

MỤC LỤC

Chương 1: Tổng quan thị trường	5
Các thông tin cơ bản	5
Quan hệ ngoại giao	8
Kinh tế	9
Thách thức thị trường	12
Chiến lược thâm nhập thị trường.....	12
Cơ hội	13
Chương 2: Môi trường kinh tế - chính trị	14
Môi trường chính trị	14
Môi trường kinh tế.....	26
Chương 3: Mô hình công ty theo quy định của pháp luật CHLB Đức	36
I. Khái quát pháp luật công ty của Cộng hoà Liên bang Đức (CHLB Đức)	36
II. Mô hình công ty theo quy định của pháp luật CHLB Đức	37
Chương 4: Những quy định và tiêu chuẩn thương mại.....	47
Thuế nhập khẩu	47
Thuế doanh thu từ nhập khẩu	47
Rào cản thương mại.....	47
Chứng từ và yêu cầu đối với hàng nhập khẩu	50

Những yêu cầu về việc ghi và dán nhãn sản phẩm.....	52
Nhãn sinh thái.....	53
Một số các ký hiệu phổ biến trên bao bì mỹ phẩm.....	54
Một số các biểu tượng chứng nhận sản phẩm hữu cơ.....	58
Các biểu tượng cho xử lý và tái chế.....	61
Các biểu tượng của các sản phẩm nhựa.....	62
Các ký hiệu/biểu tượng trên thiết bị điện tử.....	64
Châu Âu thay đổi quy định về dán nhãn năng lượng.....	65
Các tiêu chuẩn.....	70
Đánh giá công nhận.....	72
Cấp giấy chứng nhận sản phẩm.....	73
Thỏa thuận thương mại.....	77
Chương 5: Môi trường đầu tư.....	79
Tổng quan.....	79
Mở cửa và hạn chế cho đầu tư nước ngoài.....	84
Tạo thuận lợi cho doanh nghiệp.....	86
Đầu tư ra nước ngoài.....	87
Hiệp ước đầu tư song phương.....	87
Hiệp định đầu tư song phương và hiệp định thuế.....	88
Hiệp định thuế hai bên.....	89
Chế độ pháp lý.....	89

Những quy định hoạt động và ưu đãi đầu tư	96
Khu thương mại nước ngoài/Các cảng tự do/Tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại	99
Bảo vệ quyền sở hữu	99
Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR)	102
Tham nhũng.....	103
Chính sách & thực tiễn lao động	106
Quan hệ lao động.....	108
Chương 6: Tài trợ thương mại và dự án	112
Phương thức thanh toán.....	112
Cách thức hoạt động của hệ thống ngân hàng	113
Kiểm soát tỷ giá hối đoái.....	114
Tài trợ dự án	114
Chương 7: Quan hệ kinh tế Việt Nam – Đức và những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu	115
Quan hệ ngoại giao với Đức.....	115
Quan hệ thương mại với Việt Nam	117
Chương 8: Một số vấn đề cần lưu ý khi làm kinh doanh tại Đức	147
Văn hóa kinh doanh của người Đức	147
Văn hóa giao tiếp kinh doanh với người Đức	153
Các kênh tiếp cận thị trường.....	156

Tư vấn đi lại.....	157
Những yêu cầu về thị thực nhập cảnh	157
Viễn thông	158
Giao thông vận tải.....	158
Y tế	158
Ngày nghỉ lễ và giờ địa phương	159
Một số lưu ý về các quy định, chính sách thuế và yêu cầu khi kinh doanh với thị trường CHLB Đức.....	159
Đánh giá tiềm năng thị trường Đức	177
Giải pháp thâm nhập thị trường Đức	178
Chương 9: Đầu mối liên lạc, các sự kiện thương mại.....	180
Đầu mối liên lạc.....	180
Báo cáo nông nghiệp	181
Các sự kiện thương mại	181
Các trang web cung cấp thông tin hữu ích	182
Thông tin về điều kiện và ưu đãi đầu tư	183

Chương 1: Tổng quan thị trường

Các thông tin cơ bản

Tên nước: Cộng hòa Liên bang Đức

Thủ đô: Berlin

Tổng thống: Frank-Walter Steinmeier (từ ngày 18/3/2017)

Thủ tướng: Angela Merkel (từ 22/11/2005)

Quốc khánh: Ngày 03 tháng 10 (ngày thống nhất nước Đức)

Diện tích: 357.022 km²

Dân số: 82.98 triệu người (ước tính đến tháng 7/2020)

Cấu trúc dân số: (ước tính 2020)

- 0 – 14 tuổi: 12,89% (nam 5.302.850/nữ 5.025.863)
- 15 – 24 tuổi: 9,81% (nam 4.012.412/nữ 3.854.471)
- 25 – 54 tuổi: 38,58% (nam 15.553.328/nữ 15.370.417)
- 55 – 64 tuổi: 16,74% (nam 6.297.886/nữ 6.316.024)
- Trên 65 tuổi: 22,99% (nam 8.148.873/nữ 10.277.538)

Tỉ lệ tăng dân số: -0,19% (ước tính 2020)

Độ tuổi trung bình: 47,4 tuổi (ước tính năm 2020)

Nam: 47,8 tuổi

Nữ: 46,5 tuổi

Chỉ tiêu cho y tế: 11,2% GDP

Chi tiêu cho giáo dục: 4,8% GDP

Tỷ lệ thất nghiệp ở giới trẻ từ 15 - 24 tuổi: 6,2%

Nam: 7,1%

Nữ: 5,1%

Dân tộc: Người Đức chiếm 87,2%; Người Thổ Nhĩ Kỳ (1,8%); Ba Lan (1%); Syrian (1%); Dân tộc khác (9%).

Khí hậu: Đức có khí hậu ôn đới, hơi biển, lạnh, ẩm cả vào mùa đông và mùa hè, thỉnh thoảng có gió ẩm vùng An-phơ. Cộng hoà Liên bang Đức nằm ở trung tâm châu Âu, có biên giới với Đan Mạch ở phía Bắc; Pháp, Hà Lan, Bỉ và Luxemburg ở phía Tây; Thụy Sĩ và Áo ở phía Nam; CH.Séc, Slovakia và Ba Lan ở phía Đông. Đức nằm ở vị trí bản lề giữa Đông và Tây Âu, giữa bán đảo Skandinavia và Địa Trung Hải.

Khí hậu ôn đới, tuy nhiên giữa các vùng có chênh lệch nhiệt độ đáng kể. Vùng đồng bằng ven biển phía bắc có nhiệt độ ôn hoà. Vùng núi cao Bô -va-ri-an An-phơ ở miền nam có mùa hè mát và mùa đông lạnh. Vùng phía đông có mùa hè ẩm, mùa đông lạnh.

Ngôn ngữ: Tiếng Đức là ngôn ngữ chính, và các ngôn ngữ dân tộc thiểu số: Frisian (Hà Lan), Sorbian, Danish (Đan Mạch) và Romani (Rumani). Tiếng Anh là ngôn ngữ phổ biến của người dân trên cả nước.

Tôn giáo: Thiên chúa giáo La Mã 27,7%; Đạo tin lành 25,5%; Hồi giáo 5,1%; Cơ đốc giáo chính thống 1,9%; Cơ đốc giáo khác 1%; các đạo giáo khác 9%; và không tôn giáo 37,8%.

Đơn vị tiền tệ: Euro (€)

Múi giờ: GMT +1

(Nguồn: CIA factbook)

Thể chế

CHLB Đức là nhà nước liên bang. Liên bang cũng như 16 Bang đều có các thẩm quyền riêng. Cấp liên bang có thẩm quyền về các lĩnh vực chính sách đối ngoại, chính sách Châu Âu, quốc phòng, tư pháp, lao động, xã hội, thuế và y tế. Thẩm quyền về các lĩnh vực trật tự an toàn xã hội, giáo dục phổ thông, đại học cũng như hành chính và cấp địa phương nằm trong tay các Bang. Các thẩm quyền của Liên Bang được giới hạn chủ yếu trong công tác lập pháp và các Bang tham gia vào công tác đó thông qua đại diện của mình ở Hội đồng Liên Bang (Thượng nghị Viện). Bộ máy hành chính các Bang không chỉ có trách nhiệm thực thi các đạo luật của Bang mà của cả Liên Bang. Nguyên nhân của việc phân chia này nằm là do nhà nước quốc gia Đức được thành lập năm 1871 từ một liên minh của nhiều nước riêng rẽ. Như vậy không cần phải xây dựng một bộ máy hành chính nhà nước trung ương lớn hơn nữa. Trong 16 Bang có 3 Bang - thành phố. Lãnh thổ của 3 Bang này đồng thời là diện tích của 3 thành phố lớn Berlin, Bremen/Bremehaven và Hamburg, trong khi các Bang khác có xen kẽ nhiều thành phố, thị trấn và làng xã nông thôn.

Ngày nghỉ lễ tết

Phần lớn các ngày lễ ở Đức đều bắt nguồn từ các ngày lễ của giáo hội giống như lễ Giáng Sinh và lễ Phục Sinh. Trong khi ngày quốc khánh (3/10) và ngày 1/5 được quy định rõ trong luật liên bang là ngày lễ của toàn quốc, thì những ngày lễ còn lại đều do luật của mỗi tiểu bang tự quy định riêng. Ví dụ, trong khi những người ở Bayern được nghỉ lễ thì những người sống ở Berlin vẫn phải đi làm bình thường.

Con người

Ở Đức có khoảng 80,6 triệu người sinh sống, gồm người già, trẻ em, đàn bà, đàn ông, người Đức và người nước ngoài. Bình quân khoảng 230/km² tại München, nơi mật độ dân cư lớn nhất, thậm chí có chỗ lên đến 4.300 người.

Quê hương đối với người Đức quan trọng, dù đôi khi viễn cảnh có chỗ làm không phải lúc nào cũng khả quan. Kể từ khi nước Đức thống nhất, có nhiều người bên phía Đông

nước Đức chuyển chỗ ở sang phía Tây nước Đức. Ngoài ra, tỉ lệ sinh và tỉ lệ sống thọ ở nước Đức trong những thập kỉ qua cũng có nhiều biến động gây ảnh hưởng đến quốc gia, nền kinh tế và an toàn xã hội Đức.

Nhiều người đến nước Đức làm công nhân lao động. Họ làm giàu cho nước Đức bằng văn hóa và kiến thức của mình. Nước Đức đối với nhiều người là miền đất hứa.

Viễn cảnh thu nhập cao hơn cũng như chuẩn sống nói chung làm cho nước Đức trở nên hấp dẫn đối với nhiều người nhập cư. Đặc biệt đối với nhiều người trẻ, thời gian tạm trú tại nước Đức là một điều rất đáng đấu tranh. Cứ tám sinh viên thì có một sinh viên nước ngoài trong môi trường Đại Học Đức.

Quan hệ ngoại giao

Mục tiêu chính sách đối ngoại hiện nay của Đức là tạo lập một hệ thống an ninh mang tính chất hợp tác toàn cầu.

Cơ sở chính sách đối ngoại của Đức là tôn trọng luật pháp quốc tế, đấu tranh cho nhân quyền, đối thoại, phòng ngừa khủng hoảng, tránh sử dụng bạo lực và kiến tạo lòng tin.

Các vấn đề đối ngoại và an ninh Đức quan tâm hàng đầu là nhất thể hóa Châu Âu, quan hệ với Mỹ, toàn cầu hóa, chống khủng bố, giải quyết xung đột khu vực.

Đức cho rằng Liên Hiệp Quốc đóng vai trò then chốt trong giải quyết các thách thức to lớn trong Thế kỉ 21, cần cải cách Hội đồng bảo an Liên Hiệp Quốc theo hướng cân đối hơn giữa các khu vực.

Mỹ là đối tác quan trọng nhất của Đức ngoài Châu Âu. Quan hệ với Mỹ là một hằng số bất di bất dịch trong chính sách đối ngoại của Đức.

Đức có mối quan hệ chặt chẽ với Hoa Kỳ, thành viên trong NATO, và các thành viên EU. Cộng hòa Liên bang Đức đã tham gia vào tất cả những nỗ lực sau chiến tranh chung nhằm hợp tác chặt chẽ hơn về chính trị, kinh tế, quốc phòng giữa các nước Tây Âu. Đức là một nước có đóng góp lớn cho ngân sách EU. Tháng 10 năm 2010, Đức được bầu vào

nhiệm kỳ 2 năm như là một thành viên không thường trực của Hội đồng Bảo an Liên Hiệp Quốc bắt đầu tháng 1 năm 2011.

Trong thời kỳ sau chiến tranh, Cộng hòa Liên bang Đức đã tìm cách để cải thiện mối quan hệ của nó với các nước Đông Âu, thiết lập hiệp định thương mại đầu tiên, và sau đó là thiết lập mối quan hệ ngoại giao. Với sự thống nhất, mối quan hệ của Đức với các nền dân chủ mới ở Trung Âu và Đông Âu ngày càng tăng cường. Ngày 14 tháng 11 năm 1990, Đức và Ba Lan đã ký một hiệp ước xác nhận biên giới Oder-Neisse. Họ cũng đã ký kết một hiệp ước hợp tác vào ngày 17 tháng 6 năm 1991. Đức đã ký kết 4 hiệp ước quốc tế với Liên Xô bao gồm quan hệ song phương toàn diện, quan hệ kinh tế, rút quân đội Liên Xô ra khỏi lãnh thổ của Cộng hòa Dân chủ Đức cũ. Nga. Đức tiếp tục hoạt động kinh tế ở các vùng Trung Âu và Đông Âu và tích cực hỗ trợ cho sự phát triển của các tổ chức dân chủ, song phương và thông qua EU.

Đức coi trọng phát triển các mối quan hệ với Châu Á - Thái Bình Dương, trước hết với Trung Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, Asean.

Đức quan hệ với Châu Phi ở mức thấp, mang tính chất cảm chừng, có viện trợ nhân đạo và viện trợ phát triển cho một số nước nghèo. Gần đây, có những dấu hiệu cho thấy Đức bắt đầu chú ý hơn tới thị trường Châu Phi.

Kinh tế

Công nghiệp chiếm 30,1%; nông nghiệp: 0,6% và dịch vụ: 69,3% GDP.

Nền kinh tế Đức là nền kinh tế lớn thứ tư trên thế giới và chiếm một phần tư (24,7%) GDP của Liên minh châu Âu vào năm 2019. Đức cũng là đối tác thương mại châu Âu lớn nhất của Hoa Kỳ và là thị trường xuất khẩu lớn thứ năm của Hoa Kỳ. Nền kinh tế thị trường xã hội của Đức phần lớn tuân theo các nguyên tắc thị trường, nhưng với mức độ điều tiết đáng kể của chính phủ và các chương trình phúc lợi xã hội trên phạm vi rộng.

Với dân số 83,2 triệu người, Đức là thị trường tiêu thụ lớn nhất trong Liên minh châu Âu.

Tầm quan trọng của thị trường Đức vượt ra ngoài biên giới của nó. Một khối lượng lớn hoạt động thương mại ở Đức được bố trí tại một số sự kiện thương mại lớn nhất thế giới, chẳng hạn như MEDICA, Hội chợ Hannover, Automechanika và Triển lãm Du lịch ITB, mặc dù cần lưu ý rằng hầu hết các hội chợ thương mại cho năm 2020 đã bị hủy bỏ hoặc lên lịch lại do đại dịch Covid-19. Khối lượng thương mại, số lượng người tiêu dùng và vị trí địa lý của Đức ở trung tâm Liên minh Châu Âu khiến nước này trở thành khu vực quan trọng mà nhiều công ty Hoa Kỳ tìm cách xây dựng chiến lược mở rộng ở Châu Âu và trên toàn thế giới.

Năm 2020, Đức đã vượt qua các tác động gây thiệt hại cho kinh tế của đại dịch Covid-19 tốt hơn bất kỳ nước láng giềng nào của EU nhờ phần lớn vào chính sách thất lưng buộc bụng, thặng dư tài khoản vãng lai kỷ lục (gần 300 tỷ USD vào năm 2019) và khả năng thực hiện linh hoạt các kế hoạch làm việc ngắn hạn giúp tỷ lệ thất nghiệp chỉ ở mức 4,5% vào tháng 7 năm 2020. Mức giảm GDP 10,1% trong quý 2 năm 2020 là mức giảm mạnh nhất kể từ năm 1970 và nhiều hơn hai lần mức giảm trong cuộc khủng hoảng tài chính 2008-2009.

Những thay đổi về nhân khẩu học và dẫn đến tắc nghẽn lao động, sự điều tiết của thị trường lao động và giá năng lượng cao hơn do việc loại bỏ dần năng lượng than và năng lượng hạt nhân để chuyển sang các nguồn năng lượng tái tạo (“Năng lượng chuyển đổi”) là những yếu tố có thể làm giảm khả năng cạnh tranh. Các chuyên gia cũng lo ngại rằng căng thẳng thương mại quốc tế và tác động kinh tế toàn cầu của đại dịch Covid có thể gây tổn hại đáng kể đến nền kinh tế định hướng xuất khẩu của Đức.

Kinh tế Đức đang dần phục hồi sau cú sốc do đại dịch Covid-19 gây ra

Bộ trưởng Tài chính Đức Olaf Scholz cho biết nền kinh tế Đức đang dần phục hồi sau cú sốc do đại dịch Covid-19 gây ra và sẽ đạt quy mô trước khủng hoảng chậm nhất là vào đầu năm 2022.

Đại dịch Covid-19 đã đẩy nền kinh tế lớn nhất châu Âu vào cuộc suy thoái nghiêm trọng

nhất trong nửa đầu năm nay. Berlin đã tung ra một loạt biện pháp giải cứu và kích thích chưa từng có thông qua các khoản vay mới lên tới mức kỷ lục khoảng 218 tỷ euro nhằm giúp các doanh nghiệp và người tiêu dùng sớm thoát khỏi khủng hoảng.

Theo Bộ trưởng Scholz, kinh tế Đức đang có những dấu hiệu dần phục hồi và có thể trở lại quy mô trước khủng hoảng thậm chí vào trước năm 2022, nếu sự phục hồi được hỗ trợ đúng hướng. Đây là lý do khiến Đức có thể tiếp tục vay thêm một khoản nợ mới trong năm tới để thúc đẩy đà phục hồi, với khoản nợ ròng mới lên tới 80 tỷ euro. Bộ trưởng Scholz cũng cho rằng Berlin cần một khoản vay bổ sung đáng kể trong năm tới để đảm bảo những thành quả đã đạt được, song không cho biết con số chính xác.

Với việc phải vay thêm nợ mới, Đức có thể một lần nữa phải đình chỉ mức nợ trần theo Hiến pháp sau khi đã được nói lỏng trong năm nay. Ông Scholz nhấn mạnh mục tiêu của Đức là theo đuổi chính sách tài khóa trong khuôn khổ Hiến pháp từ năm 2022, do vậy cần phải nỗ lực hết sức để phục hồi và ổn định nền kinh tế trong năm nay và năm tới. Dự kiến, Bộ Tài chính sẽ cập nhật doanh thu thuế trong tuần tới làm cơ sở cho đề xuất ngân sách của Chính phủ liên bang cho năm 2021.

Hồi đầu tháng 9/2020, Chính phủ Đức nhận định suy thoái kinh tế do đại dịch COVID-19 gây ra sẽ không nghiêm trọng như nhận định trước đây, mà chỉ tương đương khủng hoảng tài chính hơn một thập kỷ trước.

Theo Bộ Kinh tế Đức, Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) của nước này trong năm nay có thể chỉ giảm 5,8%, thấp hơn mức dự báo giảm 6,3% đưa ra hồi tháng Tư và gần như tương đương mức giảm 5,7% ghi nhận trong năm 2009, thời điểm xảy ra khủng hoảng tài chính.

Tuy nhiên, nhận định về tăng trưởng GDP trong năm 2021 lại ít lạc quan hơn so với dự báo trước đó. Các chuyên gia kinh tế của Chính phủ Đức đánh giá kinh tế Đức đang có xu hướng phục hồi theo hình chữ V, tức là tiếp theo sự sụt giảm sẽ là tăng mạnh trở lại, nhưng dự báo tăng trưởng năm 2021 có thể chỉ đạt 4,4%, thấp hơn nhiều so với dự báo

5,2% được đưa ra từ mùa Xuân.

Thách thức thị trường

Đức đưa ra một số rào cản chính thức đối với thương mại hoặc đầu tư. Việc Đức chấp nhận Chính sách Nông nghiệp chung của EU và các hạn chế của Đức đối với các sản phẩm nông nghiệp công nghệ sinh học là những trở ngại đối với một số hàng hóa của nước ngoài. Đức đã ép Ủy ban EU giảm tải bớt pháp lý và thúc đẩy sự đổi mới để tăng khả năng cạnh tranh của các nước thành viên EU. Trong khi đó hoàn toàn không phân biệt đối xử, nhưng vì quy định của chính phủ có tính phức tạp có thể đưa ra mức độ bảo vệ cho các nhà cung cấp địa phương. Các tiêu chuẩn an toàn hoặc môi trường, vốn dĩ không phải là phân biệt đối xử nhưng đôi khi được áp dụng một cách quyết liệt, có thể làm phức tạp việc tiếp cận thị trường đối với các sản phẩm nước ngoài. Các công ty quan tâm đến xuất khẩu sang Đức nên đảm bảo rằng họ biết tiêu chuẩn nào áp dụng cho sản phẩm của họ và có được kiểm tra và chứng nhận kịp thời. Các tiêu chuẩn toàn EU thường dựa trên các tiêu chuẩn của Đức hiện có.

Chiến lược thâm nhập thị trường

Những người tham gia thị trường thành công nhất là những người cung cấp các sản phẩm sáng tạo có chất lượng cao và kiểu dáng hiện đại. Người Đức dễ cảm tình với các sản phẩm công nghệ cao tiên tiến như máy tính, phần mềm máy tính, linh kiện điện tử, chăm sóc sức khỏe và thiết bị y tế, vật liệu tổng hợp và công nghệ ô tô. Đức sở hữu một trong những tỷ lệ truy cập Internet cao nhất ở EU và các lĩnh vực đa phương tiện, công nghệ cao và dịch vụ cung cấp tiềm năng lớn. Một số sản phẩm nông nghiệp cũng cho là có triển vọng xuất khẩu tốt. Trong nhiều trường hợp, giá cả không nhất thiết phải là yếu tố quyết định đối với người mua Đức, mà là chất lượng.

Thị trường Đức được phân cấp và đa dạng, với sở thích và thị hiếu của Đức khác so với các quốc gia khác. Đối với các nhà đầu tư, thuế suất biên tương đối cao của Đức và các

luật thuế phức tạp có thể là một trở ngại, mặc dù các khoản khấu trừ, trợ cấp và giảm giá trị tài sản giúp chuyển thuế suất hiệu quả sang các mức cạnh tranh trên bình diện quốc tế.

Cơ hội

Đức - thị trường lớn nhất Châu Âu- tiếp tục vẫn là thị trường hấp dẫn cho nhiều ngành và là môi trường quan trọng cho bất kỳ chiến lược xuất khẩu toàn diện nào vào thị trường Châu Âu. Tuy các nhà đầu tư phải tính đến chi phí có liên quan cho việc kinh doanh cao tại Đức nhưng họ vẫn có thể tin tưởng vào mức năng suất lao động cao, lực lượng lao động có tay nghề giỏi, việc ứng dụng kiến thức khoa học vào thiết kế đạt chất lượng cao, cơ sở hạ tầng tối ưu và vị trí ngay ở trung tâm Châu Âu của Đức.

Chương 2: Môi trường kinh tế - chính trị

Môi trường chính trị

Nhà nước CHLB Đức được xây dựng dựa trên kinh nghiệm thực tế của bản thân nước Đức (Cộng hòa Weima) và các nước khác, cũng như các nghiên cứu khoa học (thí dụ như lý thuyết trò chơi) và đã được kiểm chứng thực tế qua 60 năm phát triển. Từ một đất nước bị chia cắt, kinh tế hoàn toàn sụp đổ sau thất bại trong Chiến tranh Thế giới thứ Hai, CHLB Đức đã vươn lên một cách mạnh mẽ, thống nhất hòa bình, trở thành nền kinh tế hùng mạnh nhất châu Âu và một nước uy tín trên thế giới. Đó là nhờ đáp ứng được 5 yếu tố của một chế độ chính trị tốt: (1) Ngăn ngừa hình thành chế độ độc tài, (2) Ngăn ngừa đảo chính, (3) Bảo đảm chính quyền ổn định và làm được việc, (4) Ngăn cản việc thực thi các chính sách tồi và (5) Kéo dài sự cầm quyền của một chính phủ thành công.

Như đa số các nước trên thế giới, mô hình nhà nước Đức theo chế độ nghị viện - liên bang. Chế độ này có ưu điểm về cân bằng chính trị và do đó tạo ra sự ổn định nhờ khả năng chia sẻ và kiểm soát quyền lợi và quyền lực giữa các nhóm chính trị có ảnh hưởng, khi các bên cần thỏa hiệp với nhau. Hệ thống liên bang giúp giảm thiểu các xung đột về quyền lợi chính trị. Thất bại trong cuộc bầu cử giành chính quyền trung ương không phải là mất tất cả, bởi các đảng phái hay cá nhân có thể tranh cử để dành vị trí xứng đáng ở chính quyền cấp bang. Tham gia chính quyền cấp bang là cơ hội để các nhà chính trị tích lũy kinh nghiệm, trở thành lãnh đạo quốc gia sau này.

Hệ thống chính trị Đức dựa trên nguyên tắc cân bằng quyền lực và có kiểm soát, được thiết kế để các đảng quá nhỏ không thể tham gia chính quyền gây mất ổn định chính trị, nhưng cũng không để cho một đảng nào dễ dàng chiếm đa số trong hạ nghị viện dẫn đến khuynh loát chính quyền (buộc phải liên minh với một hay một vài đảng khác để thành lập chính phủ). Các đảng chỉ được chia ghế trong hạ nghị viện nếu giành được ít nhất 3 ghế tại 3 khu vực bầu cử địa phương hoặc giành được nhiều hơn 5% tổng số phiếu bầu theo tỷ lệ trên phạm vi toàn quốc. Nhờ đó, các đảng dung hòa được sự chống đối, hình

thành nên cơ chế đồng thuận, xử sự ôn hòa và giúp ngăn ngừa các chính sách tồi được thực thi. Kết quả là hệ thống chính trị Đức đảm bảo dân chủ nhưng vẫn tập trung mà không độc đoán.

Sự cân bằng chính trị ở Đức được thiết lập cả theo chiều ngang và theo chiều dọc. Theo chiều ngang, đó là nhờ chế độ nghị viện với chính quyền được chia làm ba nhánh: lập pháp, hành pháp và tư pháp để không một cơ quan nào được duy nhất nắm giữ quyền lực, điều cần thiết để tránh dẫn đến mất ổn định và độc tài. Cân bằng theo chiều dọc đạt được nhờ cơ chế chính quyền liên bang và cơ quan đại diện của địa phương tại quốc hội liên bang là thượng nghị viện.

Mô hình nghị viện – liên bang của CHLB Đức, gồm cơ quan lập pháp, hệ thống hành pháp, tư pháp, mô hình liên bang:

• **Lập pháp:**

Hiến pháp Đức không khẳng định quốc hội là cơ quan quyền lực nhà nước cao nhất mà tuyên bố rằng: hệ thống lập pháp bị ràng buộc bởi hiến pháp, còn hành pháp và tư pháp bị ràng buộc theo luật pháp và công lý. Quốc hội liên bang gồm hạ nghị viện và thượng nghị viện. Cụ thể:

Hạ nghị viện là cơ quan quyền lực nhất trong thể chế nghị viện-liên bang

- Bầu cử: Cách tổ chức bầu cử quyết định chất lượng ứng cử viên và đại biểu quốc hội và do đó là bộ máy nhà nước. Đức kết hợp hai phương pháp bầu người đại diện vào cơ quan quyền lực: bầu cá nhân theo đa số phiếu và bầu cho đảng phái theo tỷ lệ phiếu. Nhờ vậy, cử tri được lựa chọn bầu một người tín nhiệm nhất và một đảng tín nhiệm nhất.

Về danh nghĩa, hạ nghị viện Đức có 598 ghế (đây là số lượng để tổ chức bầu cử, sau khi bầu có thể nhiều hơn), nhiệm kỳ 4 năm. Một nửa số thành viên của hạ nghị viện được bầu chọn trực tiếp từ 299 đơn vị bầu cử theo phương pháp bầu cử đại diện theo đa số. Mỗi đơn vị bầu cử được bầu một ghế đại diện. Trong số các cá nhân do các đảng giới thiệu và ứng cử viên độc lập, ai giành được nhiều phiếu nhất sẽ trúng cử tại khu vực bầu cử.

Một nửa số thành viên còn lại của hạ nghị viện được bầu chọn theo phương pháp tỷ lệ thông qua 16 đơn vị bầu cử. Mỗi bang là một đơn vị bầu cử được phân phối số lượng ghế tỷ lệ với dân số của bang. Mỗi đảng có một danh sách các ứng cử viên của mình cho một đơn vị bầu cử, xếp thứ tự từ cao đến thấp (không theo bảng chữ cái). Số ghế mà một đảng nhận được tại đơn vị bầu cử sẽ tỷ lệ với số phiếu mà đảng nhận được tại đơn vị bầu cử này. Sau khi nhận được ghế, đảng sẽ chia lại cho các ứng viên theo đúng thứ tự trên danh sách bầu cử.

- Các cơ quan của hạ nghị viện: Chủ tịch hạ nghị viện thường là thành viên của đảng giữ nhiều ghế nhất trong hạ nghị viện. Mỗi đảng trong hạ nghị viện được cử một phó chủ tịch, kể cả đảng đã cử chủ tịch (hiện có 6 phó chủ tịch).

(1) Hội đồng bộ lão gồm chủ tịch hạ nghị viện, các phó chủ tịch hạ nghị viện và 23 dân biểu của hạ nghị viện do các đảng bổ nhiệm với số lượng tỷ lệ với sự hiện diện trong hạ nghị viện. Hội đồng quyết định chương trình làm việc của hạ nghị viện và giúp đạt được thỏa thuận giữa các đảng đoàn (gồm các thành viên thuộc một đảng hoặc liên minh các đảng tại hạ nghị viện);

(2) Đoàn chủ tịch là cơ quan thường trực của hạ nghị viện, gồm chủ tịch và các phó chủ tịch hạ nghị viện, họp hàng tuần để điều hành hoạt động nội bộ hạ nghị viện.

(3) Các ủy ban: Số lượng ủy ban có thể thay đổi theo nhiệm kỳ quốc hội (hiện là 22). Số vị trí chủ tịch ủy ban và số thành viên theo tỷ lệ hiện diện của đảng tại quốc hội. Ngoài các ủy ban tương ứng với các bộ trong nội các, còn có các ủy ban về những lĩnh vực khác. Đó là Ủy ban Ngân sách (cùng với Ủy ban Kinh tế, Ủy ban Tài chính tương ứng với Bộ Kinh tế - Sáng tạo và Bộ Tài chính), Ủy ban Văn hóa và Truyền thông, Ủy ban Thể dục Thể thao, Ủy ban Du lịch, Ủy ban về Các vấn đề pháp lý và Bảo vệ người tiêu dùng, Ủy ban Dân nguyện, Ủy ban Bầu cử, Miễn nhiệm và Quy tắc thủ tục, Ủy ban về Liên minh châu Âu, Ủy ban về Nhân quyền và Viện trợ nhân đạo.

Thượng nghị viện: có 69 ghế.

Khác với Mỹ (do dân chúng bầu), Anh (quý tộc được phong-tức là bổ nhiệm), ở Đức các chính phủ cấp bang bổ nhiệm thành viên nội các của mình làm thượng nghị sĩ đại diện cho bang tại liên bang. Mỗi bang có từ 3-6 phiếu, tùy theo số dân, nhưng chỉ được có một ý kiến duy nhất; Ý kiến khác là không hợp lệ. Thượng nghị viện là diễn đàn quốc gia để phối hợp việc thực thi chính sách giữa chính quyền liên bang với các chính quyền bang và giữa các chính quyền bang. Thượng nghị viện bầu 1 chủ tịch và 2 phó chủ tịch, nhiệm kỳ 1 năm.

Quốc hội và tài chính của đảng phái

Chế độ tài chính của đảng phái được quy định trong hiến pháp và Luật Các đảng phái chính trị. Các đảng có nguồn thu nhập chính gồm hỗ trợ từ ngân sách nhà nước và đảng phí (mỗi nguồn này đem lại khoảng 1/3 tổng thu nhập). Phần còn lại là đóng góp của những đảng viên giữ chức vụ trong chính quyền, huy động từ cá nhân ngoài đảng, các doanh nghiệp và từ hoạt động kinh doanh.

Tháng 10 hàng năm, các đảng phái chính trị đệ trình báo cáo tài chính năm trước đó cho chủ tịch hạ nghị viện liên bang và đăng tại trang web của quốc hội. Số liệu báo cáo gồm toàn bộ hệ thống đảng (trụ sở chính, chi nhánh khu vực và các địa phương), phản ánh thu nhập và chi tiêu, tài sản nợ và tài sản có, cũng như danh tính của các nhà tài trợ (cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức) đã đóng góp tổng số tiền từ 10.000 Euro/năm. Báo cáo tài chính của đảng không bao gồm kinh phí ngân sách cho các đảng đoàn tại nghị viện liên bang và bang, cho các cơ quan chính trị của đảng.

- Hỗ trợ ngân sách trực tiếp: Các đảng được 0,5% tổng số phiếu bầu quốc hội liên bang và châu Âu, hoặc 1% tổng số phiếu bầu nghị viện tại một trong 16 bang thì được ngân sách hỗ trợ. Có hai loại hỗ trợ: (1) Mỗi phiếu đảng nhận được trong cuộc bầu cử gần nhất cấp bang, liên bang và châu Âu thì được ngân sách cấp 83 xu (nếu được hơn 4 triệu phiếu thì được 1 Euro/ phiếu); (2) Mỗi 1 Euro huy động nhỏ lẻ (dưới 3.300 Euro/năm từ một cá nhân) trong năm trước năm ngân sách, thì được cấp 45 xu. Hỗ trợ ngân sách trực tiếp

không được vượt quá tổng số tiền mà đảng thu được từ nguồn “tự huy động”, tức là các nguồn tư nhân từ đảng viên và các nhà tài trợ khác. Hỗ trợ ngân sách được điều chỉnh hàng năm dựa trên chỉ số thay đổi giá chỉ tiêu cho đảng, được tính theo chỉ số giá tiêu dùng (70%) và thay đổi tiền lương công chức ở địa phương (30%).

- Hỗ trợ ngân sách gián tiếp gồm: (1) Đóng góp tự nguyện của những đảng viên giữ chức vụ trong chính quyền các cấp; (2) Ngân sách cấp cho các đảng đoàn tại nghị viện; (3) Hỗ trợ cho cơ quan chính trị thuộc đảng. Mỗi đảng có thể có một cơ quan chính trị để phục vụ cho các nhiệm vụ của đảng ở trong và ngoài nước, như: thông tin, tuyên truyền về mục tiêu, lý tưởng của đảng, nghiên cứu khoa học, đào tạo kỹ năng, cấp học bổng, tư vấn về chính trị... Nguồn lấy từ các bộ liên bang (Bộ Nội vụ, Bộ Ngoại giao, Bộ Hợp tác và Phát triển Kinh tế, Bộ Giáo dục và Nghiên cứu); (4) Giảm thuế: số tiền đóng góp nhỏ và vừa (bao gồm đảng phí, đóng góp của cá nhân ngoài đảng và của đảng viên nắm giữ chức vụ) được trừ 50% thu nhập chịu thuế (có quy định số tiền thuế tối đa được trừ); (5) Trong đợt bầu cử được phát sóng miễn phí trên đài phát thanh và TV của nhà nước, bảng quảng cáo do chính quyền thành phố chi trả.

Có quy định cấm nhận đóng góp từ người nước ngoài, đóng góp vô danh và từ tiền tham nhũng. Ngoài ra còn có hai điều cấm đặc biệt của Đức: các đảng không được phép nhận bất kỳ khoản tiền nào từ các đảng đoàn tại nghị viện và từ cơ quan chính trị thuộc đảng. Không có giới hạn về đóng góp hoặc chi tiêu.

Các khoản chi chính gồm: chi cho chiến dịch bầu cử, chi hoạt động chính trị chung, chi hoạt động thường xuyên, chi lương và trợ cấp cho cán bộ nhân viên và chi khác.

• **Hệ thống Hành pháp: Lãnh đạo hành pháp gồm thủ tướng và tổng thống với quyền lực tập trung vào thủ tướng.**

Thủ tướng và nội các

Thủ tướng do hạ nghị viện bầu theo đề nghị của tổng thống, nhiệm kỳ 4 năm, không giới hạn số nhiệm kỳ. Người đứng đầu đảng đa số trong quốc hội hoặc liên minh đảng thắng

cử thường được đề cử giữ chức thủ tướng. Thủ tướng được quyền quyết định số bộ trưởng và nhiệm vụ của họ, đề cử bổ nhiệm và miễn nhiệm bộ trưởng. Thủ tướng đề nghị tổng thống phê chuẩn bộ trưởng, không qua quốc hội.

Thủ tướng một mình chịu trách nhiệm về chính sách của chính phủ liên bang, không chia sẻ trách nhiệm và quyền lực với các bộ trưởng. Các bộ trưởng phải chấp hành chính sách của quốc gia do thủ tướng đưa ra. Nhưng bộ trưởng được đề xuất chính sách để văn phòng thủ tướng tổng hợp trình thủ tướng quyết định; được toàn quyền quyết định tổ chức công việc của bộ. Nội các chịu trách nhiệm xử lý khi có xung đột nảy sinh giữa các bộ trưởng.

Việc phân công nhiệm vụ giữa các bộ theo nguyên tắc quản lý đa ngành, đa chức năng. Khác với cơ quan lập pháp mang tính đại diện nên có thể có nhiều phó, lãnh đạo cơ quan hành pháp chỉ có 1 trưởng và 1 phó (là trưởng của 1 bộ phận).

Nội các gồm 16 thành viên, đứng đầu là Thủ tướng, 1 phó thủ tướng kiêm bộ trưởng Bộ Kinh tế và Công nghệ. Ngoài ra có 14 bộ trưởng: Bộ Ngoại giao, Bộ Nội vụ, Bộ Tư pháp, Bộ Tài chính, Bộ Lao động và Xã hội, Bộ Lương thực, Nông nghiệp và Bảo vệ người tiêu dùng, Bộ Quốc phòng, Bộ Gia đình, Người cao tuổi, Phụ nữ và Thanh niên, Bộ Y tế, Bộ Giao thông, Xây dựng và Phát triển đô thị, Bộ Môi trường, Bảo vệ thiên nhiên và An toàn hạt nhân, Bộ Giáo dục và Nghiên cứu, Bộ Hợp tác và Phát triển Kinh tế, Bộ Các vấn đề đặc biệt = Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ.

Tổng thống là nguyên thủ quốc gia. Tổng thống thực hiện nhiều nhiệm vụ mang tính lễ nghi, nhiệm kỳ 5 năm, tối đa hai nhiệm kỳ. Tổng thống thường được chọn từ các lãnh đạo lão thành của đảng lớn nhất trong hạ nghị viện và được bầu trong Hội nghị Liên bang gồm dân biểu của hạ nghị viện liên bang và các bang. Tất cả các dân biểu liên bang chiếm một nửa số thành viên trong Hội nghị Liên bang; nửa còn lại là các thành viên được chọn lựa bởi các bang với số lượng theo tỷ lệ tương ứng với dân số của bang.

Nhiệm vụ chủ yếu của tổng thống là bảo đảm sự đoàn kết và ổn định của quốc gia; thực

hiện các hoạt động chính trị mang tính biểu tượng như phê chuẩn các tướng lĩnh quân đội và quan chức chính phủ, các hoạt động ngoại giao nghi lễ quốc gia, ký các hiệp ước quốc tế và công bố ban hành luật, đề cử để hạ nghị viện bầu thủ tướng và phê chuẩn sau khi nhận được đa số ủng hộ; phê chuẩn thành viên nội các theo đề nghị của thủ tướng.

• Hệ thống Tư pháp:

Hệ thống tư pháp của Đức theo một cấu trúc đơn nhất, được chia thành 7 nhánh, gồm có: hiến pháp, phổ thông, hành chính, tài chính, lao động, xã hội và luật về bản quyền. Các nhánh tư pháp này hoạt động độc lập và song song với nhau, đứng đầu mỗi nhánh là một tòa án liên bang tối cao phụ trách lĩnh vực của mình. Tòa án Hiến pháp Liên bang chịu trách nhiệm giám sát và kiểm soát hệ thống chính trị dân chủ nhằm bảo đảm việc tuân thủ hiến pháp. Mỗi bang sẽ có một tòa án hiến pháp riêng. Tòa án Hiến pháp Liên bang là tòa án hiến pháp tối cao của quốc gia, không đóng vai trò là tòa án phúc thẩm cao nhất. Nhiệm vụ của Tòa án Hiến pháp Liên bang gồm: bảo vệ hiến pháp và trật tự dân chủ; kiểm soát các tác nhân chính trị; cấm một số đảng chính trị cực đoan hoặc xem xét các dự luật liên quan đến chiến dịch vận động tài chính của các đảng chính trị; xét lại tính hợp hiến của các đạo luật và phủ quyết nếu cần; phân giải các xung đột giữa các cấp của chính quyền; kiểm chế việc lạm quyền của các thẩm phán.

Các tòa án khác:

Tòa án phổ thông là nhánh lớn nhất để giải quyết các án dân sự và hình sự. Hệ thống tòa án phổ thông chia làm 4 bậc. Các tòa án địa phương tiếp nhận các vụ kiện nhỏ về dân sự và hình sự, kiêm các chức năng pháp lý thông thường như chứng thực. Bậc kế tiếp là các tòa án vùng, được chia làm hai nhánh riêng biệt: dân sự và hình sự. Các tòa án vùng vừa khởi xử các án trọng điểm về dân sự và hình sự, vừa là tòa án phúc thẩm đối với các phán quyết bởi các tòa án địa phương. Bậc thứ ba là các tòa án phúc thẩm cấp bang, với hai nhánh dân sự và hình sự. Đứng đầu là Tòa án Tư pháp Liên bang, là tòa án tối cao giữ vai trò phúc thẩm đối với tất cả các án khởi xử từ các tòa án cấp vùng và cấp bang.

Hệ thống tòa án hành chính, lao động và xã hội gồm có các tòa án địa phương, các tòa án cấp cao hơn, và đứng đầu tương ứng bởi tòa án liên bang. Hệ thống tòa án tài chính được chia làm hai bậc, đứng đầu bởi Tòa án Tài chính Liên bang, chịu trách nhiệm phân xử các án liên quan đến thuế. Tòa án Bản quyền Liên bang là duy nhất và tối cao.

Về mặt hành chính, các tòa án thuộc bang do các bộ tư pháp bang quản lý. Các tòa án liên bang do các bộ có thẩm quyền tương ứng trong chính quyền liên bang quản lý. Các cơ quan quản lý các tòa án đồng thời sẽ quản lý ngân sách chi tiêu của các tòa án. Ngoại lệ là Tòa án Hiến pháp được quyền tự đề xuất dự toán kinh phí hoạt động và nhận phê chuẩn từ chính quyền.

Một Tòa Chung của 5 tòa án tối cao: Tư pháp, Hành chính, Tài chính, Lao động và Xã hội được lập ra nhằm đảm bảo tính đồng nhất trong các phán quyết của hệ thống tư pháp.

• Mô hình Liên bang:

Mô hình này có khả năng bảo vệ chính quyền, chống đảo chính tốt hơn so với chính quyền tập trung đơn nhất: lực lượng đảo chính kiểm soát chính quyền có nhiều trung tâm trên khắp cả nước thì khó hơn chính quyền tập trung.

Phân cấp hành chính và lập pháp: nguyên tắc phân cấp là chính quyền liên bang chỉ được thực thi các quyền mà hiến pháp và luật pháp quy định. Ngược lại, chính quyền bang có toàn quyền đối với tất cả các lĩnh vực còn lại trong phạm vi bang của mình.

Sự phân bổ quyền lực và trách nhiệm giữa chính quyền liên bang và chính quyền bang phụ thuộc vào bối cảnh chính trị và thay đổi theo thời gian. Hiện nay chính quyền liên bang hoàn toàn giữ thẩm quyền lập pháp ở các lĩnh vực liên quan đến chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, hay các lĩnh vực mà ở đó phạm vi và ảnh hưởng mang tính toàn quốc, vượt quá khả năng quản lý của một chính quyền bang riêng biệt.

Luật liên bang theo mặc định có giá trị pháp lý đứng trên luật bang, trừ trường hợp đặc biệt luật có quy định khác. Nếu liên bang chưa ban hành luật thì bang có quyền đưa ra luật của mình.

Hiến pháp cho phép chính quyền bang có quyền đưa ra các đạo luật ngược lại với các đạo luật của chính quyền liên bang trong một số lĩnh vực cụ thể, ví dụ như săn bắn, bảo vệ thắng cảnh, thiên nhiên, phân bổ đất đai, quy hoạch vùng... Đạo luật được thông qua sau sẽ có hiệu lực cao hơn.

Chính quyền bang: Đức có 16 bang, bang ít dân nhất có 600.000 người, bang lớn nhất có 18 triệu dân. Cấu trúc nhà nước bang mô phỏng cấu trúc của liên bang nhưng quốc hội bang chỉ có 1 viện, có chính quyền và tòa án hiến pháp bang. Mỗi bang có luật bầu cử quốc hội riêng, phương thức bầu cử tương tự như hạ nghị viện cấp liên bang hoặc đơn giản hơn. Việc bầu cử được tổ chức riêng cho liên bang và bang. Ngày bầu cử của quốc hội cấp bang cũng khác nhau giữa các bang. Quốc hội bang bầu ra một thủ hiến là người đứng đầu chính quyền bang, thường là lãnh đạo đảng hoặc liên minh các đảng chiếm đa số ghế trong quốc hội bang. Thủ hiến chọn thành viên nội các bang.

Phân cấp tài chính-ngân sách: Đức có cơ chế liên bang hỗ trợ cho các bang, các bang hỗ trợ cho một số bang và cơ chế liên bang ủy thác cho bang. Thuế thu nhập cá nhân, thuế thu nhập doanh nghiệp và thuế doanh thu (tương tự thuế VAT) đều được phân chia giữa liên bang và bang theo tỷ lệ cố định 50-50. Liên bang và các bang sẽ chia sẻ với nhau trách nhiệm gánh vác các chi phí phát sinh khi vi phạm các điều luật quốc tế theo tỷ lệ 15-85. Bang gây ra lỗi chịu 50%, toàn bộ các bang còn lại chịu 35%. Liên bang có toàn quyền lập pháp đối với thuế hải quan và các độc quyền tài chính và có thẩm quyền lập pháp song trùng đối với các sắc thuế đem lại nguồn thu cho bang.

1. Quốc hội Liên bang (Hạ viện):

Quốc hội Liên bang (QHLB) là cơ quan được bầu đại diện cho nhân dân. Hệ thống bầu cử của Đức tương đối phức tạp, quy định mỗi đảng tranh cử phải giành được ít nhất 5% số phiếu bầu mới được tham gia Quốc hội. QHLB được tổ chức trong các đoàn nghị sĩ của các đảng đoàn (Fraktion) và họ bầu một nghị sĩ trong số họ vào chức vụ Chủ tịch QHLB. QHLB bầu Thủ tướng Liên bang (TTg LB) và có thể bãi nhiệm TTg LB bằng

cách bỏ phiếu bất tín nhiệm.

Nhiệm vụ thứ 2 của QHLB là lập pháp. Từ năm 1949 đã có khoảng hơn 10.000 dự án luật được đưa ra QHLB và hơn 6.600 luật được thông qua, đa số là các luật sửa đổi.

Nhiệm vụ thứ 3 của QHLB là kiểm tra giám sát hoạt động của Chính phủ. Phần công việc kiểm tra của QHLB được công bố trước công luận là do phe đối lập trong QH thực hiện.

Các Ủy ban chuyên môn của QHLB là các cơ quan của toàn thể QH. QHLB khoá 17 (bầu cử năm 2009) có 22 Ủy ban. Hiến pháp quy định phải có Ủy ban đối ngoại, Ủy ban EU, Ủy ban quốc phòng và Ủy ban khiếu nại. Nhiệm vụ của các Ủy ban là chuẩn bị cho các cuộc họp bàn của QHLB. Các dự thảo luật sẽ được xem xét với sự có mặt của đại diện Chính phủ Liên bang và Hội đồng Liên bang và các mâu thuẫn giữa Chính phủ và phe đối lập sẽ được cân bằng trong chừng mực có thể.

5 đảng chính trị với tổng cộng 622 đại biểu tham gia QHLB khoá 17 (2009-2013), số ghế được phân chia như sau: CDU/CSU: 239; SPD: 146; FDP: 93; Cảnh tá: 76; Đảng Xanh: 68. 33% số đại biểu là phụ nữ.

