

VERTRIEB UND HANDELSVERTRETERSUCHE

SLOWAKEI

Wirtschaft



GERMANY
TRADE & INVEST

Kleiner Binnenmarkt mit guten Wachstumsaussichten / Trend geht zu lokalen Produkten in den Supermärkten

(abs)Bratislava (gtai) - Die Slowakei ist ein kleiner Markt mit einer wachsenden Kaufkraft sowie steigendem Bedarf an Waren und Dienstleistungen. Der Einzelhandel wächst, weil die Verbraucher dank guter Konjunkturentwicklung wieder mehr Mittel für Konsumzwecke übrig haben. Dabei durchläuft der Handel eine Konsolidierungswelle, die auch ausländische Ketten betrifft. Deutsche Konzerne bauen ihre Position aus. Gute Handelsvertreter und Vertriebspartner brauchen Unterstützung aus der Zentrale.

Groß- und Einzelhandel

Nach der Durststrecke im Zuge der Finanzkrise ist der Einzelhandel in der Slowakei im Aufwind. Seit drei Jahren geben die Verbraucher wieder mehr Geld in den Geschäften aus. In den ersten neun Monaten 2015 legten die Umsätze (ohne Fahrzeuge) real gerechnet um 1,4% gegenüber der Vorjahresperiode zu. Besonders hoch war der Anstieg bei Haushaltselektronik (19%) sowie bei Lebensmitteln und Getränken (12%).

Es wird aber noch eine Weile dauern, bis die Branche wieder den Rekordwert von 2008 erreichen kann. Damals hatte der Einzelhandel ein Volumen von 19,8 Mrd. Euro. Im Jahr 2014 waren es nur 18,9 Mrd. Euro. Laut slowakischem Statistikamt betragen die privaten Konsumausgaben je Einwohner 2014 monatlich rund 380 Euro und damit etwa genauso viel wie 2008. Ein Drittel der Ausgaben werden im Einzelhandel ausgegeben, haben Untersuchungen der Marktforschungsgesellschaft GfK ergeben.

Die günstigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen verbessern nun die Konsumstimmung. Die Arbeitslosigkeit sinkt stetig und lag im Oktober 2015 bei 11%, 1,4 Prozentpunkte weniger als im Vorjahresmonat. Die Regierung hofft, die Erwerbslosenquote bis 2017 unter die Marke von 10% zu drücken. Gleichzeitig sollen die verfügbaren Einkommen der Haushalte in den nächsten drei Jahren real um jeweils 2,5% zunehmen. Auf ähnlichem Niveau werden die Reallöhne wachsen. Da laut Prognosen des Instituts für Finanzpolitik zugleich die Sparquote sinkt, dürften die Konsumausgaben stärker steigen.

Entwicklung des slowakischen Einzelhandels (ohne Fahrzeuge, mit Kraftstoffen)

	2012	2013	2014	1. Halbjahr 2015
Umsatz (Mio. Euro)	17.927	18.264	18.880	9.161
Reale Veränderung zum Vorjahr in %	-1,0	0,1	3,6	0,7

Quelle: Slowakisches Statistikamt

Wichtigster Einzelhandelsstandort ist der Hauptstadtbezirk Bratislava, wo fast die Hälfte des gesamten Volumens umgesetzt wird. Der Rest verteilt sich relativ gleichmäßig auf die anderen sieben Regionen des Landes, mit einem leichten West-Ost-Gefälle (Trnava 9% Anteil am Einzelhandelsumsatz, Trencin 8%, Kosice 6%, Zahlen für 2013). Die Dominanz Bratislavas hat zugenommen. Entfielen 2008 erst 36% der Umsätze auf die Hauptstadt und ihren Speckgürtel, so waren es 2013 bereits 47%. Von den zehn größten Einkaufszentren des Landes befinden sich acht in Bratislava.

Nach Erhebungen der Marktforschungsgesellschaft GfK liegt die Slowakei mit etwa 1 qm Einzelhandelsfläche je Einwohner im europäischen Durchschnitt (Deutschland: 1,5 qm, Österreich 1,7; Zahlen für 2014). Die Bruttoumsätze in den Geschäften sind deutlich niedriger als in Westeuropa. Sie liegen laut GfK bei 2.500 bis 3.000 Euro pro Jahr und Quadratmeter. In Frankreich oder der Schweiz wird auf gleicher Fläche fast doppelt so viel umgesetzt.

Ausländische Ketten dominieren Lebensmittelhandel

Der Handel mit Lebensmitteln und anderen schnell rotierenden Produkten (FMCG) wird von ausländischen Ketten dominiert. Dazu gehören Tesco, die Schwarz-Gruppe (Kaufland, Lidl), Metro (Cash & Carry-Abholgroßmärkte) und Rewe (Billa). Die lange Krise des Einzelhandels und die geringen Wachstumsaussichten haben in jüngster Vergangenheit zu einer Konsolidierungswelle geführt. Die österreichische Baumarktkette Baumax hatte 2015 nach 21 Jahren ihr Slowakeigeschäft aufgegeben. Die 14 Filialen wurden vom deutschen Wettbewerber Obi übernommen. Daneben sind Hornbach, Mountfield und seit Sommer 2015 auch Bauhaus am Markt vertreten.

Im Lebensmittelhandel hatte sich 2014 die niederländische Ahold vom Markt zurückgezogen. Die Hyper- und Supermärkte wurden von der einheimischen Diligentia R.C. übernommen, die landesweit Lebensmittelgeschäfte der Marken Terno und Moja Samoska betreibt. Außerdem kamen im Jahresverlauf 2015 Gerüchte auf, dass die britische Tesco ihre Geschäfte in Mitteleuropa beenden will. Grund waren die Rekordverluste des Konzerns, der in der Slowakei bislang vom Umsatz her die größte Handelsgruppe ist. Probleme hat auch die französische Carrefour-Gruppe, die mit fünf Hypermärkten vertreten ist. Die Umsätze waren 2014 um ein Drittel gesunken, die Warenhäuser fuhren Verluste ein. Lieferanten klagten über lange Zahlungsfristen. Das Unternehmen verkleinert nun die Verkaufsflächen, um Kosten zu senken.

Ein wichtiger lokaler Handelsbetrieb ist die Einkaufsgenossenschaft COOP Jednota, zu der über 400 Supermärkte und fast 1.800 Nahverkaufsläden zählen. Zusammen kamen sie 2014 auf einen Umsatz von fast 1,2 Mrd. Euro. Besonders in der Ostslowakei aktiv ist die Handelskette Labas aus Kosice. Sie ist spezialisiert auf Großhandel und Abholmärkte (Cash & Carry) und erreicht Jahresumsätze von über 200 Mio. Euro. Im Einzelhandel ist Labas mit zurzeit 22 Fresh-Supermärkten vertreten. Ein weiterer einheimischer Betreiber von Lebensmittelgeschäften ist CBA Slovakia aus Luce nec. Das Unternehmen betreibt über 300 Einzelhandelsgeschäfte verschiedener Formate und zwei Logistikzentren. Die Umsätze sind allerdings seit einigen Jahren rückläufig.

Die drei deutschen Handelsketten Lidl, Kaufland und Metro konnten ihre Erlöse 2014 weit über dem Durchschnitt des Marktes steigern. Besonders Lidl expandiert mit neuen Filialen und einer Modernisierungswelle in bestehenden Geschäften schnell. Bis 2018 will der Discountspezialist in Sered bei Trnava ein großes Logistikzentrum errichten.

