



Succesvol handelen met Tsjechië

Tien basisprincipes



De fluwelen touch

Exporteurs die op zoek zijn naar een potentieel winstgevende markt in het hart van Europa, met een oplevende economie en een voorliefde voor een breed scala aan buitenlandse producten en expertise, doen er verstandig aan zich op Tsjechië te richten.

Met de 'Fluwelen Revolutie' in 1989 begon voor het toenmalige Tsjecho-Slowakije de overgang van een naoorlogs communistisch bewind naar een democratie, terwijl de daaropvolgende 'Fluwelen Scheiding' de onafhankelijke republieken Tsjechië en Slowakije voortbracht.

Tegenwoordig is Tsjechië een stabiele markteconomie met sterke soevereine credit ratings bij elk van de toonaangevende ratingbureaus: AA- stabiel bij Standard and Poor's, A1 stabiel bij Moody's en A+ stabiel bij Fitch.

Terwijl het land erin slaagde om relatief ongeschonden door de wereldwijde kredietcrisis van 2008/9 te komen, verviel het echter in recessie tijdens de jaren 2012/13, waarbij de export werd getroffen door een daling van de vraag van de Europese partners. Nu zijn de vooruitzichten beter, met een BBP dat in 2014 naar verwachting met meer

dan 2% zal stijgen. Een recent OESO-rapport (mei 2014) voorspelt een sterker consumentenvertrouwen en hogere reële inkomens: een positief teken voor buitenlandse exporteurs die zich op deze markt richten. De volgende tien principes zijn bedoeld om deze exporteurs te helpen om succesvol zaken te doen in Tsjechië.

“Sterker consumentenvertrouwen en hogere reële inkomens.”

1. Profiteer van de ligging van Tsjechië

Tsjechië ligt dichtbij de ‘industriële kern’ van Europa, een dichtbevolkt en sterk geïndustrialiseerd gebied - aantrekkelijk voor investeringen in transport en logistiek. Het grenst aan Duitsland, haar belangrijkste handelspartner, Oostenrijk, Slowakije en Polen en is gemakkelijk te bereiken vanuit de rest van Europa, zowel ten westen als ten oosten. Voeg daarbij nog een goed ontwikkelde infrastructuur en - voor hen die een fysieke aanwezigheid in Tsjechië plannen - goed opgeleide en geschoolde arbeidskrachten (92% van

de Tsjechische volwassenen tussen 25 en 64 jaar heeft een middelbare schooldiploma, ruim boven het OESO gemiddelde van 75%).

Daarnaast is het zo dat de toekomstige EU-financiering voor infrastructuur in het gedrang was, maar die dreiging is op het moment van schrijven opgeheven. Dit onder het voorbehoud dat de Tsjechische regering strikte wetgeving invoert ter bescherming van het milieu tegen de gevolgen van grote infrastructuurprojecten.



2. Zorg dat u vaste voet in de markt krijgt

In de markt aanwezig zijn, kan in veel opzichten voordelig blijken. Voor exporteurs van buiten de EU kan een distributeur of agent erg nuttig zijn om een probleemloze douane-inklaring te verzekeren. Een niet-EU-exporteur heeft over het algemeen een Tsjechische entiteit nodig om goederen in te klaren bij de douane (voor niet-EU-goederen kan de inklaring plaatsvinden op het punt van binnenkomst in de EU of aan de Tsjechische grens).

Het goede nieuws voor EU exporteurs is dat, gezien het EU-lidmaatschap van Tsjechië, wanneer bewezen wordt dat de goederen hun oorsprong in de EU hebben, er geen douaneverplichtingen zijn voor hun intracommunautaire handel.

Maar of een buitenlandse exporteur nu uit de EU komt of niet, het opzetten

van een bedrijf of een andere vorm van vertegenwoordiging in Tsjechië kan zeker helpen bij de promotie, verkoop, distributie en after-sales. Dit kan verschillende vormen aannemen - een bijkantoor, maatschap, vennootschap met beperkte aansprakelijkheid of naamloze vennootschap. Er zijn weinig of geen belemmeringen voor buitenlandse ondernemingen om zich in het land te vestigen.

U vindt meer informatie over het opzetten van een bedrijf in Tsjechië bij het Tsjechische Business webportaal www.businessinfo.cz

Welke vorm van vertegenwoordiging u ook voor ogen hebt...

“Vertegenwoordiging in Tsjechië kan helpen bij promotie, verkoop, distributie en after-sales.”

