zajmują atrybuty zdrowego żywienia i żywienia motywowanego zrównoważonym rozwojem. Obecnie nowe produkty zazwyczaj łączą w sobie więcej niż tylko jedną z tych cech.

**Wzrost sprzedaży żywności drogą on-line.**

# Wo die Deutschen Lebensmittel online bestellen

Anteil der Befragten, die in den letzten 12 Monaten Lebensmittel von folgenden Anbietern online bestellt haben



Basis: 666 Befragte in Deutschland

Quelle: Statista Global Consumer Survey 2020



statista

REWE Märkte & Angebote Online bestellen Rezepte & Ernährung

Suche

Aktionen PAYBACK Marken Services Nachhaltigkeit Fotos, Reisen & mehr

REWE.de > Service > Lebensmittel Lieferservice

# Der REWE Lieferservice

Amazon Fresh

Hallo, Anmelden Konto und Listen Warenrücksendungen und Bestellungen

Alle Lebensmittel & Getränke Bestseller Amazon Basics Neuerscheinungen Prime Angebote Kundenservice Bücher Küche, Haushalt & Wohnen Elektronik & Foto Coupons Mode Odkryj Amazon p

Amazon Fresh ist an diesem Ort nicht verfügbar. Wählen Sie eine andere Adresse, um Ihren Einkauf von Amazon Fresh-Produkten fortzusetzen.

fresh Letzte Einkäufe Angebote Frisch & gekühlt Tiefkühl Speisekammer Getränke Drogerie Elektronik & mehr Lokale Lieblinge

## Über Amazon Fresh - Lebensmittel & mehr online bestellen

**Ihr kompletter Einkauf**  
geliefert nach Wunsch

**Entdecken**  
Sie eine große Auswahl an  
Frischeprodukten sowie Artikel  
für den täglichen Bedarf



# Dostęp do rynku

- **BEZPIECZEŃSTWO ŻYWNOŚCI** - ramy prawne w zakresie bezpieczeństwa żywności zostały ustanowione przez Unię Europejską/ Europejski Urząd ds. Bezpieczeństwa Żywności odgrywa kluczową rolę w ocenie ryzyka związanego z żywnością. Unijne regulacje mają zastosowanie m.in. w zakresie znakowania żywności, jej składu, żywności modyfikowanej genetycznie.
- Firmy handlujące żywnością pochodzenia zwierzęcego z jednego kraju Unii Europejskiej do innego potrzebują specjalnego zezwolenia, które jest wydawane przez **Federalną Agencję ds. Rolnictwa i Żywności** (BLE).

## Opakowanie produktu

- Producenci eksportujący żywność powinni mieć świadomość, że **opakowanie produktu jest bardzo ważne dla niemieckich konsumentów**, chodzi **nie tylko o walory estetyczne, ale również o wysoką świadomość ekologiczną**.
- Producenci, importerzy, dystrybutorzy i sprzedawcy detaliczni - konieczność zapewnienia zgodności ich opakowań z właściwymi przepisami UE oraz przepisami krajowymi w Niemczech w zakresie recyklingu i utylizacji.
- Szczególne obowiązki producentów napojów w jednorazowych opakowaniach zwrotnych. Konieczność rejestracji w systemie **DPG (Deutsche Pfandsystem GmbH)** na stronie <http://www.dpg-pfandsystem.de>.

# TRENDY KONSUMENCKIE W SEKTORZE SPOŻYWCZYM

- Na ostatnie **trendy konsumenckie** wpłynęło przede wszystkim wiele daleko idących zmian w społeczeństwie. Starzejąca się populacja napędza popyt na **produkty zdrowotne i wellness**, a także żywnościowe produkty funkcjonalne mające na celu **zapobieganie chorobom**, w tym cukrzycy, wysokiemu ciśnieniu krwi i cholesterolowi, lub ich przewyciężanie.
- Dwie trzecie wszystkich Niemców dostrzega bezpośredni związek pomiędzy odżywianiem i zdrowiem.



# PRODUKTY EKOLOGICZNE

- Handel specjalistyczny z produktami ekologicznymi w 2021 roku nadal dynamicznie się rozwijał głównie ze względu na pandemię COVID-19 - właściciele sklepów osiągnęli wzrost o 16,4 %. Sprzedaż produktów ekologicznych ze sklepów ekologicznych do zwykłych supermarketów i sklepów internetowych wzrosła ogółem do 22 %, przy czym szczególnie dużym zainteresowaniem cieszyli się sprzedawcy bezpośredni z ofertami boxów subskrypcyjnych.



## Unser Angebot



Wir machen Ihnen das Einkaufen leicht: Die **abokiste** bringt Ihnen Geschmack und Frische aus der Region.

### **Individuell bestellen oder überraschen lassen**

Sie können uns einfach mal ausprobieren. Wenn Sie möchten, kann daraus ein Abo werden. Günstig und abwechslungsreich sind zum Beispiel unsere **Überraschungs-Abos** mit Obst und Gemüse der Saison, die wir für Sie zusammenstellen.

### **Einmalige individuelle Bestellung**

Wählen Sie aus unserem reichhaltigen Sortiment Ihre Lebensmittel und Wunschprodukte aus. Diese Auswahl liefern wir Ihnen einmalig an die gewünschte Adresse in unserem Liefergebiet.

# Rynek ekologiczny

wzrósł do łącznej wartości 15,99 miliardów euro w roku 2021. Oznacza to, że Niemcy zainwestowali o 23 % więcej pieniędzy w ekologiczną żywność i napoje niż w 2021 r.

Rynek ekologiczny wzrósł około dwa razy bardziej niż rynek żywności jako całość, ponieważ ludzie gotowali i jedli więcej w domu w czasach pandemii i wybierali zdrową, przyjazną dla środowiska i zwierząt żywność. Udział żywności ekologicznej w rynku żywności wzrósł do poziomu 6,4 %.



**BÖLW** Der deutsche Bio-Spitzenverband  
Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft



/umsatz-bio-2020/

# PRODUKTY EKOLOGICZNE



## BÖLW

jest organizacją patronacką sektora ekologicznego i zrzeka pod jednym dachem 14 stowarzyszeń członkowskich - cały łańcuch wartości przemysłu żywności ekologicznej, od rolnictwa po przetwórstwo i handel.



# Kanały dystrybucji – rynek spożywczy

---

**Zakupy dokonywane od centralnych importerów/dystrybutorów** specjalizujących się w imporcie określonych grup produktów (żywności, napojów).

**Wyspecjalizowani importerzy** posiadają dogłębną wiedzę w zakresie niezbędnych certyfikatów, etykietowania, pakowania, magazynowania aż po dystrybucję produktu.

Dla zagranicznego eksportera wskazana jest **współpraca z lokalnym przedstawicielem** -co do zasady gwarantuje to udaną sprzedaż swoich produktów na rynku niemieckim.

Handel detaliczny jest zdominowany przez **dużych detalistów**, (m.in. Lidl, Aldi, Netto) –obejmują one prawie 75% rynku.

Większość sprzedawców detalicznych opiera się na **wyspecjalizowanych dystrybutorach/ hurtownikach**.

**W niewielu przypadkach** sprzedawcy detaliczni zamawiają towar bezpośrednio od zagranicznego producenta.

**Udział w różnych targach** spożywczych odbywających się w Niemczech. Targi jak ANUGA, Zielony Tydzień lub BioFach w Niemczech cieszą się wyjątkową renomą wśród ekspertów z branży na całym świecie. Uczestnictwo w tych imprezach ułatwia bezpośredni kontakt z niemieckimi dystrybutorami żywności, importerami i hurtownikami.

# Wsparcie instytucjonalne

- **Federalny Związek Niemieckiego Przemysłu Spożywczego (BVE)**

Jest to jeden z pierwszych przystanków dla zagranicznych firm poszukujących informacji i kontaktów w niemieckim przemyśle spożywczym. Głównym zadaniem BVE jest reprezentowanie interesów swoich członków, zarówno na poziomie krajowym i międzynarodowym.

<http://www.bve-online.de/>

- **Federalny Urząd Ochrony Konsumentów i Bezpieczeństwa Żywności (BVL)** Wykonywanie różnych zadań w dziedzinie bezpieczeństwa żywności. <http://www.bvl.bund.de/>

- **Federalny Związek Niemieckiego Handlu Hurtowego i Zagranicznego (BGA)**

Stowarzyszenie, które składa się z 28 regionalnych stowarzyszeń pracodawców i 51 stowarzyszeń branżowych. Celem organizacji jest m.in. dochodzenie interesów swoich członków „vis-a-vis” Bundestagu, niemieckiego rządu i odpowiednich ministerstw.

<http://www.bga.de/>

- **German Sweets e.V. (Niemieckie Stowarzyszenie Przemysłu Cukierniczego)** jest zaangażowanym partnerem eksportowym niemieckiego przemysłu cukierniczego. Organizacja, założona w 1977 roku, liczy obecnie około 100 firm z branży produkcji słodczy.

<https://www.germansweets.de/>







[START](#) > [THEMEN](#)

[DRUCKEN](#)

## Themen

- › **Die Ernährungsindustrie**
- › SOgesehen
- › Daten & Fakten
- › Absatzmärkte
- › Logistik
- › Europapolitik
- › **Nachschub fürs Regal**
- › Digitalisierung
- › **Wettbewerb & Recht**
- › Außenwirtschaft
- › Verbraucher

## Die Ernährungsindustrie

Die Ernährungsindustrie ist mit einem jährlichen Umsatz von 185 Mrd. der viertgrößte Industriezweig Deutschlands. Über 610.000 Beschäftigte in 6.100 Betrieben versorgen die Verbraucher mit hochwertigen und preiswerten Lebensmitteln. Dabei ist die Branche klein- und mittelständisch geprägt: 90 Prozent der Unternehmen der deutschen Ernährungsindustrie gehören dem Mittelstand an. Die Exportquote von 33 Prozent zeigt, dass Kunden auf der ganzen Welt die Qualität deutscher Lebensmittel schätzen.



### Die Gastro-Branche feierte ihr Wiedersehen auf der INTERNORGA

Nach über zwei Jahren Pause konnte die INTERNORGA endlich wieder die Gastronomie-Branche in Hamburg vereinen. An 5 Tagen präsentierten 950 ausstellende Unternehmen, Newcomer und Experten jede Menge Innovationen, Trends und Lösungen rund um den Außer-Haus-Markt.

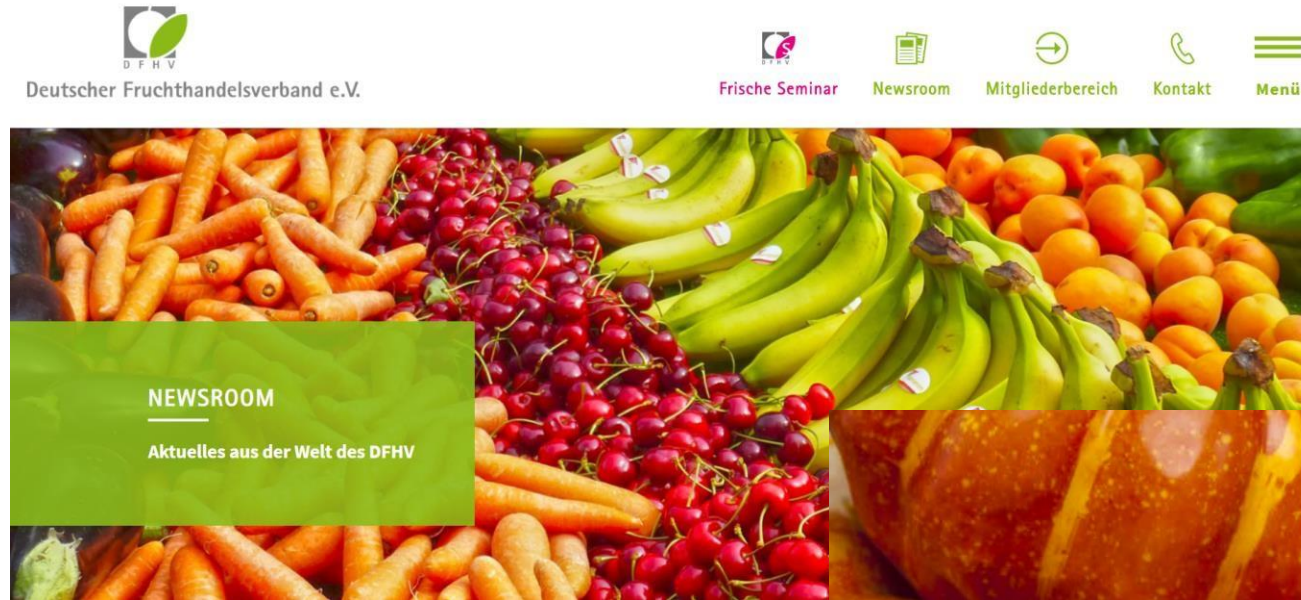
## Infothek



**BVE-Jahresbericht 2021**  
LEISTUNGSFÄHIGKEIT AUCH  
IN DER KRISE BEWIESEN  
2020 ist sicherlich ein Jahr,  
das in einschneidender

› [alle Publikationen](#)

# DFHV - Niemieckie Stowarzyszenie Handlu Owocami







Informacje o różnych targach branżowych, które odbędą się w Niemczech można znaleźć w bazie danych Stowarzyszenia Niemieckiego Przemysłu Targowego (AUMA) - <http://www.auma.de/>



Presse Messelexikon Blog Kontakt Newsletter #MesseErfolg  DE · EN · ES · FR

Ausstellen Zahlen & Fakten Forschung & Bildung Positionen Der AUMA Medien

 Weitere Meldungen laden 

## Die Wirtschaft braucht Messen! – Unternehmen erklären, warum sie auf Messen ausstellen.



„Messen sind die ideale Plattform, um mit Kunden, Interessenten und Partnern zusammenzukommen und sich auszutauschen. Besucher wollen uns live erleben, mit unseren Mitarbeitern sprechen, um zu beurteilen



„Wir brauchen Messen, weil bei allen Möglichkeiten der Digitalisierung der zwischenmenschliche Kontakt und das Erleben von Exponaten nicht ersetzbar ist. Nirgendwo sonst kann ein Besucher



# Kosmetyki/ Chemia gospodarcza

---

Niemcy to jeden z największych rynków kosmetycznych w Europie, zaraz po Francji, Wielkiej Brytanii, Włoszech i Hiszpanii.



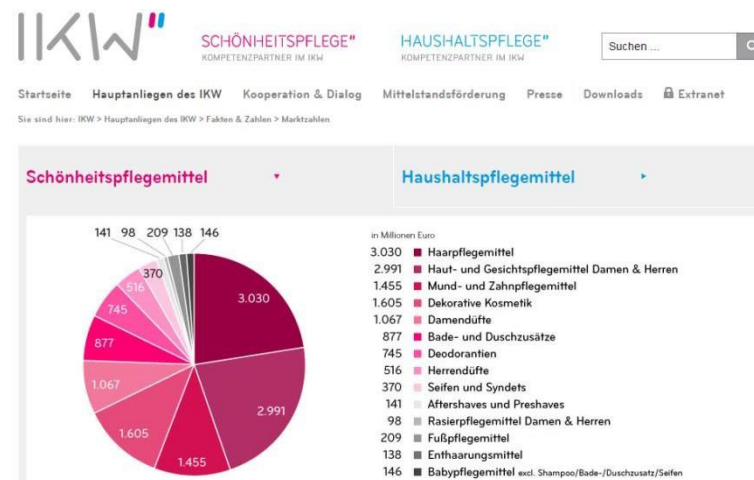
# Kanały dystrybucji i organizacje branżowe

Główne kanały dystrybucji produktów kosmetycznych

**drogerie,  
specjalistyczne sklepy,  
supermarkety i dyskonty**

Informacje na temat producentów, importerów i dystrybutorów w Niemczech można uzyskać w Niemieckiej organizacji kosmetycznej i detergentowej (IKW), która stowarzysza przedsiębiorstwa produkcyjne i handlowe z sektora kosmetycznego, z prawie 400 członkami, reprezentuje więcej niż 95 procent firm z tej branży.

<http://www.ikw.org/>



# Jahresrückblick: Schönheits- und Haushaltspflege 2020



## Ausgaben für Schönheits- und Haushaltspflege in Deutschland<sup>1</sup>

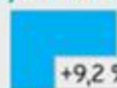
Inlandsumsatz **19,3 Mrd. €** +2,3 %\*

**14,0 Mrd. €**



Schönheitspflege

**5,2 Mrd. €**



Haushaltspflege

\* 2020 vs. Vorjahresperiode

Unverändert geben VerbraucherInnen pro Jahr durchschnittlich **169 €** für Schönheitspflege aus.

Die Ausgaben für Haushaltspflege sind um 10 % auf durchschnittlich **98 €** pro Person gestiegen.

Angaben der Pro-Kopf-Ausgaben Gesamtjahr auf Basis von GfK (Jan.–Sept. 2020)

## Die beliebtesten Tätigkeiten<sup>2</sup>...

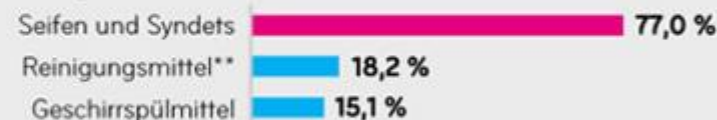
... in der Schönheitspflege:  
**Körperpflegerituale** wie Zähneputzen, Duschen und Haarewaschen



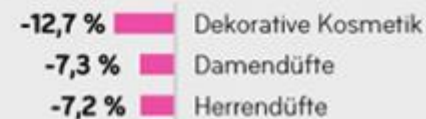
... in der Haushaltspflege:  
**Männer** bevorzugen Staubsaugen,  
**Frauen** Wäschewaschen

## In Zeiten von Corona<sup>1</sup>

### Mehr Ausgaben für:



### Weniger Ausgaben für:



Veränderung zum Vorjahr; Marktzahlen Schönheits- und Haushaltspflege

\*\* Bad-, Sanitär-, Glas-, Fenster-, Haushaltsreiniger; Rohr-, Abflussreiniger; Spezialreiniger (Ofen, Kalk, Metall); WC-Reiniger und -Steine

Während der Corona-Krise verbringen viele VerbraucherInnen **mehr Zeit mit<sup>2</sup> ...**  
... Aufräumen und Putzen.  
... der morgendlichen Dusche und dem Eincremen der Hände.

<sup>1</sup> IKW-Hochrechnung Gesamtmarkt auf Basis von GfK, IRI (jeweils Jan.–Sept. 2020) und eigenen Erhebungen; Stand: 08.12.2020

<sup>2</sup> Repräsentative Online-Umfrage von Statista im Auftrag des IKW mit 1.000 Teilnehmern aus Deutschland, 04/2020



**Informatives/Verpackung**

## Kosmetik ganz ohne Verpackung

Der Klassiker unter den unverpackten kosmetischen Produkten ist die gute alte Handwaschseife. Sie gab es zu jeder Zeit schon ohne Verpackung. Aber auch feste, seifenartige Stücke zum Duschen und Haarewaschen oder feste Deos werden heute teilweise ohne Verpackungen angeboten – meist in speziellen Unverpackt-Läden. In anderen Kosmetikkategorien findet man hingegen weniger unverpackte Produkte. Woran liegt das?



+

Wirksamkeit

ik +

+

en

**Informatives/Dekorative Kosmetik**

## Nageltrends Sommer 2022

In diesem Sommer sind der Kreativität beim Nagellack keine Grenzen gesetzt. Ob bunte Farben, sanfte natürliche Nuancen oder doch der total angesagte hellste Nagellack – DIY heißt die Devise. Das tolle

**Źródło zdjęcia:**<https://www.ikw.ora/ikw/der-ikw/fakten-zahlen/marktzahlen/#c490>

Ogółem sprzedaż krajowa w pierwszej połowie 2020 roku wzrosła o 3,9 % rok do roku do 8,1 miliarda euro. Handel zagraniczny odnotowuje spadek sprzedaży w głównych kategoriach produktów; całkowity eksport spadł o 18 procent do 4,1 miliarda euro.

## Schönheits- und Haushaltspflege: Inlandsumsatz wächst. Export geht stark zurück.

IKW

■ Schönheitspflege ■ Haushaltspflege 1. HJ 2020 gegenüber der Vorjahres-Periode



\* IKW-Schätzung Gesamtmarkt auf

Konsumenci w Niemczech wydawali średnio 84 euro na kosmetyki i produkty higieny osobistej. Szczególnie często kupowali mydła i syndety, których sprzedaż prawie się podwoiła i wzrosła o 86,4 %. Sprzedaż produktów do higieny jamy ustnej wzrosła o 5 procent.

Straty w sprzedaży zanotowały kosmetyki dekoracyjne (minus 13,8 %) oraz zapachy damskie i męskie (minus 24,8 %). Z drugiej strony wydatki kupujących na detergenty, środki czyszczące i środki czyszczące wzrosły o 12 procent do 50 euro.

Wśród tych produktów zwycięzcami sprzedaży są środki do czyszczenia powierzchni (plus 35,5%), detergenty do zmywarek (plus 16,5 %) oraz silne i uniwersalne detergenty (plus 7,5 %).







# Kosmetyki naturalne w modzie

Tylko w ciągu ostatnich dwóch lat ponad dwa miliony klientów w Niemczech wypróbowało naturalne produkty kosmetyczne

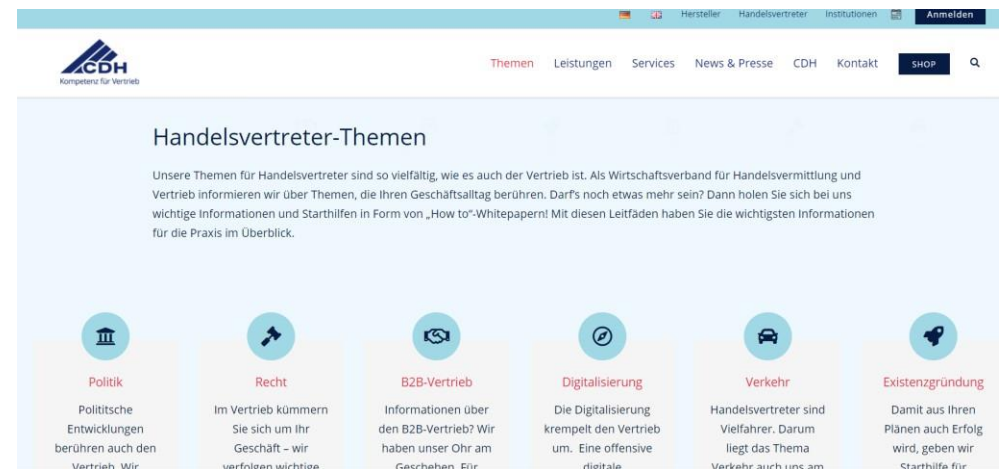
- **Niemieccy konsumenci zawsze byli fanami kosmetyków naturalnych.** Jak wynika z analiz Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), produkty były w stanie zdobyć w 2018 roku ponad milion nowych odbiorców - podobnie jak w roku poprzednim. Przyniosło to wzrost sprzedaży o 5,9 procent do prawie 1,3 miliarda euro w przypadku kontrolowanych kosmetyków organicznych i naturalnych.
- Jak ogłoszono na międzynarodowych targach kosmetyków naturalnych Vivaness w Norymberdze, segment kosmetyków naturalnych i organicznych osiągnął 9,2 procent udziału w całym rynku. Uwzględniając sprzedaż kosmetyków naturalnych (8,3 proc.), Kosmetyki zielone stanowią już 17,5 proc. Niemieckiego rynku urody i pielęgnacji ciała o wartości 13,8 mld euro - odpowiada to ok. 2,4 mld euro.

# Kanały dystrybucji

Firmy zainteresowane znalezieniem wykwalifikowanego agenta lub przedstawiciela handlowego, mogą skontaktować się z **Centralnym Zrzeszeniem Stowarzyszeń Pośrednictwa Handlowego i Zbytu (CDH)**.

Nawiązanie kontaktu z niemieckimi hurtownikami lub importerami wyspecjalizowanymi w danej branży.

<https://cdh.de/>



The screenshot shows the website of the Central Association of Trade Agents and Wholesalers (CDH). The main heading is 'Handelsvertreter-Themen'. Below the heading, there is a paragraph of text explaining the scope of their topics. At the bottom, there are six topic cards, each with an icon and a brief description:

- Politik**: Politische Entwicklungen berühren auch den Vertrieb. Wir
- Recht**: Im Vertrieb kümmern Sie sich um Ihr Geschäft – wir verfolgen wichtige
- B2B-Vertrieb**: Informationen über den B2B-Vertrieb? Wir haben unser Ohr am Geschehen. Für
- Digitalisierung**: Die Digitalisierung krempelt den Vertrieb um. Eine offensive digitale
- Verkehr**: Handelsvertreter sind Vielfahrer. Darum liegt das Thema Verkehr auch uns am
- Existenzgründung**: Damit aus Ihren Plänen auch Erfolg wird, geben wir Starthilfe für

# Sektor meblarski

---

# Niemieckie grupy zakupowe (Möbelverbände)

- Obecnie dwie trzecie niemieckiego handlu meblami (cały niemiecki rynek mebli wart jest 22-24 mld euro rocznie) realizuje kilka potężnych zrzeszeń handlowych (grup zakupowych): Garant, Begros, MZE, Alliance, EMV, VME

Niemieckie grupy zakupowe to organizacje zapewniające zrzeszonym w nich sieciom handlu meblami przede wszystkim scentralizowany zakup mebli, ale też usługi marketingowe, mające na celu podniesienie konkurencyjności oferty oraz optymalizację sprzedaży.

