



Πρεσβεία της Ελλάδος στο Βερολίνο

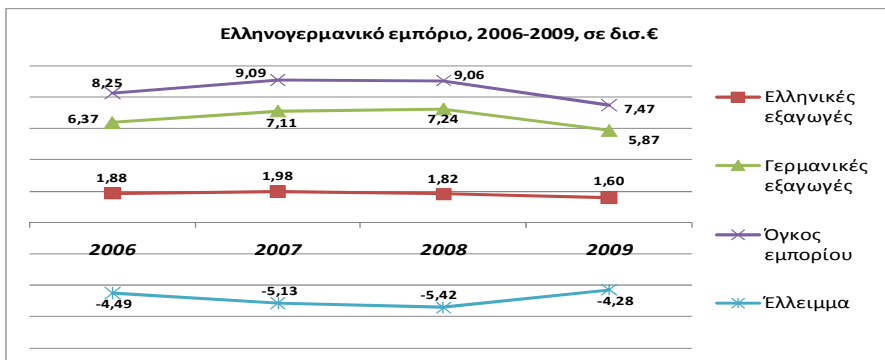
Γραφείο Ο.Ε.Υ. Βερολίνου
Γραφείο Ο.Ε.Υ. Μονάχου
Γραφείο Ο.Ε.Υ. Ντύσσελτορφ

Περιεχόμενα:

Ελληνικές εξαγωγές 2006-2009	2
Μείωση της τιμής ρεύματος από φωτοβολταϊκά	3
Η γραφειοκρατία φρενάρε τις επενδύσεις ΑΠΕ	3
Αύξηση των κενών εμπορικών χώρων	4
Ανάπτυξη εμπορικών κέντρων στην περιφέρεια	4
Κέρδη στην Aldi από τον πόλεμο τιμών	5
Πιλοτικό πρόγραμμα φρέσκων ψαριών στα Netto	5
Θυγατρική για διάθεση ψαριών από την Rewe	5
Ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου	6
Πώληση της 2ης βιομηχανίας φαρμάκων	6
Πτώση των γερμανικών εξαγωγών	6
Διεθνείς εκθέσεις με ελληνική συμμετοχή	7

Οικονομικές & Επιχειρηματικές Ειδήσεις από την Γερμανία

Πτώση εισαγωγών και εξαγωγών το 2009



Η Γερμανία επανήλθε στην θέση του σημαντικότερου αγοραστή ελληνικών προϊόντων, αφήνοντας στην 2^η θέση την Ιταλία, η οποία πέρυσι την είχε υποσκελίσει. Η οικονομική κρίση, όμως, επηρέασε σοβαρά το διμερές εμπόριο. Όλοι οι επί μέρους δείκτες σημείωσαν πτώση.

Οι **ελληνικές εξαγωγές** υποχώρησαν το 2009 κατά 12,34% και ανήλθαν σε €1,6 δισ. έναντι €1,82 δισ. το 2008 και €1,98 δισ. το 2007.