2. Hội đồng Liên bang (Thượng viện):

Hội đồng Liên bang là cơ quan đại diện của 16 bang, không phải do tổng tuyển cử bầu ra mà do Quốc hội các bang cử với số lượng tỉ lệ thuận với dân số của từng bang. Những đạo luật quan trọng sau khi đã được Quốc hội thông qua phải được Hội đồng liên bang chuẩn y thì Tổng thống mới phê duyệt. Thủ hiến các bang thay nhau làm Chủ tịch Hội đồng Liên bang với thời hạn 1 năm. Chủ tịch Hội đồng liên bang thực hiện các công việc của Tổng thống khi Tổng thống vắng mặt.

3. Tổng thống Liên bang:

Tổng thống là đại diện cho CHLB Đức với tư cách là Nguyên thủ quốc gia. Tổng thống đại diện đất nước đối với quốc tế và bổ nhiệm các thành viên Chính phủ, thẩm phán và quan chức cao cấp. Với chữ ký của mình, Tổng thống quyết định các đạo luật có hiệu lực.

Theo đề nghị của Thủ tướng, Tổng thống bãi nhiệm Chính phủ và được phép giải tán Quốc hội trước khi kết thúc nhiệm kỳ trong trường hợp ngoại lệ như hồi mùa hè 2005. Luật cơ bản không trao cho Tổng thống quyền phủ quyết các nghị quyết của Quốc hội. Tuy Tổng thống công nhận các nghị quyết của QH và đề nghị nhân sự của Chính phủ, nhưng Tổng thống chỉ kiểm tra quá trình dẫn đến các nghị quyết, đề nghị đó có phù hợp với quy định của Luật cơ bản không.

Nhiệm kỳ của Tổng thống là 5 năm và có thể được bầu lại thêm một lần nữa. Đại hội liên bang gồm một nửa là nghị sĩ QHLB và một nửa là đại diện do Quốc hội 16 Bang bầu nhóm họp 5 năm một lần để bầu Tổng thống mới.

4. Thủ tướng Liên bang và Chính phủ:

Thủ tướng là thành viên duy nhất của Chính phủ Liên bang được bầu. Hiến pháp trao cho Thủ tướng quyền tự chọn bộ trưởng là người đứng đầu các cơ quan chính trị quan trọng nhất. Ngoài ra, Thủ tướng quyết định số lượng các bộ và ấn định thẩm quyền của các bộ. Điều 65, câu 1 của Hiến pháp quy định Thủ tướng có thẩm quyền đưa ra định hướng, ấn định những trọng tâm công tác của chính phủ.

Thủ tướng và các Bộ trưởng Liên bang thành lập Chính phủ Liên bang. Bên cạnh thẩm quyền đưa ra định hướng của Thủ tướng còn có nguyên tắc ngành, theo đó Bộ trưởng tự lãnh đạo ngành của mình trong khuôn khổ định hướng đó, cũng như nguyên tắc đồng nghiệp, tức là Chính phủ Liên bang quyết định theo đa số về những vấn đề tranh cãi. Thủ tướng lãnh đạo công việc của Chính phủ.

Hệ thống bầu cử của Đức khiến cho từng đảng riêng rẽ rất khó một mình đứng ra thành lập chính phủ. Thông thường, các đảng phải liên minh với nhau. Từ cuộc bầu cử QHLB đầu tiên năm 1949 đến nay, đã có 22 Chính phủ liên minh ở Đức. Chính phủ của Đức nhiệm kỳ 2009 - 2013 gồm 15 Bộ và một cơ quan ngang Bộ là Phủ Thủ tướng.

5. Tòa án Hiến pháp Liên bang:

Tòa án Hiến pháp Liên bang (TAHPLB) có trụ sở tại thành phố Karlsruhe, gồm 2 toà,

mỗi toà có 8 thẩm phán gồm một nửa do QHLB và một nửa do Hội đồng Liên bang bầu. Nhiệm kỳ của mỗi thẩm phán là 12 năm và không được bầu lại. TAHPLB là một cơ quan đặc trưng của nền dân chủ Đức sau chiến tranh. Luật cơ bản trao cho TAHPLB quyền huỷ bỏ những đạo luật nếu xác định rằng những đạo luật đó vi phạm Hiến pháp.

6. Các đảng chính trị:

Ở Đức có khoảng 37 đảng đăng ký hoạt động, nhưng chỉ có một số đảng lớn có ghế trong Quốc hội Liên bang và thay nhau cầm quyền. Các chính đảng lớn gồm CDU/CSU (Dân chủ Thiên chúa giáo/ Xã hội Thiên chúa giáo), SPD (Xã hội Dân chủ), FDP (Tự do Dân chủ), đảng Xanh và đảng Cánh tả (trước đây là đảng XHCN thống nhất – SED).

a. Đảng Xã hội Dân chủ (SPD) là đảng cánh tả lớn nhất và cũng là chính đảng lâu đời nhất ở Đức được thành lập năm 1863. Sau khi bị cấm trong thời kỳ chủ nghĩa phát xít, đảng được tái lập năm 1945. Với chương trình Godesberg năm 1959, đảng chính thức không còn là một đảng công nhân mà là một đảng quần chúng. Niềm tin của đảng là “Tự do, Công bằng và Đoàn kết”.

b. Đảng Cánh tả: là đảng kế thừa của Đảng XHCN thống nhất Đức (SED), là đảng lãnh đạo CHDC Đức trước đây. Đảng dựa trên lý tưởng XHCN, ủng hộ phong trào cánh tả và phần nào phong trào dân chủ xã hội.

c. Liên minh dân chủ Thiên chúa giáo và xã hội Thiên chúa giáo (CDU/CSU): Đảng Dân chủ Thiên chúa giáo (CDU): là đảng cánh hữu lớn nhất ở Đức, thành lập năm 1945 và có khuynh hướng bảo thủ. Đảng Liên minh xã hội Thiên chúa giáo (CSU) có đường lối bảo thủ tương tự nhưng chỉ hoạt động tại Bang Bayern. Hai đảng này cùng nhau tạo thành một đảng phái chung trong Quốc hội Liên bang Đức, thường được gọi chung là “liên minh” hay “các đảng liên minh”.

d. Đảng Dân chủ Tự do (FDP): thành lập năm 1948. Đảng FDP ủng hộ quyền tự do cá nhân, đặc biệt trong các vấn đề kinh tế và quyền công dân. FDP là đối tác Liên minh nhỏ, nhưng tham gia Chính phủ liên bang nhiều nhiệm kỳ.

e. Đảng Xanh: ra đời từ các phong trào xã hội mới cuối thập kỷ 1970 như phong trào phụ nữ, phong trào hoà bình và phong trào sinh thái. Năm 1983, Đảng được bầu vào Quốc hội Liên bang lần đầu tiên. Năm 1990, đảng Xanh hoà nhập với phong trào nhân dân Đông Đức (Liên minh 90) trở thành Liên minh 90/ Xanh. Đảng Xanh là lực lượng đang nổi lên, ngày càng thu hút nhiều sự ủng hộ do nhu cầu cấp thiết về bảo vệ môi trường và ứng phó với biến đổi khí hậu.

f. Các đảng phái khác: một số đảng khác có khuynh hướng cực hữu như Người Cộng hoà (REP), Liên minh Nhân dân Đức (DVU), Dân chủ quốc gia Đức (NPD), v.v...đều là các đảng nhỏ, chưa từng có ai đại diện trong Quốc hội Liên bang trong 60 năm qua, nhưng có thời điểm có chân trong quốc hội một số bang. Các đảng này phát triển khá mạnh ngay sau khi tái thống nhất nước Đức do lợi dụng tâm lý bất bình của người dân với chính sách nhập cư của Chính phủ, song hiện nay có xu hướng suy yếu.

Môi trường kinh tế

• Tổng quan

Đức là cường quốc kinh tế hàng đầu ở châu Âu và thứ tư trên toàn cầu. Trong năm 2017, GDP tăng 2,1%, tốc độ tăng trưởng cao nhất của quốc gia kể từ năm 2011. Trong khi doanh thu xuất khẩu đã đóng góp phần lớn vào hiệu quả kinh tế của đất nước, nhu cầu trong nước cũng đóng vai trò quan trọng. Năm 2017, tài chính công của Đức đạt mức cao nhất từ trước tới nay. Ngoài ra, chi phí vay thấp, thu nhập tăng cao và sức mạnh của thị trường lao động đã góp phần làm tăng chi tiêu của người tiêu dùng. Tỷ lệ thất nghiệp dự kiến sẽ giảm xuống còn 3,7% vào cuối năm 2018. Mục tiêu 45 triệu người làm việc có thể đạt được lần đầu tiên vào cuối năm nay.

Trong năm 2017, nền kinh tế Đức mạnh hơn với mức thặng dư ngân sách kỷ lục (38 tỷ USD) và thu hẹp nợ công gần 3% so với năm 2016 (65,1% GDP năm 2017). Chính phủ đang tiến gần hơn đến mục tiêu giảm nợ công xuống dưới 60% GDP vào năm 2024. Trong năm qua, đóng góp của xuất khẩu vào tăng trưởng GDP đã giảm đi nhờ nhu cầu

trong nước. Điều này chủ yếu là do sự gia tăng tiền lương và sự xuất hiện của những người tị nạn trong nước. Mặc dù số lượng người xin tị nạn đến Đức sẽ giảm trong năm 2018, chính phủ đang tìm cách vượt bỏ qua nhữn cắt giảm thuế đáng kể cho các doanh nghiệp và hộ gia đình. Lạm phát được vẫn tiếp tục duy trì từ 1,5% đến 2,0% trong năm 2018.

Kết quả của cuộc tổng tuyển cử tháng 9 năm 2017 đã buộc Thủ tướng Angela Merkel thành lập liên minh. Các cuộc đàm phán để thiết lập một chính phủ đã được tiếp tục cho đến khi thỏa thuận giữa CDU (Liên minh Dân chủ Kitô giáo) của Merkel và SPD (Đảng Dân chủ Xã hội) cuối cùng đã được thực hiện vào cuối tháng Hai. Angela Merkel là mục tiêu của những lời chỉ trích đến từ cả hai đối thủ và phe cánh của bà. Đức phải đối mặt với nhiều thách thức như dân số già, thiếu kỹ sư và các nhà nghiên cứu, cần phải tài trợ cho sự chuyển đổi từ 25 đến 80% năng lượng bền vững cho đến năm 2050, việc từ bỏ sử dụng năng lượng hạt nhân vào năm 2022 và hiện đại hóa các nhà máy than. Chính phủ sẽ tìm cách thu hút thêm đầu tư, đặc biệt là trong giao thông và cơ sở hạ tầng năng lượng.

Năm 2018, Đức có lẽ sẽ vẫn là nền kinh tế hàng đầu của châu Âu nhưng tình hình chính trị có thể làm ảnh hưởng đến đầu tư dài hạn. Phe cánh hữu đã giành được đại diện trong Quốc hội và những lời chỉ trích về việc xử lý cuộc khủng hoảng người tị nạn của Merkel vẫn còn. Thất nghiệp đang đạt mức thấp kỷ lục nhưng không được cho là cách biệt về địa lý và xã hội. Ở Đông Đức cũ và ở nhiều vùng nông thôn, tỷ lệ thất nghiệp vẫn còn đáng kể. Đức có một trong những mức độ bất bình đẳng cao nhất ở EU.

- **Các ngành công nghiệp chính**

Ngành nông nghiệp chiếm dưới 1% GDP và sử dụng 1,3% lực lượng lao động của Đức. Ngành nông nghiệp đã được hưởng lợi rất nhiều từ các khoản trợ cấp của nhà nước. Các sản phẩm nông nghiệp chính bao gồm sữa, thịt heo, gia súc, củ cải đường và ngũ cốc. Người tiêu dùng Đức có khuynh hướng thích nông nghiệp hữu cơ hơn. Đất nước đang trải qua một quá trình phi công nghiệp hóa của ngành thực phẩm.

Vùng bờ biển phía Bắc chuyên nuôi bò sữa và ngựa. Vùng chân núi Alps tập trung chăn nuôi gia cầm, lợn, bò và cừu. Dải đất màu mỡ dọc theo sườn nam vùng đất thấp là nơi gieo trồng lúa mì, lúa mạch, ngũ cốc, củ cải đường, cây ăn trái, khoai tây và nho. Đức nằm trong số các nước sản xuất sữa, chế phẩm sữa và thịt nhiều nhất thế giới. Nông nghiệp ở Đức được điều tiết theo chính sách nông nghiệp của EU.

Ngành công nghiệp chiếm khoảng 30,5% GDP - giảm mạnh từ 51% GDP năm 1970. Ngành ô tô là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất của Đức, nhưng nền kinh tế Đức cũng tiếp tục giữ lại các lĩnh vực chuyên ngành khác, bao gồm thiết bị điện và điện tử, cơ khí và các sản phẩm hóa học. Quyết định từ bỏ năng lượng hạt nhân dân sự vào năm 2022 có thể sẽ thay đổi cảnh quan công nghiệp trong tương lai gần và xa.

Giống như hầu hết các nền kinh tế lớn khác, tỉ lệ lao động trong công nghiệp ở Đức đã giảm do sự phát triển nhanh của các ngành dịch vụ. Đức phải nhập khẩu hầu hết nguyên vật liệu và năng lượng, mặc dù có những mỏ than đá ở vùng Ruhr và dọc theo sông Saar. Đức cũng có quặng sắt, dầu mỏ và khí đốt, song trữ lượng không nhiều.

Kỹ nghệ hoá chất là một trong những ngành quan trọng nhất của Đức. Trong đó có những công ty như Bayer AG, BASF và Hoechst.

Ngành công nghiệp xe hơi của Đức là ngành có quy mô lớn nhất ở châu Âu. Thành công lớn nhất của nước Đức là trong ngành sản xuất xe hơi chất lượng cao. Có lẽ các nhãn mác xe hơi sang trọng nhất thế giới ngày nay hầu như đều có nguồn gốc từ Đức: Bayerische Motoren Werke AG (BMW), DaimlerChrysler AG (Mercedes-Benz), Porsche, Audi, Volkswagen, Bugatti, Lamborghini, Mini, Rolls-Royce, Bentley.....

Các ngành công nghiệp quan trọng khác gồm chế tạo máy bay, máy xây dựng, máy móc nông nghiệp, máy phát điện, điện tử, các thiết bị văn phòng. Mặc dù có những ngành công nghiệp rất thành công, song một số ngành truyền thống, chẳng hạn như luyện thép và đóng tàu, lại đang sa sút nghiêm trọng. Sự cạnh tranh từ Nhật và công nghệ mới đã làm giảm lợi nhuận của nước Đức. Đức là trụ sở chính của nhiều công ty đa quốc gia

khổng lồ như BASF, Robert Bosch GmbH, E.ON, Deutsche Telekom và Siemens AG.

Tuy có nhiều tập đoàn công nghiệp lớn, nhưng xương sống của kinh tế Đức lại là các công ty có quy mô vừa và nhỏ dưới 1.000 nhân viên. Hiện nay Đức thuộc top 3 nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu hàng hóa.

Ngành dịch vụ chiếm 68,7% GDP và cung cấp 70% lực lượng lao động Đức. Mô hình kinh tế Đức dựa chủ yếu vào một mạng lưới dày đặc các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs) thường được kết nối rất tốt với môi trường quốc tế. Hơn 3,6 triệu doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng 68% lao động làm công ăn lương tại Đức. Các doanh nghiệp phát chương trình bằng cách truyền thanh hoặc truyền hình (mạng lưới truyền hình nói riêng) là rất năng động.

Phát triển mạnh trong những năm gần đây và hiện đóng góp nhiều nhất vào GDP. Frankfurt là trung tâm tài chính lớn nhất của Đức và cũng là một trong những trung tâm tài chính hàng đầu thế giới.

Đức là một trong những nước có mạng lưới giao thông dày nhất thế giới (đứng thứ 2 sau Mỹ), bao gồm 11.980 km đường cao tốc và 41.386 km đường liên tỉnh. Bên cạnh tài chính ngân hàng, Frankfurt cũng là trung tâm trung chuyển hàng không hàng đầu thế giới (năm 2012 sân bay Frankfurt chuyên chở 53 triệu lượt khách). Hệ thống giao thông đường thủy và đường biển có vị trí rất quan trọng đối với nền kinh tế hướng xuất khẩu. Hamburg là cảng biển lớn nhất Đức và cũng là một trong 3 cảng lớn nhất thế giới.

• **Các chỉ số kinh tế, thương mại cơ bản** (ước tính năm 2019)

GDP (tỉ giá chính thức): 3,863 ngàn tỷ USD

GDP (tương đồng sức mua - PPP): 4,444 ngàn tỷ USD

GDP trên đầu người: 46.564 USD

GDP trên đầu người (PPP): 53.567 USD

Số dư tài khoản vãng lai: 261 tỷ USD

Nợ chính phủ: 55,7% GDP

Tỷ lệ lạm phát: 1,3%

Tỷ lệ thất nghiệp: 3,2%

Số dư tài khoản thanh toán: 7,1% GDP

Dự trữ ngoại tệ: 198 tỷ USD

Tốc độ tăng trưởng GDP thực tế: 1,5%

GDP - Theo lĩnh vực:

Nông, lâm, thủy hải sản: 0,9%

Công nghiệp và sản xuất: 24,2%

Xây dựng: 5,6%

Dịch vụ: 69,3%

Lực lượng lao động: 41,99 triệu.

Lực lượng lao động phân theo ngành nghề:

Nông nghiệp: 1,21%

Công nghiệp: 27,04%

Dịch vụ: 71,75%

Thâm hụt ngân sách: 1,45% GDP

Nợ công: 58,58% GDP

Chi tiêu chính phủ: 45,24% GDP

Tăng trưởng sản xuất công nghiệp: 1,5%

Dự trữ khí tự nhiên: 39,5 tỷ mét khối (ước đến 01/01/2018), đứng thứ 64 trên thế giới.

Lượng dự trữ dầu: 129,6 triệu thùng (tính đến 01/01/2018), đứng thứ 65 trên thế giới.

Các sản phẩm nông nghiệp: Khoai tây, lúa mì, lúa mạch, củ cải đường, trái cây, cải bắp, gia súc, heo, gia cầm, và các sản phẩm từ sữa.

Các sản phẩm công nghiệp: Sắt, thép, than, xi măng, hóa chất, máy móc, xe, máy công cụ, thiết bị điện tử, thực phẩm và đồ uống, đóng tàu, dệt may: công nghệ hàng đầu thế giới.

Xuất khẩu: Năm 2018 ước đạt 1,434 ngàn tỷ USD, đứng thứ 3 trên thế giới, tăng từ 1,322 ngàn tỷ USD của năm 2017.

Các mặt hàng xuất khẩu chính gồm xe hơi, máy móc, máy vi tính và sản phẩm điện tử, thiết bị điện, dược phẩm, hóa chất, kim loại, thiết bị vận chuyển, thực phẩm, vải, cao su và các sản phẩm plastic.

Các đối tác xuất khẩu chính gồm:

Hoa Kỳ 8,8%

Pháp 8,2%

Trung Quốc 6,8%

Hà Lan 6,7%

UK 6,6%

Ý 5,1%

Áo 4,9%

Ba Lan 4,7%

Thụy Sĩ 4,2%

Nhập khẩu: Năm 2018 ước đạt 1,135 ngàn tỷ USD, đứng thứ 3 thế giới, tăng so với mức ước tính 1,022 ngàn tỷ USD của năm 2017.

Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm máy móc, thiết bị xử lý dữ liệu, phương tiện vận tải,

hóa chất, dầu và khí đốt, kim loại, thiết bị điện, dược phẩm, thực phẩm, các sản phẩm nông nghiệp.

Các đối tác nhập khẩu chính gồm:

Hà Lan 13,8%
Trung Quốc 7%
Pháp 6,6%
Bi 5,9%
Ý 5,4%
Ba Lan 5,4%
Cộng hòa Czech 4,8%
Hoa Kỳ 4,5%
Áo 4,3%
Thụy Sĩ 4,2%

Dự trữ ngoại tệ và vàng: 200,1 tỉ USD (ước đến 31/12/2018), đứng thứ 13 trên thế giới.

Nợ quốc gia: 2,218 ngàn tỷ USD (năm 2019)

Nợ nước ngoài: 5,326 ngàn tỉ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 5 trên thế giới; tăng tương đối mạnh từ mức ước tính 5,21 ngàn tỉ USD (31/12/2016)

Đầu tư trực tiếp ở nước ngoài: 2,074 ngàn tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 4 thế giới, tăng so với mức ước tính 1,981 ngàn tỷ USD vào thời điểm 31/12/2016.

Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Đức: 1,455 ngàn tỷ USD (ước đến 31/12/2017), đứng thứ 8 thế giới, tăng so với mức ước tính 1,391 ngàn tỷ USD vào thời điểm 31/12/2016.

Sân bay: 539 sân bay (2013)

Đường sắt: 33.590 km (trong đó 33.331 km khổ rộng 1,435m; trong đó có 19.973 km

đường ray xe điện; 220 km khổ rộng 1,0m; trong đó có 79 km đường ray xe điện; 15 km khổ rộng 0,9m; 24 km khổ rộng 0,75m) (2015)

Đường bộ: 645.000 km (trong đó có 12.800 km đường cao tốc)

Đường thủy: 7.467 km (hầu hết hàng hóa được chuyên chở trên sông Rhine, kênh đào Main-Danube nối biển Bắc với Biển Đen)

Đường ống: chất lỏng 37 km, khí ga 26.985 km, dầu khí 2.826 km, các sản phẩm tinh lọc 4.479 km, nước 8 km.

Cảng biển: Rostock, Wilhemshaven

Cảng sông: Bremen (Weser), Bremerhaven (Geeste), Brunsbuttel, Duisburg, Karlsruhe, Neuss-Dusseldorf (Rhine), Hamburg (Elbe), Lubeck (Wakenitz)

Cảng tiếp nhận LNG: Hamburg

Cảng dầu khí: Brunsbuttel

Cảng Container: Bremen/Bremerhaven (5.547.000), Hamburg (8.821.000)

Tàu buôn: 427 tàu, bao gồm: Tàu xà lan 2, tàu kích thước lớn 6, tàu chở hàng 51, tàu chở thùng hóa chất 15, tàu container 298, tàu chở gas hóa lỏng 6, tàu chở khách 4, tàu chở khách/hàng 24, tàu chở thùng dầu 10, tàu hàng đông lạnh 3, tàu rollon/roll off 6, tàu chở phương tiện vận tải 1.

Số tàu thuộc sở hữu nước ngoài: 6 (Phần Lan 3, Hà Lan 1, Thụy Sĩ 2)

Số tàu đăng ký ở nước khác: 3.420

Thuê bao điện thoại cố định: 44,4 triệu

Thuê bao điện thoại di động: 106 triệu

Người sử dụng Internet: 89,7%

Hộ gia đình sử dụng Internet: 89,9%

Xuất khẩu hàng hóa: 1.528 tỷ USD

Xuất khẩu dịch vụ: 349 tỷ USD

Xuất khẩu thực phẩm: 5,3%

Xuất khẩu nhiên liệu: 2,1%

Xuất khẩu công nghệ cao: 210 tỷ USD

Xuất khẩu công nghệ cao trong thị phần xuất khẩu: 15,8%

Nhập khẩu: 1.632 tỷ USD

Nhập khẩu hàng hóa: 1.260 tỷ USD

Nhập khẩu dịch vụ; 372 tỷ USD

Nhập khẩu thực phẩm 7,7%

Nhập khẩu nhiên liệu: 8,9%

Kim ngạch xuất khẩu: 1.489,158 tỷ USD

Kim ngạch nhập khẩu: 1.234,222 tỷ USD

Đài phát thanh và truyền hình: có cả các đài phát thanh và truyền hình công cộng và tư nhân; 70 đài truyền hình công cộng trong nước cạnh tranh với gần 400 đài truyền hình quốc gia và khu vực tư nhân; hơn 90% hộ gia đình có truyền hình cáp hoặc vệ tinh; hàng trăm đài phát thanh bao gồm nhiều mạng vô tuyến quốc gia, mạng vô tuyến khu vực và một số lượng lớn đài phát thanh địa phương (2016).

Báo chí: Khoảng 350 tờ nhật báo với tổng cộng 24 triệu bản.

- **Các chính sách thu hút đầu tư nước ngoài**

Đức có môi trường đầu tư hấp dẫn nhờ sở hữu nhiều công nghệ, bí quyết sản xuất và biết cách làm, vị trí địa lý ở trung tâm châu Âu, cơ sở hạ tầng chất lượng cao, pháp luật hoàn thiện, nguồn nhân lực chất lượng cao. Do chi phí lao động ngày càng cao, nên Đức có lợi

thể thu hút đầu tư trong những ngành sử dụng công nghệ và vốn, mất dần lợi thế trong các ngành sử dụng lao động. Những cải cách về thuế doanh nghiệp ngang bằng với mức bình quân thế giới tạo thuận lợi nhất định cho giảm chi phí đầu tư ở Đức, góp phần giúp Đức duy trì hấp dẫn đầu tư.

Đức cũng là nước đầu tư lớn nắm nhiều công nghệ nguồn. Hàng năm, Đức đầu tư ra nước ngoài khoảng 30-45 tỷ Euro trong đó chủ yếu tập trung vào các nước EU và Trung Quốc.

(Nguồn: www.cia.gov; <https://www.statista.com/statistics/295519/germany-share-of-economic-sectors-in-gross-domestic-product/>; <https://knoema.com/atlas/Germany/>)

Chương 3: Mô hình công ty theo quy định của pháp luật CHLB Đức

I. Khái quát pháp luật công ty của Cộng hoà Liên bang Đức (CHLB Đức)

Pháp luật công ty trong hệ thống pháp luật của mỗi quốc gia đều được hiểu là bộ phận pháp luật điều chỉnh chủ thể pháp luật – công ty với năm đặc trưng cơ bản: có tư cách pháp nhân, có chế độ chịu trách nhiệm hữu hạn (TNHH), có sự góp vốn của các đồng chủ sở hữu, phần vốn góp của các đồng chủ sở hữu được phép chuyển nhượng và có cơ cấu tổ chức chặt chẽ. Chế độ chịu TNHH được coi là một trong các đặc trưng cơ bản nhất của công ty, nhưng pháp luật của nhiều quốc gia, trong đó có CHLB Đức, vẫn thừa nhận mô hình công ty với chế độ chịu trách nhiệm vô hạn của các thành viên (công ty hợp danh). Pháp luật CHLB Đức có sự phân biệt rõ ràng công ty dân sự thành lập, hoạt động theo quy định của pháp luật dân sự (điển hình là công ty hợp danh dân sự) và công ty thương mại thành lập, hoạt động theo quy định của pháp luật thương mại. Các văn bản pháp luật quan trọng trong hệ thống pháp luật công ty của CHLB Đức gồm:

- Bộ luật Dân sự (Bürgerliches Gesetzbuch) năm 1896 (BLDS), có hiệu lực từ 01 tháng 01 năm 1990, sửa đổi năm 2002, chứa đựng các quy định về công ty hợp danh.
- Bộ luật Thương mại (Handelsgesetzbuch) năm 1897 (BLTM), có hiệu lực từ 01 tháng 01 năm 1990, sửa đổi năm 1998, điều chỉnh về công ty thương mại.
- Luật Công ty hợp danh chuyên nghiệp (Partnerschaftsgesellschaft) ban hành ngày 25 tháng 6 năm 1994, sửa đổi năm 1998, quy định về mô hình công ty hợp danh do những cá nhân hoạt động trong các lĩnh vực đặc thù như: luật sư, bác sỹ, kế toán, kiến trúc sư... thành lập (công ty hợp danh chuyên nghiệp).
- Luật Công ty cổ phần (Aktiengesetz) có hiệu lực ngày 06 tháng 9 năm 1965, quy định những vấn đề cơ bản về công ty cổ phần như: thành lập, tổ chức quản lý công ty cổ phần, quyền và nghĩa vụ của các cổ đông...
- Luật Công ty TNHH (Gesetz betreffend Gesellschaft mit beschränkter Haftung) năm

1892, sửa đổi năm 1980, và Luật quy định Bổ sung về công ty TNHH (Gesetz zur Modernisierung des GmbH – Rechts und zur Bekämpfung von Missbräuchen) năm 2008 quy định về công ty TNHH.

- Luật Tổ chức lại công ty (Umwandlungsgesetz) có hiệu lực ngày 01 tháng 01 năm 1995, quy định về các hình thức tổ chức lại công ty như chia, tách, sáp nhập và chuyển đổi loại hình công ty.

- Luật Phá sản năm 1994 (Insolvenzordnung), quy định về phá sản công ty và thủ tục đơn giản hơn cho việc giảm vốn điều lệ của công ty TNHH.

- Luật Đồng quyết năm 1976 (Mitbestimmungsgesetz) và Luật về Sự tham gia của bên thứ ba năm 2004 (Drittelbeteiligungsgesetz), bổ sung nhiều quy định quan trọng về mô hình tổ chức quản lý của công ty cổ phần và công ty TNHH.

II. Mô hình công ty theo quy định của pháp luật CHLB Đức

1. Công ty hợp danh

1.1. Công ty hợp danh dân sự (Gesellschaft Bürgerlichen Rechts - GbR)

Công ty hợp danh dân sự là hình thức tiêu biểu của công ty hợp danh. Công ty hợp danh dân sự theo quy định của pháp luật CHLB Đức là tổ chức do hai hay nhiều chủ thể thiết lập trên cơ sở một thoả thuận hợp tác để cùng thực hiện một hay nhiều mục đích dân sự. Công ty hợp danh dân sự chịu sự điều chỉnh của Bộ luật Dân sự (BLDS từ Điều 705 đến Điều 740).

Công ty hợp danh dân sự không có tư cách pháp nhân và không phải đăng ký thành lập, nhưng theo quy định của pháp luật CHLB Đức, công ty hợp danh dân sự vẫn có thể là nguyên đơn hoặc bị đơn trong quan hệ tố tụng.

Công ty hợp danh dân sự chỉ có một loại thành viên là thành viên hợp danh. Toàn bộ tài sản của công ty hợp danh dân sự thuộc về các thành viên của công ty và các thành viên phải liên đới chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình đối với các khoản nợ của

công ty. Trách nhiệm vô hạn của thành viên công ty bắt đầu từ khi gia nhập công ty và kéo dài sau 5 năm từ khi việc chấm dứt tư cách thành viên công ty của thành viên đó được thông báo cho các chủ nợ (khoản 2 Điều 736 BLDS).

Việc quản lý công ty hợp danh dân sự do các thành viên cùng thực hiện. Mọi thành viên đều có quyền đại diện theo pháp luật cho công ty hợp danh, trừ trường hợp hợp đồng giữa các thành viên có quy định khác.

1.2. Công ty hợp danh thương mại (Offence Handelsgesellschaft - OHG)

Khác với công ty hợp danh dân sự, công ty hợp danh thương mại do hai hoặc nhiều chủ thể thành lập để thực hiện hoạt động kinh doanh và phải được đăng ký thành lập tại Phòng Đăng ký thương mại. Ngoài các quy định chung về công ty hợp danh trong BLDS, công ty hợp danh thương mại chịu sự điều chỉnh trực tiếp của quy định từ Điều 105 đến Điều 160 Bộ luật Thương mại (BLTM).

Theo quy định của BLTM, công ty hợp danh thương mại có thể tham gia các giao dịch với danh nghĩa của mình, có thể là nguyên đơn hoặc bị đơn trong quan hệ tố tụng.

Cũng như công ty hợp danh dân sự, công ty hợp danh thương mại chỉ có một loại thành viên. Các thành viên của công ty đều có quyền quản lý công ty và đại diện cho công ty trong quan hệ với các bên thứ ba, trừ trường hợp điều lệ công ty có quy định khác. Việc thành viên bị hạn chế quyền đại diện theo pháp luật cho công ty phải được ghi rõ trong đăng ký thành lập của công ty (Điều 106 và 107 BLTM).

Mỗi thành viên công ty hợp danh thương mại đều phải chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản đối với các khoản nợ của công ty từ khi gia nhập công ty và sau 5 năm từ khi rời khỏi công ty. Là mô hình công ty đối nhân, sự ra đi của 1 thành viên có thể dẫn đến sự chấm dứt công ty công ty hợp danh thương mại (Điều 131 BLTM).

1.3. Công ty hợp vốn đơn giản hay công ty hợp danh hữu hạn (Kommanditgesellschaft - KG)

Công ty hợp vốn đơn giản được quy định tại Điều 161 đến Điều 177 BLTM, cũng là mô hình công ty hợp danh do hai hay nhiều chủ thể thành lập để thực hiện hoạt động kinh doanh. Nhưng công ty hợp vốn đơn giản có hai loại thành viên là thành viên hợp danh (bắt buộc phải có ít nhất một thành viên hợp danh) và thành viên góp vốn. Thành viên hợp danh là người quản lý công ty và chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản đối với các khoản nợ của công ty. Thành viên góp vốn không được quản lý công ty và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn góp của họ tại công ty.

Theo quy định của BLTM, công ty hợp vốn đơn giản có tư cách pháp nhân và chỉ được hoạt động kinh doanh sau khi đăng ký thành lập tại phòng đăng ký thương mại. Chế độ TNHH của thành viên góp vốn chỉ được công nhận sau khi hoàn tất việc đăng ký thành lập. Điều đó có nghĩa là, nếu công ty tiến hành các hoạt động trước khi hoàn tất việc đăng ký thành lập thì mọi thành viên đã đồng ý thực hiện hoạt động đó đều phải chịu trách nhiệm với tư cách thành viên hợp danh. Ngoài ra, cần lưu ý rằng, thành viên góp vốn chỉ được hưởng chế độ chịu TNHH sau khi đã hoàn tất việc góp vốn của mình. Những thành viên góp vốn chưa góp đủ số vốn đã cam kết sẽ không có quyền hưởng chế độ chịu TNHH cũng như không có quyền yêu cầu chia lợi nhuận.

1.4. Công ty hợp danh ẩn danh (Stille Gesellschaft - SG)

Công ty hợp danh ẩn danh được coi là một dạng của công ty hợp vốn đơn giản. Tuy nhiên, khác công ty hợp vốn đơn giản, công ty hợp danh ẩn danh có hai loại thành viên là thành viên hiện hữu và thành viên ẩn danh. Thành viên hiện hữu có các quyền và nghĩa vụ như thành viên hợp danh của công ty hợp vốn đơn giản (là người quản lý công ty, đại diện cho công ty trong các giao dịch với bên thứ ba và phải chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về hoạt động của công ty). Thành viên ẩn danh chỉ thực hiện việc góp vốn vào công ty mà không được ghi tên trong danh sách thành viên công ty và không được quyền quản lý công ty.

1.5. Công ty hợp danh chuyên nghiệp (Partnerschaftsgesetz - PartG)

Công ty hợp danh chuyên nghiệp có các đặc điểm chung của công ty hợp danh về tư cách chủ thể của công ty, chế độ chịu trách nhiệm vô hạn, quyền quản lý công ty của thành viên..., nhưng cũng có một số khác biệt cơ bản như: thành viên công ty hợp danh chuyên nghiệp theo quy định của pháp luật chỉ có thể là các cá nhân hoạt động trong các lĩnh vực đặc biệt như pháp luật, khám chữa bệnh... Công ty hợp danh chuyên nghiệp không có tư cách pháp nhân nhưng phải được đăng ký thành lập tại một cơ quan đăng ký riêng với sự kiểm tra rất nghiêm ngặt.

Các thành viên công ty phải chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản đối với các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty nhưng chế độ trách nhiệm ở công ty hợp danh chuyên nghiệp được quy định gắn liền với hành vi mà thành viên đã thực hiện (Điều 8 Luật Công ty hợp danh chuyên nghiệp). Điều này có nghĩa là việc chịu trách nhiệm đối với hành vi gây thiệt hại của các thành viên là hoàn toàn độc lập, các thành viên không phải chịu trách nhiệm về hành vi của thành viên khác nếu họ không có liên quan đến việc thực hiện hành vi đó.

1.6. Công ty hợp danh cổ phần (Kommanditgesellschaft auf Aktien - KGaA)

Công ty hợp danh cổ phần là mô hình kết hợp các đặc điểm của công ty cổ phần và công ty hợp vốn đơn giản, theo đó, ưu điểm nổi bật so với các công ty hợp danh khác là công ty hợp danh cổ phần được phép phát hành cổ phần để huy động vốn của công chúng theo các quy định của pháp luật chứng khoán. Công ty hợp danh cổ phần được điều chỉnh bởi quy định của Luật Công ty cổ phần (từ Điều 278 đến Điều 290).

Theo quy định của pháp luật, công ty hợp danh cổ phần có tư cách pháp nhân từ khi được đăng ký thành lập.

Công ty hợp danh cổ phần phải có ít nhất một thành viên hợp danh là người quản lý công ty và chịu trách nhiệm vô hạn về các khoản nợ của công ty. Ngoài thành viên hợp danh, công ty phải có ít nhất 1 cổ đông. Cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của

công ty trong phạm vi số cổ phần mà họ sở hữu. Các cổ đông này có quyền và nghĩa vụ tương tự như cổ đông công ty cổ phần là được hưởng lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của công ty... Tuy vậy, họ không được quyền quản lý công ty.

2. Công ty cổ phần (Aktiengesellschaft - AG)

Công ty cổ phần là mô hình công ty rất được ưa chuộng với những nhà đầu tư muốn huy động lượng vốn lớn trong kinh doanh. Công ty cổ phần theo quy định của Luật Công ty cổ phần là mô hình có các đặc trưng sau:

- Có tư cách pháp nhân sau khi được đăng ký kinh doanh, thể hiện ở các điểm sau: Công ty có tài sản riêng và phải tự chịu trách nhiệm về các khoản nợ bằng tài sản đó; Công ty có các quyền và nghĩa vụ độc lập với thành viên công ty; và Công ty nhân danh chính mình khi tham gia các quan hệ pháp luật.
- Vốn điều lệ khi thành lập công ty cổ phần tối thiểu là 50.000 EUR và được chia thành các cổ phần có mệnh giá thấp nhất là 1EUR (Điều 6 Luật Công ty cổ phần).
- Cổ đông của công ty cổ phần có thể là cá nhân hoặc tổ chức. Cổ đông chỉ phải chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi giá trị cổ phần mà mình sở hữu.
- Cổ phần của công ty cổ phần được tự do chuyển nhượng. Việc chuyển nhượng cổ phần của công ty có thể thực hiện dễ dàng trên thị trường chứng khoán.
- Công ty cổ phần được phát hành các loại cổ phần khác nhau để huy động vốn. Về nguyên tắc, mỗi loại cổ phần đều mang đến những quyền và nghĩa vụ như nhau cho các cổ đông sở hữu cổ phần đó. Cổ phần phổ thông là loại cổ phần cơ bản của mỗi công ty cổ phần. Ngoài cổ phần phổ thông, công ty cổ phần có thể có một hoặc nhiều loại cổ phần ưu đãi như: cổ phần ưu đãi không có quyền biểu quyết (Những cổ đông sở hữu cổ phần này không được quyền biểu quyết các vấn đề tại cuộc họp Đại Hội đồng cổ đông nhưng được hưởng cổ tức nhiều hơn so với các loại cổ phần khác), cổ phần hạn chế quyền biểu quyết (Số phiếu biểu quyết của cổ đông có thể bị giảm xuống so với tổng số cổ phần mà họ sở hữu. Ví dụ, theo Điều 328 Luật Công ty cổ phần, nếu hai công ty

cổ phần đồng thời sở hữu cổ phần của nhau và sở hữu nhiều hơn 25% số cổ phần thì khi biểu quyết các vấn đề quan trọng, số phiếu biểu quyết chỉ tương đương với 25% cổ phần, số cổ phần vượt quá được coi là không có quyền biểu quyết) và cổ phần ưu đãi biểu quyết (Cổ đông sở hữu cổ phần này có nhiều hơn 1 phiếu biểu quyết cho mỗi cổ phần mà họ sở hữu).

- Công ty cổ phần được quản lý bởi 3 cơ quan: Đại hội đồng Cổ đông, Hội đồng Quản trị và Ban Kiểm soát.

Đại hội đồng Cổ đông: Là cơ quan có quyền quyết định cao nhất của công ty cổ phần, gồm tất cả các cổ đông có quyền biểu quyết. Các vấn đề thuộc thẩm quyền của Đại hội đồng Cổ đông được quyết định thông qua biểu quyết tại cuộc họp Đại hội đồng Cổ đông, theo đó, những vấn đề ít quan trọng được thông qua khi có trên 50% phiếu biểu quyết chấp thuận. Trong trường hợp thay đổi thành viên Ban Kiểm soát hoặc thành viên Ban Kiểm soát phủ quyết quyết định của Hội đồng Quản trị, quyết định của Đại hội đồng Cổ đông được thông qua khi có ít nhất 75% phiếu biểu quyết đồng ý. Đối với những quyết định quan trọng của công ty như thay đổi điều lệ, tăng vốn điều lệ..., quyết định của Đại hội đồng Cổ đông được thông qua khi có ít nhất 75% phiếu biểu quyết đồng ý. Sự khác biệt của trường hợp hai và trường hợp ba, đó là trong trường hợp ba, việc xác định phiếu biểu quyết có sự loại trừ đối với cổ phần hạn chế biểu quyết.

Hội đồng Quản trị: Là cơ quan quản lý công ty cổ phần. Các thành viên Hội đồng Quản trị có trách nhiệm quản lý công ty và đại diện cho công ty trong quan hệ với các bên thứ ba. Thành viên Hội đồng Quản trị do Ban Kiểm soát bầu (quyết định được thông qua khi có trên 50% phiếu biểu quyết đồng ý).

Ban Kiểm soát: Theo quy định của Luật Doanh nghiệp, nếu công ty có ít hơn 500 lao động thì không cần có đại diện của người lao động trong Ban Kiểm soát. Công ty cổ phần có từ 500 đến 2.000 lao động phải có một phần ba số thành viên Ban Kiểm soát là đại diện của người lao động. Công ty có trên 2.000 lao động thì Ban Kiểm soát phải có một phần hai

số thành viên là đại diện của người lao động.

3. Công ty TNHH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung - GmbH)

Công ty TNHH là mô hình công ty do các nhà làm luật người Đức sáng tạo trên cơ sở kết hợp ưu điểm của mô hình công ty hợp danh và mô hình công ty cổ phần. Công ty TNHH theo quy định của pháp luật CHLB Đức có những đặc trưng sau:

- Công ty có tư cách pháp nhân từ khi được đăng ký kinh doanh (Điều 13 Luật Công ty TNHH).
- Khác với thành viên hợp danh của công ty hợp danh, thành viên công ty TNHH chỉ phải chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn góp của mình tại công ty.
- Phần vốn góp của các thành viên công ty TNHH có thể được chuyển nhượng. Nhưng khác với sự tự do chuyển nhượng ở công ty cổ phần, việc chuyển nhượng phần vốn góp của thành viên công ty TNHH phải được lập thành văn bản có công chứng. Và điều lệ của công ty có thể quy định các trường hợp hạn chế chuyển nhượng phần vốn góp của thành viên.

Khác với pháp luật Việt Nam, pháp luật Đức quy định công ty TNHH phải có tối thiểu 25.000 EUR khi đăng ký thành lập (Điều 5 Luật Công ty TNHH). Tuy nhiên, để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các nhà đầu tư khi thành lập công ty TNHH tại Đức, đạo luật quy định bổ sung về công ty TNHH đã cho phép các nhà đầu tư có thể thành lập công ty TNHH có quy mô nhỏ (Unternehmergesellschaft (UG) - mini GmbH) với 1 EUR để khởi động cho hoạt động kinh doanh. Những công ty TNHH với quy mô nhỏ này không được coi là mô hình kinh doanh mới ở Đức mà chỉ là một dạng đặc biệt của mô hình công ty TNHH. Khi những công ty TNHH này đạt đến mức vốn điều lệ là 25.000 EUR sẽ tự động chuyển thành công ty TNHH thông thường.

Pháp luật Đức quy định hai mô hình tổ chức quản lý công ty TNHH: mô hình hai cấp quản lý và mô hình ba cấp quản lý. Đối với mô hình hai cấp quản lý: công ty TNHH

được quản lý bởi Hội đồng Thành viên (hoặc chủ sở hữu đối với công ty TNHH một chủ) và giám đốc (hoặc Ban Giám đốc). Ở mô hình ba cấp quản lý: công ty TNHH được quản lý bởi Hội đồng Thành viên (hoặc chủ sở hữu đối với công ty TNHH một chủ), giám đốc (hoặc Ban Giám đốc) và Ban Kiểm soát.

- Hội đồng Thành viên: Là cơ quan có quyền quyết định cao nhất của công ty TNHH, bao gồm tất cả các thành viên của công ty (kể cả những thành viên không có quyền biểu quyết). Hội đồng thành viên quyết định các vấn đề của công ty thông qua biểu quyết tại các cuộc họp Hội đồng Thành viên do giám đốc triệu tập. Hội đồng thành viên phải được họp ít nhất mỗi năm một lần (khi kết thúc năm tài chính của công ty), ngoài ra, có thể được họp để giải quyết những vấn đề quan trọng của công ty như: sửa đổi, bổ sung điều lệ của công ty, tăng, giảm vốn điều lệ, chấm dứt hoạt động của công ty... (Điều 46 Luật Công ty TNHH năm 1992).

Đối với công ty TNHH một chủ thì chủ sở hữu là người quyết định cao nhất của công ty. Những quyết định của chủ sở hữu sau khi được đưa ra phải được lập thành văn bản có chữ ký của chủ sở hữu.

- Giám đốc (hoặc Ban Giám đốc): Công ty TNHH có thể do một hoặc nhiều giám đốc (Ban Giám đốc) quản lý (Điều 6 Luật Công ty TNHH). Những công ty TNHH có trên hai nghìn lao động thì theo quy định tại Điều 33 của Luật Doanh nghiệp năm 1996, phải có ít nhất hai giám đốc.

Giám đốc công ty TNHH bắt buộc phải là cá nhân có năng lực pháp luật đầy đủ, có thể là công dân Đức hoặc người nước ngoài. Những cá nhân đang hoặc đã bị truy cứu trách nhiệm hình sự sẽ không được làm giám đốc công ty TNHH trong thời hạn 5 năm kể từ khi có bản án kết tội của toà án. Những cá nhân bị toà án hoặc cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền cấm hành nghề sẽ không được làm giám đốc của công ty TNHH hoạt động trong cùng ngành nghề bị cấm.

Các giám đốc có trách nhiệm phối hợp để cùng điều hành hoạt động hàng ngày của công

ty và là người đại diện theo pháp luật của công ty TNHH trong các giao dịch với bên thứ ba và trong các quan hệ tố tụng. Việc phân chia quyền hạn và nhiệm vụ có thể giúp các giám đốc không phải chịu trách nhiệm liên đới về những hậu quả của hoạt động sai trái của người giám đốc khác, nhưng họ vẫn phải chịu trách nhiệm vì đã không thực hiện được nghĩa vụ giám sát với đồng nghiệp của mình. Trong một số trường hợp, thẩm quyền đại diện theo pháp luật của giám đốc có thể bị hạn chế theo quy định của điều lệ công ty hoặc theo quyết định của Ban Kiểm soát của công ty.

- Ban Kiểm soát: Có thể được thành lập theo ý chí của các thành viên khi thành lập công ty (Trong trường hợp này, số lượng thành viên, điều kiện trở thành thành viên Ban Kiểm soát do các thành viên công ty quyết định và được ghi nhận trong Điều lệ công ty) hoặc theo quy định của pháp luật. Theo quy định của Luật Đồng quyết năm 1976, những công ty TNHH có trên hai nghìn lao động phải có Ban Kiểm soát (phải có đại diện Công đoàn hoặc đại diện người lao động tham gia Ban Kiểm soát). Đối với những công ty TNHH có trên năm trăm lao động nhưng có dưới hai nghìn lao động phải có Ban Kiểm soát theo quy định của Luật về sự Tham gia của bên thứ ba năm 2004. Tất cả những quy định về Ban Kiểm soát của Luật về sự Tham gia của bên thứ ba năm 2004 đều được áp dụng với Ban Kiểm soát của công ty TNHH có trên hai nghìn lao động. Tuy nhiên, sự khác biệt giữa hai mô hình Ban Kiểm soát này là: chỉ Ban Kiểm soát ở công ty TNHH có trên hai nghìn lao động có quyền chỉ định và thay đổi giám đốc quản lý công ty. Ngoài ra, theo quy định của Luật về sự Tham gia của bên thứ ba năm 2004, số lượng thành viên Ban Kiểm soát phải có ít nhất là ba (trong đó, một phần ba số lượng thành viên phải là đại diện do người lao động bầu ra, các thành viên còn lại là đại diện của thành viên công ty, do thành viên công ty bầu trong cuộc họp Hội đồng Thành viên). Theo quy định của Luật Đồng quyết năm 1976: Ban Kiểm soát của công ty có từ trên hai nghìn lao động đến mười nghìn lao động có mười hai thành viên; Ban Kiểm soát của công ty có từ trên mười nghìn lao động đến hai mươi nghìn lao động có mười sáu thành viên; Ban Kiểm soát của công ty có trên hai mươi nghìn lao động có hai mươi thành viên.