# Silna pozycja rynkowa dzięki fuzjom w stowarzyszeniach zakupowych

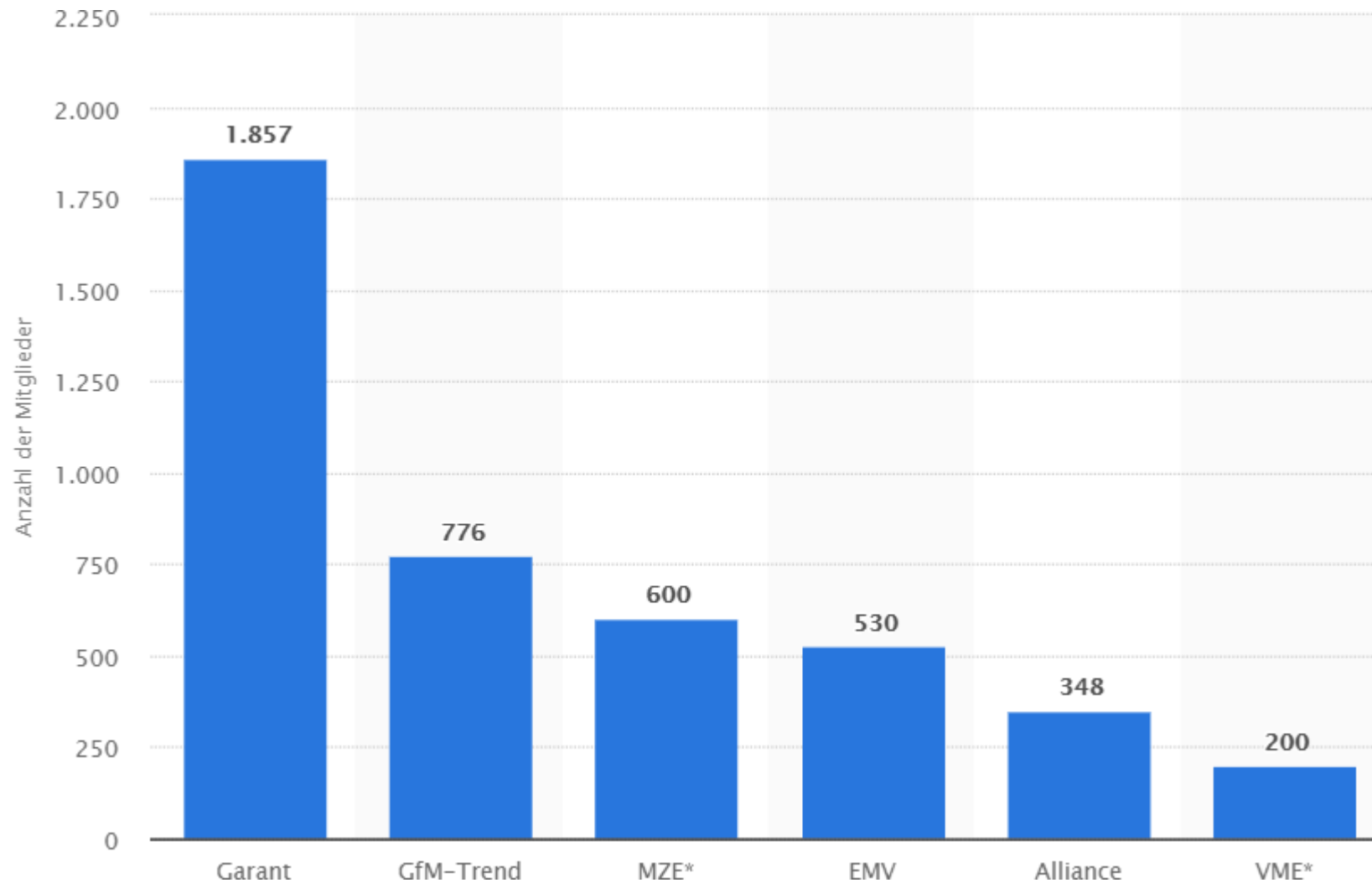
**Rynek produkcji mebli jest bardzo rozdrobniony**, co oznacza: duża liczba małych firm z rocznymi obrotami poniżej 500 000 euro kontrastuje z kilkoma dużymi producentami (roczny obrót: ponad 100 mln euro), którzy odpowiadają za około jedną trzecią całkowitej produkcji.

## **0,3% producentów generuje 36% całkowitego obrotu branży**

W rezultacie większość producentów ma niewielką siłę rynkową i może wyróżnić się na tle konkurencji jedynie dzięki produktom niszowym.

Natomiast handel detaliczny w przemyśle meblarskim zorganizował się inaczej. Drobni detaliści i wyspecjalizowane sklepy meblowe połączyły siły w stowarzyszeniach zakupowych i tym samym osiągnęły silną pozycję rynkową - również w stosunku do producentów.

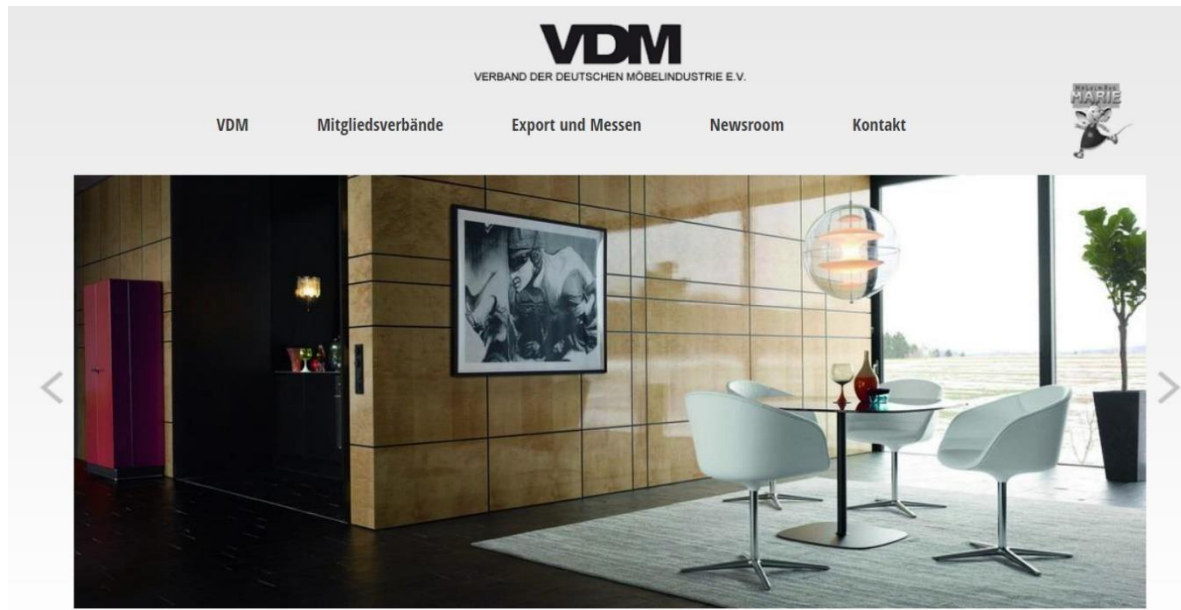
# Najsilniejsze grupy zakupowe w Niemczech



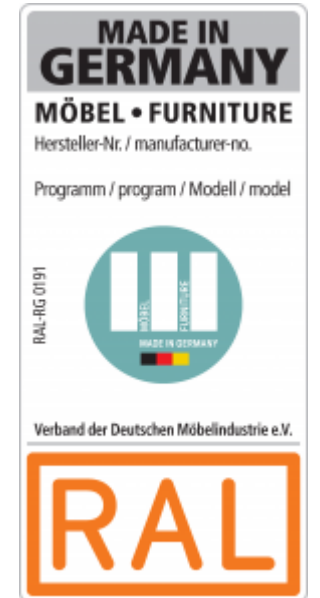


# Sektor meblarski

Organizacje branżowe  
Verband der Deutschen Möbelindustrie



1000 firm  
zatrudniających  
ponad 100 tys.  
pracowników



<http://www.moebelindustrie.de/>

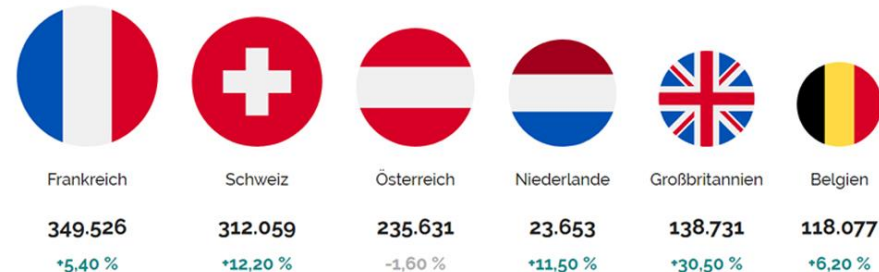
Meble "Made in Germany"

# Przemysł meblarski, silnie uzależniony od gospodarki, utrzymuje się stabilnie

- Branża spodziewa się w najbliższych latach niewielkiego, ale stabilnego wzrostu sprzedaży - producenci spodziewają się średniorocznego wzrostu o 1,2 proc., a dealerzy o 1,3 proc.
- Niemiecka branża meblarska wyraźnie zwiększyła swój eksport w pierwszym kwartale 2022 roku. Jak ustalił Federalny Urząd Statystyczny, eksport mebli wzrósł o 11,8 proc. do 2,1 mld euro w porównaniu z rokiem poprzednim.

„W trudnym środowisku rynkowym, charakteryzującym się wąskimi gardłami w dostawach, tendencjami inflacyjnymi i skutkami wojny na Ukrainie, marka »Furniture Made in Germany« dobrze się trzyma” – mówi Jan Kurth, dyrektor zarządzający stowarzyszeń meblarskich ( VDM/VHK).

Außenhandel nach Ländern Januar - März 2022 (Top 10 der Ausfuhrmärkte) in Tsd. Euro



# VDM

Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V.

# Koncentracja na rynku niemieckim - tylko jedna trzecia trafia za granicę

Większość, bo prawie 68 proc. Sprzedaży, firmy generują na rynku niemieckim. W szczególności w Niemczech sprzedawane są wysokiej jakości meble, wyroby rzemieślnicze i meble systemowe. Natomiast niedrogie meble są importowane głównie z krajów o niskich zarobkach. Na niemieckim rynku mebli eksport mebli przewyższa obecnie import o około 25 procent.

*„Niemieccy producenci nie mogą konkurować z niskimi kosztami pracy innych krajów. Skupienie się na drogim segmencie również w eksporcie ma sens”.*

# Trendy społeczne mają bezpośredni wpływ na rynek mebli

- **Styl życia** wielu ludzi w Niemczech się zmienia: większość mieszka obecnie w wielorodzinnych budynkach mieszkalnych, miasta są bardziej atrakcyjne niż życie na wsi, rośnie liczba jednoosobowych gospodarstw domowych.
- **Zmieniają się też formy pracy**, na przykład biuro domowe staje się coraz bardziej popularne. Te trendy urbanizacji, indywidualizacji i mobilności mają bezpośredni wpływ na rynek mebli. W przyszłości potrzebne będą wielofunkcyjne i elastyczne (modułowe) meble, które dostosowują się do współczesnego stylu życia i mogą być ponownie używane po przeprowadzce. Branża musi dostosować się do tych zmian.

# Konsumenci chcą zrównoważonego rozwoju – i za to płacą

- Społeczny trend w kierunku zrównoważonego życia ma również wpływ na rynek mebli.
- Wzrosła świadomość ekologiczna konsumentów, cenią oni naturalne, przyjazne dla środowiska materiały oraz zrównoważone, uczciwe metody produkcji. Są również gotowi wydać na to więcej pieniędzy.
- Jak pokazuje badanie stowarzyszenia producentów mebli, aspekt zrównoważonego rozwoju odgrywa ważną rolę dla 73 procent klientów kupujących meble.

## Główne trendy w przemyśle meblarskim podążają za nowoczesnymi wymogami społecznymi i są napędzane przez nowe technologie.



Digitalisierung

Online-Handel | Omnichannel-Konzepte | Smart-Homes



3D-Druck & VR/AR

Virtual-Reality | Augmented-Reality | 3D-Druck



Mobilität & Urbanisierung

Work-Life/Home-Office | Städte-Shift/Pendler | Mehrfamilienhäuser



Individualisierung

Self-Design | Globalisierung | Differenzierung



Gender-/Generation-Fokus

Female-Focus | Silver-Society | Young-Generation

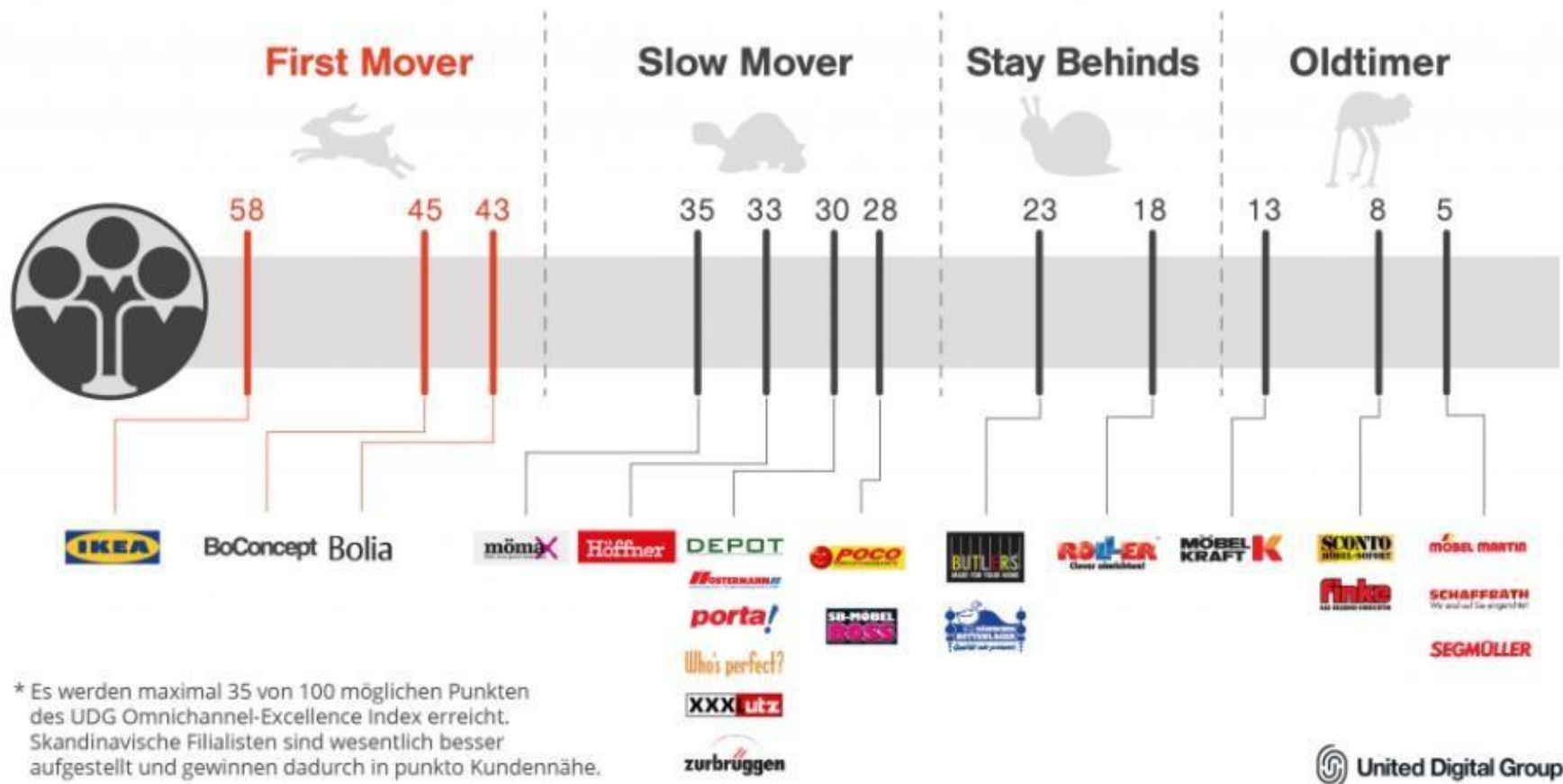


Green-Awareness

Recycling/Upcycling | Nachhaltige Produktion | Energieeffizienz

# Sektor meblarski

## Deutsche Möbelhändler hinken digital hinterher\*



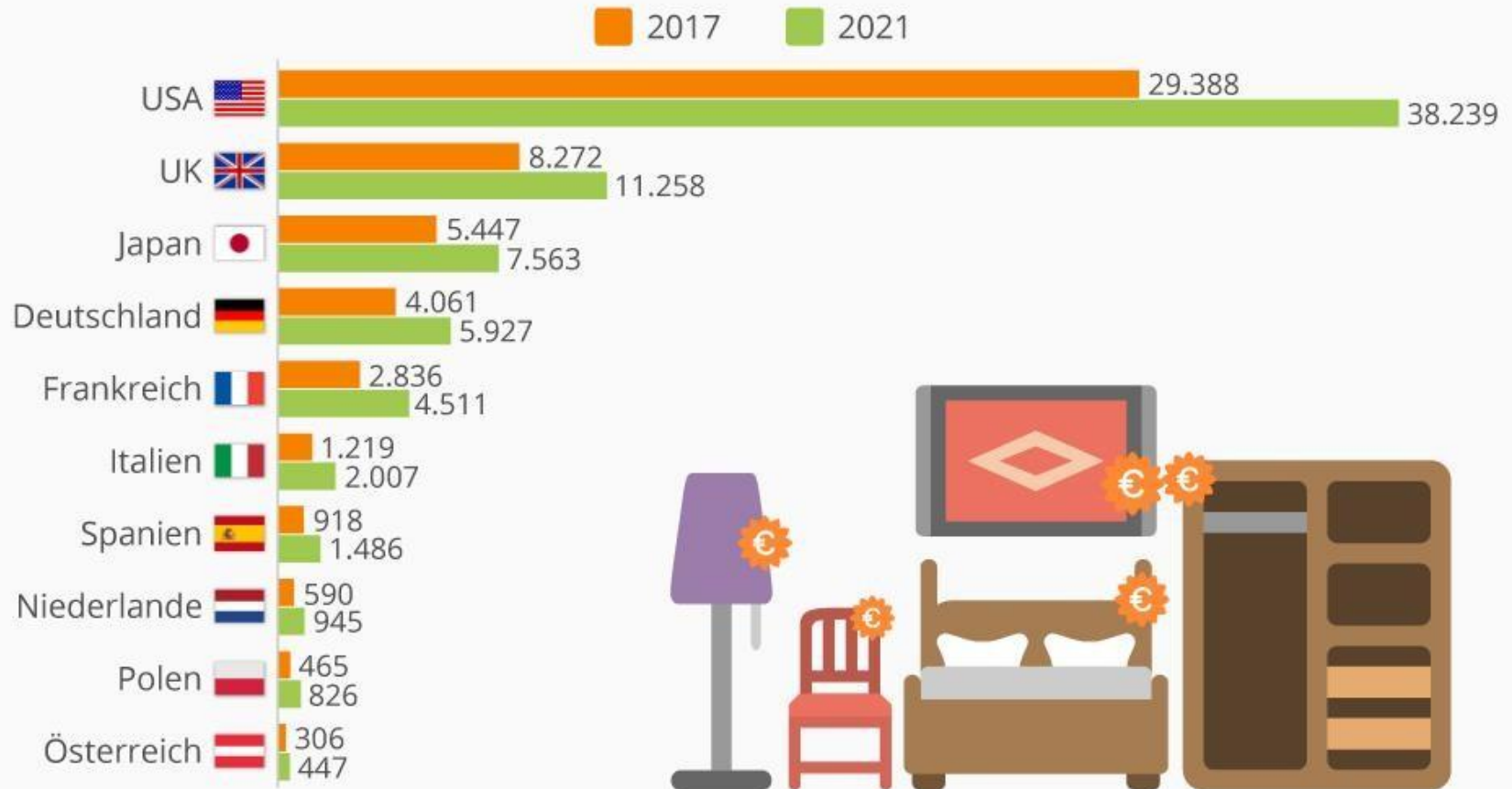
Źródło zdjęcia <https://www.udg.de/presse/studie-udg-deutsche-moebelhaendler-digitalstrategie/>



# Sprzedaż mebli online

## Möbel aus dem Netz

Prognose: Online-Umsatz (B2C) im Segment "Möbel & Haushalt" (in Mio. Euro)



@Statista.com

Quelle: Statista Digital Market Outlook

statista



# Sektor budowlany



## Branża kluczowa dla Niemiec

Branża budowlana wspierała całą gospodarkę w latach 2020 i 2021. Sumując te dwa lata, inwestycje budowlane i wartość dodana brutto w budownictwie wzrosły realnie o 3,2%, a liczba zatrudnionych w budownictwie wzrosła o 2,4%. Ogólne znaczenie gospodarcze pozostało zatem wysokie.

W 2021 r. branża budowlana miała 5,9% udziału w ogólnej wartości dodanej brutto. Dwukrotnie wyższy był udział produktu krajowego brutto przeznaczonego na inwestycje budowlane, wynoszący 11,6%. Udział budownictwa w zatrudnieniu ogółem wyniósł 5,8%.

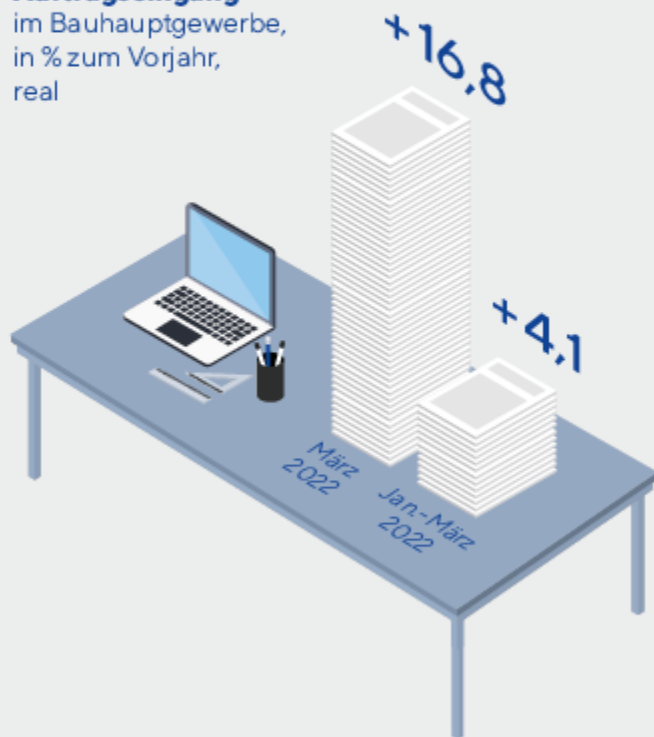
Oznacza to, że w 2021 roku budownictwo wyprzedziło tak ważne niemieckie sektory przemysłowe, jak inżynieria mechaniczna czy przemysł chemiczny, zarówno pod względem produkcji, jak i zatrudnienia. Branża budowlana pozostaje zatem kluczowym sektorem dla Niemiec.

# Baukonjunktur im März 2022

Bau profitiert von mehreren Großprojekten

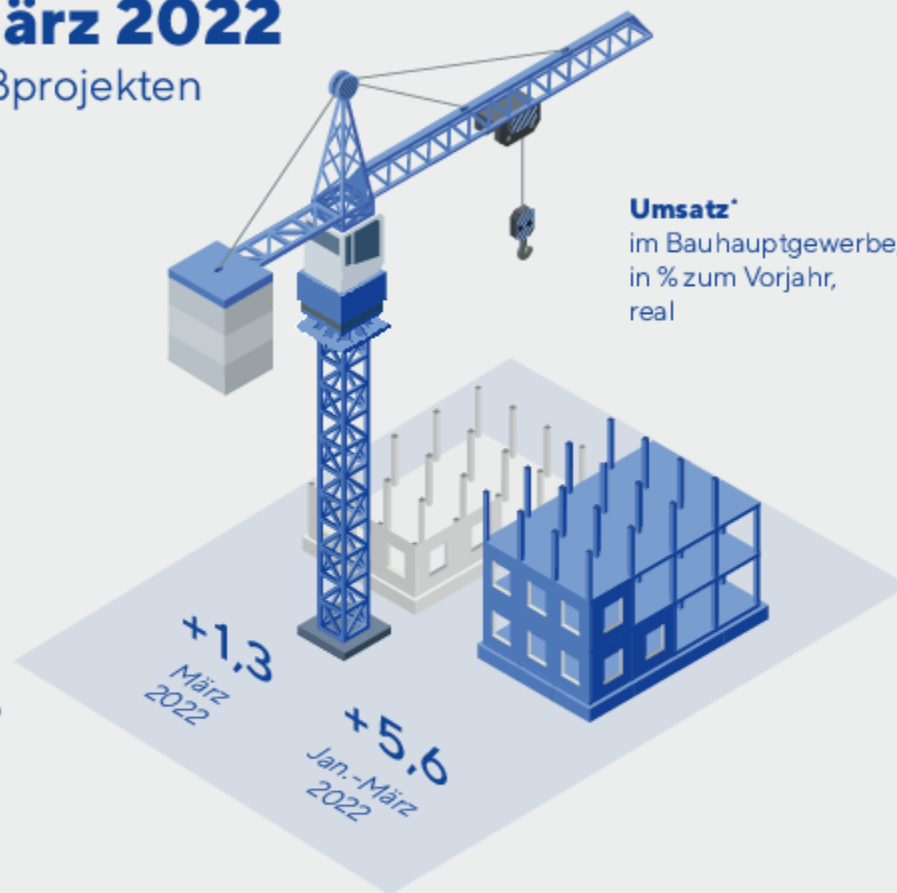
## Auftragseingang\*

im Bauhauptgewerbe,  
in % zum Vorjahr,  
real



## Umsatz\*

im Bauhauptgewerbe,  
in % zum Vorjahr,  
real



Quelle: Statistisches Bundesamt

**BAU** INDUSTRIE

\* Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten

© Hauptverband der Deutschen Bauindustrie e. V. | Stand: 25.05.2022  
Ansprechpartner: Petra Kraus, petra.kraus@bauindustrie.de

Źródło zdjęcia <https://www.bauindustrie.de/zahlen-fakten>

# Branża budowlana a wojna w Ukrainie

Ekonomiści zrewidowali swoje oczekiwania co do ogólnego wzrostu gospodarczego w Niemczech znacznie w dół; średni realny wzrost produktu krajowego brutto w 2022 r. wynosi tylko 2,2%.

