

# Polska Agencja Inwestycji i Handlu

---

Zagraniczne Biuro Handlowe we Frankfurcie nad Menem

30.11.2022



---

## Ekspansja na rynek niemiecki – best practices



Anna Polańska

Ekspert Zagranicznego Biura Handlowego  
we Frankfurcie

Polska Agencja Inwestycji i Handlu

 PAIH  
Grupa PFR



- Kultura biznesowa w Niemczech – sei deutscher
- Charakterystyka rynku niemieckiego
- Sine qua non – bez czego ani rusz
  - Wymogi formalne: VerpackG i DPG
- Potencjał biznesowy
- Współpraca z sieciami
- Sprzedaż online
- Zamówienia publiczne



Planując ekspansję na rynek niemiecki, należy pamiętać o pomiedzy Niemcami i Polakami. Aby być skutecznym podczas rozmów biznesowych warto wziąć pod uwagę kilka wskazówek bazujących na zasadach, które obowiązują za Odrą. Różnice kulturowe nie są żadnym problemem w kontaktach biznesowych – dopiero jest nim brak ich znajomości.



JĘZYK



KONTAKTY I KOMUNIKACJA

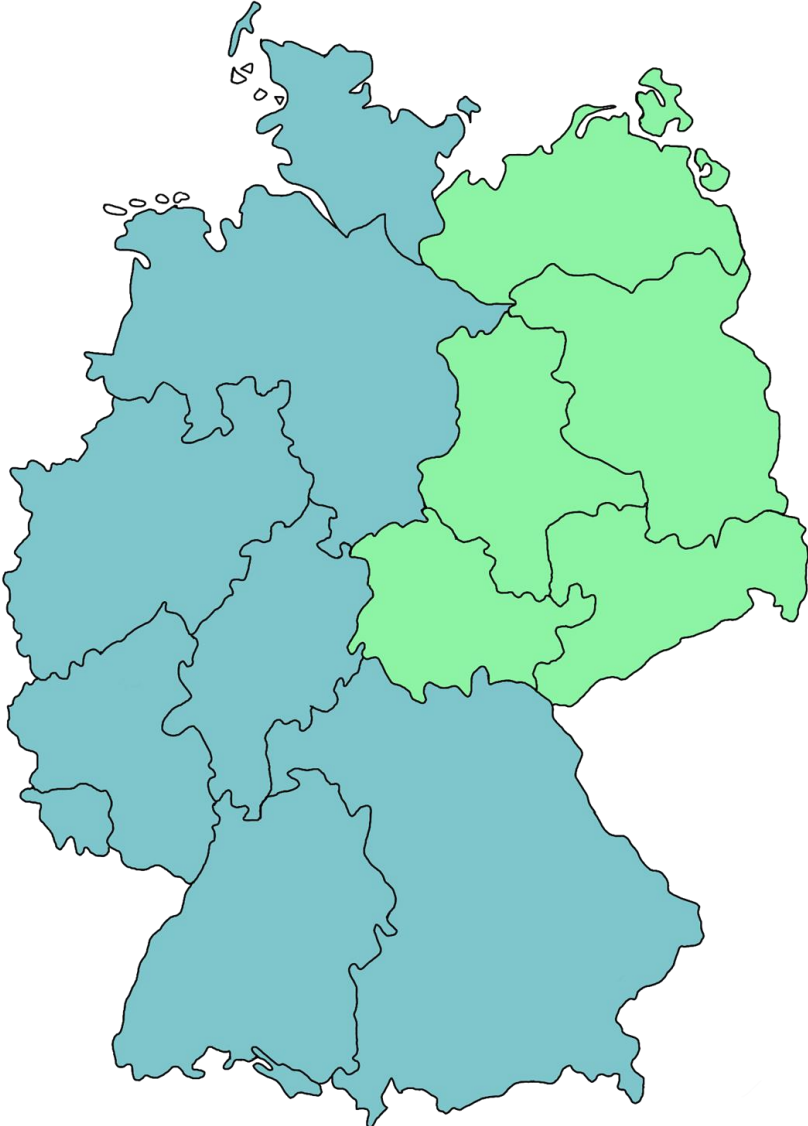


PEWNOŚĆ

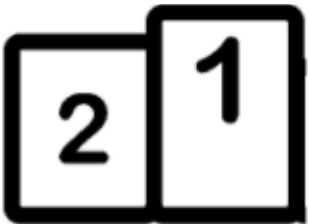


PREZENTACJE I NEGOCJACJE

# Państwo federalne – Osties und Westies



Cena Jakość



Brand  
Made in Germany

Certyfikaty



Niemiecki jako język  
komunikacji biznesowej

Marketing

Różnice kulturowe

## Od czego zacząć?

Analiza rynku



Przygotowanie



Wymogi formalne



Kontakt z kontrahentami

## O czym należy pamiętać?

wymogi formalne  
**Verpackungsgesetz, DPG,**  
etykietowanie



targi branżowe



certyfikaty jakości



Podstawowym obowiązkiem dla przedsiębiorców jest:



1. Obowiązek rejestracji w Stiftung Zentrale Stelle Verpackungsregister, a więc w Centralnym Rejestrze Obrotu Opakowaniami (LUCID). Obowiązek osobisty rejestracji przez przedsiębiorcę.



