Rohlíku se expanze do Německa vyplatila. Západní trhy lákají i další české firmy

25.2.2025 - | HAVEL & PARTNERS

Sebevědomí českých firem, ale i příhodné byznysové podmínky přitahují stále více tuzemských podniků k expanzi na západní evropské trhy. Obzvlášť atraktivní je pro české podnikatele Německo. „Situace na německém trhu nabízí řadu příležitostí, jako je velká kupní síla, podpora vývoje inovací, stagnace ekonomiky i generační obměna vlastníků německých společností," vysvětluje Robert Nešpůrek, jeden ze zakládajících partnerů advokátní kanceláře Havel & Partners. Ta asistovala klientům s právními případy ve 110 zemích světa.

Od loňského roku má vaše advokátní kancelář přímé zastoupení ve Frankfurtu nad Mohanem. Proč jste se rozhodli pro Německo?

Souvisí to s celkovou strategií naší firmy, která se snaží víc posunout do globálního byznysu. Už nějakou dobu jsme cítili, že by bylo dobré mít zastoupení na některém ze západních trhů, a Německo se k tomu přímo nabízelo, protože je to třetí největší ekonomika na světě a klíčový expanzní trh pro české firmy.

Jaké byznysové příležitosti jim současný německý trh nabízí?

V Německu je 84 milionů spotřebitelů a spousta zajímavých firem. Příležitosti jsou pochopitelně různé podle jednotlivých typů podnikání. Velký potenciál například představuje podpora vývoje inovací.

Není pravda, že Německo právě v digitalizaci spíše zaostává za ostatními evropskými státy?

Ano, o tom se někdy mluví. Ve skutečnosti ale německá vláda uvádí do praxe různá opatření a usilovně pracuje na tom, aby se to změnilo. Investuje do výzkumu a vývoje vědeckých pracovišť, podporuje univerzity a nabízí řadu investičních příležitostí v této oblasti.

Dalším důvodem pro vstup na německý trh může být fakt, že německá ekonomika prochází stagnací a některá aktiva mohou být právě teď atraktivní z hlediska valuací. Pro retailové obchodníky typu e-commerce je pak určitě největším motivátorem kupní síla a velikost německého trhu.

Vnímáte silnější poptávku po vašich službách ze strany německých, nebo českých podnikatelů?

Dosud jsme byli svědkem toho, že větší investiční aktivita probíhala směrem z Německa do Česka. Minulý rok jsme pomáhali realizovat asi dvě desítky česko-německých transakcí a zhruba dvě třetiny z nich byly ze strany německých firem. Nicméně pozorujeme, že zájem českých podnikatelů o německý trh v posledních letech posiluje, a tento trend očekáváme i do budoucna.

Na jaké typické problémy naráží české firmy, které začínají v Německu podnikat?

V Německu je klíčové najít si dobré obchodní partnery. To pochopitelně platí pro každou zemi, ale na německém trhu obzvlášť vnímáme důležitost dlouhodobých obchodních vztahů založených na vzájemné důvěře. Němci tyto vztahy pěstují postupně a také si je prověřují.

Jak takové prověřování probíhá?

Začnou s vámi třeba obchodovat nejprve na menší zakázce, aby si otestovali, jestli se dobře zapíšete, jestli máte dobrý produkt, služby a podobně. Proto je důležité vyhledat správné obchodní partnery a to je také jedna z věcí, se kterou našim klientům pomáháme. Nabízíme jim síť kontaktů, kterou jsme si tam vybudovali především mezi finančními institucemi, investičními fondy a bankami. V německém prostředí už působíme patnáct let a založení pobočky ve Frankfurtu je vlastně jen vyvrcholením této práce.

Jsou nějaké specifické chyby, které dělají české firmy při vstupu na zahraniční trh?

Chyby mohou plynout z nedostatku informací o daném trhu. Při vstupu na zahraniční trh se firma v první řadě snaží prodat svou službu nebo výrobek a může se stát, že si přitom nezjistí, kdo je regulátor, co přesně požaduje a jaká je běžná praxe. Při akvizicích v zahraničí pak může být chybou nedostatečná příprava a zjištění si daňových, právních, technických a obchodních okolností dané společnosti. Je nezbytné udělat si předem důkladnou prověrku a tohle firmy občas podcení. My jim vždy doporučujeme využít služeb zkušených poradců a nepouštět se do akvizic na základě pocitů nebo prvních dojmů.

Jaké firmě se expanze do Německa obzvlášť vyplatila?

Takových firem je celá řada. Známým příkladem z poslední doby je český Rohlík, který už na německém trhu udělal mnoho úspěšných akvizic a obchodních dohod. Umožnilo mu to výrazně rozšířit geografický záběr svého podnikání a také se ukázalo, že přinesl do Německa něco, co tam bylo do té doby víceméně neznámé. Firma s takovou rychlostí doručení nákupu, s takovou šíří a kvalitou sortimentu na německém trhu předtím chyběla. Rohlík dokázal přenést do zahraničí své zkušenosti z Česka i své dovednosti v oblasti automatizace a digitalizace. Zároveň ale porozuměl a přizpůsobil se nákupním zvyklostem a požadavkům německého zákazníka.

V jakých dalších zemích vidíte aktuálně pro české firmy potenciál?