Badanie przeprowadzone przez BAUINDUSTRIE wśród firm członkowskich przedstawiają stosunkowo ponury obraz:

- Jedna trzecia firm kupuje materiały budowlane z Rosji lub Ukrainy
- Dziewięć na dziesięć firm skarży się na skutki wojny dla ich firmy
- Problemy leżą głównie w braku dostępności i silnych wzrostach cen różnych materiałów budowlanych oraz zerwaniu łańcuchów logistycznych
- 80% firm postrzega te problemy jako poważne lub bardzo poważne
- 74% firm skarży się na opóźnienia w realizowanych projektach budowlanych, 35% jest dotkniętych rezygnacją

# Certyfikacja wyrobów budowlanych

## Podstawowa – CE

W przypadku Niemiec możliwa jest również dodatkowa certyfikacja wyrobu budowlanego. Jest ona fakultatywna ale czasami wymagana i dobrze widziana przez klienta. Możliwe jest uzyskanie tzw. znaku jakości RAL – jest to dobrowolny znak jakości, który można umieścić na różnego rodzaju produktach. Dysponentem przedmiotowego oznakowania jest Niemiecki Instytut Gwarancji Jakości i Oznakowania. Natomiast znak jakości RAL jest nadawany przez certyfikowane wcześniej przez NIGJiO stowarzyszenia lub organizacje.



Budowa domów z drewna, produkcja prefabrykowanych wyrobów budowlanych (elementy ścienne, stropowe i dachowe dwustronnie obłożone lub oszalowane) oraz wznoszenie domów drewnianych (montaż) w następujących typach konstrukcji: konstrukcja z paneli drewnianych/konstrukcja szkieletowa, konstrukcja szkieletowa, masywna konstrukcja drewniana i konstrukcja modułowa



Walne zgromadzenie Federalnego Stowarzyszenia Jakości ds. Recyklingu Materiałów Budowlanych (BGRB eV) podjęło daleko idącą decyzję 1 czerwca 2021 r. Dotychczasowy znak jakości **RAL dla materiałów budowlanych pochodzących z recyklingu ma zostać w przyszłości zastąpiony znakiem jakości QUBA** (Quality Assurance Secondary Building Materials GmbH).



QUALITÄTSSICHERUNG  
SEKUNDÄRBAUSTOFFE



*Qualität im Trockenbau  
hat ein Zeichen.*

Znak jakości zabudowy suchej RAL-GZ 531 świadczy o wysokiej jakości wykonania w zabudowie suchej. Oznacza również specjalne standardy projektowe oraz rzetelność, kompetencje i orientację na klienta nagrodzonych nim firm



# E-Commerce



# E-Commerce



Źródło zdjęcia: <https://www.e-commerce-magazin.de/e-commerce-branche-umsatz-in-deutschland-steigt-auf-ueber-83-milliarden-euro/>

**Prawie co trzeci kupujący online w 2020 roku miał więcej niż 60 lat.** Rok temu udział sprzedaży realizowany przez klientów w tej grupie wiekowej wynosił jeszcze mniej niż jedną czwartą. Czterech na dziesięciu klientów online kupuje obecnie na odległość częściej niż raz w tygodniu. Prawie trzech na czterech internautów stwierdziło, że chciałoby w przyszłości zamówić przez internet więcej lub za tę samą kwotę – rok temu wyraził ten zamiar tylko co drugi klient.

**Ponad 90% Niemców kupuje online przynajmniej raz w roku, a ponad jedna trzecia robi to kilka razy w tygodniu.**

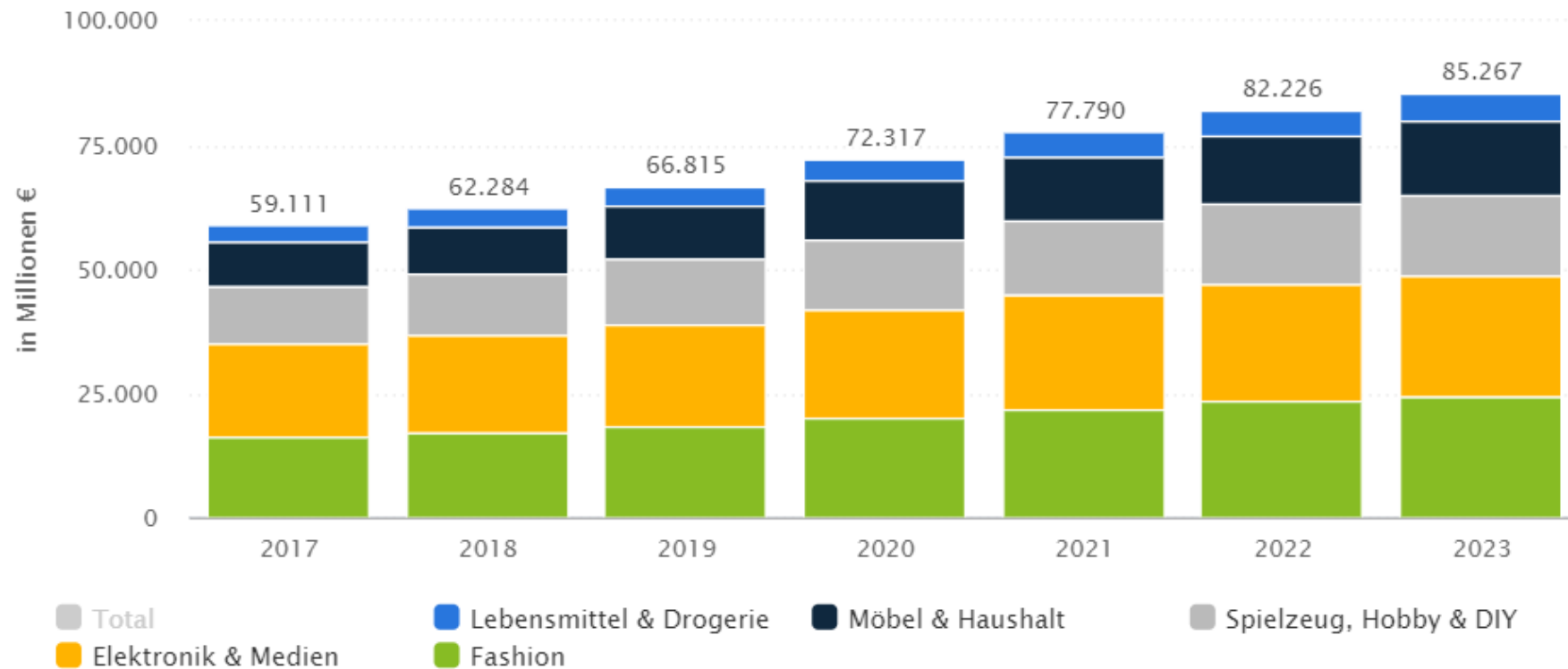


Źródło zdjęcia:



euro/

# Przychody na rynku e-commerce.



Quelle: Statista, Februar 2019

<https://de.statista.com/oi>



# Towary najczęściej kupowane w sieci



Źródło: <https://de.s>





# Metody płatności i systemy płatności w handlu online



# Metody płatności i systemy płatności w handlu online

50% zakupów dokonywanych jest przez niemieckich kupujących na międzynarodowych stronach internetowych.

To sprawia, że Niemcy są jednymi z najbardziej otwartych transgranicznych kupujących online.

Jednak pomimo tej otwartości Niemcy są jednym z najbardziej rozdrobnionych rynków pod względem metod płatności.

Metody płatności bez kart kredytowych, takie jak polecenie zapłaty SEPA, SOFORT i konto Giropay stanowią większość transakcji online. W handlu detalicznym (zwłaszcza w sektorze mody), kolejnym popularnym sposobem płatności jest płatność na podstawie faktury (rechnung).



# Płatność należna dopiero po otrzymaniu towaru

W przypadku zapłaty fakturą, zamówiony towar jest najpierw wysyłany do klienta bez dokonywania płatności z góry. Klient ma możliwość sprawdzenia kompletności i integralności zamówienia w celu rozliczenia faktury. Jeśli część towaru jest zwracana, zazwyczaj istnieje możliwość zapłaty tylko tej części kwoty faktury, która odpowiada wartości tego, co pozostaje u klienta.

The image shows two examples of online payment method selection interfaces. The top one is for Neckermann, featuring a red logo and a list of options: Rechnung, Ratenzahlung, Nachnahme, AMERICAN EXPRESS, giro pay, mastercard, PayPal, and VISA. The bottom one is for Karstadt, featuring a blue logo and a list of options: Vorkasse, Rechnung, Ratenzahlung, 0% Finanzierung, amazon payments, AMERICAN EXPRESS, giro pay, mastercard, PayPal, and VISA. A green button labeled 'Zum St' is visible on the right side of the Karstadt interface.

**Neckermann**

Bezahlmethoden: Rechnung Ratenzahlung Nachnahme AMERICAN EXPRESS giro pay mastercard PayPal VISA

**KARSTADT Karstadt**

Bezahlmethoden: Vorkasse Rechnung Ratenzahlung 0% Finanzierung amazon payments AMERICAN EXPRESS giro pay mastercard PayPal VISA

Zum St

Fundusze Europejskie Program Regionalny

Rzeczpospolita Polska

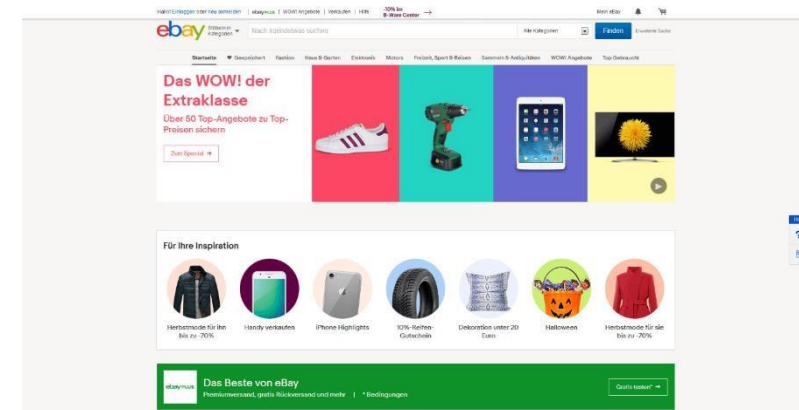
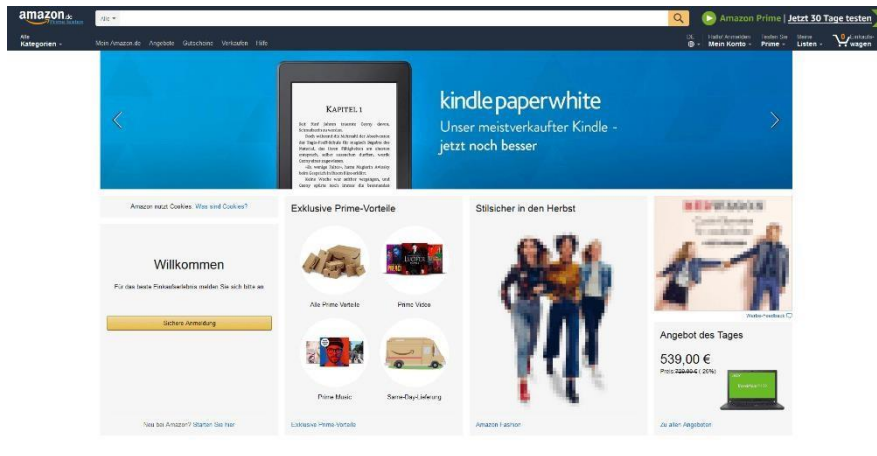
Śląskie.

Unia Europejska Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

# Online-Marktplätze

Online-Marktplätze zwane również rynkami elektronicznymi, to wielostronne platformy elektronicznie, które ułatwiają wymianę usług i towarów. Tworzą one ramy dla sprzedaży i zakupu towarów lub usług. Konkurują one z tradycyjnymi kanałami dystrybucji, takimi jak stacjonarny handel detaliczny. W handlu elektronicznym kupcy internetowi mogą zdecydować, czy sprzedawać swoje towary za pośrednictwem rynków internetowych i/lub sklepu internetowego.

## Online-Marktplätze lub Online-Shop



# Online- Marktplätze

Zasięg

Konkurencyjność

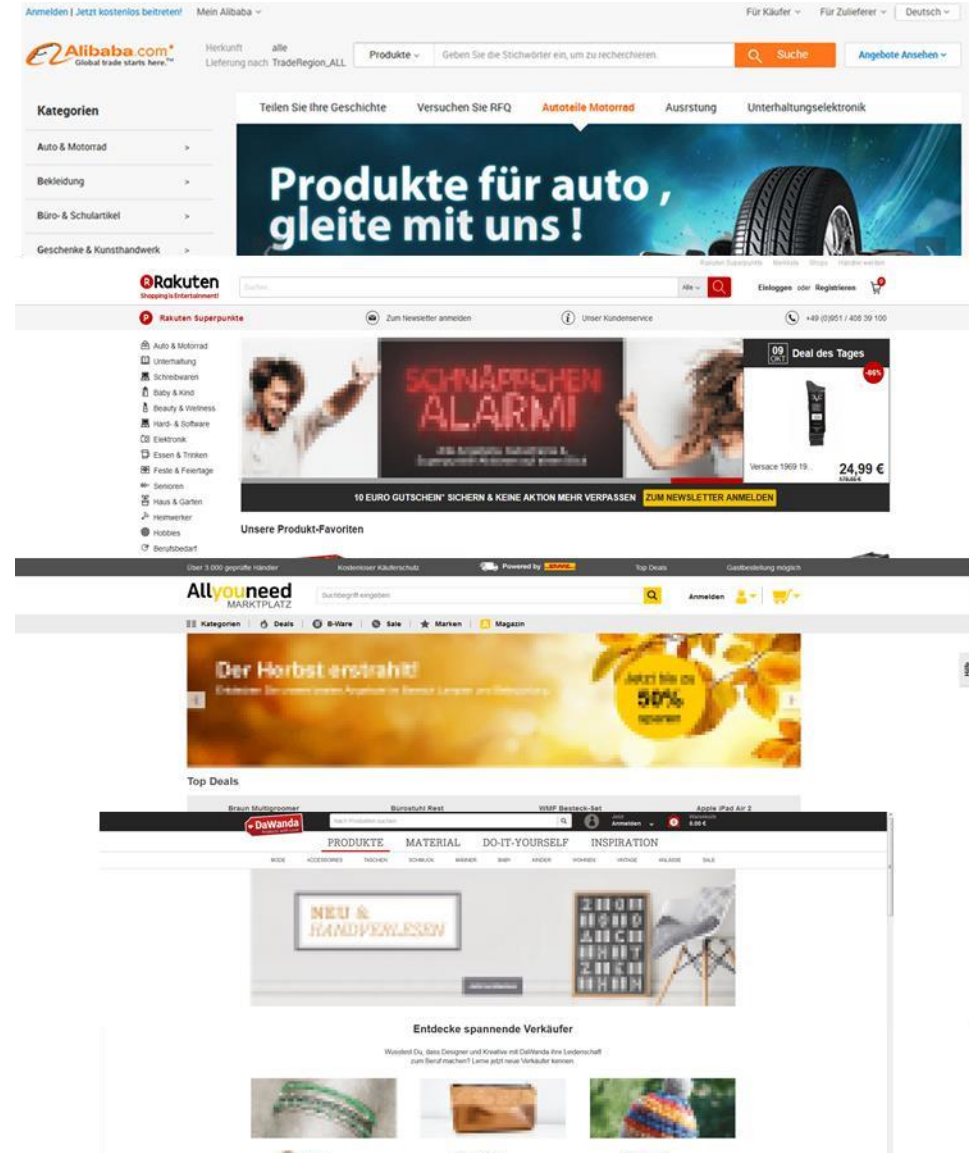
Opłata aktywacyjna

Opłata stała Prowizja

Interfejs

Zakres branżowy

Własny projekt sklepu



# Der Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh)



IMPACT OF E-COMMERCE LEISTUNGEN MITGLIEDER POLITIK #BTW21 PRESSE VERANSTALTUNGEN ÜBER UNS

## Wir vertreten den E-Commerce

stellungen

### E-COMMERCE HAT VIELE GESICHTER

<https://www.bevh.org/>

**Bevh** repräsentuje interesy branżowe wszystkich członków wobec ustawodawców, jak również instytucji politycznych i biznesowych. Ponadto do zadań stowarzyszenia należy informowanie członków o aktualnych wydarzeniach i trendach, organizowanie wzajemnej wymiany doświadczeń i udzielanie porad ekspertów

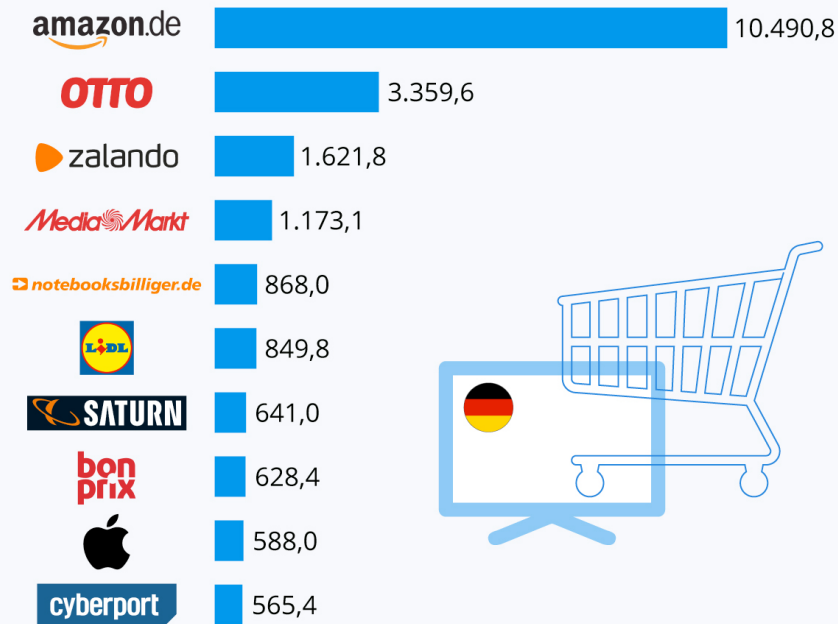




# Najwięksi gracze e-commerce według branż

## Die Top 10 Online-Shops in Deutschland

In Deutschland erwirtschaftete Umsätze 2019  
(in Mio. Euro)\*



\* Umsatzangaben beruhen auf Unternehmensinformationen und Statista-Hochrechnungen

Quelle: Statista/EHI - E-Commerce Markt Deutschland 2020

Sektor majsterkowania DIY, artykułów ogrodniczych i temu podobnych odnotował w ciągu ostatnich dziesięciu lat prawie 500 % wzrost w handlu elektronicznym - przy jednoczesnym spadku sprzedaży w klasycznej branży.



EHI Retail Institut



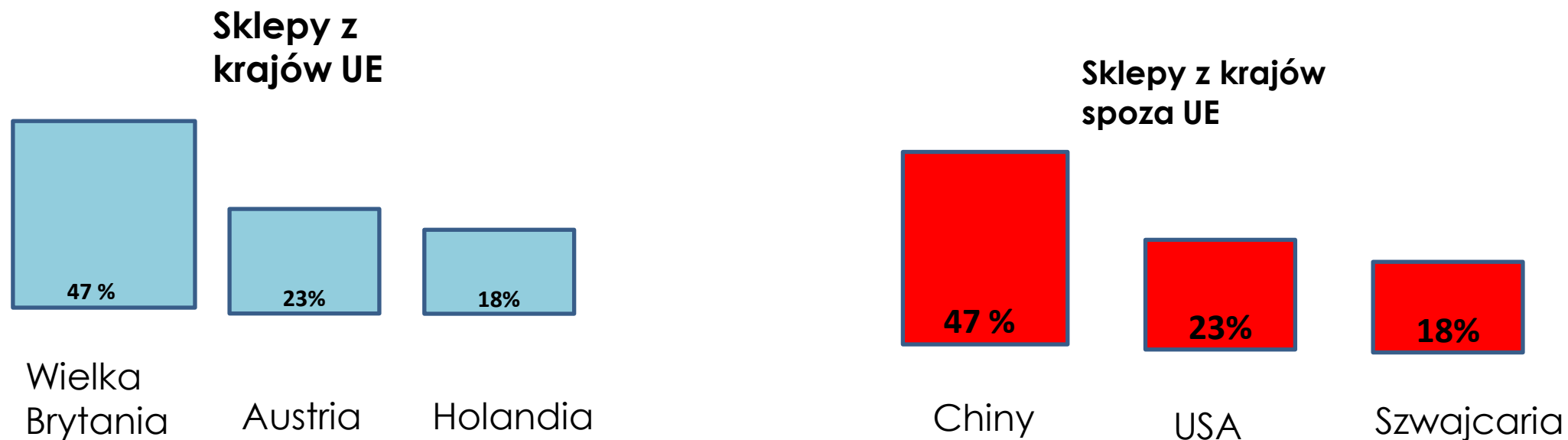
# Realizacją zamówienia online – które czynniki są istotne dla niemieckiego

## konsumenta

- Bezpłatny zwrot
- Śledzenie przesyłki
- Dostawa w określonym czasie
- Dostawa tego samego dnia
- Opcja zwrotu w sklepie
- Odbiór w sklepie



# Zakupy online w sklepach zagranicznych



Sklepy zagraniczne optymalnie dostosowują swoją obecność w sieci do niemieckich klientów lub sprzedają na niemieckich platformach sprzedaży. Tym samym kupujący pozostają w swoim

# Sklep internetowy – rynek niemiecki

**W żadnym sklepie internetowym nie może zabraknąć następujących "zapisów prawnych":**

- Impressum
- Ogólne warunki handlowe (AGB)
- Procedura rezygnacji, w tym przykładowy formularz rezygnacji
- Oświadczenie o prywatności
- Instrukcje dotyczące płatności i wysyłki

**Muszą być również dostępne następujące informacje**

- Szczegółowa wycena
- Etykiety dla określonych grup produktów (np. tekstylia, żywność, urządzenia elektryczne, tak zwane "treści cyfrowe" - pliki do pobrania, itp.)
- Konkretna data dostawy
- Odniesienie do uprawnień tytułu rękojmi
- Warunki gwarancji
- Obowiązki informacyjne wynikające z ustawy o rozstrzyganiu sporów konsumenckich (VSBG)
- Dodatkowe informacje dotyczące ofert dziennikarskich i redakcyjnych

# Sklep internetowy – rynek niemiecki

Należy przestrzegać również określonych regulacji prawnych :

- Prawa autorskie (w szczególności wykorzystanie zdjęć produktów)
- Ustawa o ochronie danych, do dnia 25 maja 2018r.:  
Wdrożenie podstawowego rozporządzenia o ochronie danych (DS-GVO) w sklepie internetowym
- Prawo ochrony osób nieletnich
- Prawo znaków towarowych

# Sklep internetowy – rynek niemiecki

## Impressum

- Jeśli ktoś prowadzi handel w Internecie, podlega tzw. obowiązkowi identyfikacji dostawcy zgodnie z § 5 Telemediengesetz (TMG), dla którego ustanowiono obowiązek umieszczania Impressum w Internecie. Impressum służy ochronie konsumenta, ponieważ klient ma być w stanie rozpoznać, z kim ma do czynienia.
- Jeśli Impressum sklepu internetowego nie spełnia wymogów prawnych, tzn. jeśli jest wadliwe lub nawet całkowicie zaginione na stronie internetowej, sprzedawca internetowy działa z naruszeniem prawa i może zostać ukarany grzywną w wysokości do 50.000 euro. Ponadto dopuszcza się on naruszenia prawa konkurencji, które prowadzi między innymi do roszczeń o zabezpieczenie roszczeń, które zazwyczaj są egzekwowane za pomocą ostrzeżeń, za które pobierana jest opłata (Abmahnung).



# Abmahnung

Prawo konkurencji reguluje w Niemczech ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (UWG). Zwykle jest to egzekwowane poprzez ostrzeżenie. Ostrzeżenia są wydawane przez zawodników lub specjalne stowarzyszenia lub kluby, które działają jako strażnicy zawodów. Za pomocą ostrzeżeń można również karać standardy ochrony konsumentów i zapobiegać naruszeniom tych przepisów.