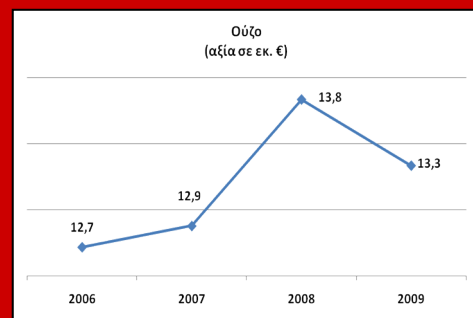
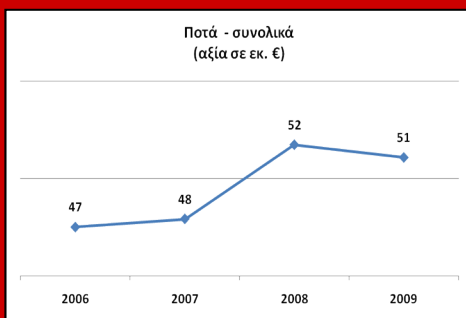
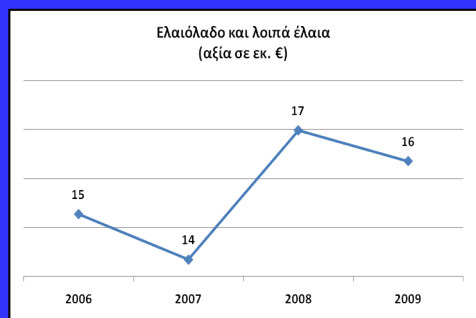
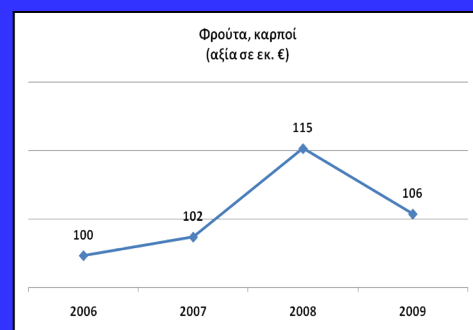
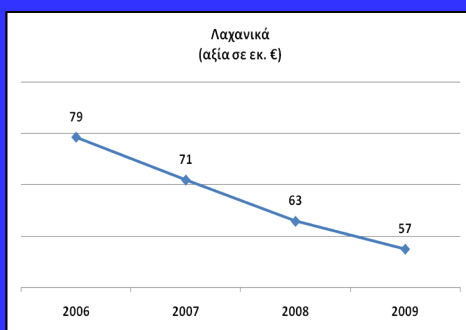
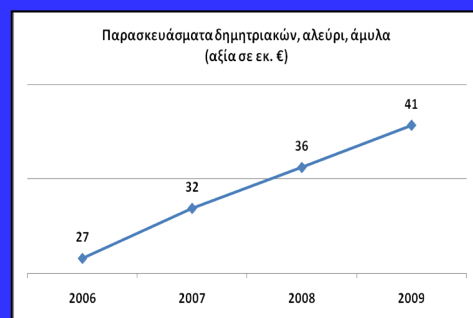
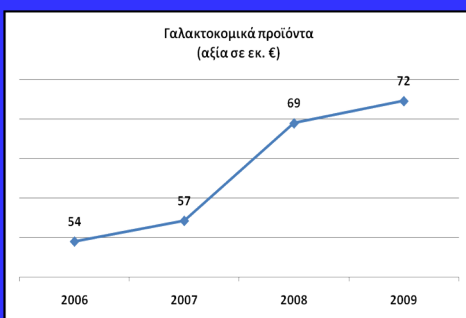
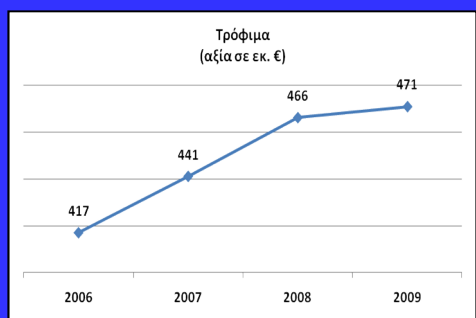
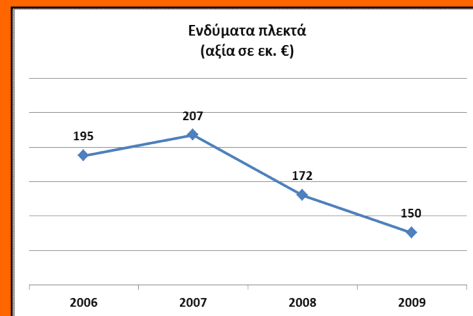
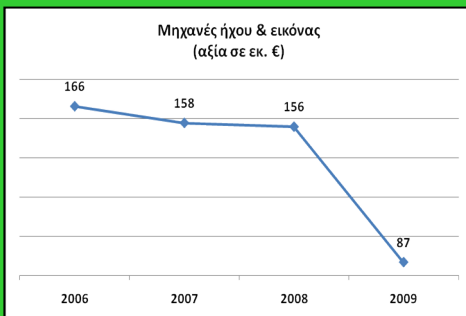
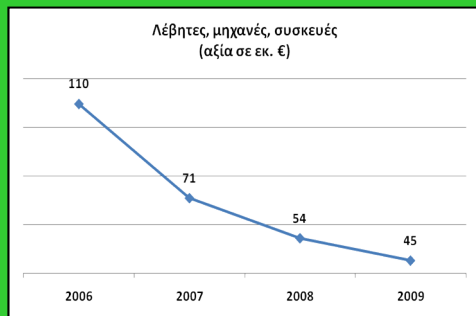
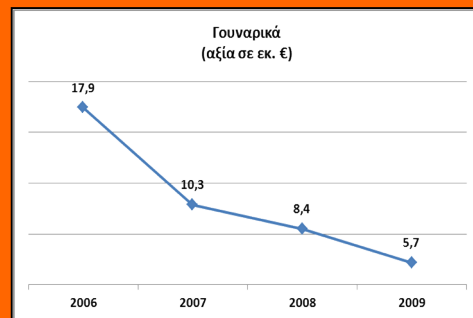
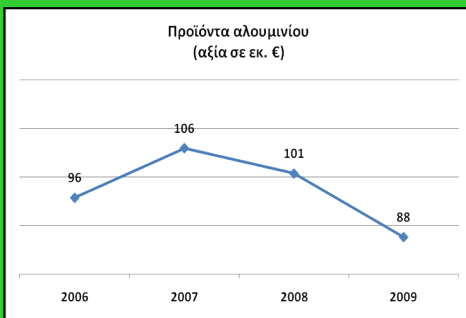
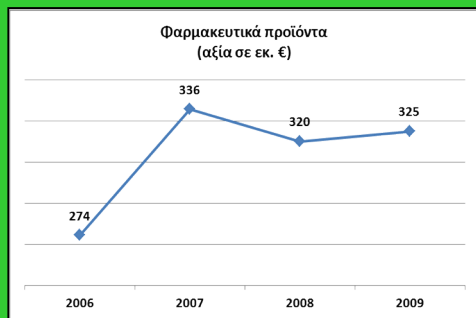
Οι **γερμανικές εξαγωγές** υποχώρησαν σε μεγαλύτερο βαθμό εν συγκρίσει προς τις ελληνικές εξαγωγές προς την Γερμανία. Το 2009 μειώθηκαν κατά 18,85% σε €5,87 δισ., από €7,24 δισ. το 2008 και €7,11 δισ. το 2007.