Verbraucher fragen verstärkt einheimische Lebensmittel nach

Gerade bei Lebensmitteln ist ein Trend der Verbrauchernachfrage hin zu einheimischen Produkten zu verzeichnen. Knapp zwei Drittel der Nahrungsmittel in den großen Supermärkten stammen bereits aus der Slowakei, schätzt die Regierung. Die Lebensmittelkammer sieht den Anteil deutlich unter 50%, mit sinkender Tendenz. Sie beruft sich auf Marktforschungen der GfK. Demnach war die Quote einheimischer Lebensmittel 2014 am niedrigsten bei Lidl (16%) und Kaufland (43%); am höchsten bei Coop Jednota (62%) und CBA Slovakia (56%). Bis Ende des Jahrzehnts strebt die Regierung einen Selbstversorgungsgrad von 80% bei Lebensmitteln an. Das Landwirtschaftsministerium unterstützt lokale Produzenten mit Fördermitteln.

Mit einer Betonung auf regionale Waren können Handelsunternehmen bei slowakischen Verbrauchern auf jeden Fall Pluspunkte sammeln. Händler, Hersteller, Verbände und Medienpartner haben das Projekt „Kvalita z nasich regionov“ („Qualität aus unseren Regionen“) gegründet. Einheimische Hersteller können gegen eine Lizenzgebühr das entsprechende Logo auf ihren Verpackungen anbringen.

Um die Verkaufskultur zu verbessern, verschärft die staatliche Veterinär- und Lebensmittelaufsicht ihre Kontrollen bei den Einzelhändlern. Besonders oft stellen die Beamten Verstöße in Hypermärkten fest. Tesco bekam allein 2015 fünf Millionenstrafen für die Missachtung von Hygienevorschriften aufgebremst. Kaufland sollte 100.000 Euro für überschrittene Haltbarkeitsdaten und verschimmelte Warenfunde bezahlen. Das Amt bemängelt auch häufig fehlerhafte Preisauszeichnungen, den Verkauf von abgelaufenen Lebensmitteln oder falsche Lagerhaltung.

Das Vertrauen in importierte Lebensmittel ist außerdem durch Untersuchungen gesunken, laut denen Produkte in slowakischen Regalen minderwertiger sind als im Ausland. Margarine derselben Marke enthielt in Österreich mehr Fett, Pizza mehr natürliche Zutaten, Eistee mehr Tee-Extrakt. Die Hersteller begründeten das mit den unterschiedlichen Geschmacks- und Verbrauchergewohnheiten in der Slowakei.

Ab 1.1.16 halbiert sich die Mehrwertsteuer für einige Grundnahrungsmittel wie Brot, Butter, Milch sowie ausgewählte Fleisch- und Fischarten auf 10%.

Hypermärkte verlieren Marktanteile

Waren Hypermärkte bis vor Kurzem die beliebtesten Einkaufsziele der Slowaken, so verlieren sie an Akzeptanz. Das zeigen die Schwierigkeiten von Tesco, aber auch von Hypernova und Carrefour, deren Hypermärkte teilweise geschlossen oder verkleinert werden mussten. Discounter gewinnen dagegen stetig Marktanteile, was besonders die Expansion von Lidl zeigt. Auch Aldi prüft laut Tageszeitung Hospodarske noviny einen Markteintritt. Eine Expansion könnte über die österreichische Tochter Hofer erfolgen.

Starke Konkurrenz für den Einzelhandel sind in den Grenzregionen die österreichischen Städte. In Hainburg nahe Bratislava öffnete im März 2015 das Fachmarktzentrum „Galleria Danubia“. Die 25 Läden auf 40.000 qm zielen vor allem auf slowakische Kundschaft.

Um Verbraucher zu binden und Mengen- oder Treuerabatte zu offerieren, nutzen die Einzelhändler gern Kundenkarten. Im Durchschnitt soll jeder Slowake fünf solcher Karten in seinem Portemonnaie haben. Der Trend geht zu mobilen Applikationen, über die auch die Wochenangebote elektronisch beworben werden können. Fast alle Hyper- und Supermärkte und jede zweite Drogerie bieten Kundenkarten an. Erste Händler teilen den Verbrauchern Handscanner aus, mit denen sie die Waren selbst erfassen können (Self-Shopping). Das spart Zeit am Warenband und Kassenspersonal. Den Anfang machte die Handelskette Labas aus Kosice, die Technologie von Joya einsetzt.

Auch der Großhandel profitiert vom positiven Wirtschaftsklima

Von der guten Konjunktorentwicklung profitiert auch der Großhandel. Nach einem nominalen Zuwachs von 7% im Jahr 2014 sind die Umsätze in den ersten neun Monaten 2015 um weitere 3% im Vergleich zur Vorjahresperiode gestiegen. Am stärksten legten im Jahresverlauf die Umsätze mit ITK-Technik zu (um fast ein Drittel).

Das Großhandelsvolumen lag 2014 bei rund 26,2 Mrd. Euro, was immer noch fast 5 Mrd. Euro unter dem Höchststand von 2008 war. Wie beim Einzelhandel wird fast die Hälfte aller Erlöse im Bezirk Bratislava erzielt (2013: 46%). Die zweitwichtigste Region ist Nitra (11%). Am geringsten sind die Großhandelsaktivitäten in den Bezirken Banska Bystrica und Presov.

Die größten Volumina im Großhandel entfielen 2014 mit 6,5 Mrd. Euro auf sonstige Warengruppen (NACE 46.7, unter anderem Brennstoffe, Baustoffe, Metalle, Halbwaren), auf Gebrauchs- und Verbrauchsgüter mit 4,6 Mrd. Euro (NACE 46.4) sowie auf Handelsvermittlung mit 3,6 Mrd. Euro (NACE 46.1).

Führende Groß- und Einzelhandelsgruppen in der Slowakei (ohne Fahrzeuge und Kraftstoffe; Umsätze in Mio. Euro; Veränderung in %) *)

Handelsgruppe / Handelsmarke (Segment)	Umsatz 2013	Umsatz 2014	Veränderung 2014/13	Hypermärkte (Anzahl)	Supermärkte (Anzahl)	Andere (Anzahl)
Tesco Stores SR (FMCG)	1.372	1.318	-3,9	55	57	5 Kaufhäuser, 35 „Expres“, 8 „Extra“
COOP Jednota -Verband von 31 Verbrauchergenossenschaften (FMCG)	1.153	1.171	1,6		415 Supermarket, 19 Tempo Supermarket	1.758 Coop Jednota Potraviny
Lidl Slovenska republika (FMCG)	795	890	11,9		124	
Kaufland Slovenska republika (FMCG)	743	802	7,9	58		

Führende Groß- und Einzelhandelsgruppen in der Slowakei (ohne Fahrzeuge und Kraftstoffe; Umsätze in Mio. Euro; Veränderung in %) *) (Forts.)

Handelsgruppe/ Handelsmarke (Segment)	Umsatz 2013	Umsatz 2014	Veränderung 2014/13	Hypermärkte (Anzahl)	Supermärkte (Anzahl)	Andere (Anzahl)
Phoenix Zdravotnicke zasobovanie (Pharma-Großhandel)	498	526	5,6			4 Auslieferungszentren
Billa (FMCG)	458	460	0,2		127	
Unipharma, 1. slov. lekárnica (Pharma-Großhandel)	402	425	5,7			3 Auslieferungszentren
Metro Cash & Carry SR (Großhandel - FMCG)	300	412	37,3			6 Abholgroßmärkte
Ikea Components (Möbel)	299	366	22,4			1 Einkaufszentrum
C & A Mode (Bekleidung)	213	219	2,8			15 Modekaufhäuser
Labas (FMCG)	190	201	5,8		22	
GGT (Groß- und Einzelhandel - Tabakwaren)	189	201	6,3			14 Handelspartner mit ihren Filialen, Handelsketten, 112 eigene Geschäfte
Raven (Großhandel - Material für Hüttenwesen und Baustoffe)	176	193	9,7			5 Auslieferungszentren
Diligentia R.C. (FMCG)	98	169	72,4			Über 60 Filialen „Moja samoska“ und 25 „Terno“ (kleine Lebensmittel-läden)
Nay (Elektronik)	153	166	8,5			32 Geschäfte
Agropodnik (Agrar- und Chemieprodukte)	156	147	-5,8			14 Zentren

Führende Groß- und Einzelhandelsgruppen in der Slowakei (ohne Fahrzeuge und Kraftstoffe; Umsätze in Mio. Euro; Veränderung in %) *) (Forts.)