Theo quy định của pháp luật, Ban Kiểm soát có quyền giám sát hoạt động quản lý công ty của giám đốc, kiểm tra các báo cáo tài chính của công ty, chỉ định kiểm toán viên, triệu tập và tham gia cuộc họp Hội đồng Thành viên nếu xét thấy cần thiết,...

Ngoài các mô hình công ty theo quy định của pháp luật công ty của CHLB Đức, từ năm 2004, mô hình công ty công châu Âu (Europäische Gesellschaft, SE) theo quy định của Đạo luật về công ty của Liên minh Châu Âu và Chỉ thị bổ sung Đạo luật về Công ty của Liên minh Châu Âu cũng có thể được thành lập và hoạt động kinh doanh tại CHLB Đức. Theo quy định của pháp luật Liên minh Châu Âu, các công ty công châu Âu phải được đăng ký thành lập và hoạt động theo quy định của pháp luật nước thành viên nơi công ty đó có trụ sở chính, nhưng tên của công ty đó phải kèm theo cụm từ “SE”. Tại CHLB Đức, các công ty công châu Âu được điều chỉnh như một công ty cổ phần bởi Luật Công ty cổ phần.

Là quốc gia có hệ thống pháp luật phát triển, các quy định của pháp luật công ty của CHLB Đức rất linh hoạt và chặt chẽ, không những bảo đảm nhu cầu quản lý nhà nước mà còn bảo vệ rất hiệu quả quyền và lợi ích hợp pháp của các chủ thể trong quá trình hoạt động của công ty cũng như sự phát triển của nền kinh tế - xã hội.

Chương 4: Những quy định và tiêu chuẩn thương mại

Thuế nhập khẩu

Để biết thông tin về các loại thuế nhập khẩu, vui lòng truy cập vào địa chỉ sau: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/home_en.htm

Thuế doanh thu từ nhập khẩu

Tất cả sản phẩm công nghiệp nhập khẩu vào Đức đều phải chịu thuế doanh thu nhập khẩu 19%, đây là khoản thuế được tính trên phần giá trị chịu thuế của sản phẩm nhập khẩu cộng với thuế suất hải quan mà thuế suất hải quan thì thay đổi tùy theo mặt hàng nhập khẩu (Các mặt hàng được miễn thuế nhập khẩu gồm: một số loại nông sản nhất định và sản phẩm khác phải chịu mức thuế 7%). Thuế doanh thu nhập khẩu được áp dụng nhằm áp đặt mức chịu thuế tương tự cho hàng nhập khẩu như hàng sản xuất trong nước phải chịu 19% thuế giá trị gia tăng (VAT). Các cơ quan hải quan Đức thu cả thuế hải quan và thuế doanh thu từ nhập khẩu.

Tuy nhiên, điều quan trọng là phải lấy được và xuất trình tất cả chứng từ hóa đơn gốc để khấu trừ các khoản thuế giá trị gia tăng cho đối tượng chịu thuế hoặc để nhận khoản bồi hoàn thuế của Bộ Tài Chính Đức nếu hợp lệ.

Rào cản thương mại

Các quy định của Đức và các thủ tục quan liêu có thể là rào cản khó khăn cho các công ty có nhu cầu tham gia thị trường và đòi hỏi sự chú ý của các nhà xuất khẩu. Các tiêu chuẩn an toàn phức tạp, thường không phân biệt đối xử nhưng đôi khi áp dụng nhiệt tình, làm phức tạp việc tiếp cận thị trường đối với nhiều sản phẩm. Các nhà cung cấp nước ngoài được khuyến nghị chuẩn bị kỹ lưỡng và đảm bảo họ biết một cách chính xác các tiêu chuẩn nào áp dụng cho sản phẩm của họ và họ phải đạt được kiểm tra và chứng nhận kịp thời. Để biết thông tin về các rào cản thương mại hiện có, vui lòng xem Báo cáo đánh giá

thương mại quốc gia về những rào cản thương mại quốc tế do USTR xuất bản và vào địa chỉ trang web sau:

http://www.ustr.gov/Document_Library/Reports_Publications/2007/2007_NTE_Report/Section_Index.html?html.

Thông tin về rào cản thương mại về nông nghiệp có thể được tìm thấy tại địa chỉ trang web sau: <http://www.useu.usmission.gov/agri/usda.html>.

Các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý về hàng rào kỹ thuật của Đức rất khẩn khe

Nắm bắt và có các giải pháp thích ứng với rào cản thương mại vẫn là yêu cầu đặt ra nếu doanh nghiệp Việt Nam muốn thâm nhập vào thị trường các nước nói chung và thị trường nước Đức nói riêng. Vậy đâu là những điểm cần lưu ý khi tham gia vào thị trường Đức trong bối cảnh kinh tế hiện nay?

Theo quy định trong Sắc lệnh về bao gói sản phẩm của Đức, bao bì được chia ra làm 3 loại gồm: Bao bì vận chuyển (Transport Packaging), bao gói thứ cấp (Secondary packaging) là loại trung gian và bao gói hàng hóa (Sales packaging) trực tiếp.

Các doanh nghiệp không nhất thiết phải áp dụng cả 3 loại bao bì cho tất cả các loại sản phẩm, một số chỉ có một hoặc hai loại bao bì trong số 3 bao bì này.

Để bảo vệ môi trường, Đức có các quy định rất khẩn khe về việc tái chế bao bì và thu hồi bao bì. Trong trường hợp bao bì đó không thể tái chế hoặc tái sử dụng, người xuất khẩu phải thu hồi bao bì về nơi đóng gói và phải chịu chi phí cho việc thu hồi đó. Vì vậy các doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý sử dụng bao bì có thể tái chế hoặc tái sử dụng cho sản phẩm xuất khẩu của mình. Trong trường hợp bao bì không thể tái sử dụng thì các doanh nghiệp có thể thuê một bên thứ ba thực hiện nghĩa vụ này, để không nhất thiết phải mang về nước xuất xứ.

Đối với quy định về ghi nhãn, với mục đích đảm bảo an toàn cho người sử dụng, nhãn mác trở nên rất quan trọng trong việc lưu thông hàng hóa trên thị trường Đức. Nhãn hàng

hóa ở Đức phải bao gồm các thông tin cơ bản sau: Tên sản phẩm (điều kiện vật chất hoặc cách xử lý cụ thể); Tên/địa chỉ của nhà sản xuất, đóng bao, người bán hoặc người nhập khẩu bằng tiếng Đức; Nước xuất xứ; Thành phần theo thứ tự giảm dần về trọng lượng; Trọng lượng và khối lượng theo hệ đo lường mét; Chất phụ gia theo tên các loại; Điều kiện bảo quản đặc biệt; Thời gian sử dụng và Hướng dẫn cách sử dụng đặc biệt.

Hàng rào kỹ thuật của Đức với dệt may và nông sản

Nếu tính về cơ cấu mặt hàng thì trong số các mặt hàng Việt Nam xuất khẩu sang Đức thì dệt may là một trong những sản phẩm chủ đạo. Đức có các quy định rất nghiêm ngặt đối với sản phẩm dệt may.

Theo đó, hàng may mặc của Việt nam tham gia vào thị trường Đức phải tuân thủ đồng thời hai loại quy chuẩn: EU và Đức. Tuy nhiên, so với luật chung của EU thì luật của thị trường Đức nghiêm ngặt hơn. Các tiêu chuẩn bao gồm tiêu chuẩn về chất lượng, vệ sinh sản phẩm và trách nhiệm xã hội như SA 8000. Khi sử dụng nguyên phụ liệu dệt may doanh nghiệp nên tránh các chất dễ gây cháy như PPF hoặc nguyên liệu có chất tẩy trùng... Sản phẩm không đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, có thể bị tiêu hủy và người nhập khẩu phải chịu phí tiêu hủy.

Ngoài ra, Đức quản lý rất chặt các chất dùng để nhuộm và xử lý sản phẩm dệt may như formaldehydes, azodyes. Vì vậy hoặc phải sử dụng các chất thay thế hoặc kiểm soát dư lượng các chất này sao cho phù hợp với quy định của EU và Đức.

Bên cạnh sản phẩm may mặc thì nông sản cũng là một trong những mặt hàng chủ chốt của Việt Nam trên thị trường Đức. Người Đức ưa thích các loại trái cây tươi rời hơn là đóng gói và có xu hướng dùng thực phẩm sản xuất phương pháp hữu cơ, tránh sử dụng các hóa chất tổng hợp. Không chỉ nắm bắt thói quen sử dụng của người Đức, doanh nghiệp Việt Nam cần thực hiện nghiêm chỉnh những quy định về kiểm dịch động thực vật của Đức.

Cụ thể, sản phẩm từ động vật và thực vật để được nhập vào Đức phải qua các giai đoạn

kiểm tra và kiểm dịch hết sức nghiêm ngặt. Nếu bị phát hiện không an toàn về vệ sinh thực phẩm sẽ bị tiêu hủy ngay tại cửa khẩu. Ngoài những quy định về kiểm dịch động thực vật như trong các quy định chung của EU, Đức cũng đặt ra một số các tiêu chuẩn bổ sung. Ví dụ, về dư lượng mycotoxins, ngoài Quy định số 1525/98 của EC, Đức cũng đặt ra một số tiêu chuẩn riêng. Việc kiểm tra, kiểm dịch động thực vật được tiến hành cho 100% lô hàng về hồ sơ và ngoại quan; và 20-50% lô hàng sẽ được lấy mẫu và kiểm tra dư lượng các chất độc hại.

Chứng từ và yêu cầu đối với hàng nhập khẩu

Biểu thuế quan hợp nhất thị trường chung Châu Âu (TARIC) được đề ra nhằm giới thiệu những quy định áp dụng cho từng sản phẩm cụ thể được nhập khẩu vào khu vực hải quan Châu Âu hoặc trong một số trường hợp khi xuất khẩu hàng đi từ Châu Âu. Vui lòng kiểm tra TARIC để xác định nguồn gốc, mã hài hòa HS, và sự mô tả sản phẩm trên trang web của Tổng cục Thuế và Hải quan. TARIC trực tuyến được cập nhật hàng ngày tại địa chỉ: http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm

Nhiều nước thành viên trong EU duy trì danh mục hàng hóa phải chịu giấy phép nhập khẩu. Ví dụ: danh sách hàng nhập khẩu vào Đức gồm những loại hàng hóa yêu cầu phải có giấy phép đăng ký, mã sản phẩm, những hạn chế có thể áp dụng được, và cơ quan cấp giấy phép có liên quan. Danh sách hàng nhập khẩu còn nêu rõ giấy phép đăng ký có đòi hỏi phải theo luật của Đức hoặc EU hay không.

Hàng hóa nhập khẩu phải được kê khai kèm theo trong tờ khai hải quan, gửi bằng văn bản và 2 hóa đơn đính kèm. Thường thì công ty nhập khẩu Đức sẽ lưu tờ khai hải quan này. Hóa đơn thương mại phải bao gồm thông tin về nước nhập khẩu và xuất xứ hàng hóa. Một tờ hóa đơn phải gồm những nội dung sau:

- Tên đơn vị (công ty) và địa chỉ của bên mua và bên bán
- Địa điểm và thời gian xuất hóa đơn

- Số lượng và loại thùng hàng
- Bảng mô tả chi tiết danh mục hàng hóa
- Khối lượng hay số lượng (tính bằng đơn vị thương mại thông thường)
- Giá trị hóa đơn (loại tiền)
- Phương thức vận chuyển
- Phương thức thanh toán.

Ngoài ra, trong một vài trường hợp đòi hỏi phải có chứng chỉ nguồn gốc. Thuế nhập khẩu và các loại thuế khác thường thay đổi nên các công ty cần được tư vấn rõ để xác định đúng mức thuế ngay sau khi thực hiện bất cứ giao dịch xuất khẩu nào. Để biết thêm thông tin về các mức thuế hải quan hiện tại, vui lòng vào địa chỉ trang web: <http://www.zoll.de/>; <http://www.germany.info/Vertretung/usa/en/Startseite.html>

Tờ khai hải quan được trình bởi:

- Người mang hàng hóa vào biên giới qua cửa khẩu hải quan hoặc bất cứ ai chịu trách nhiệm về việc mang hàng hóa nhập khẩu
- Hoặc người mang tên của người thực hiện những việc trên.

Hàng hóa không phải của EU khai báo cho cơ quan hải quan phải được cơ quan hải quan chấp thuận xác nhận hoặc được phép ủy quyền xác nhận là hàng không phải của EU.

Khi hàng hóa được khai báo hải quan thì thủ tục hồ sơ để được hải quan xác nhận phải được làm:

- Trước 45 ngày kể từ ngày tờ khai hải quan được được đệ trình đối với trường hợp hàng đi bằng tàu biển;
- Trước 20 ngày kể từ ngày tờ khai hải quan được được đệ trình đối với trường hợp hàng đi không phải bằng tàu biển.

Đối với những trường hợp quá đủ đảm bảo thì cơ quan hải quan có thể thực hiện thủ tục

trong thời gian ngắn hơn hoặc cho phép một khoảng thời gian gia hạn.

Để biết thông tin cập nhật về thủ tục hải quan của EU, vui lòng vào các trang web sau:
http://ec.europa.eu/taxation_customs/customs/procedural_aspects/general/community_code/index_en.htm.

Những yêu cầu về việc ghi và dán nhãn sản phẩm

Có một loạt các quy định của EU liên quan đến việc dán nhãn, ghi nhãn và đóng gói sản phẩm, không có luật bao trùm tất cả hàng hóa cũng như cũng không có bất kỳ danh mục thông tin chủ đạo nào về các yêu cầu ghi nhãn, dán nhãn và đóng gói. Tổng quan này có nghĩa là để cung cấp cho người đọc với một giới thiệu chung về vô số các yêu cầu dán nhãn, ghi nhãn và đóng gói hoặc các công cụ tiếp thị được tìm thấy trong EU.

Bước đầu tiên trong việc nghiên cứu kỹ luật nhãn hiệu, ghi nhãn và đóng gói có thể áp dụng cho một sản phẩm vào EU là để phân biệt giữa những gì là bắt buộc và những gì là tự nguyện. Các quyết định liên quan đến các yêu cầu nhãn hiệu, ghi nhãn và/hoặc đóng gói đôi khi có thể tùy vào các quốc gia thành viên riêng lẻ. Hơn nữa, ghi nhãn tự nguyện và/hoặc nhãn hiệu được sử dụng làm công cụ tiếp thị ở một số quốc gia thành viên EU. Báo cáo này tập trung chủ yếu vào nhãn hiệu và ghi nhãn bắt buộc thường thấy nhất trên các sản phẩm tiêu dùng và bao bì, thường liên quan đến các vấn đề an toàn, sức khỏe và/hoặc môi trường công cộng. Nó cũng bao gồm một tổng quan ngắn gọn về một vài yêu cầu đóng gói bắt buộc, cũng như sử dụng phổ biến hơn các nhãn hiệu và/hoặc ghi nhãn tự nguyện trong các thị trường EU.

Nó cũng quan trọng để phân biệt giữa các nhãn hiệu và ghi nhãn. Một nhãn hiệu là một biểu tượng và/hoặc tượng hình xuất hiện trên một sản phẩm hoặc bao bì tương ứng của nó. Một loạt các dấu hiệu nguy hiểm đến chỉ dẫn của các phương pháp tái chế và xử lý thích hợp. Mục đích của các nhãn hiệu này là cung cấp cho cơ quan giám sát thị trường, nhà nhập khẩu, nhà phân phối và người tiêu dùng cuối cùng có được các thông tin liên quan đến an toàn, sức khỏe, hiệu suất năng lượng và / hoặc các vấn đề môi trường liên

quan đến sản phẩm. Mặt khác, nhãn xuất hiện dưới dạng văn bản hoặc một số các câu lệnh, có thể được yêu cầu nhưng không nhất thiết phải được nhận biết ở khắp nơi. Nhãn thường cho biết thông tin cụ thể hơn về sản phẩm, chẳng hạn như số đo hoặc chỉ báo các tài liệu có thể tìm thấy trong sản phẩm (chẳng hạn như trong hàng dệt hoặc pin).

EU không thiết lập những yêu cầu về việc ghi và dán nhãn sản phẩm nói chung mà chỉ áp dụng những yêu cầu này cho các sản phẩm đặc biệt có nguy cơ cao. Trong trường hợp không biết về những yêu cầu này của EU, công ty xuất khẩu phải tham khảo những yêu cầu hoặc quy định quốc gia về những thỏa ước tự nguyện có ảnh hưởng đến việc đóng gói và dán nhãn container,...Luật hải quan của EU chỉ quy định các thủ tục hành chính như loại giấy phép được cấp, quy định về các mẫu tờ khai hải quan gốc và hồ sơ vận chuyển hàng bằng tàu thủy.

Những yêu cầu về ghi và dán nhãn sản phẩm đặc biệt được áp dụng trên khắp Châu Âu cho các mặt hàng như thực phẩm, thuốc, các loại hóa chất, dược phẩm và những mặt hàng khác mà các cơ quan chức năng của EU xem là có nguy cơ cao.

Mục đích rõ ràng của việc áp dụng những yêu cầu này là để giảm đến mức tối thiểu rủi ro cho người tiêu dùng.

Ở những quốc gia Châu Âu, nhãn CE bắt buộc phải có cho bất kỳ dụng cụ thí nghiệm điện nào và thường có ít nhất hai quy định về nhãn CE được áp dụng.

Để biết thêm chi tiết về quy định nhãn CE cho các thiết bị điện, vui lòng vào trang web: http://europa.eu.int/comm/enterprise/electr_equipment/index.htm.

Ngoài những yêu cầu về việc ghi và dán nhãn cho những sản phẩm đặc biệt, còn có nhiều luật tổng quát liên quan đến người tiêu dùng, thông tin có tại website: http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/labelling/lab01_en.pdf

Nhãn sinh thái

Kể từ khi bắt đầu đưa vào áp dụng cách đây 10 năm, nhiều công ty đã nhận ra được lợi

ích của việc áp dụng hệ thống nhãn sản phẩm sinh thái của EU. Hiện có 135 công ty được cấp phép theo hệ thống này và áp dụng cho 21 nhóm sản phẩm được phân loại từ các loại sản phẩm sơn, chất tẩy rửa, tủ lạnh cho đến nhà nghỉ cho khách du lịch. Số loại sản phẩm ngày càng tăng lên và đây chỉ là chương trình tự nguyện áp dụng cho các loại sản phẩm thông thương qua biên giới trong lãnh thổ EU. Chương trình này đặt ra những tiêu chuẩn sinh thái rất rõ ràng cho các loại sản phẩm và dịch vụ để người tiêu dùng có sự am hiểu lựa chọn sản phẩm.

Chương trình nhãn sản phẩm sinh thái của EU quan tâm đến dòng đời sản phẩm (từ lúc sản xuất cho đến khi không còn sử dụng được) như nguyên liệu sản xuất, những vấn đề liên quan đến sức khỏe và chất thải ảnh hưởng đến môi trường.

“Thiên thần xanh” là chương trình tự nguyện dán nhãn sản phẩm bảo vệ môi trường được lập ra vào năm 1978. Đây là chương trình dán nhãn sản phẩm liên quan đến môi trường lâu đời nhất trên thế giới. Nhãn được dán vào các sản phẩm và dịch vụ có lợi cho môi trường. Những tiêu chuẩn đòi hỏi cao về an toàn và sức khỏe nghề nghiệp, sử dụng tiết kiệm nguyên liệu thô, dịch vụ chăm sóc cuộc sống và chất thải là những nhân tố nằm trong chương trình “đảm bảo xác nhận” này.

Theo Bộ Các Vấn Đề Về Môi Trường của Đức, chương trình “Thiên thần xanh” cung cấp cho các công ty cơ hội có đủ tài liệu chứng minh sự đảm bảo an toàn môi trường của họ trong việc cạnh tranh với các công ty khác bằng cách đơn giản và không tốn kém, bằng cách này nâng cao được hình ảnh của họ trên thị trường. Có khoảng 3.700 sản phẩm và dịch vụ được dán nhãn này, gần đây còn tính thêm điện thoại di động và vận chuyển bằng tàu biển. Tổng quan về những yêu cầu ghi-dán nhãn bắt buộc và tình nguyện của EU được biên soạn trong báo cáo nghiên cứu thị trường có tại địa chỉ sau: http://www.buyusainfo.net/docs/x_4171929.pdf.

Một số các ký hiệu phổ biến trên bao bì mỹ phẩm

- *Biểu tượng chiếc hộp mở nắp*: Trên hầu hết các loại mỹ phẩm, đặc biệt là các loại có

dạng nước, dạng kem, đều xuất hiện biểu tượng một chiếc hộp mở nắp với con số trên thân hộp. Ý nghĩa của biểu tượng này là thời hạn sử dụng sau khi mở nắp của sản phẩm (PAO – Period After Opening). Chữ M là viết tắt của từ tiếng Anh “month” - có nghĩa là “tháng”. Tùy theo con số đi trước chữ M mà ký hiệu quy định thời gian sản phẩm hết hạn sau khi bạn mở nắp. Nếu bạn nhìn thấy cụm 6M trên nắp lọ thì sản phẩm có thời hạn sử dụng 6 tháng kể từ ngày bạn mở nó.



- *Biểu tượng chữ e*: Những sản phẩm làm đẹp có chứa biểu tượng chữ “e” điều này có nghĩa là sản phẩm đã trải qua những vòng kiểm tra khắt khe theo tiêu chuẩn châu Âu và được công nhận rằng những thông số về khối lượng tịnh, thành phần hoạt chất ghi trên bao bì sản phẩm là hoàn toàn giống với thực tế.



- *Biểu tượng chú thỏ*

Biểu tượng này mang ý nghĩa chung là không có bất kỳ động vật nào bị làm hại trong tất cả các giai đoạn nghiên cứu và sản xuất sản phẩm, bao gồm cả các phòng thí nghiệm và nhà cung cấp. Các thương hiệu sử dụng ký hiệu này đều phải trải qua một quá trình kiểm định chất lượng và ký kết hợp đồng ràng buộc pháp lý không sử dụng động vật trong quá trình sản xuất.

Nếu bạn nhìn thấy dòng chữ “No animal testing” (không thử nghiệm trên động vật) nhưng không thấy bất kỳ hình ảnh nào về chú thỏ thì cũng nên tìm hiểu lại về quá trình sản xuất sản phẩm đó.

Nếu bạn quan tâm đến vấn đề bảo vệ động vật, hãy tìm kiếm biểu tượng chú thỏ trên bao bì mỹ phẩm. Biểu tượng chú thỏ đang nhảy cho biết công ty sản xuất sản phẩm bạn đang dùng không thực hiện thử nghiệm trên động vật và đã được chứng nhận bởi Coalition for

Consumer Information on Cosmetics (Liên minh Thông tin Mỹ phẩm cho Người dùng) và Cruelty Free International (Tổ chức Chống tàn bạo với động vật Quốc tế).

Nhiều phiên bản biểu tượng của chúng nhận không thử nghiệm trên động vật cũng sử dụng hình ảnh chú thỏ. Tùy vào tổ chức truy nguồn và xác minh thành phần, những biểu tượng này sẽ có những biến thể khác nhau.



LEAPING BUNNY
www.gocrueltyfree.org/shopper



PETA
www.peta.org/



CCF
www.choosecrueltyfree.org.au/

- *Biểu tượng ngọn lửa:* Bạn sẽ dễ dàng quan sát thấy biểu tượng này ở hầu hết ở các sản phẩm chăm sóc tóc (xịt tóc, dầu gội khô) hay sơn móng tay. Điều đó có nghĩa rằng những sản phẩm này rất dễ cháy, bạn nên tránh để chúng gần lửa hoặc nơi có độ nóng cao.



- *Biểu tượng bàn tay và cuốn sách:* Nếu thấy biểu tượng này được in bên ngoài bao bì sản phẩm có nghĩa là bạn cần đọc thêm thông tin chi tiết về thành phần và cách sử dụng ở tờ giấy hướng dẫn sử dụng bên trong để tránh những hậu quả đáng tiếc do chưa nắm rõ thông tin về sản phẩm.



- *Biểu tượng hình tam giác mũi tên (Mobius Loop):* Biểu tượng này có nghĩa bao bì của sản phẩm bạn đang được sản xuất từ nguồn nguyên liệu tái chế. Khi đi cùng với một con

số chỉ phần trăm nguồn nguyên liệu tái chế được sử dụng.



- *Biểu tượng mũi tên xanh (Green dot)*

Cùng với biểu tượng ba mũi tên tạo thành hình tam giác quen thuộc thì hình ảnh mũi tên xanh cuộn tròn cũng thể hiện rằng vỏ bao bì của loại mỹ phẩm đó có khả năng tái chế. Vì vậy, nếu là một người yêu môi hãy ưu tiên đến các sản phẩm mỹ phẩm chứa 2 biểu tượng này nhé.

Được sử dụng ở châu Âu, biểu tượng này thể hiện rằng công ty sản xuất sản phẩm này cam kết kiểm soát chất thải từ bao bì mỹ phẩm của họ một cách có trách nhiệm với nền sinh thái. Điều đó có nghĩa họ phải trả tiền cho một tổ chức để thu gom và tái chế bao bì của mình.



- *Biểu tượng Mobius Vòng Tỷ - Mobius Loop Percentage:* Biểu tượng này biểu thị tỷ lệ phần trăm của các vật liệu tái chế sử dụng trong sản phẩm cụ thể.



- *Biểu tượng UVA:* cho biết sản phẩm có khả năng chống nắng. Biểu tượng này thường xuất hiện cùng với một con số nhất định chỉ định mức độ chống nắng của sản phẩm.



- *Biểu tượng đồng hồ cát:* Biểu tượng đồng hồ cát thường được in dưới đáy hoặc thân chai mỹ phẩm, cho biết hạn sử dụng sản phẩm không kéo dài quá 30 tháng. Các nhà sản xuất ở châu Âu thường bắt buộc in cả hai biểu tượng chiếc hộp mở nắp và đồng hồ cát

trên bao bì mỹ phẩm.



- *Biểu tượng cảnh báo dị ứng*: Được dùng để cảnh báo người dùng rằng trong sản phẩm có nguyên liệu có khả năng gây dị ứng.



Một số các biểu tượng chứng nhận sản phẩm hữu cơ

- *Biểu tượng “Eco Cert”*: Biểu tượng “Eco Cert” có lẽ sẽ không xa lạ gì đối với các tín đồ về mỹ phẩm. Để có thể sở hữu logo này, sản phẩm phải đảm bảo rằng nó có chứa các thành phần hữu cơ lên đến 70% (tính theo trọng lượng) hoặc nhiều hơn tổng số của công thức chế ra sản phẩm.



- *Nhãn chứng nhận hữu cơ châu Âu*: Sản phẩm chứng nhận hữu cơ EU phải đạt những điều kiện sau:

- + Quá trình sản xuất tôn trọng tự nhiên
- + Sản phẩm được sản xuất bền vững
- + Người sản xuất sản phẩm hữu cơ được kiểm tra bởi các tổ chức kiểm soát mỗi năm một lần nhằm đảm bảo chấp hành các quy định về hữu cơ, quy định bảo vệ sức khỏe và bảo vệ người tiêu dùng.
- + Động vật được chăn thả tự do và được đối xử theo các điều kiện chăm sóc động vật
- + Không có sản phẩm biến đổi gen trong nông nghiệp hữu cơ

- + Giới hạn khắt khe về việc sử dụng hóa chất trừ sâu, phân bón và chất kháng sinh đối với thực phẩm
- + Giới hạn khắt khe về việc sử dụng chất phụ gia thực phẩm, các chất hỗ trợ chế biến và các chất khác trong nông nghiệp hữu cơ.
- + Hầu hết các chất được sử dụng trong sản xuất tại nông trại đều bắt nguồn tại chỗ và sử dụng nguồn lực và kiến thức bản địa.
- + Các sản phẩm hữu cơ được mua tại các kênh phân phối sản phẩm hữu cơ được đảm bảo tuân theo các quy định khắt khe về bảo vệ môi trường và chăm sóc động vật.

Quy trình chứng nhận hữu cơ Châu Âu tiêu chuẩn của EU đòi hỏi các doanh nghiệp phải đáp ứng các yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn hữu cơ được quy định trong Quy định số 834/2007 của EU về sản xuất và dán nhãn hữu cơ. Để đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng, quy định của EU về nông nghiệp hữu cơ không chỉ quy định về sản xuất và chế biến mà còn bao gồm việc kiểm soát và dán nhãn hữu cơ.



Sau đây là 13 tổ chức chứng nhận hữu cơ Châu Âu chuẩn EU cho Việt Nam:
http://ec.europa.eu/agriculture/ofis_public/pdf/CBListAnnexIV.pdf .

- *Nhãn mác EcoVeg*: Là tổ chức chứng nhận các thực phẩm hữu cơ có nguồn gốc từ thực vật của Đức.



- *Nhãn mác Bayerisches Bio-Siegel*: Là tổ chức chứng nhận hữu cơ của Đức.



- *Nhãn mác BCS Öko-Garantie*: Tổ chức chứng nhận tư nhân l'ÉCO-GARANTIE BCS của Đức, thành lập vào năm 1992, chuyên về quản lý và thanh tra quy trình áp dụng các tiêu chuẩn hữu cơ của Liên Minh Châu Âu.



- *Nhãn mác Bioland Ökologischer Landbau*: Là hiệp hội lớn nhất của Đức chuyên về canh tác hữu cơ được thành lập vào năm 1971.



- *Nhãn mác Naturland*: Là một trong những hiệp hội lớn nhất của Đức, với vai trò thúc đẩy quảng bá ngành canh tác sinh học thân thiện môi trường tôn trọng hệ sinh thái trên thế giới với hơn 46 000 nhà nông.



- *Nhãn mác Bio-Siegel*: Kể từ năm 2001, mọi thực phẩm có nguồn gốc canh tác hữu cơ của Đức có quyền in label BIO-SIEGEL lên bao bì.



- *Nhãn mác demeter*: Từ năm 1927, Demeter là tổ chức chứng nhận cho những sản phẩm

biodynamic của Đức.



Các biểu tượng cho xử lý và tái chế

- *Tidy Man - Người ngăn nắp*: Đây là dấu hiệu phổ biến và nổi tiếng nhất mà ai cũng thấy trên gần như mọi sản phẩm từ khi còn nhỏ. Nó có công dụng nhắc nhở mọi người hãy bỏ rác đúng nơi quy định.



- *Bây giờ tái chế - Recycle Now*: Biểu tượng này được sử dụng để thúc đẩy mọi người và làm cho họ hành động. Trung tâm trong biểu tượng là một dấu hiệu của tính chất cảm giác tốt về tái chế.



- *Nhãn sinh thái – Ecolabel*: Liên minh châu Âu quản lý các chương trình đó được biểu trưng bằng "Ecolabel". Biểu tượng này được sử dụng bởi các nhà sản xuất các sản phẩm sinh thái/môi trường thân thiện. Nó cũng được sử dụng bởi các công ty cung cấp các dịch vụ và sản phẩm mà không làm tổn hại đến môi trường. Ví dụ, nếu các sản phẩm tạo ra ít chất thải, tái chế, làm giàu carbon foot-print,... nó có thể áp dụng và sử dụng biểu tượng này trên bao bì của nó.



- *Biểu tượng WEEE*: Ký hiệu này có tên là WEEE (Waste Electric & Electronic Equipment) - cho biết thiết bị công nghệ của chúng ta sẽ không thể vứt vào thùng rác như

những đồ vật bình thường. Tất cả chúng đều có thể được tái chế tại những trung tâm tái chế đồ điện tử.



- *Nhôm tái chế - Recyclable Aluminum*: Biểu tượng này có nghĩa là nhôm được sử dụng trong các sản phẩm có thể được tái chế.



- *Tái chế thép - Recyclable steel*: Biểu tượng này được tìm thấy trên bao bì của sản phẩm kim loại nhất định. Thép được sử dụng trong các sản phẩm phù hợp để tái chế.



- *Thủy tinh tái chế/Bỏ đi*: Ký hiệu này được in trên các sản phẩm làm từ thủy tinh và có ý khuyên người dùng vứt các sản phẩm thủy tinh đúngn chỗ để không gây nguy hại cho người khác.



Các biểu tượng của các sản phẩm nhựa

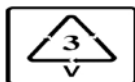
- *PETE/PET*: Là một trong số những loại nhựa được sử dụng phổ biến cho các sản phẩm gia dụng như chai nước khoáng, nước ngọt, bia và bao bì đóng gói. Đây là kí hiệu chỉ loại nhựa chỉ sử dụng duy nhất một lần, nên nếu dùng đi dùng lại có thể gia tăng nguy cơ làm hòa tan các kim loại nặng và hóa chất cấu tạo nên chúng. Các chất này làm ảnh hưởng đến sự cân bằng hóc-môn trong cơ thể. Nhựa PET rất khó để làm sạch, mức độ tái chế của chúng cũng rất thấp (chỉ khoảng 20%) vì vậy tốt nhất là dùng xong hãy vứt chúng đi ngay.



- **HDPE:** Là loại nhựa dùng để chế tạo các bình nhựa cứng như bình đựng sữa, bình đựng chất tẩy rửa, dầu ăn, đồ chơi và một số túi nhựa. Loại nhựa này không thải ra chất độc hại nào vì thế, các chuyên gia thường khuyên lựa chọn các loại chai HDP khi mua hàng bởi chúng được coi là an toàn nhất trong tất cả. Nhựa này là tương đối an toàn và có thể được tái chế ở bất kỳ đâu.



- **PVC:** Là loại nhựa mềm và dẻo được sử dụng để sản xuất bao bì thực phẩm trong suốt, chai đựng dầu ăn, đồ chơi và rất nhiều sản phẩm khác. PVC khá phổ biến nhưng chúng có chứa 2 loại hóa chất độc hại làm ảnh hưởng đến hóc-môn cơ thể. Chất này có thể giải phóng chất độc khi ở nhiệt độ cao, nên chỉ được phép đựng thực phẩm hoặc đồ uống dưới 81oC. Không phải nhà máy tái chế nào cũng nhận.



- **LDPE:** Là chất nhựa nhiệt dẻo mật độ thấp khá phổ biến trong các hộp mì, hộp đồ đông lạnh, túi đựng hàng và vỏ bánh. Sản phẩm chứa chất này sẽ không thể làm nóng trong lò vi sóng, tránh nhiệt độ cao vì sẽ giải phóng hóa chất. Và cũng khá kén nhà máy tái chế.



- **PP:** Là loại nhựa màu trắng hoặc gần như trong suốt, dùng để chế tạo bao bì, hộp nhựa, chai, nắp, ống hút, cốc đựng sữa chua, si-rô, hoặc cốc cà phê. Chất này bền và nhẹ, chịu được ở nhiệt độ 167 độ C nên có thể tái sử dụng, quay trong lò vi sóng. PP cũng chống được ẩm và chất nhờn rất tốt. Khả năng được tái chế khá cao, và hầu hết các nhà máy tái chế nào cũng nhận.



- *PS*: Là loại nhựa rẻ và nhẹ có thể tìm thấy trên vỏ một số hộp đựng đồ ăn nhanh, cốc/ly uống nước, hộp đựng trứng và dao đĩa thìa picnic. Dù chúng có khả năng chịu nhiệt và lạnh đáng kể, nhưng ở nhiệt độ cao như lò vi sóng chúng có thể giải phóng chất độc hại. Ngoài ra, cũng không được dùng đựng đồ có chất acid mạnh, chất kiềm mạnh. Chính vì thế, loại nhựa này không được phép dùng để đựng đồ ăn thức uống lâu dài. Đây là loại nhựa tương đối khó để tái chế.



- *PC hoặc không có ký hiệu*: Ký hiệu này dành cho tất cả các loại nhựa không rơi vào 6 trường hợp trên và vì không xác định được chất liệu của sản phẩm nên nó rất khó tái chế. Loại nhựa này có thể dùng để đựng thùng hoặc can nước dung tích 3 - 5 lít và một số sản phẩm đựng thức ăn. Là loại nhựa nguy hiểm nhất, dễ dàng sinh ra chất gây ung thư, vô sinh BPA.



- Ngoài ra, nếu quý vị quan sát thấy những kí hiệu khác như kí tự chiếc ly và nĩa, kí tự này mang ý nghĩa là sản phẩm an toàn để đựng hoặc tiếp xúc với thực phẩm.



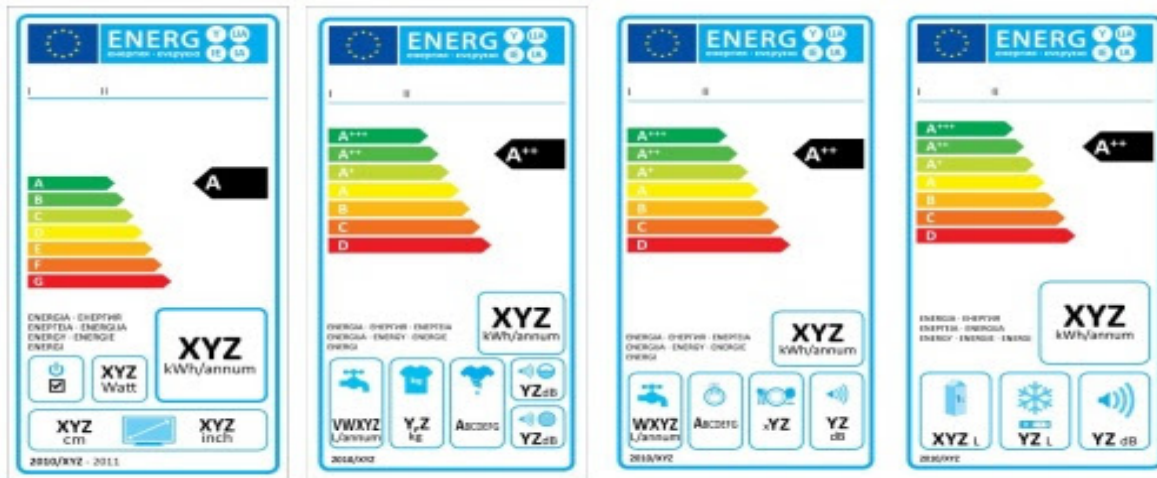
Các ký hiệu/biểu tượng trên thiết bị điện tử

- *Ký hiệu RoHS hoặc RoHS Compliant*: Đây là tiêu chuẩn của châu Âu, những thiết bị có nhãn này đã được chứng nhận là không sử dụng các chất liệu nguy hiểm đối với môi trường và sức khỏe con người, như cadimi, thủy ngân, chì,... Mọi thiết bị này bán ở châu

Âu đều phải đạt tiêu chuẩn này, nhưng không phải bao giờ ký hiệu này cũng được ghi rõ trên sản phẩm.



- *Nhãn Energy Star*: Đây là một tiêu chuẩn chứng nhận đã có từ năm 1992, được sử dụng ở các quốc gia phát triển như EU, Bắc Mỹ, Nhật Bản, Đài Loan, Úc và New Zealand. Những sản phẩm có chứng nhận này thường tiêu thụ năng lượng ít hơn 20-30% so với tiêu chuẩn.



Châu Âu thay đổi quy định về dán nhãn năng lượng

Ngày 26/6/2017, Hội đồng châu Âu đã thông qua quy định thiết lập khuôn khổ cho việc dán nhãn năng lượng nhằm cải thiện hiệu suất sử dụng năng lượng.

Với quy định mới về dán nhãn năng lượng, châu Âu muốn hướng tới mục tiêu tiết kiệm năng lượng của châu lục này.

Quy định trên đề ra thời hạn chót để thay thế mức xếp hạng hiệu suất năng lượng từ ký hiệu A+, A++, A+++ hiện nay thành các ký tự từ A đến G, đồng thời định ra quy tắc điều chỉnh mức đánh giá nhãn năng lượng dựa trên cơ sở phát triển về công nghệ.

Một hệ thống cơ sở dữ liệu về sản phẩm sẽ được vận hành từ tháng 1/2019, cho phép lực lượng giám sát thị trường các nước thành viên Liên minh châu Âu (EU) triển khai các yêu cầu về nhãn mác, đảm bảo việc tính toán hiệu quả năng lượng phù hợp với nhãn mác ghi trên sản phẩm như thông báo của nhà sản xuất.

Điều này cũng cho phép khách hàng hiểu rõ hơn về hiệu suất năng lượng và mức tiêu thụ năng lượng của các thiết bị gia dụng như máy rửa bát, vô tuyến và tủ lạnh, giúp người tiêu dùng giảm chi phí năng lượng.

Trên hết, việc thay đổi trên góp phần điều tiết nhu cầu năng lượng, hướng tới mục tiêu tiết kiệm tối thiểu 27% năng lượng mà Hội đồng châu Âu đã đặt ra vào năm 2030.

- *Ký hiệu các tiêu chuẩn chống cháy nổ:* Theo chỉ dẫn của ATEX (2014/34/EC) đã được thông qua vào tháng 2/2014 và áp dụng kể từ ngày 20/4/2016.



- *Ký hiệu TÜV Rheinland:* Đây là chứng nhận chỉ được sử dụng tại thị trường Đức, do tập đoàn tiêu chuẩn chất lượng TÜV Rheinland của Đức cấp. Tuy chỉ là tiêu chuẩn Đức, nhưng rất được các nhà sản xuất trân trọng vì đây là tiêu chuẩn chặt chẽ và đáng tin cậy cho người dùng. Đây là chứng nhận sản phẩm có đủ điều kiện để bán ra tại thị trường Đức, vì xác nhận đáp ứng đủ những quy định khắt khe ở Đức.



- *Ký hiệu CE:* ký hiệu bắt buộc phải có trên những sản phẩm muốn được bán tại Liên minh Châu Âu. Cụ thể hơn, khi một thiết bị có ký hiệu CE trên máy, nó đã đáp ứng đủ tất

cả các yêu cầu quy định để có thể bắt đầu bán tại các nước thành viên EU. Ngoài ra, với chứng chỉ CE, những đồ điện tử sẽ dễ dàng được vận chuyển, trao đổi và buôn bán qua lại giữa các nước trong EU.

Đây có lẽ là dấu hiệu được sử dụng rộng rãi nhất và được công nhận theo yêu cầu của EU. Tìm thấy trong tất cả các luật “Phương pháp tiếp cận mới” với một vài ngoại lệ, ghi dấu CE chứng minh rằng một sản phẩm đáp ứng tất cả các yêu cầu thiết yếu (thường liên quan đến an toàn, sức khỏe, hiệu suất năng lượng và / hoặc các vấn đề môi trường).

Đối với mỗi chỉ thị trong “Phương pháp tiếp cận mới”, có một danh sách các tham chiếu riêng biệt cho các tiêu chuẩn hài hòa của Châu Âu, việc sử dụng trong đó cung cấp cho nhà sản xuất với sự giả định tuân thủ các yêu cầu thiết yếu. Mặc dù các tiêu chuẩn không thuộc EU khác có thể được sử dụng để chứng minh sự tuân thủ của sản phẩm với các chỉ thị áp dụng, nhà sản xuất sẽ phải cung cấp thông tin chi tiết về quy trình tuân thủ. Một loạt các biểu tượng/chữ tượng hình cảnh báo an toàn được tiêu chuẩn hóa cũng có thể áp dụng cho từng loại sản phẩm.

Trong năm 2008, EU đã thông qua một gói các biện pháp được gọi là Khung pháp lý mới, cung cấp “hộp công cụ” quy định cho luật an toàn sản phẩm mới và được sửa đổi của EU. Khung được thiết kế để cải thiện giám sát thị trường, xác định rõ hơn trách nhiệm của nhà sản xuất, nhà nhập khẩu và nhà phân phối và làm rõ ý nghĩa của việc đánh dấu CE trên một loạt các nhóm sản phẩm. Tháng 2 năm 2014, để điều chỉnh luật hài hòa sản phẩm với các quy định của NLF (đáng chú ý nhất là Quyết định 768/2008), Liên minh châu Âu đã thông qua một “Gói căn chỉnh” bao gồm tám chỉ thị đánh dấu CE đã được sửa đổi. Các chỉ thị mới được căn chỉnh này đã được áp dụng trong năm 2016.

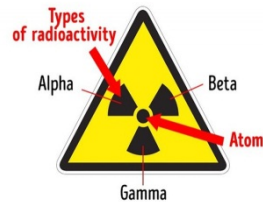
Để biết thêm thông tin chi tiết về các tiêu chuẩn hài hòa của EU, Khung pháp lý mới của EU, luật ghi và dán nhãn CE, vui lòng liên lạc:

Chuyên gia về các tiêu chuẩn: marianne.drain@trade.gov

Trợ lý thương mại: Louis.Fredricks@trade.go



- *Biểu tượng cảnh báo bức xạ*: Biểu tượng cảnh báo bức xạ được thiết kế vào những năm 1946 sử dụng hình ảnh mang đầy tính hóa học với lõi là hạt nguyên tử, xung quanh là 3 nguyên tố bức xạ hạt nhân Alpha, Beta, Gamma.



- *Ký hiệu thể hiện chất liệu của giày dép*:

Leather: Với ý nghĩa đôi giày bạn đang sở hữu được làm từ da (thường là da bò). Ký hiệu này thường được sử dụng đi chung với phần upper của giày:



Coated leather: Có thể hiểu đây là lớp da được tráng (phủ) một lớp chất hóa học để giúp da bền chắc hơn, nhưng chính lớp hóa chất này làm cho bề ngoài trở nên kém tự nhiên:



Textile: Dùng để chỉ chung chất liệu vải/sợi có nguồn gốc khác nhau, từ tự nhiên cho đến các hợp chất nhân tạo:

Natural and
Synthetic Textiles

Other material: Ký hiệu để chỉ chung các loại nguyên liệu khác cho phần đế, các chất liệu làm đế giày như cao su, PVC,...:

Other Material
(ex. Polymeric Materials,
Wood, Cork)

Upper: mặt bên ngoài của sản phẩm, nơi thường được các nhà sản xuất chăm chút kỹ lưỡng từ thiết kế đến chất lượng để gây ấn tượng tốt với khách hàng:



Upper Material

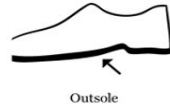
Lining and sock: Phần lót trong của giày, nơi tiếp xúc trực tiếp với bàn chân. Ở những đôi giày da cao cấp, toàn bộ phần lót trong của giày đều được lót bằng da. Còn với các mẫu giày kém chất lượng, phần lót chỉ sử dụng một phần da nhỏ, sau đó là sử dụng lót vải. Việc lót vải sẽ khiến đôi giày thoát ẩm kém và gây nên những mùi hôi khó chịu sử dụng giày thường xuyên:



Lining & Sock

Out sole: Phần đế của giày, thường được làm bằng chất liệu cao su. Đối với những đôi giày nam chất lượng thì phần đế được làm một cách chắc chắn với chất liệu cao su cao

cáp cùng thiết kế có những đường vân chống trơn trượt, giúp phái mạnh dễ dàng di chuyển hơn.:



Chỉ thị 94/11/EC của Nghị viện và Hội đồng EC, về việc hài hòa hóa các luật, quy định và thủ tục hành chính của các nước thành viên liên quan đến các yêu cầu về ghi nhãn nguyên liệu sử dụng trong các phần chính của giày dép. Chỉ thị quy định nhãn mác phải đảm bảo tính xác thực của thông tin về nguyên liệu da dùng để làm giày dép. Đặc biệt, quy định bắt buộc truyền tải thông tin qua các hình vẽ biểu tượng đơn giản và dễ nhận biết (gồm các phần mũ giày, lót và nệm đế trong và đế ngoài của giày).

Quy định hải quan và thông tin liên lạc: Trang web của cơ quan hải quan Đức: <http://www.zoll.de/>

Các tiêu chuẩn

Những sản phẩm không được quy định bởi pháp chế kỹ thuật cụ thể của EU sẽ phải chịu tuân theo Chỉ thị hướng dẫn về an toàn sản phẩm chung của EU và những yêu cầu quốc gia bổ sung có thể có. Những tiêu chuẩn của EU được đặt ra theo Phương pháp mới (the New Approach) làm cho hài hòa để áp dụng cho 27 nước thành viên trong EU và các quốc gia thuộc khu vực kinh tế chung Châu Âu nhằm tạo ra dòng lưu chuyển hàng hóa tự do tại các quốc gia và khu vực này. Một đặc điểm nổi bật của Phương pháp mới này là việc dán nhãn CE lên sản phẩm.