Ο **όγκος εμπορίου** μειώθηκε κατά 17,54% σε €7,47 δισ. από €9,06 δισ. το 2008 και €9,09 δισ. το 2007. Λόγω της μεγαλύτερης μείωσης των γερμανικών εξαγωγών, το **έλλειμμα** εις βάρος της χώρας μας το 2009 σημείωσε βελτίωση καθώς συρρικνώθηκε κατά 21,04% σε €4,28 δισ. εν συγκρίσει προς €5,42 δισ. το 2008 και €5,13 δισ. το 2007.

Κατηγορία	Αξία εκ. €	Μερίδιο
Φάρμακα	325	20,3%
Πλεκτά ενδύματα	150	9,4%
Παρασκευασμένα φρούτα - λαχανικά	132	8,3%
Φρούτα	106	6,6%
Αλουμίνιο	88	5,5%
Μηχανές ήχου και εικόνες	87	5,4%
Γαλακτοκομικά - φέτα	72	4,5%
Λαχανικά	57	3,6%
Ποτά	51	3,2%
Μηχανές, συσκευές	45	2,8%

Μεγαλύτερη άνοδος	
Τσιπούρα, λαβράκι	37,2%
Παρασκευασμένα δημητριακά	12,3%
Γαλακτοκομικά	4,1%
Μεγαλύτερη πτώση	
Εμπιστευτικά	-53,0%
Μηχανές ήχου - εικόνες	-44,0%
Συσκευές φωτογρ. - κινημ/φίας	-43,7%

σε εκ. €	Αξία σε εκ. €				Μεταβολή %		
	2009	2008	2007	2006	2008/09	2007/08	2006/07
Ελληνικές εξαγωγές	1.596.583.928	1.821.302.845	1.980.259.847	1.881.271.382	-12,34%	-8,03%	5,26%
Γερμανικές εξαγωγές	5.873.685.972	7.238.138.117	7.114.440.477	6.369.246.783	-18,85%	1,74%	11,70%
Όγκος εμπορίου	7.470.269.900	9.059.440.962	9.094.700.324	8.250.518.165	-17,54%	-0,39%	10,23%
Έλλειμμα Ελλάδος	-4.277.102.044	-5.416.835.272	-5.134.180.630	-4.487.975.401	-21,04%	5,51%	14,40%



Μείωση της τιμής αγοράς του ρεύματος που παράγεται από φωτοβολταϊκά

Παρά την προσπάθεια του γερμανικού κλάδου κατασκευής φωτοβολταϊκού εξοπλισμού, η κυβέρνηση προχώρησε σε σοβαρή μείωση της τιμής αγοράς του ρεύματος που παράγεται μέσω αυτής της τεχνολογίας. Η μείωση κυμαίνεται αναλόγως του πού τοποθετούνται οι μονάδες και θα ισχύσει από 1 Ιουλίου 2010.

Η τιμή αγοράς θα μειωθεί κατά 16% όταν οι μονάδες βρίσκονται στις στέγες και σε 15% όταν τοποθετούνται σε ανοικτούς χώρους. Καταργείται η αυξημένη τιμή αγοράς που καταβάλλεται όταν οι μονάδες τοποθετούνται σε εκτάσεις που προορίζονται για αγροτική χρήση.

Καινοτομία είναι, επίσης, η πρόβλεψη για τους εμπορικούς χώρους των οποίων με την τοποθέτηση φωτοβολταϊκών θα αλλάξει η χρήση. Ως τέτοιοι θεωρούνται π.χ. χώροι ενταφιασμού απορριμμάτων, παλαιά βιομηχανικά κτήρια, στρατιωτικές εγκαταστάσεις, κ.λ.π. Για αυτούς η μείωση της τιμής αγοράς θα είναι 11%.

Επίσης, δεν μειώνεται η επιδότηση όταν ο παραγωγός του ρεύματος το καταναλώνει ο ίδιος. Η ισχύς αυτής της πρόβλεψης θα διατηρηθεί έως το τέλος του 2011.

Βασική επιδίωξη είναι η παύση της μετατροπής της χρήσης γης και

Τοποθέτηση	Ποσοστό μείωσης
Στέγες	16%
Ανοικτοί χώροι	15%
Αλλαγή εμπορικής χρήσης	11%
Αγροτικές εκτάσεις	100%
Ιδιοκατανάλωση	0%

απώλειας μεγάλων αγροτικών εκτάσεων.

Βάσει του ισχύοντος πλαισίου, υπάρχει εγγυημένη τιμή αγοράς του ρεύματος που παράγεται από φωτοβολταϊκά έναντι €0,39 / KW επί 20ετία. Η επιδότηση παραμένει αμετάβλητη από τον Οκτώβριο 2008 που τέθηκε σε ισχύ ο νέος Νόμος EEG περί Ανανεωσίμων Πηγών Ενέργειας. Υπολογίζεται ότι χάρις στην υψηλή επιδότηση, η απόδοση των επενδύσεων σε φωτοβολταϊκά συστήματα ξεπερνούσε το 10% ετησίως. Οι εκπρόσωποι του κλάδου παραγωγής του εξοπλισμού στην Γερμανία, διαβλέποντας τις αλλαγές, έχουν ήδη προτείνει μείωση της τιμής αγοράς κατά 5%.

