



BIZNES W NIEMCZECH BEZ STRESU – prawo i podatki w praktyce

Tomasz Baron, LL.M.
Partner

DOING BUSINESS IN GERMANY –
Skawina, 26.02.2026

O NAS

- Kompleksowe doradztwo prawne we wszystkich kluczowych dziedzinach życia gospodarczego
- Doradztwo podatkowe, księgowość i płace
- Düsseldorf, Berlin, Warszawa, Katowice
- Ponad 35 lat na rynku
- 30 adwokatów
- Największy Polish Desk w Niemczech



KANCELARIA TIGGES RECHTSANWÄLTE

- Polsko-niemieckie stosunki handlowe, ekspansja na rynek niemiecki
- Prawo handlowe, wszelkie umowy, dystrybucja i franczyza
- Spółki handlowe, transakcje, M&A, obsługa korporacyjna
- Nieruchomości, prawo najmu
- Doradztwo podatkowe, płace i księgowość
- Transport, spedycja, logistyka, kolej
- Prawo pracy
- Znaki towarowe i prawo konkurencji
- E-Commerce, RODO
- Przetargi i dotacje
- Zarządzanie wierzytelnościami, windykacja roszczeń
- Wirtualne biuro
- Compliance i ESG
- Spory sądowe



AGENDA

- Ogólne zasady
- Formy wejścia na rynek niemiecki
- Spółka GmbH w pigułce
- Zagadnienia podatkowe
- Typowe wyzwania
- Praktyczne rekomendacje



JAK ZACZAĆ? CZYLI BUSINESSPLAN

- 3 istotne punkty:
 - Przygotowanie (strategia)
 - Budżet (inwestycja)
 - Ludzie (zespół)



FORMY WEJŚCIA NA RYNEK NIEMIECKI

- Forma działalności
- Partnerzy / inwestorzy
- Spółka-córka / joint venture
- Sztywna czy otwarta struktura
- Formy reprezentacji
- Ograniczenie odpowiedzialności / kapitał
- Strona podatkowa
- Renoma rynkowa wybranej formy
- Transakcje M&A



FORMY WEJŚCIA NA RYNEK NIEMIECKI

Eksport bezpośredni

- Najprostsza i najtańsza metoda wejścia na rynek niemiecki.
- Niewielkie wymagania początkowe – firma prowadzi sprzedaż bezpośrednio z Polski, korzystając np. z własnych sił handlowych lub sklepów internetowych.
- Odpowiednia forma dla firm testujących rynek, sprzedających produkty niszowe lub wyspecjalizowane, które mogą sobie pozwolić na powolny wzrost.
- Brak lokalnej obecności i niemieckojęzycznego serwisu posprzedażowego ogranicza możliwość zdobywania dużych kontraktów, szczególnie w bardziej wymagających branżach (np. automotive, przemysłowa, technologiczna).
- Niemiecki klient preferuje lokalnego partnera – firma z Polski bez przedstawicielstwa w Niemczech może mieć ograniczone szanse na pozyskanie dużych zamówień.

FORMY WEJŚCIA NA RYNEK NIEMIECKI

Partnerzy handlowi (dystrybutorzy, przedstawiciele handlowi)

- Najprostszy i najszybszy sposób zdobycia rynku bez konieczności inwestowania we własne struktury.
- Lokalny partner zna rynek, klientów, dystrybucję, może zapewnić szybszą sprzedaż produktów.
- Mniejsze ryzyko finansowe i organizacyjne po stronie polskiej firmy.
- Ograniczona kontrola nad marką, strategią cenową oraz bezpośrednim kontaktem z klientem końcowym.
- Niższe marże oraz potencjalne ryzyko uzależnienia od partnera handlowego.
- W przypadku zakończenia współpracy firma może mieć trudności z odzyskaniem rynku lub klientów.
- Agent handlowy posiada roszczenie o rekompensatę.