Hầu hết các nhà sản xuất đều tin rằng nỗ lực của EU nhằm làm hài hòa những yêu cầu về mức an toàn cho các loại sản phẩm khác nhau và những tiêu chuẩn có liên quan đến sản phẩm công nghiệp nói chung là nhằm để giúp mở rộng thị trường của các nước thành viên trong EU. Về lý thuyết, trong suốt giai đoạn chuyển giao, những yêu cầu về mức an

toàn cho các loại sản phẩm phải được đáp ứng (sau giai đoạn chuyển giao, nhãn sản phẩm “CE” của EU thay thế cho các loại giấy chứng nhận sản phẩm khác với điều kiện các sản phẩm đang được đề cập đều được sản xuất theo Chỉ thị hướng dẫn của EU). Những nỗ lực của EU cũng nhằm làm hài hòa các tiêu chuẩn về sản phẩm thông qua những Chỉ thị hướng dẫn về tạo điều kiện dễ dàng cho việc cấp giấy chứng nhận sản phẩm thuộc chương trình “Phương pháp mới” (và những tiêu chuẩn sản phẩm do EU triển khai thực hiện riêng lẻ) không đầy đủ cho các ngành.

Đây là điều quan trọng mang tính hai mặt bởi vì ở một mức độ nào đó khi các tiêu chuẩn sản phẩm được triển khai áp dụng trên khắp Châu Âu thì có một khả năng có thể xảy ra là tiêu chuẩn sản phẩm hiện tại của Đức sẽ tạo thành nền tảng cho toàn bộ tiêu chuẩn sản phẩm của Châu Âu. Và trong nhiều trường hợp, Đức cũng sẽ là quốc gia đầu tiên trong các nước thành viên EU tiến hành thực hiện các tiêu chuẩn sản phẩm này. Việc thực hiện tiêu chuẩn tương thích điện từ (EMC), mặc dù đã được áp dụng trong giai đoạn 5 năm qua, đã làm bất ngờ nhiều công ty bị ảnh hưởng bởi việc áp dụng này, không chỉ các công ty nước ngoài mà còn các công ty Đức.

Người tiêu dùng Đức đòi hỏi có thêm nhãn giới thiệu về hiệu suất/công năng hoặc giới thiệu về chất lượng sản phẩm dán lên sản phẩm mặc dù về mặt pháp lý những nhãn mác này không cần thiết phải có. Tuy nhiên, chúng lại giúp nâng cao cơ hội cho sản phẩm được biết đến trên thị trường. Trong nhiều trường hợp, những yêu cầu của EU và những tiêu chuẩn của Đức về nhãn giới thiệu hiệu suất hoặc chất lượng sản phẩm đòi hỏi nhiều sự cải tiến đối với sản phẩm nhập khẩu. Thậm chí trong trường hợp nếu sản phẩm không bị yêu cầu có sự cải tiến sản phẩm thì vẫn cần phải được kiểm tra và cấp giấy chứng nhận sản phẩm trước khi được tung ra thị trường.

Có 2 loại nhãn sản phẩm không bắt buộc phải có nhưng đóng vai trò rất quan trọng cho sự thành công của việc tiếp thị sản phẩm tại thị trường Đức là nhãn "geprüfte Sicherheit" (GS) dành cho sản phẩm cơ khí, và nhãn "Verband Deutscher Elektrotechniker" (VDE) dành cho sản phẩm hàng điện.

Như đã đề cập ở trên, nhãn “GS” và nhãn “VDE” đều không bắt buộc phải có cho hầu hết các sản phẩm bán trên thị trường Đức ngoại trừ những sản phẩm được dùng ở những nơi nhất định nào đó đòi hỏi phải có những nhãn này nhằm đáp ứng yêu cầu về bảo hiểm. Tuy nhiên, nhiều người tiêu dùng Đức vẫn muốn tìm những nhãn này như dấu hiệu thêm vào chất lượng sản phẩm.

Đánh giá công nhận

Đánh giá công nhận là bước bắt buộc mà các nhà sản xuất phải thực hiện trong quy trình thủ tục đúng theo luật pháp của EU. Mục đích của việc đánh công nhận này là để đảm bảo tính nhất quán tuân thủ tất cả các bước của quy trình sản xuất nhằm tạo điều kiện dễ dàng cho việc chấp nhận chất lượng thành phẩm. Luật pháp sản phẩm của Châu Âu đưa ra cho các nhà sản xuất những lựa chọn có liên quan đến việc đánh giá xác nhận chất lượng sản phẩm tùy thuộc vào mức độ rủi ro khi sử dụng sản phẩm của họ. Những lựa chọn này được xếp loại từ việc tự cấp giấy chứng nhận sản phẩm, hệ thống kiểm tra loại sản phẩm và chất lượng sản xuất cho đến hệ thống đảm bảo hoàn toàn chất lượng sản phẩm. Danh sách các cơ quan chịu trách nhiệm về công tác đánh giá xác nhận này ở mỗi nước thành viên Châu Âu có thể được tìm thấy tại địa chỉ trang web sau: <http://ec.europa.eu/enterprise/newapproach/nando/>

Các cơ quan chịu trách nhiệm công tác đánh giá sự phù hợp này sẽ đánh giá khả năng các cơ quan chức năng của Đức thực hiện việc kiểm tra và cấp giấy xác nhận theo luật pháp của nước thứ 3. Các cơ quan chức năng này phải được chính thức công nhận và phạm vi chức năng của họ được chỉ định bởi Bộ liên bang.

Hiệp ước thỏa thuận của EC với các nước thứ 3. Những Hiệp ước thỏa thuận công nhận về việc đánh giá xác nhận (The Mutual Recognition Agreements on Conformity Assessment- MRAs) tạo ra nền tảng cho sự chính thức công nhận và sự chỉ định các cơ quan chịu trách nhiệm công tác đánh giá xác nhận chất lượng sản phẩm và sản xuất. Những thỏa thuận này quy định rằng chính quyền của quốc gia nhập khẩu phải thừa nhận

sự đánh giá về trang thiết bị hoặc chất lượng hệ thống quản lý được thực hiện bởi cơ quan đánh giá xác nhận đặt tại nước xuất khẩu. Điều này có nghĩa các nhà sản xuất Châu Âu có thể nhận được sự xác nhận việc họ tuân thủ đúng theo quy định pháp luật của nước thứ 3 từ các cơ quan chịu trách nhiệm xác nhận đánh giá này của EU. Những hiệp ước thỏa thuận này còn hàm ý sự đồng thuận thừa nhận về các cơ quan và hệ thống chịu trách nhiệm thực hiện công tác đánh giá xác nhận này. Tuy nhiên, những hiệp ước này lại không hàm ý sự đồng thuận thừa nhận về quy định pháp luật nên vì vậy cần áp dụng những quy định có trong hợp đồng của nước nhập khẩu.

Nội dung và thông tin thêm về những hiệp ước này có thể được tìm thấy tại địa chỉ trang web: <http://europa.eu.int/comm/trade>. Tất cả cơ quan chịu trách nhiệm thực hiện công tác đánh giá xác nhận buộc phải tham dự những khóa huấn luyện thực hành xây dựng niềm tin và trao đổi thông tin quốc gia MRA.

Tổng quan về các cơ quan hiện được thừa nhận để thực hiện công tác đánh giá xác nhận có thể được tìm thấy tại địa chỉ: http://europa.eu/index_en.htm.

Cấp giấy chứng nhận sản phẩm

Những tổ chức chịu trách nhiệm kiểm tra và cấp giấy chứng nhận sản phẩm như Underwriters Laboratories hoặc "Technischer Überwachungsverein e.V. - TÜV" (Hiệp hội giám định kỹ thuật). TÜVs là những công ty tư nhân được thành lập bởi các bang khác nhau của Đức nhằm kiểm tra giám sát sản phẩm phù hợp với những tiêu chuẩn an toàn sản phẩm của Đức. TÜVs còn được chính phủ Đức cho phép kiểm tra sản phẩm có phù hợp với luật định của EU hay không.

Đối với nhãn VDE (Hiệp hội Công nghệ điện, điện tử, và công nghệ thông tin), chỉ dùng cho các sản phẩm điện, các công ty có thể lấy thông tin trực tiếp về VDE tại trang web: www.vde.com. Thủ tục để lấy giấy xác nhận sản phẩm có nhãn "VDE" tương tự thủ tục lấy nhãn "GS". Các công ty quan tâm đến các loại nhãn sản phẩm này, vui lòng liên hệ cơ quan chịu trách nhiệm thực hiện đánh giá xác nhận tại địa chỉ trang web:

<http://ts.nist.gov/Standards/Global/europe.cfm>).

- **Tự cấp giấy chứng nhận**

Đối với một số sản phẩm nhất định nào đó, việc tự cấp giấy chứng nhận bởi công ty sản xuất (thông qua bảng công bố sản phẩm thích hợp của nhà sản xuất) là đủ. Thông tin thêm về việc tự cấp giấy chứng nhận vui lòng xem tại website: <http://www.buyusa.gov/europeanunion>

- **Thỏa thuận về cấp giấy chứng nhận**

CB – IEC: hệ thống kiểm tra thích ứng tiêu chuẩn an toàn thiết bị điện

CCA – CENELEC: thỏa thuận cấp giấy chứng nhận

CECC – CENELEC: Ủy ban thiết bị điện tử - Hệ thống thiết bị điện tử đã qua kiểm tra chất lượng

ENEC - Thỏa thuận ENEC

HAR – CENELEC: thỏa thuận về sử dụng việc đánh dấu dây cáp và dây thừng nhỏ kết hợp với các tiêu chuẩn được cân đối.

IECQ – IEC: hệ thống kiểm tra chất lượng linh kiện điện tử và nguyên liệu liên kết.

- **Kiểm định**

Hội đồng kiểm định của Đức (DAR) là nhóm hoạt động được thành lập vào năm 1991 bởi các bộ của Chính quyền liên bang Đức, các bộ của Liên bang Đức và đại diện ngành công nghiệp Đức.

DAR điều phối các hoạt động trong lĩnh vực kiểm định và công nhận của các phòng thí nghiệm, cấp giấy chứng và các cơ quan kiểm tra giám sát. DAR còn đại diện cho những quan tâm của người Đức về vấn đề quốc gia, các tổ chức Châu Âu và quốc tế liên quan đến những vấn đề chung về sự công nhận và kiểm định chính thức gồm những mảng bắt buộc và tự nguyện (KOGB). Bản thân DAR không thực hiện bất kỳ sự công nhận hay

kiểm định nào.

Tất cả các cơ quan chịu trách nhiệm thực hiện công tác kiểm định chất lượng sản phẩm đều đang hoạt động trên cơ sở các tiêu chuẩn EN 45000/EN ISO/IEC 17000 và các giải pháp DAR. Với sự cho phép của DAR, các cơ quan chức năng này có thể sử dụng giấy chứng nhận DAR để cấp xác nhận.

- **Dán nhãn và ghi nhãn sản phẩm**

- **Nhãn sản phẩm sinh thái (Eco-label) của EU**

Luật pháp của EU năm 1992, được sửa đổi bổ sung vào năm 2000, nêu rõ các loại sản phẩm và dịch vụ thân thiện môi trường thông qua chương trình dán nhãn tự nguyện được gọi là nhãn sản phẩm sinh thái. Chương trình này hiện đang áp dụng cho 7 nhóm sản phẩm: sản phẩm tẩy rửa, thiết bị dụng cụ, sản phẩm giấy, quần áo, chất bôi trơn, sản phẩm trong nhà và trong vườn, và các dịch vụ ngành du lịch. Biểu tượng bông hoa màu xanh là dấu chỉ mang tính tự nguyện của chương trình. Nhãn sản phẩm sinh thái được trao tặng cho các nhà sản xuất chứng tỏ cho thấy sản phẩm của họ ít gây hại cho môi trường hơn các sản phẩm cùng loại. Nhãn sinh thái này còn có mục đích khuyến khích người tiêu dùng mua các sản phẩm “xanh”, tức các sản phẩm thân thiện với môi trường. Tuy nhiên, chương trình nhãn sinh thái này không tạo ra các tiêu chuẩn về sinh thái buộc các nhà sản xuất phải đáp ứng để tung sản phẩm ra thị trường. Những sản phẩm không có nhãn sinh thái của EU vẫn có thể vào được thị trường EU miễn là đáp ứng được những tiêu chuẩn và quy định hiện có về môi trường, sức khỏe và an toàn sản phẩm.

Chương trình nhãn sinh thái EU này là chương trình tốn kém chi phí (phí đăng ký là 1.300 euro và chi phí sử dụng nhãn này là 25.000 euro/năm với mức giảm giá 25% dành cho các SME), vì vậy chương trình này không được sử dụng rộng rãi. Tuy nhiên, nhãn sản phẩm sinh thái có thể là một dụng cụ tiếp thị tốt và nếu xét trên nhu cầu tăng lên về các sản phẩm thân thiện với môi trường tại Châu Âu thì nhãn sản phẩm sinh thái có thể trở nên ngày càng quen thuộc hơn với khách hàng chuộng sản phẩm thân thiện môi

trường. Thông tin chi tiết về nhãn sinh thái có tại các trang web:

- http://ec.europa.eu/comm/environment/ecolabel/index_en.htm

- <http://www.eco-label.com/>

- **Nông sản:**

Sản phẩm chế biến ăn liền cho khách hàng nhập khẩu vào thị trường Đức phải đối mặt với nhiều hạn chế xâm nhập thị trường và luật thực phẩm rất khắt khe. Bên cạnh giới hạn về thuế nhập khẩu, EU còn thiết lập một hệ thống phức tạp về các biện pháp bảo vệ biên giới đối với sản phẩm thực phẩm. Dựa trên tình hình thị trường thế giới về hàng nông sản cơ bản như sản phẩm bơ sữa, đường và ngũ cốc, cơ chế thuế linh hoạt của EU đưa ra nhiều mức thuế nhập khẩu khác nhau nhằm bảo hộ sản phẩm thực phẩm chế biến ăn liền của EU khỏi hàng nhập khẩu với giá nguyên liệu đầu vào thấp hơn. Vì vậy, tại nhiều thời điểm mà các sản phẩm đã qua chế biến vào thị trường EU đều phải chịu các mức phí nhập khẩu bổ sung dựa trên tỷ lệ đường, sữa béo, prô-tê-in sữa và tinh bột có trong sản phẩm. Những mức phí nhập khẩu bổ sung này làm cho nhiều sản phẩm thực phẩm nhập khẩu đã qua chế biến không có tính cạnh tranh trên thị trường EU:

<http://www.fas.usda.gov/scriptsw/attacherep/default.asp>

- **Rác thải từ bao bì**

Sự tăng lên khủng khiếp về rác và các vấn đề về rác thải, Đức đã thiết lập luật định gồm những quy định nhất định về chất liệu làm bao bì bỏ đi. Đáp lại luật định này, một nỗ lực cùng hợp tác thu gom và tái chế nguyên liệu làm bao bì đã được đề xướng thực hiện. Tổ chức thực hiện việc này có tên gọi là “Duales System Deutschland”, chịu trách nhiệm quản lý việc sử dụng biểu tượng “dấu chấm xanh” (Green Dot), đây là biểu tượng của việc tái chế có thể được tìm thấy trên chất liệu làm bao bì đóng gói của hầu hết sản phẩm được bán tại Đức. Mặc dù về mặt pháp luật chất liệu làm bao bì cho sản phẩm được bán tại Đức không yêu cầu phải mang biểu tượng “Green Dot” nhưng hầu như không thể tiếp thị một sản phẩm tại Đức nếu thiếu biểu tượng này. Cụ thể, nhà nhập khẩu phải trả chi

phí đăng ký giấy phép sử dụng biểu tượng “Green Dot” tùy theo loại và số lượng bao bì và cung cấp cho nhà nhập khẩu thông tin cần thiết. Năm 2003, các nhà bán lẻ Đức bắt đầu yêu cầu khoản đặt cọc cho ly uống nước dùng 1 lần cho các loại nước có gas hoặc ly uống bia. Do khoản đặt cọc đề nghị này cao gần gấp 3 lần khoản yêu cầu cho chai bia tái sử dụng lại nên nó có thể gây bất lợi cho đồ uống nhập khẩu khi xâm nhập vào thị trường Đức.

Thỏa thuận thương mại

Để biết về danh sách các thỏa thuận thương mại với EU và các nước thành viên trong EU, vui lòng xem trang web tại địa chỉ sau:
http://tcc.export.gov/Trade_Agreements/index.asp.

Các trang web cung cấp thông tin hữu ích

- **Luật sản phẩm:**

- http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm
- <http://www.ts.nist.gov/ts/htdocs/210/217/export-alert.htm>

- **Luật dán nhãn CE:**

- <http://europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/>
- <http://www.newapproach.org/>

- **Các tiêu chuẩn Châu Âu:**

- <http://europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/>
- <http://www.newapproach.org/>
- <http://www.cenorm.be/catweb>

- **Các cơ quan được công bố của Châu Âu**

- http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/nb/notified_bo

[dies.htm](#)

- Phòng thí nghiệm: <http://www.ts.nist.gov/ca>

- Deutscher Akkreditierungsrat (DAR): <http://www.dar.bam.de/>

- **Việc dán nhãn sản phẩm:**

http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/labelling/lab01_en.pdf

• **Các nguồn khác:**

- BMU – (Bộ Môi trường liên bang): <http://www.bmu.de/>

- BMWA –(Bộ Kinh tế và Lao động liên bang): <http://www.bmwi.de/>

- DAR – (Hội đồng tín nhiệm Đức): <http://www.dar.bam.de/>

- DIN – (Viện tiêu chuẩn Đức): <http://www2.din.de/>

- NIST – Viện tiêu chuẩn và công nghệ quốc gia <http://www.nist.gov/>

- UL – Tổ chức bảo hiểm phòng thí nghiệm. <http://www.ul.com/>

- VDE – Verband der Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik (Hiệp hội điện, điện tử và công nghệ thông tin) <http://www.vde.de/>

- VDMA - Verband deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V:

<http://www.vdma.de/>

- ZLG – Zentralstelle der Länder für Gesundheitsschule bei Arzneimitteln und Medizinprodukten (Cơ quan chức năng trung tâm liên bang về bảo vệ sức khỏe liên quan đến sản phẩm và thiết bị y tế): <http://www.zlg.nrw.de/>

- ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (Trung tâm liên bang về ngành công nghiệp điện và điện tử Đức): <http://www.zvei.de/>

Chương 5: Môi trường đầu tư

Tổng quan

Là thị trường lớn nhất ở châu Âu, Đức là điểm đến chính cho đầu tư trực tiếp nước ngoài; do đó, một lượng lớn vốn FDI đã tích lũy theo thời gian. Đức luôn được xếp hạng là một trong những điểm đến hấp dẫn nhất đối với FDI, nhờ cơ sở hạ tầng đáng tin cậy, lực lượng lao động có tay nghề cao, tình hình xã hội tích cực, môi trường pháp lý ổn định và nghiên cứu và phát triển tốt vào loại nhất thế giới. Tuy nhiên, tháng 2/2017, Đức, Pháp và Ý đã yêu cầu Ủy ban châu Âu xem xét lại tình hình của các nước thành viên EU có thể để hạn chế đầu tư nước ngoài trên cơ sở dành đặc quyền cho nhau.

Hoa Kỳ là nguồn đầu tư nước ngoài ngoài châu Âu hàng đầu vào Đức. Đầu tư nước ngoài vào Đức nhìn chung ổn định trong giai đoạn 2013-2016 và chủ yếu đến từ các nước Châu Âu khác, Hoa Kỳ và Nhật Bản. FDI từ các nền kinh tế mới nổi (đặc biệt là Trung Quốc) đã tăng đáng kể trong giai đoạn 2013-2016, mặc dù từ mức thấp.

Hệ thống pháp luật, quy định và kế toán của Đức có thể là phức tạp và nặng nề, nhưng nhìn chung là minh bạch và phù hợp với các quy tắc thị trường phát triển. Các doanh nghiệp được hưởng tự do đáng kể trong một môi trường được quản lý tốt. Các nhà đầu tư nước ngoài và trong nước được đối xử bình đẳng về các ưu đãi đầu tư hoặc thiết lập và bảo vệ bất động sản và sở hữu trí tuệ. Các nhà đầu tư nước ngoài hoàn toàn có thể tin tưởng vào hệ thống pháp luật hiệu quả và tinh vi. Đồng thời, hệ thống này yêu cầu nhà đầu tư phải theo dõi chặt chẽ các nghĩa vụ pháp lý của họ. Các nhà đầu tư mới phải đảm bảo rằng họ có kiến thức chuyên môn pháp lý cần thiết, kể cả cố vấn trong nước và ngoài nước, để đáp ứng tất cả các yêu cầu.

Trong 10 năm qua, vốn đầu tư FDI ở Đức đã tăng gấp đôi. Trong khi FDI này chủ yếu có nguồn gốc từ các nước châu Âu khác, Hoa Kỳ và Nhật Bản, FDI từ các nền kinh tế mới nổi, và đặc biệt là Trung Quốc, đã tăng đáng kể từ năm 2005, ngay thời điểm ở mức thấp.

Các hệ thống luật lệ, pháp lý và kế toán của Đức có thể phức tạp, nhưng minh bạch và phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế. Các doanh nghiệp được hưởng tự do đáng kể trong một môi trường có kỷ luật và được kiểm soát chặt chẽ. Các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài được đối xử bình đẳng khi nói đến các ưu đãi đầu tư, và việc thành lập và bảo vệ bất động sản và sở hữu trí tuệ. Các nhà đầu tư nước ngoài hoàn toàn có thể dựa vào hệ thống pháp lý, hiệu quả và tinh vi. Đồng thời, hệ thống này yêu cầu các nhà đầu tư chú ý đến nghĩa vụ pháp lý của họ. Các nhà đầu tư quan trọng nhất cần phải chắc chắn hiểu rõ pháp lý để đáp ứng tất cả các yêu cầu.

Đức có thị trường vốn hiệu quả và phụ thuộc rất nhiều vào hệ thống ngân hàng hiện đại của mình. Đa số các doanh nghiệp nhà nước thường chỉ giới hạn ở các tiện ích công cộng: nước đô thị, năng lượng và vận tải đường sắt quốc gia. Mục tiêu chính của chính sách của chính phủ là tạo việc làm và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Các công đoàn lao động đóng một vai trò xây dựng trong các hiệp định thương lượng tập thể, cũng như các hội đồng lao động của công ty.

Đức tiếp tục nỗ lực chống rửa tiền và tham nhũng. Các công ty quy mô vừa đang ngày càng nhận thức được trách nhiệm đối với đạo đức kinh doanh.

Mặc dù Đức có 129 thỏa thuận bảo hộ đầu tư, nhưng các cuộc đàm phán về Hiệp định đối tác thương mại và đầu tư xuyên Đại Tây Dương đã được khởi xướng vào năm 2013, đã gây ra một cuộc tranh luận gay gắt về các vấn đề nhất định, bao gồm cơ chế giải quyết tranh chấp Nhà nước - Nhà đầu tư (ISDS).

Chính phủ Đức đã sửa đổi các điều khoản sàng lọc đầu tư trong nước, có hiệu lực vào tháng 6 năm 2017, làm rõ phạm vi xem xét và cho chính phủ thêm thời gian để tiến hành xem xét lại, trước tình trạng ngày càng nhiều các công ty Đức bị các nhà đầu tư nước ngoài mua lại, đặc biệt là từ Trung Quốc. Các điều khoản sửa đổi cung cấp định nghĩa rõ ràng hơn về các lĩnh vực mà đầu tư nước ngoài có thể gây ra “mối đe dọa đối với trật tự và an ninh công cộng”, bao gồm các nhà khai thác cơ sở hạ tầng quan trọng, nhà phát

triển phần mềm để vận hành cơ sở hạ tầng quan trọng, nhà khai thác viễn thông hoặc các công ty liên quan đến giám sát viễn thông, các nhà khai thác mạng điện toán đám mây và các nhà cung cấp dịch vụ, và các công ty viễn thông. Tất cả các tổ chức/công ty/tập đoàn ngoài EU hiện phải thông báo bằng văn bản cho Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang Đức về bất kỳ thương vụ mua lại hoặc đầu tư đáng kể nào vào một công ty Đức hoạt động trong các lĩnh vực này. Các quy định mới cũng kéo dài thời gian đánh giá đầu tư nước ngoài trong nhiều lĩnh vực từ hai đến bốn tháng và đối với đầu tư vào các lĩnh vực nhạy cảm, từ một đến ba tháng và đưa ra khả năng bắt đầu đánh giá hồi tố trong khoảng thời gian 5 năm sau khi kết thúc của một vụ mua lại. Các hoạt động mua lại gián tiếp như thông qua một công ty liên kết có trụ sở tại Đức hoặc EU hiện cũng phải tuân theo các quy tắc mới một cách rõ ràng. Năm 2018, chính phủ tiếp tục hạ thấp ngưỡng sàng lọc các khoản đầu tư, cho phép các nhà chức trách sàng lọc các vụ mua lại của các pháp nhân nước ngoài với ít nhất 10% quyền biểu quyết của các công ty Đức vận hành cơ sở hạ tầng quan trọng (giảm từ 25%), cũng như các công ty cung cấp các dịch vụ liên quan đến cơ sở hạ tầng quan trọng. Sửa đổi cũng bổ sung các công ty truyền thông vào danh sách các doanh nghiệp nhạy cảm áp dụng ngưỡng thấp hơn. Các nhà chức trách Đức ủng hộ mạnh mẽ khuôn khổ mới của Liên minh Châu Âu để điều phối an ninh quốc gia sàng lọc các khoản đầu tư nước ngoài, có hiệu lực vào tháng 4 năm 2019.

Tiêu chuẩn để đánh giá	Năm	Chỉ số/Xếp hạng
Chỉ số nhận thức tham nhũng của Tổ chức Minh bạch Quốc tế - Transparency International - Corruption Perceptions Index (TI-CPI) - http://www.transparency.org/research/cpi/overview	2018	11/180

Báo cáo làm ăn kinh doanh của Ngân hàng Thế giới - World Bank's Doing Business Report "Ease of Doing Business" - http://www.doingbusiness.org/en/rankings	2019	24/190
Chỉ số sáng tạo toàn cầu - Global Innovation Index - https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator	2018	9/126
Vốn đầu tư FDI của Hoa Kỳ vào Đức (Triệu USD) - https://apps.bea.gov/international/factsheet/	2017	136
Thu nhập quốc dân trên đầu người theo WB - World Bank GNI per capita - http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.CD	2017	43.490 USD

Thông kê đầu tư trực tiếp nước ngoài và danh mục vốn đầu tư nước ngoài

Dữ liệu kinh tế	Nguồn thống kê của Đức		USG hay Nguồn thống kê quốc tế		USG hay Nguồn thống kê quốc tế: BEA; IMF; Eurostat; UNCTAD, Khác
	Năm	Giá trị	Năm	Giá trị	
Tổng sản phẩm quốc nội của Đức (GDP) (Triệu USD)	2018	3.386.000 triệu €	2017	3.677.439	https://data.worldbank.org/country/germany?view=chart
Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)	Nguồn thống kê của Đức		USG hay Nguồn thống kê quốc tế		USG hay Nguồn thống kê quốc tế:

					BEA; IMF; Eurostat; UNCTAD, Khác
Vốn đầu tư FDI của Hoa Kỳ vào Đức (Triệu USD)	2016	54.810 €	2017	136.128	https://apps.bea.gov/international/factsheet/
Vốn đầu tư FDI của Đức vào Hoa Kỳ (Triệu USD)	2016	223.813 triệu €	2017	405.552	https://apps.bea.gov/international/factsheet/
Tổng vốn FDI hời hợng theo % GDP của Đức	2016	21,78%	2017	27,2%	athttps://unctad.org/en/Pages/DIAE/World%20Investment%20Report/Country-Fact-Sheets.aspx

Nguồn: Ngân hàng Trung ương Đức: <http://www.bundesbank.de>

Đầu tư trực tiếp/Dữ liệu kinh tế đối tác					
Top 5 nguồn vốn đứng đầu / Top 5 điểm đến (Triệu USD), 2019					
Đầu tư trực tiếp trong nội khối			Đầu tư trực tiếp ngoại khối		
Tổng vốn đầu tư nội khối	950.837	100%	Tổng vốn đầu tư ra ngoại khối	1.606.120	100%
Hà Lan	181.080	19,0%	United States	267.769	16,7%
Luxembourg	164.449	17,3%	Hà Lan	202.022	12,6%
United States	93.572	9,8%	Luxembourg	191.449	11,9%
UK	83.299	8,8%	UK	149.184	9,3%

Thụy Sĩ	79.499	8,4%	Pháp	90.077	5,6%
---------	--------	------	------	--------	------

Danh mục vốn đầu tư, 2019
Top 5 đối tác (Triệu USD)

Tổng giá trị			Chứng khoán vốn			Tổng chứng khoán nợ		
Tất cả các quốc gia	12.173.972	100%	Tất cả các quốc gia	1.266,593	100%	Tất cả các quốc gia	2.192.351	100%
Luxembourg	680.807	5,6%	Luxembourg	566.381	44,7%	Pháp	317.050	14,5%
Pháp	416.561	3,4%	United States	161.234	12,7%	Hoa Kỳ	250.607	11,4%
United States	411.841	3,4%	Ireland	113.430	9,0%	Hà Lan	232.576	10,6%
Hà Lan	277.569	2,3%	Pháp	99.512	7,9%	UK	153.672	7,0%
UK	211.076	1,7%	UK	57.404	4,5%	Ý	139.334	6,4%

Mở cửa và hạn chế cho đầu tư nước ngoài
Chính sách theo hướng đầu tư trực tiếp nước ngoài

Đức có một thái độ mở và chào đón đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Hiệp ước Hữu

ngiht, Thương mại và Hàng hải Hoa Kỳ năm 1956 dành cho các nhà đầu tư Hoa Kỳ đối xử quốc gia và cung cấp vốn di chuyển tự do giữa Hoa Kỳ và Đức. Là một thành viên của OECD, Đức tuân thủ Công cụ đối xử quốc gia và Bộ luật mở rộng tự do sự di chuyển vốn đầu tư và các hoạt động vô hình của OECD. Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang (BMW) có thể xem xét việc mua lại các công ty trong nước của người mua nước ngoài trong các trường hợp cá nhân để đánh giá xem các giao dịch này có gây nguy hiểm cho trật tự công cộng hoặc an ninh quốc gia của Cộng hòa Liên bang Đức hay không. Đạo luật Ngoại thương và Thanh toán và Pháp lệnh Ngoại thương và Thanh toán cung cấp cơ sở pháp lý cho việc này.

Trong nhiều thập kỷ, Đức đã có kinh nghiệm đầu tư trong nước đáng kể. Đức công nhận rằng đầu tư nước ngoài đã là một đóng góp đáng kể cho sự phát triển và thịnh vượng của quốc gia. Chính phủ và ngành công nghiệp Đức tích cực khuyến khích đầu tư nước ngoài. Hoa Kỳ đã đầu tư rất nhiều vào Đức và tiếp tục chiếm một phần đáng kể đầu tư nước ngoài. Các vấn đề liên quan đến đầu tư mà các công ty nước ngoài phải đối mặt thường giống như các công ty trong nước, ví dụ, thuế suất thuế thu nhập cận biên cao và luật lao động cản trở việc tuyển dụng và sa thải.

Giới hạn về kiểm soát nước ngoài và quyền sở hữu tư nhân và thành lập

Trong khi Luật Kinh tế đối ngoại của Đức có quy định cho phép hạn chế dòng đầu tư trực tiếp tư nhân vì lý do chính sách đối ngoại, ngoại hối hoặc an ninh quốc gia, thực tế, hạn chế chủ yếu được áp dụng trong các lĩnh vực vận tải hàng không, vận tải biển, đường thủy và đường sắt nội địa. Năm 2016, chính phủ Đức đã rút lại phê duyệt và công bố tái kiểm tra việc mua lại nhà sản xuất bán dẫn Aixtron của Đức bởi Quỹ đầu tư Fyjian Grand Chip của Trung Quốc dựa trên những lo ngại về an ninh quốc gia. Trước khi chính phủ Đức có thể ban hành lại quyết định, Fujian Grand Chip đã rút lại lời đề nghị này do đồng thời kết quả phán quyết CFIUS bất tiện. Ngoài ra, Đức hạn chế việc cung cấp dịch vụ bố trí việc làm cho nhân viên nước ngoài, chẳng hạn như cung cấp hỗ trợ văn phòng tạm, trợ giúp trong nước hoặc dịch vụ tìm kiếm nhà quản lý.

Luật pháp của Đức dành đối xử quốc gia cho các nhà đầu tư nước ngoài: theo luật của Đức, một công ty nước ngoài đăng ký tại Cộng hòa Liên bang Đức (FRG) với tư cách là một công ty trách nhiệm pháp lý hữu hạn (GmbH) hoặc công ty cổ phần (AG) được đối xử bình đẳng như các công ty khác của Đức. Không có yêu cầu quốc tịch cho giám đốc hoặc cổ đông.

Tạo thuận lợi cho doanh nghiệp

Trước khi tham gia vào các hoạt động thương mại, các công ty và các nhà khai thác kinh doanh phải đăng ký vào danh mục công, hai trong số đó quan trọng nhất là sổ đăng ký thương mại (Handelsregister) và sổ đăng ký văn phòng thương mại (Gewerberegister).

Đơn đăng ký tại sổ đăng ký thương mại, có sẵn công khai trực tuyến, được nộp bằng điện tử dưới hình thức chứng nhận công khai thông qua một công chứng viên. Sổ đăng ký thương mại cung cấp thông tin về tất cả các mối quan hệ có liên quan giữa các thương nhân và các công ty thương mại, bao gồm tên của đối tác và giám đốc quản lý, vốn đầu tư, giới hạn trách nhiệm và thủ tục phá sản. Chi phí đăng ký thay đổi tùy theo quy mô của công ty.

Đầu tư và Thương mại của Đức (GTAI), cơ quan phát triển kinh tế của đất nước, có thể hỗ trợ trong quá trình đăng ký và tư vấn cho các nhà đầu tư, bao gồm các doanh nghiệp cực nhỏ và các doanh nghiệp nhỏ và vừa (MSME), về cách nhận được ưu đãi.

Tại EU, các doanh nghiệp MSME được định nghĩa như sau:

- Doanh nghiệp quy mô cực nhỏ: dưới 10 nhân viên và dưới 2 triệu euro doanh thu hàng năm hoặc dưới 2 triệu Euro trong tổng số bảng cân đối kế toán.
- Doanh nghiệp quy mô nhỏ: dưới 50 nhân viên và doanh thu hàng năm dưới 10 triệu euro hoặc dưới 10 triệu euro trong tổng số bảng cân đối kế toán.
- Doanh nghiệp quy mô vừa: dưới 250 nhân viên và doanh thu hàng năm dưới 50 triệu euro hoặc dưới 43 triệu euro trong tổng số bảng cân đối kế toán.

Đầu tư ra nước ngoài

Về áp dụng, Chính phủ Liên bang cung cấp bảo lãnh cho các khoản đầu tư của các công ty có trụ sở tại Đức trong các nền kinh tế đang phát triển và mới nổi và các nước cũ trong quá trình chuyển đổi nhằm đảm bảo cho họ đề phòng các rủi ro chính trị. Để nhận được bảo lãnh, khoản đầu tư phải được bảo vệ hợp pháp đầy đủ ở nước sở tại. Rủi ro thương mại không được bảo hiểm.

Hiệp ước đầu tư song phương

Đức có hiệp ước đầu tư có hiệu lực với 127 quốc gia và vùng lãnh thổ. Trong số này, có 8 hiệp ước ký với các quốc gia tiền thân và được đánh dấu hoa thị (*) (gồm: Czechoslovak SFR, Liên bang Sô-viết, Yugoslavia [SFRY]). Hiệp ước đầu tư có hiệu lực với các nước sau đây:

Afghanistan; Albania; Algeria; Angola; Antigua and Barbuda; Argentina; Armenia; Azerbaijan, Bangladesh; Barbados; Belarus; Benin; Bolivia; Bosnia and Herzegovina; Botswana; Burkina Faso; Brunei; Bulgaria; Burundi; Cambodia; Cameroon; Cape Verde; Trung Phi; Chad; Chile; Trung Quốc; Congo; Costa Rica; Croatia; Cuba; CSFR**; Cộng hòa Séc, Dominica; Ecuador; Ai Cập; El Salvador; Estonia; Ethiopia; Gabon; Georgia; Ghana; Greece; Guatemala; Guinea; Guyana; Haiti; Honduras; Hồng Kông; Hungary; Ấn Độ; Indonesia; Iran; Ivory Coast; Jamaica; Jordan; Kazakhstan; Kenya; Hàn Quốc; Kuwait; Kyrgyzstan*; Lào; Latvia; Lebanon; Lesotho; Liberia; Lithuania; Macedonia; Madagascar; Malaysia; Mali; Malta; Mauritania; Mauritius; Mexico; Moldova*; Mongolia; Morocco; Mozambique; Namibia; Nepal; Nicaragua; Niger; Nigeria; Oman; Pakistan; Panama; Papua New Guinea; Paraguay; Peru; Philippines; Ba Lan; Bồ Đào Nha; Qatar; Romania; Russia*; Rwanda; Saudi Arabia; Senegal; Sierra Leone; Singapore; Slovak Republic*; Slovenia; Somalia; Nam Phi; Nga**; Sri Lanka; St. Lucia; St. Vincent and the Grenadines; Serbia; Sudan; Swaziland; Syria; Tajikistan*; Tanzania; Thái Lan; Togo; Tunisia; Thổ Nhĩ Kỳ; Turkmenistan; Uganda;

Ukraine; các tiểu Vương quốc Ả Rập Thống Nhất; Uruguay; Uzbekistan; Venezuela; Việt Nam; Yemen (Arab. Rep.); Yugoslavia (SFRY)**; Zambia; và Zimbabwe.

(Lưu ý: * gồm hiệp ước có hiệu lực với quốc gia tiền thân; ** tiếp tục áp dụng các hiệp ước với thể chế trước, không được tính vào tổng số hiệp ước đã ký)

Hiệp định đầu tư song phương và hiệp định thuế

Đức có các hiệp định đầu tư song phương có hiệu lực với 129 quốc gia và vùng lãnh thổ. Các hiệp ước với các thực thể có chủ quyền cũ (bao gồm Tiệp Khắc, Liên Xô, Sudan và Nam Tư) tiếp tục áp dụng thêm 7 trường hợp nữa. Chúng được biểu thị bằng dấu hoa thị (*) và chưa được tính đến trong tổng số các điều ước. Các hiệp ước có hiệu lực với các quốc gia, vùng lãnh thổ hoặc các thực thể cũ; để có danh sách đầy đủ các điều ước có chứa các điều khoản đầu tư hiện đang có hiệu lực, hãy xem UNCTAD Navigator.

Afghanistan; Albania; Algeria; Angola; Antigua and Barbuda; Argentina; Armenia; Azerbaijan; Bahrain; Bangladesh; Barbados; Belarus; Benin; Bosnia and Herzegovina; Botswana; Burkina Faso; Brunei; Bulgaria; Burundi; Cambodia; Cameroon; Cape Verde; Central African Republic; Chad; Chile; China (People's Republic); Congo (Republic); Congo (Democratic Republic); Costa Rica; Croatia; Cuba; Czechoslovakia; Czech Republic*; Dominica; Ecuador; Egypt; El Salvador; Estonia; Ethiopia; Gabon; Georgia; Ghana; Greece; Guatemala; Guinea; Guyana; Haiti; Honduras; Hong Kong; Hungary; India; Indonesia; Iran; Ivory Coast; Jamaica; Jordan; Kazakhstan; Kenya; Republic of Korea; Kosovo*; Kuwait; Kyrgyzstan; Laos; Latvia; Lebanon; Lesotho; Liberia; Libya; Lithuania; Macedonia; Madagascar; Malaysia; Mali; Malta; Mauritania; Mauritius; Mexico; Moldova; Mongolia; Montenegro*; Morocco; Mozambique; Namibia; Nepal; Nicaragua; Niger; Nigeria; Oman; Pakistan; Palestinian Territories; Panama; Papua New Guinea; Paraguay; Peru; Philippines; Poland; Portugal; Qatar; Romania; Russia*; Rwanda; Saudi Arabia; Senegal; Serbia*; Sierra Leone; Singapore; Slovak Republic*; Slovenia; Somalia; ; South Sudan*; Soviet Union; Sri Lanka; St. Lucia; St. Vincent and

the Grenadines; Sudan; Swaziland; Syria; Tajikistan; Tanzania; Thailand; Togo; Trinidad & Tobago; Tunisia; Turkey; Turkmenistan; Uganda; Ukraine; United Arab Emirates; Uruguay; Uzbekistan; Venezuela; Vietnam; Yemen; Yugoslavia; Zambia; and Zimbabwe.

Hiệp định thuế hai bên

Thuế của các công ty Hoa Kỳ ở Đức được điều chỉnh bởi “Công ước tránh đánh thuế hai lần đối với thuế thu nhập”. Nó đã có hiệu lực từ năm 1989 và được gia hạn năm 1991, đến lãnh thổ của Cộng hòa Dân chủ Đức cũ. Đối với thuế thu nhập, cả hai nước đã đồng ý cấp tín dụng cho thuế thu nhập liên bang tương ứng của họ đối với các khoản thuế được trả bởi các doanh nghiệp nằm trong lãnh thổ của nhau. Nghị định thư 2006 cập nhật hiệp ước thuế hiện tại và bao gồm một số thay đổi, bao gồm điều khoản phúc lợi và điều khoản trọng tài ràng buộc bắt buộc. Trong năm 2013, Đức và Hoa Kỳ đã ký một thỏa thuận về hợp tác pháp lý và hành chính và trao đổi thông tin.

Tính đến tháng 1 năm 2019, Đức có các hiệp định song phương về thuế đối với thu nhập và tài sản với tổng cộng 96 quốc gia, bao gồm cả Hoa Kỳ và, đối với thuế thừa kế, 6 quốc gia. Đức có các hiệp định song phương đặc biệt về thu nhập và tài sản của các công ty vận tải tàu biển và hàng không vũ trụ với 10 quốc gia và có các hiệp ước liên quan đến trao đổi thông tin và hỗ trợ hành chính với 27 quốc gia. Đức đã khởi xướng và/hoặc đang đàm phán lại các hiệp định thuế thu nhập và thuế quan với 64 quốc gia, các hiệp định song phương đặc biệt liên quan đến thu nhập và tài sản của các công ty vận tải tàu biển và hàng không với 2 quốc gia và các hiệp định trao đổi thông tin và hỗ trợ hành chính với 7 quốc gia.

Chế độ pháp lý

Tính minh bạch của Hệ thống quy định

Đức có luật và chính sách rõ ràng và hiệu quả để thúc đẩy cạnh tranh, bao gồm luật

chống độc quyền. Các hệ thống pháp lý, quy định và kế toán có thể phức tạp nhưng minh bạch và phù hợp với các tiêu chuẩn quốc tế.

Chính thức, việc tham khảo cộng đồng của chính phủ liên bang được quy định bởi Quy tắc thủ tục chung, trong đó quy định rằng các bộ phải sớm tham khảo và bao quát với một loạt các bên liên quan về tất cả các đề xuất lập pháp mới. Trong thực tế, luật pháp và quy định ở Đức thường được công bố bản dự thảo, và các ý kiến công chúng được trưng cầu. Theo các quy tắc thủ tục chung, các bộ cần tham khảo ý kiến các hiệp hội của các ngành liên quan (chứ không phải là chỉ là các công ty, các tổ chức tiêu dùng, các tổ chức phi chính phủ và môi trường. Tham khảo thường mất từ 2 đến 8 tuần.

Viện Tiêu chuẩn hóa của Đức (DIN) dành cho các thành viên nước ngoài.

Đức có hệ thống pháp luật và những chính sách minh bạch và hiệu quả để đẩy mạnh sự cạnh tranh. Chính phủ Đức gần đây đã bỏ nhiều giới hạn về giờ làm việc của các cửa hàng, đây là yếu tố trước đây gây cản trở sự cạnh tranh và các cơ hội kinh doanh. Nhiều nhà đầu tư xem sự quan liêu của chính phủ Đức là quá mức, điều này đã thúc đẩy hầu hết chính quyền các bang thiết lập văn phòng xúc tiến đầu tư và ngân hàng đầu tư để giải quyết tình hình này. Nhiều luật mới đã đơn giản hóa những thủ tục còn quan liêu nhưng ngành công nghiệp đôi khi còn phải đấu tranh để vượt qua trở ngại từ các cán bộ thiếu kinh nghiệm để bãi bỏ thủ tục/quy định còn quan liêu và thái độ vẫn còn muốn duy trì những quy định/thủ tục quan liêu này.

Trước tình trạng này, chính quyền liên bang đang tiếp tục nỗ lực giảm bớt tệ quan liêu. Năm 2006, Hội đồng kiểm soát điều độ quốc gia Đức được thành lập với nhiệm vụ đánh giá chính sách và ước lượng tác động của việc lập pháp. Dựa trên kết quả đánh giá này, Hội đồng sẽ đưa ra các báo cáo hàng năm và đề xuất thêm nhiều biện pháp. Chính quyền liên bang còn đặt ra mục tiêu giảm chi phí xuống khoảng 25% do luật quan liêu gây ra cho đến năm 2011. Đức hiện vẫn đang sử dụng Mô Hình Chi Phí Chuẩn để xác định số lượng và nhận biết chi phí do tệ quan liêu gây ra ở mỗi dự thảo luật mới. Điều này giúp

làm tăng tính minh bạch công khai về thời gian và chi phí mà các công ty và người dân phải bỏ ra do những thủ tục quan liêu gây ra. Hội đồng kiểm soát điều độ quốc gia Đức ước tính rằng việc áp dụng Mô Hình Chi Phí Chuẩn đã làm giảm chi phí do nạn quan liêu gây ra khoảng 3 tỷ Euro trong hai năm rưỡi qua và đo lường được ảnh hưởng của gánh nặng quan liêu trước khi dự luật mới được cải tiến.

Dự thảo luật và quy định của Đức được ban hành đều đặn và thu hút được quan tâm của công chúng. Luật, hệ thống kiểm tra giám sát và hệ thống kế toán có thể còn phức tạp nhưng minh bạch rõ ràng và phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế.

Xem xét quy định quốc tế

Là thành viên của Liên minh châu Âu, Cộng hòa Liên bang Đức phải tuân thủ và thực hiện các chỉ thị và quy định được EU thông qua. Các quy định của EU ràng buộc và phải được các quốc gia thành viên áp dụng ngay. Các quy định EU được xây dựng bởi các nước thành viên. Các quy định/chỉ thị của EU được bổ sung cùng với các thủ tục pháp lý tiêu chuẩn của Đức.

Các nước thành viên của Liên minh châu Âu cần phải thực hiện các chỉ thị trong một khoảng thời gian nhất định. Nếu thời hạn cuối cùng không được đáp ứng, nước thành viên có thể bị khởi xướng vi phạm pháp lý, có thể dẫn đến tiền phạt cao.

The German Länder (các bang liên bang) có tiếng nói trong các vấn đề châu Âu thông qua Bundesrat (thượng viện quốc hội). Chính phủ liên bang chỉ thị cho Thủ tướng ở giai đoạn đầu về tất cả các kế hoạch ở cấp EU có liên quan đến Länder.

Chính phủ liên bang thông báo dự thảo quy định kỹ thuật cho Ủy ban WTO về hàng rào kỹ thuật thương mại (TBT) thông qua Văn phòng thông báo quốc gia trong Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang (BMW).

Hệ thống pháp lý và tư pháp độc lập

Luật pháp Đức có thể dự đoán được và đáng tin cậy. Các công ty có thể thực thi hiệu quả

các quyền tài sản và hợp đồng theo luật pháp Đức. Luật pháp của Đức đã tồn tại trong một thời gian dài và các cơ quan thực thi đảm bảo các công ty/nhà đầu tư khẳng định quyền của họ. Tòa án Đức hoàn toàn có thể giải quyết cho các nhà đầu tư nước ngoài trong trường hợp có tranh chấp đầu tư.

Hệ thống tư pháp độc lập, và chính phủ liên bang không can thiệp vào hệ thống tòa án. Thẩm phán có thẩm quyền cao. Nghiên cứu quốc tế và dữ liệu thực tế đã chứng thực rằng Đức cung cấp một hệ thống tòa án hiệu quả cam kết theo đúng thủ tục và quy định của pháp luật.

Ở Đức, tất cả các vấn đề pháp lý quan trọng và các vấn đề đều được điều chỉnh bởi toàn bộ luật pháp dưới dạng các đạo luật, quy tắc và quy định. Luật pháp quan trọng nhất trong lĩnh vực luật kinh doanh bao gồm:

- Bộ luật Dân sự (Bürgerliches Gesetzbuch, viết tắt là BGB), bao gồm các quy tắc chung về việc hình thành, thực hiện và thực thi hợp đồng và các loại thỏa thuận hợp đồng cơ bản cho các giao dịch hợp pháp giữa các cá nhân;
- Bộ luật Thương mại (Handelsgesetzbuch, viết tắt là HGB), trong đó có các quy tắc đặc biệt liên quan đến giao dịch giữa các doanh nghiệp và quan hệ đối tác thương mại;
- Đạo luật công ty TNHH tư nhân (GmbH-Gesetz) và Đạo luật công ty TNHH công (Aktiengesetz), bao gồm hai cấu trúc doanh nghiệp phổ biến nhất ở Đức - ‘GmbH’ và ‘Aktiengesellschaft’; và
- Đạo luật về Cạnh tranh không lành mạnh (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, viết tắt là UWG), cấm quảng cáo gây hiểu lầm và thực tiễn kinh doanh không công bằng.