Η πτώση των τιμών αγοράς των φωτοβολταϊκών συστημάτων κατά 30% εντός της τελευταίας ζετίας δεν δικαιολογούσε πλέον την διατήρηση της υψηλής τιμής

αγοράς του ρεύματος. Οι αποφάσεις αυτές αναμένεται να επιταχύνουν την τάση συγχωνεύσεων των γερμανικών εταιρειών του κλάδου που πλήττεται ήδη από την εισαγωγή εξοπλισμού κινεζικής κατασκευής σε σημαντικά χαμηλότερες τιμές. Ο κλάδος, χάρις στην έως τώρα υψηλή επιδότηση, είχε κύκλο εργασιών ύψους €14,1 δισ. το 2009 και απασχολεί 60.000 άτομα, κυρίως στην ανατολική Γερμανία.

Το 2009 εγκαταστάθηκαν στην Γερμανία φωτοβολταϊκά συστήματα δυναμικότητας άνω των 3.000 MW, περισσότερα από κάθε άλλη χρονιά. Το κόστος για τους καταναλωτές είναι πολύ υψηλό, διότι η υψηλή τιμή αγοράς του ρεύματος μετακυλιέται στις τιμές καταναλωτού οι οποίες αυξήθηκαν εξ αυτού του λόγου κατά 8% στις αρχές του 2010.

Εάν η τιμή αγοράς ρεύματος από φωτοβολταϊκά συστήματα διατηρούνταν στα €0,39 / KW, τότε υπολογίζεται ότι το 2020 θα απαιτούνταν €57 δισ. για την αγορά του παραγομένου ρεύματος από αυτή την πηγή. Με την αναπροσαρμογή της τιμής το κόστος θα μειωθεί σε λιγότερο από €46 δισ.

Η μέση τιμή με την οποία αμείβονται οι παραγωγοί ρεύματος από συμβατικές πηγές, όπως λιθάνθρακας, πετρέλαιο, φυσικό αέριο, στην αγορά χονδρικής της Λειψίας, δεν ξεπερνά τα €0,05 / KW.

Η γραφειοκρατία φρενάρει τις επενδύσεις στις ΑΠΕ

Η γραφειοκρατία έχει εξελιχθεί σε τροχοπέδη για τις επενδύσεις. Μικροί και μεγάλοι επενδυτές στις ΑΠΕ διαμαρτύρονται ότι η διαδικασία έγκρισης διαρκεί χρόνια και ότι οι υποχρεώσεις τους για σύνταξη μελετών είναι πολύ μεγάλες και πολύπλοκες.

Από την μεριά τους οι εταιρείες που διαχειρίζονται το δίκτυο μεταφοράς διαμαρτύρονται ότι

επιφορτίζονται εκείνες το κόστος της ανάπτυξης καθώς είναι υποχρεωμένες να συνδέουν όλες τις νέες μονάδες και να αγοράζουν εκείνες το ρεύμα μετακυλίωντας το κόστος στον αγοραστή, με σημαντικό για αυτές κόστος διαχείρισης.

Η μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας, RWE, συγκέντρωσε τα εμπόδια και τις

διαδικασίες σε κείμενο 70 σελίδων επιδιώκοντας την απλοποίηση του καθεστώτος. Ως παράδειγμα, αναφέρει ότι η διαδικασία αδειοδότησης της κατασκευής όχι του offshore αιολικού πάρκου, αλλά της μονάδας όπου θα προσυναρμολογεί τις ανεμογεννήτριες πριν τοποθετηθούν στην τελική τους θέση, πρέπει να περιμένει δύο έτη.

Αύξηση των κενών εμπορικών χώρων—Πίεση επί των τιμών

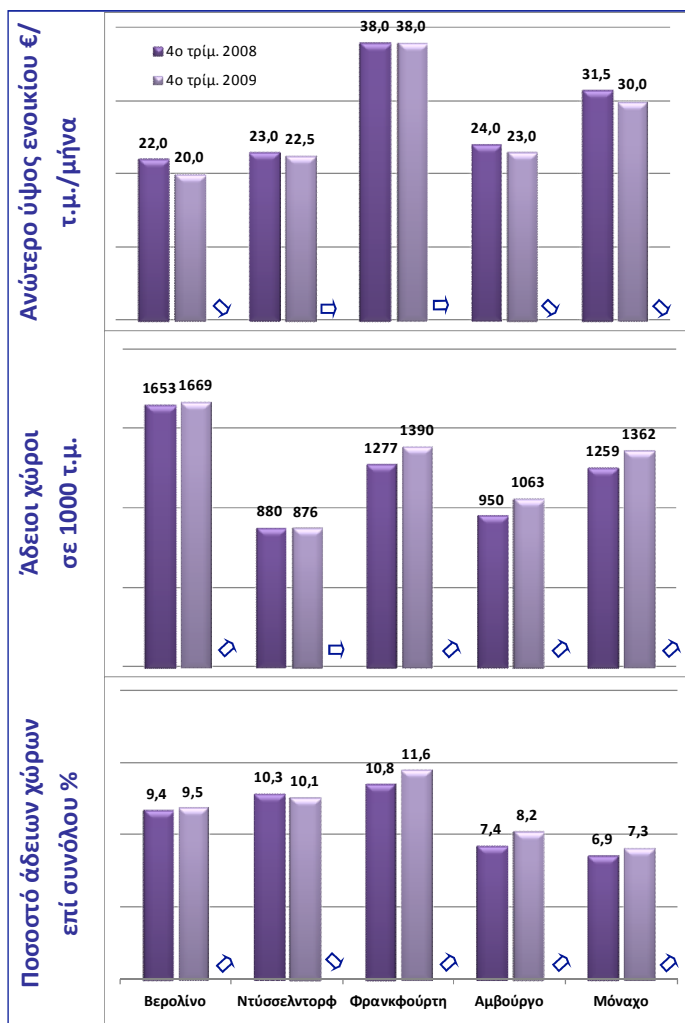
Τάση: Αυξάνονται οι κενοί χώροι εμπορικών χρήσεων σε ολόκληρη την Γερμανία και ασκείται πίεση επί των τιμών.