FORMY WEJŚCIA NA RYNEK NIEMIECKI

Założenie własnej niemieckiej spółki (najczęściej GmbH)

- Niemiecka GmbH jest najpopularniejszą i najbardziej zaufaną formą prowadzenia działalności gospodarczej w Niemczech.
- Umożliwia pełną lokalną obecność, zatrudnianie pracowników, zawieranie umów handlowych, korzystanie z lokalnych programów finansowania i dotacji publicznych.
- GmbH budzi zaufanie klientów i partnerów biznesowych – wskazuje na długofalowe zaangażowanie oraz poważne podejście do rynku.
- Większa wiarygodność w negocjacjach handlowych oraz podczas udziału w niemieckich przetargach.
- Łatwiejsze pozyskanie finansowania bankowego oraz większe możliwości korzystania z lokalnych kredytów.
- Uproszczona współpraca z niemieckimi urzędami i bankami – preferencja dla firm zarejestrowanych lokalnie.

FORMY WEJŚCIA NA RYNEK NIEMIECKI

Transakcje M&A (akwizycje niemieckich przedsiębiorstw)

- Bardzo szybkie uzyskanie dostępu do istniejącej bazy klientów, kanałów dystrybucji, know-how, patentów, technologii oraz zespołu specjalistów.
- Możliwość szybkiego zwiększenia udziałów rynkowych oraz skokowego rozwoju dzięki wykorzystaniu marki, renomy i sieci sprzedaży przejmowanej firmy.
- Szczególnie korzystne w sytuacji sukcesji, kiedy niemieckie firmy rodzinne poszukują inwestorów zagranicznych.
- Konieczne: due diligence (badanie prawne, podatkowe, finansowe, techniczne).
- Wysokie wymagania dotyczące integracji przejętej firmy (zarządzanie zmianą, kwestie personalne, ujednolicenie kultury organizacyjnej, restrukturyzacja).
- Ryzyko związane z przejęciem nieznanych zobowiązań finansowych lub prawnych.

FORMY WEJŚCIA NA RYNEK NIEMIECKI

jednoosobowa działalność gospodarcza	spółka cywilna (GbR), bez o.o., Joint Venture	Oddział (Zweignieder- lassung)
spółka jawna (oHG), bez o.o.	spółka komandytowa (KG), częściowo o.o.	Spółka przedsięb. (UG), o.o., 1 euro
GmbH & Co. KG i UG & Co. KG,	Spółka z o.o. (GmbH), 25.000 euro	Spółka akcyjna (AG), o.o., 50.000 euro

SPÓŁKA GMBH W PIGUŁCE

- Renoma rynkowa
- Ograniczona odpowiedzialność wspólników
- Kapitał zakładowy 25.000 / 12.500 euro
- Min. 1 wspólnik, min. 1 członek zarządu
- Swobodne kształtowanie umowy spółki
- „Duża siostra” sp. z o.o.
- Coroczne obowiązki sprawozdawcze

SPÓŁKA GMBH W PIGUŁCE

Organy spółki GmbH:

- Zgromadzenie wspólników (Gesellschafterversammlung)
 - Jest to najważniejszy organ decyzyjny, podejmuje strategiczne decyzje takie jak powoływanie i odwoływanie zarządu, zmiany statutu, zatwierdzanie sprawozdań finansowych.
 - Decyzje podejmuje się na formalnych zebraniach, czasami protokołowanych przez notariusza.
- Zarząd (Geschäftsführung)
 - Zarząd odpowiada za bieżące kierowanie spółką i jej reprezentowanie.
 - Członkowie zarządu mogą odpowiadać osobiście za błędy zarządcze, zwłaszcza w przypadku zaniedbań (np. niewypłacalność, niepłacenie podatków).
 - Zarząd jest powoływany oraz odwoływany przez zgromadzenie wspólników.
 - Sposób reprezentacji i § 181 BGB
 - Ograniczenie zarządu
- Opcjonalnie i tylko bardzo rzadko: rada nadzorcza (Aufsichtsrat)

GMBH W PIGUŁCE I PROCES ZAKŁADANIA

Proces zakładania:

- Notariusz – przygotowanie i formalności
- KRS, apostille, tłumaczenie, pełnomocnictwo
- Proces online / Online-Gründung <https://online.notar.de/>
- Protokół założycielski (Gründungsprotokoll)
- Powołanie członków zarządu / sposób reprezentacji / § 181 BGB
- Lista wspólników (Gesellschafterliste)
- Zgłoszenie do rejestru
- Vor-GmbH / GmbH i.Gr. (in Gründung)
- Rachunek bankowy, wpłata kapitału
- Wpis do rejestru handlowego (Handelsregister)