Đức có các tòa án chuyên biệt về luật hành chính, luật lao động, luật xã hội, luật tài chính và thuế. Tòa án Bằng sáng chế Liên bang lắng nghe và xét xử các trường hợp về các bằng sáng chế, nhãn hiệu và các quyền lợi thiết thực liên quan đến quyết định của Văn phòng Bằng sáng chế và Thương hiệu Đức. Cả Văn phòng Bằng sáng chế Đức (Deutsches Patentamt) và Văn phòng Bằng sáng chế châu Âu đều có trụ sở tại Munich.

Luật và quy định về đầu tư trực tiếp nước ngoài

Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang (BMW) có thể xem xét việc mua lại các công ty trong nước của người mua nước ngoài trong các trường hợp cá nhân để đánh giá xem các giao dịch này có gây nguy hiểm cho trật tự công cộng hoặc an ninh quốc gia của Cộng hòa Liên bang Đức hay không. Đạo luật Thanh toán và Ngoại thương và Pháp lệnh Thanh toán và Ngoại thương cung cấp cơ sở pháp lý để sàng lọc các khoản đầu tư. Tuy nhiên trong thực tế, Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang đã không cấm bất kỳ hoạt động mua lại nào kể từ tháng 4 năm 2019.

Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang có thể xem xét việc mua lại các công ty trong nước của người mua nước ngoài trong trường hợp các nhà đầu tư cố gắng giành được ít nhất 25% quyền biểu quyết nhằm đánh giá xem các giao dịch này có gây rủi ro cho trật tự công cộng hoặc an ninh quốc gia của Cộng hòa Liên bang Đức hay không. Trong trường hợp mua lại cơ sở hạ tầng quan trọng và các công ty trong các lĩnh vực nhạy cảm, ngưỡng kích hoạt đánh giá đầu tư của chính phủ là 10%. Không có yêu cầu cho các nhà đầu tư để có được phê duyệt hoặc thông báo cho bất kỳ việc mua lại nào, nhưng BMW có thể tiến hành đánh giá trong vòng ba tháng kể từ ngày kết thúc thỏa thuận mua lại. Nhà đầu tư cũng có thể yêu cầu một giấy chứng nhận ràng buộc không phản đối từ BMW trước khi mua lại kế hoạch để có được sự chắc chắn pháp lý ở giai đoạn đầu. Nếu BMW không mở cuộc đánh giá chuyên sâu trong vòng một tháng kể từ khi nhận được yêu cầu, giấy chứng nhận sẽ được coi như được cấp.

Các quy tắc đặc biệt áp dụng cho việc mua lại của các công ty hoạt động trong các lĩnh vực bảo mật nhạy cảm, bao gồm cả bảo vệ quốc phòng và CNTT. Ngược lại với các quy tắc liên ngành, việc mua lại nhạy cảm phải được thông báo dưới dạng văn bản bao gồm thông tin cơ bản về việc mua lại kế hoạch, người mua, công ty trong nước chịu sự mua lại và các lĩnh vực kinh doanh tương ứng. BMW có thể mở một thủ tục đánh giá chính thức trong vòng một tháng sau khi nhận được thông báo, hoặc việc mua lại sẽ được coi như đã được phê duyệt. Nếu thủ tục đánh giá được mở, người mua được yêu cầu phải gửi thêm

tài liệu. Việc mua lại có thể bị hạn chế hoặc bị cấm chỉ trong vòng một tháng sau khi toàn bộ các tài liệu đã được gửi.

Bất kỳ quyết định nào phát sinh từ thủ tục đánh giá đều phải được tòa án hành chính xem xét lại.

Cơ quan Phát triển Kinh tế Đức GTAI cung cấp thông tin bao quát cho các nhà đầu tư, bao gồm khung pháp lý, các vấn đề liên quan đến lao động và các chương trình ưu đãi, trên trang web của họ.

Luật cạnh tranh và chống độc quyền

Chính phủ Đức đảm bảo cạnh tranh trên một sân chơi bình đẳng trên cơ sở hai bộ luật chính:

Luật chống cạnh tranh hạn chế (cải cách năm 2013) là cơ sở pháp lý cho hành động đầy tranh chống lại liên hiệp xí nghiệp, kiểm soát sáp nhập và kiểm tra thiếu công bằng. Các cơ quan chính quyền của Liên bang và Tiểu bang chịu trách nhiệm thi hành luật chống độc quyền. Trong các trường hợp đặc biệt, Bộ trưởng Bộ Kinh tế và Năng lượng có thể cung cấp giấy phép theo các điều kiện cụ thể; trường hợp của vụ sáp nhập hai nhà bán lẻ vừa qua (Kaisers/Tengelmann và Edeka) đó là một giấy phép thuộc Bộ đã được cấp vào tháng 3 năm 2016.

Bản sửa đổi vào tháng 7 năm 2017 đối với Luật Cartel đã mở rộng phạm vi của Cơ quan Cartel liên bang (FCA) bao gồm mô hình kinh doanh internet và mô hình kinh doanh dựa trên dữ liệu.

Luật Chống Cạnh tranh Không lành mạnh (được sửa đổi lần cuối năm 2016) có thể được viện dẫn tại các tòa án khu vực.

Khấu hao và bồi thường

Luật pháp Đức quy định rằng tài sản tư nhân có thể bị chiếm đoạt vì mục đích công nhưng không phân biệt đối xử và phù hợp với các nguyên tắc được thiết lập của luật hiến

pháp và quốc tế. Có quyền yêu cầu được xét xử theo đúng thủ tục luật định và minh bạch, và các nhà đầu tư và người cho vay đối với các thực thể bị chiếm đoạt nhận được bồi thường nhanh chóng, đầy đủ và hiệu quả.

Đã không có hành động bất hợp pháp nào trong 5 năm qua và không có hành động nào được mong đợi trong tương lai gần. Trong cuộc khủng hoảng tài chính, quốc hội đã thông qua một đạo luật cho phép thu hồi khẩn cấp nếu phá sản ngân hàng đe dọa toàn bộ hệ thống tài chính.

Giải quyết tranh chấp

Công ước ICSID và Công ước New York

Đức là thành viên của Trung tâm Quốc tế về Giải quyết Tranh chấp Đầu tư (ICSID) và Công ước New York về Công nhận và Thi hành Giải thưởng Trọng tài Nước ngoài, có nghĩa là tòa án địa phương phải thi hành phán quyết trọng tài quốc tế trong một số điều kiện nhất định.

Giải quyết Tranh chấp Nhà đầu tư-Nhà nước

Các tranh chấp đầu tư liên quan đến Hoa Kỳ hoặc các nhà đầu tư nước ngoài khác ở Đức là rất hiếm. Theo cơ sở dữ liệu của UNCTAD về các trường hợp giải quyết tranh chấp nhà đầu tư được dựa trên hiệp ước.

Trọng tài thương mại quốc tế và Tòa án nước ngoài

Đức có một cơ quan trọng tài trong nước được gọi là Cơ quan Giải quyết tranh chấp của Đức. “Quyền 10” của Bộ luật tố tụng dân sự Đức giải quyết giải quyết phân xử vụ kiện. Phòng Thương mại Quốc tế có văn phòng tại Berlin. Ngoài ra, các phòng thương mại và công nghiệp cung cấp dịch vụ trọng tài.

Quy định phá sản

Luật phá sản của Đức, như được quy định trong Bộ luật phá sản, hỗ trợ và thúc đẩy tái cơ cấu. Nếu một doanh nghiệp hoặc chủ sở hữu của một doanh nghiệp vừa vỡ nợ, hoặc một

doanh nghiệp mắc nợ quá nhiều, thủ tục phá sản có thể được bắt đầu bằng cách nộp đơn xin phá sản; pháp nhân buộc phải làm như vậy. Tình trạng không trả được nợ không phải là tội, nhưng các công tố viên phải kiểm tra một số loại hành vi có chủ tâm.

Những quy định hoạt động và ưu đãi đầu tư

Ưu đãi đầu tư

Các ưu đãi đầu tư của liên bang và quốc gia, bao gồm các khoản tài trợ đầu tư, các ưu đãi liên quan đến lao động và R&D; các khoản cho vay công cộng và bảo lãnh công cộng cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Các ưu đãi khác nhau có thể được kết hợp. Nhìn chung, các nhà đầu tư nước ngoài và các nhà đầu tư Đức phải đáp ứng cùng tiêu chí để hội đủ điều kiện.

Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang cung cấp các khoản tài trợ đầu tư nhằm cải thiện điều kiện kinh doanh ở một số vùng nhất định ở Đức. Các khoản tài trợ này được Ủy ban EU phê duyệt. Nhóm Ngân hàng KfW và ngân hàng phát triển của từng bang đưa ra mức lãi suất hấp dẫn, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEs).

Các ưu đãi liên quan đến lao động được cung cấp bởi hơn 700 văn phòng địa phương của Cơ quan tuyển dụng liên bang cho các chương trình tập trung vào hỗ trợ tuyển dụng và đào tạo trước khi làm việc.

Các ưu đãi R&D được cung cấp bởi Liên minh châu Âu, Chính phủ Đức và chính phủ liên bang Đức dưới hình thức tài trợ R&D, các khoản vay công và các chương trình đối tác đặc biệt.

Gernamy Trade & Invest, là cơ quan phát triển kinh tế liên bang của Đức, cung cấp thông tin về các ưu đãi bằng tiếng Anh.

Tại liên minh Châu Âu, chính quyền nhà nước và liên bang đưa ra rất nhiều chương trình khuyến khích cho các nhà đầu tư tại Đức. Chương trình tài trợ tiền mặt theo Hiệp định liên doanh dành cho chương trình cải tiến cấu trúc kinh tế vùng là một công cụ sẵn có để

nâng cấp cơ sở hạ tầng các nền kinh tế vùng và kinh tế đất nước nói chung. Đây là mục tiêu chính của chính quyền nhà nước và liên bang Đức.

Gói chương trình khuyến khích toàn diện về đầu tư nhà nước và liên bang có sẵn dành cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước gồm các chương trình khuyến khích về tiền mặt, lao động, R&D, các chương trình cho vay lãi suất thấp, bảo lãnh công. Trong vài trường hợp đòi hỏi phải có các yêu cầu ràng buộc đối với chương trình khuyến khích này như tạo việc làm và duy trì việc làm trong một khoảng thời gian nhất định. Không có quy định trong việc sử dụng nguồn lực trong nước, tỷ lệ xuất khẩu hoặc quyền sở hữu quốc gia.

Chính phủ nhấn mạnh việc xúc tiến đầu tư ở các bang thuộc Đông Đức trước đây và dành riêng cho các bang này rất nhiều chương trình xúc tiến đầu tư. Trong đó, chương trình chính là đạo luật trợ cấp đầu tư, theo đó chương trình này đưa ra các ưu đãi thuế cho các dự án đầu tư tại các bang ở Đông Đức dưới hình thức trả tiền mặt được miễn thuế hoặc các chương trình tín dụng thuế. Vào thời điểm bắt đầu kỳ ngân sách mới của EU vào tháng 01/2007 (và kéo dài đến năm 2013), Đức nhận được tổng cộng 26,3 tỷ Euro. Bắt đầu từ năm 2007, mức trợ cấp của Đức bị giảm xuống do từ năm 2004 có nhiều nước thành viên mới gia nhập liên minh Châu Âu. Trong kỳ ngân sách từ năm 2007-2013, phần lớn tiền trợ cấp của EU, 15,1 tỷ Euro, được chỉ định dùng tài trợ cho Đức là dành cho chính quyền Đức đặt tại Đông Đức trước đây.

Các nhà đầu tư nước ngoài cũng được hưởng những điều kiện hỗ trợ thích hợp như những nhà đầu tư Đức trong những chương trình ưu đãi này.

- Chương trình hỗ trợ đầu tư: những ưu đãi về tiền mặt dưới dạng các khoản tài trợ không hoàn lại thường được tính dựa trên chi phí đầu tư và chi phí lương nhân công. Mức hỗ trợ này thay đổi tùy theo mức phát triển kinh tế vùng và tổng chi phí đầu tư, với mức hỗ trợ là 30% cho các công ty lớn, 40% cho các công ty có quy mô vừa và 50% cho các công ty quy mô nhỏ.
- Chương trình hỗ trợ tín dụng: các khoản vay với mức lãi suất thấp hơn lãi suất thị

trường được hỗ trợ bởi Ngân hàng Tái thiết, thuộc chương trình hồi phục kinh tế Châu Âu, và những chương trình khác dành cho các công ty công nghệ với quy mô nhỏ và những dự án về môi trường.

- Bảo lãnh công: dành cho các công ty không ký quỹ mà các ngân hàng tư nhân thường đòi hỏi phần này.
- Chương trình khuyến khích lao động: hỗ trợ tuyển dụng nhân sự từ 800 trung tâm việc làm địa phương gồm các ngành nghề dịch vụ tự do, hỗ trợ huấn luyện, các khoản tài trợ trả lương nhân công và chương trình huấn luyện cầm tay chỉ việc.
- Các công ty của các nước khác cũng có thể tham dự vào các chương trình nghiên cứu và phát triển do chính phủ tài trợ kinh phí, miễn là thỏa mãn các điều kiện sau:
 - Được thành lập hợp pháp tại Đức;
 - Thời gian hoạt động dài hạn có năng lực đáng kể về R&D;
 - Công ty có thể khai thác quyền sở hữu tài sản trí tuệ một cách độc lập với công ty mẹ;
 - Ưu tiên cho các phương tiện sản xuất là kết quả từ quá trình nghiên cứu tại Đức;
 - Nghiên cứu được tài trợ hoàn toàn tại Đức.

Các nhà đầu tư nước ngoài có thể lấy thêm thông tin về điều kiện và ưu đãi đầu tư tại:

- Cơ quan xúc tiến đầu tư trong nước của Cộng hòa liên bang Đức

Friedrichstraße 60

10117 Berlin, Đức

Điện thoại: [49][30] 2000 99 0

Fax: [49][30] 2000 99 111

“Germany Trade and Invest “ là cơ quan đầu tư và thương mại nước ngoài của liên bang Đức, được hình thành bởi sự liên kết giữa Văn phòng Thương mại nước ngoài Đức và

Văn phòng Đầu tư Đức vào tháng 01/2009.

Khu thương mại nước ngoài/Các cảng tự do/Tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại

Hiện tại có ba cảng miễn thuế ở Đức được thành lập và hoạt động theo luật pháp EU: Bremerhaven, Cuxhaven và Duisburg. Các khu vực miễn thuế trong các cảng cũng cho phép chế biến và sản xuất giá trị gia tăng cho các thị trường ngoài EU, dù vậy vẫn phải tuân theo những yêu cầu nhất định.

Tất cả đều mở cửa cho cả trong và ngoài nước. Việc giảm thuế và quá trình mở rộng EU không ngừng diễn ra trong những năm gần đây dần dần làm giảm nhiều tính hữu dụng và hấp dẫn của những khu vực miễn thuế này nhưng hiện vẫn chưa có kế hoạch dỡ bỏ các khu vực này. Kiel và Emden mất tình trạng khu vực tự do thương mại trong năm 2010. Hamburg không còn dùng khu vực tự do thương mại trong năm 2013, và Deggendorf không còn là cảng tự do trong năm 2016.

Quyền thiết lập và sở hữu cá nhân

Tất cả tổ chức/cá nhân trong và ngoài nước đều có quyền thành lập và sở hữu công ty kinh doanh của riêng mình, được tham gia vào tất cả hoạt động sinh lợi.

Bảo vệ quyền sở hữu

Bất động sản

Chính phủ Đức tuân thủ chính sách đối xử quốc gia, tài sản thuộc sở hữu của người nước ngoài được bảo vệ đầy đủ theo luật pháp Đức. Tại Đức, các khoản thế chấp được đưa ra dựa trên tài sản thế chấp được công nhận và đáng tin cậy. Bảo đảm lợi ích an toàn tài sản, kể cả bất động sản, được công nhận và thực thi. Theo Báo cáo Kinh doanh của Ngân hàng Thế giới, trung bình mất 52 ngày để đăng ký tài sản ở Đức.

Luật Đăng ký Đất đai Đức có từ năm 1897 và được sửa đổi lần cuối vào năm 2015. Sổ đăng ký đất phản ánh quyền sở hữu tư nhân và cung cấp thông tin về mối quan hệ pháp lý

của bất động sản. Nó ghi lại chủ sở hữu, quyền của người thứ ba, trách nhiệm và hạn chế và cách thức các quyền này liên quan lẫn nhau. Bất kỳ thay đổi nào về tài sản của bất động sản đều phải được đăng ký tại cơ quan đăng ký đất đai để làm cho hợp đồng có hiệu lực. Quyền sở hữu đất đai hiện được lưu giữ trong một cơ sở dữ liệu điện tử và những người có quyền lợi hợp pháp có thể tra cứu.

Quyền sở hữu trí tuệ

Đức tự hào có một hệ thống pháp lý mạnh mẽ để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ. Cấu trúc pháp lý mạnh mẽ và thực thi tốt. Tuy nhiên, vi phạm bản quyền Internet và hàng giả vẫn là một vấn đề. Đức đã là thành viên của Tổ chức Quyền Sở hữu Trí tuệ thế giới (WIPO) từ năm 1970. Cơ quan Hải quan Trung ương Đức công bố số liệu thống kê về việc hải quan tịch thu hàng giả và hàng vi phạm quyền tác giả.

Đức cũng là một bên tham gia các thỏa thuận bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ quốc tế lớn: Công ước Bern về bảo hộ tác phẩm văn học và nghệ thuật, Công ước Paris về bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp, Công ước bản quyền toàn cầu, Công ước bản ghi âm của Geneva, Hiệp ước hợp tác sáng chế, Công ước Vệ tinh Brussels và Hiệp ước Rome về quyền lân cận. Nhiều phát triển mới nhất trong luật quyền sở hữu trí tuệ (IP) của Đức có nguồn gốc từ luật pháp châu Âu với mục tiêu làm cho việc áp dụng ít phiền toái hơn và cho phép bảo vệ IP của châu Âu.

Các loại bảo vệ sau đây có hiệu lực:

Bản quyền: Việc đối xử quốc gia cũng được cấp cho chủ bản quyền nước ngoài, bao gồm tiền công cho các bản ghi âm riêng. Đức đã ký kết các hiệp ước WIPO Internet và phê chuẩn năm 2003.

Nhãn hiệu: Người nước ngoài có thể đăng ký nhãn hiệu theo đúng các điều khoản giống như công dân Đức tại Văn phòng Nhãn hiệu và Bằng sáng chế Đức. Bảo vệ có giá trị trong khoảng thời gian 10 năm và có thể được gia hạn trong thời gian 10 năm.

Bằng sáng chế: Người nước ngoài có thể đăng ký bằng sáng chế theo đúng các điều

khoản giống như công dân Đức tại Văn phòng Nhãn hiệu và Bằng sáng chế Đức. Bằng sáng chế được cấp cho các phát minh kỹ thuật mới, liên quan đến một bước sáng tạo và được áp dụng trong công nghiệp. Tuy nhiên, người nộp đơn không có nơi cư trú hoặc cơ sở ở Đức phải chỉ định một luật sư bằng sáng chế tại Đức làm đại diện nộp đơn xin cấp bằng sáng chế. Các tài liệu phải được nộp bằng tiếng Đức hoặc có bản dịch sang tiếng Đức. Thời hạn của một bằng sáng chế là 20 năm, bắt đầu vào ngày theo đơn nộp xin bằng sáng chế.

Hoa Kỳ cấp quyền IP chỉ hợp lệ ở Hoa Kỳ. Có thể đăng ký tại các quốc gia EU, chẳng hạn như Đức, từng quốc gia riêng lẻ hoặc cho bảo hộ thiết kế và nhãn hiệu toàn EU, áp dụng cho Nhãn hiệu chung cho khu vực và / hoặc Thiết kế chung cho khu vực đã được đăng ký. Chúng cung cấp bảo hộ cho thiết kế công nghiệp hoặc nhãn hiệu trong toàn bộ 28 quốc gia trên toàn bộ thị trường EU với hơn 500 triệu dân. Chủ sở hữu IPR của Hoa Kỳ cũng nên lưu ý rằng EU hoạt động theo nguyên tắc “đầu tiên nộp” chứ không phải theo nguyên tắc ‘đầu tiên phát minh’, được sử dụng ở Hoa Kỳ.

Đối với các bằng sáng chế, tình hình có hơi khác nhưng bảo vệ vẫn có thể có được thông qua Văn phòng Bằng sáng chế Hoa Kỳ. Mặc dù chưa có một hệ thống sáng chế toàn EU, Văn phòng sáng chế châu Âu (EPO) cấp bằng sáng chế riêng cho các quốc gia ký kết với Công ước sáng chế châu Âu (EPC), có hiệu lực vào năm 1977. 38 nước thành viên bao gồm toàn bộ thành viên EU và một số nước châu Âu khác.

Bí quyết công nghệ: Bí quyết công nghệ, cả về kỹ thuật lẫn thương mại, được bảo vệ ở Đức bởi Luật chống cạnh tranh không lành mạnh. Hiện nay, các tổ chức EU đang thảo luận một chỉ thị để hài hòa việc bảo vệ bí quyết công nghệ trên các quốc gia thành viên EU.

Ngoài ra, luật pháp Đức cung cấp khả năng đăng ký thiết kế và các mô hình tiện ích.

Để biết thêm thông tin về nghĩa vụ hiệp ước và các điểm liên hệ tại các văn phòng IP địa phương, vui lòng xem các hồ sơ quốc gia của WIPO.

Và liên hệ Cố vấn Bộ trưởng Thương mại:

+ 49- (0) 30-8305-1900

office.berlin@trade.gov

Để biết thêm thông tin về cách bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ tại Đức, vui lòng xem trang web Thương mại & Đầu tư của Đức.

Thông kê về việc tịch thu hàng giả thông qua Cơ quan Hải quan Đức (Zoll)

Nhà đầu tư có thể xác định các luật sư IP trong Danh mục dịch vụ trực tuyến của AmCham.

Các doanh nghiệp cũng có thể tham gia Hiệp hội Chống hàng giả (APM) hoặc Hiệp hội để thực thi bản quyền (GVU).

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR)

Tháng 11 năm 2014, Bộ Ngoại giao Liên bang bắt đầu công việc xây dựng Kế hoạch Hành động Quốc gia về Kinh doanh và Nhân quyền (NAP). Kế hoạch hành động nhằm áp dụng các nguyên tắc hướng dẫn của Liên Hợp Quốc về Kinh doanh và Nhân quyền cho các hoạt động của các công ty Đức trên toàn quốc cũng như toàn cầu trong chuỗi giá trị và cung ứng của họ. Các cuộc tham vấn cộng đồng rộng rãi đã được hoàn thành vào tháng 12 năm 2015. Chính phủ Đức đã thông qua NAP trong cuộc họp Nội các vào ngày 21 tháng 12 năm 2016. NAP này được xây dựng trên NAP 2010 trước đó, do Bộ Lao động và Xã hội, được Bộ Nội vụ phê duyệt và với sự nhất trí của Nhóm công tác của Liên Hiệp Quốc về Kinh doanh và Nhân quyền, nhằm mục đích gắn chặt CSR vào các doanh nghiệp và cơ quan công cộng, kể cả các doanh nghiệp vừa và nhỏ. NAP 2010 được dựa trên các khuyến nghị của Diễn đàn CSR Quốc gia, bao gồm 44 chuyên gia từ các doanh nghiệp, liên hiệp, các tổ chức phi chính phủ và học viện và triệu tập một hoặc hai lần một năm để tham vấn toàn thể.

Đức tuân thủ các hướng dẫn của OECD cho các doanh nghiệp đa quốc gia, và thành lập

một điểm liên lạc quốc gia OECD (NCP) vào năm 2000, thuộc Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang. Nó được hỗ trợ bởi một hội đồng tư vấn bao gồm một số bộ, cũng như các tổ chức kinh doanh, công đoàn và tổ chức phi chính phủ. Nhóm làm việc thường họp mỗi năm một lần để thảo luận tất cả các vấn đề liên quan đến Hướng dẫn.

Để có được nhận thức chung về các vấn đề về môi trường, xã hội và quản trị giữa người sản xuất và người tiêu dùng, và các khảo sát khác nhau cho thấy người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến tác động sinh thái và xã hội của sản phẩm họ mua. Để khuyến khích các doanh nghiệp đưa ra các vấn đề môi trường, xã hội và quản trị trong việc đưa ra quyết định của họ, chính phủ trao một số giải thưởng liên quan đến CSR, khuyến khích CSR tại các hội chợ kinh doanh, đưa ra các báo cáo và bản tin thường xuyên và đã tạo một trang web về CSR ở Đức bằng tiếng Anh. Chính phủ Đức duy trì và thi hành luật pháp trong nước liên quan đến quyền lao động và việc làm, bảo vệ người tiêu dùng và bảo vệ môi trường. Chính phủ Đức không từ bỏ luật lao động và môi trường để thu hút đầu tư.

Báo cáo xã hội là tự nguyện, nhưng các công ty nghiêm ngặt công khai thường xuyên bằng cách đưa thông tin về chính sách CSR của họ trong báo cáo hàng năm và trên trang web của họ.

Các nhóm xã hội dân sự sau đây hoạt động về CSR: Hiệp hội 3p về Quản lý Bền vững, Tổ chức Ân xá Quốc tế Đức, Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e. V. (BUND), Trách nhiệm doanh nghiệp CorA - Netzwerk Unternehmensverantwortung, Hội đồng quản lý rừng (FSC), Germanwatch, Greenpeace Đức, Naturschutzbund Deutschland (NABU), Sneep (Studentisches Netzwerk zu Wirtschafts- und Unternehmensethik), Stiftung Warentest, Südwind - Institut für Ökonomie und Ökumene, TransFair - Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der "Dritten Welt" e. V., Minh bạch quốc tế, Verbraucherzentrale Bundesverband e.V., Bundesverband Die Verbraucher Sáng kiến, Quỹ Toàn cầu về Thiên nhiên (WWF).

Tham nhũng

Trong số các nước công nghiệp hóa, Đức đứng thứ 10 trên tổng số 176, theo Chỉ số Nhận thức Tham nhũng năm 2016 của Tổ chức Minh bạch Quốc tế. Tuy nhiên, ngành công nghiệp ô tô, ngành xây dựng và ký kết hợp đồng công cộng, cùng với sự ảnh hưởng của đảng chính trị còn phải bàn cãi và sự đóng góp của đảng, đại diện cho các lĩnh vực liên tục được quan tâm. Tuy nhiên, các công ty Mỹ đã không xác định tham nhũng là một trở ngại cho đầu tư ở Đức. Đức là người ký kết Công ước chống hối lộ OECD và là thành viên tham gia Nhóm công tác OECD về Hối lộ.

Trong hai thập kỷ qua, Đức đã tăng hình phạt cho sự hối lộ của các quan chức Đức, đối với những hành vi những nhiễu giữa các công ty, và đối với việc ấn định giá cả bởi các công ty cạnh tranh cho các hợp đồng công cộng. Nó cũng đã tăng cường các quy định chống tham nhũng về hỗ trợ tài chính được mở rộng bởi cơ quan tín dụng xuất khẩu chính thức và đã thắt chặt các quy tắc cho đấu thầu công khai. Các quan chức chính phủ bị cấm nhận quà tặng liên quan đến công việc của họ. Hầu hết các chính quyền tiểu bang và chính quyền địa phương đều có điểm liên lạc để thổi còi và các điều khoản cho nhân viên luân phiên ở các khu vực dễ bị tham nhũng. Có những hình phạt nghiêm trọng cho việc hối lộ các quan chức và ấn định giá cả bởi các công ty cạnh tranh cho các hợp đồng công khai.

Theo Văn phòng Hình sự Liên bang, năm 2015, 71% các vụ tham nhũng đã hướng tới quản lý công, 16% đối với lĩnh vực kinh doanh, 12% cho cơ quan thực thi pháp luật và tư pháp, và 1% cho chính trị.

Một vụ tham nhũng nổi bật có liên quan đến khu đất xây dựng sân bay BER Berlin Airport. Vụ kiện đã được công khai vào tháng 10 năm 2015 với một người quản lý của công ty điều hành sân bay; ba nhân viên hàng đầu của một công ty kỹ thuật làm việc về điện, thiết bị sưởi ấm và thiết bị vệ sinh đang phải đối mặt với phiên tòa xét xử ở quận Cottbus về tham nhũng. Vào tháng 10 năm 2016, tòa án quận Cottbus đã kết án mỗi người 3,5 năm tù và phạt 150.000 Euro (160.000 USD) vì tham nhũng.

Các nghị sĩ phải tuân thủ luật khai báo tài chính của họ về thu nhập từ việc làm bên ngoài. Công khai trước công chúng thông qua trang web của Bundestag (bên cạnh tiểu sử của các nghị sĩ) và trong Sổ tay chính thức của Bundestag. Hình phạt cho sự không tuân thủ có thể dao động từ tiền phạt hành chính đến một nửa lương hàng năm của nghị sĩ.

Đóng góp cho các đảng chính trị được cho phép. Tuy nhiên, nếu họ vượt quá 50.000 EUR, họ phải được báo cáo cho Chủ tịch của Bundestag. Khoản đóng góp từ 10.000 EUR trở lên phải được đưa vào báo cáo trách nhiệm giải trình hàng năm cho Chủ tịch của Bundestag.

Các công tố viên nhà nước thường chịu trách nhiệm điều tra các trường hợp tham nhũng, nhưng không phải tất cả chính phủ của các bang đều có các công tố viên chuyên về tham nhũng. Đức đã khởi tố thành công hàng trăm trường hợp tham nhũng trong nước trong những năm qua, bao gồm các vụ kiện quy mô lớn của các công ty lớn. Một báo cáo giám sát OECD đưa ra năm 2010 lưu ý rằng các nỗ lực thực thi của Đức đã tăng đều đặn và dẫn đến một số lượng lớn các vụ truy tố và trừng phạt áp đặt trong các trường hợp hối lộ nước ngoài đối với các cá nhân.

Liên đoàn Công nghiệp Đức (BDI), Phòng Thương mại Đức (DIHK) và Phòng Thương mại Quốc tế (ICC) đưa ra các hướng dẫn bằng giấy và điện tử về cách ngăn chặn tham nhũng với nỗ lực để giúp tất cả các công ty vừa và nhỏ nhận thức được. Ngoài ra, BDI đưa ra văn bản nếu các công ty có hai bộ mã tuân thủ khác nhau muốn kinh doanh với nhau.

Công ước chống tham nhũng của Liên Hiệp Quốc, Công ước OECD về Chống hối lộ mà Đức đã ký Công ước chống tham nhũng của Liên Hợp Quốc vào năm 2003. Bundestag đã phê chuẩn Công ước vào tháng 11 năm 2014.

Đức tuân theo Công ước Chống hối lộ của OECD. Luật cải cách thuế cần chấm dứt việc xóa bỏ thuế để hối lộ ở Đức và ở nước ngoài đã trở thành luật vào năm 1999. Đức tích cực thi hành công ước và ngày càng xử lý tốt hơn với nguy cơ tham nhũng xuyên quốc

gia.

Đức tham gia vào các biện pháp chống tham nhũng của Liên minh châu Âu và ký hai công ước của EU về chống tham nhũng. Tuy nhiên, Đức đã không phê chuẩn Công ước Luật hình sự của Châu Âu về Tham nhũng và Công ước Luật Dân sự về Tham nhũng.

Chính sách & thực tiễn lao động

Lực lượng lao động Đức hầu hết đều có tay nghề và học vấn cao, có tính kỷ luật và làm việc rất hiệu quả. Bộ dự luật cải cách về lao động và hệ thống phúc lợi xã hội được triển khai thực hiện dưới thời chính phủ trước SPD/đảng Xanh góp phần vượt qua những nhược điểm trong tổ chức của hệ thống phúc lợi xã hội Đức và tạo nên cơ cấu tổ chức có lợi hơn nhằm tạo ra mức tăng việc làm và giảm mức thất nghiệp. Một loạt những thay đổi trong thương lượng giữa công đoàn và người sử dụng lao động đã góp phần thêm vào những nỗ lực của chính phủ trong những năm gần đây.

Chính phủ liên hiệp của nữ Thủ tướng Angela Merkel đã thực hiện nhiều biện pháp cải cách mới, chẳng hạn như tăng tuổi nghỉ hưu bắt buộc từ 65 tuổi lên 67 tuổi, sự thay đổi này sẽ giúp có thêm 2,5 triệu lao động cho lực lượng lao động của Đức đến năm 2030. Sáng kiến này của chính phủ Đức nhằm vào mục đích giảm thất nghiệp trong số lao động lớn tuổi và ngăn tình trạng về hưu sớm.

Chính phủ liên hiệp trước đây của Đức cũng khuyến khích lực lượng lao động nữ bằng những giải pháp tạo điều kiện dễ dàng hơn cho các bà mẹ đi làm, chẳng hạn như kéo dài thời gian con của họ ở trường lâu hơn và nhiều trung tâm chăm sóc con của họ vào buổi sáng để họ đi làm. Còn nhằm tập trung giải quyết cho vấn đề tỷ lệ sinh thấp của Đức, chính phủ Đức thông qua chính sách trợ cấp mới cho ông bố và bà mẹ, chính sách này cho phép họ được nghỉ việc hoặc giảm giờ làm việc để chăm sóc đứa con mới sinh của họ và nhận được trợ cấp hàng tháng trong khoảng thời gian 1 năm.

Thị trường lao động vẫn vững vàng trong suốt khủng hoảng kinh tế và tài chính và mạnh

hơn vào năm 2016 hơn bao giờ hết. Việc làm ở Đức đã tiếp tục tăng cho năm thứ 11 liên tiếp và đạt mức cao 43,4 triệu lao động trong năm 2016, tăng 425.000 (tương đương tăng 1%) từ năm 2015 - mức cao nhất kể từ khi thống nhất nước Đức (tháng 10 năm 1990).

Đồng thời, tỷ lệ thất nghiệp đã tiếp tục giảm hơn 2 triệu kể từ năm 2005, và năm 2016 đạt mức trung bình hàng năm thấp nhất trong 25 năm. Trong năm 2016, khoảng 2,7 triệu người đã được đăng ký thất nghiệp, tương ứng với tỷ lệ thất nghiệp là 6,1%, theo số liệu chính thức quốc gia từ Cơ quan tuyển dụng liên bang Đức. Sử dụng dữ liệu so sánh quốc tế từ Liên minh châu Âu, Đức có tỷ lệ thất nghiệp trung bình hàng năm là 3,85% trong năm 2016, tỷ lệ thấp thứ hai trong số tất cả các quốc gia thành viên Liên minh châu Âu (EUROSTAT). Mặc dù khoảng cách tỷ lệ thất nghiệp giữa các bang ở Đông Đức so với Tây Đức đã thu hẹp đáng kể trong những năm gần đây, tỷ lệ thất nghiệp trung bình ở các bang miền đông (8,5%) vẫn cao hơn đáng kể so với các bang miền Tây (5,6%) trong năm 2016.

Tỷ lệ thất nghiệp ở độ tuổi thanh niên của Đức là 5,3% trong năm 2015. Hệ thống đào tạo nghề của Đức đã thu hút sự quan tâm quốc tế như một nhân tố quan trọng trong lực lượng lao động có tay nghề cao của Đức và tỷ lệ thất nghiệp ở độ tuổi thanh niên luôn ở mức thấp. Cái gọi là "đào tạo nghề kép" của Đức, là sự kết hợp của các khóa học lý thuyết được dạy tại trường học và ứng dụng thực tế tại nơi làm việc, dạy và phát triển nhiều kỹ năng mà người sử dụng lao động cần. Mỗi năm, có hơn 500.000 vị trí học nghề có sẵn trong hơn 340 ngành nghề được công nhận trong tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế và hành chính công. Khoảng 50% học sinh ở mọi lứa tuổi chọn để bắt đầu học nghề. Chính phủ đang thúc đẩy các cơ hội nghề nghiệp, hợp tác với ngành công nghiệp, thông qua "Hiệp ước quốc gia để thúc đẩy đào tạo và công nhân lành nghề trẻ".

Một yếu tố của mối quan tâm ngày càng tăng đối với doanh nghiệp Đức là một lực lượng lao động thu hẹp do dân số hóa già, đặc biệt là đối với lao động có tay nghề cao. Dự báo chính thức theo lệnh của Bộ Lao động và Xã hội Liên bang dự đoán rằng dân số trong độ tuổi lao động hiện tại sẽ giảm gần 3 triệu người trong giai đoạn 2010-2030 dẫn đến tình

trạng thiếu lao động. Sự tắc nghẽn lao động đã trở thành hiện thực trong một số ngành, nghề và khu vực nhất định. Theo Cơ quan tuyển dụng liên bang, các bác sĩ, y tá lão khoa và kỹ sư cơ khí, ô tô và điện cũng như các chuyên gia CNTT đang thiếu hụt. Chính phủ đã bắt đầu tăng cường những nỗ lực của mình để đảm bảo cung cấp lao động đầy đủ bằng cách cải thiện các chương trình hội nhập phụ nữ, người già, thanh niên cũng như người nước ngoài vào thị trường lao động. Chính phủ cũng đã tạo điều kiện cho việc nhập cư của các công nhân có trình độ.

Tỷ lệ di cư thuần của người nước ngoài (tổng số người nhập cư trừ đi số người di cư) tăng từ mức thấp năm 2008 là 10.700 đến 890.000 trong năm 2015, tăng gần 50% so với năm trước. Trong năm 2016, con số này đã giảm xuống còn 280.000 người nước ngoài theo Bộ Nội vụ Liên bang Đức. Trong khi những năm gần đây phần lớn người nhập cư đến từ các nước thành viên EU khác chọn Đức do tình hình thị trường lao động lạc quan, phần lớn người chuyển đến trong năm 2015 và 2016 là những người tị nạn/những người đi tìm nơi an toàn. Một dự báo mới nhất năm 2016 do Bộ Lao động và Xã hội Liên bang đưa ra dự đoán rằng việc di dân của người tị nạn sẽ tăng dân số lên gần 1,4 đến 2,1 triệu người cho đến năm 2030. Do đó tăng trưởng kinh tế hàng năm sẽ cao hơn 0,25% so với khi chưa có lượng người nhập cư. Số lượng việc làm sẽ tăng thêm 1,2 triệu người, nhưng tỷ lệ thất nghiệp cũng có khả năng tăng lên trừ khi người tị nạn hội nhập được vào thị trường lao động.

Quan hệ lao động

Sự hợp tác và quan hệ đối tác của các hiệp hội lao động và hiệp hội sử dụng lao động được coi là một yếu tố cơ bản của nền kinh tế thị trường xã hội Đức và đã góp phần vào khả năng phục hồi của đất nước trong cuộc khủng hoảng tài chính và kinh tế.

Liên hiệp lao động Đức thường có tính cách xây dựng trong sự tương tác của họ với người sử dụng lao động. Vì an toàn công việc cho các thành viên từ lâu đã là mục tiêu cốt lõi cho các liên đoàn lao động Đức, họ tỏ ra thận trọng trong thương lượng tập thể trong

thời kỳ kinh tế yếu kém. Trong vài năm qua, Đức đã trải qua một sự gia tăng đáng kể con số kiện cáo lao động, tuy nhiên, khi các công đoàn muốn người lao động được hưởng lợi từ sự phục hồi kinh tế mạnh mẽ của Đức. Theo Viện nghiên cứu kinh tế và xã hội (WSI), khoảng 2 triệu ngày làm việc đã bị mất trong năm 2015, con số cao nhất kể từ năm 1992, và gấp ba lần so với năm trước. Con số này giảm xuống còn 462.000 người vào năm 2016. Tất cả công nhân đều có quyền đình công, ngoại trừ công chức (kể cả giáo viên và cảnh sát) và nhân viên ở các vị trí nhạy cảm hoặc cần thiết, chẳng hạn như thành viên của lực lượng vũ trang.

Hiến pháp, luật liên bang và các quy định của chính phủ có các điều khoản được thiết kế để bảo vệ quyền lợi của người lao động để thành lập và tham gia các công đoàn độc lập do họ lựa chọn. Phần lớn các công nhân được tổ chức thành công đoàn là các thành viên của một trong 8 công đoàn lớn nhất - phần lớn được phân loại theo ngành công nghiệp hoặc dịch vụ - là các chi nhánh của Liên đoàn Công đoàn Đức (Deutscher Gewerkschaftsbund, DGB). Ngoài DGB vẫn có một số công đoàn nhỏ hơn. Tuy nhiên, toàn bộ các thành viên công đoàn đã bị suy giảm trong vài năm qua. Trong năm 2013, ít hơn 18% lực lượng lao động thuộc về công đoàn. Kể từ khi đạt đỉnh điểm vào khoảng 12 triệu thành viên ngay sau khi thống nhất nước Đức, tổng số thành viên công đoàn DGB đã giảm xuống còn 6 triệu. Tuy nhiên, IG Metall, công đoàn lớn nhất của Đức với 2,3 triệu thành viên, công đoàn ngành dịch vụ Ver.di có uy thế (2,01 triệu thành viên), công đoàn ngành giáo dục GEW và công đoàn cảnh sát GDP đều đã tăng số lượng thành viên năm 2016.

Hiến pháp và pháp luật cho phép bảo vệ quyền thương lượng tập thể và các thỏa thuận ràng buộc pháp lý với các bên. Thỏa ước thương lượng tập thể trong năm 2014 bao phủ khoảng 58% tổng số nhân viên, 60% lực lượng lao động ở phía Tây của Đức và khoảng 47% ở phía Đông. Trung bình, các thỏa ước thương lượng tập thể ở Đức có hiệu lực 21,1 tháng trong năm 2015.

Thỏa thuận thương lượng tập thể kết thúc năm 2016 đã tăng 2,4% trong năm 2016. Mức

thương lượng tập thể dẫn đến mức tăng lương thực tế là 1,9% trong năm 2016 so với tỷ lệ lạm phát 0,5%. Công đoàn đã đạt được mức tăng lương cao hơn mức lạm phát kể từ năm 2009.

Chi phí lao động tăng 2,5% trong năm 2016. Với chi phí lao động trung bình là 32,70 €/giờ, Đức vẫn đứng thứ 8 trong số 28 nước thành viên EU (mức lương trung bình EU là 25,90 €/giờ) trong năm 2015. Kể từ khi giới thiệu đồng tiền chung châu Âu, tăng chi phí lao động ở Đức vẫn thấp hơn đáng kể so với mức trung bình của EU.

Mức lương tối thiểu theo luật định của Đức là 8,50 €/giờ (9,06 USD/giờ) có hiệu lực từ tháng 1/2015 và tăng lên 8,84 €/giờ (9,43 USD/giờ) từ ngày 1/1/2017. Luật mới miễn trừ những người trẻ dưới 18 tuổi, người thất nghiệp dài hạn trong 6 tháng đầu của họ với một công việc mới, và người học nghề - bất kể tuổi tác của họ - đang trong quá trình học nghề.

Theo luật, công nhân có thể bầu một nhóm đại diện cho người sử dụng lao động và người lao động ở bất kỳ công ty tư nhân nào sử dụng ít nhất 5 người. Quyền của nhóm đại diện này bao gồm quyền được thông báo, được tư vấn và tham gia các quyết định của công ty. Nhóm đại diện này thường giúp người lao động và ban quản lý giải quyết vấn đề trước khi họ trở thành tranh chấp và làm gián đoạn công việc. Ngoài ra, luật “đồng quyết định” cung cấp cho lực lượng lao động ở các công ty cỡ vừa hoặc lớn (các công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty hợp danh giới hạn bởi cổ phần, hợp tác xã và công ty bảo hiểm tương hỗ) đại diện biểu quyết đáng kể dựa vào ban giám sát của công ty. Sự đồng quyết định này trong ban giám sát mở rộng cho tất cả các hoạt động của công ty.

Thông tin liên hệ:

Minister-Counselor for Commercial Affairs

Clayallee 170, 14191 Berlin, Germany

+49-(0)30-8305-1900



office.berlin@trade.gov

Chương 6: Tài trợ thương mại và dự án

Phương thức thanh toán

Phần lớn những giao dịch nhập khẩu của các công ty Đức, đặc biệt là những nhà phân phối lớn, được thực hiện theo thời hạn thanh toán thỏa thuận giữa người mua và người bán, thường là theo thời hạn thanh toán 30/60/90 ngày hoặc thanh toán dựa vào chứng từ. Công nghệ hiện nay làm cho các nghiệp vụ chuyển khoản trực tuyến khá an toàn và rõ ràng minh bạch.

Thư tín dụng vẫn còn được sử dụng trong một số ngành công nghiệp nhưng hiện giờ chỉ được dùng cho một phần nhỏ trong tổng giao dịch nhập khẩu, nguyên nhân phần lớn là do chi phí thanh toán và yêu cầu về mặt thời gian khi dùng thanh toán bằng L/C và còn do việc có được các đánh giá tín nhiệm tại Đức một cách dễ dàng đã làm tăng tính minh bạch và an toàn trong giao dịch thanh toán. L/C cho các khoản thanh toán dưới 5.000 USD hầu như không được biết đến tại Đức. Thanh toán trước bằng tiền mặt vẫn còn rất ít trong thanh toán nhập khẩu của Đức mặc dù tình trạng ảm đạm của nền kinh tế Đức gần đây đã dẫn đến sự tăng lên số các công ty gặp khó khăn về tài chính mà các điều khoản của thanh toán này áp đặt lên.

Tín dụng bảo hiểm tư nhân và nhà nước đều có tại Đức. Euler Hermes, Coface và Atradius nằm trong số các công ty tư nhân không chỉ cung cấp tín dụng bảo hiểm mà còn cung cấp dịch vụ phân loại và ghi nợ. Staatliche Kreditversicherung (Hermes-Buergschaften) là công ty nhà nước chính về tín dụng bảo hiểm, do Euler Hermes quản lý, chịu trách nhiệm về xuất khẩu của Đức sang các nước có nguy cơ cao về chính trị và an ninh quốc gia.

Nói chung, các công ty của Đức vẫn tiếp tục có được uy tín khá tốt về tính thanh khoản và quản lý tín dụng. Tuy nhiên, tình hình kinh tế vĩ mô của Đức (cơ cấu thất nghiệp cao, sự phá sản của các tập đoàn tăng lên, công nợ cao, tình hình kinh doanh ế ẩm tăng lên) đã

làm tăng khả năng không trả được nợ của các công ty nhập khẩu Đức. Nguy cơ vỡ nợ có phần cao hơn tại các công ty ở Đông Đức nhưng không đồng đều.

Cách thức hoạt động của hệ thống ngân hàng

Đức có cơ sở hạ tầng về những dịch vụ tài chính không có tính phân biệt đối xử và rất phát triển. Hệ thống ngân hàng toàn cầu của Đức cho phép có hơn 39.000 trụ sở ngân hàng tại quốc gia này không chỉ thực hiện giao dịch tiền gửi và cho vay khách hàng mà còn dùng để kinh doanh chứng khoán.

Hệ thống ngân hàng truyền thống của Đức gồm cổ phần của ngân hàng và ngành công nghiệp cũng như mức vay ngân hàng cao liên quan đến trợ cấp vốn bằng cách bán cổ phiếu, cho phép các ngân hàng Đức tạo ra ảnh hưởng lớn cho ngành công nghiệp trong quá khứ.

Các ngân hàng tư nhân kiểm soát khoảng 30% thị trường trong khi ngân hàng tiết kiệm nhà nước chỉ liên kết phần nào với chính quyền nhà nước và chính quyền địa phương chiếm khoảng 50% giao dịch ngân hàng, còn ngân hàng liên doanh chiếm phần còn lại. Ba loại ngân hàng này cung cấp tất cả các dịch vụ ngân hàng cho khách hàng. Ngân hàng nhà nước KfW cung cấp những dịch vụ tín dụng đặc biệt như cho vay thế chấp mua nhà, đứng ra bảo lãnh cho các công ty vừa và nhỏ, tài trợ cho những dự án ở các vùng chịu nhiều thiệt thòi tại Đức và tài trợ xuất khẩu cho những dự án ở những quốc gia đang phát triển.

Các ngân hàng nhà nước ở địa phương ("Landesbanken") chịu tác động mạnh nhất của cuộc khủng hoảng kinh tế và có tương lai không ổn định. Cuộc khủng hoảng tài chính này còn khởi sự cho quá trình hợp nhất quan trọng của hệ thống ngân hàng Đức khi Commerzbank mua lại ngân hàng Dresdner, Deutsche Bank tiếp quản Postbank còn ngân hàng UniCredit mua lại Hypovereinsbank. Việc hợp nhất này thực sự đã làm giảm số ngân hàng đứng đầu của Đức xuống chỉ còn 2 (Deutsche Bank và Commerzbank).