## Co to jest ostrzeżenie?

- Z ostrzeżeniem osoba naruszająca jest proszona na piśmie przez stronę ostrzegającą o powstrzymanie się od pewnych nielegalnych zachowań.
- Osoba ostrzegana powinna złożyć, zazwyczaj wstępnie sformułowane, podlegające karze oświadczenie o zaprzestaniu działalności i zwrócić koszty ostrzeżenia adwokata. Wystawienie ostrzeżenia powinno stworzyć nieskomplikowany i niedrogi sposób eliminacji naruszeń bez konieczności zajmowania się konfliktem bezpośrednio w sądzie.
- Ostrzeżenie zwykle potępia naruszenie ostrzeżenia przed przepisami chroniącymi ostrzeżenie. Mogą to być roszczenia wynikające z prawa znaków towarowych, najczęstszym przypadkiem użycia w handlu internetowym jest naruszenie przepisów prawa konkurencji.

## **Po otrzymaniu pisma z żądaniem zaprzestania działalności masz cztery aktywne opcje działania - w zależności od danych okoliczności:**

- Można podpisać załączoną deklarację zaprzestania działalności i zapłacić związane z tym koszty upomnienia. W ten sposób sprawa zostanie zamknięta i nie będzie wymagała dalszego postępowania sądowego.
- Można nie podpisać oświadczenia o zaprzestaniu działalności i w zamian przekazać konkurentowi własnego, zmodyfikowanego oświadczenia o zaprzestaniu działalności.
- Można wnieść sprzeciw w formie oświadczenia i w ten sposób odrzucić domniemane naruszenie.
- Można przejść do ofensywy i np. wystosować kontrostrzeżenie lub negatywne działanie deklaratywne.

# Sklep internetowy – rynek niemiecki

**AGB:** Sprzedawcy internetowi nie są prawnie zobowiązani do korzystania z Ogólnych Warunków Handlowych (OWH). Jednak wymagane prawem informacje mogą być tam łatwo zapisane (np. informacja o tym, w jaki sposób umowa jest zawierana w sklepie internetowym). Ponadto ogólne warunki handlowe ułatwiają codzienną działalność gospodarczą, ponieważ wymogi prawne, które w przeciwnym razie miałyby zastosowanie, mogą zostać ograniczone na korzyść przedsiębiorcy.

**Polityka rezygnacji:** Konsumentom przysługuje ustawowe prawo do odstąpienia od umowy w przypadku sprzedaży na odległość (np. przy zakupie towarów przez Internet). Sprzedawca detaliczny musi poinformować o tym swoich klientów. Aby ułatwić firmom instruktaż swoich klientów, ustawodawca przygotował przykładowy tekst, który należy jedynie uzupełnić i umieścić w sklepie internetowym.

**Oświadczenie o ochronie danych:** Ustawa o ochronie danych ma na celu zapewnienie, że osoby odwiedzające sklep internetowy zachowają kontrolę nad swoimi danymi osobowymi. Nowe wymogi, takie jak oświadczenie o ochronie danych zawarte są w DS-GVO, które weszło w życie w dniu 25 maja 2018 r. Handlowcy internetowi muszą w oświadczeniu o ochronie danych osobowych poinformować swoich klientów m.in. o celu, w jakim dane będą wykorzystywane (np. do przetwarzania zamówień, do celów reklamowych), podstawie prawnej, na jakiej dane będą przetwarzane oraz czy i komu będą przekazywane (np. firmie kurierskiej dostarczającej przesyłkę). Informacje muszą być dostarczone w zrozumiałej formie, tzn. należy unikać terminów i sformułowań technicznych lub prawnych.

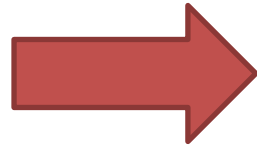
**Instrukcje dotyczące płatności i wysyłki:** Klient powinien wiedzieć, w jaki sposób może zapłacić cenę zakupu, jakie warunki mają zastosowanie do poszczególnych metod płatności (np. pozytywny wynik czeku kredytowego przeprowadzonego z góry na poczet zakupu na koncie) oraz w jaki sposób wysyłane są zamówione towary (czy istnieją ograniczenia w dostawie lub warunki takie jak "free curb").

## OPAKOWANIA PO 1 STYCZNIA 2019

Nowa ustawa o opakowaniach (VerpackG) weszła w życie 1 stycznia 2019 r., zastępując rozporządzenie w sprawie opakowań.

### KOGO DOTYCZY -

Każda strona, która wprowadza na rynek niemiecki opakowania objęte systemem (producent / pierwszy dystrybutor) musi zarejestrować się w Zentrale Stelle Verpackungsregister (Centralny Rejestr Opakowań Agencji - ZSVR) w Rejestrze Opakowań LUCID. Status producenta jest określany przez pierwsze komercyjne wprowadzenie opakowania na rynek niemiecki lub wprowadzenie do Niemiec i nie zależy od metody dystrybucji ani poziomu sprzedaży detalicznej (sekcja 3 VerpackG (ustawa o opakowaniach)).



**Stiftung Zentrale Stelle  
Verpackungsregister** LUCID

Te podmioty są odpowiedzialne za zapewnienie zbiórki i recyklingu wszystkich powiązanych materiałów opakowaniowych.

## SYSTEM DUALNY – UMOWA Z ODBIORCĄ ODPADÓW



## Startseite - Verpackungsregister LUCID

Willkommen!

Das Verpackungsregister LUCID ist die Internetplattform der Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister (ZSVR) zur Umsetzung des Verpackungsgesetzes.

Sie müssen sich im Verpackungsregister LUCID registrieren, wenn Sie systembeteiligungspflichtige Verpackungen erstmals gewerbsmäßig in Deutschland in Verkehr bringen. Zusätzlich haben Sie Datenmeldungen zu ihren Verpackungsmengen abzugeben. Sie müssen immer dann eine gleichlautende Meldung im Verpackungsregister LUCID abgeben, wenn Sie eine Menge an ein (duales) System melden. Dies gilt auch schon beim Vertragsschluss mit einem System.

Das Verpackungsgesetz bezeichnet die verpflichteten Erstinverkehrbringer generell als „Hersteller“. Darunter sind je nach Einzelfall Produzenten, Händler, Importeure, Online- und Versandhändler, Vertreiber und sonstige Erstinverkehrbringer zu fassen. Sie sind zur Registrierung, zur Systembeteiligung ihrer Verpackungsmengen und zu Datenmeldungen verpflichtet. Weitere [Informationen](#) finden Sie hier.

# Co możemy pominąć wchodząc na rynek niemiecki ?



- **Siła mediów tradycyjnych**

Niemcy mają nie tylko największy rynek prasowy w Europie (i piąty co do wielkości na świecie), ale w 2017 roku Niemcy oglądali telewizję średnio przez 217 minut dziennie. Ponadto prędkość Internetu jest stosunkowo niska i istnieje wyraźna przepaść cyfrowa między miastem a wsią oraz między młodymi a starszymi.

- **Powolne tempo adopcji**

Kto to powiedział ?

*„Internet to wciąż nowe terytorium dla nas wszystkich”.*

- **Trudno zdobyć zaufanie**

Bez względu na to, jak często mówisz im, jak bardzo mogą skorzystać z Twojego produktu lub usługi, lub jak często mówisz, że masz na myśli to, co chcesz, czasami po prostu nie chcą tego słyszeć. Wolą korzystać z produktów, których zawsze używali i robić rzeczy tak, jak zawsze. I dlaczego? Ponieważ stare jest już znajome.

- **Popyt na wartość i użyteczność produktu**

Niemcy, znani jako jeden z krajów mniej emocjonalnych, znacznie bardziej racjonalnych, uwielbiają bezpośrednią, szczerą komunikację. Oczywiście Niemcy uwielbiają też reklamy, które wywołują emocje lub promują określony styl życia, zwłaszcza te, które operują elementami takimi jak sukces i pieniądze. Jednak w większości kategorii produktów preferują komunikaty marketingowe, które koncentrują się na faktach i uczciwości i nie są mylące.

- **Znaczenie bezpieczeństwa**

Oczywiście oznacza to bezpieczeństwo fizyczne, ale coraz częściej także ochronę danych w Internecie.

- **Zamiłowanie do efektywności i wydajności**

Aby coś zostało zaadoptowane, zwłaszcza jeśli aktualnie używany produkt jest „wystarczająco dobry”, musi działać poprawnie i być znaczącym ulepszeniem. Wielu konsumentów w Niemczech chce, aby firma, od której kupują, miała na uwadze nie tylko dobro konsumenta, ale cały ekosystem. Muszą mieć pewność, że ich pieniądze i dane osobowe są w bezpiecznych rękach.

## JĘZYK KLUCZEM –

Do opracowania strategii wejścia na rynek niemiecki wymagane jest profesjonalne biuro tłumaczeń. Należy odpowiednio opracować strategię biznesową. Każdy kraj ma inne zasady i przepisy oraz inny styl komunikacji biznesowej, dlatego aby poradzić sobie z barierami komunikacyjnymi, wymagane są profesjonalne usługi tłumaczeniowe

Np. w przypadku wprowadzenia na rynek lokówki Clairol, która nazywa się Mist Stick. W języku niemieckim słowo "Mist" oznacza nawóz, więc ludzie z Niemiec nie byli skłonni kupować takiego produktu.



## ”Enjoy your morning latte”



Starbucks - piernikowe latte nie sprzedawały się dobrze w Niemczech, mimo że piernik był ulubionym świątecznym ciastem w tym kraju.



Sprzedaż napoju znacznie wzrosła, gdy Starbucks zaczął używać niemieckiego słowa "piernik" i zmienił markę napoju, Lebkuchen Latte.

# Transgraniczne świadczanie usług i delegowanie pracowników do Niemiec



# Delegowanie pracowników – podstawowe regulacje prawne

---

- Traktat o funkcjonowaniu Unii Europejskiej
- **Dyrektywa (96/71/WE)** Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 grudnia 1996 r. dotycząca delegowania pracowników w ramach świadczenia usług
- **Dyrektywa** Parlamentu Europejskiego i Rady 2014/67/UE z dnia 15 maja 2014 r. **w sprawie egzekwowania dyrektywy 96/71/WE dotyczącej delegowania pracowników w ramach świadczenia usług**, zmieniająca rozporządzenie (UE) nr 1024/2012 w sprawie współpracy administracyjnej za pośrednictwem systemu wymiany informacji na rynku wewnętrznym („rozporządzenie w sprawie IMI”)
- **Dyrektywa** Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/957 z dnia 28 czerwca 2018 r. **zmieniająca dyrektywę 96/71/WE dotyczącą delegowania pracowników w ramach świadczenia usług**



# Delegowanie pracowników – ANALIZA PRZYPADKÓW

**FIRMA „X” (PL)**

**UMOWA !**

**FIRMA „Y” (DE)**

(PRACOWNICY/ ZLECENIOBIORCY)

**FIRMA „X1” (DE)**

- DEFINIOWANIE PRACOWNIKA
- UKRYTY WYNAJEM PRACOWNIKÓW
- WARUNKI PRACY I PŁACY

# Procedura delegowania pracowników do krajów UE/EOG

---

## Zakres podstawowy

- określenie miejsca pracy pracowników
- weryfikacja obowiązujących w danym kraju warunków pracy i wynagrodzenia
- przygotowanie dokumentacji pracowniczej (umowa o pracę, zaświadczenie A1, karta EKUZ)
- notyfikacja pracowników
- meldunek pracowników (opcjonalnie)
- ewidencjonowanie czasu pracy pracowników
- wypłata wynagrodzenia oraz niezbędnych dodatków

## Pozostałe obowiązki

- zobowiązania podatkowe
- obowiązek potwierdzenia kwalifikacji pracowników
- obowiązki zgłoszeniowe do „innych” rejestrów
- obowiązki zgłoszeniowe do dodatkowego ubezpieczenia

Regulacje prawne na terenie Niemiec – przykład

**Arbeitnehmer - Entsendegesetz- (AEntG) – ustawa o skierowaniu pracowników do pracy za granicą**

**Warunki pracy i płacy dla pracowników delegowanych**

## § 2 ust. 1 AEntG (nowa wersja)

(1) Przepisy ustawowe, wykonawcze lub administracyjne dotyczące poniższych warunków zatrudnienia obowiązują również obowiązkowo w stosunku pracy pomiędzy pracodawcą mającym siedzibę za granicą a jego pracownikami zatrudnionymi w Niemczech:

1. **wynagrodzenie, w tym stawki za nadgodziny, bez przepisów dotyczących pracowniczych programów emerytalnych**
- 2) minimalny coroczny płatny urlop,
3. maksymalne godziny pracy i minimalne okresy odpoczynku
4. **warunki podaży siły roboczej, w szczególności przez agencje pracy tymczasowej,**

## § 2 ust. 1 AEntG (nowa wersja)

- 5) bezpieczeństwo, zdrowie i higiena w miejscu pracy, **w tym wymagania dotyczące zakwaterowania pracowników, jeżeli takie zakwaterowanie jest zapewniane przez pracodawcę bezpośrednio lub pośrednio, odpłatnie lub nieodpłatnie, pracownikom**, którzy są rozmieszczeni na odległość od ich stałego miejsca pracy,
- 6) środki ochronne w odniesieniu do warunków zatrudnienia kobiet w ciąży i kobiet, które niedawno rodziły, dzieci i młodzieży,
7. równość płci i inne przepisy o niedyskryminacji; oraz
- 8) dodatki lub zwrot kosztów podróży, zakwaterowania i utrzymania dla pracowników, którzy przebywają poza miejscem zamieszkania z powodów zawodowych.**

# Nowy: § 2a AEntG

- Definiuje pojęcie "wynagrodzenie" w rozumieniu § 2 ust. 1 nr 1 AEntG
- Dotyczy to wszystkich składników wynagrodzenia, które pracownicy otrzymują od swojego pracodawcy w gotówce lub w naturze za wykonaną pracę. Wynagrodzenie obejmuje w szczególności wynagrodzenie podstawowe, w tym składniki wynagrodzenia związane z charakterem pracy, kwalifikacjami i doświadczeniem pracowników i regionu, a także dodatki, uzupełnienia i gratyfikacje, w tym stawki za nadgodziny
- Zawiera przepisy dotyczące terminu płatności

# Przykład - warunki pracy i płacy w Niemczech

---



# Wynagrodzenie za pracę w Niemczech

30 czerwca 2020 roku komisja płacy minimalnej wydała rekomendację dotyczącą podwyższenia ustawowej płacy minimalnej w 2021 i 2022 roku. Rząd federalny zastosował się do tego zalecenia prowizji od płacy minimalnej. Płaca minimalna wzrośnie zatem w czterech etapach w dwóch latach 2021 i 2022.

- Od 1 stycznia do 30 czerwca 2021 roku ustawowe wynagrodzenie minimalne wynosi 9,50 euro
- Od 1 lipca do 31 grudnia 2021 roku ustawowa płaca minimalna wynosi 9,60 euro
- Od 1 stycznia do 30 czerwca 2022 r. Ustawowa płaca minimalna wynosi 9,82 euro
- Od 1 października 2022 r. Ustawowa płaca minimalna wynosi 12,00 euro

# Warunki pracy wg. układów zbiorowych – przykład

Sektor usług	Płaca minimalna	Wynagrodzenie za godziny nadliczbowe	Urlop	Płatny urlop	Dodatek wakacyjny	Fundusz wakacyjny
Gospodarka odpadami	Tak	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Sektor budowlany	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Pokrycia dachowe /dekarstwo	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Nie
Elektryka	Tak	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Ogrodnictwo, terenów zielonych i boisk sportowych	Nie	Tak	Tak	Tak	Nie	Nie
Sprzątanie i czyszczenie	Tak	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Montaż rusztowań	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak
Kamieniarstwo	Tak	Tak	Tak	Tak	Tak	nie
Sektor opieki	Tak	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Ochrona osób i mienia	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie
Praca tymczasowa	Tak	Nie	Nie	Nie	Nie	Nie

# ➤ Dyrektywa (96/71/WE) Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 16 grudnia 1996 r. dotycząca delegowania pracowników w ramach świadczenia usług

## Pojęcie „pracownika delegowanego”

### Art. 2 ust. 2

Dla celów niniejszej dyrektywy przyjmuje się definicję pracownika, którą stosuje się w prawie Państwa Członkowskiego, na terytorium którego pracownik jest delegowany.

### Przykład definicja pracownika – Niemcy

#### Par. 611a BGB

Osoba zobowiązana do osobistego świadczenia pracy na rzecz innego podmiotu

Jest związana instrukcjami zewnętrznymi. Prawo do wydawania poleceń dotyczy ich zakresu, wykonania, czasu, okresu oraz miejsca wykonania poleceń.

Pracownik nie może samodzielnie określać swoich zadań. Stopień uzależnienia od poleceń pracodawcy jest determinowany zajmowanym stanowiskiem

Nie mają znaczenia zapisy w umowie liczy się stan faktyczny.

#### § 611a BGB Arbeitnehmer

Arbeitnehmer ist, wer auf Grund eines privatrechtlichen Vertrags im Dienste eines anderen zur Leistung weisungsgebundener, fremdbestimmter Arbeit in persönlicher Abhängigkeit verpflichtet ist. Das Weisungsrecht kann Inhalt, Durchführung, Zeit, Dauer und Ort der Tätigkeit betreffen. Arbeitnehmer ist derjenige Mitarbeiter, der nicht im Wesentlichen frei seine Tätigkeit gestalten und seine Arbeitszeit bestimmen kann; der Grad der persönlichen Abhängigkeit hängt dabei auch von der Eigenart der jeweiligen Tätigkeit ab. Für die Feststellung der Arbeitnehmereigenschaft ist eine Gesamtbetrachtung aller Umstände vorzunehmen. Zeigt die tatsächliche Durchführung des Vertragsverhältnisses, dass es sich um ein Arbeitsverhältnis handelt, kommt es auf die Bezeichnung im Vertrag nicht an.“

# Świadczenie usług transgranicznych na terenie Niemiec

---

- NOTYFIKACJA
- KWALIFIKACJE
- DODATKOWE ZOBOWIĄZANIA

Pracodawcy mający siedzibę za granicą, którzy wysyłając jednego lub więcej pracowników do Niemiec w celu wykonywania pracy lub świadczenia usług, muszą przestrzegać różnych zasad dotyczących rejestracji swoich pracowników.

# SAMOZATRUDNIENIE / POZORNA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA



Weryfikacji podlegają następujące kryteria:

- Czy w przypadku uzgodnionego świadczenia chodzi o dzieło, tj. o "kompletną jednostkę techniczną"?
- Czy podwykonawca potrafi i może samodzielnie wykonać dzieło na własną odpowiedzialność?
- Czy pracodawca wydaje podwykonawcy systematycznie konkretne polecenia co do tego, jak i kiedy ma on daną czynność wykonać?
- Czy podwykonawca i jego pracownicy są włączeni w funkcjonowanie przedsiębiorstwa zlecniodawcy, czy pracownicy podwykonawcy i jego zlecniodawcy współpracują przy realizacji tego samego dzieła („przemieszczenie personelu“)?

Rozróżnienie pomiędzy umową o dzieło a zależnym stosunkiem zatrudnienia ("pozorna działalność samodzielna") może być trudne zwłaszcza wtedy, gdy podwykonawca prowadzi "przedsiębiorstwo jednoosobowe", tzn. pracuje sam i nie zatrudnia własnych pracowników.

# DODATKOWE WYMAGANIA DLA FIRM

## PRZYKŁAD – NIEMCY

---

### Budownictwo – minimalne stawki wynagrodzenia

- I.- pracownicy fizyczni, operatorzy maszyn (ciągi technologiczne)
- II.- pracownicy wykwalifikowani, operatorzy silników, kierowcy

### URLOPOWA KASA BUDOWNICTWA – „SOKA-Bau”

### Kasa Socjalna Branży Montażystów Rusztowań/ (SOKA GERÜSTBAU)



# WYKONYWANIE RZEMIOSŁA

---

Rzemiosło określone w załączniku A do Ustawy o rzemiośle (Handwerksordnung – HwO)



1. Murarz i betoniarz (Mauer und Betonbauer).
2. Zdun i wykonawca powietrznej instalacji grzewczej.
3. Cieśla (Zimmerer).
4. Dekarz (Dachdecker).
5. Wykonawca dróg (Straßenbauer).
6. Wykonawca izolacji cieplnej, przed zimnem i dźwiękiem (Schallschutzisolierer).
7. Studniarz (Brunnenbauer).
8. Kamieniarz i rzeźbiarz, prace w kamieniu (Steinmetz).
9. Wykonawca sztukaterii (Stukkateure).
10. Malarz i lakiernik (Maler und Lackierer).
11. Wykonawca rusztowań (Gerüstbauer).
12. Kominiarz (Schornsteinfeger).
13. Wykonawca części/konstrukcji z metalu (Metallbauer).
14. Mechanik chirurgiczny (Chirurgiemechaniker).
15. Mechanik samochodowy, wykonanie/naprawa pojazdów (Fahrzeugbauer).
16. Mechanik precyzyjny (Feinwerkmechaniker).
17. Mechanik rowerowy (Zweiradmechaniker).
18. Wykonawca klimatyzacji (Kälteanlagebauer).
19. Technik przekazu informacji (Informationstechnik).
20. Technik samochodowy (Kraftfahrzeutechnik).



# Relacje handlowe z niemieckim kontrahentem

## - aspekty kulturowe



# Etykieta biznesowa w Niemczech

## **Punktualność**

Nawet pięcio- lub dziesięciminutowe spóźnienie na spotkanie jest uważane za niegrzeczne. Spotkania zazwyczaj zaczynają się na czas i opierają się na planie. Wiele odstępstw od głównego tematu nie będzie brane pod uwagę, chyba że prowadzący spotkanie zwróci się do uczestników, aby podzielili się swoimi uwagami na inne tematy.

## **Uścisk dłoni i kontakt wzrokowy**

Najbardziej typowym pozdrowieniem jest krótki i zdecydowany uścisk dłoni. Najlepiej uścisnąć rękę wszystkim przy wchodzeniu i wychodzeniu ze spotkania. Utrzymuj również kontakt wzrokowy. Unikanie kontaktu wzrokowego może budzić brak zaufania i niepewność a czasami może być po prostu traktowane jako niegrzeczne.

# Etykieta biznesowa w Niemczech

## Hierarchia w zarządzaniu.

Hierarchia jest szanowana w Niemczech. Jeśli chodzi o decyzje w miejscu pracy, łańcuch zarządzania jest ściśle przestrzegany. Odroczenie podjęcia decyzji do bezpośredniego przełożonego. Jeśli zajdzie taka potrzeba, to on skieruje Twoje pytanie na wyższy szczebel zarządzania. Przy wprowadzaniu grupy współpracowników zawsze rozpoczynamy od najstarszego współpracownika.

## Wolny i stabilny

Przeptyw pracy ma tendencję do stałego tempa. Oczekuje się, że projekty zostaną ukończone na czas i dokładnie. Jednak ważniejsza jest dokładność niż szybkość. Jeśli musisz zmienić termin, powiadom o tym wcześniej współpracowników i podaj dobre wyjaśnienie.

## Strój biznesowy

Ogólnie rzecz biorąc, strój w miejscu pracy jest w Niemczech konserwatywny. Różni się to w różnych miastach i branżach. Start-upy, newsroomy i niektóre firmy zajmujące się ochroną środowiska czasami używają bardziej casual dress code. Inne firmy zazwyczaj trzymają się konserwatywnej garderoby. Miasta bankowe, takie jak Frankfurt, są zazwyczaj nieco bardziej konserwatywne niż Berlin z jego wielką kreatywną sceną.

# Etykieta biznesowa w Niemczech

## Tytuły

Tytuły są ważne w Niemczech. Zwykle na wizytówkach można zobaczyć kwalifikacje osób na ich wymienionych. W przypadku poczty elektronicznej i komunikacji osobistej zawsze dobrze jest używać tytułu i nazwiska osoby, jak w Herr Schmidt lub Frau Schmidt. Jeśli ktoś jest profesorem lub lekarzem, najlepiej używać dr Schmidt lub profesora Schmidt.

## Nie wrzucaj wizytówek do kieszeni

Nawet w czasach zamieszania RODO wizytówka jest niezbędna. Kiedy otrzymujesz wizytówkę, nie powinieneś niedbale wrzucać jej do kieszeni, ale najpierw przyjrzyj się jej bliżej. Najlepiej posiadać własną wizytówkę, którą wręczasz w zamian. Wizytówkę należy schować w przeznaczonym do tego etui, aby osoba po przeciwnej stronie mogła zobaczyć, że doceniasz jej wizytówkę.

## Smartfony „wyłączone” podczas spotkania

Połączenia należy odbierać tylko w naprawdę nagłych sytuacjach awaryjnych i na ogół zostawiać smartfon w kieszeni na czas spotkania. Umieszczenie smartfona na stole, a tym samym posiadanie go zawsze na widoku, nie jest postrzegane korzystnie. Pokaż swojemu partnerowi, że w pełni koncentrujesz się na spotkaniu, a nie na smartfonie.

# Etykieta biznesowa w Niemczech

## Smalltalk

Jest powszechny w codziennym biznesie niemieckim, ale na ogół jest nieco rzadszy niż w innych kulturach.