GMBH W PIGUŁCE I PROCES ZAKŁADANIA

Proces zakładania:

- Rejestracja podatkowa
- Adres spółki
- Faktyczna siedziba spółki
- Rejestr beneficjentów (Transparenzregister)
- Zgłoszenie działalności gospodarczej (Gewerbeanmeldung)
- Dodatkowe zgłoszenia, licencje oraz zezwolenia branżowe
- IHK, Berufsgenossenschaft, Krankenkassen, Betriebsnummer
- Księgowość i płace, bilanse
- Publikacja sprawozdań finansowych

SPÓŁKA GMBH W PIGUŁCE

Opodatkowanie spółki GmbH:

- Podatek od zysku ~ 30 – 33 %
 - Korporacyjny podatek dochodowy (Körperschaftsteuer):
 - 15 %
 - Dodatek solidarnościowy (Solidaritätzuschlag):
 - 5,5 % od 15 % → 15,825 %
 - Podatek od działalności gospodarczej (Gewerbesteuer):
 - 14-17 %
- Podatek od dywidendy
 - Osoba fizyczna: 26,375 % (+ podatek kościelny 8 – 9 % od 25 %)
 - Osoba prawna: 5 %
 - Wyjątki według: Umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania (DBA): 5 % lub 15 %
 - Freistellungsbescheinigung (zaświadczenie o zwolnieniu z podatku u źródła): 0 %.

ZAGADNIENIA PODATKOWE

- Podatki w Niemczech są wyższe niż w Polsce
- Gewerbesteuer (podatek od działalności gospodarczej)
- Umsatzsteuer (VAT)
 - Obowiązek rejestracji VAT w DE
 - Procedury „reverse charge”
- Ceny transferowe
 - Obowiązki dokumentacyjne
- Freistellungsbescheinigung
 - Zaświadczenie o zwolnieniu z podatku u źródła

TYPOWE WYZWANIA

- Rynek jest wymagający
- Formalność kontaktów biznesowych
- Punktualność, precyzja i terminowość
- Bezpośrednia, konkretna i rzeczowa komunikacja
- Mentalność i język
- Brak szybkich rezultatów – decyzje to analityczny proces
- Spontaniczność i hurraoptymizm to rzadkość
- Niedopasowana strategia do ekspansji na rynek niemiecki
- Brak znajomości rynku / branży / języka
- Nieadekwatnie dobrany budżet na realizację celu



O CZYM WARTO PAMIĘTAĆ?

- Niemiecki rynek i niemieckie realia są inne
- Otwarcie na rynek niemiecki = otwarcie na niemiecką jurysdykcję
- Zapoznaj się z rynkiem, przygotuj biznesplan
- Ekspansja powinna być adekwatna do własnych możliwości
- Ekspansja to inwestycja
- Zespół znający realia
- Znaczenie lokalizacji

O CZYM WARTO PAMIĘTAĆ?

- Procesy sądowe uciążliwe, kosztowne i czasochłonne
- Wiele rzeczy działa w Niemczech inaczej
- Ufanie na „słowo honoru” – wszystkie ważne ustalenia pisemnie
- Ciężar dowodu - nie wygrywa koniecznie ten, kto „ma racje”
- Ogólne warunki handlowe / AGB

EKSPANSJA NA RYNEK NIEMIECKI

Q&A

DZIĘKUJĘ BARDZO ZA UWAGĘ!

KONTAKT



Tomasz Baron, LL.M.

Partner

TIGGES Düsseldorf, Katowice

baron@tigges.legal

www.tigges.legal

Linked in





LEADING FIRM

Legal500

DEUTSCHLAND

2025

TIGGES

2025

RECOGNIZED BY
Best Lawyers

TIGGES Rechtsanwälte Partnerschaft mbB | www.tigges.legal

LOKALIZACJE

DÜSSELDORF

ZOLLHOF 8
40221 DÜSSELDORF

BERLIN

AM KUPFERGRABEN 4
10117 BERLIN

WARSZAWA

UL. ŻŁOTA 59
00-113 WARSZAWA

KATOWICE

UL. WOJEWÓDZKA 10/3. PIĘTRO
40-026 KATOWICE