Kiểm soát tỷ giá hối đoái

Chính quyền Đức không thiết lập bất cứ hình thức kiểm soát nào về mua bán ngoại tệ.

Tài trợ dự án

Đức có các học viện và cơ cấu tổ chức tài chính để hỗ trợ cho việc phát triển các dự án cơ sở hạ tầng lớn. Tuy nhiên, số lượng các tổ chức về tài chính dự án của Đức khá khiêm tốn so với các quốc gia Châu Âu khác, cụ thể là Anh và Pháp. Mặc dù công nợ tăng lên của chính quyền liên bang Đức và chính quyền địa phương dường như ủng hộ loại tài trợ này nhưng những điều kiện kinh tế khó khăn cũng đã hạn chế suất thu lợi của các công ty phát triển tài chính dự án tiềm năng. Ngoài ra, cơ cấu tổ chức liên bang và pháp lý phức tạp của Đức cũng là những yếu tố tạo ra sự hạn chế trên và làm cho việc tài trợ cấu trúc dự án khó khăn hơn những quốc gia khác.

Tập đoàn ngân hàng KfW (KfW Bank Group-Kreditanstalt fuer Wiederaufbau), thuộc sở hữu nhà nước, là một trong những cơ quan chủ yếu của Đức tích cực tạo điều kiện thuận lợi cho việc tài trợ dự án, cơ quan này đóng vai trò chính trong hầu hết tất cả các ngành công nghiệp, các ngân hàng thương mại như Commerzbank và nhiều ngân hàng tiết kiệm do nhà nước và chính quyền địa phương kiểm soát (Landesbanken) đặt trụ sở tại miền Bắc nước Đức.

Tập đoàn ngân hàng KfW trong đó có Ngân hàng KfW IPEX chịu trách nhiệm hỗ trợ tổ hợp các dự án thiết kế và tài trợ xây dựng cơ sở hạ tầng tại Đức và nước ngoài. Một thành viên khác trong tập đoàn ngân hàng KfW, ngân hàng Phát triển KfW (Foerderbank), giúp chính quyền tự quản của các thành phố/đô thị về tài trợ dự án cơ sở hạ tầng.

Chương 7: Quan hệ kinh tế Việt Nam – Đức và những nhóm hàng xuất nhập khẩu hàng đầu

Quan hệ ngoại giao với Đức

Việt Nam và Cộng hoà Liên bang Đức chính thức thiết lập quan hệ Ngoại giao cấp Đại sứ ngày 23/9/1975. Từ đầu những năm 1990 đến nay, quan hệ giữa hai nước phát triển tốt. Hai bên đã trao đổi nhiều đoàn quan trọng, trong đó đáng lưu ý là các đoàn cao cấp:

- Thủ tướng Võ Văn Kiệt thăm Đức (26 - 30/6/1993).
- Chủ tịch Quốc hội Nông Đức Mạnh thăm Đức (19 - 21/10/1993).
- Thủ tướng Đức Helmut Kohl thăm Việt Nam (16 - 19/11/1995).
- Thủ tướng Phan Văn Khải thăm Đức (10 - 14/10/2001).
- Chủ tịch Quốc hội liên bang Đức Wolfgang Thierse thăm Việt Nam (2 - 6/12/2001).
- Thủ tướng Gerhard Schroeder thăm Việt Nam (14-15/5/2003)
- Tổng bí thư Nông Đức Mạnh thăm Đức (1 -5/3/2004)
- Thủ tướng Đức Gerhard Schroeder thăm Việt Nam (11-13/10/2004)
- Năm 2005, Việt Nam đã tổ chức chương trình “Những ngày Việt Nam tại CHLB Đức”
- Bộ trưởng Bộ Ngoại giao Đức, Tiến sĩ Frank-Walter Steinmeier thăm Việt Nam (2/2008)
- Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm và làm việc chính thức tại Đức (3/2008)
- Bộ trưởng Ngoại giao Đức, Guido Westerwelle thăm Việt Nam (2011)
- Thủ tướng Đức Angela Merkel thăm và làm việc tại Việt Nam (11-12/10/2011)
- Phó Thủ tướng và Bộ trưởng Kinh tế và Công nghệ Đức thăm và làm việc tại Việt

Nam (17/9/2012)

- Chủ tịch Quốc hội Nguyễn Sinh Hùng thăm Đức (12-13/3/2013)
- Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng thăm Đức (tháng 9/2014)
- Bộ trưởng Bộ Kinh tế và Năng lượng Liên bang, Sigmar Gabriel thăm Việt Nam (18-22/11/2014)
- Chủ tịch nước Trương Tấn Sang thăm Đức (tháng 11/2015)
- Chủ tịch đoàn Nghị sỹ Liên minh CDU/CSU tại Quốc hội Đức Volker Kauder thăm Việt Nam (8/2015)
- Bộ trưởng Ngoại giao Đức Frank-Walter Steinmeier thăm Việt Nam (10/2016)
- Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc thăm Đức (7/2017)
- Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh thăm Đức (2/2019)
- Bộ trưởng Kinh tế Liên bang Peter Altmaier thăm Việt Nam (03/2019)
- Quốc vụ khanh Bộ Ngoại giao Đức Andreas Michaelis thăm Việt Nam và làm việc với Phó Thủ tướng, Bộ trưởng Ngoại giao Phạm Bình Minh (12/2019).

Năm 2014, quan hệ thương mại Việt – Đức đã có bước tăng trưởng đáng kể nhờ hàng loạt các hiệp định quan trọng đã ký kết, gồm Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, các hiệp định hợp tác hàng hải, hàng không.

Hai nước có quan điểm tương đồng trong các vấn đề quốc tế lớn, thường xuyên trao đổi, phối hợp trong các diễn đàn đa phương. Không có vướng mắc hoặc những vấn đề cần giải quyết do lịch sử để lại.

Từ nhiều năm nay Đức là một trong những đối tác quan trọng nhất của ta ở Châu Âu. Chính giới Đức, dù là đảng cầm quyền hay đối lập, đều đánh giá cao sự phát triển và vị trí của Việt Nam ở khu vực Đông Nam Á. Sự tin cậy và hiểu biết lẫn nhau giữa hai nước ngày càng được tăng cường thông qua duy trì trao đổi đoàn cấp cao và cơ chế tham vấn

chính trị giữa hai Bộ Ngoại giao (cấp Thứ trưởng và cấp Vụ trưởng Vụ khu vực) được thiết lập từ 2008. Trong chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Đức Angela Merkel (tháng 10/2011), Thủ tướng hai nước đã ký Tuyên bố chung Hà Nội về việc thiết lập quan hệ Đối tác chiến lược, trong đó đề ra các mục tiêu và biện pháp cụ thể tăng cường hợp tác trong các lĩnh vực ưu tiên.

Quan hệ thương mại với Việt Nam

Nền kinh tế Đức đứng thứ 4 thế giới và lớn nhất trong EU, Đức là một trong những đối tác quan trọng nhất ở châu Âu, chiếm 19% xuất khẩu của Việt Nam sang EU, đồng thời cũng là cửa ngõ trung chuyển quan trọng của hàng hóa Việt Nam sang các thị trường khác ở châu Âu. Chính giới Đức, dù là đảng cầm quyền hay đối lập, đều đánh giá cao sự phát triển và vị trí của Việt Nam ở khu vực Đông Nam Á. Là nền kinh tế hướng tới xuất khẩu, Đức coi Việt Nam là thị trường có tiềm năng phát triển nhanh ở châu Á (chỉ sau Trung Quốc và Ấn Độ).

Việc Quốc hội nước ta vừa phê chuẩn Hiệp định Thương mại tự do Liên minh châu Âu – Việt Nam (EVFTA) là bước khởi đầu tương đối thuận lợi, song các doanh nghiệp vẫn cần vận dụng và triển khai một số nội dung để có thể tối ưu hóa cơ chế do EVFTA đem lại.

EVFTA là một cơ chế bổ sung hoàn thiện cho Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và trong bối cảnh đó, Việt Nam và Đức đã cơ bản hoàn thiện ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế Việt – Đức trong năm 2020 và đây là dấu ấn quan trọng nhân kỷ niệm 45 năm thiết lập quan hệ ngoại giao giữa Việt Nam và Đức. Về mặt kinh tế, EVFTA là điểm nhấn và nét hoàn thiện cho cơ chế về hợp tác kinh tế của WTO, Liên minh châu Âu (EU) cũng như quan hệ kinh tế, thương mại Việt Nam – Đức; có tác động tích tới nhiều lĩnh vực liên quan kinh tế, tài chính, dịch vụ và sản xuất giữa Việt Nam-Đức cũng như EU và châu Á nói chung.

Trong những năm gần đây, Đức đã trở thành đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam với kim ngạch song phương năm 2019 lên tới hơn 15 tỷ USD, trong đó xuất khẩu đạt gần

11 tỷ USD. Do vậy, đây là thị phần quan trọng và rất đáng quan tâm với các doanh nghiệp và nhà đầu tư Việt Nam. Đức có vai trò quan trọng trong EU và là thị trường truyền thống, có hợp tác lâu đời trên tất cả các mặt hàng thế mạnh xuất khẩu của Việt Nam sang EU. Để triển khai và vận dụng tốt cơ chế thuận lợi của EVFTA, các doanh nghiệp cần lưu ý một loạt vấn đề, từ quy trình sản xuất (phát triển nguyên liệu đến gia công chế biến) cũng như đẩy mạnh chuỗi cung ứng. Thứ nhất, các doanh nghiệp có thể tận dụng lợi thế từ vấn đề nguyên liệu tại chỗ hay nguyên liệu nhập khẩu, kể cả trong vấn đề sơ chế nguyên liệu để có được nguồn nguyên liệu tốt, ổn định cho sản xuất. Thứ hai, các doanh nghiệp có thể tận dụng lợi thế từ vấn đề áp dụng máy móc, thiết bị và khoa học công nghệ để có thể đẩy mạnh, gia tăng năng suất, hàm lượng công nghệ cũng như giá trị cho các sản phẩm xuất khẩu chủ chốt, đáp ứng các yêu cầu về y tế, vệ sinh an toàn thực phẩm. Điểm thứ ba là có thể vận dụng tốt cơ chế từ thỏa thuận thương mại tự do và cơ chế ủy ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế để tạo thuận lợi cho việc xâm nhập hàng hóa Việt Nam vào thị trường Đức cũng như châu Âu nói chung. Ngoài ra, có thể bổ sung các chương trình, đề án như "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam", đề án phân phối Logistics và của các cơ chế ủy ban hỗn hợp, qua đó có thể vận dụng tối ưu, đem lại lợi ích thiết thực cho các doanh nghiệp cả về sản xuất và dịch vụ thương mại, tạo tiền đề tốt cho hợp tác kinh tế giữa Việt Nam với Đức cũng như với EU. Một điểm quan trọng nữa là cần phải xây dựng chính sách, điều kiện cụ thể cho từng địa bàn, từng nhóm doanh nghiệp.

Bên cạnh đó, điều hết sức quan trọng là các doanh nghiệp cần tự điều chỉnh và thích ứng với nhu cầu thị trường. Tận dụng lợi thế từ việc giảm thuế theo EVFTA để có thể giảm chi phí, giúp gia tăng nhu cầu tiêu dùng của khách hàng cũng như của thị trường.

- **Kim ngạch ngoại thương Việt Nam - CHLB Đức giai đoạn 2015-2019**

<i>DVT: Ngàn USD</i>	2015	2016	2017	2018	2019
Việt Nam xuất sang Đức	8.924,402	9.745,278	10.887,622	11.552,172	10.901,382

Việt Nam nhập từ Đức	2.528,345	2.879,549	3.952,080	4.813,182	4.795,044
Kim ngạch XNK	11.452,747	12.624,827	14.839,702	16.365,354	15.696,426

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê

Comtrade.

Là một thành viên của EU, Đức áp dụng chính sách thương mại chung của EU đối với Việt Nam. Theo đó, nhiều chủng loại hàng hoá của Việt Nam được hưởng thuế suất ưu đãi GSP (trừ một số hàng nông sản trong đó có gạo). Chỉ có một số ít các biện pháp hạn chế nhập khẩu phi thuế còn áp dụng, bao gồm:

- + Tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm cao đối với hàng thủy sản (theo quy định của EU đối với tất cả các nguồn thủy sản nhập khẩu)
- + Giấy phép đối với gạo và thuốc chữa bệnh.
- + Kiểm tra kép đối với các sản phẩm giấy dếp (nhằm mục đích chống gian lận thương mại, đề phòng các trường hợp giấy dếp của các nước khác xuất sang EU nhưng dùng C/O Việt Nam giả để được hưởng thuế suất ưu đãi GSP).

Bên cạnh đó, thái độ và chính sách của Đức đối với cộng đồng doanh nhân người Việt tại Đức tương đối thuận lợi. Mặc dù kim ngạch XNK với Việt Nam chỉ chiếm một phần nhỏ trong tổng giá trị kim ngạch ngoại thương của Đức, nhưng Đức vẫn coi Việt Nam là một thị trường tiềm năng và là bạn hàng quan trọng trong tương lai gần.

Đức là một thị trường rất lớn, phát triển bền vững và có chính sách thương mại mở. Mặc dù kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Đức còn rất nhỏ bé so với các nước khác trong khu vực nhưng tốc độ tăng trưởng hàng năm đạt khá.

Tuy nhiên, hợp tác thời gian qua vẫn chưa xứng với tiềm năng của hai nước. Vì vậy, bản tuyên bố nâng tầm quan hệ lên đối tác chiến lược vừa được ký kết đã đặt dấu mốc mới quan trọng trong lịch sử quan hệ Việt - Đức.

Qua đó, hướng trọng tâm vào 5 lĩnh vực hợp tác then chốt: Hợp tác chính trị chiến lược; thương mại và đầu tư; tư pháp và pháp luật; phát triển và bảo vệ môi trường; giáo dục, khoa học, công nghệ, văn hóa, truyền thông và xã hội. Đúng như Thủ tướng A. Merkel đã nói: "Đó chính là nền móng mới để hai nước mở rộng hợp tác trên tất cả các lĩnh vực ở tầm cao chiến lược".

Trong các nước EU và kể cả toàn châu Âu, Đức là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam. Kim ngạch ngoại thương Việt - Đức đóng góp 28% kim ngạch ngoại thương Việt Nam – EU. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tham gia thường kỳ các triển lãm, hội chợ quốc tế tại Đức như Anuga Colonge, Tendence, Koblenz, Resale Frankfurt, Expo Hannover. Thông qua các hội chợ, triển lãm này các doanh nghiệp Việt Nam đã thiết lập được nhiều quan hệ bạn hàng, ký được nhiều hợp đồng với các nhà nhập khẩu Đức cũng như với các doanh nhân nước ngoài khác.

- **Những nhóm hàng xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam sang Đức**

Xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang Đức đã tăng trưởng 6%/năm trong giai đoạn 2015-2019. Riêng trong năm 2019, Việt Nam đã xuất khẩu lượng hàng hóa trị giá khoảng 10,901 tỷ USD sang Đức, đứng thứ 25 trong số hơn 200 quốc gia xuất khẩu vào Đức, giảm 6% so với năm 2018, chiếm 0,9% trong tổng nhập khẩu của Đức. Các mặt hàng xuất khẩu chính là thiết bị điện-điện tử, giày dép, hàng may mặc, đồ nội thất, thủy hải sản, cà phê, trà, và nhiều loại nông sản khác.

- **Các sản phẩm xuất khẩu chính của Việt Nam vào thị trường Đức**

Đơn vị tính: Ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm 2019	Tăng trưởng hàng năm 2015-	Thị phần trong tổng nhập khẩu của Đức-2019,
	Tổng cộng	10.901.382	6	1
85	Thiết bị điện- điện tử	3.146.010	3	2
64	Giày, dép, ghệt và các sản phẩm tương tự;	2.016.522	7	16
84	Nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận của chúng	983.699	7	1
62	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không	955.853	4	5
61	Quần áo và hàng may mặc phụ trợ, dệt kim hoặc móc	485.542	16	3
09	Cà phê, trà và gia vị	442.076	-6	11
42	Các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch; túi xách, các sản phẩm làm từ ruột động vật và các sản phẩm tương tự	322.224	7	7
08	Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dưa	279.964	19	3

94	Đồ nội thất; đèn và bộ đèn; biển đèn tên được chiếu sáng; các cấu kiện nhà lắp ghép	249.268	2	1
90	Dụng cụ, thiết bị và máy quang học, nhiếp ảnh, điện ảnh, đo lường, kiểm tra độ chính xác, y tế hoặc phẫu thuật,...	240.864	22	1
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	188.006	2	0

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

- **Các mặt hàng xuất khẩu chính**

- 1. Thiết bị điện – điện tử (HS.85)**

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế giới	124.422.759	130.624.922	145.974.142	159.502.590	151.425.861
Nhập khẩu từ	2.912.416	3.327.633	3.754.166	3.806.663	3.189.131

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade

Việt Nam là nguồn cung ứng thứ 17 tại thị trường Đức về nhóm hàng thiết bị điện – điện tử (HS.85) với tổng lượng xuất khẩu sang thị trường Đức đạt khoảng 3,19 tỷ USD trong năm 2019 chiếm 2,2% trong tổng nhập khẩu của Đức về nhóm hàng này. Trong năm 2019, nhà cung cấp lớn nhất cho Đức về nhóm hàng này là Trung Quốc với 36,96 tỷ USD (chiếm 25,4% trong tổng nhập khẩu của Đức về nhóm hàng này).

Mặc dù, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng khá nhỏ trong suốt thời kỳ 2015-2019, với 3%/năm so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc (7%), Hoa Kỳ (7%), CH Séc(5%), Hungary (12%), Ba Lan (5%), Nhật Bản (4%), Đài Loan (8%) và Malaysia (8%) nhưng tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này trong năm 2019 đã giảm khá nhiều (-16%) so với năm 2018. Trong khi đó, năm 2019, mức tăng trưởng của Trung Quốc giảm 1%, Hoa Kỳ tăng 1%, CH Séc giảm 7%, Hungary (0%), Ba Lan giảm 2%, Nhật Bản giảm 6%, Đài Loan giảm 7% và Malaysia giảm 5% so với năm 2018.

Các sản phẩm chính trong nhóm hàng này là điện thoại di động và điện thoại dùng cho mạng không dây khác (HS.8517); mạch điện tử tích hợp (HS.8542); Đi-ốt, tranzito và các thiết bị bán dẫn (HS.8541); Micro và giá đỡ micro, loa đã hoặc chưa lắp ráp vào trong loa, tai nghe có khung chụp qua đầu và tai nghe không có khung chụp qua đầu (HS.8518); màn hình và máy chiếu, không gắn với thiết bị thu dùng trong truyền hình (HS.8528);...

2. Giày dép (HS.64)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế giới	10.583.977	11.180.353	12.507.009	13.203.500	13.275.162
Nhập khẩu từ VN	1.568.260	1.683.440	1.938.858	1.990.218	2.128.028

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 2 về nhóm hàng giày dép sang Đức trong năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 2,017 tỷ USD, tăng 5% so với năm 2018, chiếm 16,2% trong tổng nhập khẩu giày dép của Đức.

Với thị phần lên tới 23,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 2,932 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 3 là Ý chiếm 10,5% với trị giá xuất khẩu 1,303 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng giày dép tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng tương đối khá 7%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc chỉ đạt 2%/năm và Ý 8%/năm, Myanmar là quốc gia có tốc độ tăng trưởng khá cao 75%/năm tiếp theo là Thụy Sĩ 46%/năm, Ba Lan 21%, Cambodia 16%. Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm hàng này là giày mũ vải (HS.6404) đạt 916,450 triệu USD, kế đến là giày mũ da (HS.6403) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 624,547 triệu USD, giày đế và mũ giày bằng nhựa hoặc cao su (HS.6402) đạt 458,453 triệu USD...

3. Nội hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận (HS.84)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu	133.529.218	136.600.446	149.636.920	165.367.365	160.080.887
Nhập khẩu	801.251	860.986	963.434	1.102.996	999.846

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng thứ 26 về nhóm hàng nội hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận chúng (HS.84) sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 999,846 triệu USD, giảm 10% so với năm 2018, chiếm 0,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng nội hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận chúng (HS.84) của Đức.

Với thị phần 17,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 26,87 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Hoa Kỳ chiếm 10,7% với trị giá xuất khẩu 16,27 tỷ USD, CH Séc đứng thứ 3 chiếm 6,5% với trị giá xuất khẩu 9,931 tỷ USD, đứng thứ 4 là Ý chiếm 5,7% với trị giá xuất khẩu 8,709 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng nội hơi, máy móc và trang thiết bị cơ khí, các bộ phận chúng (HS.84) tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 7%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 5%/năm, Hoa Kỳ tăng 11%/năm, CH Séc tăng 10%, Ý tăng 5%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm hàng này là máy in, máy photocopy (HS.8443) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 451,140 triệu USD; kế đến là máy tính xách tay, thiết bị và bàn phím và máy đọc mã vạch (HS.8471) đạt 318,679 triệu USD; máy khâu, máy may (HS.8452) đạt 83,34 triệu USD...

4. Xuất khẩu quần áo và hàng may mặc phụ trợ, không dệt kim hoặc móc (HS.62)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế giới	17.019.569	17.493.559	18.495.676	19.690.767	19.348.019
Nhập khẩu từ	836.948	830.067	890.533	988.744	986.735

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 4 về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.62) sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 0,986 tỷ USD, giảm 2% so với năm 2018,

chiếm 5,2% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.62) của Đức.

Với thị phần lên tới 25,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 4,706 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Bangladesh chiếm 12,9% với trị giá xuất khẩu 2,39 tỷ USD, Thổ Nhĩ Kỳ đứng thứ 3 chiếm 14,3% với trị giá xuất khẩu 2,633 tỷ USD, đứng thứ 4 là Thổ Nhĩ Kỳ chiếm 7,9% với trị giá xuất khẩu 1,451 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng quần áo và hàng may mặc phụ trợ không dệt kim hoặc móc (HS.62) tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 4%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc giảm 1%/năm, Bangladesh tăng 8%, Thổ Nhĩ Kỳ tăng 2% và Ý tăng 4%.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm hàng này là bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, áo jacket, blazer, áo váy, chân váy, chân váy dạng quần, quần ống chèn và quần soóc dùng cho phụ nữ hoặc trẻ em gái (HS.6204) đạt 181,108 triệu USD; kế đến là bộ com-lê, bộ quần áo đồng bộ, jacket, áo khoác thể thao, quần dài, quần yếm có dây đeo, quần sóc dành cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS.6203) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 172,218 triệu USD; áo khoác áo khoác ngoài, áo choàng cho nữ mặc khi đi xe (HS.6202) đạt 156,559 triệu USD; áo khoác ngoài, áo choàng mặc khi đi xe, áo khoác không tay, áo choàng không tay, áo khoác có mũ trùm, áo gió, áo jacket chống gió và các loại tương tự dùng cho nam giới hoặc trẻ em trai (HS.6201) đạt 113,773 triệu USD;...

5. Quần áo và hàng may mặc phụ trợ dệt kim hoặc móc (HS.61)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ	16.965.911	17.467.314	19.051.641	20.233.915	19.635.639

Nhập khẩu từ	265.185	331.372	383.899	462.576	504.714
--------------	---------	---------	---------	---------	---------

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nguồn cung ứng đứng thứ 9 tại thị trường Đức về nhóm may mặc dệt kim hoặc móc (HS.61) với tổng lượng xuất khẩu sang thị trường Đức đạt khoảng 504,714 triệu USD trong năm 2019 chiếm khoảng 2,6% trong tổng nhập khẩu của Đức về nhóm hàng này. Trong năm 2019, nhà cung cấp lớn nhất cho Đức nhóm hàng này là Trung Quốc với 4,212 tỷ USD (chiếm 22,3% trong tổng nhập khẩu của Đức về nhóm hàng này).

Mặc dù, Việt Nam có tốc độ tăng trưởng tương đối khá trong suốt thời kỳ 2015-2019, với 16%/năm so với các đối thủ cạnh tranh Trung Quốc tăng 1%, Bangladesh tăng 8%, Thổ Nhĩ Kỳ giảm 1%, Campuchia tăng 8%, Ý tăng 7%, Ấn Độ tăng 5%, Hà Lan giảm 11%, Pakistan tăng 18%, nhưng tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam về nhóm hàng này trong năm 2019 đã tăng tương đối khá 9% so với năm 2018. Trong khi đó, tốc độ tăng trưởng năm 2019 của Trung Quốc giảm 4%, Bangladesh giảm 4%, Thổ Nhĩ Kỳ giảm 10%, Campuchia giảm 11%, Ý giảm 1%, Ấn Độ giảm 11%, Hà Lan giảm 3%, Pakistan tăng 18% so với năm 2018.

Sản phẩm chính trong nhóm hàng này là áo phông, áo may ô và các loại áo lót khác, dệt kim hoặc móc (HS.6109) với trị giá xuất khẩu 97,508 triệu USD; kế đến là bộ com-plê, bộ quần áo đồng bộ (HS.6104) với giá trị xuất khẩu 91,818 triệu USD; áo bó, áo chui đầu, áo caedigan, gi-lê và các mặt hàng tương tự, dệt kim hoặc móc (HS.6110) với trị giá xuất khẩu 90,751 triệu USD; áo sơ mi nam giới hoặc trẻ em trai, dệt kim hoặc móc (HS.6105) với giá trị xuất khẩu đạt 43,238 triệu USD; áo khoác dài, áo gió, áo jacket dùng cho phụ nữ và trẻ em (HS.6102) với trị giá xuất khẩu 32,687 triệu USD; bộ quần áo thể thao, bộ quần áo trượt tuyết và bộ quần áo bơi, dệt kim hoặc móc (HS.6112) với giá trị xuất khẩu 23,700 triệu USD...

6. Cà phê, trà và gia vị (HS.09)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế giới	4.638.333	4.589.056	4.826.919	4.468.492	4.132.726
Nhập khẩu từ VN	556.036	637.759	637.870	562.034	444.021

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng lớn thứ 2 về nhóm hàng cà phê, trà và gia vị sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 0,44 tỷ USD, giảm 21% so với năm 2018, chiếm 10,9% trong tổng nhập khẩu cà phê, trà và gia vị của Đức.

Với thị phần lên tới 21,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Brazil là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 0,85 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 3 là Honduras chiếm 6,4% với trị giá xuất khẩu 0,26 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng trà, cà phê và gia vị tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 giảm 6%/năm, trong khi đó con số này của Brazil giảm 8%/năm và Honduras giảm 5%/năm.

Trong năm 2019 các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm hàng này là cà phê (HS.0901) với giá trị xuất khẩu đạt khoảng 399,933 triệu USD, kế đến là tiêu và ớt (HS.0904) đạt 36,373 triệu USD, quế và vỏ quế (HS.0906) đạt 2,059 triệu USD và trà (HS.0902) đạt 1,317 triệu USD...

7. Xuất khẩu các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch; túi xách, các sản phẩm làm từ ruột động vật và các sản phẩm tương tự (HS.42)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế	4.368.096	4.430.238	4.659.609	4.858.629	4.858.093
Nhập khẩu từ VN	255.870	257.944	283.946	336.400	339.761

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 4 về các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách, các sản phẩm làm từ ruột động vật và các sản phẩm tương tự (HS.42) sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 0,339 triệu USD, tăng 0% so với năm 2018, chiếm 7% trong tổng nhập khẩu nhóm các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách, các sản phẩm làm từ ruột động vật và các sản phẩm tương tự (HS.42) sang Đức.

Với thị phần 37,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 1,715 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Ý chiếm 13,9% với trị giá xuất khẩu 640,457 triệu USD, Ấn Độ đứng thứ 3 chiếm 8,8% với trị giá xuất khẩu 404,684 triệu USD, Pháp đứng thứ 5 chiếm 6,8% với trị giá xuất khẩu 310,665 triệu USD, Hà Lan đứng thứ 6 với trị giá xuất khẩu 147,079 triệu USD chiếm 3,2% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm các sản phẩm bằng da thuộc, các mặt hàng du lịch, túi xách, các sản phẩm làm từ ruột động vật và các sản phẩm tương tự (HS.42) tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 7%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 1%/năm; Ý tăng 8%/năm; Ấn Độ giảm 1%/năm, Pháp tăng 6%/năm, Hà Lan giảm 1%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm

hàng này là va ly, ba lô, túi xách tay, cặp, túi du lịch, ví, túi thể thao và các loại túi làm bằng da thuộc, plastic, bằng vật liệu dệt, bằng sợi lưu hóa... (HS.4202) với giá trị xuất khẩu đạt 305,307 triệu USD, kể đến là hàng may mặc và đồ phụ trợ quần áo bằng da thuộc hoặc bằng da tổng hợp (HS.4203) đạt 10,732 triệu USD; sản phẩm khác bằng da thuộc hoặc da thuộc tổng hợp (HS.4205) đạt 3,1 triệu USD...

8. Quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dứa (HS.08)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế	10.127.807	10.375.666	11.292.982	11.847.078	11.165.983
Nhập khẩu từ	133.446	208.821	285.966	284.656	285.111

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 9 về các sản phẩm quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dứa (HS.08) sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 285,111 triệu USD, tăng 0% so với năm 2018, chiếm 2,7% trong tổng nhập khẩu nhóm các sản phẩm quả và quả hạch ăn được, vỏ quả thuộc chi cam quýt hoặc các loại dứa (HS.08) sang Đức.

Với thị phần 21,6% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Tây Ban Nha là nước cung ứng hàng đầu với trị giá 2,259 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Hoa Kỳ chiếm 9,8% với trị giá xuất khẩu 1,027 tỷ USD, Ý đứng thứ 3 chiếm 9,6% với giá trị xuất khẩu 1,007 tỷ USD, đứng thứ 4 là Thổ Nhĩ Kỳ chiếm 6,2% với trị giá xuất khẩu 646,961 triệu USD và đứng thứ 5 là Hà Lan chiếm 5% với giá trị 524,774 triệu USD.

9. Đồ nội thất; đèn và bộ đèn; biển đèn tên được chiếu sáng; các cấu kiện nhà lắp ghép (HS.94)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu từ thế giới	19.202.177	20.235.085	20.551.564	21.711.123	20.961.254
Nhập khẩu từ VN	225.349	214.988	214.154	223.433	251.270

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê

Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 14 về mặt hàng đồ nội thất (HS.94) sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 0,251 tỷ USD, tăng 13% so với năm 2018, chiếm 1,3% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng đồ nội thất (HS.94) sang Đức.

Với thị phần 24,1% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Trung Quốc là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 4,715 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Ba Lan chiếm 22,5% với trị giá xuất khẩu 4,401 tỷ USD, CH Séc đứng thứ 3 chiếm 9,9% với trị giá xuất khẩu 1,941 tỷ USD, Ý đứng thứ 4 chiếm 5,6% với trị giá xuất khẩu 1,096 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng đồ nội thất (HS.94) tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 2%/năm, trong khi đó con số này của Trung Quốc tăng 4%, Ba Lan tăng 5%, CH Séc tăng 1%, Ý tăng 0%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm hàng này là ghế ngồi và các thành phần của chúng (HS.9401) với giá trị xuất khẩu đạt 126,999 triệu USD; đồ nội thất khác và các bộ phận của chúng (HS.9403) đạt 106,550 triệu USD; đèn và các bộ đèn và các bộ phận của chúng (HS.9405) đạt 9,029 triệu USD, khung đệm và các mặt hàng thuộc bộ đồ giường và các loại tương tự có gắn lò xo

(HS.9404) đạt 6,356 triệu USD.

10. Xuất khẩu plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS.39)

Đơn vị tính: Ngàn USD

	2015	2016	2017	2018	2019
Nhập khẩu	39.148.473	39.900.156	44.363.841	48.641.085	44.939.425
Nhập khẩu	177.930	172.285	180.413	200.152	191.769

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Việt Nam là nước cung ứng đứng thứ 28 về mặt hàng plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS.39) sang thị trường Đức trong suốt thời gian từ năm 2015 - 2019, năm 2019 với trị giá xuất khẩu đạt gần 0,182 tỷ USD, giảm 5% so với năm 2018, chiếm 0,5% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS.39) sang Đức.

Với thị phần 12,4% trong tổng nhập khẩu nhóm hàng này của Đức, Hà Lan là nước cung ứng hàng đầu với giá trị 5,056 tỷ USD trong năm 2019, đứng thứ 2 là Bỉ chiếm 11% với trị giá xuất khẩu 4,498 tỷ USD, Ý đứng thứ 3 chiếm 8% với trị giá xuất khẩu 3,266 tỷ USD.

Mức tăng trưởng xuất khẩu bình quân của Việt Nam về nhóm hàng plastic và các sản phẩm bằng plastic (HS.39) tại thị trường Đức trong suốt thời kỳ 2015-2019 tăng 2%/năm, trong khi đó con số này của Hà Lan tăng 2%/năm, Bỉ tăng 0%/năm, Ý tăng 5%/năm, Pháp tăng 2%/năm, Trung Quốc tăng 8%/năm, Ba Lan tăng 9%/năm, Thụy Sĩ tăng 3%, Hoa Kỳ tăng 6% và Áo tăng 3%/năm.

Trong năm 2019, các sản phẩm chính xuất khẩu của Việt Nam sang Đức trong nhóm hàng này là các sản phẩm dùng trong vận chuyển hoặc đóng gói hàng hóa bằng plastic,

nút, nắp, mũ van và các loại nắp đậy khác bằng plastic (HS.3923) với giá trị xuất khẩu đạt 108,889 triệu USD, kể đến là đồ dùng trong văn phòng hoặc trường học, hàng may mặc và đồ phụ trợ may mặc kể cả găng tay, mặt nạ bảo hộ, các thiết bị, dụng cụ an toàn và bảo vệ, các sản phẩm dùng cho công nghiệp (HS.3926) đạt 43,796 triệu USD; bộ đồ ăn, bộ đồ dùng nhà bếp, các sản phẩm gia dụng và các sản phẩm phục vụ vệ sinh bằng plastic (HS.3924) với giá trị xuất khẩu đạt 23,709 triệu USD...

- **Những nhóm hàng nhập khẩu hàng đầu của Việt Nam từ Đức**

Đức cũng là nguồn cung cấp nhiều máy móc, thiết bị, công nghệ tiên tiến cho chương trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Việt Nam. Ngoài ra, Việt Nam còn nhập khẩu nhiều tân dược, chất dẻo và nguyên liệu công nghiệp từ Đức.

Việt Nam đã nhập khẩu trên 4,795 tỷ USD hàng hóa từ Đức trong năm 2019, tăng 0% so với năm 2018. Trong suốt thời kỳ 2015-2019, mức tăng trưởng bình quân hàng năm đạt 20%/năm. Các mặt hàng nhập khẩu chính gồm máy móc và trang thiết bị cơ khí, điện và thiết bị điện, xe cộ và phụ tùng, dược phẩm, dụng cụ và thiết bị y tế, các sản phẩm hoá chất, sắt thép,...

- **Các sản phẩm nhập khẩu chính của Việt Nam từ thị trường Đức**

Đơn vị tính: Ngàn USD

Mã sản phẩm	Tên sản phẩm	Giá trị năm	Tăng trưởng hàng năm 2015-	Thị phần trong tổng xuất khẩu
	Tổng cộng	4.795.044	20	0
88	Phương tiện bay, tàu vũ trụ và các bộ	1.619.853	46	4

84	Nồi hơi, máy móc và trang thiết bị cơ	895,785	12	0
85	Điện và thiết bị điện	370,282	22	0
90	Dụng cụ, thiết bị máy quang học, y tế hoặc phẫu thuật, nhạc cụ và phụ	317,265	19	0
30	Dược phẩm	243,278	12	0
87	Xe cộ và phụ tùng	238,037	6	0
39	Plastic và các sản phẩm bằng plastic	126,045	22	0
38	Các sản phẩm hóa chất	89,998	8	0
44	Gỗ và các mặt hàng bằng gỗ	56,706	18	1
73	Các sản phẩm bằng sắt hoặc thép	35,484	10	0
72	Sắt và thép	34,535	8	0
32	Các chất chiết xuất làm thuốc nhuộm hoặc thuốc da; tannin và các chất dẫn xuất của chúng; thuốc nhuộm, thuốc màu và các chất màu khác; sơn và vec-ni; chất gắn và các loại ma tít khác; các loại mực	31,148	14	0

Nguồn: Tính toán của Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC) dựa theo thống kê Comtrade.

Các thuận lợi cơ bản

- Thị trường Đức lớn và tương đối ổn định;
- Sức mua của người tiêu dùng Đức lớn và đa dạng;
- Một số sản phẩm Việt Nam như giày dép, máy tính,... đã thâm nhập tốt và khẳng định được vị trí trên thị trường Đức, góp phần bước đầu xây dựng uy tín hàng hoá “Made in Việt Nam”;
- Doanh nghiệp Đức có tập quán kinh doanh nghiêm túc, làm ăn chắc chắn, có tính chiến lược và có kế hoạch dài hạn;
- Đức có công nghệ hiện đại, khả năng cung cấp hàng hoá lớn với chất lượng cao;
- Nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã thiết lập được quan hệ bạn hàng lâu dài, vững chắc với các doanh nghiệp Đức.
- Nhiều sản phẩm của Việt Nam được hưởng thuế ưu đãi GSP áp dụng chung trong toàn lãnh thổ EU;
- Đội ngũ kỹ sư, cán bộ Việt Nam được CHDC Đức đào tạo và cộng đồng người Việt khá đông đang sinh sống làm ăn tại Đức.
- Mạng lưới 240 văn phòng đại diện và chi nhánh thương nhân từ 9/16 bang của Đức hoạt động rất tích cực tại Việt Nam.

Một số khó khăn

- Mức độ cạnh tranh trên thị trường Đức nói riêng và EU nói chung ngày càng gay gắt và có chiều hướng bất lợi cho một số hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam, nhất là sau khi Trung quốc gia nhập WTO và mới đây 10 nước Đông Âu gia nhập EU.
- Nhiều doanh nghiệp Việt Nam còn yếu về khả năng cạnh tranh và tính chuyên nghiệp trong thương mại quốc tế.

Hợp tác đầu tư

Là nền kinh tế hướng tới xuất khẩu, Đức coi Việt Nam là thị trường có tiềm năng phát triển nhanh ở châu Á (chỉ sau Trung Quốc và Ấn Độ). Tuy nhiên, đầu tư của Đức vào Việt Nam vẫn ở mức rất khiêm tốn so với tiềm năng và mong muốn hai bên.

Việc nâng cao dòng đầu tư nước ngoài từ Đức cũng như các nước EU vào Việt Nam là một trong những biện pháp hữu hiệu để đẩy nhanh tiến độ công nghiệp hóa của nước ta bởi các nước này chiếm ưu thế trên cả 3 phương diện: công nghệ hiện đại, tiềm năng về vốn, chất lượng và kinh nghiệm quản lý tiên tiến. Đặc biệt, Đức là quốc gia sở hữu nhiều công nghệ nguồn, công nghệ hiện đại trên thế giới.

Việt Nam và Đức có nhiều tiềm năng để phát triển hơn nữa hợp tác đầu tư:

- Việt Nam và CHLB Đức đã có mối quan hệ Đối tác chiến lược (Tuyên bố chung do Thủ tướng hai nước ký tháng 10/2011);
- Hai nước đã ký kết một số Hiệp định tạo cơ sở pháp lý cho quan hệ hợp tác kinh tế như: Hiệp định tránh đánh thuế 2 lần, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, các Hiệp định hợp tác hàng hải, hàng không...
- Giữa hai nước có đường bay thẳng
- Cộng đồng người Việt tại CHLB Đức khá đông đảo (hơn 100 nghìn người và khoảng 8.000 doanh nghiệp của người Việt Nam), đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh Việt Nam ở Đức.

Tuy nhiên, đầu tư của Đức vào Việt Nam và ngược lại vẫn rất thấp, chưa tương xứng với lợi thế và tiềm năng của cả hai nước. Vì vậy, để tăng cường hợp tác đầu tư giữa hai nước, cần khai thác tối đa những lợi ích từ các hiệp định pháp lý về đầu tư song phương đã được ký kết, đồng thời hợp tác chặt chẽ với Đức trong xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch nhằm tăng cường hiểu biết lẫn nhau về chính sách, môi trường đầu tư của hai bên để đẩy nhanh dòng vốn đầu tư vào Việt Nam và ngược lại.

Tính đến ngày 20/8/2020, Đức có khoảng 370 dự án đang đầu tư, kinh doanh tại Việt

Nam với tổng vốn đầu tư đăng ký 2.093,414 triệu USD, đứng thứ 18 trong tổng số 113 nước và vùng lãnh thổ đầu tư vào Việt Nam. Đầu tư của Đức chủ yếu tập trung vào các ngành sản xuất công nghiệp, dịch vụ kỹ thuật, dịch vụ bán lẻ, công nghệ phần mềm, thông tin truyền thông, dịch vụ ngân hàng, tài chính, bảo hiểm,... phân bố ở 26 tỉnh, thành của Việt Nam, trong đó tập trung tại TP.HCM, Hà Nội, Bình Dương và Đồng Nai.

Từ ngày 01/01/2020 đến ngày 20/8/2020, Đức có 18 dự án FDI cấp mới với tổng số vốn đăng ký cấp mới 22,56 triệu USD, và 6 dự án tăng vốn với vốn đăng ký tăng thêm là 6,74 triệu USD; và 47 số lượt góp vốn mua cổ phần với giá trị góp vốn mua cổ phần 16,8 triệu USD. Trên 3/4 số dự án và 2/3 số vốn đầu tư của Đức vào Việt Nam tập trung vào các ngành chế biến, chế tạo, dịch vụ kỹ thuật, thông tin truyền thông, ngân hàng, bảo hiểm.

Hầu hết các dự án của Đức tập trung vào: lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo với 76 dự án với tổng vốn đầu tư đăng ký là 525,08 triệu USD chiếm 49,1% vốn đầu tư đăng ký; lĩnh vực sản xuất, phân phối điện, khí nước với 4 dự án có tổng vốn đăng ký 306,66 triệu USD chiếm 29,15% tổng vốn đăng ký; lĩnh vực bán buôn, bán lẻ và sửa chữa với 24 dự án có tổng vốn đầu tư 78,15 triệu USD.

Vốn đầu tư của Đức tập trung vào hình thức 100% vốn nước ngoài chiếm 69% tổng vốn đăng ký; hình thức liên doanh chiếm 30,1% tổng vốn đầu tư đăng ký; còn lại là hình thức công ty cổ phần và hợp đồng hợp tác kinh doanh.

Đức có dự án đầu tư tại 30 tỉnh, thành phố của cả nước, hầu hết tập trung ở các thành phố lớn, có điều kiện cơ sở hạ tầng tương đối phát triển như TP.HCM (70 dự án, 173 triệu USD), Ninh Thuận (2 dự án, 156,7 triệu USD), Đồng Nai, Hà Nội, Đà Nẵng,...

Nhiều tập đoàn kinh tế hàng đầu của Đức, như Siemens, Deutsche Bank, Metro Cash & Carry, Deutsche Telekom, BMW, Mercedes, Audi,... đang kinh doanh hiệu quả tại Việt Nam, nâng tổng giá trị đầu tư trực tiếp của các doanh nghiệp Đức tại Việt Nam đến nay lên hơn 1 tỷ USD. Với mục tiêu thúc đẩy và gia tăng cơ hội kinh doanh giữa hai nước Việt Nam và Đức, Hiệp hội các doanh nghiệp Đức tại Việt Nam (GBA), một trong những

hiệp hội doanh nghiệp có thâm niên lâu năm nhất, là thành viên đồng sáng lập nên Phòng Thương mại châu Âu (EUROCHAM) tại Việt Nam, đã mở rộng thêm với 168 thành viên là các công ty Đức đang hoạt động tại Việt Nam.

Thực chất, một vài công ty lớn của Đức đã có dự án lớn như Công ty Krupp-Polyus đầu tư xây dựng nhà máy xi măng sông Gianh (Quảng Bình) với số vốn 89 triệu USD, tập đoàn Siemens cung cấp thiết bị cho nhà máy nhiệt điện Phú Mỹ II trị giá 80 triệu USD, tham gia dưới hình thức BOT với BP nhà máy nhiệt điện với và Phú Mỹ III trị giá 350 triệu USD. Công ty Metro của Đức thông qua chi nhánh ở Hà Lan đầu tư 1 cơ sở bán buôn ở TP.HCM với số vốn 200 triệu USD và 1 cơ sở ở Hà Nội với số vốn 120 triệu USD. Và Một số tập đoàn đa quốc gia của Đức đã có đầu tư tại Việt Nam như: Dự án Công ty TNHH Schaffler Việt Nam trong lĩnh vực sản xuất, lắp đặt, bảo trì ổ bi với số vốn đăng ký là 116 triệu USD; Dự án Công ty TNHH Amata power xây dựng Nhà máy điện cho Khu công nghiệp Amata vốn đầu tư 110 triệu USD; Dự án Công ty TNHH đầu tư phát triển điện gió Phước Hữu với tổng vốn đầu tư 83 triệu USD; Dự án Công ty TNHH điện gió Mũi Dinh trong lĩnh vực xây dựng nhà máy điện gió, tổng vốn đầu tư là 73,6 triệu USD; Dự án Daimler-Chrysler xây dựng nhà máy sản xuất ô tô Mercedes-Benz tại Việt Nam, tổng vốn đầu tư là 70 triệu USD. Dự án B.Braun (sản xuất thiết bị y tế); Dự án Messer (tách hóa lỏng khí phục vụ luyện kim),...

Nhìn chung, các dự án của CHLB Đức đầu tư tại Việt Nam chủ yếu trong lĩnh vực công nghiệp, phù hợp với lợi thế CHLB Đức là một trong những nước có nền công nghiệp phát triển mạnh ở Châu Âu.

Về phía Việt Nam, các doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp sang Đức còn hạn chế do khó khăn về vốn và rào cản thương mại. Hiện một số doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu có sự hiện diện ở Đức, như FPT, Vietinbank đã tạo cơ sở thanh toán cho các doanh nghiệp Việt Nam khi làm ăn tại Đức. Theo Cục Đầu tư nước ngoài, tính đến nay, các doanh nghiệp Việt Nam đã có 17 dự án đầu tư còn hiệu lực tại Cộng hòa Liêng bang Đức với tổng vốn đăng ký đầu tư hơn 92 triệu USD.

Một số dự án tiêu biểu là Công ty Liên doanh Nhà Việt (VietHaus) có tổng vốn đầu tư là 9,4 triệu USD; dự án Chi nhánh Vietinbank tại Đức, cấp phép ngày 19/1/2011, tổng vốn đăng ký là 7,504 triệu USD; dự án mua và sửa chữa bất động sản làm trụ sở phục vụ Văn phòng đại diện của Ngân hàng Công Thương với tổng số vốn đăng ký là 2,117 triệu USD; dự án kinh doanh thương mại, dịch vụ của công ty Nam Bằng có tổng vốn đầu tư là 1,34 triệu USD... Tuy các dự án đầu tư không nhiều và tổng vốn đầu tư chưa cao nhưng đã thể hiện quan tâm của các doanh nghiệp Việt Nam với thị trường EU nói chung và Đức nói riêng.

Đây sẽ là những công ty mở đầu cho các doanh nghiệp Việt Nam thâm nhập thị trường Đức và EU. Hoạt động xúc tiến đầu tư, thương mại giữa hai nước được đẩy mạnh sôi động hơn. Bên cạnh Diễn đàn Doanh nghiệp Việt- Đức với sự tham dự của nhiều tập đoàn hàng đầu Đức nhân chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng A.Merkel, hai nước đã phối hợp tổ chức các sự kiện tiếp xúc thu hút nhiều doanh nghiệp hai nước tham dự như Diễn đàn Đầu tư – Thương mại Việt Đức tại Hamburg, Hội thảo “Tiêu điểm Việt Nam” ở Berlin; các bộ và bang của Đức (như Bộ Kinh tế liên bang, bang Sachsen, Brandenburg, Bayern,...) cử đoàn doanh nghiệp vào Việt Nam tìm cơ hội đầu tư.

CHLB Đức có thế mạnh đặc biệt về các lĩnh vực công nghệ cao, công nghệ nguồn, công nghệ sạch, sản xuất các máy móc hiện đại và có tiềm lực tài chính cũng như năng lực quản lý doanh nghiệp ở trình độ cao. Những thế mạnh này rất phù hợp với chủ trương phát triển của Việt Nam trong giai đoạn tới (theo hướng hiện đại, phát triển xanh và bền vững). Vì vậy, trong thời gian tới hai Bên cần tăng cường hợp tác ở cấp Chính phủ và tạo điều kiện hơn nữa cho cộng đồng doanh nghiệp hai nước cơ hội trao đổi, tiếp xúc nhằm thúc đẩy quá trình giao thương và hợp tác đầu tư song phương.