Podnikatelé z Česka se dříve orientovali hlavně na Slovensko a pak na východní Evropu, Rumunsko, Bulharsko, Balkán. A samozřejmě Polsko. Teď ale vidíme rostoucí zájem o západní Evropu. Kromě Německa láká investory Španělsko, Francie, Itálie nebo Velká Británie. Pozorujeme to u investic do nemovitostí, energetiky, ale i v jiných typech podnikání, jako je strojírenství, obchod, služby nebo právě e-commerce, kde západní trhy táhnou, protože poskytují obrovskou kupní sílu. Řada podniků v Česku už dosáhla takové konkurenceschopnosti, že se nemusí bát na západní trhy vstoupit. Tomuto trendu samozřejmě významně pomáhá naše členství v Evropské unii a jednotný trh.

Vidíme ale také velký zájem o zámořské trhy. Ve Spojených státech na tom má zásluhu zákon o snížení inflace a další legislativa, která poskytuje podporu podnikatelům, například v energetice. A vzrůstající celní bariéry vlastně nutí i české firmy přemýšlet, zda by pro ně nebylo výhodnější mít vlastní zastoupení přímo v USA.

Vy se jim při tom snažíte poskytnout právní a byznysové poradenství. Jaké trendy váš obor v současné době nejvíc ovlivňují?

Chceme být strategickým partnerem našich klientů, což obnáší nejen poradit jim podle aktuálního českého nebo zahraničního práva, ale také předjímat změny – ať už v oblasti daní a práva nebo na geopolitické úrovni.

Jaké konkrétní změny v příštích letech očekáváte?

Určitě počítáme s velkými změnami v oblasti technologií. Ty zasáhnou všechny obory. Veškeré firmy, právní sektor nevyjímaje, budou muset adoptovat do svého podnikání informační technologie, aby byly efektivní a konkurenceschopné.

Potom tu máme geopolitický vývoj. Musíme sledovat, jakým směrem se pohne konflikt na Ukrajině, jaké to přinese ekonomické hrozby nebo příležitosti. V Evropské unii uvidíme, jakým způsobem se bude implementovat Draghiho zpráva a důraz na konkurenceschopnost, zda to přinese další příležitosti pro české podniky. Všechny tyto trendy chceme vnímat a reagovat na ně, abychom dokázali naše klienty doprovázet a poskytnout jim dostatečnou oporu.

Zmínil jste technologický vývoj. Jak ve vašem sektoru například pracujete s umělou inteligencí?

Všichni se s umělou inteligencí nějak seznamujeme. Naše činnost spočívá hodně v práci s dokumenty a tu nám umělá inteligence dokáže v mnohém usnadnit. Pomáhá nám sbírat a vyhodnocovat informace, srozumitelně je předávat někomu dalšímu. Pro naši práci jsme si vyvinuli vlastní nástroj, který s umělou inteligencí pracuje. Používáme ho na právní rešerše v české legislativě, ale pomáhá nám také orientačně vyhledávat některé informace v právním prostředí jiných států.

Jak se s nástupem umělé inteligence popasovaly české firmy z řad vašich klientů? Řešíte s nimi otázky zabezpečení citlivých informací?

Zabezpečení dat je právní problém ve chvíli, kdy dojde k úniku nebo zneužití informací. K tomu, aby firma nepřišla o citlivá data, musí samozřejmě využívat vhodné nástroje. V tom jí můžeme do určité míry poradit, ale hlavně je to otázka technologická. Naše role se spíše týká edukace, proškolení personálu, aby firma rozuměla rizikům a věděla, jaké právní následky může případný únik informací mít. My sami pochopitelně používáme jen licencované nástroje, které zaručují, že důvěrné informace, se kterými pracujeme, nebudou poskytovány třetím stranám

Jaké máte další plány rozvoje kanceláře Havel & Partners? Budete zakládat nové pobočky i v dalších zemích?

Aktuálně se k tomu se nechystáme, ale do budoucna to nemohu úplně vyloučit. Nicméně, k tomu, abychom dobře obsloužili své klienty, to v současné době právě díky našim rozsáhlým zahraničním kontaktům nutně nepotřebujeme. Strategicky se chceme posouvat ke specializovanému poradenství založenému na důvěrné znalosti určitého podnikatelského oboru. Znát v rámci daného sektoru všechny trendy, klíčové hráče, mezinárodní kontext… a být tak pro své klienty strategickým partnerem.

Dál rozvíjíme i oblast komplexního poradenství pro privátní klienty a zaměřujeme se na geografickou diverzifikaci aktiv. Naše kancelář se stále rozvíjí a řada našich aktivit nabývá globálních rozměrů, což vlastně odpovídá celkovému vývoji české ekonomiky, která je exportně orientovaná, má už poměrně velkou kapitálovou základnu a díky tomu mnozí čeští podnikatelé mohou úspěšně investovat v zahraničí. A my je v tom chceme dál podporovat.

Robert Nešpůrek

Vystudoval na právnické fakultě UK a poté získal titul Master of Law v oboru evropského obchodního práva na Univerzitě Radboud Nijmegen v Nizozemsku.

Je jedním ze zakládajících partnerů advokátní kanceláře Havel & Partners, kde v současné době řídí

tým pro oblast technologií a komerčního práva, práva duševního vlastnictví a telekomunikací.

Jako expert na telekomunikační a mediální právo figuruje na úzkém seznamu světových odborníků.

http://www.havelpartners.cz/rohliku-se-expanze-do-nemecka-vyplatila-zapadni-trhy-lakaji-i-dalsi-ceske-firmy