W Niemczech praca i życie prywatne są ściśle oddzielone. Więc nie należy być zbyt osobistym w rozmowach tego typu i unikać tematów tabu, takich jak dochody, poglądy polityczne czy różnego rodzaju negatywne zdarzenia.

Jeśli chodzi o komunikację biznesową Niemcy wypowiadają się bezpośrednio. Postaraj się jasno wyrazić swoją opinię nie zaś kręcić się wkoło tematu. Twój gospodarze z pewnością to docenią.

## Zachowaj dystans

Jeśli nie znasz dobrze drugiej osoby, zachowaj odpowiedni dystans. Zwłaszcza w kontekście biznesowym wiele osób czuje się niekomfortowo, gdy podczas rozmowy zbliżasz się lub dotykasz swojego rozmówcy. W Europie Środkowej dystans odbierany jako przyjemny wynosi od 1,20m do 3,60m. Więc nie powinieneś podejść bliżej niż 1,20m.

# Kontakty z niemieckim kontrahentem

---

Bardzo dobrze przygotowani do pierwszego spotkania

Nastawienie na osiągnięcie wymiernych wyników

Dążenie do przeforsowania własnego punktu widzenia

Podczas negocjacji maksymalnie dokładnie ustala się wszelkie szczegóły umowy

Osobiste relacje nie mają wpływu na decyzję – Liczy się profesjonalizm

Do rzeczy Panowie!



# Austria

## – współpraca handlowo – usługowa





# Austria – centrum Europy

- Austria należy do najbogatszych krajów w UE. Oferuje nie tylko rynek charakteryzujący się dużą siłą nabywczą, ale także odpowiednią infrastrukturę konsumencką. Pomimo stosunkowo niewielkiej powierzchni i liczby mieszkańców Austria jest dochodowym rynkiem dla firm międzynarodowych.
- Według danych Eurostatu, Urzędu Statystycznego Wspólnot Europejskich, produkcja gospodarcza Austrii jest o 27% wyższa niż średnia UE. Pod względem produktu krajowego brutto (PKB) na jednego mieszkańca Austria zajmuje czwarte miejsce w UE, ustępując jedynie Luksemburgowi, Irlandii i Holandii.
- W obszarze współpracy handlowej Polska jest obecnie dla Austrii ósmym partnerem eksportowym oraz siódmym partnerem importowym
- Austria importuje z Polski głównie pojazdy mechaniczne i części samochodowe, meble i sprzęt elektroniczny, oraz artykuły spożywcze i gotowe produkty jak np. walizki i produkty kaletnicze, instrumenty muzyczne i artykuły zegarmistrzowskie.

# Analiza SWOT Austria

Silne strony	Słabości
Silne partnerstwo społeczne (=kilka strajków)	Mały rynek krajowy (=duża zależność eksportowa branży)
Stabilność polityczna i makroekonomiczna	Częściowo skomplikowany podział kompetencji między rządami federalnymi i stanowymi
Wysoki standard życia	Niski odsetek absolwentów uczelni
Bliskie i tradycyjne połączenie z Niemcami	ubóstwo surowców
Szeroko zakrojony przemysł z dobrym podwójnym szkoleniem zawodowym	Duże uzależnienie od rozwoju gospodarczego Niemiec

możliwości	zagrożenia
Otwartość rynku pracy dla wykwalifikowanych pracowników z Europy Południowo-Wschodniej	Związane demograficznie rosnące koszty zabezpieczenia społecznego i zdrowotnego

Rozwój demograficzny jest analogiczny jak w Niemczech i wielu innych krajach uprzemysłowionych. Coraz więcej emerytów i rencistów ma do czynienia z coraz mniejszą liczbą noworodków. Rządy federalne, stanowe i lokalne dostrzegają wysokie nakłady na rozwój sektora zdrowia i opieki. Ograniczy to zakres wydatków sektora publicznego.

# Austria - Energia odnawialna w centrum uwagi

- Transformacja energetyczna, która podobnie jak w Niemczech opiera się na celach klimatycznych Unii Europejskiej, daje ogromne możliwości w najbliższych latach.
- W przeciwieństwie do Niemiec Austria już teraz pozyskuje około 60 procent energii elektrycznej z elektrowni wodnych. Budowa i rozbudowa elektrowni wodnych, fotowoltaiki i energii wiatrowej stwarzają dobre możliwości biznesowe dla niemieckich firm.
- To samo dotyczy środków efektywności energetycznej w budownictwie, nowoczesnych systemach grzewczych, izolacji elewacji czy szybach zespolonych. Dotacje publiczne zwiększają popyt w wielu segmentach. Ponieważ Zieloni po raz pierwszy od 2020 roku są członkiem koalicji rządowej, w nadchodzących latach temat ten będzie prawdopodobnie cieszył się jeszcze większym zainteresowaniem. Austria zyskuje również renomę jako miejsce produkcji pojazdów elektrycznych.

# Austria - Energia odnawialna w centrum uwagi

- Ekspansja energii odnawialnej ma w Austrii wysoki priorytet. Nowe prawo promuje i przyspiesza budowę nowych zakładów.
- Austria chce do 2040 r. stać się neutralna dla klimatu. Aby osiągnąć ten cel, Krajowa Rada uchwaliła latem 2021 r. „Ustawę o rozbudowie odnawialnych źródeł energii (EAG)”.
- Pierwszym kamieniem milowym EAG jest przekształcenie 100% produkcji energii elektrycznej w odnawialne źródła energii do 2030 roku.
- Wymaga to nowych zdolności produkcyjnych 27 terawatogodzin. Ustawa zwiększa również bezpieczeństwo planowania dla dużych projektów, takich jak budowa turbin wiatrowych. Ponadto premie rynkowe i dotacje inwestycyjne mają na celu promowanie ekspansji. Należy zmodernizować i rozbudować technologie magazynowania i sieci przesyłowe.

# Austria - Energia odnawialna

## Możliwości

Cel polityki energetycznej: 100% produkcja energii elektrycznej z krajowych źródeł odnawialnych do 2030 r.

Dobre, wieloletnie doświadczenie w zakresie energii odnawialnej ze względu na wysoki udział energii wodnej

## Zagrożenia

Mylące, fragmentaryczne i niespójne finansowanie publiczne uniemożliwia realizację wielu projektów

Niejasne ramy prawne: zapowiedziana na styczeń 2021 r. ustawa o rozwoju energetyki odnawialnej wciąż znajduje się w parlamentarnej i unijnej pętli konsultacyjnej

- Austriacki rynek energii elektrycznej charakteryzuje większość publicznych dostawców energii elektrycznej.
- Każdy kraj związkowy ma własną firmę dostarczającą energię elektryczną, która od kilku lat jest coraz bardziej ze sobą powiązana poprzez wzajemne holdingi w ramach sojuszy (np. EnergieAllianz).
- Ponadto istnieje giełdowy operator elektrowni na Dunaju, Verbund AG, który działa w całej Austrii, a także liczne małe elektrownie i kilka prywatnych firm, które wciąż mają niewielki udział w rynku, ponieważ austriacki rynek energii elektrycznej został zliberalizowany tylko kilka lat temu i tym samym otworzył się na prywatnych konkurentów.

# Umowy z austriackim kontrahentem

- Austriackie prawo umów jest uregulowane przede wszystkim w ogólnym kodeksie cywilnym (Allgemeines bürgerliches Gesetzbuch, ABGB).
- W przypadku umów między przedsiębiorstwami należy również uwzględnić przepisy austriackiego kodeksu handlowego (Unternehmensgesetzbuch, UGB).
- Przepisy szczególne dotyczące transakcji między przedsiębiorcami a konsumentami można znaleźć m.in. w ustawie o ochronie konsumentów (KSchG).

# Prawo umów w Austrii

## Rozgraniczenie umowy kupna, robót i usług

Podobnie jak w Niemczech, najważniejszymi rodzajami umów w obszarze świadczenia usług są z pewnością umowy o dzieło, usługi i zakup. Austriackie prawo cywilne nie uznaje umowy o dzieło i materiały. Dlatego rozróżniając umowę o dzieło od umowy sprzedaży, należy zwrócić uwagę na to, kto dostarcza materiał do produkcji dzieła.

Jeżeli wykonawca sam dostarcza materiał do prac, które mają być wykonane, w Austrii zakłada się istnienie umowy sprzedaży. Jeśli natomiast klient dostarcza materiał, podczas gdy przedsiębiorca wykonuje pracę, można założyć, że istnieje umowa o dzieło i usługi (§ 1166 Kodeksu cywilnego - ABGB).

Należy również zauważyć, że ścisłe zasady austriackiego kodeksu handlowego ( UGB ) mają zastosowanie do zakupów towarów lub wytworzenia dzieła w przedsiębiorstwie, takie jak obowiązek zawiadomienia o (wadach) zgodnie z art. 377 UGB, który odbywa się „w rozsądnym czasie”. Termin „rozsądny termin” został określony przez austriackie orzecznictwo w zakresie, w jakim jest to termin 14 dni. Reklamacja nie jest powiązana z konkretną formą, w związku z tym może być złożona również ustnie lub pocztą elektroniczną.



# Prawo umów w Austrii

- Szczególną formą umowy o dzieło jest umowa o roboty budowlane w prawie austriackim.
- Szczególną cechą tego rodzaju umowy jest to, że wykonawca może żądać od klienta zabezpieczenia w wysokości do jednej piątej uzgodnionej płatności za zaległą płatność od zawartego kontraktu.
- Jeżeli umowa ma być wykonana w ciągu trzech miesięcy, zabezpieczenie może wynieść do dwóch piątych ustalonej opłaty. W każdym przypadku gwarancja jest ograniczona do kwoty zaległej płatności.

## Wymóg formy pisemnej

W austriackim prawie cywilnym obowiązuje zasada **swobody** formy . W związku z tym umowy kupna, robót i usług są zasadniczo wolne od formy, chyba że strony uzgodnią w umowie konkretną formę lub taka forma jest wymagana przez prawo (§§ 883 do 886 ABGB). Dotyczy to również umowy o roboty budowlane.

Jedynie w obszarze bezpieczeństwa, jakim jest gwarancja, istnieje **wymóg formalny** . Oznacza to, że odpowiednie oświadczenie o zobowiązaniu do przyjęcia gwarancji musi być sporządzone na piśmie. Ponadto, zwłaszcza w prawie spółek - na przykład przy zakładaniu spółki GmbH - istnieje obowiązek notarialnego poświadczenia odpowiedniej umowy spółki.

# Przemysł budowlany

- Sprzedaż w branży budowlanej ponownie przekracza poziom sprzed kryzysu. Renowacja budynków jest kluczowym obszarem działań branży.
- Sprzedaż w branży budowlanej znacznie przekracza poziom z roku 2019. Firmy odnotowują wysoki poziom zamówień i wykorzystanie mocy produkcyjnych. Jednak brak materiałów i siły roboczej spowalnia produkcję budowlaną.
- Popyt na budownictwo mieszkaniowe i biurowce będzie malał. Nadmiar popytu na mieszkania został w znacznym stopniu zredukowany. Firmy inżynieryjne już bardziej pesymistycznie oceniają swoją sytuację pod koniec 2021 roku. Aby osiągnąć cele klimatyczne, wzrośnie termomodernizacja budynków.
- Federalna Agencja Środowiska określa odpowiednie wymagania inwestycyjne w całym kraju do 48 miliardów euro do 2030 roku.

# Rynek eCommerce w Austrii

## Die Top 10 der Online-Shops in Österreich

In Österreich erwirtschaftete Umsätze 2020 (in Mio. Euro)\*



\* Umsatzangaben beruhen auf Unternehmensinformationen und Statista-Hochrechnungen

Quelle: Statista ecommerceDB



ecommerceDB

statista

# Zakupy online rosną o +20%, udział sklepów zagranicznych wzrasta do 55%

Austriackie wydatki na sprzedaż na odległość są zdominowane przez e-commerce i osiągną nową rekordową wartość 10,4 miliarda euro w 2021 roku. Z 9,6 miliarda euro w sprzedaży online, 2 miliardy euro są już przypisane do handlu mobilnego – przy ogromnym wzroście o 67 %

- Zakupy za pomocą smartfona są bardziej popularne niż kiedykolwiek i stały się »centrum kontroli« dla wszystkich decyzji zakupowych z powodu kryzysu COVID-19. Jednak 14 500 krajowych sklepów internetowych korzysta tylko w ograniczonym stopniu z rosnącego rynku, ponieważ więcej niż co druga osoba dokonuje zamówienia online z zagranicy.
- Tempo odpływu za granicę wzrosło umiarkowanie w porównaniu z rokiem poprzednim z 54% do 55%.

# Rynek eCommerce w Austrii

- Największym graczem na austriackim rynku eCommerce jest [amazon.de](https://www.amazon.de). W 2021 r. sklep osiągnął przychody w wysokości 1,5 mld USD.
- Za nim plasuje się [zalando.at](https://www.zalando.at) z przychodami w wysokości 441 mln USD oraz [mediamarkt.at](https://www.mediamarkt.at) z przychodami w wysokości 299 mln USD.
- W sumie trzy najlepsze sklepy odpowiadają za 25% przychodów online w Austrii.

Najszybciej rozwijającym sklepem na rynku austriackim jest [keimling.at](https://www.keimling.at). Sklep osiągnął sprzedaż na poziomie około 1,7 mln USD w 2021 roku. Jego wzrost przychodów wyniósł 122% w roku poprzednim.

# Rynek eCommerce w Austrii

Największe grupy produktów w sprzedaży na odległość w roku 2021 to:

- odzież z 2,05 miliarda,
- elektryczny z 1,3 miliarda i
- meble ze sprzedażą 0,8 miliarda euro.

Największy wzrost w 2021 r. z uwagi na COVID-19 dotyczy sektorów meblarskich z +38 % , zabawek + 37 % , artykuły sportowe +22 %



# Sektor spożywczy

- Żywność ekologiczna jest nadal bardzo popularna, a popyt rośnie.
- W 2020 roku Austriacy wydali na produkty ekologiczne prawie 2,4 miliarda euro. Według aktualnych danych z badań konsumenckich, wydatki na produkty ekologiczne na gospodarstwo domowe wyniosły około 113 euro w drugiej połowie 2021 roku.
- Odpowiada to wzrostowi o 14,6 proc. w porównaniu z drugą połową 2020 roku. Obecnie prawie każdy Austriak kupuje produkty ekologiczne. Konsumenci poszukują jeszcze większej gamy produktów ekologicznych i regionalnych.
- Coraz więcej konsumentów opowiada się również za wprowadzeniem jednolitego wymogu etykietowania żywności.

# Uznane krajowe znaki jakości i znaki UE dla sektora spożywczego

## Krajowe Znaki Jakości

W Austrii uznawane są cztery znaki jakości:

**znak jakości AMA, znak ekologiczny AMA, znak jakości ÖGE i znak jakości „Austria”.** Znak jakości AMA i znak jakości ekologicznej AMA to znaki jakości stosowane wyłącznie w sektorze spożywczym. Podstawą prawną znaku AMA jest ustawa AMA z 1992 roku.

Znak jakości ÖGE oznacza zoptymalizowaną pod względem składników odżywczych jakość żywności w cateringu społecznościowym, austriacki znak jakości jest przyznawany nie tylko sektorowi spożywczemu, ale także usługom i produktom niespożywczym .

Znak jakości ÖGE i znak jakości Austria oparty na starym rozporządzeniu w sprawie znaku jakości z 1942 r., który został uchylony przez Federalny Dziennik Ustaw 191/1999 i wygasł 31 grudnia 2009 r.



**Austriacka Pieczęć Jakości** jest znakiem rozpoznawczym i, dzięki ciągłej kontroli jakości, gwarancją jakości lokalnej i produktów pochodzenia austriackiego.

W przypadku produktów, które nie są w całości produkowane w Austrii, austriacki udział wartości w kosztach produktu końcowego (w tym kosztów surowców, półproduktów, akcesoriów, know-how itp.) musi wynosić co najmniej 50 procent.



W przypadku artykułów spożywczych Austriacka Pieczęć Jakości zostanie przyznana, jeśli wszystkie etapy przetwarzania odbywają się w Austrii, a surowce rolne określające wartość produktu są pochodzenia austriackiego. W przypadku przetworzonych artykułów spożywczych ogólnie dopuszczalny jest poziom tolerancji do jednej trzeciej dla surowców, których nie można wyprodukować w Austrii.



**Międzynarodowy Znak Jakości dla swoich wyrobów mogą ubiegać się firmy krajowe wytwarzające produkty dowolnego pochodzenia oraz firmy posiadające zakłady produkcyjne za granicą.**

Ogólne Warunki OQA „Österreichische Arbeitsgemeinschaft zur Förderung der Qualität” oraz istniejące wytyczne dotyczące jakości mają również zastosowanie do wszystkich produktów wytwarzanych za granicą, które chcą uzyskać Międzynarodowy Znak Jakości. Gwarantuje to uzyskanie Znak Jakości dla produktów wytwarzanych zarówno w Austrii, jak i za granicą według tych samych wytycznych.

Akredytowane austriackie organy kontrolne przeprowadzają badania i potwierdzają, że produkt wytworzony za granicą spełnia austriackie wytyczne dotyczące jakości (ustawy, rozporządzenia itp.).



**Znak jakości AMA** oznacza żywność produkowaną metodami konwencjonalnymi, charakteryzującą się doskonałą jakością, identyfikowalnym pochodzeniem i niezależnymi kontrolami. Wymagania stawiane produktom wykraczają poza przepisy prawne, które są uregulowane w odpowiednich wytycznych. Całościowy, przejrzysty system zapewnia, że produkty ze Znakiem Jakości AMA są bezpieczne i że do konsumenta trafia tylko najlepsza jakość.



**Znak ekologiczny AMA** jest oficjalnie zatwierdzonym znakiem jakości i jest przyznawany przez AMA Marketing w celu identyfikacji produktów ekologicznych przeznaczonych wyłącznie do spożycia przez ludzi. Stanowi on pomoc w orientacji przy zakupie żywności ekologicznej i świadczy o wysokiej jakości ekologicznej, identyfikowalnym pochodzeniu i niezależnej kontroli tej żywności.



**Znak jakości ÖGE** dla jakości żywności zoptymalizowanej pod względem składników odżywczych jest jedynym państwowym znakiem jakości w obszarze cateringu społecznego i jest przyznawany w całym kraju przez Austriackie Towarzystwo Żywnienia.



# Podział rynku w Austrii

Stacjonarny handel detaliczny artykułami spożywczymi w Austrii charakteryzuje się bardzo wysoką koncentracją rynku: W handlu detalicznym artykułami spożywczymi dominują trzy największe sieci supermarketów: REWE (Billa, Billa Plus - dawniej Merkur - i Penny), Grupa Spar i Hofer.

Wydatki konsumpcyjne prywatnych gospodarstw domowych na żywność i napoje bezalkoholowe w ostatnich latach stale rosły. Najwięcej wydaje się na świeże produkty, takie jak mięso i produkty mleczne. Najważniejszym trendem żywieniowym jest wzrost zakupów produktów regionalnych.



# Świadomość zrównoważonej konsumpcji nigdy nie była bardziej wyraźna niż obecnie

Już 90 procent Austriaków zwraca szczególną uwagę na czynnik zrównoważonego rozwoju przy zakupie artykułów spożywczych, w przypadku urządzeń elektrycznych liczba ta wynosi co najmniej dwie trzecie i jeśli chodzi o modę, ponad 61 procent.

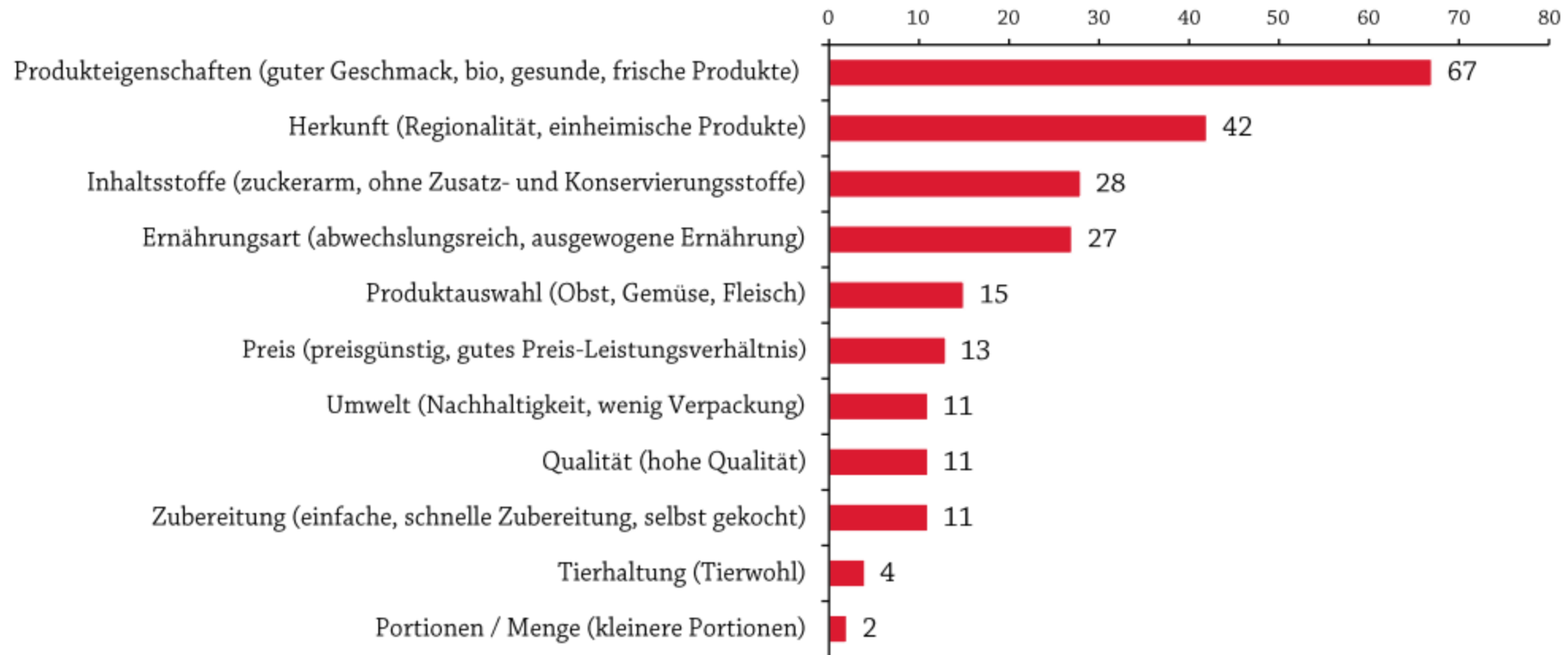
Istotność czynnika „zrównoważony rozwój” w wybranych grupach produktowych:

- Jedzenie (90%)
- Urządzenia elektryczne (67%)
- Ubrania (61%)
- Kosmetyki (60%)
- Meble (54%)
- Zabawki (48%)

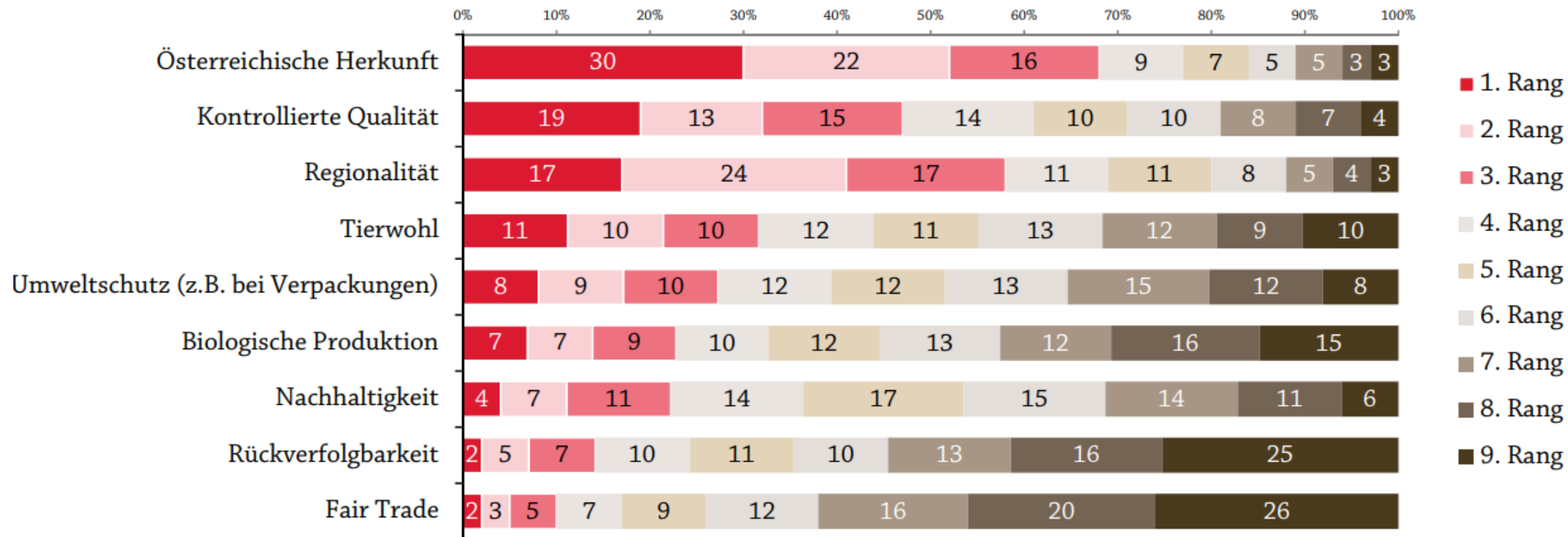
Pandemia COVID-19 masowo zmienia zachowania konsumentów: pochodzenie 92% czynnikiem decydującym



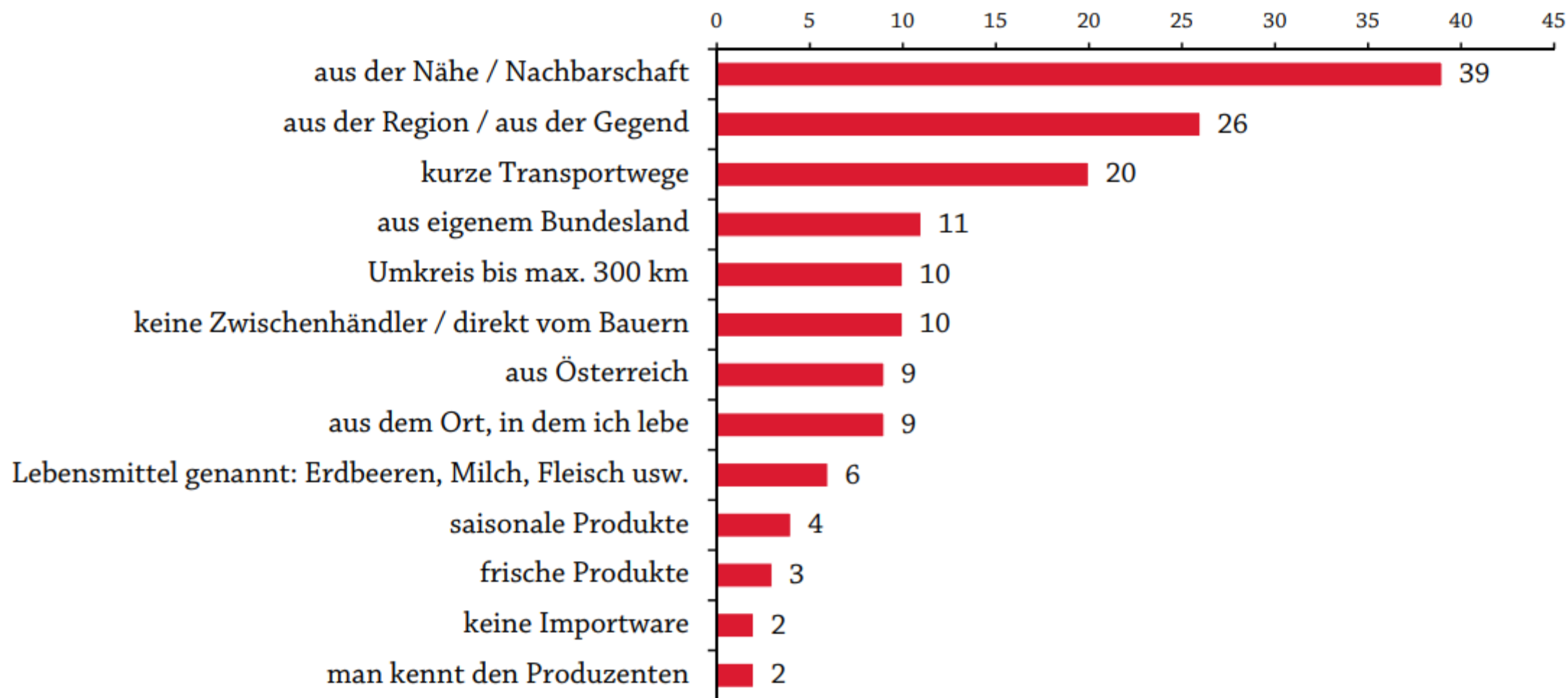
# Jakimi przesłankami kierują się konsumenci austriaccy przy wyborze produktu ?