Handelsgruppe/ Handelsmarke (Segment)	Umsatz 2013	Umsatz 2014	Veränderung 2014/13	Hypermärkte (Anzahl)	Supermärkte (Anzahl)	Andere (Anzahl)
CBA Slovakia (Groß- und Einzelhandel - FMCG)	144	141	-2,1		16	2 Großhandelslager, 286 CBA Potraviny, 24 Discounters, 1 Verkaufswagen
dm drogerie markt (Drogerie)	118	132	11,9			135 Geschäfte

*) Anzahl der Filialen: Stand November 2015

Quellen: Wirtschaftsmagazin Trend (Trend TOP), FinStat, Handelsregister, Register der Jahresabschlüsse, Firmen

Neue Einkaufszentren entstehen vor allem in Bratislava

Das verbesserte Konsumklima lässt wieder größere Bauprojekte für Einkaufszentren gedeihen, überwiegend in Bratislava. In den Regionen entstehen Shoppingmalls zum Beispiel in Presov und Zvolen. Schwerpunkt der Investitionen ist aber die Modernisierung der bestehenden Einkaufszentren. Mit Bauhaus (Baumärkte) und Decathlon (Sportartikel) kamen 2015 zwei neue Handelsgruppen auf den Markt. Die Mietpreise im Einzelhandel sind stabil. In den besten Lagen von Bratislava lagen sie 2015 bei rund 40 Euro je qm und Monat; in modernen stark frequentierten Einkaufszentren bei rund 33 Euro (Quelle: Cushman & Wakefield).

Der aktuelle Flächenbestand moderner Einkaufszentren beträgt laut Colliers International derzeit über 1,5 Mio. qm. Davon entfallen etwa 0,6 Mio. qm auf die Hauptstadt Bratislava. Die größte Einzelhandelsfläche pro Kopf hatten 2014 die Regionen Zilina und Bratislava mit jeweils 1.300 qm/1.000 Einwohner. Schlusslichter waren Presov und Kosice mit 300 beziehungsweise 400 qm/1.000 Einwohner.

Neubauprojekte für Einkaufszentren in der Slowakei (Auswahl)			
Bezeichnung, Ort	Developer	Handelsfläche in qm	Anmerkungen
Bory Retail Zone Bratislava	Penta Investment	Gesamtfläche 700.000	Eröffnung von sechs Geschäften zwischen Herbst 2015 und 2016 geplant
Yosaria Plaza Bratislava	Yosaria Plaza	100.000	Baubeginn 2016
Busbahnhof Nivy Bratislava	HB Reavis	70.000	Umbau und Modernisierung des Busbahnhofs, Wohnungen, Einkaufszentrum, Parkhaus, Fertigstellung 2019
Eperia Presov	J&T Real Estate	1. Etappe: 22.000	Fertigstellung 2017, Investition 17 Mio. Euro
Europa Shopping Center Levice	VAV invest	12.000	Fertigstellung verschoben, Fortführung des Projekts unklar
Galeria Lucenec	Arkon	11.000	Fertigstellung Ende 2015
Europa Shopping Center II Zvolen	VAV invest	2. Etappe: 8.000	ursprünglich Fertigstellung für 2016 geplant, nun verschoben

Quellen: Fachzeitschriften, Unternehmensangaben, Recherchen von Germany Trade & Invest

Handelsvertreter und Vertragshändler

Tipps zur Handelsvertretersuche

Der erfolgreiche Vertrieb von Waren erfordert erfahrene Verkäufer, die sich mit den Besonderheiten des Marktes auskennen, über ein gutes Kontaktnetz verfügen und sich mit den Produkten identifizieren. Das kann über selbstständige Handelsvertreter erfolgen oder über eine slowakische Firma, die spezialisiert ist auf die Distribution von bestimmten Produkten. Nur wenige große deutsche Unternehmen haben eigene Vertriebsgesellschaften gegründet. Durch die geografische und mentale Nähe zu Tschechien organisieren viele Firmen ihren Vertrieb in der Slowakei von Prag oder Brünn aus. Auch das nur 70 km von Bratislava entfernte Wien kommt wegen seiner sehr guten Verkehrsanbindung in Frage.

Lokale Besonderheiten

In der Slowakei laufen die Geschäfte häufig über enge Beziehungen. Ein Handelsvertreter muss daher gute Kontakte zu lokalen und regionalen Entscheidern haben. Er sollte die Gepflogenheiten vor Ort kennen und die kulturellen Besonderheiten. Netzwerke in den Behörden sind von Vorteil.

Wegen der geringen Marktgröße beauftragen Produzenten ihre Handelsvertreter oder Vertriebsfirmen häufig exklusiv für das ganze Land. Eine Teilvertretung oder regionale Aufteilung lohnt sich gerade bei Investitionsgütern für den Vertriebspartner kaum. Als Standort bietet sich die Hauptstadt an, weil im Großraum Bratislava fast die Hälfte des Groß- und Einzelhandels abgewi-

ckelt wird. Doch wegen der immer noch unzureichend ausgebauten Infrastruktur sind die Wege im Land weit. Bei Produkten, deren Kunden eher in der Zentral- oder Ostslowakei sitzen (Metallurgie- oder Holzindustrie), ist eine Vertriebsniederlassung in einem der sieben Regionalzentren außerhalb Bratislavas in Erwägung zu ziehen. Das spart zudem Kosten für Büromiete und Gehälter.

Auf jeden Fall ist vor der Beschäftigung eines Handelsvertreters oder Vertriebsmitarbeiters die gründliche Analyse der markttypischen Absatzkanäle zu empfehlen. Entsprechende Studien erstellt im Kundenauftrag die Deutsch-Slowakische Industrie und Handelskammer (AHK Slowakei) in Bratislava.

Handelsvertreter auswählen

Die Suche nach einem Handelsvertreter ist nicht ganz einfach, weil es in der Slowakei keine geregelte Verbandsstruktur gibt, die je nach Branche und Produktportfolio Vertreter empfehlen könnte. Auch spezielle Internetportale fehlen.

In der Anfangsphase kann es von Vorteil sein, zunächst eine bestehende Distributions- oder Produktionsfirma auszuwählen, die die Produkte der deutschen Firma mit vertritt. Dabei kann die AHK Slowakei helfen. Zu ihren Dienstleistungen gehört schwerpunktmäßig die Vermittlung von Geschäftspartnern in der Slowakei.

Ebenso bieten die internationalen Messen in Bratislava und Nitra ein Forum für die Suche nach zuverlässigen Partnern. Hier können auch andere Branchenvertreter um Einschätzungen zu potenziellen Handelsvertretern gebeten werden. Die Messen verschaffen zudem ein gutes Bild von der Wettbewerbssituation in der Slowakei.

Eine Recherche nach Geschäftspartnern ermöglicht außerdem die staatliche Wirtschaftsfördergesellschaft Sario über das Portal „Slovakia Sourcing“ (www.slovakiasourcing.com).

Ein Zeitungsinserat ist wenig geeignet, um einen guten Handelsvertreter zu finden. Selbst die überregionalen Zeitungen haben nur eine geringe Reichweite. Auch ist die Zielgenauigkeit einer solchen Annonce gering. Effizienter könnten einschlägige Onlinestellenbörsen sein. Das führende Portal ist Profesia.sk. Die Veröffentlichung eines Stellenangebots kostet dort für sieben Tage 59 Euro. Anfang Dezember 2015 waren auf der Webseite rund 730 Gesuche für Handelsvertreter inseriert.

Mit höheren Kosten ist die Einschaltung professioneller Personalvermittler verbunden. In der Slowakei arbeiten zahlreiche westliche Recruitingagenturen, die sich auf internationale Kunden spezialisiert haben. Sie verfügen über gute Datenbanken möglicher Kandidaten für eine Handelsvertretung und helfen bei der Vorauswahl.