Παρά την οικονομική κρίση, οι μεγάλες εταιρείες διαχείρισης ακινήτων της Γερμανίας θεωρούν ότι το 2009 εξελίχθηκε καλύτερα απ' ό,τι αναμένονταν και πάντως καλύτερα από αρκετές χρονιές της δεκαετίας του '90.

Για το 2010 εκτιμάται ότι θα σημειωθεί αύξηση του ύψους των συναλλαγών ακινήτων και ότι θα υπάρχει ισχυρή ζήτηση εμπορικών ακινήτων πλήρως εκμισθωμένων με μακροχρόνια συμβόλαια. Οι εκτιμήσεις για το ύψος της αγοράς το 2010 κυμαίνονται από €12,5 δισ. έως €20 δισ.

Ωστόσο, αρκετά διαφορετική είναι η κατάσταση σε ό,τι αφορά την μίσθωση εμπορικών χώρων. Λόγω της κρίσης, το ποσοστό των κενών χώρων αυξάνεται σε όλη την χώρα με εξαίρεση το Ντύσσελτορφ.

Σε ό,τι αφορά το κόστος ενοικίασης εμπορικών χώρων με υψηλές απαιτήσεις, η Φρανκφούρτη παραμένει η ακριβότερη αγορά με €38/τ.μ./μήνα, είναι όμως στάσιμη. Ακολουθεί το Μοναχο με €30 σε πτωτική πορεία και το Αμβούργο και το Ντύσσελτορφ με €23 και €22,5 αντίστοιχως. Το Βερολίνο έχει τα φθηνότερα ενοίκια με €22 και πτωτική πορεία.



Ανάπτυξη των εμπορικών κέντρων στην περιφέρεια

Στην Γερμανία υπάρχουν περί 272 εμπορικά κέντρα από 200 προ δεκαετίας και δεν διαφαίνεται η ανάσχεση της αυξητικής τάσης.

Οι αναλυτές εκτιμούν ότι η αγορά έχει χώρο για 80-100 εμπορικά κέντρα ακόμη. Στην Γερμανία αναλογούν σήμερα 157 τ.μ. ανά 1000 κατοίκους εν συγκρίσει προς μέσο όρο 218 τ.μ. στην Ε.Ε.

Το 2010 θα ολοκληρωθεί η λειτουργία 3 νέων εμπορικών κέντρων ενώ θα ανακαινισθούν ή θα επεκταθούν άλλα 3 υφιστάμενα. Το 2011 αναμένονται 6 νέα κέντρα. Υπολογίζεται ότι η μελέτη και κατασκευή ενός εμπορικού κέντρου απαιτεί επένδυση €50 εκ.—€300 εκ. Η αρχή γίνεται με την επιλογή του

κατάλληλου χώρου και ακολουθεί η εξεύρεση γνωστών εταιρειών λιανικής πώλησης. Η κατασκευή ξεκινά μόνον εφ' όσον έχει προενοικιασθεί το 40-50% των χώρων. Συνήθως, μετά την εγκαινίαση του κέντρου, αυτό πωλείται σε εταιρεία διαχείρισης εμπορικών κέντρων. Συχνή είναι η άντληση κεφαλαίων από επενδυτικές εταιρείες ιδιωτικών κεφαλαίων ή ακινήτων.

Η απόδοση σε εμπορικά κέντρα έχει απόδοση περίπου 5,75% (σχέση ετησίων ενοικίων / τιμής πώλησης ακινήτου) έναντι 6% το 2004, επομένως η διάρκεια απόσβεσης της επένδυσης είναι περίπου 17 έτη.

Οι επενδύσεις σε εμπορικά κέντρα θεωρούνται ως σταθερής απόδοσης. Επίσης, λόγω της

ποικιλίας των μισθωτών, θεωρείται ότι προσφέρουν διασπορά του κινδύνου. Ωστόσο, η απόδοση εξαρτάται από την πόλη, την συγκεκριμένη τοποθεσία του κέντρου, την ποιότητα κατασκευής και την αξιοπιστία των μισθωτών κάθε κέντρου.