3. Vergeet niet dat u eerst een bedrijfs- of handelsvergunning nodig hebt

Elk bedrijf actief in Tsjechië, in welke vorm dan ook, dient over het algemeen een bedrijfs- of handelslicentie te verkrijgen. De meeste licenties worden toegekend door de afdeling voor handelslicenties van het district- of gemeentebestuur waar het filiaal of de rechtspersoon gevestigd is. Het soort vergunning dat vereist is, wordt bepaald door de aard van het bedrijf: sommigen, zoals in het bank- en verzekeringswezen, hebben een speciale vergunning, die wordt afgegeven door de staat, nodig.

Buitenlandse bedrijven kunnen hun bedrijf in Tsjechië even vrij leiden als een Tsjechisch bedrijf. Een bedrijf met vestiging in een andere EU-lidstaat kan in Tsjechië tijdelijk handel drijven op basis van de

handelslicentie van haar thuisland. Wanneer haar Tsjechische activiteiten regelmatig en meer continue worden, moet echter een aanvraag voor een Tsjechische licentie worden ingediend en is registratie van een Tsjechisch filiaal in het Tsjechisch handelsregister verplicht.

Voor meer informatie over de vereisten voor bedrijfs- en handelslicenties in Tsjechië kunt u contact opnemen met een van de vele Tsjechische ambassades in de wereld: www.myczechrepublic.com/embassy_visa/czech_embassy.html

“Buitenlandse bedrijven kunnen hun bedrijf in Tsjechië even vrij leiden als een Tsjechisch bedrijf.”

4. Zorg dat de prijs goed is

Bij het exporteren van goederen of diensten naar Tsjechië is het goed om in uw prijsstrategie rekening te houden met de levensstandaard en het gemiddelde besteedbare inkomen van Tsjechische huishoudens. Volgens de Better Life Index van de OESO bedraagt het netto beschikbaar inkomen per hoofd van de bevolking in Tsjechië USD 17.262 (€ 12.594,59): dat ligt onder het OESO-gemiddelde van USD 23.938 (€17,465.82).

De Tsjechische consument is daarom, zoals te verwachten, erg prijsgevoelig. Exporteurs van buiten de EU zullen concurrentie van Europese bedrijven ondervinden, die lagere transportkosten hebben en geen

invoerrechten betalen. Tsjechië is sinds 2004 lid van de EU en goederen met EU-oorsprong zijn niet onderworpen aan een douane-inklaring. Veel exporteurs van buiten de EU hebben deze situatie aangepakt door fabrieken voor assemblage of het toevoegen van waarde op te zetten binnen Tsjechië of elders in Europa.

Een positief signaal voor buitenlandse exporteurs naar Tsjechië is dat het consumentenvertrouwen zich volgens het Tsjechisch bureau voor de statistiek heeft hersteld van het dieptepunt van medio 2013.



5. Kunt u bijdragen aan de Tsjechische export?

... Dat kan een rare vraag lijken als u plannen heeft om naar en niet uit Tsjechië te exporteren. De Tsjechische economie leunt echter zwaar op de export. Ongeveer 80% van het BBP komt voort uit de export. De traditionele exportsectoren zijn de automobielsector, bouwkunde, elektronica, chemie, farmaceutica, en informatie- en communicatietechnologie, die allemaal mogelijkheden bieden om joint ventures aan te gaan met buitenlandse leveranciers van materialen, componenten, expertise of investeringen.

Sterker nog, een recent onderzoek van de Erste Group (Import van de Tsjechische economie, mei 2014) heeft vastgesteld dat het geïmporteerde aandeel van de Tsjechische export goed is voor 50% van de Tsjechische economie. Een voorbeeld daarvan is de bloeiende automobielsector in Tsjechië. Die is afhankelijk van vele ingevoerde onderdelen en grondstoffen om de afgebouwde voertuigen te produceren en te exporteren.

“Geïmporteed aandeel van de Tsjechische export maakt 50% van de Tsjechische economie uit.”

6. Begrijp de zakelijke cultuur tijdens vergaderingen en onderhandelingen

Zakelijke bijeenkomsten in Tsjechië gaan er erg formeel aan toe. Plan uw vergadering ruim van tevoren en vermijd de vrijdagmiddag. Kom op tijd – stiptheid is essentieel. Kleding is conservatief, begroet uw collega's met een stevige handdruk en oogcontact. Vooral bij oudere mensen in het bedrijfsleven klinkt de erfenis van de voormalige staatsmonopolies nog steeds na: Tsjechische bedrijven zijn hiërarchisch opgebouwd en onderhandelingen kunnen pijnlijk traag en bureaucratisch lijken. Wees niet verbaasd als uw gastheren weinig weggeven in hun gezichtsuitdrukking of lichaamstaal: dit betekent niet dat ze geen interesse hebben.