Eine Alternative zum Engagement von Handelsvertretern ist die Beauftragung einer vor Ort tätigen Handelsfirma, die entsprechende Produkte in ihr Portfolio aufnimmt. In manchen Fällen vertreten lokale Produzenten ergänzende Produkte von ausländischen Anbietern. Eine weitere Möglichkeit ist die Einschaltung eines Generalimporteurs, der den Groß- und Einzelhandel beliefert oder selbst Großhändler ist.

Solche Vertriebskooperationen werden über normale Kaufverträge oder Rahmenverträge geregelt. In ihnen lässt sich festschreiben, ob das slowakische Unternehmen in eigenem Namen verkauft oder mit entsprechendem Auftrag der Firma in fremdem Namen. Außerdem sind in den Verträgen die Bedingungen zu fixieren (Einkaufspreise, Abnahmegarantien, mögliche Provisionen, Umgang mit Werbematerialien, Messeauftritte).

Rechtsanwalt Igor Augustinic von der Kanzlei bpv Braun Partners in Bratislava weist darauf hin, dass zu strenge Vereinbarungen im Handelsvertretervertrag unter Umständen gegen das Kartellrecht verstoßen können. Der kartellrechtliche Aspekt sollte immer im Auge behalten werden.

Je nach Umfang der Lieferungen kann über die Gründung einer Tochtergesellschaft nachgedacht werden. Die Gründung einer GmbH, auf Slowakisch s.r.o., gilt als relativ einfach und ist nicht mit großen Kosten verbunden. Vor allem bei beratungs- und serviceintensiven Investitionsgütern stellt sie eine wirkliche Alternative dar. „Die Gründung einer GmbH kann innerhalb von drei Wochen über die Bühne gehen, wenn alle notwendigen Unterlagen vorbereitet sind“, erklärt Rechtsexperte Augustinic.

Eine gute Gelegenheit, passende Vertriebspartner kennenzulernen, ist die Teilnahme an einer von Bund, Ländern oder IHK unterstützten Unternehmerreise in die Slowakei mit Kooperationsbörse vor Ort. In der Exportcommunity des Außenwirtschaftsportals iXPOS (www.ixpos.de) können Sie kostenlos eine Suchanzeige nach einem Handelsvertreter aufgeben, einen Vertreter recherchieren oder Ihre Dienstleistungen als Handelsvertreter anbieten.

Handelsvertreter managen

Ein slowakischer Handelsvertreter wird nur dann erfolgreich die Produkte seines deutschen Geschäftspartners vertreiben, wenn er professionell vorbereitet und eingewiesen wird. Besonders in der Anfangsphase gehört dazu ein enger und intensiver Kontakt. Sehr zu empfehlen ist ein Besuch in der Zentrale des Herstellers und in den Produktionsstätten. Dort kann der Vertreter nötiges Detailwissen über das Produkt erwerben, Verkaufsargumente für die slowakischen Kunden sammeln und eine persönliche Beziehung zur Herstellerfirma aufbauen.

Auch in der Folge ist es ratsam, einen engen Kontakt zum Vertriebspartner zu halten, zumindest telefonisch, idealerweise auch durch persönliche Besuche vor Ort. Solche Treffen und ausführlichen Gespräche sollten mehrfach im Jahr eingeplant werden. Ähnlich wie in anderen Ländern Mittelosteuropas ist in den Gesprächen ein motivierender Ansatz einer zu offenen Kontrolle vorzuziehen.

Das Gesetz verpflichtet den Handelsvertreter zu einer Berichterstattung über die Marktentwicklung und alle Umstände, die für den Vertretenen und die Auftragserfüllung wichtig sind. Die Häufigkeit dieser Berichte sollte vertraglich geregelt werden. In der Regel erfolgen sie vor der Auszahlung der vereinbarten Provision. Umgekehrt hat der Handelsvertreter Anspruch auf erforderliche Informationen und Unterlagen. Er darf sehen, welche Verkaufsabschlüsse stattfanden und welche Provision er verdient hat.

Handelsvertreterrecht

Die Bestimmungen über den Handelsvertreter finden sich im slowakischen HGB (§§ 652 bis 672a). Einschlägige europäische Richtlinien sind eingearbeitet worden, allerdings gibt es erheblich weniger Rechtsprechung in diesem Bereich als in Deutschland. Eine deutsche Übersetzung des slowakischen HGB ist bei der AHK Slowakei zu beziehen.

Nach slowakischem Recht muss der Handelsvertreter ein selbstständiger Unternehmer sein, also zumindest über eine Gewerbeberechtigung (zivnostenske opravenie) verfügen. Er verpflichtet sich, für den Unternehmer langfristig eine auf den Abschluss einer bestimmten Form von Verträgen orientierte Tätigkeit auszuüben oder im Namen und auf Rechnung des Vertretenen solche Geschäfte zu vermitteln und abzuschließen. Zum Abschluss eines Geschäfts im Namen des Vertretenen ist dessen ausdrückliche Bevollmächtigung erforderlich.

Das slowakische Recht lässt den Parteien die Freiheit, das anwendbare Recht frei zu wählen. Zwar ist grundsätzlich das slowakische Recht auf Handelsvertreter anwendbar, die in der Slowakei für einen Ausländer tätig sind. Doch kann durch einen Vertrag davon abgewichen und ein anderes Recht vereinbart werden. Zu empfehlen ist die Regelung des Gerichtsstandes. In der EU können die Parteien den Gerichtsstand frei wählen. Fehlt eine Regelung gilt nach der EuGVVO n.F. der Gerichtsstand des Erfüllungsortes, das heißt der Sitz des Handelsvertreters.

Arten von Vertriebspartnern

Neben dem Handelsvertreter, der in fremdem Namen und für fremde Rechnung handelt, kennt das HGB weitere Vertriebsformen durch Dritte: den Kommissionsvertrag (§ 577 HGB), bei dem ein Kaufmann für Rechnung eines anderen aber im eigenen Namen Geschäfte mit Dritten abschließt sowie den Maklervertrag (§ 642 HGB), bei dem ein Makler in eigenem Namen und auf Rechnung des Auftraggebers Geschäfte vermittelt, ohne in einem dauerhaften Vertragsverhältnis zum Auftraggeber zu stehen.

Rechtlich möglich sind aber auch andere Verträge wie zum Beispiel der Franchisevertrag oder Vertragshändlervertrag, da gemäß § 269 (2) HGB Verträge geschlossen werden können, die nicht als spezielle Vertragsarten im HGB geregelt sind. Eine detaillierte Regelung schafft in jedem Fall größere Rechtssicherheit. Generell empfiehlt sich bei Vertragsabschlüssen, einen deutschsprachigen slowakischen Anwalt hinzuzuziehen und die Verträge zweisprachig aufzusetzen. Eine Liste deutschsprachiger Anwälte ist kostenlos bei der AHK Slowakei erhältlich.

Der Vertragshändlervertrag wird zwischen einem Eigenhändler (natürliche oder juristische Person, in der Regel kleine oder mittlere Unternehmen) und einem Hersteller oder Importeur geschlossen. Er gibt die Rahmenbedingungen für den Absatz von Waren des Herstellers oder Importeurs durch den Vertragshändler im eigenen Namen und auf eigene Rechnung vor. Anders als der Handelsvertreter, der kein Absatzrisiko und keine Investitionskosten hat, trägt der Vertragshändler alle Risiken (insbesondere Absatz- und Kreditrisiko) und bringt eigenes Kapital und Arbeitskräfte ein.