# Pochodzenie, jakość i regionalność co jest istotne przy zakupie żywności ?



# Co to jest regionalność?



# Sektor meblowy

Firmy z austriackiego przemysłu meblarskiego podjęły wspólną decyzję o współpracy z „Austriacką Grupą Roboczą ds. Promocji Jakości (ÖQA)”. Pod znanym hasłem „Austria Quality Mark” produkty i usługi o ponadprzeciętnej jakości są niezależnie i regularnie nagradzane i sprawdzane przez ÖQA od 75 lat.

Nowo utworzony „Austriacki znak jakości dla mebli” teraz wyraźnie identyfikuje produkty w przemyśle meblarskim o ponad 50% wartości dodanej w Austrii.

Firmy, które już używają tego znaku, mogą teraz używać specjalnego „Austriackiego Znak Jakości Meble”, a tym samym podkreślać wartość dodaną swoich produktów.



# Aktualne trendy wyposażenia na rok 2022 - Austria

## Zrównoważony rozwój

Świadomość zrównoważonego rozwoju, produkcji krajowej i przejrzystych łańcuchów dostaw jest odzwierciedleniem nowej ekonomii sensu. Jednocześnie naturalne materiały w domu tworzą zdrowe środowisko i zaspokajają tęsknotę za większą wrażliwością w czasach postępującej cyfryzacji.

## Modernizacja kuchni

Kuchnia jako miejsce spotkań i przygotowywania posiłków z miłością staje się centralnym punktem domu. Zaawansowane funkcje sprawiają, że gotowanie staje się przyjemnością. Jednocześnie różne warianty stylistyczne, takie jak zaakcentowana struktura materiału i ciemne powierzchnie, są ucieleśnieniem wysokich standardów wzornictwa.

## Nowa praca i biuro domowe

Nowoczesne biuro domowe charakteryzuje się profesjonalnym, ergonomicznym wyposażeniem i dzięki eleganckiemu wzornictwu doskonale integruje się z różnymi przestrzeniami mieszkalnymi. Cyfryzacja umożliwia dalsze nowe koncepcje pracy, które są bardziej elastyczne, bardziej indywidualne i odpowiednie na wypadek pandemii.

## Funkcjonalność i wygoda

Więcej niż tylko mebel: sofy, łóżka, stoły itp. to elastyczne, wszechstronne urządzenia, które dostosowują się do indywidualnych potrzeb i zapewniają dodatkowy komfort dzięki inteligentnym funkcjom. Design i funkcjonalność są harmonijnie połączone.





**bauen +  
wohnen**   
Messezentrum Salzburg

Bauen. Wohnen. Energie sparen. Smart und clever in die Zukunft.

 02. - 05. Februar 2023  Messezentrum Salzburg

[Newsletter abonnieren](#)

[Aussteller werden](#)

# Świadczenie usług transgranicznych w Austrii





Podstawowym aktem prawnym regulującym aspekty świadczenia pracy przez pracowników czasowo delegowanych do pracy w Austrii przez pracodawcę mającego swoją siedzibę w innym kraju członkowskim jest



**austriacka ustawa o zwalczaniu dumpingu płacowego i socjalnego**

Pracodawca zobligowany jest na tej podstawie ustawy **LSD-BG** do:

**a) zagwarantowania pracownikowi delegowanemu do Austrii odpowiedniej stawki minimalnego wynagrodzenia** zgodnie z § 3 ust. 2 - Pracownikowi wysłanemu przez pracodawcę z siedzibą w państwie członkowskim UE, państwie EOG lub państwie trzecim w celu świadczenia pracy na terenie Austrii przysługuje przez cały okres delegowania, niezależnie od prawa stosowanego w związku ze stosunkiem pracy, obligatoryjne prawo do co najmniej takiego wynagrodzenia należnego na podstawie ustawy, rozporządzenia lub układu zbiorowego pracy

**b) właściwych premii o ile są wymagane przez ustawę, rozporządzenie lub umowę układu zbiorowego § 3 ust. 3**

**c) prawo do urlopu** – zgodnie z § 4 ust. 2. ustawy pracownicy delegowani mają przez okres delegowania obligatoryjne prawo do płatnego urlopu zgodnie z § 2 ustawy o urloпах (Urlaubsgesetz, UrlG), BGBl. nr 390/1976 lub porównywalnymi przepisami austriackimi, o ile wymiar urlopu przysługujący zgodnie z przepisami prawa z tytułu stosunku pracy jest mniejszy.

**d) przestrzeganie czasu pracy** - w tym przerw oraz okresów odpoczynku -zgodnie z § 5 ustawy wobec pracowników delegowanych obowiązują obligatoryjnie, niezależnie od stosowanego prawa, maksymalne czasy pracy i minimalne okresy odpoczynku, łącznie z regulacjami dotyczącymi czasu pracy i okresów odpoczynku ustalonymi w umowie układu zbiorowego pracy

# Warunki pracy i płacy

W zakresie wskazanych wyżej warunków pracy i płacy w przypadku usług świadczonych przez firmę zagraniczną należy odnieść się do właściwych temu układów zbiorowych. W Austrii występują liczne układy zbiorowe, które mają powszechnie obowiązujący charakter. Przedsiębiorca realizujący poszczególne usługi na terenie Austrii musi dostosować poszczególne prace (pracowników) do właściwego układu zbiorowego.

## Kollektivverträge

Finden Sie den Kollektivvertrag für jede Branche

Service der Wirtschaftskammern Österreichs: Alle Kollektivvertrags(rahmen)texte, alle Lohn- und Gehaltstafeln sowie notwendige Zusatzinformationen nach Branchen und Bundesländern gegliedert.



\* Pflichtfeld

Branche \*

Wählen Sie eine Branche ...

Bundesland

Alle

**Notyfikacja –**

**zgłoszenie pracowników delegowanych do Austrii  
oraz zgłoszenie usługi**

## Login Area

[ e-BUAK Serviceportal ]

English (en)



Choose

**Username:**

Enter your username

**Password:**

Enter your password

Login

# Fikcyjne samozatrudnienie

Przesłanką fikcyjnego samozatrudnienia jest sytuacja, gdy przedsiębiorca prowadzący działalność na własny rachunek wykonuje pracę równoważną pracy pracownika. Zawsze brany jest pod uwagę rodzaj wykonywanej działalności lub sposób, w jaki stosunek pracy jest rzeczywiście realizowany, a nie wskazanie umowy jako kryterium rozróżnienia między samozatrudnieniem a fikcyjnym samozatrudnieniem. Dlatego należy wyraźnie zaznaczyć, że nawet fakt posiadania umowy, wskazującej na niezależność podwykonawcy i zlecającego prace musi być faktyczny i realny w innym wypadku niezależnie od treści umowy dana relacja może być uznana za ukryty stosunek pracy.

# Austria -

# etykieta biznesowa



## **Tytuły są ważne**

Jeśli Twój rozmówca lub partner biznesowy ma tytuł, powinieneś również używać go, zwracając się do niego. Obejmuje to nie tylko tytuły honorowe, ale także nabyte tytuły naukowe, takie jak doktor, inżynier, magister, profesor itp. Jest to ważne dla Austriaków, dlatego warto wcześniej dowiedzieć się, czy osoby, z którymi się spotkamy i z którymi będziemy współpracować, mają tytuł, czy nie. Dotyczy to również poczty i listów.

## **Postępuj konsekwentnie**

Formalna forma zwracania się jest ważna nie tylko w przypadku tytułów. Forma zwracania się "Sie" jest konsekwentnie stosowana, przynajmniej dopóki mówi się po niemiecku. Minęło trochę czasu, zanim "Du" pojawił się w ofercie austriackiej. Należy poczekać, aż partner biznesowy zaproponuje ten krok z własnej woli. Jeśli podczas spotkania postugujesz się językiem angielskim, upewnij się, że używasz bardziej formalnej formy zwracania się.

## **Strój powinien być elegancki i formalny**

Obecnie wszędzie panuje moda na luźny i swobodny ubiór w biznesie. W Austrii należy zadbać o to, by strój był raczej formalny. W przypadku mężczyzn oznacza to garnitur, w przypadku kobiet spodnie z bluzką lub nawet garsonkę.

## Bądź punktualny

Po ustaleniu terminu spotkania, odbędzie się ono dokładnie o wyznaczonej godzinie. Unikaj spóźnień i poinformuj innych, jeśli nie możesz być na czas ze względu na okoliczności zewnętrzne, takie jak korki czy opóźnienia pociągów.

## Wybieraj właściwe tematy rozmów

Oczywiście fakt, że Hitler pochodził z Austrii, nie jest odpowiednim tematem do rozmowy. Ogólnie rzecz biorąc, tematy takie jak narodowy socjalizm i II wojna światowa nie są konieczne odpowiednie. Austriacy nie lubią również rozmawiać o swoim życiu prywatnym w sytuacjach biznesowych, dlatego lepiej zacząć od poniższych tematów, aby nawiązać rozmowę:

- Sporty zimowe
- Piłka nożna (na przykład FC Bayern Monachium jest bardzo popularny!)
- Austriacki krajobraz i typowa architektura
- Kultura, tradycja (np. tradycyjny strój)

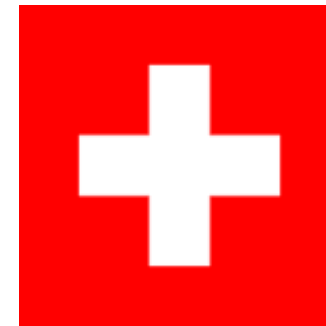
## **Brak obaw przed kompromisami i rozwiązaniami tymczasowymi**

Podjąć szybką decyzję, która będzie obowiązywać w całej organizacji? Austriacy często uważają, że przyjemniej jest mieć rozwiązanie pośrednie, w którym najpierw podejmuje się pewne decyzje, a potem szuka się dalej. Dlatego w biznesie należy zadowolić się kompromisem, ponieważ jeśli będziesz nalegać na ostateczne, niezmiennie decyzje, możesz wrócić do domu bez żadnych.

## **Nie daj się rozproszyć swobodnej atmosferze**

Spotkanie w kawiarni nie należy do rzadkości. Nie popełnij błędu, że nie potraktujesz tego spotkania poważnie tylko dlatego, że nie odbywa się ono w małej sali konferencyjnej. Profesjonalne i zorientowane na osiągnięcie celów spotkania odbywają się również w nieco luźniejszej atmosferze. Należy więc odpowiednio się przygotować.

# SZWAJCARIA



# Współpraca gospodarcza Polska – Szwajcaria

- Całkowity wolumen handlu dwustronnego w 2020 r. wyniósł 5,0 mld CHF (z wyłączeniem metali szlachetnych) i pomimo kryzysu pandemicznego odnotowano jedynie niewielki spadek o 75 mln CHF w porównaniu z rokiem poprzednim.
- W pierwszym kwartale 2021 roku pojawiły się już oznaki ponownego wzrostu, spowodowanego importem
- Polska jest obecnie 15. najważniejszym partnerem handlowym Szwajcarii (rok wcześniej: 16. miejsce, bez metali szlachetnych). W handlu towarami z przemysłu maszynowego, elektrycznego i metalowego
- Polska zajmuje nawet 9. miejsce i odnotowała najsilniejszy wzrost eksportu w historii od pierwszego kwartału 2020 r. do pierwszego kwartału 2021 r. (27,6%). Szwajcaria odnotowała również nadwyżkę w handlu z Polską w 2020 r: Wartość szwajcarskiego eksportu była o 234 mln CHF wyższa niż importu z Polski - wynika z danych Federalnej Administracji Celnej (FCA).
- Szwajcaria po raz kolejny była trzecim najważniejszym partnerem Polski w handlu usługami w 2020 r. W handlu usługami Polska plasuje się za Niemcami i Wielką Brytanią.

# Szwajcaria – siła eksportu

- Szwajcaria jest jednym z najbardziej zglobalizowanych państw na świecie, jeśli chodzi o handel zagraniczny.
- Z nadwyżką eksportową w wysokości 31 mld franków szwajcarskich (2018 r.), kraj ten generuje większą część swojego PKB poprzez eksport swoich towarów i usług.
- Szwajcaria posiada jedną z najbardziej wszechstronnych sieci umów o wolnym handlu na świecie, w tym z UE i Chinami, zapewniającą sprawne funkcjonowanie rynku wewnętrznego i sprawny handel z innymi krajami.

I'M INTERESTED IN...



RECENTLY VIEWED ▾

## SWITZERLAND AS A BUSINESS LOCATION

Switzerland is the best location for innovation. It offers stable political, economic and financial framework conditions combined with the highest standard of life. We work on behalf of the Swiss Confederation and Cantons to promote investment and entrepreneurship in Switzerland and to help clients tap into new potential for their international business.

### IMPACT OF THE CORONAVIRUS

- Switzerland is also proving its innovative strength in th
- Stability, security, efficiency: Affected businesses in Sv comprehensive support

[MORE INFORMATION](#)

## SWISS TECH + INDUSTRIES



SWISS TECH + INDUSTRIES | 0

### Personalized health

With its long tradition in life sciences and information technology as well as a dense ecosystem along the value chain, Switzerland offers the Id...



SWISS TECH + INDUSTRIES | 0

### Advanced manufacturing

Thanks to the traditional watch, MEM and medtech industries, a highly industrialized precision cluster has developed in Switzerland, which occupi...



SWISS TECH + INDUSTRIES

### Artificial intelligence (AI)

Switzerland is home to world-renowned universities and research institutes in the area of AI. This proximity to cutting-edge research is one impo...



SWISS TECH + INDUSTRIES

### Robotics

Switzerland is often referred to as the "Silicon Valley of Robotics"



SWISS TECH + INDUSTRIES

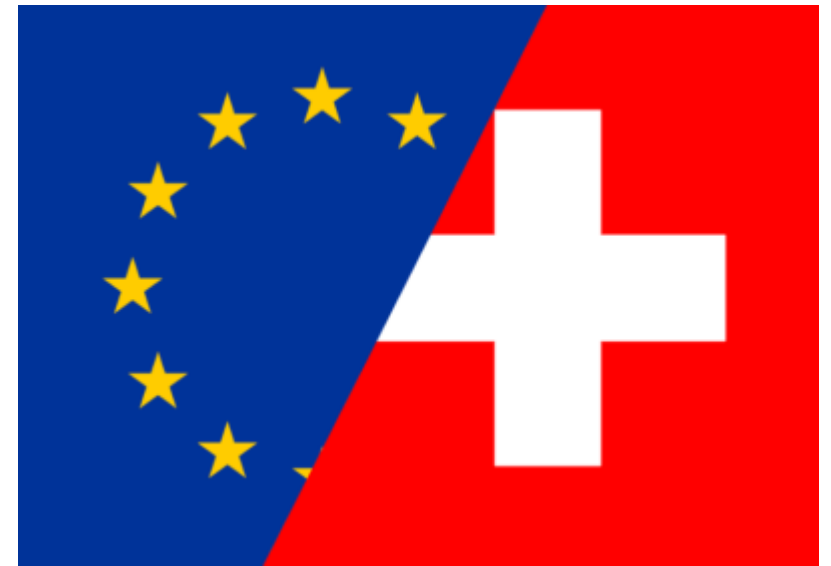
### Financial Services

Switzerland is one of the world's leading financial centers



# Szwajcaria współpraca z UE/ przykład

– wyroby medyczne



**Od 26 maja 2021 r. producenci ze Szwajcarii, a także producenci z innych rynków (np. UE) muszą pokonywać dodatkowe przeszkody**

- **UE zastąpiła dyrektywy dotyczące wyrobów medycznych (MDD i AIMDD) dyrektywą MDR .**
- Szwajcaria zerwała negocjacje w sprawie umowy ramowej.
- Oznacza to, że nie ma nowej umowy o wzajemnym uznawaniu ocen zgodności (umowa o wzajemnym uznawaniu, MRA)

W przypadku wszystkich nowych urządzeń producenci szwajcarscy będą traktowani jak każdy inny producent z państwa trzeciego, który zamierza wprowadzić swoje urządzenia na rynek UE

Szwajcarskie rozporządzenie MepV dotyczące urządzeń medycznych z dnia 1 stycznia 2002 zostało zastąpione nową wersją . Opiera się to w dużej mierze na wymaganiach MDR i IVDR.

# Nowe obowiązki producentów unijnych/wyroby medyczne

## a) Obowiązek rejestracji produktów i podmiotów

Producenci, upoważnieni przedstawiciele i importerzy z siedzibą w Szwajcarii muszą zarejestrować się raz w Swissmedic ( art. 55 MepV ).

Rejestracja musi nastąpić nie później niż 3 miesiące po pierwszym wprowadzeniu do obrotu. Zmiany należy zgłaszać w ciągu tygodnia. Rozszerzone przepisy przejściowe mają zastosowanie do podmiotów gospodarczych, które wprowadziły już do obrotu wyroby medyczne zgodne z MDR przed 26 maja 2021 r

## b) Obowiązek wyznaczenia szwajcarskiego upoważnionego przedstawiciela

Nowością jest również obowiązek wyznaczenia szwajcarskiego upoważnionego przedstawiciela ( art. 51 f. MepV ).

## c) Obowiązek zgłaszania problemów

Ponieważ Szwajcaria nie ma już dostępu do EUDAMED, odpowiednie raporty muszą (dodatkowo) zostać przesłane do Swissmedic ( art. 66 MepV ). Dotyczy to:

- Poważne incydenty
- Działania naprawcze dotyczące bezpieczeństwa w terenie podjęte w Szwajcarii

# Nowe obowiązki producentów unijnych/wyroby medyczne

## d) Obowiązek opublikowania krótkiego raportu

Podobnie jak w art. 32 rozporządzenia MDR , producenci muszą publikować „Summary Reports on Safety and Clinical Performance” (SSCP). Stanowi to art. 63 MepV .

## Certyfikacja

a) Brak dodatkowych wymagań dla produktów

MepV w wielu miejscach odnosi się do wymagań MDR. Dotyczy to w szczególności:

- Zasadnicze wymagania dotyczące bezpieczeństwa i wydajności zgodnie z załącznikiem I
- Obowiązki UDI zgodnie z art. 27 i załącznikiem VI
- Zasady klasyfikacji zgodnie z załącznikiem VIII

b) Brak dodatkowego oznakowania

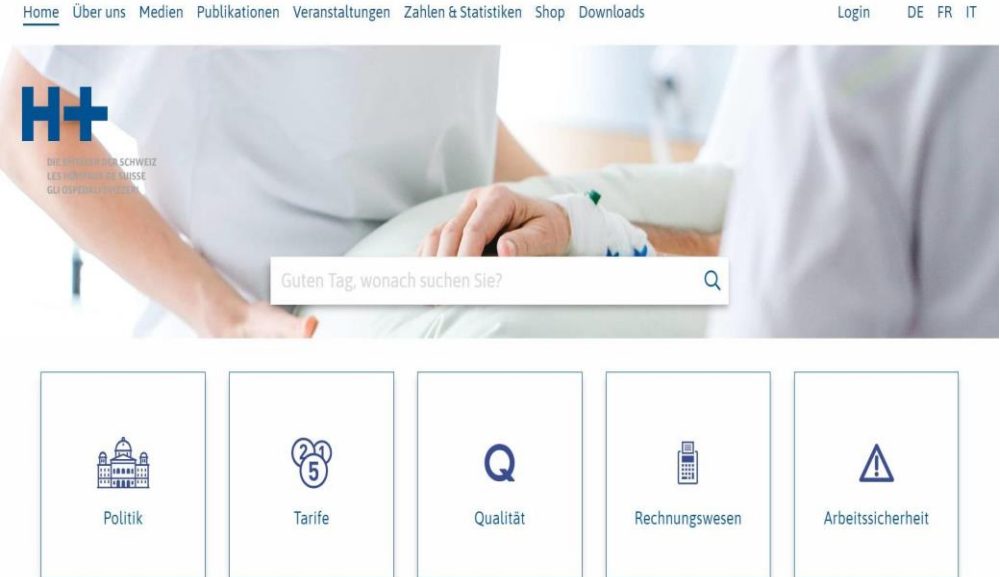
Szwajcaria uznaje oznakowanie CE ( art. 13 MepV ).

Alternatywnie Szwajcaria dopuszcza własny znak zgodności (MD z numerem jednostki notyfikowanej lub bez)

**Certyfikaty wydawane przez organy wyznaczone na mocy prawa UE z siedzibą w państwie UE lub EOG, które nie są uznawane na mocy umowy międzynarodowej, są zrównywane z certyfikatami organów szwajcarskich, jeśli można wiarygodnie wykazać, że:**

- a) stosowane procedury oceny zgodności spełniają wymogi wymagania szwajcarskie; oraz
- b) są wydawane przez organ, który posiada kwalifikacje równoważne z wymaganymi w Szwajcarii.