Λόγω της ύπαρξης ήδη πολλών κέντρων στο εσωτερικό των γερμανικών πόλεων, θεωρείται ότι επενδυτικές ευκαιρίες προσφέρονται στα περίχωρα των μεγάλων πόλεων και σε μικρές πόλεις. Πόλεις με πληθυσμό άνω των 50.000 κατοίκων που έχουν καλή σύνδεση με γειτονικά αστικά κέντρα θεωρούνται καλές περιπτώσεις, όπως και η δυνατότητα μετατροπής χρήσης των περίπου 300 εξειδικευμένων αγορών που υπάρχουν στην Γερμανία.

Κέρδη απέφερε στην Aldi ο πόλεμος τιμών

Αύξηση κατά 5% του κύκλου εργασιών της Aldi, μεγαλύτερης αλυσίδας discounter στην Γερμανία, το 2008, προκύπτει από τον ισολογισμό που δημοσίευσε στις αρχές Φεβρουαρίου. Τα κέρδη της Aldi σημείωσαν, επίσης αύξηση κατά 6,4%, φθάνοντας τα €950 εκ. Τα αποτελέσματα του 2009 δεν έχουν δοθεί στη δημοσιότητα, σύμφωνα όμως με τα δημοσιεύματα του κλαδικού τύπου, παρέμειναν σταθερά, ενώ ο κύκλος εργασιών υποχώρησε κατά 1-2%



για την Aldi Süd και 3-4% για την Aldi Nord.

Προκύπτει, επομένως, ότι η στρατηγική αύξησης τιμών πολλών

προϊόντων που ακολούθησε η Aldi το 2007 και το 2008, απέφερε αποτελέσματα. Η τακτική αυτή και η καλή χρηματοοικονομική βάση της εταιρείας της έδωσαν την δυνατότητα να ξεκινήσει το 2009 διαδοχικούς κύκλους μείωσης τιμών των κωδικών της. Στον πόλεμο τιμών υποχρεώθηκαν στην ουσία να την ακολουθήσουν και οι άλλες εκπτωτικές αλυσίδες, ενώ θεωρείται ότι το φαινόμενο επεκτάθηκε σε αρκετό βαθμό και στις μη εκπτωτικές αλυσίδες τροφίμων.

Θεωρείται πιθανόν ότι η Aldi, χάρις στην καλή της οικονομική κατάσταση, μπορεί να συνεχίσει να πιέζει πτωτικά τις τιμές και κατά το 2010. Αντιθέτως, αρκετοί από τους

ανταγωνιστές της δεν είναι σίγουρο ότι μπορούν να αντέξουν την παράταση του πολέμου τιμών που πλήττει τα κέρδη τους.

Ταυτοχρόνως, η πίεση μετατίθεται τελικώς στους παραγωγούς των προϊόντων, οι οποίοι σε αρκετές περιπτώσεις, όπως φερ' ειπείν στο γάλα και το βούτυρο, φαίνεται να έχουν ήδη υπερβεί τα όριά τους, παράγοντας πλέον με οριακό κέρδος ή και ζημία.

Κατ' αυτόν τον τρόπο, η Aldi υπερασπίζεται την ηγετική της θέση μεταξύ των εκπτωτικών αλυσίδων της Γερμανίας, ιδίως μετά την όξυνση του ανταγωνισμού που ακολούθησε την συγχώνευση των αλυσίδων Netto και Plus.

Πιλοτικό πρόγραμμα πώλησης φρέσκων ψαριών στα Netto

Η Netto, εκπτωτική αλυσίδα του μεγαλύτερου ομίλου supermarket της Γερμανίας Edeka, είναι η πρώτη αλυσίδα discounter που προχωρά στην πώληση φρέσκων ιχθυηρών.



Από τον Ιανουάριο, στα ψυγεία self-service των Netto μπορεί να βρει κανείς ένα διαφορετικό είδος ψαριού κάθε εβδομάδα, από Πέμπτη έως Σάββατο, όπως σολωμό και βακαλάο από ιχθυοκαλλιέργειες στη Νορβηγία, πέστροφα από ιχθυοκαλλιέργειες στην Γερμανία και την Αυστρία, γλανίδι από ιχθυοκαλλιέργειες στην Ολλανδία και λαβράκι (Viktoriaseebarsch) πιστοποιημένης αλιείας.

Ίδρυση θυγατρικής για διάθεση ιχθυηρών από την Rewe

Θυγατρική εταιρεία με την επωνυμία Trans Gourmet Seafood, ιδρύει η Rewe Großverbraucher Service.

Αντικείμενό της θα είναι η διανομή φρέσκων και κατεψυγμένων ιχθυηρών στην γαστρονομία και τα καταστήματα της Rewe, με στόχο την επέκταση και στις γειτονικές χώρες (Πολωνία, Αυστρία, Ελβετία, Γαλλία).

Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στα συσκευασμένα ιχθυηρά για τα ψυγεία self-service των supermarket, όπως επίσης και στα προϊόντα που φέρουν πιστοποίηση MSC και βιολογικής παραγωγής.

Το ενδιαφέρον της Rewe GVS για την ανάπτυξη του κλάδου των ιχθυηρών είχε ήδη διαφανεί με την

διοργάνωση σεμιναρίων για πωλητές ιχθυηρών και σεφ, καθώς και με την μετακίνηση του κέντρου ιχθυηρών της από το Cuxhaven στο Bremerhaven, ένα από τα σημαντικότερα κέντρα διακίνησης ιχθυηρών στην Γερμανία, κίνηση που οδήγησε σε εξαπλοσυσσασμό του κύκλου εργασιών της.