Vertragsabschluss

Der Vertrag über die Handelsvertretung bedarf der Schriftform. Legt der Vertrag fest, dass der Handelsvertreter Rechtshandlungen im Namen des Vertretenen ausübt, so richten sich die damit zusammenhängenden Rechte und Pflichten nach den Bestimmungen des Mandatsvertrags. Nur die Erteilung einer Vollmacht ermächtigt den Handelsvertreter, im Namen und auf Rechnung des Unternehmers Geschäfte abzuschließen. Wird das Gebiet nicht spezifiziert, auf das sich der Vertrag bezieht, gilt das Land, in dem der Handelsvertreter seinen Sitz, Wohnsitz oder Niederlassung hat (in diesem Fall also das gesamte Gebiet der Slowakei).

Der Vertrag kann als Alleinvertretung vereinbart sein, sodass der Unternehmer in einem festgelegten Gebiet und für einen bestimmten Geschäftskreis keinen weiteren Handelsvertreter einsetzt. Tätigt der Unternehmer dort Geschäfte ohne Mitwirkung des Handelsvertreters, hat dieser einen Anspruch auf Provision.

Rechte und Pflichten der Vertragsparteien

Der Handelsvertreter ist verpflichtet, die vereinbarte Tätigkeit mit fachlicher Sorgfalt zu entfalten, also Interessenten zu finden, Geschäfte zu vermitteln und abzuschließen. Der Handelsvertreter muss die Interessen des Unternehmers wahren, nach den Weisungen des Vertretenen handeln und dem Unternehmer Bericht über die Marktentwicklung und über alle Umstände erstatten, die für den Abschluss von Geschäften wichtig sind.

Beinhaltet der Vertrag den Abschluss von Geschäften durch den Handelsvertreter, ist er verpflichtet, diese Geschäfte nur zu den vom Vertretenen festgelegten Geschäftsbedingungen zu tätigen, sofern der Vertretene keine Zustimmung zu einem anderen Vorgehen gibt. Er unterliegt der Verschwiegenheitspflicht.

Durch die Erteilung der Bevollmächtigung zur Verhandlung und Abschluss von Verträgen kann eine steuerliche Betriebsstätte des deutschen Unternehmers in der Slowakei entstehen. Daher ist diese Befugnis nach Einschätzung von Anwaltskanzleien besonders zu überdenken.

Der Vertreter haftet nur dann für die Erfüllung der Verpflichtungen von dritten Personen, denen er den Abschluss von Geschäften mit dem Vertretenen vorgeschlagen oder mit denen er im Namen des Vertretenen ein Geschäft abgeschlossen hat, wenn er sich schriftlich dazu verpflichtet hat. Er erhält dann für diese Haftungsübernahme auch eine besondere Vergütung. Der Handelsvertreter bürgt also nur nach vorheriger vertraglicher Vereinbarung dafür, dass der Geschäftsvertrag erfüllt wird. Das gilt auch für die Übernahme von Serviceleistungen.

Der Handelsvertreter hat einen Anspruch auf Erteilung einer Provisionsbestätigung und auf Mitteilung über alles, was für den Provisionsanspruch, seine Berechnung und Prüfung entscheidend ist. Ein Einsichtsrecht in Bücher und Urkunden aber besteht ohne vertragliche Regelung in der Slowakei nicht.

Dem Handelsvertreter steht für seine Tätigkeit zur Kundengewinnung eine Vergütung (Provision) zu, die sich nach der Vereinbarung der Parteien oder andernfalls nach dem Ortsüblichen richtet (§§ 659 ff HGB). Wenn der Handelsvertreter vertraglich nur verpflichtet ist, eine Gelegenheit zum Abschluss eines Geschäfts zu besorgen, entsteht Provisionsanspruch bereits bei der Vermittlung der Gelegenheit.

Vertragsbeendigung

Die Verpflichtung des Handelsvertreters erlischt mit Ablauf der Vertragsdauer. Richten sich die Parteien nach Ablauf dieser Frist weiterhin nach diesem Vertrag, so ändert sich der Vertrag in einen auf unbefristete Zeit geschlossenen Vertrag.

Ein auf unbestimmte Zeit geschlossener Vertrag kann von jeder Partei durch Kündigung beendet werden. Die Kündigungsfrist beträgt im ersten Jahr einen Monat, im zweiten zwei und im dritten und allen weiteren Jahren der Vertragsbeziehung drei Monate. Eine kürzere Kündigungsfrist darf nicht vereinbart werden. Bei Vereinbarung einer längeren Kündigungsfrist darf diese für den Vertretenen nicht kürzer sein als für den Handelsvertreter.

Seit 2002 gilt als Folge der Umsetzung der EG-Handelsvertreterrichtlinie der Anspruch des Handelsvertreters auf einen Ausgleich für gewonnene neue Kunden oder eine wesentliche Ausweitung des Geschäfts mit dem bisherigen Kundenstamm. Dabei ist der Grundsatz der Angemessenheit zu berücksichtigen sowie die mögliche Verpflichtung, für maximal zwei Jahre nach Vertragsbeendigung nicht in Wettbewerb zu seinem ehemaligen Partner zu treten.

Die Höhe des Ausgleichsanspruchs ist grundsätzlich auf maximal einen Jahresdurchschnitt der Provisionen der vergangenen fünf Jahre begrenzt. Der Anspruch entfällt jedoch, wenn die in §669a HGB geregelten Tatbestandsmerkmale vorliegen. Wie genau die Entschädigung festgelegt werden soll, ist in §669 HGB nicht enthalten. Deshalb empfehlen Rechtsanwälte eine ausführliche vertragliche Regelung. Das Recht des Handelsvertreters auf Schadensersatz bleibt von der Anerkennung einer Ausgleichszahlung unberührt.

Da der Schutz von Handelsvertretern und Vertragshändlern noch nicht das deutsche Niveau erreicht, sichern sich die slowakischen Vertriebspartner oft zusätzlich durch Registrierung von Marken und Domains des Vertretenen auf ihren eigenen Namen ab. Auch wenn dann Löschungsansprüche des Unternehmers bestehen, dauert deren Durchsetzung. Daher werden oft zusätzlich bei Beendigung noch Übertragungsverträge abgeschlossen. Bevor ein deutscher Unternehmer auf einen fremden Markt geht, sollte er deshalb zunächst seine gewerblichen Schutzrechte dort sichern.

Informationsbüro, Repräsentanz

Das slowakische HGB sieht keine Regelungen für Repräsentanzen vor, sodass solche nicht als Wirtschaftssubjekt tätig werden können. Für Marketing oder Informationsbeschaffung sind diese jedoch zulässig.

Niederlassung, Vertriebs Tochter

Ausländische natürliche oder juristische Personen können auf dem Gebiet der Slowakei ohne weitere rechtliche Beschränkungen Niederlassungen oder Gesellschaften gründen. In der Praxis handelt es sich bei den Unternehmen mit ausländischem Hintergrund meist um Tochtergesellschaften in Form von GmbHs. Diese Form wird aus steuerlichen und verwaltungstechnischen Gründen der Errichtung einer Niederlassung vorgezogen. Aktiengesellschaften sind im Vergleich zu

Tschechien seltener, weil die Gründung einer GmbH in der Slowakei wesentlich leichter ist, erklärt Rechtsanwalt Igor Augustinic von bpv Braun Partners. Die AHK Slowakei bietet in diesem Zusammenhang eine umfassende Startup-Beratung und das Merkblatt „Gründung einer GmbH“ an.

Die Gründung einer eigenen Vertriebsgesellschaft erweist sich vor allem für größere Hersteller oder Händler, die bereits Verkaufserfolge erzielt haben, als geeignet. Das gilt insbesondere für das Investitionsgütergeschäft. Vorteile werden in der Logistik, der schnellen Versorgung mit Ersatzteilen aus dem deutschen Mutterwerk und in der Marktsicherung gesehen. Eine Vertriebsgesellschaft bietet Kundennähe und erlaubt es, eine breite Dienstleistungspalette vor Ort und in der Landessprache anzubieten. Slowakische Kunden sind anspruchsvoll und erwarten bei teuren Maschinen Vorführung, Service, Wartung, Schulung in ihrer Nähe, in der Landessprache und zu landesüblichen Preisen.