# Stowarzyszenie H + jest krajowym przedstawicielem szpitali, klinik i instytucji pielęgniarstwa w Szwajcarii.



# Stowarzyszenie Klinik Prywatnych



# Szwajcaria

## Wyroby medyczne – kanały zakupowe

Szpitala publiczne zwykle nabywają technologię medyczną w drodze przetargów, które są regularnie publikowane na portalach

- <http://www.simap.ch>
- <http://www.infodienst-ausschuelen.ch>

**simap.ch** *Système d'information sur les marchés publics en Suisse*  
Informationssystem über das öffentliche Beschaffungswesen in der Schweiz  
Sistema Informativo sulle commesse pubbliche in Svizzera

Home | Sitemap | Administration | About the simap.ch Association

Deutsch | Français  
Italiano | English

Search | Bidder | Contractor | Subscription

User guidelines

You are here: Home

**Actual situation of the public procurement in Switzerland**

- Invitations to tender (1209)
- Research (820)
- Other publications (43)

Overview according to local or cantonal origin

- Confédération (465)
- Foreign country (9)
- Aargau (117)
- Appenzel A.Rh. (1)
- Appenzel A.Rh. (4)
- Berne (307)
- Basel-Landschaft (30)
- Basel-Stadt (58)
- Fribourg (43)
- Genève (124)
- Glarus (8)
- Graubünden (73)
- Jura (5)
- Lucerne (27)
- Neuchâtel (10)
- Nidwalden (15)
- Obwalden (6)
- St.Gallen (27)
- Schaffhausen (4)
- Solothurn (20)
- Schweiz (14)
- Thurgau (8)
- Ticino (51)
- Uri (6)
- Vaud (200)
- Vallée (59)
- Zug (19)

**Search in simap.ch**

Search here free of charge on-line for the current legal publications in simap.ch:

- Running procedures
- Advanced search

**simap.ch: The electronic platform of public procurement**

simap.ch is an **electronic platform** shared by the federal government, cantons and communes for public procurement purposes. It offers a simple procedure for **public contract-awarding authorities** to post their tenders and, if need be, any relevant tender documents. **Bidders and companies** interested are given an overview of all existing contracts across Switzerland and can download both the tenders and tender documents. They can ask any questions they may have directly on a question/answer forum on the portal.

**infodienst-ausschreibungen.ch**  
...wir liefern Ihre Aufträge

START | TEST | LÖSUNGEN | BRANCHE | REGION | SERVICE | ÜBER UNS

Einloggen

Benutzername (E-Mail) | Passwort | **Einloggen** | Neues Passwort festlegen | Neu registrieren

**Europas grösste Ausschreibungs-Datenbank: 6,5 Mio. Bekanntmachungen pro Jahr - aus einer Hand!**

Ralf Witter, Datenmanagement CH

Grösste Ausschreibungs-DB | Individuell informiert | Beste Betreuung

**GRATIS TESTEN**

**857.385** Aktuelle Bekanntmachungen zu öffentlichen Ausschreibungen.

--Anrede\*--  
Vorname  
Nachname\*  
E-Mail\*

**Gratis testen**

**Schnellsuche**

nach Begriff (z. B. "Bau")

Suche

**Aufträge nach Branchen**

Wählen Sie eine Branche

**Warum Infodienst?**

- Grösste Ausschreibungs-Datenbank
- Individuell gefilterte Suchergebnisse
- Beste Kundenbetreuung

**Neueste Ausschreibungen** mehr

- Sanierung Nasszellen  
Basel-Stadt
- Kabelkanal und Böschungssicherung  
Bern

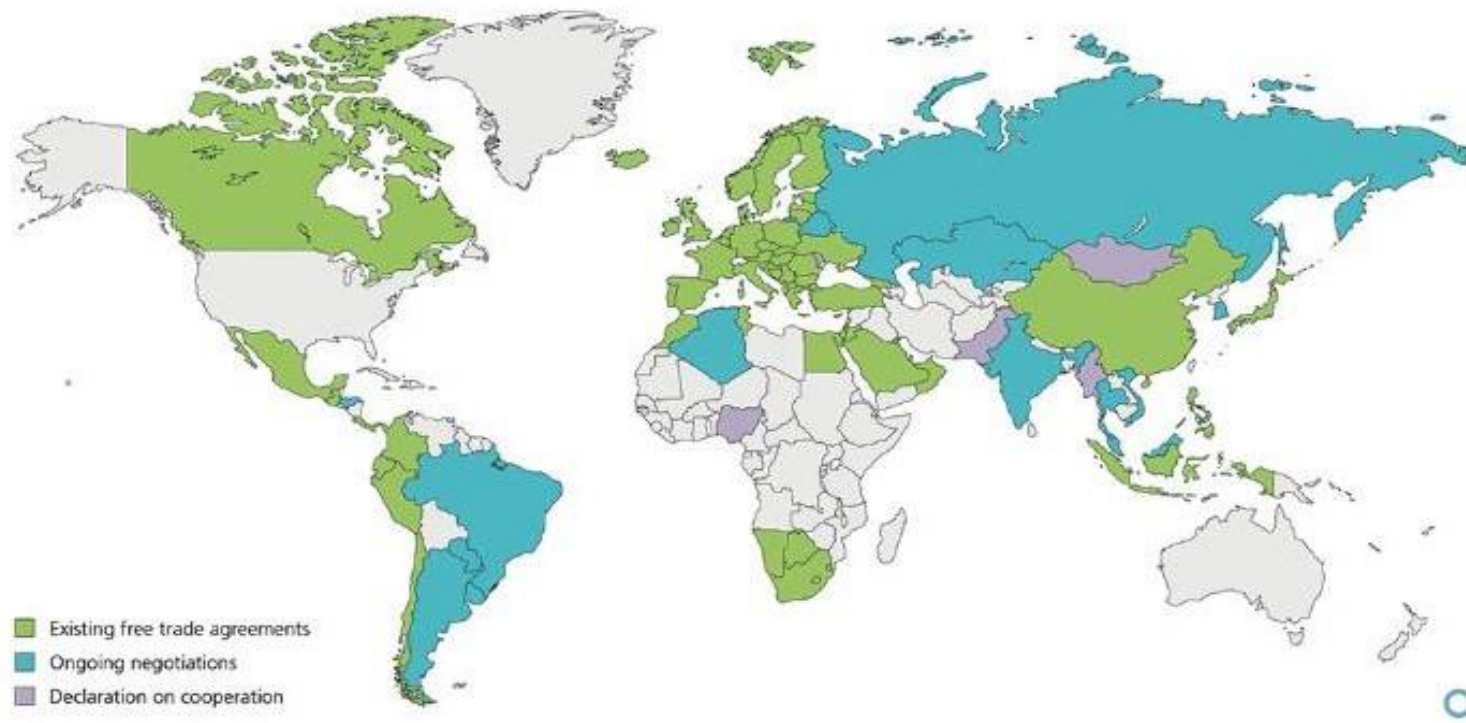
# Szwajcaria – siła eksportu

- Szwajcarskie produkty oznaczają jakość, precyzję, bezpieczeństwo i niezawodność, a wszystkie te cechy są cechami, za które kupujący za granicą są skłonni płacić wyższe ceny.
- Umowy o wzajemnym uznawaniu (MRA) zapewniają produktom ze Szwajcarii oficjalne uznanie zgodności z przepisami dotyczącymi produktów wielu partnerów handlowych, w tym UE, która jest największym rynkiem zbytu na świecie. Dzięki umowom MRA proces importu i eksportu towarów jest znacznie ułatwiony i daje firmom szwajcarskim zdecydowaną przewagę nad konkurencją z krajów trzecich, które nie posiadają takich umów.



# Umowy o wolnym handlu i bariery techniczne w handlu

Poza konwencją EFTA i umową o wolnym handlu z UE, Szwajcaria posiada obecnie sieć 30 umów o wolnym handlu umowy (FTA) z 40 partnerami. Szwajcaria była pierwszą Państwem europejskie, które podpisała dwustronną umowę o wolnym handlu z Japonią (2009). Również na szczeblu dwustronnym, umowa o wolnym handlu między Szwajcarią a Chinami weszła w życie w 2014 roku. Chiny to trzeci najważniejszy zagraniczny partner handlowy Szwajcarii po UE i Stanach Zjednoczonych.



# Jak korzystać z umowy o wolnym handlu?

- **Aby móc korzystać z preferencyjnych stawek celnych przewidzianych w umowach o wolnym handlu, przedsiębiorstwa muszą przestrzegać kilku zasad.**

Jeżeli przedsiębiorstwa chcą skorzystać z preferencyjnych taryf celnych określonych w umowie o wolnym handlu, muszą przedstawić dowód pochodzenia wywożonych produktów. Należy podjąć następujące kroki w celu oceny, czy dany produkt kwalifikuje się do wywozu na rynek partnera wolnego handlu, czy ma zastosowanie zwolnienie z cła i czy jest to opłacalne :

1. Określić numer taryfy celnej wywożonego produktu. Po ustaleniu numeru taryfy celnej staje się jasne, czy w umowie o wolnym handlu określono preferencyjną stawkę celną dla danego produktu.

2. Jeżeli istnieje preferencyjna stawka celna i różni się ona znacznie od normalnej stawki celnej (stawka celna bez umowy o wolnym handlu), konieczne jest sprawdzenie reguł pochodzenia związanych z produktem.

3. Jeżeli wywożony produkt jest zgodny z regułami pochodzenia, można przedstawić dokumentację dotyczącą dowodu pochodzenia i rozpocząć proces wywozu



## Umowa celna i bezkontyngentowa została podpisana w 1972 r.

- Umowa o wolnym handlu liberalizuje handel produktami przemysłowymi, zakazując opłat celnych
- Produkty rolne są wyłączone z umowy, uregulowane są w specjalnym porozumieniu do umowy (Porozumienie w sprawie produktów rolnych).

Warunkiem skorzystania z obrotu bezcłowego jest przedstawienie tzw. dowodu (świadectwa) pochodzenia z EU (zwanego także świadectwem preferencyjnego pochodzenia). Świadectwo pochodzenia oznacza, że towary zostały wyprodukowane lub przetworzone w wystarczającym stopniu w jednym z krajów UE

# Klauzula nadzwyczajna – akumulacyjna

Aby w pełni skorzystać z umów o wolnym handlu, przedsiębiorstwa mogą usprawnić swoje łańcuchy dostaw, aby zapewnić zgodność swoich produktów z obowiązującymi regułami pochodzenia.

Wiąże się to z właściwym wyborem materiałów pierwotnych i krajów pochodzenia. Obejmuje to również możliwość tzw. **akumulacji**. **W tym przypadku przedsiębiorstwo zaopatruje się w materiały pierwotne do produktów u partnera handlowego**. Nie podlegają one regułom pochodzenia, tzn. mogą być wykorzystywane bez żadnych ograniczeń w produkcji.

Przykładowo w zastosowaniu do FTA Japonia-Szwajcaria oznacza to, że przy wywozie produktu szwajcarskiego do Japonii nie jest wymagany minimalny szwajcarski komponent o wartości dodanej, pod warunkiem że surowce pochodzą z Japonii.

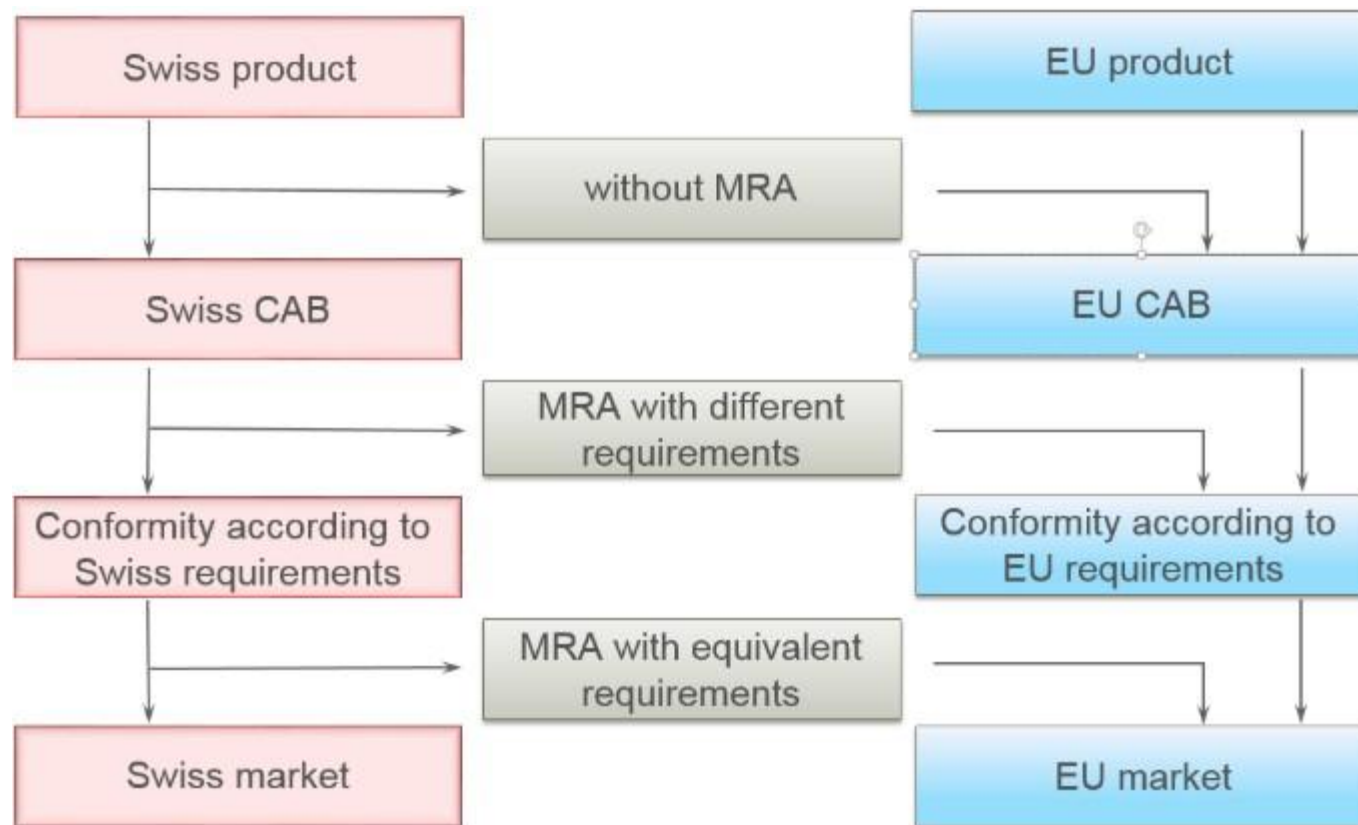
Ta sama zasada ma zastosowanie do wszelkich umów o wolnym handlu zawieranych z wieloma państwami, takimi jak UE.

Jeżeli produkt szwajcarski jest wytwarzany przy użyciu surowców pochodzących z Włoch, a następnie jest wywożony do Niemiec, jest on zwolniony z reguł pochodzenia. Ponieważ ustalenie i udowodnienie pochodzenia produktów może być trudne, czasami wymagane jest wsparcie specjalistów.

# Wymiana handlowa ze Szwajcarią /bariery techniczne.

- W wyniku szerokiej harmonizacji przepisów dotyczących produktów i porozumień o wzajemnym uznawaniu (MRA) między Szwajcarią a UE/EFTA, techniczne bariery handlowe zostały usunięte z największego na świecie rynku sprzedaży wielu towarów. Uzyskane w ten sposób roczne oszczędności kosztów wynoszą ok. 250 - 500 mln franków szwajcarskich.
- MRA pomiędzy Szwajcarią a UE upoważnia szwajcarskie firmy do umieszczania na swoich produktach etykiety CE wymaganej przy wywozie do UE. Oznakowanie CE pozwala na wprowadzanie produktów bezpośrednio na rynek UE bez konieczności poddawania ich dalszym kontrolom.
- W przypadku importu z obszaru UE/EFTA do Szwajcarii, obowiązuje "zasada Cassis de Dijon" została zastosowana do towarów, które nie są regulowane przez MRA. Zgodnie z tą zasadą produkty, które są sprzedawane legalnie w UE lub EOG, mogą być w zasadzie również swobodnie wprowadzane do obrotu na terenie Szwajcarii bez żadnych wcześniejszych kontroli.

# Wymiana handlowa ze Szwajcarią /bariery techniczne.



Źródło zdjęcia:  
[https://www.seco.admin.ch/nisse/Mutual\\_Recognition\\_](https://www.seco.admin.ch/nisse/Mutual_Recognition_)

# E-commerce w Szwajcarii

Rang	Onlineshop	E-Commerce-Umsatz 2020	Sortiment
1	digitec.ch(*)	1125,0	Electronics & Media
2	zalando.ch*	1044,0	Fashion & Accessoires
3	amazon.de (inkl. Marktanteil)*	725,0	Universal
4	galaxus.ch(*)	561,0	Universal
5	brack.ch*	460,0	Universal
6	aliexpress.com*	450,0	Universal
7	nespresso.com/ch/*	400,0	Body & Taste
8	microspot.ch	334,0	Universal
9	shop.migros.ch	266,0	Body & Taste
10	coop.ch	231,8	Body & Taste



# E-commerce w Szwajcarii

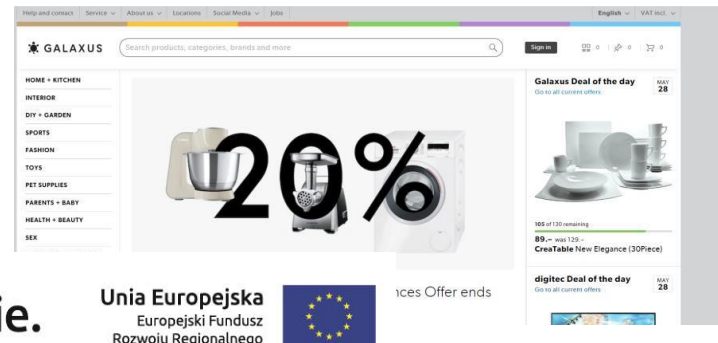
- Szwajcaria ma dość wysoką penetrację Internetu - 95 procent populacji pomiędzy 16 a 65 rokiem życia regularnie korzysta z Internetu, a 90 procent z nich robiło przynajmniej raz zakupy w sieci.
- W Szwajcarii więcej mężczyzn niż kobiet korzysta ze smartfonów i tabletów do usług online: 69% w porównaniu z 61%. Użytkownicy smartfonów, 30%-40% używa tego urządzenia co tydzień do robienia zakupów online.
- W 2021 r. szwajcarscy konsumenci kupili w Internecie towary i usługi o wartości 14,4 mld CHF, co oznacza wzrost o 1,3 mld CHF, czyli o 9,9%, w porównaniu z rokiem poprzednim.
- W ciągu sześciu lat zakupy przez Internet podwoiły się. Konsumpcja krajowa online wzrośnie o 11,6% w 2021 roku, podczas gdy zakupy zagraniczne online będą stały w miejscu. W segmencie RTV/AGD co drugi frank wydawany jest przez internet

# E-commerce w Szwajcarii

W ciągu pięciu lat poprzedzających 2018 r. wzrost liczby zagranicznych sprzedawców e-commerce był ponad trzy razy większy niż w przypadku ich szwajcarskich odpowiedników.

**Przykład - niemiecki Zalando szybko zaoferował dedykowaną szwajcarską stronę internetową, wchodząc na rynek w 2011 roku, i stał się drugim co do wielkości sprzedawcą e-commerce w Szwajcarii.** Po części ze względu na bliskość geograficzną, a także popularność Zalando, Niemcy są najpopularniejszym międzynarodowym miejscem zakupów Szwajcarów. Kolejne miejsca zajmują Chiny (drugie miejsce) i Francja (trzecie miejsce).

Do głównych szwajcarskich sprzedawców e-commerce należą Nespresso i Digitec Galaxus (największy handlowiec e-commerce w Szwajcarii), specjalizujący się w elektronice użytkowej, ale także oferujący artykuły gospodarstwa domowego i produkty związane ze stylem życia. Digitec Galaxus zaczął także działać jako platforma dla innych marek pod koniec 2016 roku.



## E- commerce – Szwajcaria – formy płatności

- Przelewy bankowe są popularne i są wykorzystywane do większości płatności – 53%. Ten rodzaj płatności krajowych oznacza, że międzynarodowi sprzedawcy e-commerce powinni mieć szwajcarskie konto bankowe.
- Tzw. otwarte fakturowanie wymaga od sprzedawców opłacenia kosztów dostawy przed zapłaceniem za produkt
- Płatności kartą są również dobrze wykorzystywane, co stanowi 24 % sprzedaży, choć przewiduje się, że do 2021 r. Udział ten nieznacznie spadnie do 22,9 %.
- Wzrasta popularność portfeli cyfrowych. Obecnie portfele cyfrowe służą do opłacania 20% transakcji online, a oczekuje się, że metoda ta wzrośnie i przejmie 24% udziału w rynku do 2021 r.
- PayPal ma udział w rynku na poziomie 12–15 procent a lokalne marki płatnicze, w tym Twint i jego krajowy rywal SwissWallet, są również popularne. Twint to system płatności w czasie rzeczywistym dla płatności osobistych na urządzeniach mobilnych, który został wprowadzony w Szwajcarii w 2015 roku.

Twint jest istotny dla dostawców handlu elektronicznego ze względu na jego powszechne stosowanie i fakt, że obsługuje również płatności online.

Swiss Wallet jest wspólnym przedsięwzięciem firmy kart kredytowych Aduno i Swisscard Credit Suisse.



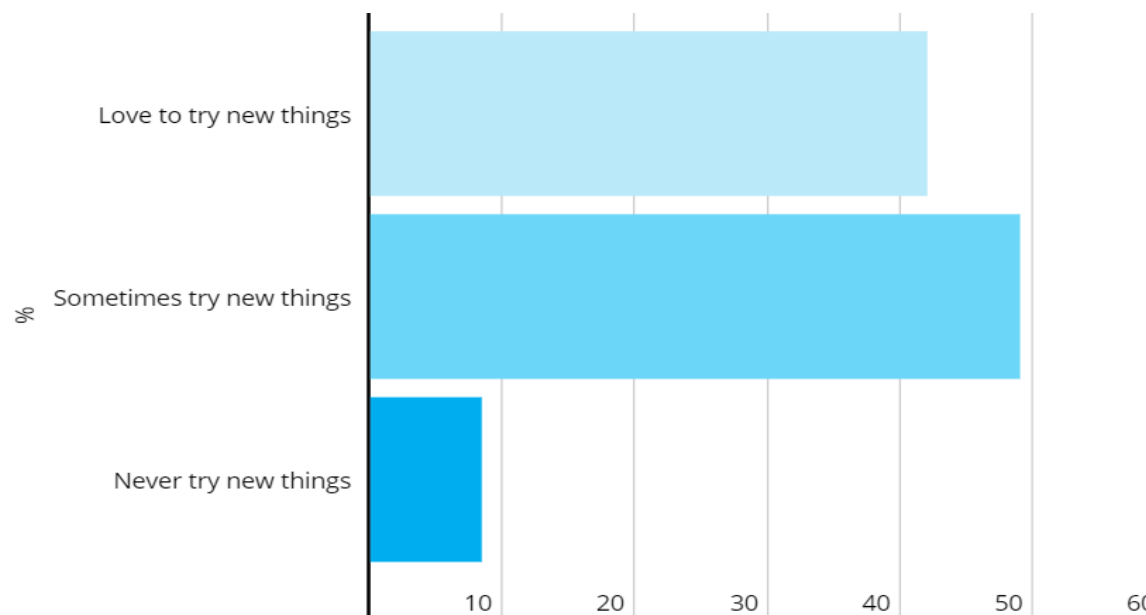
# SZWAJCARSCY KONSUMENTY SĄ CORAZ MNIEJ LOJALNI WOBEC MAREK

Tylko co dziesiąty Szwajcar jest lojalnym konsumentem. Tylko 10% Szwajcarów twierdzi, że rzadko kupuje nowe marki i produkty wśród towarów codziennego użytku. Natomiast mniej więcej co czwarty Szwajcar (27%) lubi wypróbować nowe marki i produkty w sektorze gospodarstw domowych i żywności

Około 32 % Szwajcarów wskazuje że te same rzeczy wciąż znajdują się wózku zakupowym na zakupy, co pięć lat temu. Natomiast nieco więcej konsumentów (39%) jest otwarte na nowe produkty i marki niż pięć lat temu.