Net zoals hun Duitse bureaus bereiden ook Tsjechen zich goed voor op hun

vergaderingen en zullen zij verwachten dat u hetzelfde doet. In tegenstelling tot die Duitse bureaus kunnen Tsjechen echter minder direct zijn in hun reactie op uw zakelijke voorstellen.

Verder bestaat er ook een generatiekloof in het Tsjechische bedrijfsleven. Waar oudere mensen de bovenstaande kenmerken kunnen vertonen, zullen jongeren over het algemeen ondernemender zijn. Het is dus de moeite waard om op voorhand na te gaan met welk bedrijf u in zee wilt gaan, wat hun oorsprong is, wat de profielen van besluitvormers zijn, en inderdaad ook (vooral met oudere zakelijke gesprekspartners) of het nuttig zou zijn om een Tsjechisch sprekende in uw team te hebben.



7. Val op ... adverteer!

Omdat Tsjechië een relatief compacte markt is, met een bevolking van ongeveer 10,5 miljoen, hoeft het adverteren van uw producten en diensten niet al te complex of duur te zijn.

Een Tsjechische reclamebureau (waarvan er velen in Praag gevestigd zijn) kan u adviseren over de reclamevorm die voor uw producten en diensten zal werken: rekening houdend met de Tsjechische culturele gevoeligheden - misschien zelfs gevoel voor humor - want wat in andere markten misschien werkt, doet het hier niet altijd.

Tsjechische reclamekanalen zijn heel geraffineerd. De uitgaven voor dergelijke promoties bedroegen CZK 5 miljard (€ 180 miljoen) in 2008 en zullen naar verwachting CZK 15 miljard (€ 540 miljoen) bereiken in 2014. Diverse bronnen plaatsen het

internetgebruik door de Tsjechen op ongeveer 66% - 70%, iets lager dan het Europese gemiddelde, maar groeiend, met als belangrijkste activiteit het zoeken van informatie over goederen en diensten.

De regelgeving in Tsjechië inzake reclamenormen is gebaseerd op de richtlijnen van de EU. Voor extra hulp is het dan ook de moeite waard om de Tsjechische richtlijn 'Reclamerecht nr. 40/1995' inzake misleidende reclame en vergelijkende reclame te lezen.

De Tsjechische Stichting Reclame Code heeft niet-bindende ethische regels over reclame uitgegeven en de Raad voor de Reclame (RADA PRO REKLAMU) biedt compliance beoordelingen aan als een betaalde dienst.

"Reclame op het internet kende in de afgelopen jaren een snelle groei."

8. Voldoe aan de Tsjechische regelgeving op mededinging

Ten eerste verbiedt de Tsjechische anti-monopoliewetgeving elke overeenkomst die de economische mededinging hindert, zoals prijsafspraken of overeenkomsten die de toegang tot de markt voor andere concurrenten beperkt. Ten tweede verbiedt ze ook het misbruik van een machtspositie op de markt, zoals het opleggen van oneerlijke voorwaarden, het beperken van de productie ten nadele van de consument, of het te koop aanbieden van goederen tegen onredelijk lage prijzen. En ten derde, verbiedt zij elke fusie, consolidatie of overname die niet goedgekeurd is door het bureau voor de bescherming van de economische mededinging.

Voor meer informatie over het Tsjechische Mededingingsrecht kunt u contact opnemen met het Tsjechische bureau voor de bescherming van de mededinging - www.uohs.cz/en/homepage.html

Bescherming van intellectueel eigendom is gebaseerd op het EU-recht. Gerechtelijke procedures staan een voorlopige voorziening toe die ontworpen is om het bewijs te verzamelen van inbreuken op intellectuele eigendomsrechten.



9. Vermijd langdurige gerechtelijke procedures

In geval van een betalingsgeschil over geleverde goederen of diensten zijn er in Tsjechië verschillende opties beschikbaar - gerechtelijke actie, arbitrage en de onlangs geïntroduceerde formele bemiddeling.

Een buitenlandse leverancier zal duidelijk onnodige vertraging of kosten willen vermijden als er een geschil ontstaat. Het voordeel van bemiddeling is dat een geschil relatief snel opgelost kan worden en goedkoper is dan gerechtelijke stappen. Het doet een beroep op beide bij het geschil betrokken partijen om communicatiekanalen open te houden en de bereidheid te tonen om tot een minnelijke oplossing te komen.