2. Przystąpienie do jednego z **dualnych systemów recyklingu opakowań**. Systemy te działają na zasadzie uiszczania opłat za wprowadzane do obrotu opakowań w zamian za przejęcie obowiązku ich zbierania, sortowania i recyklingu przez firmę będącą oferentem danego systemu. Warto wykonać ten krok jako pierwszy, by uzyskać wskazówki od operatora na temat rejestracji.



3. **Raporty ilościowe i rodzajowe dotyczące zużytych opakowań do LUCID** – do końca kwartału, a przy rejestracji z początkiem roku do 15 stycznia. Deklarowane w systemie rejestracji ilości muszą być zbieżne z tymi przekazywanymi przez operatora Systemu Dualnego.



4. W wyjątkowych przypadkach (wprowadzenia ilości opakowań powyżej określonych granic) należy złożyć deklaracje – Vollständigkeitserklärung – dotyczącą ilości i rodzajów opakowań wprowadzonych do obrotu w poprzednim roku kalendarzowym – co roku do 15 maja.







Każdy, kto wprowadza na rynek jednorazowe butelki z napojami, musi zastosować odpowiednie ich oznaczenie oraz dokonać zwrotu kaucji konsumentowi. Celem działania systemu jest zapewnienie odpowiedniego recyklingu butelek będących w obiegu.



Napoje, dla których butelki  
**podlegają** zwrotowi

- Piwo lub mieszane napoje na bazie piwa (np. panaché, radler, shandy)
- Wody
- Napoje bezalkoholowe (softdrinks)
- Mieszane napoje alkoholowe



Napoje, dla których butelki  
nie **podlegają** zwrotowi

- Soki owocowe i warzywne lub nektary
- Napoje z co najmniej 50 proc. produktów mlecznych
- Niektóre napoje dietetyczne
- Opakowanie na napoje poniżej 0,1 l lub powyżej 3,0 l
- Wino i alkohole
- Ekologiczne opakowanie napojów

## Digitalizacja



### Digitalniej

**BMW i Federalne Ministerstwo Gosp. i Energii wspiera niemieckie MŚP w rozwoju digitalizacji poprzez program Digital.Jetzt.** Przewidywane są dotacje na technologię cyfrową, ale także na szkolenie pracowników w zakresie kompetencji cyfrowych.

W okresie pandemii 34 proc. firm wdrożyło nowe rozwiązania cyfrowe. 60 proc. niemieckich MŚP zdaje sobie sprawę z istotności zmian w obszarze digitalizacji. Działania BMWi mają na celu zachęcić firmy do rozwoju, by mogły być bardziej konkurencyjne.

Deutscher Telekom, Digital.Jetzt BMWi

## Łańcuchy dostaw



### Biznes Rad

Popyt na rowery jest ogromny - zdaniem menadżera Radwelt Berlin nie ma sprzedawcy rowerowego, który powiedziałby, że miał zły rok. W związku z tym sprzedawcy narzekają jednak na problemy z dostawą części rowerowych, głównie hamulców i przerzutek, np. od Shimano.



Tagesschau

## Nachhaltigkeit



### Paradoks mięsny

Choć szczególnie w ostatnim roku rzeźnie nie cieszyły się dobrą sławą a **marki zamienników produktów mięsnych** (jak np. Beyond Meat) **stają się coraz bardziej popularne, to rośnie spożycie mięsa w Niemczech.**

W Niemczech 87,7 proc. pytanych deklaruje jedzenie mięsa - to więcej niż światowa średnia.

Niezależnie od tego produkcja roślinnych zamienników wzrosła w stosunku do Q12020 o 37 proc., a na niemieckich półkach pojawia się coraz więcej wegańskich wędlin czy roślinnych sznyceli.