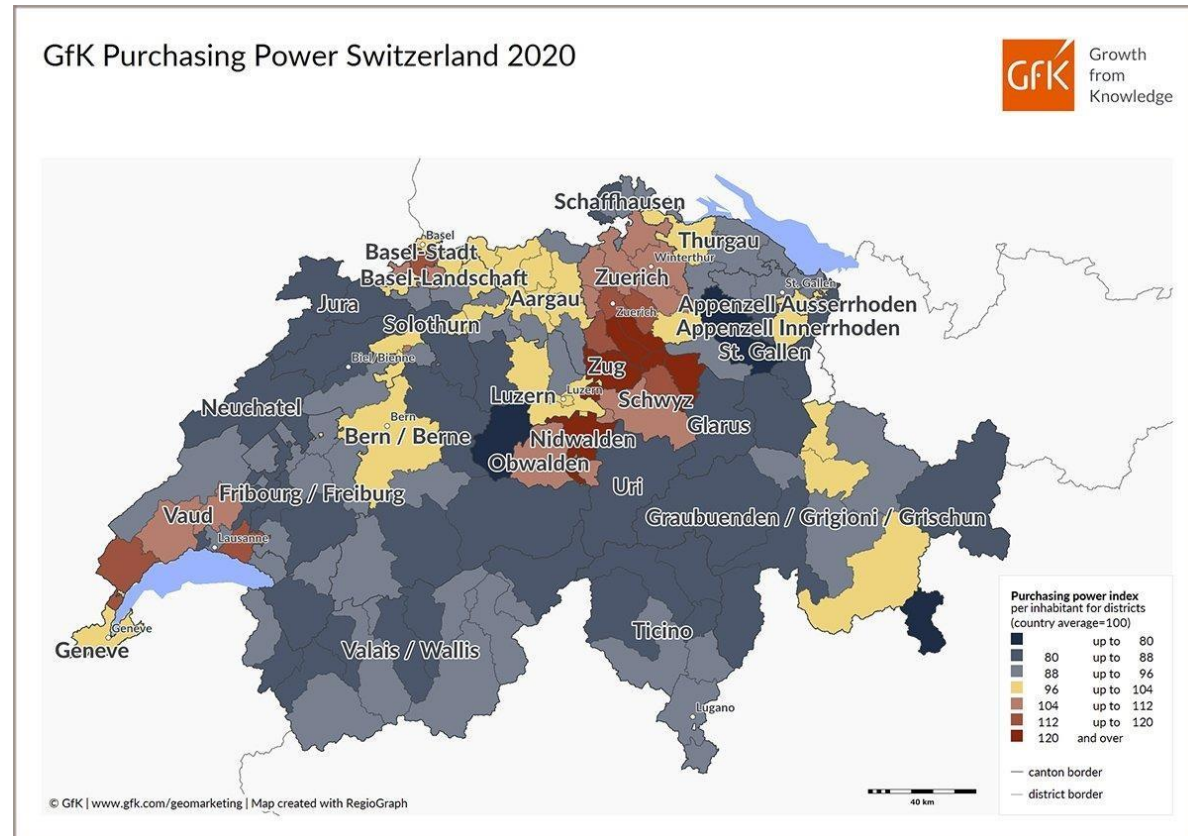
## Co wpływa na wybór produktu/zmiany

- stosunek ceny do wydajności
- obniżone ceny lub oferty specjalne
- lepsza jakość
- społeczna odpowiedzialność biznesu
- wysoki poziom zaufania



# Szwajcaria - siła nabywcza

Według najnowszych badań GfK dla Szwajcarii, pierwsze miejsce w rankingach okręgów zajmuje okręg Höfe, gdzie zakupy na jednego mieszkańca przekraczają średnią krajową o +109%. Do Höfe dołączają powiat Meilen (+51%), kanton Zug (+46%) i powiat Küsnacht (+39%). Wgląd w siłę nabywczą umożliwia detalistom, producentom i usługodawcom optymalizację strategii sprzedaży i marketingu w oparciu o regionalny potencjał rynkowy.



# Szwajcarskie i europejskie przepisy dotyczące handlu elektronicznego

## W Szwajcarii handel elektroniczny (e-commerce) podlega głównie

- ustawie federalnej o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (LCD; RS 241) oraz
- rozporządzeniu w sprawie podawania cen (OIP; RS 942.211).

Obowiązują również przepisy szwajcarskiego kodeksu zobowiązań (CO; RS 220) mające zastosowanie do tradycyjnych umów sprzedaży.

# Przepisy szwajcarskiego kodeksu zobowiązań (CO; RS 220) mające zastosowanie do tradycyjnych umów sprzedaży zastosowanie w e-commerce.

## **Prawo do odstąpienia od umowy**

W handlu elektronicznym, prawo szwajcarskie nie przewiduje żadnego okresu na odstąpienie od umowy ani innego prawa do zwrotu po złożeniu zamówienia. Sprzedający może przewidzieć taką klauzulę, ale nie ma takiego obowiązku. Kodeks etyczny Szwajcarskiego Stowarzyszenia Sprzedaży na Odległość przewiduje jednak 10-dniowe prawo zwrotu, które przysługuje jedynie członkom Verband Schweizerischer Versandhandel VSV.

## **Terminy dostaw.**

Prawo szwajcarskie nie przewiduje żadnego maksymalnego czasu dostawy. W celu zabezpieczenia klientów, sprzedający może określić takie terminy w umowie. Nieuczciwe byłoby jednak - i stanowiłoby to naruszenie przepisów dotyczących zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wskazywanie terminów dostaw, które są zbyt krótkie i niemożliwe do dotrzymania wyłącznie w celu pozyskaniaklientów.

## **Jasna informacja.**

Operatorzy stron internetowych są zobowiązani do podania na swojej stronie internetowej wszystkich informacji, o których mowa w artykule.3 ust. 1§) LCD

## **Gwarancja.**

Jeśli produkt wykazuje wadę lub nie oferuje obiecanych właściwości, kupujący ma dwa lata na złożenie wniosku o udzielenie gwarancji. Prawo przewiduje rozwiązanie umowy (art. 208 KZ) lub zwrot spadku wartości sprzedanego przedmiotu (art. 205 KZ). Prawo do rękojmi (odszkodowania) może być uzgodnione umownie dodatkowo lub zamiast tego.



# Szwajcarskie i europejskie przepisy dotyczące handlu elektronicznego

## Jurysdykcja

W przypadku jakiegokolwiek sporu wynikającego z umowy konsumenckiej, konsument może wszcząć postępowanie sądowe albo w miejscu, w którym znajduje się jego adres, albo w miejscu, w którym znajduje się sprzedawca. Konsument nie może zrzec się tego prawa z góry.

## Handel elektroniczny w UE

Prawodawstwo UE jest w niektórych kwestiach bardziej rygorystyczne niż szwajcarskie przepisy techniczne. Jeżeli sklep internetowy jest skierowany również do konsumentów w państwach UE, oprócz przepisów szwajcarskich należy uwzględnić elementy prawa UE w tym zakresie.

# Szwajcaria – transgraniczne świadczenie usług oraz delegowanie pracowników



# Szwajcaria – transgraniczne świadczenie usług oraz delegowanie pracowników

Umowa o swobodnym przepływie osób zawarta pomiędzy Szwajcarią a Unią Europejską 21 czerwca 1999 r.



## LEGENDE

- autonome Vorauskontingente
- Inländervorrang, vorgängige Kontrolle der Lohn- und Arbeitsbedingungen und Kontingente
- nur Kontingente
- volle Freizügigkeit (mit Schutzklausel)
- Schutzklausel kam zur Anwendung -> Wiedereinführung von Kontingenten
- volle Freizügigkeit ohne Beschränkungen

**EU-15/EFTA** EU-15: Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Griechenland, Grossbritannien, Irland, Italien, Luxemburg, Niederlande, Österreich, Portugal, Schweden, Spanien. EFTA: Island, Fürstentum Liechtenstein, Norwegen

**EU-8** Estland, Lettland, Litauen, Polen, Slowakei, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn

# Umowa o swobodnym przepływie osób zawarta pomiędzy Szwajcarią a Unią Europejską 21 czerwca 1999 r.

## Art. 5 Dienstleistungserbringer

Bez uszczerbku dla jakiegokolwiek szczególnego porozumienia w sprawie świadczenia usług między Stronami (w tym Porozumienia w sprawie zamówień rządowych, jeżeli obejmuje ono świadczenie usług), usługodawca, w tym przedsiębiorstwa wymienione w załączniku I, otrzymuje prawo do świadczenia usług na terytorium drugiej Strony na okres nieprzekraczający 90 dni roboczych w roku kalendarzowym.

- jest uprawniony do świadczenia usługi na podstawie ww. umowy lub umowy dwustronnej z danym państwem, lub
- jeżeli ww. warunki nie są spełnione, zezwolenie na świadczenie usługi zostało wydane przez właściwe organy zainteresowanej umawiającej się strony

# Szwajcaria – transgraniczne świadczenie usług oraz delegowanie pracowników

- ustawa federalna z dnia 8 października 1999 r. o środkach towarzyszących dla pracowników i pracownic i kontroli płacy minimalnej przewidzianej w standardowych umowach o pracę, zwana w skrócie ustawą o oddelegowaniu

# Minimalne warunki pracy i wynagrodzenia

W Szwajcarii konieczne jest rozróżnienie między sektorami, w których obowiązują i nie obowiązują prawnie wiążące zbiorowe układy pracy (CAA) lub standardowe umowy o pracę z obowiązkowym wynagrodzeniem minimalnym.

## Your data:

Company domicile	Poland
Location of assignment in Switzerland	6300 Zug
Posting period	02.06.2020 - 15.07.2020
Collective employment contract	GAV für das <b>Metallgewerbe</b>

The following collective employment contract applies to the assignment you have described (information may not be available in English):

### GAV für das Metallgewerbe

#### ☐ Scope with respect to businesses

Die allgemeinverbindlich erklärten Bestimmungen des GAV gelten für alle Arbeitgeber (Betriebe und Betriebsteile) des Schlosser-, Metallbau-, Landtechnik-, Schmiede- und Stahlbaugewerbes.

Dazu gehören:

- Metallbaugewerbe: Dieses umfasst die Be- und Verarbeitung von Blech und Metall zur Herstellung und/oder Montage und/oder Reparatur und/oder Service folgender Produkte: Türen, Tore, Brandschutzeinrichtungen, Fenster, Fassaden, Sonnen- und Wetterschutzsysteme, Rollläden, Storen, Metallmöbel, Ladeneinrichtungen, Tanks, Behälter, Apparate, Bühnen, Metallbaufertigteile, sicherheitstechnische Systeme, Zäune, Schweissprodukte, Metallbauprodukte für den Tiefbau;
- Landtechnikgewerbe: Dieses umfasst Bau und/oder Reparatur und/oder Service von Land-, Kommunal-, Forst- und Hofmaschinen, Motorgeräte für die Landpflege und Gartenpflege, Bau, Reparatur und Service von Einrichtungen für Tierhaltung sowie Milchgewinnung und -verwertung, Stalleinrichtungen;
- Schmiedegewerbe: Dieses umfasst Schmieden, Huf- und Fahrzeugschmieden sowie Kunstschmieden;
- Schlossergewerbe;
- Stahlbaugewerbe.

Ausgenommen sind:

- Betriebe des Heizungs-, Klima-, Lüftungs-, Spenglerei- und Sanitärinstallationsgewerbes;
- diejenigen Betriebe der Maschinen-, Elektro- und Metallindustrie, die Mitglied des Arbeitgeberverbandes der Schweizerischen Maschinenindustrie (ASM) sind;
- Betriebe, die nicht dem Landtechnikbereich gemäss Artikel 2 Absatz 2 Buchstabe b zuzuordnen sind, und die vorwiegend im mechanisch-technischen und elektrotechnisch-elektronischen Bereich tätig sind und mehrheitlich Geräte und Apparate von hoher Komplexität herstellen.

*Allgemeinverbindlicherklärung: Artikel 2.2 und 2.3*

- ☑ Scope with respect to individuals
- ☑ Professions

Validity of collective employment contract

01.07.2019 - 30.06.2024



# Minimalne warunki pracy i wynagrodzenia

You have selected the following collective employment contract

GAV für das Metallgewerbe

Validity of collective employment contract

01.07.2019 - 30.06.2024

The following provisions apply for the topics you have selected (information may not be available in English):

## Working hours

Die Jahresarbeitszeit beträgt durchschnittlich 2'086 Stunden für das Metallbau-, Schmiede-, Schlosser- und Stahlbaugewerbe und kann auf 2'138 Stunden (mit entsprechender Erhöhung der bestehenden Reallöhne) erhöht werden. Die Jahresarbeitszeit für das Landtechnikgewerbe und die Hufschmiede beträgt 2'190 Stunden.

Für die Berechnung der Lohnersatzleistungen (wie Karenztage bei Unfall, Krankheit, Ferien, Feiertage usw.) werden folgende durchschnittliche Arbeitszeiten als Berechnungsbasis angewandt:

Metallbaugewerbe, Schmiedegewerbe, Schlossergewerbe und Stahlbaugewerbe

Jahresarbeitszeit: Monatsarbeitszeit: Wochenarbeitszeit: Tagesarbeitszeit

2'086 Stunden: 174 Stunden: 40 Stunden: 8 Stunden

2'138 Stunden (1): 178 Stunden: 41 Stunden: 8,2 Stunden

(1) mit entsprechender Erhöhung der bestehenden Reallöhne

Durchschnittliche Arbeitszeit für Landtechnikgewerbe, Hufschmiede

Jahresarbeitszeit: Monatsarbeitszeit: Wochenarbeitszeit: Tagesarbeitszeit

2'190 Stunden: 182,5 Stunden: 42 Stunden: 8,4 Stunden

Jeder Arbeitnehmer erhält periodisch eine Stundenabrechnung und per Ende Jahr eine Schlussabrechnung über die geleisteten Arbeitsstunden. Die Jahresschlussabrechnung beinhaltet die Gelder für Mehrarbeiten, Ferien, Überstunden und Überzeitguthaben



## Minimalne warunki pracy i wynagrodzenia

You have selected the following collective employment contract

**GAV für das Metallgewerbe**

Validity of collective employment contract

01.07.2019 - 30.06.2024

The following minimum pay requirements were calculated for a worker corresponding to the criteria below:

Location of assignment in Switzerland	6300 Zug
Age (in years)	45
Work experience (in years)	5
Profession	Metallbauer
Skill level	Semi-skilled

Description of selected skill level:

Angelernte im Fachbereich (Metallbau/Schmiedearbeiten/Stahlbau) Die Berufs- und Branchenerfahrung gilt ab dem 1.1. des darauffolgenden Jahres, in welchem die berufliche Grundbildung abgeschlossen wurde.

Minimum hourly pay in CHF:

Base pay:		22.90 CHF
Annual holiday:	23 days	
Prorated holiday:		2.22 CHF
Annual bank holidays:	9 days	
Prorated bank holidays:		0.82 CHF
13th month salary:	yes	
Prorated 13th month salary:		2.16 CHF

Company, posting and worker data		Comments:
Posting company	ACME Ltd	
Posting period (from - to)	07.04.2014-16.04.2014	
Last name, first name of worker	Joe Bloggs	

#### Country of origin (data in EUR) / Current pay

Data in the yellow cells are given as an example.

Basic pay	15,00	euros per hour
Assignment length in days	8,00	days
Number of overnight stays	8,00	nights
Assignment length in hours	64,00	hours
Worked at night	6,00	hours
Supplement for work at night	5,60	euros per hour
Travel time in Switzerland	3,00	hours
Contributions to employee saving schemes	26,59	euros per month
Weekly working hours in country of origin	40,00	hours per week
Annual holiday	30,00	days
Bank holidays	10,00	days
Posting compensation	1400,00	euros for entire assignment
Posting bonus	6,58	euros per hour
13th month salary	80,00	% of monthly salary
14th month salary	0,00	% of monthly salary
Holiday allowance	0,00	% of monthly salary
Christmas bonus	2600,00	euros per year
Monthly salary	2600,00	euros per month

#### Switzerland (data in CHF) / Required pay

Basic pay (hourly)	24,25	CHF
Annual holiday	20,00	days
Bank holidays	9,00	days
13th month salary	100,00	%
14th month salary	0,00	%
Supplement for work at night	25%	%
Exchange rate	December 2016	1,0880 CHF/EUR
Fixed-rate compensation for accommodation	150,00	CHF
Fixed-rate compensation for meals	40,00	CHF

#### Calculations:

General:

Basic pay:

Pay conditions are considered to be violated only if there is a difference in the final total, not if there is a difference in the individual items.

If you provided the basic pay as an hourly wage, this data is transferred unaltered to the calculation table.

If you provided the basic pay as a gross monthly salary, it is divided by the contractual number of working hours per month.

If you only know the number of working hours per year, use the following calculations to determine the gross monthly salary:

When averaged over four years, one year consists of 52 weeks:  $52 \times \text{number of weekly working hours} = \text{number of annual working hours}$

#### Hourly wage comparison:

	Current (country of origin)		Required (Switzerland)	
	CHF	EUR	EUR	CHF
Basic pay	16,32	15,00	22,29	24,25
Contributions to employee saving schemes	0,17	0,15		
Compensation for annual holiday	2,15	1,98	1,86	2,02
Compensation for bank holidays	0,66	0,61	0,80	0,87
13th month salary	1,29	1,18	2,08	2,26
14th month salary	0,00	0,00	0,00	0,00
Holiday allowance	0,00	0,00		
Christmas bonus	1,61	1,48		
Posting bonus	7,16	6,58		
Posting compensation	0,05	0,05		
Gross hourly wage	29,40	27,02	27,02	29,40

	CHF	EUR
Difference in gross hourly wage	-0,00	-0,00

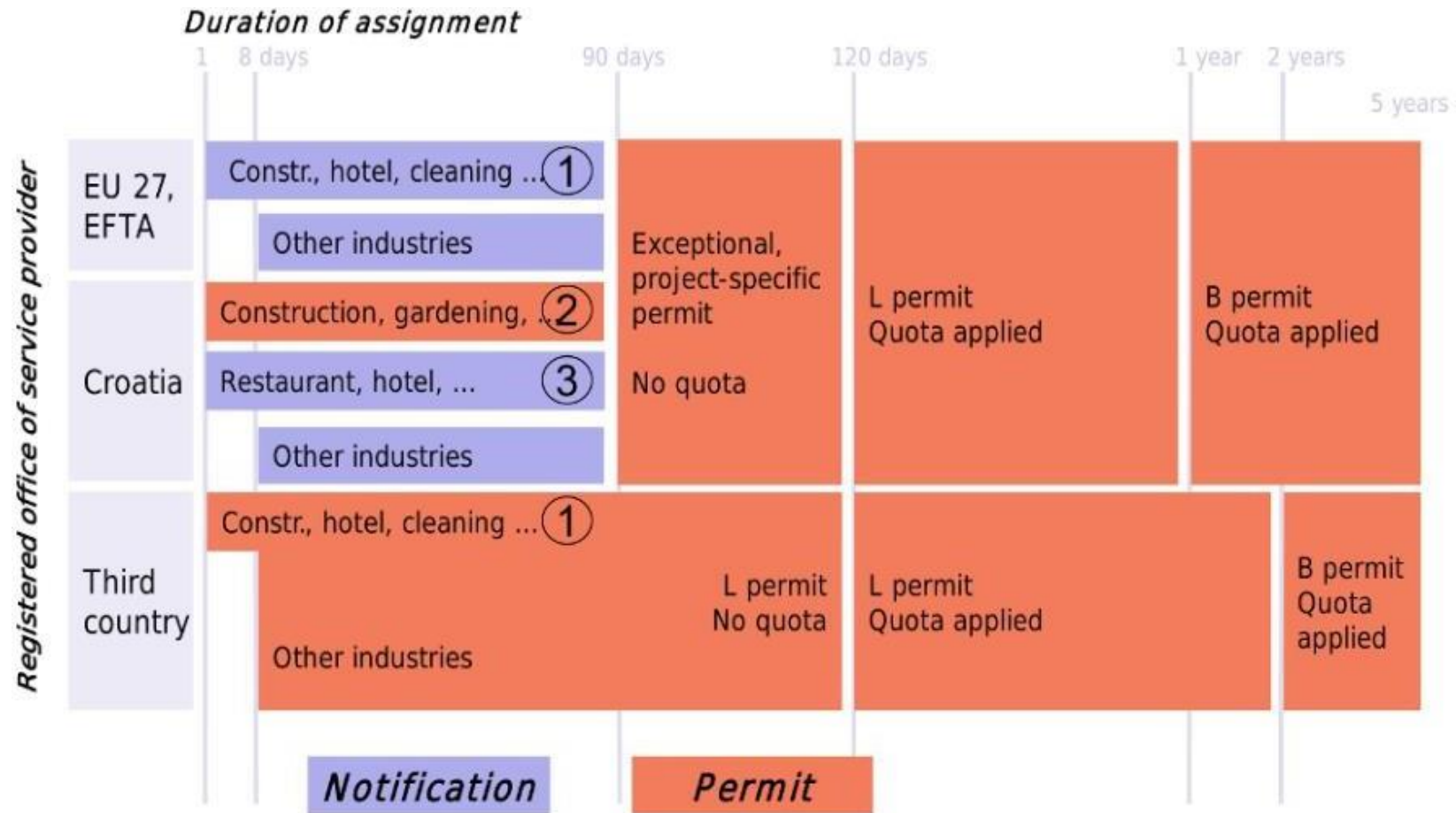
#### Hourly wage comparison for work at night:

	Current (country of origin)		Required (Switzerland)	
	CHF	EUR	EUR	CHF
Basic pay	16,32	15,00	22,29	24,25
Supplement for work at night	6,09	5,60	5,57	6,06
Contributions to employee saving schemes	0,17	0,15		
Compensation for annual holiday	2,15	1,98	1,86	2,02
Compensation for bank holidays	0,66	0,61	0,80	0,87
13th month salary	1,29	1,18	2,08	2,26
14th month salary	0,00	0,00	0,00	0,00
Holiday allowance	0,00	0,00		
Christmas bonus	1,61	1,48		
Posting bonus	7,16	6,58		
Posting compensation	0,05	0,05		
Gross hourly wage	35,49	32,62	32,60	35,46

	CHF	EUR
Difference in gross hourly wage (night work)	0,03	0,03

	CHF	EUR
Total difference	0,08	0,07

# Obowiązek zezwolenia na pracę



**K** Kautionspflicht mit Abwicklung über ZKVS

	AG	AR	AI	BL	BS	BE	FR	GE	GL	GR	JU	LU	NE	NW	OW	SG	SH	SZ	SO	TI	TG	UR	VD	VS	ZH	ZG	
Ausbaugewerbe BL / BS / SO				K																							
Ausbaugewerbe Westschweiz						K	K	K			K		K										K	K			
Dach- und Wandgewerbe	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	
Decken und Innenausbausysteme	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K		K		K	K	K	K	K	K		K	K		K	K	K	
Elektro-Installationsgewerbe				K																				K			
Gärtnergewerbe																					K						
Gebäudehüllengewerbe	K	K	K			K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	
Gebäudetechnikbranche	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	
Gipsergewerbe	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	
Glasergerbe																					K						
Holzbaugewerbe						K	K	K			K		K											K	K		
Isoliergewerbe	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K				K	K
Malergewerbe	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	
Metallgewerbe	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	
Parkett- und Bodenlegergewerbe						K	K	K			K		K								K			K	K		
Plattenleger- und Ofenbaugewerbe	K	K	K			K	K	K	K	K	K	K		K	K	K	K	K	K	K	K	K	K			K	K

Schrei



Rzeczpospolita  
Polska



Śląskie.

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



K K



# Relacje handlowe ze szwajcarskim kontrahentem - aspekty kulturowe



# Hierarchia biznesowa w Szwajcarii

- Szwajcarzy cenią sobie powściągliwość, gospodarność, tolerancję, punktualność i poczucie odpowiedzialności. Znajduje to odzwierciedlenie w sposobie prowadzenia przez nich interesów. Klimat biznesowy jest bardzo formalny i konserwatywny, a firmy są zorganizowane w tradycyjny, pionowy sposób.
- Kultura przedsiębiorstw może się nieco różnić, w zależności od tego, czy znajdują się one w niemieckich, francuskich czy włoskich regionach Szwajcarii. Ogólnie rzecz biorąc, można powiedzieć, że decyzje są podejmowane na najwyższym szczeblu organizacji. W większości organizacji pracownicy mają niewielką odpowiedzialność, choć różni się ona w zależności od firmy.
- W wielu międzynarodowych przedsiębiorstwach w Genewie panuje bardziej amerykańska kultura zarządzania, są one mniej zhierarchizowane, a pracownicy ponoszą większą odpowiedzialność.

# Szwajcarskie spotkania biznesowe

- Spotkania są na ogół pozbawione osobistego charakteru, żywiłowe, uporządkowane, zaplanowane i zorientowane na zadania. Ważne jest, aby przygotować się przed spotkaniem biznesowym.
- Szwajcarzy mają tendencję do zabierania się do pracy po kilku minutach ogólnej dyskusji. Należy mieć świadomość, że komunikacja niewerbalna, np. mowa ciała, jest bardzo ważna i różni się w zależności od regionu Szwajcarii.
- Należy pamiętać, że organizacja, procedura i planowanie leżą u podstaw sukcesu biznesowego Szwajcarii. Przejrzyste systemy są bardzo ważne. Spotkania zawsze mają szczegółowy porządek obrad, który jest dołączany do listu. Dyskusje są otwarte, ale nie pozbawione celu. Oczekuje się, że każdy z nich przyczyni się do osiągnięcia konsensusu w szybkim tempie.
- Należy pamiętać, że punktualność spotkań biznesowych i towarzyskich jest traktowana poważnie.



# Negocjacje w Szwajcarii

Podczas negocjacji wymagana jest cierpliwość. Dyskusje są bardzo precyzyjne, ostrożne i czasami bywają trochę uciążliwe. Podejmowanie decyzji jest powolne i metodyczne. Szwajcarzy są uważani za twardych, ale uczciwych negocjatorów.

W każdym razie, biznes jest traktowany z najwyższą powagą, a w negocjacjach nie ma miejsca na humor.

## Decyzje

Szwajcarska kultura biznesowa ma sztywną, głęboko zakorzenioną hierarchię. Ostateczną decyzję podejmują tylko najwyżsi przedstawiciele władzy. Co więcej, mimo że wszyscy zaangażowani lub poszkodowani muszą być zgodni, ostateczna decyzja będzie niekwestionowana po jej podjęciu.

Organizacje o silnej orientacji międzynarodowej pozwalają swoim pracownikom na znacznie większą odpowiedzialność i rozkładają poziom podejmowania decyzji na niższe szczeble w organizacji.

# Dziękuję Państwu za uwagę.

---

Łukasz Żak

---



## Zapraszamy do kontaktu:

Organizator:  
**Fundusz Górnośląski S.A.**  
ul. Sokolska 8  
40-086 Katowice

Warsztat zrealizowany przez:  
**Eurofinance Training Sp. z o.o.**  
tel.: +48 22 830 13 40; tel. kom.: +48 609 124 14  
e-mail: [szkolenia@efszkolenia.pl](mailto:szkolenia@efszkolenia.pl), [www.efszkolenia.pl](http://www.efszkolenia.pl)