Arbitrage is over het algemeen ook een snellere optie dan gerechtelijke actie en kan ingeschakeld worden mits een

arbitragebeding in het verkoopcontract is opgenomen. De kosten voor arbitrage kunnen hoger uitvallen dan gerechtskosten. De permanente arbitrage rechtbank van de Tsjechische Kamer van Koophandel heeft een goede staat van dienst, en de bemiddelaars zijn goed thuis in commerciële vraagstukken. Zodra een definitieve uitspraak of arbitrage uitspraak verkregen is, is het handhavingproces vrij eenvoudig, en kunnen de diensten van particuliere deurwaarders ingeschakeld worden voor de uitvoering in plaats van gerechtsdeurwaarders. Aangezien Tsjechië is toegetreden tot het verdrag inzake de erkenning en tenuitvoerlegging van buitenlandse arbitrale uitspraken, New York 1958, wordt een uitspraak in een andere contractstaat erkend en is uitvoerbaar in Tsjechië.



10. Bescherm uw uitgangspositie

Tsjechië kruipt nu uit een periode van economische neergang. Hoewel de tekenen van herstel optimistisch zijn, blijft er in elke markt bij een verkoop op kredietvoorwaarden altijd een zekere mate van risico op niet-betaling en onvoorspelbaarheid. Daarom is het voor een leverancier raadzaam om zich in te dekken. Dergelijke risico's zijn onder andere de onvoorziene insolventie of

wanbetaling aan de kant van de afnemer of gevallen van overmacht, zoals politieke beslissingen of natuurrampen, die de succesvolle afronding van een verkoop verhinderen. Kredietverzekering vermindert deze risico's, waardoor de leverancier zich kan concentreren op de toekomstige verkoop in plaats van op schulden uit het verleden.

“Zoek bescherming in de vorm van kredietverzekering om u te beschermen tegen risico's die zorgvuldigheid alleen niet kan vermijden.”

Zoek het juiste evenwicht tussen het maximaliseren van de omzet en het minimaliseren van risico's

Marketa Strzinkova, the country manager van Atradius voor Tsjechië, zegt het volgende: “Zoals met elke markt zijn er ook hier risico's verbonden aan de handel op krediet, dus een doeltreffend kredietmanagement helpt u de balans te vinden tussen het maximaliseren van de omzet en het minimaliseren van het risico op een te late of geen betaling. Het begint met een nauwkeurige

beoordeling van het betalingsgedrag van de potentiële klant: schat u dit verkeerd in, dan kan dat tot ernstige liquiditeitsproblemen leiden. Atradius kan dat inzicht geven, en ook het vangnet van de kredietverzekering verschaffen.”



Volg Atradius op sociale media:



Atradius wil graag het internationale advocatenkantoor DLA Piper bedanken voor zijn hulp bij het samenstellen van dit verslag.

Atradius Disclaimer

Dit rapport dient alleen voor informatieve doeleinden en is op geen enkele wijze en voor geen enkele lezer bedoeld als aanbeveling met betrekking tot bepaalde transacties, investeringen of strategieën. Lezers dienen hun eigen onafhankelijke beslissingen te nemen, hetzij van commerciële of van andere aard, met betrekking tot de verstrekte informatie. Hoewel wij alles in het werk hebben gesteld om ervoor te zorgen dat de informatie in dit rapport uit betrouwbare bronnen is verkregen, is Atradius niet aansprakelijk voor eventuele fouten of omissies, of voor resultaten verkregen door het gebruik van deze informatie. Alle informatie in dit rapport wordt verstrekt "zoals beschikbaar", zonder enige garantie op volledigheid, nauwkeurigheid, tijdigheid of op resultaten door het gebruik ervan, en zonder enige vorm van garantie, uitdrukkelijk of impliciet. Atradius, zijn gerelateerde vennootschappen of bedrijven, of de partners, agenten of werknemers daarvan, zijn in geen geval aansprakelijk jegens u of iemand anders voor een beslissing of actie die wordt genomen naar aanleiding van de informatie in dit rapport of voor enige indirecte, specifieke of soortgelijke schade, zelfs indien u op de hoogte werd gebracht van de kans op dergelijke schade.

Omslagfoto 'Gevel met beeld leeuw' – Praag – Tjechië' door Adam Jones, Ph.D. Licentie via Wikimedia Commons. Foto bewerkt naar gedeeltelijke grijstinten door Atradius.

Atradius
David Ricardostraat 1, 1066 JS Amsterdam
Postbus 8982, 1006 JD Amsterdam
Nederland
Tel: 020 553 9111
info@atradius.nl

www.atradius.nl