



■ Ing. Josef Hladík
předseda Sdružení českých podniků
v Německu – VTUD se sídlem v Berlíně
(foto: Právo Dorian Hanuš)

► Přibližně jedna třetina českých exportů směřuje do SRN. Konkurenční prostředí pro české podniky se v Německu v posledních letech mění, což má důsledky i pro činnost českých logistických společností.

Nová orientace

Téměř bez šancí je dnes tuctová výroba průměrné kvality, kterou prakticky může nabídnout každý. V tomto segmentu budou české podniky dříve nebo později vytlačeny lacinější konkurencí. Na německý trh se dostanou a na něm se udrží pouze podniky, odlišující se pozitivně od konkurence v kombinaci kvality, ceny a servisu.

Pro české firmy se nicméně otevírá prostor, který může kompenzovat ztráty v segmentu méně náročných výrobků. Řada českých firem se technicky a kvalitativně posunula citelně dopředu. Částečně díky vlastnímu

angažmá, částečně k tomu přispěl vstup zahraničního kapitálu. České podniky opouštějí roli pouhého subdodavatele nebo zpracovatele pro německého partnera a snaží se prosadit samostatně na německém trhu.

Exporty do SRN v kontextu logistiky

Aktuální strukturu českých vývozů charakterizuje několik zvláštností, které jsou relevantní pro orientaci logistických firem:

- Dominance silničních vozidel. Vývoz silničních vozidel představuje 18 % českých exportů do Německa. Třetina automobilové produkce v České republice směřuje do SRN. V praxi to znamená, že v roce 2006 se odehrály exporty ve výši 120 miliard CZK v oblasti se specifickou logistikou.
- Silný nárůst vývozů zemědělských a potravinářských výrobků, tedy zboží, které je citlivé na skladování a přepravu. Vývoz mléčných výrobků a vajec vzrostl z 0,5 miliard CZK v roce 2003 na 4,5 miliard v loňském roce.
- Těžké tonáže expandují. Vývoz železa, oceli a rudy kovů dosáhl v roce 2006 celkem 36 miliard CZK, což je více než 100procentní přírůstek oproti roku 2003.

Ve vztahu k Německu vykazuje Česká republika velmi nízký vývoz služeb. V roce 2006 obnášely vývozy služeb přibližně 70 miliard CZK a její podíl na hodnotě vyvezeného zboží činil 14 % (na příklad podíl služeb v Rakousku se pohybuje kolem 40 %).

Ve střednědobé perspektivě bude vývoz služeb mít větší dynamiku nežli vývoz zboží.

Přímé německé investice do produkčních zařízení v České republice nebudou expandovat, celkový vývoz podniků s německým kapitálem bude stagnovat. Obchodními partnery českých logistických společností budou ve stoupající míře české firmy.

V Německu je nedostatečná prezence českých podniků. Podle údajů Německé spolkové banky působí v SRN pouze 8 českých firem s bilanční sumou nad 1 milion Euro. Pro srovnání – holandských firem se nachází v Německu 1889, švýcarských firem 1204. Zanedbatelné jsou i investice českých firem v SRN. České podniky investovaly doposud na území Německa 149 milionů Euro, holandské 128 miliard. Chybějící podnikatelské zázemí a infrastruktura českých podniků v Německu znamenají deficit v oblasti marketingu a servisu, na druhé straně jsou ale i příležitosti pro firmy z oblasti logistiky.

Facit:

Ve vztahu k Německu je důležité, aby čeští exportéři stabilizovali svoji pozici v nových podmínkách na německém trhu. Jejich úsilí bude o to úspěšnější, čím účinnější bude exportní politika státu a podpora ze strany svazů a asociací českého hospodářství.

Pro strategii českých logistických firem v souvislosti s exporty do SRN si zaslouží zejména dva body zvláštní pozornost: měnící se zbožová struktura českých vývozů a nedostatečná česká podnikatelská infrastruktura v Německu.

■ Export to Germany: New Direction Also for Logistics?

▷ About one third of Czech exports heads for Germany. The competitive environment has been changing for Czech companies in German recently, which affects also activities of Czech logistic firms.

New Direction

Almost past hope is common production of average quality that can be offered by virtually anybody. In that segment Czech companies will be sooner or later squeezed out by cheaper competition. Only companies that can differentiate from competition positively in terms of mix of quality, price and service can penetrate and stay on the German market.

Nevertheless, a space that may make up for the loss in the segment of less demanding products has opened for Czech companies. Many Czech enterprises have advanced markedly as concerns technology and quality. In part thanks to their own efforts, in part with the aid of foreign capital. Czech companies abandon the role of mere subcontractors or processors for German partners and try to establish themselves on the German market independently.

Exports to Germany in Context of Logistics

The current structure of Czech exports is characterised by several particularities relevant for the direction of logistic firms:

- Dominance of road vehicles. Export of road vehicles amounts to 18 % of Czech exports to Germany. One third of the Czech car production heads for Germany. In practice it means that in 2006 exports in the value of CZK 120 billion were realised in a field requiring specific logistics.

- A strong increase in exports of agricultural and food products, i.e. commodities sensitive to warehousing and transport. The export of dairy products and eggs has grown from CZK 0.5 billion in 2003 to 4.5 billion in the last year.
- Heavy loads have been expanding. The export of iron, steel and metal ores reached CZK 36 billion in total in 2006, which means an increase of more than 100% compared to 2003.

The Czech Republic shows very low imports of services to Germany. In 2006 the import of services amounted to approx. CZK 70 billion and its share in the value of the exported goods reached 14 % (for example the share of services in Austria fluctuates around 40 %). In the medium-term perspective export of services will be more dynamic than exports of goods.

German direct investments into production facilities in the Czech Republic will not expand, the overall exports of companies with German capital will stagnate. More and more Czech companies will be the business partners of Czech logistic firms.

Czech enterprises are not sufficiently presented in Germany. According to the data of the German Federal Bank, only 8 companies with a balance sum higher than 1 million Euro operate in Germany. For comparison – there are 1,889 Dutch companies, 1,204 Swiss companies of that kind in Germany. Also Czech companies' investment to Germany is marginal. Czech firms have so far invested 146 million Euro in Germany, while Dutch companies invested 128 billion. The missing business background and infrastructure of Czech companies in Germany mean deficiencies in marketing and service, on the other hand opportunities for logistic firms.

Conclusion:

In relation to Germany, it is important for Czech exporters to stabilise their position in the new conditions on the German market. The more effective the state export policy and support of Czech economic unions and associations will be, the more successful their efforts will be.

Two particular issues deserve special attention as far as the strategy of Czech logistic firms is concerned: the changing goods structure of Czech exports and the insufficient business infrastructure in Germany.

Ing. Josef Hladik

The author is the chairman of the Association of Czech Enterprises in Germany (VTUD) seated in Berlin.