Hợp tác trong các lĩnh vực khác

• Quan hệ hợp tác phát triển:

Đức là một trong những nước viện trợ nhiều và thường xuyên ODA cho Việt Nam. Từ

năm 1990 đến nay, Đức đã cung cấp hơn 1,5 tỷ USD cho các dự án ODA thông qua hợp tác kỹ thuật và hợp tác tài chính. Chính phủ Đức cam kết dành cho Việt Nam khoản ODA gần 100 triệu USD trong giai đoạn 2014-2015. ODA của Đức tập trung chủ yếu vào 3 lĩnh vực trọng tâm sau:

- Hỗ trợ cải cách kinh tế, phát triển kinh tế bền vững.
- Chính sách môi trường, bảo vệ và sử dụng bền vững nguồn tài nguyên thiên nhiên bao gồm cung cấp nước và xử lý nước và rác thải.
- Y tế, kế hoạch hóa gia đình, phòng chống HIV/AIDS.
- Về hình thức viện trợ:

Chính phủ Đức một mặt vẫn duy trì các khoản viện trợ truyền thống, mặt khác mở ra một kênh vay vốn mới là vốn vay phát triển. Nguồn vốn này gồm 50% do Chính phủ Đức tài trợ thông qua chương trình tín dụng ưu đãi, 50% còn lại được Ngân hàng Tái thiết Đức huy động trên thị trường với lãi suất niêm yết từng thời kỳ.

- Về quy mô cam kết:

Đức cam kết cung cấp 283,8 triệu Euro ODA cho Việt Nam trong năm 2011-2012, trong đó 257,5 triệu Euro vay ưu đãi và 26,3 triệu Euro viện trợ không hoàn lại. ODA của Đức chủ yếu dành cho:

- Bảo vệ môi trường, ứng phó biến đổi khí hậu;
- Đào tạo nghề;
- Y tế.

Một số dự án sử dụng ODA và vốn vay ưu đãi của Đức đang được tích cực triển khai như tuyến tàu điện ngầm số 2 ở TP.HCM (hơn 1 tỷ Euro chia làm nhiều gói dự án), nhà máy nhiệt điện Ô Môn IV (200 triệu Euro), tăng cường y tế cấp tỉnh (21,4 triệu Euro), cải cách giáo dục và đào tạo nghề (21 triệu Euro), bảo vệ rừng được duyên hải đồng bằng sông Cửu Long (13,5 triệu Euro), xử lý nước thải (26 triệu Euro),...

- **Quan hệ hợp tác văn hóa, giáo dục-đào tạo:**

- **Văn hóa:**

Năm 1990, Việt Nam và Đức ký Hiệp định Hợp tác văn hoá tạo tiền đề cho việc thúc đẩy hợp tác và trao đổi văn hóa giữa hai nước. Năm 1997, Đức thành lập Trung tâm văn hoá Đức (hay còn gọi là Viện Gót) tại Hà Nội. Đây là địa điểm thường xuyên tổ chức các hoạt động nhằm giới thiệu văn hóa Đức và giảng dạy tiếng Đức tại Việt Nam. Hàng năm, nhiều đoàn nghệ thuật Việt Nam sang Đức biểu diễn phục vụ bà con Việt Kiều, giới thiệu nền nghệ thuật Việt Nam tới công chúng Đức.

- **Hợp tác giáo dục và đào tạo:**

Hợp tác giáo dục và đào tạo giữa hai nước trong thời gian qua đạt được nhiều kết quả tốt đẹp. Hàng năm, Đức cấp cho Việt Nam nhiều học bổng đào tạo thạc sỹ, tiến sỹ, hiện có khoảng 300 nghiên cứu sinh Việt Nam nhận học bổng của Đức đang học tập và nghiên cứu tại Đức. Ngoài ra, các cơ quan chức năng của hai nước đang tích cực triển khai Chương trình đào tạo 85 nghiên cứu sinh/năm tại bang Hessen của Đức.

Dự án quan trọng của hai nước trong lĩnh vực này là Trường Đại học Việt- Đức, được thành lập từ tháng 9/2008 tại Tp. Hồ Chí Minh với sự hỗ trợ tích cực của Tổ chức DAAD và bang Hessen (Đức). Trường hoạt động theo mô hình của đại học Đức và đạt chuẩn quốc tế về chất lượng. Đức cũng cam kết hỗ trợ Việt Nam xây dựng một Trung tâm dạy nghề xuất sắc trên cơ sở mô hình đào tạo nghề song ngành vốn rất thành công của Đức. Đức cam kết tặng học bổng cho sinh viên Việt Nam.

Ngoài ra, Đức còn có chương trình dạy thí điểm tiếng Đức là ngoại ngữ hai tại một số trường phổ thông tại Hà Nội như trường THPT Việt – Đức, trường THPT chuyên ngữ thuộc Đại học Quốc gia Hà Nội. Phía Đức cũng hỗ trợ các cơ sở đào tạo tiếng Đức tại Việt Nam về trang thiết bị đào tạo, cung cấp giáo viên bản ngữ và cấp học bổng cho giáo viên cũng như các sinh viên, học sinh đạt kết quả học tập xuất sắc.

- **Quan hệ hợp tác khoa học- kỹ thuật:**

Trước năm 1995, hợp tác khoa học và công nghệ giữa Việt Nam và CHLB Đức được thực hiện chủ yếu thông qua các chương trình đào tạo, nâng cao trình độ cho các cán bộ nghiên cứu với sự tài trợ của Cơ quan trao đổi Hàn lâm Đức (DAAD), Quỹ khoa học trẻ Alexander & Humboldt, Quỹ đào tạo chuyên gia trong ngành công nghiệp (CDG), Quỹ phát triển (DSE)...

Kể từ sau khi ký Nghị định thư hợp tác nghiên cứu khoa học giữa Bộ Khoa học và Công nghệ (KHCN) và Bộ Giáo dục và Nghiên cứu Đức (BMBF) năm 1997, hợp tác về khoa học, công nghệ giữa hai nước đạt được những thành tựu đáng khích lệ. Hai bên thường xuyên trao đổi các đoàn nghiên cứu khoa học, tổ chức hội nghị, hội thảo chuyên ngành và triển khai các dự án nghiên cứu chung với sự tham gia của các chuyên gia hai bên. Hiện nay, Việt Nam là một trong ít nước ở Châu Á có chương trình hợp tác tương đối lớn với Đức về khoa học-công nghệ. Năm 2011, hai nước đã cơ bản thống nhất để sớm kí Hiệp định mới về hợp tác KHCN để tạo cơ sở pháp lí thúc đẩy hợp tác an ninh trong lĩnh vực này.

Một số chương trình, dự án hợp tác điển hình:

- Bộ KHCN và Bộ Giáo dục và Nghiên cứu Liên bang Đức ký Bản ghi nhớ về việc đẩy mạnh hợp tác nghiên cứu trong lĩnh vực công nghệ sinh học tháng 9/2000, theo đó Đức đào tạo 15 tiến sĩ cho Việt Nam trong lĩnh vực này với tổng kinh phí 3,6 triệu Euro trong thời gian từ 2003-2008. Hiện 15 tiến sĩ được đào tạo trong chương trình này đang làm việc tại các cơ sở nghiên cứu của ta, góp phần phát triển ngành công nghệ sinh học của Việt Nam.
- Bộ KHCN và Bộ Giáo dục và Nghiên cứu Liên bang Đức ký Bản ghi nhớ về hợp tác nghiên cứu môi trường và xử lý nước thải tháng 10/2005, theo đó Đức cấp khoảng 23 triệu Euro cho Chương trình hợp tác nghiên cứu này.
- Ngoài ra, phía Đức đã cử một số chuyên gia tư vấn có kinh nghiệm sang công tác tại Viện Chiến lược và Chính sách khoa học và công nghệ của Bộ KHCN để hỗ trợ thường

xuyên về nghiên cứu chính sách trong khuôn khổ dự án “Nâng cao năng lực quản lý nhà nước về khoa học và công nghệ cho Việt Nam”...

• **Quan hệ hợp tác quốc phòng:**

Quan hệ hợp tác về quốc phòng hai nước có những bước triển tích cực trong những năm qua. Từ 2003, Việt Nam cử Tùy viên Quốc phòng tại Berlin và Đức cử Tùy viên Quốc phòng tại Thái Lan kiêm nhiệm Việt Nam.

Tháng 10/2004, Bộ trưởng Quốc phòng Phạm Văn Trà thăm Đức. Trong chuyến thăm, hai bên đã ký kết thỏa thuận về việc Đức giúp Việt Nam đào tạo một số sỹ quan quân đội. Kể từ đó, hai bên tăng cường trao đổi đoàn quốc phòng hàng năm. Từ 2005 đến nay đã có 6 đoàn của Bộ Quốc phòng Đức thăm Việt Nam và 14 đoàn Việt Nam thăm Đức.

Năm 2011, Việt Nam cử 5 đoàn thăm Đức theo lời mời của Bộ Quốc phòng Đức và hai đoàn Đức thăm Việt Nam. Việt Nam cũng cử 37 đoàn sang Đức dự huấn luyện, hội thảo, hội nghị, triển lãm liên quan tới Quốc phòng. Việt Nam sử dụng hết 6 suất học bổng quân sự của mình năm 2012; các lưu học sinh quân sự học tập tốt, trong đó 3 đồng chí đã tốt nghiệp về nước. Hợp tác công nghiệp quốc phòng từng bước mở rộng, một số công ty quốc phòng Đức (MEDAV, Diehl Defence...) đã sang Việt Nam tìm đối tác kinh doanh, liên kết. Hợp tác an ninh tiếp tục triển khai theo thoả thuận, thường xuyên trao đổi thông tin, phối hợp chặt chẽ phòng chống tội phạm nguy hiểm và xuyên quốc gia.

• **Quan hệ hợp tác với các Bang:**

Bên cạnh quan hệ với Việt Nam ở cấp Chính phủ, các tiểu Bang ở Đức rất chủ động tăng cường hợp tác với Việt Nam. Đến nay, Việt Nam đã đón nhiều Lãnh đạo các tiểu Bang của Đức sang thăm Việt Nam như Thủ hiến Bang Brandenburg (2005), Bayern (2007), Mecklenburg-Vorpommern (2007), Hessen (2008), Baden - Württemberg (2010), Sachsen (2011). Trong quan hệ hợp tác với Đức và các tiểu bang, ta tăng cường hợp tác trong các lĩnh vực thế mạnh của Bản như văn hoá - giáo dục, khoa học kỹ thuật công nghệ cao, giao thông vận tải. Một số dự án tiêu biểu trong hợp tác với các Bang là

Trường Đại học Việt - Đức (hợp tác với Bang Hessen), dự án đường sắt "Vietnamese Green Line" (hợp tác với Bang Brandenburg) với mục tiêu nâng tốc độ của tàu lên 160km/h mà không phải thay đổi khổ đường sắt hiện nay nhằm tiết kiệm chi phí.

Cộng đồng người Việt Nam tại Đức

Người Việt tại Đức là nhóm người ngoại quốc gốc Á lớn nhất tại quốc gia này, theo Văn phòng Thống kê Liên bang có khoảng 1250.000 người Việt đang sinh sống tại Đức. Thêm vào đó, khoảng 40.000 người di cư gốc Việt không chính thức cũng hiện đang sinh sống tại Đức, chủ yếu tại các bang ở miền Đông. Trong đó 20% đã nhập quốc tịch Đức; 85% trong số còn lại đã có quy chế cư trú hợp pháp. Nhìn chung, kiều bào ở Đức có cuộc sống tương đối ổn định, đa số theo diện làm công ăn lương, số đông hướng về quê hương, giúp đỡ thân nhân, không tham gia các tổ chức, đảng phái phản động chống Việt Nam. Tuy nhiên, hoạt động kinh doanh, buôn bán của bà con chủ yếu vẫn mang tính tự phát, nhỏ lẻ.

Phần lớn các tổ chức hội đoàn của người Việt Nam tại Đức có tinh thần yêu nước, là cầu nối quan trọng giữa cộng đồng với quê hương. Thế hệ người Việt thứ hai ở Đức hội nhập khá thành công, được chính quyền sở tại đánh giá cao.

Trên toàn nước Đức có hơn 8.000 doanh nghiệp của người Việt Nam. Riêng Berlin đã có 1.500 doanh nghiệp người Việt Nam có đăng ký tại Phòng Công nghiệp và Thương mại của Chính quyền sở tại. Các doanh nghiệp Việt Nam tập trung chủ yếu ở các bang phía Đông nước Đức. Họ kinh doanh chủ yếu trong các ngành nghề thương mại, dịch vụ, nhà hàng, khách sạn, du lịch, bảo hiểm, xuất nhập khẩu, sản xuất nhỏ... Ở phía Tây Đức, người Việt Nam chủ yếu làm việc trong các công ty, tập đoàn, doanh nghiệp của Đức.

Các doanh nghiệp Việt Nam tích cực tham gia các hoạt động từ thiện hướng về Tổ quốc. Một số doanh nghiệp làm ăn thành đạt đã trở về Việt Nam thực hiện một số dự án đầu tư lớn và đã tạo công ăn việc làm cho nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước; họ luôn hướng về Tổ quốc, muốn đóng góp tích cực vào việc phát triển kinh tế ở Việt Nam thông

qua việc chuyển vốn về trong nước đầu tư.

Các Hội người Việt Nam tại Đức thực sự là chỗ dựa tin cậy của bà con Việt kiều. Các Hội đã tích cực, chủ động tổ chức nhiều hoạt động trong cộng đồng, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của bà con Việt kiều và được Đại sứ quán Việt Nam đánh giá cao. Cộng đồng người Việt Nam tại Đức đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc quảng bá hình ảnh người Việt Nam ở nước Đức. Họ chính là những sợi chỉ dệt lên tình hữu nghị giữa hai dân tộc Việt Nam và Đức, luôn vun đắp để gìn giữ và phát triển từ mối quan hệ hữu nghị truyền thống tốt đẹp nâng lên thành đối tác chiến lược hướng tới tương lai như ngày hôm nay.

Năm 2011, Liên hiệp người Việt toàn Liên bang Đức được thành lập đã đánh dấu mốc quan trọng trong lịch sử hình thành và phát triển cộng đồng người Việt tại Đức, thể hiện quyết tâm cao và tinh thần đoàn kết của cộng đồng người Việt tại Đức, đáp ứng nguyện vọng chính đáng của đa số bà con trong cộng đồng.

Liên hiệp sẽ đại diện tiếng nói lợi ích của cộng đồng người Việt tại Đức trong quan hệ với chính quyền sở tại, là cầu nối quan trọng giữa cộng đồng với nhà nước ta và quê hương, đồng thời là nhân tố tăng cường đoàn kết, nâng cao hình ảnh cộng đồng người Việt ở sở tại.

Bà con người Việt tích cực hướng về quê hương, hỗ trợ đồng bào trong nước dưới nhiều hình thức như giúp đỡ nạn nhân dioxin, ủng hộ các chiến sĩ ở hải đảo, tương trợ đồng bào lũ lụt,... Đời sống văn hoá, thông tin của cộng đồng khá phong phú. Ngoài báo hình VTV4, trang web Đại sứ quán, trong cộng đồng người Việt ở Đức lưu hành một số báo như "Tuần tin tức", "Thời báo Việt Nam", trang web "nguoiviet.de",... phản ánh sinh hoạt cộng đồng, tình hình trong nước, chủ trương, chính sách của Đảng và nhà nước, pháp luật nước sở tại. Các trung tâm dạy tiếng Việt theo học, một số trung tâm ở Leipzig, Magdeburg, Dresden, Chemnitz, Berlin... đã áp dụng giáo trình tiếng Việt mới của Bộ Giáo dục và Đào tạo.

Thế hệ người Việt thứ hai ở Đức hội nhập khá thành công, được chính quyền sở tại đánh

giá cao và hiếm thấy trong các cộng đồng nhập cư ở Đức (hơn 50% học sinh đỗ trung học (gymnasium) hạng ưu, nhiều em là thành viên các đội tuyển học sinh xuất sắc của Đức như toán, võ thuật, thơ, văn, âm nhạc...).

Chương 8: Một số vấn đề cần lưu ý khi làm kinh doanh tại Đức

Văn hóa kinh doanh của người Đức

Là một đất nước có nền kinh tế hùng mạnh và dựa nhiều vào thương mại, ngoại thương, Đức luôn được đánh giá là có văn hóa doanh nghiệp rất chuyên nghiệp và hiệu quả. Bài toán kinh doanh để thu được lợi nhuận cao nhất luôn là vấn đề ưu tiên hàng đầu của các doanh nhân và những nhà nghiên cứu thị trường.

Nhưng ở Đức, họ coi trọng việc tuân thủ nghiêm ngặt đạo đức nghề nghiệp và không ngừng tìm cách để nâng cao hiệu quả công việc. Người Đức tin rằng bất kể hành vi phi đạo đức nào cũng sẽ là nguyên nhân dẫn tới thất bại.

Những nhà nghiên cứu về thị trường mong muốn có được lợi nhuận thì phải phù hợp và hòa nhập được với văn hóa của người bản địa. Sự khác biệt lớn trong văn hóa kinh doanh mà các doanh nhân gặp phải thường là về phong cách kinh doanh, thái độ đối với sự phát triển mối quan hệ đối tác, nguyên tắc đúng hẹn, phong tục tặng quà...

Khi bạn có ý định kinh doanh ở Đức, hiểu về văn hóa kinh doanh của người Đức là một yếu tố cần thiết hàng đầu giúp bạn có thể hợp tác thành công với đối tác của mình.

Đàm phán kinh doanh cũng phải ngay thẳng

Ngoại thương trở thành thành phần tất yếu mang tính sống còn trong nền kinh tế Đức nên người Đức có bề dày hàng trăm năm kinh nghiệm, kỹ năng về đàm phán quốc tế. Trước khi đàm phán với đối tác Đức cần có sự chuẩn bị thật kỹ về mọi mặt, và đưa ra nhiều phương án lựa chọn.

Đừng quá cố tìm cách để đạt được mục tiêu nào đó “trên bàn đàm phán” trừ khi bạn muốn ra về tay không. Những “chiêu trò” nhằm thu được lợi ích ngắn hạn, xâm hại đến lợi ích của người khác, chỉ chú trọng đến lợi nhuận mà bỏ qua chất lượng sản phẩm, dịch vụ sẽ chỉ dẫn tới thất bại thôi.

Các doanh nghiệp Đức rất thận trọng. Vì thế bài thuyết trình của một nhà đầu tư vào Đức nên thật chi tiết và đừng quá cường điệu. Trong các cuộc đàm phán, người Đức có xu hướng đi thẳng và trực tiếp vào vấn đề và họ mong đợi đối tác cũng làm như vậy. Họ không quan tâm đến các tiểu tiết xung quanh mà luôn đi thẳng vào những điểm chính và trình bày ngắn gọn và thật rõ ràng. Tài chính là một lĩnh vực lớn trong nền kinh tế Đức: bạn không gặp vấn đề gì trong việc xem xét các lựa chọn khác nhau. Các hàng hoá Đức chế tạo thường có chất lượng cao và gần như không có khó khăn gì khi đưa ra những điều khoản về vấn đề đó vào hợp đồng các yêu cầu vận tải và giao nhận nên được trình bày một cách rõ ràng.

Đồng thời, nếu gặp sự thuyết phục mạnh mẽ hay những chiến lược gây áp lực cao của đối tác, họ vẫn kiên định vào quan điểm đàm phán của mình một cách vững chắc. Người Đức thích các kế hoạch và quan hệ đối tác dài hạn. Nếu đối tác Đức tin và hiểu bạn, họ sẽ hợp tác và cùng phát triển, kể cả khi bạn gặp khó khăn.

Bất kể một hành vi phi đạo đức nào cũng sẽ là nguyên nhân dẫn tới sự thất bại

Doanh nhân Đức không xem tối đa hóa lợi nhuận là mục tiêu hàng đầu. Hoạt động của một doanh nghiệp không chỉ là tìm lợi ích kinh doanh mà tuân thủ đạo đức nghề nghiệp và không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm mới là thiên chức của nhà doanh nghiệp Đức.

Doanh nghiệp Đức không cạnh tranh nhau bằng giá rẻ mà chỉ cạnh tranh bằng chất lượng sản phẩm. Họ tìm kiếm lợi nhuận trong kinh doanh với một mức độ cần phải có và sẵn sàng chuyển phần lớn lợi nhuận để đầu tư vào chất lượng sản phẩm, phục vụ hậu mãi, nhằm đảm bảo phát triển doanh nghiệp bền vững.

Chính vì coi trọng và ưu tiên các giá trị đạo đức trong kinh doanh, nên nếu làm ăn với người Đức, bạn đừng hy vọng những “chiêu trò” nhằm thu được lợi ích ngắn hạn, xâm hại đến lợi ích của người khác, chỉ chú trọng đến lợi nhuận mà bỏ qua chất lượng sản phẩm, dịch vụ sẽ thu hút được sự chú ý của họ trong đàm phán kinh doanh.

Hối lộ và tham nhũng không nằm trong văn hóa kinh doanh của người Đức

Theo như trang đánh giá www.transparency.org, Đức đạt 79/100 điểm về việc chống tham nhũng và chỉ số tham nhũng là 13/176. Lĩnh vực xây dựng và đấu thầu được chính phủ Đức đặc biệt quan tâm nhằm cắt giảm nạn tham nhũng trong và ngoài nước.

Các luật chống tham nhũng áp dụng nghiêm ngặt cho các hoạt động kinh tế trong nước. Đức đã phê chuẩn Công ước về chống hối lộ năm 1998 qua đó làm giảm việc hối lộ của các quan chức nước ngoài của công dân Đức và các công ty ở nước ngoài.

Cán bộ Chính phủ bị cấm nhận quà tặng liên quan đến công việc của họ. Vì thế khi làm ăn, giao thương với người Đức, nếu có ý định “đi cửa sau” hoặc “bôi trơn” thì bạn sẽ có nhiều khả năng đánh mất niềm tin của họ vì đó không phải là hành vi được ủng hộ trong kinh doanh ở đất nước này.

Bảo vệ môi trường là chìa khóa trong kinh doanh

Chính phủ Đức nhìn nhận vô cùng nghiêm túc về vấn đề môi trường, việc thúc đẩy liên minh hợp tác giữa các Đảng, giữa doanh nghiệp và chính phủ trong những năm qua đã tác động to lớn đến mục tiêu chính sách về năng lượng và môi trường. Từ việc loại bỏ dần năng lượng hạt nhân để thúc đẩy hiệu suất năng lượng và tái tạo năng lượng, Đức trở thành quốc gia tiên phong trong Liên minh Châu Âu về việc cắt giảm lượng khí thải gây hiệu ứng nhà kính và tạo ra nguồn nhiên liệu sạch thay thế. Nước Đức cũng đã trở thành quốc gia đứng đầu thế giới về khai thác và sử dụng năng lượng gió. Những hoạt động kinh doanh có yếu tố bảo vệ hoặc gây ít tác hại tới môi trường sẽ được cộng thêm điểm trong thứ tự ưu tiên của đối tác Đức.

Vạch rõ giới hạn và tuân thủ theo các nguyên tắc, quy định

Xét về nhiều góc độ thì người Đức được đánh giá là bậc thầy trong việc lập kế hoạch. Người Đức suy nghĩ rất thấu đáo, mỗi một khía cạnh của một dự án đều có một phương án chi tiết, kĩ càng. Thận trọng trong việc lập kế hoạch giúp cho người Đức luôn có phương án tối ưu nhất trong cả kinh doanh và cuộc sống, họ luôn đặt mình vào trong một

giới hạn an toàn.

Đối tác Đức có xu hướng muốn có các hợp đồng chi tiết với một số biệt ngữ pháp lý. Có thể họ cũng nhất quyết muốn có hợp đồng được ràng buộc theo pháp luật Đức mặc dù hầu hết các tranh chấp quốc tế về những vấn đề lớn sẽ được giải quyết ở Brusel. Vì vậy hãy cẩn thận với những gì bạn ký. Hợp đồng ở Đức có mức độ ràng buộc cao và do các chuyên gia pháp lý soạn thảo. Mức phạt khi không thực hiện hoặc vi phạm các cam kết hợp đồng có thể rất nặng trừ phi có những lý do rất chính đáng có thể kiểm chứng và được nêu trước trong hợp đồng.

Mọi việc trong cuộc sống và công việc của người Đức hầu hết đều được vạch rõ và điều chỉnh bởi những quy định, ví dụ: thông qua luật pháp, nguyên tắc và thủ tục. Đó là những điều hết sức rõ ràng trong quản lí kinh tế, chính trị và môi trường xã hội công bằng. Người Đức tin tưởng rằng việc vạch rõ ranh giới giữa người với người, giữa những địa điểm và những sự việc là một con đường vững chắc nhất để đưa con người tuân thủ theo những nguyên tắc và quy định trong cuộc sống. Trong văn hóa kinh doanh của người Đức thì điều này được phản ánh trong việc tuân thủ các nguyên tắc kinh doanh, làm giảm đi các phương án dự phòng hay hạn chế các tình huống tự phát trong quá trình diễn biến sự việc.

Người Đức không thích sự bất ngờ. Những thay đổi đột xuất trong các thương vụ kinh doanh thường không được chào đón mặc dù họ có thể đưa ra phương án giải quyết ngay lúc đó.

Kinh doanh là một công việc được xem là rất nghiêm túc. Người Đức sẽ không đánh giá cao nếu đối tác của họ đưa ra nhiều phương án bổ sung, thay thế. Điều đó thường bị xem là một kế hoạch không chuyên nghiệp.

Nguyên tắc đúng giờ là bước đầu dẫn tới thành công

Đức là một xã hội có trật tự và chính xác về giờ giấc. Người Đức quan niệm rằng người lịch sự bao giờ cũng đến đúng giờ. Nếu chủ ý đến muộn để thể hiện cấp bậc của mình,

hay quan niệm người quan trọng thì phải xuất hiện sau cùng sẽ phản tác dụng đối với người Đức.

Việc bạn đến muộn dù chỉ là vài phút khi gặp gỡ với người Đức cũng thể hiện ra sự thiếu tôn trọng đối với đối phương, do vậy bạn đừng trễ hẹn khi có cuộc gặp với họ. Nếu vì một lí do nào đó mà bạn đến trễ, hãy gọi điện và giải thích cho họ về tình huống khiến bạn trễ hẹn. Để có một cuộc hẹn thể hiện sự tôn trọng với đối tác, bạn hãy đến sớm 5 đến 10 phút.

Đừng bao giờ xem nhẹ tầm quan trọng của việc đúng giờ trong văn hóa kinh doanh tại Đức. Đến sau giờ hẹn đã được định trước 5 hoặc 10 phút thì bị xem là đến trễ. Đến trễ 15 phút thì bị xem như một sơ sót nghiêm trọng và đồng nghĩa với sự khởi đầu không thuận lợi cho bất cứ mối quan hệ kinh doanh tiềm năng nào.

Thời gian thích hợp cho các cuộc hẹn để bàn về việc làm ăn kinh doanh thường từ 10 giờ 00 đến 13 giờ 00 hoặc từ 15 giờ 00 đến 17 giờ 00.

Tránh sắp xếp những cuộc hẹn vào chiều thứ Sáu vì một số văn phòng công ty đóng cửa không làm việc từ 14 giờ 00 hoặc 15 giờ 00 các ngày thứ Sáu.

Văn hóa tặng quà

Người Đức thường không có thói quen tặng quà cho đối tác kinh doanh. Người ta thường chỉ tập trung vào các hoạt động kinh doanh, bỏ bớt các thủ tục, nghi thức, nghi lễ như tặng quà cho đối tác khi đi công tác kinh doanh. Tuy nhiên, trong nhiều hoạt động xã hội thì việc tặng quà vẫn là một việc làm tương đối phổ biến. Sau đây là những gợi ý quan trọng khi chúng ta xem xét tới việc tặng quà:

Khách hàng nghĩ tới việc tặng quà thì nên lựa chọn những món quà nhỏ nhưng có chất lượng tốt, không quá đắt đỏ. Bạn có thể tặng quà ngay tại buổi họp kinh doanh, mà món quà đó là những dụng cụ văn phòng có thể dùng ngay trong công sở, ví dụ như những cây bút có chất lượng tốt mang hình ảnh hay thương hiệu của công ty bạn.

Khi được mời tới thăm nhà một đối tác kinh doanh người Đức, bạn có thể mang theo hoa, rượu vang, socola, hoặc những món quà nhỏ đặc trưng cho vùng quê hay quốc gia của bạn.

- Hoa không được gói bằng số lẻ, không phải bọc gói, tránh mua 13 loại hoa hoặc 13 bông hoa hồng đỏ, tuy nhiên quy tắc này lại không áp dụng cho 1 bó hoa được gói và bó do người bán hoa.

- Không tặng hoa hồng đỏ vì nó biểu tượng cho sự lãng mạn
- Không tặng hoa cẩm chướng vì nó tượng trưng cho tang tóc
- Không tặng hoa Ly hoặc hoa cúc vì chúng được dùng trong đám tang

Người Đức thường mở quà ngay khi nhận được, đây cũng nét chung của những người Châu Âu khác trong văn hóa nhận quà.

Trang phục công sở cũng phải đẹp mắt và lịch sự

Diện mạo và khả năng thuyết trình là những điểm quan trọng của người Đức, đặc biệt là trong môi trường kinh doanh thực tế. Ngay cả những bộ trang phục thường ngày của họ cũng sạch sẽ, gọn gàng và chỉnh chu. Sau đây là những cách ăn mặc phù hợp của người Đức khi tham gia vào công việc sẽ giúp bạn có cái nhìn sâu sắc về cách ăn mặc của họ:

Trang phục được làm bằng những chất liệu tốt là rất quan trọng, ăn mặc tùy tiện và cầu thả trong cả trang điểm đối với nữ giới đều không được đánh giá cao.

Trang phục công sở ở Đức được thiết kế rất lịch sự, theo mẫu quy định. Doanh nhân nên mặc comple tối màu, âu phục, cà vạt và áo sơ mi trắng. Phụ nữ cũng là những chân váy tối màu và áo trắng, hoặc bộ vest công sở, những trang phục này được áp dụng cho cả thời tiết hơi nóng một chút.

Khi làm việc với người Đức, bạn không nên cởi áo choàng hay tháo cà vạt trước họ. Phụ nữ được quy định là không trang điểm đậm hoặc đeo những bộ trang sức lớn lộng lẫy. Tuy nhiên bạn cũng đừng ngạc nhiên khi thấy một người mang tất trắng với giày và trang

phục tối màu.

Xin lưu ý rằng, các đặc điểm tập quán kinh doanh nêu trên có thể phổ biến với người Đức chính gốc nhưng tình hình có thể hoàn toàn khác khi bạn làm ăn với các doanh nhân Đức gốc Thổ Nhĩ Kỳ, một cộng đồng khá đông tại miền Tây nước Đức.

Văn hóa giao tiếp kinh doanh với người Đức

Xưng hô

Người Đức rất coi trọng cách xưng hô. Học hàm học vị từ “Tiến sĩ” trở lên thường được gọi cùng với tên, chẳng hạn như Tiến sĩ Schmidt, Giáo sư Zimmermann. Những học hàm học vị thấp hơn không được nhắc đến (cử nhân, thạc sĩ). Tên họ ghép cũng được xưng đầy đủ, ví dụ như: Thưa bà Mueller-Maier.

Chức vụ chính thức hay tước hiệu danh dự cũng được xưng, chẳng hạn như: Thưa Ngài Thị trưởng, Thưa bà Bộ trưởng, nhưng không xưng như vậy đối với vợ hoặc chồng của họ.

Những tước hiệu quý tộc như “Bá tước”, “Hầu tước”, “von”, “zu” không nên bị quên và trong trường hợp này không gọi “Ông Bá tước” hay “Bà Hầu tước”, mà nói “Thưa Bá tước Albrecht” hoặc “Thưa Tiến sĩ Bá tước Albrecht”, “Thưa Giáo sư Tiến sĩ Bá tước Albrecht”.

Chào hỏi

Đối với người Đức, trong cuộc sống thường ngày, khi gặp nhau, người đến sau chào người đến trước, người trông thấy người khác trước thì lên tiếng chào. Còn trong kinh doanh, thì người Đức chào nhau theo thứ bậc. Khi gặp nhau, những người đã quen biết nhau thì chào trước, Sau đó, người cấp bậc thấp hơn giới thiệu những người cùng đi, rồi người có cấp bậc cao hơn giới thiệu thành phần đoàn của mình. Sau khi tất cả đã làm quen với nhau thì mới bắt tay, cái bắt tay ngắn, nhẹ nhàng và khi bắt tay nhìn thẳng vào nhau.

Lời khen

Lời khen là một yếu tố rất cần trong giao tiếp. Khi muốn khen một ai đó, người Đức rất tinh tế, không khen một cách quá đà, thô thiển.

Khi trò chuyện, người Đức rất hạn chế đề cập về diện mạo, trang phục, tuổi tác... Họ thường dùng lời khen, lời tán thưởng vào những thành tích, ưu điểm tính cách, tinh thần làm việc của người đối diện.

Thời gian

Đức là một xã hội có trật tự và chính xác về thời gian. Người Đức quan niệm rằng người lịch sự bao giờ cũng đến đúng giờ. Vì vậy, bạn cần phải thu xếp các cuộc hẹn trước khi bắt đầu đàm phán và nên đến trước giờ hẹn vài phút nhé.

Đàm phán

Trước khi đàm phán với các doanh nghiệp Đức, bạn cần phải chuẩn bị về mọi mặt, đưa ra nhiều phương án, xác định mục tiêu rõ ràng.

Người Đức rất thận trọng. Vì thế bài thuyết trình của bạn phải thật chi tiết, tránh cường điệu, trình bày rõ ràng và đi thẳng vào vấn đề chính. Nếu đối tác tin và hiểu bạn, họ sẽ hợp tác và cùng phát triển, thậm chí lúc bạn gặp khó khăn.

Người Đức không thích mặc cả và thường nghiên cứu kỹ càng trước khi đàm phán. Vì vậy, hãy bắt đầu đàm phán ở một điểm chỉ hơi xa mục tiêu dự định của bạn.

Cách ứng xử qua điện thoại

Khi gọi đến đối tác bạn phải chào, xưng danh và tự giới thiệu về mình. Bạn không nên xưng tên, không khi nào được sử dụng ngôi thứ ba để trả lời, chẳng hạn như “Đây là ông Schmidt”. Khi gọi điện thoại từ các máy điện thoại công cộng không nên nói tên cụ thể, đề phòng bị nghe trộm.

Coi trọng phụ nữ

Trong cuộc sống hàng ngày, đàn ông Đức thường ưu tiên cho phụ nữ. Tuy nhiên, trong quan hệ làm ăn thì thông lệ là cấp dưới nể vì cấp trên. Ngày nay, cả nam lẫn nữ đều có thể là người mở cửa cho người khác hay giúp người khác mặc áo choàng, chỉ không ai được từ chối nhận cử chỉ đó.

Trao danh thiếp

Đối với người Đức, khách là người đầu tiên trao danh thiếp. Nếu trao cho nhóm người thì người có cấp bậc cao nhất được trao đầu tiên. Nếu không biết thứ tự cấp bậc của chủ nhà thì bạn trao danh thiếp cho tất cả, bắt đầu từ người ở bên cạnh mình. Và người được nhận phải xem danh thiếp trước khi cất đi để thể hiện thái độ tôn trọng với khách.

Đi cùng xe

Nếu đối tác mời bạn đi cùng xe với họ, bạn tuyệt đối không ngồi ghế sau mà ngồi ngang hàng với họ.

Tuy nhiên nếu đi taxi, vị khách danh dự sẽ được dành cho ngồi ở hàng ghế sau, phía tay phải. Người nào trả tiền taxi thì ngồi ở phía trước hay ở sau người lái xe.

Dự tiệc

Khi đi dự tiệc hay tham gia bất kỳ cuộc hẹn nào khác, đúng giờ là yếu tố vô cùng quan trọng đối với người Đức. Ngoài ra, bạn cần nhớ, khi nào được chủ nhà mời, bạn mới nên ngồi xuống bàn và nên ngồi đúng vị trí mình được sắp xếp.

Đặc biệt, bạn tuyệt đối không được dùng bữa trước khi gia chủ chưa lên tiếng. Đồng thời, trong khi mọi người đang ăn uống, bạn không đặt khủy tay lên bàn tiệc.

Nếu muốn ra hiệu cho người phục vụ là bạn đã dùng xong bữa hãy đặt nĩa và song song bên phải của đĩa ăn, nĩa sẽ đặt hơi chéch cao hơn dao 1 tý.

Đồng thời, người Đức rất coi trọng lễ nghi. Vì thế, sau các buổi tiệc, trước khi ra về đừng quên gửi lời cảm ơn đến gia chủ vì đã mời bạn và sự tiếp đãi chu đáo, nhiệt tình. Đây là nét văn hóa đặc trưng trong ứng xử của người Đức.

Các kênh tiếp cận thị trường

Các doanh nghiệp Việt Nam có thể tiếp cận thị trường Đức bằng nhiều kênh tiếp cận khác hàng khác nhau. Có 5 kênh tiếp cận khách hàng chính như sau:

- Thông qua Thương vụ Việt Nam tại Berlin:

Hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam là một trong những nhiệm vụ chủ yếu của Thương vụ Việt Nam tại Berlin. Đây là kênh tiếp cận truyền thống và tiết kiệm nhất, rất phù hợp đối với các doanh nghiệp mới tham gia thương mại quốc tế, chưa có nhiều hiểu biết và bạn hàng tại Đức. Thương vụ không chỉ những giới thiệu đối tác mà còn có thể tư vấn giúp doanh nghiệp các vấn đề kỹ thuật, nghiệp vụ ngoại thương, tập quán buôn bán của nước sở tại, giúp xử lý các tình huống thương mại.

- Tham gia các hội chợ quốc tế tại Đức:

Đây cũng là một phương thức tiếp cận khách hàng truyền thống khá hiệu quả. Tuy nhiên, phương thức này chỉ thích hợp với những doanh nghiệp đã trưởng thành và có kinh nghiệm thương mại quốc tế. Cán bộ dự hội chợ phải biết tiếng Đức hoặc tiếng Anh, nắm vững nghiệp vụ ngoại thương và kỹ năng giao tiếp.

Các doanh nghiệp Việt Nam muốn tham dự hội chợ cũng nên liên hệ với Thương vụ để được tư vấn và giúp đỡ. Cũng cần lưu ý rằng các doanh nghiệp đăng ký tham gia hội chợ qua Văn phòng đại diện Phòng Thương và Công nghiệp Đức sẽ gặp thuận lợi hơn so với việc đăng ký trực tiếp với hội chợ khi xin Visa, nhất là các doanh nghiệp mới.

- Tham gia các hội chợ quốc tế tại Việt Nam

- Tham gia các đoàn khảo sát thị trường, xúc tiến thương mại

- Thông qua các mạng giao dịch điện tử

Giao dịch qua mạng là một phương thức hiện đại có ưu điểm vừa nhanh vừa rẻ. Tuy nhiên phương thức này chứa đựng nhiều rủi ro tiềm tàng như gặp đối tác giả, lộ thông tin kinh doanh do tin tặc,... Do vậy giao dịch qua mạng nói chung nên giới hạn ở các hợp

động giá trị nhỏ. Doanh nghiệp có thể nhờ Thương vụ xác minh đối tác mới trong trường hợp không có điều kiện gặp gỡ trực tiếp.

Các Hội chợ quan trọng nhất của Đức diễn ra ở Berlin, Duesseldorf, Essen, Frankfurt/Mainz, Hamburg, Koeln, Leipzig, Muenchen, Nuenberg và Stuttgart. Hội chợ về tự động hoá văn phòng, kỹ thuật thông tin và kỹ thuật tin học “CeBIT”, triển lãm ô tô quốc tế (LAA) và LIGMA (ngành chế biến gỗ và lâm nghiệp), và Hội chợ hàng tiêu dùng “Ambiente” trọng tâm là đồ dùng gia đình, đồ dùng nhà bếp, quà tặng diễn ra tại thành phố Frankfurt/Mainz. Hội chợ ANUGA về thực phẩm; Hội chợ quốc tế về đồ gỗ, xe đạp các loại thường diễn ra tại thành phố Koeln...

Tư vấn đi lại

Giống như những nước có ký Hiệp định Schengen (Hiệp định Schengen là thỏa thuận giữa những quốc gia trong liên minh Châu Âu dỡ bỏ kiểm soát đường biên giới giữa các nước này, theo đó người dân có thể tự do đi lại từ nước này qua nước khác mà không cần phải xuất trình hộ chiếu tại cửa khẩu biên giới giữa các nước), việc biên giới của Đức mở cửa với các nước Châu Âu láng giềng khiến các nhóm khủng bố nặc danh có thể thâm nhập vào hoặc ra khỏi biên giới nước Đức.

Nhưng nói chung, rủi ro an ninh khi đi lại tại Đức ở mức thấp.

Những yêu cầu về thị thực nhập cảnh

Hộ chiếu bắt buộc phải có. Đối với khách du lịch và người kinh doanh lưu lại đến 90 ngày trong những nước có ký Hiệp định Schengen, bao gồm cả Đức thì không đòi hỏi phải có thị thực nhập cảnh. Để biết thêm thông tin về thị thực nhập cảnh và những yêu cầu về hộ chiếu, vui lòng liên hệ:

Tổng Lãnh Sự Quán Cộng Hòa Liên Bang Đức tại TP.HCM

Ngôi nhà Đức

Số 33 đường Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM

710088, Việt Nam

Điện thoại: +84-(0)28-38 28 81 00

Fax: +84-(0)28-38 28 81 01

E-Mail: info@hoch.diplo.de

Internet: <http://www.vietnam.diplo.de>

Viễn thông

Với hệ thống cáp quang chất lượng cao có chiều dài hàng ngàn dặm, Đức đã sẵn sàng cho những ứng dụng viễn thông mới của tương lai.

Điện thoại di động được thiết lập dựa trên hệ thống tiêu chuẩn GSM 800 và 1600 Mhz. Tần số UMTS/IMT 2000 nằm trong khoảng từ 1900 đến 2170 MHz.

Giao thông vận tải

Số chuyến bay nội địa đã và đang hoạt động đang ngày càng tăng lên và số trạm xe lửa rải rác trên khắp đất nước cung cấp đủ phương tiện đi lại đến hầu hết tất cả các thành phố (để biết lịch trình đi của xe lửa, vui lòng xem tại trang web www.db.de). Tuy nhiên, xe hơi vẫn là phương tiện vận chuyển phổ biến nhất và hệ thống đường cao tốc nổi tiếng của Đức thì rất rộng lớn.

Ngôn ngữ

Tại nhiều thành phố lớn của Đức, hầu hết mọi người có thể giao tiếp bằng tiếng Anh.

Y tế

Dịch vụ chăm sóc y tế chu đáo có sẵn khắp nơi. Các bác sĩ và bệnh viện có thể được trả ngay bằng tiền mặt cho các dịch vụ y tế mà mình cung cấp từ khách du lịch và những

người không có địa chỉ thường trú tại Đức. Phần lớn các bác sĩ, bệnh viện và nhà thuốc không nhận thanh toán bằng thẻ tín dụng.

Ngày nghỉ lễ và giờ địa phương

Để biết các ngày nghỉ lễ của Đức, vui lòng xem trang web tại địa chỉ:

<http://www.buyusa.gov/germany/en/holidays.html>

Giờ tại trung tâm Châu Âu (CET): UTC/GMT +1 giờ

Giờ mùa hè tại trung tâm Châu Âu (CEST): UTC/GMT +2 giờ

Để biết thêm thông tin, vui lòng xem tại địa chỉ trang: <http://www.timeanddate.com/>

Tạm nhập đồ dùng cá nhân và trang thiết bị vào Đức

Khi mang trang thiết bị, hàng hóa chuyên dụng như hàng điện tử, máy quay phim và nhạc cụ vào Đức thì lời khuyên nghiêm túc được đưa ra là đầu tiên anh/chị phải liên hệ với Lãnh sự quán hoặc Đại sứ quán của Đức đặt tại nước anh/chị đang sinh sống để biết về thông tin hải quan của Đức.

Lưu ý: điện áp tại Đức là 230V.

Một số lưu ý về các quy định, chính sách thuế và yêu cầu khi kinh doanh với thị trường CHLB Đức

1. Các quy định về xuất nhập khẩu

1.1. Chứng từ nhập khẩu

Các yêu cầu về chứng từ

Hóa đơn: Hóa đơn này đôi khi được yêu cầu từ nhà nhập khẩu. Yêu cầu bắt buộc phải có ít nhất 2 bản copy Hóa đơn thương mại. Không quy định mẫu và bắt buộc có ít nhất 2 bản copy. Hóa đơn phải bao gồm:

- Tên và địa chỉ của cả người mua và người bán
- Phương pháp đóng gói
- Số và mã vạch
- Số container
- Miêu tả hàng hóa (gồm miêu tả code hàng hóa)
- Trọng lượng hàng hóa
- Giá FOB (điều khoản thương mại quốc tế incoterms 1990)
- Vận tải
- Bảo hiểm và chi phí khác

Vận đơn/ hóa đơn hàng không: Không có những quy định đặc biệt. Hóa đơn đặt hàng có thể được chấp nhận;

Chứng nhận xuất xứ: Điều này là bắt buộc đối với các hàng hóa đặc biệt và phải được ban hành bởi một cơ quan có thẩm quyền;

Danh sách đóng gói

Các yêu cầu về sức khỏe cộng đồng:

Chăn nuôi (ngoài ngựa, chó và mèo), thực phẩm, sản phẩm động vật, thực vật và các sản phẩm thực vật là đối tượng kiểm soát và quy định chi tiết và nhập khẩu phải kèm theo chứng nhận đặc biệt. Các yêu cầu đặc biệt phải được kiểm tra từ nhà nhập khẩu;

Nhập khẩu thuốc và dược phẩm phải được kiểm soát chặt chẽ:

Thuốc trừ sâu và các chất hóa học nguy hiểm nhìn chung bị hạn chế bởi luật. Các chất này phải được chứng nhận và đăng ký với chính phủ Đức sau khi kiểm tra để xác định xem sản phẩm nào là an toàn đối với thương mại thông thường.

1.2. Các hạn chế về nhập khẩu:

Việc cấm và hạn chế các mặt hàng được áp dụng trong những lĩnh vực sau:

- Vũ khí và đạn dược (vũ khí, vũ khí sẵn bán, mặt hàng bị cấm)
- Pháo hoa
- Văn hóa phẩm có nội dung bất hợp pháp
- Nội dung khiêu dâm
- Thực phẩm
- Chất ma túy
- Thuốc
- Chó dữ
- Hàng giả (hàng vi phạm bản quyền)
- Bảo vệ thực vật
- Thuốc bảo vệ chống lại bệnh động vật(vật nuôi, các sản phẩm làm từ động vật)

Nên nhớ rằng việc cấm và hạn chế lưu chuyển hàng hóa trong phạm vi EU. Một số mặt hàng đòi hỏi chứng nhận nhập khẩu đặc biệt như:

- Các sản phẩm từ nông nghiệp
- Thực phẩm
- Dệt may

Một số mặt hàng nhập khẩu bị hạn chế về định lượng (ví dụ: thịt) và/hoặc yêu cầu hoặc chứng nhận nhập khẩu đặc biệt hoặc xác nhận mà nhà sản xuất được chứng nhận xuất xứ xuất khẩu (ví dụ hàng may mặc sản xuất từ các nước đang phát triển). Những quy định nhập khẩu đặc biệt cũng có thể áp dụng đối với những sản phẩm dưới sự kiểm soát độc quyền (ví dụ như các loại thuốc). Kiểm soát tỷ giá là trách nhiệm của Ngân hàng trung ương Châu Âu và được giám sát bởi các ngân hàng.

2. Chính sách thuế và thuế suất

2.1. Thuế nhập khẩu

Đức áp dụng biểu thuế quan chung (CET) đối với hàng hóa nhập khẩu từ các nước khác.

Phương pháp định giá tính thuế nhập khẩu: Thuế nhập khẩu được tính bằng cách lấy giá trị hàng hóa nhập khẩu tính theo giá CIF nhân với thuế suất của loại hàng hóa đó. Trong đó, giá trị hàng hóa nhập khẩu tính theo giá CIF bao gồm: tiền hàng, các chi phí (đóng gói, làm thủ tục xuất khẩu, nộp thuế xuất khẩu (nếu có), lập bộ chứng từ xuất khẩu, cước vận tải, phí bảo hiểm...).

2.2. Thuế giá trị gia tăng (VAT)

Hàng hóa nhập khẩu vào Đức thường phải chịu thuế giá trị gia tăng. Thuế suất này khác nhau đối với từng loại hàng và nước xuất khẩu. Đối với sản phẩm nông nghiệp thuế suất là 7% còn đối với hàng công nghiệp mức thuế này là 16% giá trị hàng nhập cộng với phí thông quan và chi phí vận chuyển tới địa chỉ đầu tiên trong nước.