Η ίδρυση ανεξάρτητης θυγατρικής για τα ιχθυηρά αποτελεί ένα ακόμη βήμα για την ενίσχυση της παρουσίας της Rewe στον τομέα αυτό. Ο κύκλος εργασιών υπολογίζεται ότι θα είναι περίπου € 65 εκ. ετησίως. Βάσει του χρονοδιαγράμματος, η εταιρεία Trans Gourmet Seafood θα ξεκινήσει τη λειτουργία της έως τα μέσα Απριλίου.

Ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου

Για πρώτη φορά το 2009, η αξία των πωλήσεων μέσω του διαδικτύου ξεπέρασε την αξία των πωλήσεων μέσω καταλόγου, αποτελώντας ποσοστό 53,3% του συνόλου των εξ αποστάσεως πωλήσεων.

Ο κύκλος εργασιών των e-shops αυξήθηκε κατά 16% το 2009 έναντι του 2008 φθάνοντας τα €15,5 δισ.

Καθώς ο κύκλος εργασιών του γερμανικού λιανεμπορίου μειώθηκε το 2009 κατά 1,8%, το μερίδιο αγοράς των συνολικών πωλήσεων εξ αποστάσεως (πωλήσεις μέσω διαδικτύου και μέσω καταλόγου) έφθασε το 7,4% του συνόλου των πωλήσεων λιανικής της γερμανικής αγοράς.

Την μεγαλύτερη ανάπτυξη σημείωσαν το 2009 τα e-shops των

εταιρειών που διαθέτουν και καταστήματα, όπως οι αλυσίδες ειδών προσωπικής φροντίδας Douglas και Rossmann.

Για τις εταιρείες που παλαιότερα είχαν ως κύριο αντικείμενο τις πωλήσεις μέσω καταλόγου, όπως για την Otto, το διαδίκτυο αποτελεί πλέον το βασικό μοχλό ανάπτυξής τους.

Τα κυριότερα προϊόντα που οι Γερμανοί αγοράζουν στο διαδίκτυο είναι είδη ένδυσης και υπόδησης, βιβλία, CD και DVD, καθώς και καταναλωτικά ηλεκτρονικά είδη.

Η κατά κεφαλήν δαπάνη για αγορές αγαθών στο internet έφθασε τα €189 και για αγορές υπηρεσιών τα €76. Πλέον, 32,5 εκ. Γερμανοί πραγματοποιούν αγορές μέσω του διαδικτύου, κατά 1,1 εκ. περισσότεροι από το 2008.



Πώληση της 2ης γερμανικής βιομηχανίας φαρμάκων

Σύντομα προβλέπεται να ολοκληρωθεί η διαδικασία πώλησης της Ratiopharm, 2ης σε μέγεθος γερμανικής βιομηχανίας φαρμάκων. Η εταιρεία ανήκε έως πέρυσι στον επιχειρηματικό όμιλο Merckle. Ο ομώνυμος ιδιοκτήτης της εταιρείας αυτοκτόνησε προ ενός έτους υπό την βάρος των συνεπειών της οικονομικής κρίσης.

Στον διαγωνισμό πώλησης της Ratiopharm έχουν απομείνει τρεις δυνητικοί αγοραστές.

ratiopharm

Στην μάχη της διεκδίκησης της Merckle, φέρεται να προηγείται η ισραηλινή Teva, Η Teva με 35.000 εργαζομένους επιθυμεί να ισχυροποιήσει τη θέση της στην ευρωπαϊκή αγορά φαρμάκων και ειδικά στον κλάδο της παραγωγής φαρμάκων των αποκλειστικών δικαιωμάτων των οποίων έχει

εκπνεύσει η περίοδος προστασίας (generics).

Ενδιαφέρονται, επίσης, η Pfizer και η Deutsche Bank, προκειμένου να ενδυναμώσει την θυγατρική της Actavis, η οποία αντιμετωπίζει χρέη ύψους €5 δισ.

Ο τζίρος της Ratiopharm ανήλθε το 2009 σε €1,6 δισ., σημειώνοντας κέρδη ύψους €300 εκ., ξεπερνώντας έτσι τις προσδοκίες της αγοράς κατά 20%.

Το γεγονός αυτό αποτελεί σοβαρό δέλεαρ για τους μνηστήρες οι οποίοι προσβλέπουν στην αγορά μίας υγιούς εταιρείας. Το κόστος της εξαγοράς εικάζεται ότι θα είναι περί τα €3 δισ., αρκετά χαμηλό για φαρμακοβιομηχανίες αυτού του μεγέθους.

Όπως είναι φυσικό, η επικείμενη πώληση της εταιρείας προκαλεί άγχος στους 5.500 εργαζομένους, παρά τις διαβεβαιώσεις από πλευράς υποψηφίων αγοραστών.

Πτώση γερμανικών εξαγωγών

Νέα πτώση των γερμανικών εξαγωγών σημειώθηκε τον Ιανουάριο 2010. Οι εξαγωγές έπεσαν στο ίδιο επίπεδο με αυτό στο οποίο βρέθηκαν προ έτους εν μέσω βαθείας κρίσης.