Wirtschaftswoche





Współpracownicy z sieciami

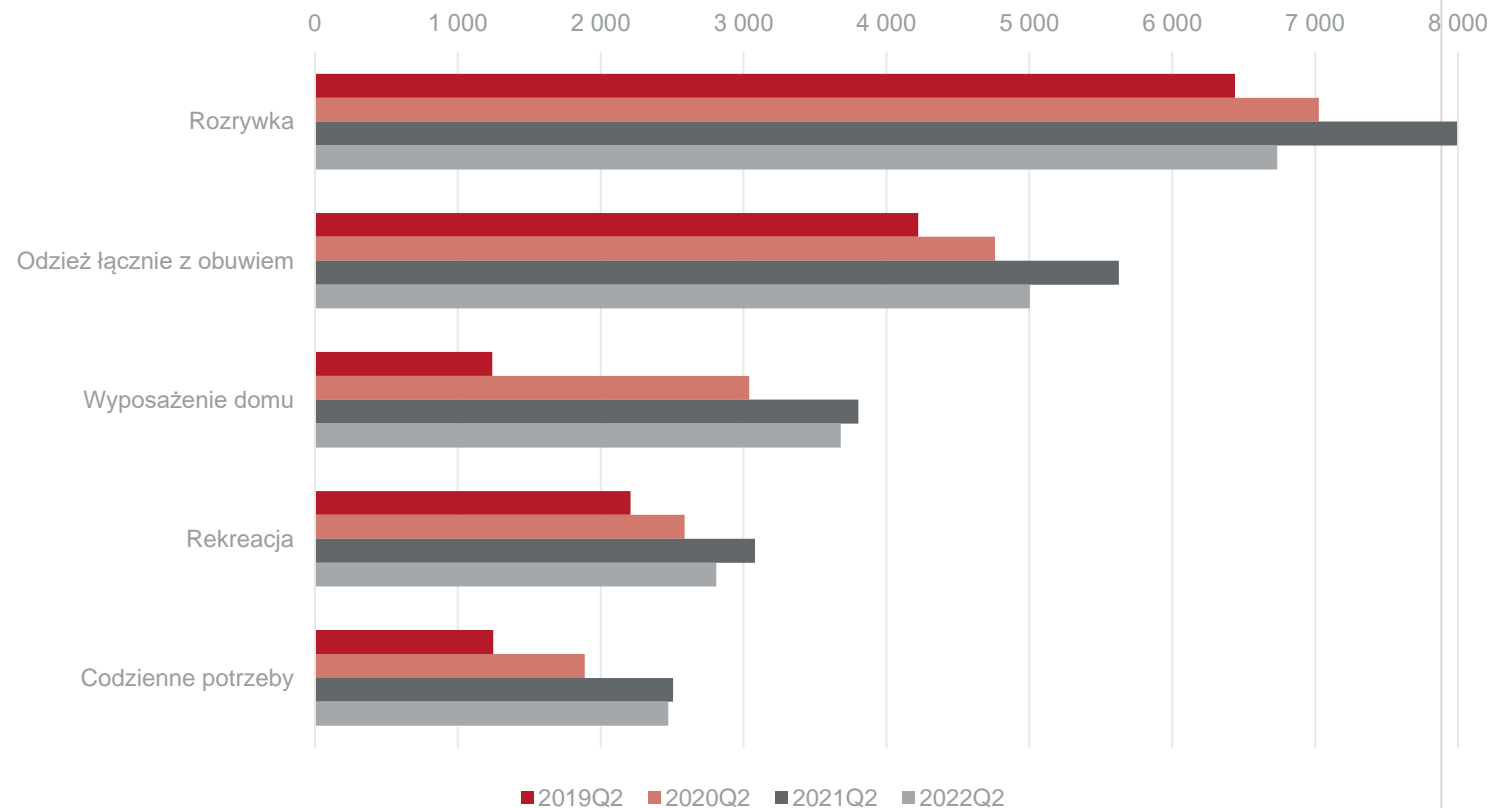


Markenvertretungen, POS-Service



# Kanał online w Niemczech?

Sprzedaż detaliczna online według grupy produktów w Niemczech  
od 2019Q2 do 2022Q2 (w mln euro)



Źródło: Statista, Beyondata

## Najważniejsze platformy online w Niemczech

amazon



OTTO

ebay

real.de  
IHR MARKTPLATZ

bon  
prix

zalando

cyberport

notebooksbilliger.de

ONRAD

MediaMarkt

ALTERNATE

## Roczna wielkość zamówień publicznych w Niemczech



360 mld EUR

## Kategorie przetargów

44%



29%



27%

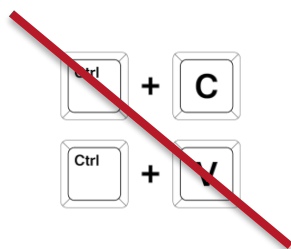


## Wspólne wykonywanie zamówienia

Platformy dla przetargów powyżej progów - ogólnodostępne, bezpłatne serwisy



## Podsumowując



Dziękuję!

Vielen Dank!



**Łukasz Chrabański**

Kierownik

**Anna Polańska**

Ekspert

**Dorota Kafara**

Ekspert

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.

Zagraniczne Biuro Handlowe  
we Frankfurcie nad Menem

Regus - Alte Oper

An der Welle 4

60322 Frankfurt am Main