Trong quy định về miễn thuế giá trị gia tăng thì hàng mẫu, hàng quảng cáo cho hội chợ hay triển lãm... nói chung là các mặt hàng tạm nhập thì không phải chịu thuế giá trị gia tăng. Ngoài ra những hoạt động như chăm sóc sức khỏe, giáo dục, bảo hiểm cũng được miễn thuế giá trị gia tăng.

Các loại thuế suất tiêu biểu cho các loại mặt hàng như sau:

- Mức VAT chuẩn là 19%
- Giảm từ 7% đối với các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm
- 8% cho các loại thiết bị sử dụng trong thể thao, thuốc men, sách, chiếu bóng, dịch vụ vận tải hành khách, khách sạn và nhà nghỉ, hoạt động vui chơi giải trí, các hoạt động thể thao, vườn bách thú, bảo tàng, các tổ chức hoặc các hoạt động tương tự.

2.3. Thuế thu nhập: Có 2 mức thuế:

- Đối với các doanh nghiệp như công ty chứng khoán hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn thì phải chịu thuế thu nhập doanh nghiệp. Mức thuế thu nhập doanh nghiệp chuẩn là 15% đối với tất cả các thu nhập chịu thuế của doanh nghiệp.
- Đối với các công ty hợp danh hoặc thuộc quyền sở hữu duy nhất thì các thành viên không chịu thuế thu nhập doanh nghiệp nhưng phải chịu thuế thu nhập cá nhân.

2.4. Các loại thuế khác đánh vào hàng nhập khẩu:

Thuế chống bán phá giá

Thuế chống bán phá giá là thuế đánh vào các sản phẩm được bán ở Đức với mức giá thấp hơn so với mức giá được bán ở nước sản xuất (hay còn gọi là mức giá thị trường).

Thuế tiêu thụ đặc biệt

Thuế tiêu thụ đặc biệt đánh vào sản phẩm dầu mỏ, rượu, đồ uống có cồn, thuốc lá, cà phê và sản phẩm từ cà phê, dầu thô (tất cả đều theo mức thuế của EU), và rác thải, điện, một số nguồn năng lượng, nước ngọt (theo mức thuế của quốc gia). Mức thuế cao hơn mức chung của EU có thể áp cho các loại hàng sau: giấy dếp, cao su, nhựa, kim loại, da sơ chế và một số thiết bị điện.

Thuế chống trợ cấp

Thuế chống trợ cấp là thuế dùng để trừng phạt đối với các loại hàng hóa nhập khẩu vào Đức được hưởng trợ cấp của Chính phủ nước xuất khẩu khiến cho chúng ảnh hưởng tới hàng hóa nội địa của Đức và của các nước thành viên EU.

3. Quy định về bao gói, nhãn mác

Quy định về bao gói

Bao bì là một bộ phận không thể thiếu của hàng hóa, đặc biệt là hàng hóa xuất nhập khẩu và vấn đề xử lý phế thải bao bì sau khi sản phẩm được sử dụng đang được đặt ra một cách cấp thiết nhằm mục đích hạn chế tối thiểu phế thải bao bì từ nguồn rác sinh hoạt để

bảo vệ môi trường.

Ở Đức bao gói sản phẩm được quy định trong Sắc lệnh về bao gói sản phẩm quốc gia (“Verpackungsverordnung”).

Điều đầu tiên được chú ý trong Sắc lệnh này là phải tránh phế thải bao bì. Ngoài ra có những điều khoản bổ sung về bao bì tái sử dụng, vật liệu tái sinh và các quy trình khác về phế thải bao bì

Sắc lệnh về bao gói của Đức không đưa ra những quy định ngặt nghèo về nguyên vật liệu sản xuất bao bì. Việc sử dụng một số vật liệu nhất định để sản xuất bao bì có thể được tài trợ về mặt tài chính.

Trong Sắc lệnh này, bao bì được chia ra làm 3 loại:

Bao bì vận chuyển (Transport Packaging)

Bao gồm một số loại như: thùng, container, sọt, bao tải, pallet, thùng các tông... và các loại bao bì tương tự dùng để bảo vệ hàng hóa tránh hư hỏng trong quá trình vận chuyển từ nơi sản xuất đến nơi phân phối hoặc để vận chuyển an toàn.

Bao gói thứ hai (Secondary packaging)

Là loại bao bì được sử dụng thêm để đóng gói sản phẩm đảm bảo cho sản phẩm được giữ vệ sinh, tránh bị nhiễm bẩn cũng như được tăng độ bền. Loại bao bì này không cần phải chuyển tới người tiêu dùng cuối cùng. Bao bì này thường là bao nhựa, hộp carton,... nói chung là những loại bao tương tự được sử dụng trong quá trình bán hàng. Bao bì loại này có tác dụng như sau:

Giúp hàng hóa có thể bán được trên cơ sở tự phục vụ; Tránh hoặc giảm rủi ro mất cắp;

Phục vụ cho mục đích quảng cáo.

Bao gói hàng hóa (Sales packaging)

Là loại bao gói cho từng đơn vị sản phẩm và được đưa đến tay người tiêu dùng cuối

cùng.

Những loại bao bì sau đây được quy định một cách cụ thể:

1) Bao bì cho đồ uống

Đây là loại bao bì tiếp xúc trực tiếp với thực phẩm ở dạng lỏng, chủ yếu là đồ uống trừ sữa chua và rươi kefir.

2) Bao bì có thể tái sử dụng:

Là loại bao bì có thể tái sử dụng trong vài lần.

Cần chú ý rằng ba loại bao bì trên không nhất thiết phải áp dụng cho tất cả các loại sản phẩm, một số chỉ có một hoặc hai loại bao bì như trên.

Quy định về chấp nhận mang bao bì trở về

Vấn đề quan trọng trong Sắc lệnh về bao bì đối với các công ty ở những nước đang phát triển là quy định phải chấp nhận mang trở về bao bì mà mình đã đóng gói, nếu bao bì đó không thể tái chế hoặc tái sử dụng.

Những nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển (trừ khi chính họ vận chuyển hàng hóa đến Đức) sẽ không phải chịu trách nhiệm nhưng những nhà nhập khẩu của Đức thì phải chịu chi phí. Khi đó, nhà nhập khẩu sẽ yêu cầu nhà xuất khẩu lần sau sử dụng các loại bao bì phù hợp với Sắc lệnh về bao bì - đó là những bao bì có thể tái chế hoặc tái sử dụng.

Những nhà sản xuất và phân phối nước ngoài có thể thuê một bên thứ ba thực hiện nghĩa vụ này, có nghĩa là những bao bì đã qua sử dụng không nhất thiết phải mang về nước xuất xứ.

Các tổ chức xử lý rác thải

Nếu doanh nghiệp không muốn tự xây dựng hệ thống thu hồi phế thải bao bì nhằm tái chế hoặc tái sử dụng, thì họ có thể thuê một tổ chức chuyên nghiệp khác làm cho mình.

Những tổ chức chuyên thu thập và xử lý rác thải tiêu biểu nhất của Đức và phạm vi hoạt động của họ bao gồm:

- Duales System Deutschland GmbH (DSD): tất cả các loại bao bì. DSD được độc quyền trong việc cấp nhãn Green Dot. những quyền này bao gồm những đảm bảo cho việc sẽ thu thập và tái chế rác thải.
- RESY GmbH, ở Darmstadt: giấy và bìa các tông. Đây là tổ chức nổi tiếng nhất trong việc thu hồi và xử lý bao bì vận chuyển bằng giấy và bìa các tông;
- Interseroh AG, ở Cologne: bìa các tông, giấy, gỗ, bột polixetiren, và nhựa.
- Vereinigung für Werstoffrecycling GmbH (VfW): giấy, gỗ, kim loại;
- Verpackungsrücknahmesystem Deutschland (VRSD): giấy, bìa các tông, gỗ.

Nhãn hiệu xanh “Green Dot”



Hệ thống DSD (Duales System Deutschland) là một hệ thống về tái sử dụng và tái chế bao bì quan trọng nhất ở Đức. Đây là một chương trình liên kết hoạt động thương mại (với sự hỗ trợ lớn từ Chính phủ Liên bang) để giải quyết vấn đề phế thải bao bì một cách hiệu quả và thu thập rác thải với chi phí thấp nhất có thể cho các thành viên tham gia. Các doanh nghiệp sẽ phải trả phí để được phép in chữ Green Dot (der Grüne Punkt) lên bao bì và phải ký hợp đồng về việc này. Hệ thống DSD được duy trì dựa trên đóng góp tài chính của các doanh nghiệp. Mức đóng góp này phụ thuộc vào

- Số lượng bao bì bán ra hàng năm ở thị trường Đức
- Thành phần của bao bì

Chỉ những công ty nào đảm bảo sẽ thu hồi và tái chế bao bì mới được sử dụng Green Dot.

Các vật liệu quy định trong hệ thống Green Dot

Gồm tất cả các loại vật liệu quy định trong hệ thống DSD: thủy tinh, giấy và giấy bìa, thiếc, nhôm, nhựa, thùng giấy đóng đồ uống, những vật liệu đóng gói tự nhiên hoặc tổng hợp.

Quy định về nhãn mác

Với mục đích đảm bảo an toàn cho người sử dụng, nhãn mác trở nên rất quan trọng trong việc lưu thông hàng hóa trên thị trường Đức. Nhãn hàng hóa ở Đức phải bao gồm các thông tin cơ bản sau:

- Tên sản phẩm (điều kiện vật chất hoặc cách xử lý cụ thể)
- Tên/địa chỉ của nhà sản xuất, đóng bao, người bán hoặc người nhập khẩu bằng tiếng Đức
- Nước xuất xứ
- Thành phần theo thứ tự giảm dần về trọng lượng
- Trọng lượng và khối lượng theo hệ đo lường mét
- Chất phụ gia theo tên các loại
- Điều kiện bảo quản đặc biệt
- Thời gian sử dụng
- Hướng dẫn cách sử dụng đặc biệt

Ví dụ cụ thể đối với từng loại hàng hóa như sau:

Đối với các sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ

Tại Đức hiện nay áp dụng quy định số 2092/91 của EU về nhãn mác cho sản phẩm hữu cơ. Quy định này ở Đức được gọi là 'Bundesland'. Nhãn mác sản phẩm nông nghiệp hữu cơ EU được ghi trên rất nhiều sản phẩm nhập khẩu vào Đức. Là một trong những thị

trường lâu đời nhất của EU, Đức có rất nhiều các nhãn mác khác nhau trên thị trường. hiện nay có 8 tổ chức sản xuất sản phẩm hữu cơ, và cả 8 tổ chức này đều sở hữu những nhãn mác được bảo hộ về mặt pháp lý của riêng mình. Rất nhiều nhãn mác đã quen thuộc với người tiêu dùng, tiêu biểu là Bioland, Naturland và Demeter. Ở một số khía cạnh, tiêu chuẩn của các tổ chức này nghiêm ngặt hơn so với tiêu chuẩn trong quy định của EU. Ngoài ra, chính phủ Đức cũng cấp nhãn mác “Bio-Siegel” – là nhãn mác quốc gia.



Nhãn mác quốc gia

Năm 2001, Chính phủ Đức đã đưa ra một nhãn mác hữu cơ quốc gia gọi là Bio-Siegel. Các tiêu chuẩn áp dụng cho nhãn mác này dựa trên quy định số 2092/91 của EU đối với sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ. Việc cung cấp nhãn mác này là một sự thành công của Chính phủ Đức thể hiện qua khoảng 12.000 sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ đã được dán nhãn này ngay trong năm đầu tiên cung cấp.

Sự thành công này có được một phần nhờ việc sử dụng nhãn mác này hoàn toàn miễn phí. Những tiêu chuẩn thì phù hợp với những quy định của EU. Điều này khiến cho việc sử dụng nhãn mác này khác so với các nhãn mác khác là không phải thêm bất cứ yêu cầu bổ sung nào. Trên thực tế, điều này có nghĩa là, nếu một sản phẩm được sản xuất và được quản lý theo những quy định của EU thì nó sẽ được cấp nhãn mác Bio – Siegel. Điều này áp dụng cho tất cả các loại sản phẩm có nguồn gốc hữu cơ nhập khẩu vào Đức, kể cả từ các nước thành viên hay không thành viên.

Đối với sản phẩm dệt may

Hàng ngày, các sản phẩm như vải sợi, quần áo, đồ đạc... được sản xuất với sự hỗ trợ của các chất hóa học nhằm tăng độ bền đẹp cho sản phẩm. Những chất này không

được ảnh hưởng đến sức khỏe của con người. Điều này có nghĩa là, ở mức độ tối thiểu, các sản phẩm phải tuân thủ theo đúng những quy định đặt ra đối với các sản phẩm dệt ví dụ như chất nhuộm hữu cơ (azo- dyes).



Để có thể đảm bảo sản phẩm không có hại cho sức khỏe người tiêu dùng nhà cung cấp có thể đề nghị một viện độc lập kiểm tra sản phẩm của mình. TOXPROOF là một chương trình như vậy. Nó được thành lập bởi viện kiểm tra độc lập có tên là TÜV Rheinland của Đức. Sản phẩm được kiểm tra phù hợp sẽ được dán nhãn mác TOXPROOF. Nhãn mác này sẽ chứng minh là sản phẩm của bạn không ảnh hưởng đến sức khỏe của người tiêu dùng.

Nhãn TOXPROOF áp dụng cho các loại sản phẩm dệt. Một số sản phẩm đã được cấp nhãn TOXPROOF là quần áo, đồ dùng gia đình, tấm phủ ghế ô tô, rèm, và thảm...

Nhãn TOXPROOF được cấp bởi Viện Kiểm tra TÜV Rheinland Đức - một viện nghiên cứu độc lập. Nhãn hiệu này là nhãn hiệu nổi tiếng nhất ở Đức hiện nay và cũng được các nhà sản xuất trên thế giới áp dụng. Hàng trăm loại sản phẩm đã được kiểm tra và dán nhãn này. Nếu muốn sản phẩm được dán nhãn TOXPROOF®, quá trình thực hiện như sau:

- Xuất trình mẫu và tài liệu về sản phẩm
- Phạm vi kiểm tra chính xác sẽ được thiết lập sau khi kiểm tra mẫu và tài liệu. tùy theo yêu cầu mà TÜV Rheinland sẽ thông báo phạm vi và chi phí kiểm tra chính xác. những cuộc kiểm tra cần thiết sẽ được thực hiện sau khi được sự chấp thuận từ bên yêu cầu kiểm tra.

- Sau khi cuộc kiểm tra kết thúc thành công, một hợp đồng sẽ được thảo ra và bạn sẽ có quyền sử dụng nhãn mác này.

Đối với các sản phẩm da

Nhãn S-G nhằm đảm bảo sản phẩm không có hại cho sức khỏe người tiêu dùng. những nguyên liệu tự nhiên như da và lông thú phải được xử lý và nhuộm đúng cách để có thể đáp ứng được những yêu cầu đặt ra. Ngoài ra, những chất hóa học dùng để nhuộm và xử lý này cũng phải được sử dụng để bảo quản sản phẩm trong quá trình lưu kho hay chuyên chở.



Để bảo vệ người tiêu dùng khỏi những ảnh hưởng gây hại cho sức khỏe từ những sản phẩm da thuộc, phải kiểm tra xem các sản phẩm này có dùng các chất hóa học phù hợp hay không, và chỉ được chứa một mức độ tối thiểu cho phép hoặc không được chứa các chất có hại. Tiêu chuẩn SG là tiêu chuẩn đặt ra các hàm lượng chất có hại này thấp hơn cả quy định của quốc gia. Những sản phẩm da thuộc đôi khi cũng gồm cả một số nguyên vật liệu mà không chỉ giới hạn ở đồ da mà còn một số thành phần được làm từ sợi dệt, sợi tổng hợp, một số thành phần từ sợi xenlulo....

Các sản phẩm có thể được cấp nhãn SG là những sản phẩm da thuộc như:

- Giày dép
- Đồ da
- Quần áo da
- Các nguyên liệu cần thiết cho việc sản xuất đồ da thuộc

4. Quy định về kiểm dịch động thực vật

Sản phẩm từ động thực vật để được nhập vào Đức phải qua các giai đoạn kiểm tra và kiểm dịch hết sức nghiêm ngặt. Nếu bị phát hiện không an toàn về vệ sinh thực phẩm sẽ bị tiêu hủy ngay tại cửa khẩu. Ngoài những quy định về kiểm dịch động thực vật như trong các quy định chung của EU, Đức cũng đặt ra một số các tiêu chuẩn bổ sung. Do Đức là một quốc gia rất coi trọng đến vệ sinh an toàn thực phẩm nên các quy định của Đức khắt khe hơn so với các quy định chung của EU.

Vi dụ, Ủy ban châu Âu EC đã đưa ra mức mycotoxins giới hạn trong một số loại thực phẩm trong quy định số 1525/98. Quy định này áp dụng trực tiếp cho các loại sản phẩm xuất khẩu vào EU. Bên cạnh hoà hợp về tiêu chuẩn, Đức cũng đặt ra một số tiêu chuẩn riêng. Những tiêu chuẩn này được viện Mykotoxin-Höchstmengenverordnung (MHmV) đưa ra vào ngày 02 tháng 06 năm 1999. Cơ quan có thẩm quyền là Bộ y tế liên bang.

Aflatoxins B1, B2, G1, G2 và M1 trong các loại thực phẩm và mức tối đa cho phép

Hàng hóa	Mức tối đa cho phép (mg/kg)		
	B1	M1	B1+B2+G1+G2
Tất cả các loại hàng hóa khác (ngoài hàng hóa như trong quy định của EU)	2		4
Sữa và các sản phẩm từ sữa		0.05	
Enzymes và enzyme điều chế được sử dụng trong thực phẩm			0.05

Việc kiểm tra, kiểm dịch động thực vật được tiến hành trước hết ở các giấy tờ liên quan đến lô hàng xuất khẩu: 100% giấy tờ này sẽ được kiểm tra ngay tại cửa khẩu. Sau đó, 100% sản phẩm sẽ được kiểm tra thực tế. Giai đoạn cuối cùng là kiểm tra vật lý, tức là kiểm tra về mẫu và lượng thuốc tồn dư trên sản phẩm có nguồn gốc từ động, thực vật. Kiểm tra này với mức từ 20-50% lô hàng.

5. Quyền sở hữu trí tuệ

Bảo hộ đối với sáng chế

Luật Sáng chế của Đức được sửa đổi năm 2005 có sự kết hợp hài hoà giữa pháp luật của Đức và pháp luật quốc tế về bảo hộ sáng chế. Các điều kiện để một giải pháp hữu ích

được cấp bằng sáng chế theo quy định pháp luật của Đức, của các nước thành viên EU cũng tương tự như quy định của pháp luật Việt Nam.

Nhằm khuyến khích các tác giả sáng chế, các doanh nghiệp áp dụng hệ thống thang điểm khi đánh giá các giải pháp kỹ thuật và theo đó xác định mức thù lao cho tác giả sáng chế, có sự phân biệt giữa trường hợp tác giả đồng thời là nhân viên của công ty với trường hợp không phải là nhân viên công ty; Ngoài khoản thù lao trả cho tác giả lần đầu, nếu sáng chế được áp dụng và mang lại lợi nhuận cho công ty thì tác giả được hưởng tiếp một khoản thù lao theo tỷ lệ % với lợi nhuận thu được. Nhìn chung các doanh nghiệp không quan niệm tiền lương trả cho tác giả là khoản thù lao để trả cho sáng chế mà người đó tạo ra, vì như vậy sẽ không khuyến khích được khả năng sáng tạo của người lao động. Đây là kinh nghiệm tốt Việt nam có thể tham khảo khi xây dựng chế độ trả thù lao cho tác giả sáng chế.

Các trường hợp cấp li-xăng bắt buộc thuộc thẩm quyền của Nhà nước, nhưng kể từ sau chiến tranh thế giới đến nay, Đức chưa có giải pháp kỹ thuật nào bị cấp phép bắt buộc.

Luật sáng chế người lao động của Đức hiện đang được tiến hành sửa đổi, theo chiều hướng quy định phương thức tính thù lao cho tác giả sáng chế một cách đơn giản hơn, nhưng phương án sửa đổi chưa được chấp nhận vì chưa được sự ủng hộ từ phía đại diện của giới chủ doanh nghiệp và người lao động, vì cả 2 phía đều cho rằng chưa bảo vệ được quyền lợi của họ.

Bảo hộ kiểu dáng công nghiệp

Luật kiểu dáng công nghiệp của Đức đã được sửa đổi nhằm thực hiện thông tư của EU. Các điều kiện để một đối tượng được cấp bằng kiểu dáng công nghiệp theo quy định pháp luật của Đức, của các nước thành viên EU cũng tương tự như quy định của pháp luật Việt Nam; tuy nhiên, khác với quy trình xét nghiệm giải pháp kỹ thuật để cấp bằng sáng chế, tính mới và tính độc đáo về kiểu dáng của sản phẩm không được cơ quan đăng ký kiểm tra khi tiến hành xem xét để cấp bằng kiểu dáng công nghiệp, vì quy mô các kiểu dáng

công nghiệp được bảo hộ rất lớn.

Về yêu cầu đối với tính độc đáo về thẩm mỹ khi xem xét để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, từ năm 2004, pháp luật của Đức đã bỏ quy định về yêu cầu này đối với kiểu dáng công nghiệp, vì cho rằng đây là một khái niệm phức tạp, khó đánh giá, trong khi Đức đang muốn hạ thấp tiêu chí để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp.

Về vấn đề đồng bảo hộ, trong Luật của Đức cũng như của EU đều không loại trừ khả năng một đối tượng có thể đồng thời vừa được bảo hộ dưới danh nghĩa kiểu dáng công nghiệp, vừa được bảo hộ theo quy định của Luật bản quyền, trong đó điển hình nhất là việc bảo hộ kiểu dáng hàng dệt may.

Bảo hộ nhãn hiệu:

Luật nhãn hiệu Đức dựa trên cơ sở và là sự chuyển hoá Luật của EU. Về cơ bản, Luật bảo hộ nhãn hiệu của các nước thành viên EU là giống nhau và đáp ứng với các yêu cầu của Hiệp định TRIPS. Các dấu hiệu được bảo hộ dưới danh nghĩa nhãn hiệu theo quy định của Luật nhãn hiệu Đức cũng tương tự như quy định của pháp luật Việt Nam; tại Đức, kể từ năm 1995, âm thanh cũng được bảo hộ dưới danh nghĩa là nhãn hiệu.

Đức quy định cho việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu ở 3 cấp độ:

- Bảo hộ nhãn hiệu cấp quốc gia: thực hiện trên cơ sở đạo luật về bảo hộ nhãn hiệu và các ký hiệu khác ban hành năm 1995; nhãn hiệu quốc gia chỉ được bảo hộ trong phạm vi của quốc gia;
- Bảo hộ nhãn hiệu cấp châu Âu (nhãn hiệu cộng đồng): thực hiện trên cơ sở Nghị định châu Âu số 40/49 về nhãn hiệu cộng đồng được ban hành năm 1994, đến nay đã được sửa đổi nhiều lần; nhãn hiệu cộng đồng được bảo hộ trong phạm vi lãnh thổ của tất cả các nước thành viên của EU;
- Bảo hộ nhãn hiệu cấp quốc tế: thực hiện thông qua một đăng ký duy nhất tại WIPO và được áp dụng theo quy định của Thỏa ước Madrid về đăng ký nhãn hiệu quốc tế; nhãn

hiệu cấp quốc tế được bảo hộ tại trên 60 nước trên thế giới.

Các thuật ngữ “hàng giả”, hàng nhái” hay “nhãn hiệu nhái” không phải là các khái niệm pháp lý. Đạo luật về bảo hộ Sở hữu trí tuệ và đấu tranh chống hàng giả/hàng nhái có hiệu lực từ tháng 7/1990 đã tạo tiền đề tốt cho việc bảo vệ quyền lợi của chủ sở hữu nhãn hiệu, với 4 nội dung chính:

- Mở rộng quyền yêu cầu tịch thu hàng vi phạm tại biên giới, không chỉ đối với hàng xâm phạm nhãn hiệu và bản quyền mà còn áp dụng đối với hàng xâm phạm tất cả các đối tượng sở hữu trí tuệ;
- Mở rộng quyền tiêu huỷ hàng vi phạm không chỉ đối với hàng xâm phạm nhãn hiệu và bản quyền, mà còn áp dụng đối với hàng xâm phạm tất cả các đối tượng sở hữu trí tuệ;
- Mở rộng quyền yêu cầu cung cấp thông tin về hàng xâm phạm không chỉ nhằm mục đích đưa ra yêu cầu bồi thường thiệt hại cho chủ sở hữu, mà còn quy định quyền của chủ sở hữu được yêu cầu cung cấp các thông tin về xuất xứ và về các kênh phân phối hàng xâm phạm;
- Các quy định về xử phạt hình sự được xiết chặt hơn, có thể bị xử phạt tù tới 5 năm, không chỉ đối với người xâm phạm quyền mà còn áp dụng đối với người thực thi quyền.

Về vấn đề hài hoà các quy định pháp luật về nhãn hiệu: Ngày 29/4/2004, Liên minh Châu Âu đã ban hành Định hướng 2004/48/EG về việc thực thi các quyền bảo hộ sở hữu trí tuệ. Đây là công cụ pháp lý thiết lập những quy định bảo hộ tối thiểu, thống nhất của Châu Âu trong việc chống làm hàng giả, hàng nhái. Bản định hướng của EU áp dụng những quy định cao hơn và thống nhất việc thực thi Hiệp định TRIPS tại các nước thành viên. Trọng tâm của nó nhằm hướng vào các trường hợp vi phạm phục vụ cho mục đích kinh doanh công nghiệp hoặc vi phạm gây thiệt hại lớn cho chủ nhãn hiệu. Điểm mới của văn bản này là có thêm các quy định về cung cấp chứng cứ và quyền được yêu cầu cung cấp các thông tin, theo đó, Toà có thể yêu cầu không chỉ người vi phạm pháp luật mà cả người thứ ba phải cung cấp các thông tin về xuất xứ và các kênh phân phối sản phẩm, nếu

người này cũng tham gia vào vụ việc ở quy mô kinh doanh; quy định việc thu hồi các hàng hoá vi phạm, loại bỏ hoàn toàn hàng vi phạm ra khỏi kênh thương mại, tiêu huỷ hoàn toàn hàng vi phạm và các phương tiện để sản xuất hàng vi phạm. Theo quy định của Bản định hướng, cho đến năm 2006, tất cả các nước thành viên EU đều phải chuyển hoá xong văn bản định hướng vào hệ thống luật quốc gia.

Bảo hộ quyền tác giả

Bảo hộ quyền tác giả có nhiều điểm khác biệt so với việc bảo hộ các đối tượng SHCN (khác biệt về đối tượng bảo hộ, thời điểm phát sinh quyền, phạm vi quyền tác giả được bảo hộ, cơ chế đăng ký, các yếu tố cản trở việc bảo hộ quyền, thời hạn bảo hộ,...).

Vấn đề đồng bảo hộ cũng được đặt ra trong lĩnh vực quyền tác giả: một sản phẩm vừa có thể được bảo hộ trên phương diện bản quyền, vừa có thể được bảo hộ trên phương diện nhãn hiệu hoặc kiểu dáng công nghiệp.

Pháp luật Đức mở ra cơ chế để bảo hộ đối với các tác phẩm, nếu như chúng không được bảo hộ theo cơ chế quyền tác giả thì có thể áp dụng quy định của Luật chống cạnh tranh không lành mạnh để bảo hộ, nếu đáp ứng đủ 2 yếu tố: phải có hành vi cạnh tranh không lành mạnh và đối tượng hoặc sản phẩm đó phải có tính đặc thù, đặc trưng cho khả năng cạnh tranh, ví dụ: việc lợi dụng uy tín sản phẩm của người khác để làm lợi cho mình, gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.

Luật bản quyền quy định tác giả có quyền đòi hỏi được hưởng thù lao xứng đáng với tác phẩm do mình sáng tạo ra, nhất là đối với tác giả của các chương trình phần mềm máy tính, vì chúng thường mang lại lợi nhuận rất lớn.

Trong lĩnh vực quyền tác giả không có yếu tố cản trở việc bảo hộ tác phẩm, ngay cả khi tác phẩm có nội dung bị cấm, bị coi là vi phạm pháp luật về hình sự hoặc trái với thuần phong mỹ tục.

Các tín hiệu truyền qua vệ tinh ở Đức không được coi là một loại hình đặc thù phải có cơ chế bảo hộ riêng, đối tượng này cũng được coi như chương trình phát sóng, không phân

biệt phát qua vệ tinh hay phát trên mặt đất.

Đức có một số tổ chức lớn có chức năng quản lý tập thể quyền tác giả như: Hiệp hội của các nhạc sỹ, Hiệp hội của các nghệ sỹ biểu diễn, Hiệp hội của các nhà xuất bản các tác phẩm âm nhạc... Việt Nam có thể tham khảo kinh nghiệm từ mô hình của Hội quản lý quyền trình diễn âm nhạc và nhân bản cơ giới (GEMA).

6. Xu hướng tiêu dùng

Là đất nước có nền kinh tế hùng mạnh với thu nhập bình quân đầu người cao vào bậc nhất châu Âu, người Đức đòi hỏi rất cao về chất lượng và sản phẩm dịch vụ. Họ có sở thích và thói quen sử dụng các sản phẩm có nhãn hiệu nổi tiếng thế giới, vì cho rằng những nhãn hiệu này gắn liền với chất lượng sản phẩm và sẽ đảm bảo an toàn cho người sử dụng, mặc dù giá của chúng đắt hơn hoặc đắt hơn nhiều so với các sản phẩm cùng loại khác.

Hiện nay, xu hướng tiêu dùng trên thị trường Đức đang có những thay đổi như: không thích sử dụng đồ nhựa và thích dùng đồ gỗ; thích ăn thủy hải sản hơn thịt; yêu cầu về mẫu mới và kiểu dáng hàng hóa thay đổi nhanh, đặc biệt đối với những mặt hàng thời trang (quần áo, giày dép,...). Cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, sở thích và thói quen tiêu dùng trên thị trường này thay đổi rất nhanh. Ngày nay, người tiêu dùng Đức cần nhiều chủng loại hàng hóa với số lượng lớn và có vòng đời ngắn, giá rẻ hơn với các điều kiện về dịch vụ bán hàng cũng như sau bán hàng tốt hơn, thay vì sử dụng những sản phẩm có chất lượng cao, giá đắt, vòng đời sản phẩm dài như trước đây. Tuy nhiên, chất lượng hàng hóa vẫn là yếu tố quyết định đối với phần lớn các mặt hàng được tiêu thụ trên thị trường này. Ví dụ một số sản phẩm tiêu biểu:

- *Đối với hàng may mặc:* Người Đức chỉ mua hàng may mặc không có chứa chất nhuộm có nguồn gốc hữu cơ (Azo-dyes). Khách hàng Đức đặc biệt quan tâm tới chất lượng và thời trang của loại sản phẩm này. Nhiều khi yếu tố thời trang lại có tính quyết định cao hơn so với giá cả. Đối với mặt hàng này, nhu cầu thay đổi nhanh chóng, đặc biệt về mẫu

một.

- *Thủy hải sản*: Người Đức không mua những sản phẩm thủy hải sản nhập khẩu bị nhiễm độc do tác động của môi trường hoặc do chất phụ gia không được phép sử dụng. Đối với sản phẩm thủy hải sản đã qua chế biến, người Đức chỉ dùng những sản phẩm đóng gói có ghi rõ họ tên sản phẩm, nơi sản xuất, các điều kiện bảo quản và sử dụng, mã số và mã vạch. Người tiêu dùng tẩy chay các loại thủy hải sản nhập khẩu có chứa khuẩn Salmonella, độc tố Lustamine, nhiễm V.Parahaemoliticus, nhiễm V.Cholerae. Người Đức ngày càng ăn nhiều thủy hải sản vì họ cho rằng sẽ giảm được béo mà vẫn khỏe mạnh.

Một đặc điểm quan trọng ở thị trường Đức đó là người tiêu dùng rất chú trọng đến các khía cạnh môi trường và xã hội liên quan đến sản xuất hàng hóa. Thị phần hàng thực phẩm thân thiện với môi trường trên cả hai phương diện (giảm lượng hóa chất trong thực phẩm và không gây ô nhiễm môi trường) dự kiến sẽ tăng lên nhanh chóng. Bao bì có khả năng tái sinh và ngay cả việc quảng cáo được tiến hành theo cách thức thân thiện môi trường luôn giành được sự ưu ái của người tiêu dùng. Bên cạnh đó, người Đức còn trở nên khắt khe hơn trong việc lựa chọn hàng hóa xuất phát từ quan điểm đạo đức. Hàng hóa có được sản xuất với sự phân chia thu nhập công bằng cho người lao động thực sự, trong những điều kiện lao động phù hợp, không lạm dụng lao động trẻ em... đang là mối quan tâm lớn của thị trường.

Đánh giá tiềm năng thị trường Đức

CHLB Đức không chỉ là đối tác song phương trực tiếp với Việt Nam mà đây còn là một trong số ít đối tác chiến lược của Việt Nam, Đức cũng là cửa ngõ cho hàng Việt Nam sang thị trường các nước Liên minh Châu Âu (EU). Việt Nam xuất khẩu sang Đức những mặt hàng như điện thoại các loại và linh kiện, dệt may, da giày, thủy sản, cà phê..., đồng thời nhập khẩu từ thị trường này những mặt hàng như máy móc thiết bị, hóa chất, sản phẩm công nghệ cao... Các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu có sự hiện diện ở Đức,

trong đó có FPT, Vietinbank đã tạo cơ sở thanh toán cho các doanh nghiệp Việt Nam khi làm ăn tại Đức.

Việt Nam và Đức hiện đang có những cơ hội rất tốt để khai thác các tiềm lực hợp tác. Đặc biệt, với giai đoạn hiện nay khi Việt Nam và EU đang nỗ lực khẩn trương kết thúc đàm phán Hiệp định thương mại tự do thì việc đẩy mạnh kết nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam và Đức sẽ giúp làm sâu sắc hơn quan hệ đối tác chiến lược Việt Nam – Đức. Đức là một trong những đối tác thương mại lớn của Việt Nam và là một trong những nền kinh tế dẫn dắt Châu Âu, Hiệp định FTA Việt Nam – EU sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hàng Việt Nam thâm nhập thị trường Đức cũng như thị trường các nước EU.

Đức nằm ở trung tâm EU, giáp biên với Pháp, Thụy Sĩ, Áo, CH Séc, Ba Lan, Bỉ, Luc-xăm-bua và cách Việt Nam khoảng 11 giờ bay thẳng, là điểm đến hấp dẫn cho hàng hóa Việt Nam và thuận lợi cho hàng Việt Nam sang các thị trường Châu Âu khác. Bên cạnh đó, hiện có khoảng 1.000 người Đức sống và làm việc ở Việt Nam, trong khi có tới 120.000 người Việt Nam sống và làm việc ở Đức, là cầu nối hiệu quả cho các hoạt động hợp tác kinh doanh và đầu tư giữa hai nước.

Giải pháp thâm nhập thị trường Đức

Các doanh nghiệp cần phân tích thông tin tại văn phòng về xu hướng thị trường Đức, xu hướng tiêu dùng, tìm hiểu về những sản phẩm phù hợp, các yêu cầu của thị trường về tiêu chuẩn và chất lượng sản phẩm. Các doanh nghiệp Việt Nam cũng nên tham gia những hội chợ thương mại uy tín tại Đức như một kênh giới thiệu và phân phối hàng hóa hữu hiệu. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần tham dự những diễn đàn và các sự kiện giao thương để nắm bắt thông tin thị trường và tiếp cận đối tác tiềm năng; quan tâm tới đối thủ cạnh tranh và sản phẩm cạnh tranh, văn hóa kinh doanh ở thị trường Đức...

Sau khi Hiệp định FTA Việt Nam – EU được ký kết, mức thuế nhập khẩu vào EU nói chung và Đức nói riêng sẽ ưu đãi toàn diện, ổn định hơn. Việc giảm thuế sẽ giúp hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam có lợi thế về giá. Tuy nhiên, chất lượng hàng hóa sẽ

trở thành yếu tố cạnh tranh chính. Do đó, doanh nghiệp sẽ gặp phải nhiều rào cản khi xuất khẩu bởi đây là thị trường khó tính nên các tiêu chuẩn, quy chuẩn an toàn cho sản phẩm nhập khẩu luôn được cập nhật, bổ sung với các hệ thống kiểm soát rất phức tạp. Vì vậy, doanh nghiệp trong nước phải nâng cao hiểu biết về chuyên môn thương mại quốc tế, đổi mới chiến lược kinh doanh. Cùng với đó, tập trung xuất khẩu những mặt hàng chuyên biệt và có chất lượng, tạo nguồn hàng lớn với giá cả cạnh tranh và đặc biệt chú ý đến việc đầu tư xây dựng thương hiệu, cải tiến mẫu mã và có chiến lược kinh doanh dài hạn.

Hàng năm, Đức chi khoảng 550 tỷ USD cho nhập khẩu hàng tiêu dùng. Hàng hóa nhập khẩu vào Đức không chỉ phục vụ cho thị trường Đức mà còn tiếp tục được xuất khẩu sang 27 nước thành viên EU và các nước Châu Âu khác. Chính vì vậy, Đức có thể được hỗ trợ trong việc chuyển giao công nghệ tốt hơn nhất là với những hàng hóa tiêu dùng của Việt Nam như dệt may, giày dép, thủy sản sẽ có thêm nhiều cơ hội tại EU.

Bên cạnh đó, khi Đức trở thành một trong những đối tác thương mại lớn của Việt Nam và là một trong những nền kinh tế lớn nhất của EU sẽ bảo đảm sự thuận lợi cho hàng Việt Nam thâm nhập thị trường Đức cũng như thị trường các nước EU. Mặc dù vậy, theo các chuyên gia thương mại, hiện hàng xuất khẩu của Việt Nam mới chỉ chiếm khoảng 0,2% nhu cầu nhập khẩu của thị trường này nên cơ hội cho hàng Việt xuất khẩu sang thị trường Đức còn rất lớn. Hai nước cũng đã ký kết một loạt hiệp định quan trọng như: Hiệp định tránh đánh thuế hai lần, Hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, các hiệp định hợp tác trong lĩnh vực hàng hải, hàng không... tạo cơ sở pháp lý quan trọng cho việc tăng cường quan hệ kinh tế - thương mại song phương. Ngoài ra, cộng đồng hơn 125.000 người Việt đang sinh sống tại Đức cũng là cơ hội lớn cho doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu.

Chương 9: Đầu mối liên lạc, các sự kiện thương mại

Đầu mối liên lạc

Cơ quan chính phủ

- Bộ Kinh tế và Công nghệ liên bang: <http://www.bmwi.de>
- Bộ Thương mại và Đầu tư Đức: <http://www.gtai.com>
- Bộ Thương mại liên bang: <http://www.bundesfinanzministerium.de>

Hiệp hội thương mại quốc gia/Phòng thương mại

- Hiệp hội công nghiệp Đức: <http://www.bdi-online.de>
- Liên đoàn Phòng Thương mại và Công nghiệp Đức: <http://www.dihk.de>
- Liên đoàn các nhà bán sỉ và Thương mại quốc tế Đức: <http://www.bga.de>
- Hiệp hội các công ty sản xuất điện và điện tử: <http://www.zvei.de>
- Hiệp hội các công ty sản xuất máy móc thiết bị Đức: www.vdma.org
- Hiệp hội kinh doanh dệt may: www.bte.de
- Tổng Hiệp hội các đại lý thương mại và môi giới kinh doanh: <http://www.cdh.de>

Các công ty nghiên cứu thị trường quốc gia

Hầu hết những công ty này thuộc một hoặc hai trong số các hiệp hội sau và được liên lạc thông qua:

- Hiệp hội các công ty tư vấn liên bang của Đức: <http://www.bdu.de>
- Hiệp hội các viện nghiên cứu thị trường và xã hội Đức: <http://www.adm-ev.de>

Các Ngân hàng thương mại quốc gia

- Có nhiều ngân hàng trong nước và nước ngoài tại Đức, một số các ngân hàng lớn nhất

của Đức là: Deutsche Bank AG <http://www.deutsche-bank.de>

- Commerzbank AG: <http://www.commerzbank.com>
- Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG: <http://www.hypovereinsbank.de>
- Deutsche Postbank AG: <http://www.postbank.de>

Báo cáo nông nghiệp

Những báo cáo này cung cấp thông tin về cơ hội thị trường, những điều kiện, chính sách phát triển mới và thông tin về ngành thực phẩm Đức. Các báo cáo chuẩn gồm: báo cáo về thị trường bán lẻ, hướng dẫn xuất khẩu, báo cáo dịch vụ thực phẩm, và những tóm tắt về thị trường rượu vang, hải sản và các sản phẩm chọn lọc khác. Có thể tìm các báo cáo tại địa chỉ: <http://www.fas.usda.gov/scriptsw/attacherep/default.asp>.

Trong những năm gần đây, nhiều báo cáo của Đức được hợp nhất và đệ trình như báo cáo của EU. Vì vậy, những công ty quan tâm đến thị trường Đức nên xem tham khảo những báo cáo của EU.

Các sự kiện thương mại

Vui lòng vào đường ‘link’ dưới đây để biết thông tin về những sự kiện thương mại sắp tới:

- <http://www.buyusa.gov/germany/en/events.html>
- <http://export.gov/germany/TradeShowsEvents/index.asp>

Danh mục các Hội chợ thương mại quan trọng tại Đức:

<http://www.export.gov/tradeevents/>

Website các Hội chợ Triển lãm ở Đức và châu Âu: <http://www.auma.de/>

Để biết thông tin về các hội chợ thương mại lớn tổ chức tại Đức dành riêng cho ngành thực phẩm, nông nghiệp và nông sản, vui lòng vào địa chỉ trang web:

http://www.usembassy.de/germany/fas_tradeshows.html

Các trang web cung cấp thông tin hữu ích

1. Luật sản phẩm:

- http://ec.europa.eu/enterprise/index_en.htm
- <http://www.ts.nist.gov/ts/htdocs/210/217/export-alert.htm>

2. Luật dán nhãn CE:

- <http://europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/>
- <http://www.newapproach.org/>

3. Các tiêu chuẩn Châu Âu:

- <http://europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/>
- <http://www.newapproach.org/>
- <http://www.cenorm.be/catweb>

Các cơ quan được công bố của Châu Âu:

http://www.europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/nb/notified_bodies.htm

Phòng thí nghiệm: <http://www.ts.nist.gov/ca>

Deutscher Akkreditierungsrat (DAR): <http://www.dar.bam.de/>

Việc dán nhãn sản phẩm:

http://europa.eu.int/comm/consumers/policy/developments/labelling/lab01_en.pdf

Các nguồn khác:

- BMU – (Bộ Môi trường liên bang): <http://www.bmu.de/>

- BMWA – (Bộ Kinh tế và Lao động liên bang): <http://www.bmwi.de/>
- DAR – (Hội đồng tín nhiệm Đức): <http://www.dar.bam.de/>
- DIN – (Viện tiêu chuẩn Đức)<http://www2.din.de/>
- NIST – Viện tiêu chuẩn và công nghệ quốc gia: <http://www.nist.gov/>
- UL – Tổ chức bảo hiểm phòng thí nghiệm: <http://www.ul.com/>
- VDE – Verband der Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik (Hiệp hội điện, điện tử và công nghệ thông tin) <http://www.vde.de/>
- VDMA -Verband deutscher Maschinen - undAnlagenbau e.V: <http://www.vdma.de/>
- ZLG - Zentralstelle der Länder für Gesundheitsschule bei Arzneimitteln und Medizinprodukten (Cơ quan chức năng trung tâm liên bang về bảo vệ sức khỏe liên quan đến sản phẩm và thiết bị y tế): <http://www.zlg.nrw.de/>
- ZVEI - Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. (Trung tâm liên bang về ngành công nghiệp điện và điện tử Đức) <http://www.zvei.de/>

Thông tin về điều kiện và ưu đãi đầu tư

Cơ quan xúc tiến đầu tư trong nước của CHLB Đức

Friedrichstraße 60

10117 Berlin, Đức

Điện thoại: [49][30] 2000 99 0

Fax: [49][30] 2000 99 111

Cơ quan kinh tế Liên bang - Bundesamt für Wirtschaft (BAW)

P.O.Box 51 71

65726 Eschborn

Tel: 06196-404 0

Fax: 06196-942 260

Internet: <http://www.bawi.de>

E-mail: bawi@rhein-main.net

BfAI - Cơ quan liên bang cung cấp thông tin cho các hoạt động ngoại thương

E-mail: info@bfai.com

Internet: <http://www.bfai.com/>

Hệ thống tiêu chuẩn DIN

Deutsches Institut für Normung eV (DIN)

E-mail: peter.anthony@din.de

Internet: <http://www.din.de/>

Cơ quan Nông nghiệp và thực phẩm liên bang

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung - BLE

P.O.Box 18 02 03 60083 Frankfurt/Main

Adickesallee 40 60322 Frankfurt/Main

Tel: 069-156 40

Fax: 069-156 4444

Internet: <http://www.dainet.de>

E-mail: webadmin@ffm.ble.bund400.de

Hiệp hội chế biến và nhà buôn cá quốc gia

E-mail: [bvfish@t-online.de](mailto:bvfisch@t-online.de)

Internet: <http://www.fischinfo.de/>

Ủy ban thủy hải sản Châu Âu

Frequency: biennial (Bremen 2004)

E-mail: info@fishinternational.de

Internet: <http://www.fishinternational.com/>

Hiệp hội nông nghiệp hữu cơ Naturland Đức

E-mail: naturland@naturland.de

Internet: <http://www.naturland.de>

Hiệp hội kinh doanh Hoa quả Đức (DFHV)

E-mail: bonn@dfhv.de

Internet: <http://www.dfhv.de>

Fruchthandel - Tạp chí thương mại

Ngôn ngữ: Tiếng Đức

Những chủ đề chính: rau quả tươi, lạc nhân, hoa quả và khoai tây sấy

E-mail: info@fruchthandel.de

Internet: <http://www.fruchthandel.de>

ANUGA - một trong những hội trợ hàng đầu thế giới của Đức về công nghiệp đồ uống và thực phẩm

Địa điểm: Cologne, Germany

E-mail: anuga@koelnmesse.de

Internet: <http://www.anuga.com>

Fruit Logistica - trung bày quốc tế cho những ngành liên quan đến kinh doanh rau quả:
các quốc gia đang phát triển là nhóm tiêu biểu

Địa điểm: Berlin, Germany

E-mail: central@messe-berlin.de

Internet: <http://www.fruitlogistica.com>

BCS ÖKO-GARANTIE GMBH – Cơ quan cấp chứng nhận hữu cơ

E-mail: info@bcs-oeko.de

Internet: <http://www.bcs-oeko.de>

Nguồn cung cấp giá cả thị trường

Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle für Erzeugnisse der Land-, Forst- und
Ernährungswirtschaft GmbH (ZMP)

E-mail: info@zmp.de

Internet: <http://www.zmp.de>

Các hiệp hội kinh doanh đồ gỗ

Gesamtverband Holzhandel e.V.

E-mail: info@gdholz.de

Internet: <http://www.holzhandel.de>

Các ấn phẩm thương mại

Holz-Zentralblatt

DRW-Verlag Redaktion Holz-Zentralblatt

E-mail: info@holz-zentralblatt.com

Internet: <http://www.holz-zentralblatt.com>

Holz Journal

Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle (ZMP) GmbH

E-mail: info@zmp.de

Internet: <http://www.zmp.de>

EUWID

E-mail: info@euwid.de

Internet: <http://www.euwid.de>

Địa chỉ hữu ích

- Đại sứ quán Đức tại Việt Nam:

29 Trần Phú, Hà Nội

ĐT: 84-4-38453836/7

Fax: 84-4-3 845 38 38

Website: www.hanoi.diplo.de

- Tổng Lãnh Sự Quán CHLB Đức tại TP.HCM

Ngôi nhà Đức

Số 33 đường Lê Duẩn, Phường Bến Nghé, Quận 1, TP.HCM

710088, Việt Nam

Điện thoại: +84-(0)28-38 28 81 00

Fax: +84-(0)28-38 28 81 01

E-Mail: info@hoch.diplo.de



Internet: <http://www.vietnam.diplo.de>

- Đại sứ quán Việt Nam tại Đức:

Elsenstraße 3 12435 Berlin -Treptow

ĐT: 49 30 536 30 108

Fax: 49 30 536 30 200

Email: info@vietnambotschaft.org

Website: <http://www.vietnambotschaft.org>

- **Tổng Lãnh sự quán Việt Nam tại Frankfurt, CHLB Đức:**

Địa chỉ: Villa Hanoi, Kennedy Allee 49, 60596 Frankfurt am Main

Điện thoại : +49 (69) 795 336 50

Fax: +49 (69) 795 336 511

- **Thương vụ Việt Nam tại Đức:**

Rosa - Luxemburg Str.7, 10178 Berlin - Mitte Germany

ĐT: 49302292374/8198

Fax: 49302291812/2374

Email: de@moit.gov.vn, vietrade.berlin@t-online.de