Ein wichtiger Schritt ist die Registrierung im Handelsregister. Vorher ist die Aufnahme der Geschäftstätigkeit nicht zulässig. Die Eintragung sollte nicht mehr als zwei Arbeitstage dauern. Das Handelsregister wird beim Registergericht, dem Kreisgericht (okresny sud) am vorgesehenen Geschäftssitz elektronisch geführt. Es ist kostenlos über die Website www.or.sr.sk einzusehen und erlaubt Geschäftspartnern, Informationen wie die eingetragenen Gesellschaftsorgane, die Stellung der Gesellschafter oder die Vertretungsregelungen zu überprüfen. Die zur Dokumentensammlung gehörenden Urkunden können in elektronischer Form gegen Gebühr und mit zeitlicher Verzögerung abgerufen werden. Seit 2014 müssen die Jahresabschlüsse (zum ersten Mal für das Geschäftsjahr 2013) im Jahresabschlussregister (www.registeruz.sk) veröffentlicht werden, was zu mehr Transparenz beitragen soll.

Tochtergesellschaft

Rechtsgrundlagen

Das slowakische Handelsrecht regelt folgende Rechtsformen (§ 56 Abs. 1 HGB): OHG (verejna obchodna spolocnost, v.o.s., §§ 76 bis 92), KG (komanditna spolocnost, k.s., §§ 93 bis 104), GmbH (spolocnost s rucenim obmedzenym, s.r.o., §§ 105 bis 153), AG (akciová spolocnost, a.s., §§ 154 bis 220a) und weiter durch Europäisches Recht und Sonderbestimmungen geregelt, die Europäische Gesellschaft (SE) und die Europäische Wirtschaftliche Interessensvereinigung (EWIV). Diese Gesellschaftsformen haben volle Rechtssubjektivität.

Die Tochtergesellschaft eines ausländischen Investors entsteht in der Slowakei entweder durch Neugründung oder durch Erwerb sämtlicher Anteile an einer bestehenden Gesellschaft. Eine GmbH darf selbst von einer Person gegründet werden, aber nicht von einer GmbH mit nur einem Gesellschafter. Sie erfordert ein Mindestkapital von 5.000 Euro. Die AG, die gleichfalls als Einpersonengesellschaft möglich ist (sofern der Alleingründer eine juristische Person ist, § 162 HGB), bedarf eines Mindestgrundkapitals von 25.000 Euro. Handelsgesellschaften entstehen am Tage ihrer Eintragung ins Handelsregister.

Gründungsverfahren

Um eine Gesellschaft zu gründen, muss ein Gesellschaftsvertrag oder eine Gründungsurkunde erstellt werden. Notarielle Beurkundung ist nur bei einer AG erforderlich, sonst reichen die beglaubigten Unterschriften der Gründer aus. Für eine gewerbliche Tätigkeit ist eine Gewerbe genehmigung vom örtlichen Gewerbeamt erforderlich, die bei der Eintragung ins Handelsregister vorzulegen ist.

Das Gründungsverfahren bei einer GmbH läuft in folgender Reihenfolge ab:

- Ausfertigung und Unterzeichnung des Gesellschaftsvertrages oder der Gründungsurkunde der Gesellschaft (unter anderem Name und Sitz des Unternehmens und der Gesellschafter; Unternehmensgegenstand; Stammkapital; Einlage der einzelnen Gesellschafter; Angaben zur Geschäftsführung und Vertretung sowie eventuell zum Aufsichtsrat; Stammkapitalverwalter; Reservefonds);
- amtliche Beglaubigung der Unterschriften;
- Beantragung der Gewerbe genehmigung;
- Leistung der Geld- oder Sacheinlagen;
- ist ein deutsches Mutterunternehmen als Gesellschafter eingetragen, ist ein beglaubigter Auszug aus dem deutschen Handelsregister vorzulegen und dieser mit einer Apostille zu versehen;
- Einholung der Bestätigung der Steuerbehörde, dass die Gründer keine Steuerrückstände haben (gilt nur für slowakische Personen);
- innerhalb von 90 Tagen nach Erteilung der Gewerbe genehmigung ist der Antrag auf Eintragung ins Handelsregister auf vorgegebenem Formular zu stellen;
- Eintragung der Gesellschaft;
- Registrierung bei der Steuerbehörde bis Ende des Folgemonats nach der Eintragung ins Handelsregister.

Es wird empfohlen, einzelne Punkte des Gründungsverfahrens über einen deutschsprachigen slowakischen Rechtsanwalt abzuwickeln, da es möglich ist, die Unterlagen in deutscher und in slowakischer Sprache aufzusetzen. Hierdurch erlangen das deutsche Unternehmen beziehungsweise die zukünftigen deutschen Gesellschafter erheblich mehr Rechtssicherheit.

Vertriebsniederlassung

Rechtsgrundlagen

Als rechtlich unselbstständige Niederlassungsform in- und ausländischer Unternehmen nennt § 7 HGB die handelsregisterpflichtige Zweigniederlassung.

Eine Zweigniederlassung ist ein bestimmter, örtlich und organisatorisch getrennter Teil des Unternehmens. Das kann ein relativ selbstständiges Büro sein, aber auch eine von der Unternehmenszentrale getrennte Werkstätte oder eine Verkaufsstelle und ein Lager, in dem nur einige Unternehmenstätigkeiten verwirklicht werden. Die Niederlassung gilt aber als zum Gesamtunternehmen gehörig und besitzt trotz Eintragung ins Handelsregister keine eigene Rechtsfähigkeit. Sie ist damit keine eigene juristische Person. Das hat zur Folge, dass sie auch nicht prozessfähig ist, sodass nur das Unternehmen selbst klagen oder verklagt werden kann. Somit kann ein deutsches Unternehmen durch die Gründung einer slowakischen Niederlassung auch in der Slowakei verklagt werden und haftet voll für deren Verbindlichkeiten. Ein weiterer Nachteil ist, dass sich die Übertragung einer Zweigniederlassung aufwändiger gestaltet als von Aktien oder Geschäftsanteilen. Vorteil ist die einfache Handhabbarkeit einer Zweigniederlassung, das fehlende Stammkapital und die leichte Finanzierung ohne Unterkapitalisierungsregeln.

Mit der Gründung einer Zweigniederlassung entsteht immer auch eine Betriebsstätte. Das hat zur Folge, dass Steuern in der Slowakei abzuführen sind und auch die Buchhaltung dort vorgenommen werden muss.

Gründungsverfahren

Die ausländische juristische Person entscheidet über eine sogenannte Errichtungsurkunde, eine Niederlassung zu schaffen. Die Urkunde sollte sämtliche Angaben enthalten, die im Handelsregister eingetragen werden sollen. Die Zweigniederlassung entsteht durch Eintragung im Handelsregister.

Für den Betrieb eines Gewerbes durch diese Niederlassung hat das ausländische Unternehmen eine Gewerbe genehmigung einzuholen und das Gewerbe beim örtlichen zuständigen Gewerbeamt anzumelden. Dies ist die Voraussetzung für die Eintragung ins Handelsregister. Für die Einholung der Gewerbe genehmigung ist der Auszug aus dem Strafregister des Leiters der Niederlassung (nicht älter als drei Monate) erforderlich.

Dem Antrag auf Eintragung ins Handelsregister sind beizufügen: der Nachweis über die Existenz des Errichtenden (Auszug aus dem Handelsregister) mit Apostille; das Gründungsdokument des Errichtenden mit Übersetzung ins Slowakische; Errichtungsurkunde; Gewerbe genehmigung mit Nachweis des Unternehmensgegenstandes; Zustimmung des Eigentümers der genutzten Immobilie zur Ansiedelung der Niederlassung; Beschluss über die Bestellung des Niederlassungsleiters (kann auch direkt in der Errichtungsurkunde enthalten werden); sofern die ausländische juristische Person vertreten wird, eine Vollmacht mit Apostille.