Η μείωση ανήλθε σε 6,3% εν συγκρίσει προς τον προηγούμενο μήνα και δυσχεραίνει σημαντικά τις δυνατότητες ανάκαμψης της οικονομίας κατά το α' τρίμηνο 2010.

Τα αίτια αποδίδονται στα προβλήματα των ευρωπαϊκών οικονομιών, κυρίων αποδεκτών των γερμανικών εξαγωγών και επίσης στον βαρύ χειμώνα που επικρατεί ακόμη σε μεγάλο τμήμα της Ευρώπης. Ενδεχόμενη επέκταση της ελληνικής κρίσης σε άλλες ευρωπαϊκές οικονομίες θα μπορούσει να επιφέρει σοβαρό πλήγμα στις γερμανικές εξαγωγές και κατ' επέκταση στην γερμανική οικονομία

Ο κατασκευαστικός - οικοδομικός κλάδος είναι αυτός που κυρίως πλήττεται από τον βαρύ χειμώνα.

CPD 2010

Γυναικεία ενδύματα και αξεσουάρ

Ντύσσελντορφ, 7-9/2/2010

Συμμετείχαν:

Agora Leather
Angel Fashion S.A.
Filippidis Filippos
MAT Fashion
Yiannis Karitsiotis



Paper World 2010

Χαρτικά, σχολικά
είδη γραφείου

Φρανκφούρτη
30/1-2/2/2010

Συμμετείχαν:

[Anco Leather O.E.](#)
[Anson Antoniadis S.A.](#)
[ECOM Ltd.](#)
[Moris Gattegno SA](#)
[GIM S.A.](#)
[Graffiti S.A.](#)
[Lycogiannis & Co](#)
[Paxos S.A.](#)
[Th. C. Skagias S.A.](#)
[Sponge Traders Int'l](#)



Christmas World 2010

Στολίδια
φωτισμός

Φρανκφούρτη
29/1-2/2/2010

Συμμετείχαν:

[Arktos Illumination](#)
[FOTODIASTASI S.A.](#)
[Makropoulos S.A.](#)
[M.S.A.](#)
[Mandarin Trading Ltd.](#)
[Procos S.A](#)
[Alice Sakopoulos Co](#)
[Skoutaris Group](#)
[Zaros S.A](#)



BIOFACH 2010

Βιολογικά προϊόντα



Νυρεμβέργη, 17-20/2/2010

Συμμετείχαν:

Ελλην. Οργαν. Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ)

Atrapos	Hellenic Herbs
Biofarm	Hermes—Dimarakis
Biokarpos Ltd	Larzimas SA
BioNet West Hellas	Minerva SA
Bioplasis	Organic Mktg Network
Bläuel Greek organic products	Papadimitriou CCSA
Epikouros	Piraiki Microbrewery
Evangelos Tsantalis	SPAD Cosmetics
	Synergatiki SA

Beauty World 2010

Είδη προσωπικής φροντίδας

Φρανκφούρτη, 30/1-2/2/2010

Συμμετείχαν:

[FROICO S.A.](#)
[Sponge Traders International](#)



beautyworld
fair-NEWS.de

Ambiente 2010

Είδη οικιακής επίπλωσης και διακόσμησης

Φρανκφούρτη, 12-16 /2/2010

ambiente

Συμμετείχαν:

Alexandra Tsoukala	Laurel Accessories
Art Wear Dimitriadis	MARA HATZINI
Cyclops S.A.	Moda Mostra
Garibaldi	SBR
Konstantinidou AE	Nikolis Group SA

Bautec 2010

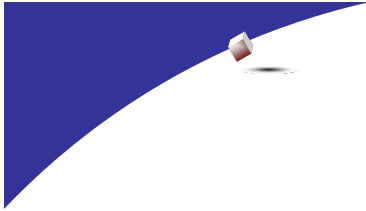
Εξοπλισμός κατασκευών
ενεργειακές λύσεις

Βερολίνο, 16-20/2/ 2010

Συμμετείχαν:

Μαθίος Πυρίμαχα ΑΕ
Mathios GmbH





Επισκεφθείτε μας
στο διαδίκτυο
www.agora.mfa.gr

Γραφείο Ο.Ε.Υ. Βερολίνου
Kurfürstenstr. 130
10785 Berlin
Τ. +49-30-2360990
Φ. +49-30-2360920
ecocom-berlin@mfa.gr

Γραφείο Ο.Ε.Υ. Μονάχου
Schwanthaler Str. 5
80336 Muenchen
Τ. +49-89-553646
Φ. +49-89-553784
ecocom-munich@mfa.gr

Γραφείο Ο.Ε.Υ. Ντύσσελτορφ
Grafenberger Allee 128a
40237, Düsseldorf
Τ. +49-211-68785015
Φ. +49-211-68785033
ecocom-dusseldorf@mfa.gr

Εθνική Πύλη Δημόσιας Διοίκησης Γερμανίας
Παροχή πληροφοριών
www.dienstleiten-leicht-gemacht.de
(στην γερμανική γλώσσα)
www.point-of-single-contact.de
(στην αγγλική γλώσσα)

Πληροφορίες για **διαγωνισμούς**
στην Γερμανία

<http://ted.europa.eu>

Επιλέξτε κατά σειρά

- την γλώσσα της επιλογής σας
- Χώρα: DE: Γερμανία
- Προκήρυξη σύμβασης