Messewesen

Die slowakische Messelandschaft ist überschaubar. Durch die starke Konkurrenz in unmittelbarer Nachbarschaft im tschechischen Brunn, das als wichtigster Messestandort in Mitteleuropa gilt, haben Veranstaltungen in der Slowakei oft nur regionale Bedeutung. Die beiden wichtigsten Messestädte sind Bratislava und Nitra.

In der Hauptstadt ist Incheba Expo (www.incheba.sk) der Marktführer. Das Unternehmen hatte 2015 über 30 Messen organisiert, davon 18 internationale. Nur rund 12% der Fläche wurden 2015 von ausländischen Ausstellern gebucht. Das Messegelände liegt zentrumsnah im Stadtteil Petralka, entspricht von der technischen Ausstattung aber nicht dem neuesten Stand. Es bietet rund 100.000 qm Ausstellungsfläche, davon 60.000 qm überdacht. Die wichtigsten Veranstaltungen sind die Baummesse CONECO, der Autosalon, die Tourismusmesse ITF SlovakiaTour und der Gastronomietreff Danubius Gastro.

Knapp 100 km östlich von Bratislava, in Nitra, findet jeweils im Frühjahr die größte Industriemesse des Landes, MSV, statt. Der Fokus liegt auf Maschinen und Anlagen, Schweißen, Kunststoffen und Automatisierung. Im Jahr 2015 nahmen 405 Aussteller aus 22 Ländern teil. Die Besucherzahl lag bei 15.100.

Populärstes Messethema in Nitra ist aber die Agrarwirtschaft. Zur internationalen Landwirtschafts- und Lebensmittelmesse Agrokomplex kamen 2014 immerhin 527 Aussteller und fast 108.000 Besucher. Von Bedeutung sind außerdem der Autosalon im Frühherbst und die Fachmesse für Holzverarbeitung Lignumexpo (September).

Am Messegelände in Nitra stehen in überdachten Pavillons 41.000 qm Fläche zur Verfügung. Es gibt 15 Hallen und ein Kongresszentrum. Veranstalter der Messen ist Agrokomplex - Vystavnictvo Nitra (www.agrokomplex.sk). Von den 36 Ausstellungen, die 2015 stattfanden, waren 19 internationale Messen.

Eine interessante Fachmesse für Elektronik und Elektrotechnik, Messtechnik und Automatisierung ist zudem die ELO SYS in Trencin. Zu der Veranstaltung im Oktober kamen 2014 rund 200 Aussteller und etwa 8.000 Besucher. Das Messegelände in Trencin bietet 18.000 qm Ausstellungsfläche und wird von der Gesellschaft Expo Center vermarktet (www.expo-center.sk).

Einen Überblick über die wichtigsten internationalen Messen bietet der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft. Hier können auch Informationen über die Auslandsmesseprogramme des Bundes und der Bundesländer eingeholt werden (www.auma.de).

Kontaktanschrift:

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.
Littenstraße 9, 10179 Berlin
Postfach 02 12 81, 10124 Berlin
Tel.: 030/24 00 0-0, Fax: -330
E-Mail: info@auma.de, Internet: www.auma.de

Franchising

Franchising ist eine kapitalschonende Methode, den Vertrieb in der Slowakei mit möglichst vielen Filialen zu organisieren. Während in der Folge der globalen Finanzkrise vor allem kleinere, einheimische Anbieter vom Markt verschwunden waren, nimmt die Zahl der Franchisekonzepte jetzt wieder zu. Die Slowakische Assoziation für Franchising (SFA) zählt derzeit 118 Franchisegeber und damit fast ein Fünftel mehr als vor zwei Jahren. Etwa drei Dutzend weitere Anbieter sollen vor einem Markteintritt stehen. Dazu gehört auch die US-Kaffeehauskette Starbucks.

Einheimische Unternehmen sind als Franchisegeber in der Minderheit. Auf sie entfällt nur ein Viertel aller Konzepte. Sehr aktiv sind Firmen aus Tschechien, die den vertrauten Nachbarmarkt als Testgelände für ihre Auslandsexpansion nutzen. Ende 2014 zählte der Verband SFA 32 tschechische Konzepte. Dahinter folgten Franchisegeber aus den USA und dem Vereinigten Königreich (je 12) sowie aus Deutschland (9).

Bevorzugte Branchen für Franchising sind Gastronomie, Modehandel und Dienstleistungen. Die meisten Filialen haben der Backwarenhandler Fornetti (2014: 250 Zweigstellen), die Immobilienmakler RE/MAX (43) und Directreal (31) sowie der Einzelhändler Coop Jednota (31) und der Reifenservice Pneubox (30).

Slowakischer Franchisesektor nach Segmenten (November 2015)

Segment	Anzahl der Konzepte
Gastronomie	27
Kleidung und Schuhe, Mode- und Sportwaren	23
Sonstige Dienstleistungen	23
Kosmetik, Gesundheit, Fitness	15
Bildung	10
Lebensmittel	8
Handel	6
Immobilien	6

Quelle: SFA (Slowakische Assoziation für Franchising)

Größte Franchisesysteme in der Slowakei (2014)

Marke	Tätigkeit	Anzahl der Filialen
Fornetti	Bäckerei	250
RE/MAX	Immobilien	43
Directreal	Immobilien	31
COOP Jednota	Lebensmittel	31
Pneubox	Autodienstleistungen	30
McDonald's	Gastronomie	29
Norbi Update	Lebensmittel	24
Yves Rocher	Kosmetik	14
Pizza Mizza	Gastronomie	13
Naturhouse	Lebensmittel	12
Expreska	Fitness	12
Kinekus	Handel	8
Meriglobe Advisory House	Dienstleistungen	8
Subway	Gastronomie	7
Raj syrov	Lebensmittel	5

Quelle: Webportal Podnikajte (www.podnikajte.sk)

Versandhandel, E-Commerce

Ein immer größerer Teil des Einzelhandels findet online statt. Nach Schätzungen des E-Commerce-Verbands SAEC wurden 2014 per Internet Bestellungen im Wert von 750 Mio. Euro abgewickelt. Das war mehr als eine Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr. Es ist davon auszugehen, dass spätestens 2016 die Milliardengrenze durchbrochen wird. Damit entfallen 5% des Einzelhandels auf das Onlinegeschäft.

Während die Zahl der Bestellungen steigt und immer mehr Slowaken positive Erfahrungen mit Einkäufen im Internet sammeln, stagniert der durchschnittliche Bestellwert. Er lag 2014 bei den Mitgliedern des Verbands SAEC bei etwa 76 Euro. Jeder vierte Einwohner kauft mindestens einmal monatlich online ein. Am gefragtesten sind Elektronikartikel, Bekleidung, Dienstleistungen und Bücher.

Immer noch fast die Hälfte der Bestellungen wird per Nachnahme geliefert. Jedes dritte Päckchen holten die Kunden an einem der Ausgabepunkte selbst bei den Onlinehändlern ab. Nur 5% der Wareneinkäufe werden direkt online mit Kreditkarte bezahlt, so die Jahresstatistik des SAEC. Bei Dienstleistungen wie Reise- oder Flugbuchungen liegt der Anteil höher (31%).

Zu den wichtigsten Onlinehändlern gehören Mall.sk und Alza.sk, die von tschechischen Muttergesellschaften gesteuert werden. Beliebte Shoppingportale sind Heureka.sk, Bazar.sk sowie die Handelsportale des Verlagshauses Sme.sk.

Nach Angaben des slowakischen Statistikamtes stagnierten die Umsätze im nichtstationären Einzelhandel insgesamt (NACE 47.9, Versand- und Internethandel, Verkäufe durch Handelsvertreter, Direkthandel mit Brennstoffen) in den Jahren 2013 und 2014 bei einem Volumen von rund 1,6 Mrd. Euro. Für die ersten neun Monate 2015 ermittelte das Statistikamt ein Plus von knapp 4%.

Kontaktanschriften:

Deutsch-Slowakische Industrie- und Handelskammer (AHK Slowakei)
Suche myto 1, 811 03 Bratislava
Tel.: 00421 2/20 85 06-20, Fax: -32
E-Mail: info@dsihk.sk, Internet: <http://slowakei.ahk.de>

Slovenska obchodna a priemyselna komora
(Wirtschafts- und Industriekammer der Slowakischen Republik)
Gorkeho 9, 816 03 Bratislava
Tel.: 00421 2/54-43 32 91, Fax: -13 11 59
E-Mail: sopkurad@sopk.sk, Internet: <http://web.sopk.sk>

Zväz obchodu a cestovneho ruchu SR (Verband für Handel und Fremdenverkehr)
Bajkalska 25, 827 18 Bratislava
Tel.: 00421 2/58 23 32-24, Fax: -22
E-Mail: sekretariat@biznis.sk, Internet: www.biznis.sk

Slovenska franchisingova asociacia (Franchisingverband)
Liptovska 21, 821 09 Bratislava
E-Mail: info@sfa.sk, Internet: www.sfa.sk

COOP Jednota Slovensko, spotrebne druzstvo (Verband der Verbrauchergenossenschaften)
Bajkalska 25, 827 18 Bratislava
Tel.: 00421 2/58 23 32 33, Fax: -53 415 317
E-Mail: info@coop.sk, Internet: www.coop.sk

Slovenska asociacia pre elektronicky obchod (E-Commerce-Verband)
Radnicne nam. 4, 821 05 Bratislava
Tel.: 00421/(0) 948 85 33 53
E-Mail: saec@saec.sk, Internet: www.saec.sk

Kanzlei bpv Braun Partners (u.a. spezialisiert auf Gesellschafts- und Handelsrecht)
Ansprechpartner: Dr. Igor Augustinic
Suche myto 1, 811 03 Bratislava
Tel.: 00421 2/33 88 88 80, Fax: -20 91 08 44
E-Mail: igor.augustinic@bpv-bp.com, Internet: www.bpv-bp.com

Impressum

Herausgeber: Germany Trade and Invest
Gesellschaft für Außenwirtschaft und Standortmarketing mbH

Villemombler Straße 76
53123 Bonn
Tel.: +49 (0)228/24993-0
Fax: +49 (0)228/24993- 212
E-Mail: info@gtai.de
Internet: www.gtai.de

Hauptsitz der Gesellschaft:
Friedrichstraße 60, 10117 Berlin

Geschäftsführung:
Dr. Benno Bunse, Erster Geschäftsführer
Dr. Jürgen Friedrich, Geschäftsführer

Autor: Gerit Schulze, Bratislava

Redaktion/Ansprechpartnerin: Regina Wippler, Tel.: +49 (0)228/24993-416,
E-Mail: regina.wippler@gtai.de

Redaktionsschluss: Dezember 2015

Bestell-Nr.: 20689

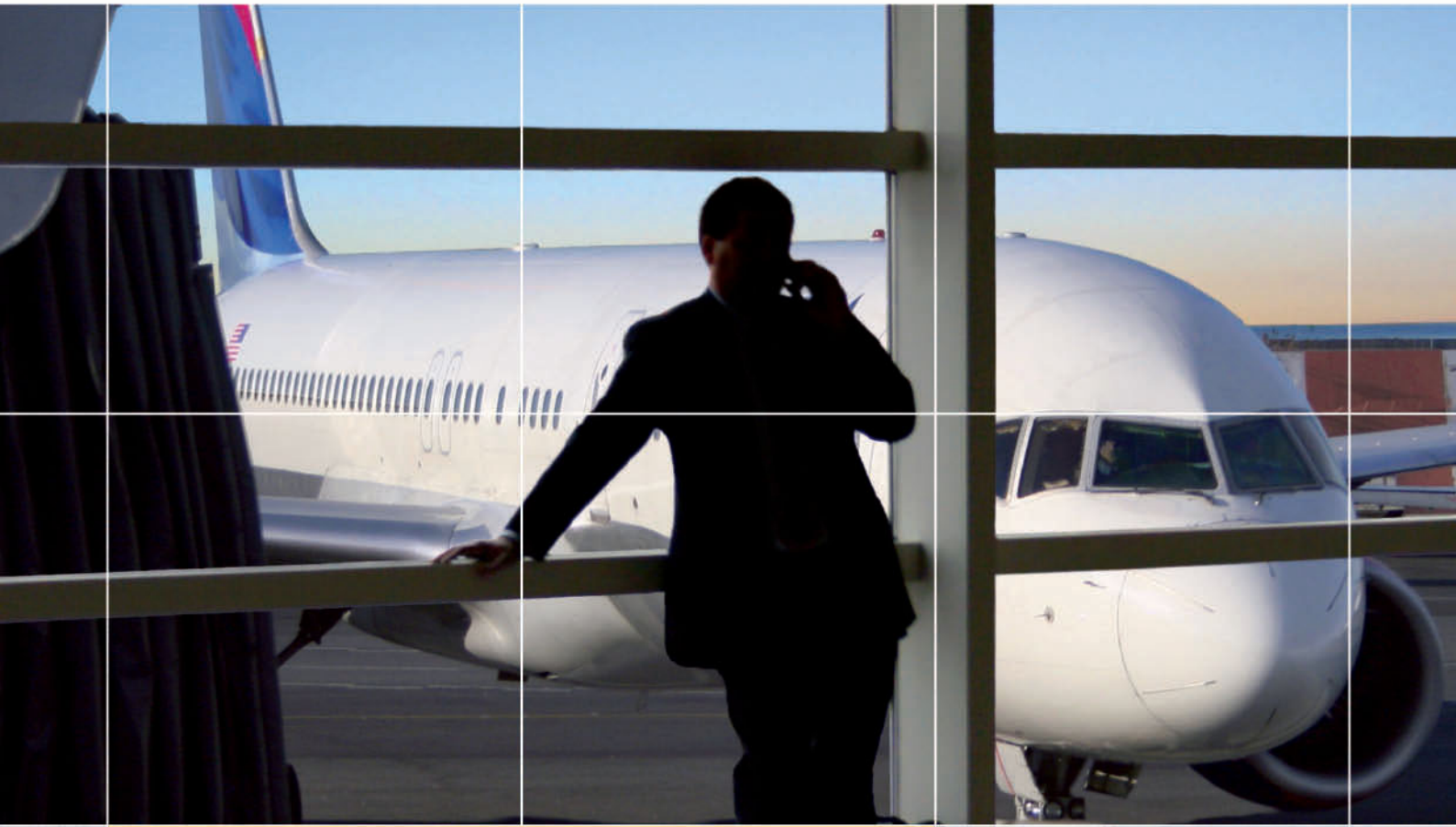
Alle Rechte vorbehalten. © Nachdruck - auch teilweise - nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

Layout:
Germany Trade & Invest

Gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

Germany Trade & Invest
Villemombler Straße 76
53123 Bonn

T. +49 (0)228 24993-0
F. +49 (0)228 24993-212
info@gtai.de



ÜBER UNS

Germany Trade & Invest ist die Wirtschaftsförderungsgesellschaft der Bundesrepublik Deutschland. Die Gesellschaft sichert und schafft Arbeitsplätze und stärkt damit den Wirtschaftsstandort Deutschland. Mit über 50 Standorten weltweit und dem Partnernetzwerk unterstützt Germany Trade & Invest deutsche Unternehmen bei ihrem Weg ins Ausland, wirbt für den Standort Deutschland und begleitet ausländische Unternehmen bei der Ansiedlung in Deutschland.

Das Informations- und Dienstleistungsangebot ist überwiegend kostenfrei. Germany Trade & Invest wird gefördert durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.

www.gtai.de