



ALMANYA

ÜLKE RAPORU

Hazırlayan : **Pınar ASLAN**
Ankara - March, 2011



T.C. Bařbakanlık
Dış Ticaret Müsteşarlığı
İHRACATI GELİŐTİRME ETÜD MERKEZİ



Temel Sosyal ve Ekonomik Göstergeler

Temel Sosyal Göstergeler

Nüfus	82,7 milyon (2008)
Dil	Almanca
Din	Protestan/Katolik Hıristiyan
Yüzölçümü	356.970 km ²
Başkent (nüfus)	Berlin (3,43 milyon)
Başlıca Şehirleri (nüfus)	Hamburg (1,8 milyon), Münih (1,3 milyon), Köln (995 bin), Frankfurt/Main (665 bin), Dortmund (600 bin)
Yönetim Şekli	Federal Parlamenter Cumhuriyet
Cumhurbaşkanı	Christian Wulff
Başbakan	Angela Merkel
Para Birimi	Avro (€)

Temel Ekonomik Göstergeler

	2005	2006	2007	2008	2009	2010 b	2011c
GSYİH (milyar dolar, cari fiyatlarla)	2.791	2.922	3.335	3.648	3.340	3.300	3.173
GSYİH (milyar avro, cari fiyatlarla)	2.242	2.327	2.432	2.481	2.397	2.49	2.558
Reel Büyüme Oranı (%)	0,8	3,4	2,7	1,0	-4,7	3,4	1,8
Cari İşlemler Dengesi (milyar dolar)	142,8	189	255	246	165	170	145
Cari İşlemler Dengesi (GSYİH'deki payı, %)	5,1	6,8	8,7	7,4	4,5	5,1	4,4
Kişi Başına GSYİH (dolar, cari fiyatlarla)	33.838	35.418	40.375	44.111	40.338	39.759	38.229
Kişi Başına GSYİH (dolar, PPP*)	30.456	32.869	34.606	34.961	33.868	35.148	36.389
İşsizlik Oranı (% , ort.)	11,7	9,8	8,4	7,3	7,5	7,3	6,6
Enflasyon Oranı (% , TÜFE)	1,6	1,5	3,1	1,1	0,8	1,1	1,3
Enflasyon Oranı (% , ÜFE)	4,6	5,4	1,3	5,5	-4,2	1,3	2,0
Kredi Faiz Oranı (% , ort.)	8,8	9,2	10,1	10,4	8,9	8,5	9,0
Döviz Kuru (€/\$, yıl sonu)	1,18	1,32	1,46	1,39	1,43	1,34	1,20
İhracat (fob, milyar dolar)	983	1.136	1.350	1.487	1.146	1.372	1.426
İthalat (fob, milyar dolar)	790	938	1.080	1.222	957	1.139	1.200
Dış Ticaret Hacmi (fob, milyar dolar)	1.773	2.074	2.430	2.709	2.103	2.511	2.626
Dış Ticaret Dengesi (milyar dolar)	193	198	271	265	188	233	226

b Economist Intelligence Unit tahmini. c Economist Intelligence Unit projeksiyonu.

* Purchasing Power Parity: Satın Alma Gücü Paritesi

Kaynak: The Economist Intelligence Unit, Germany Country Report (Aralık 2010)

Üyesi Olduğu Uluslararası Kuruluşlar

Avrupa Birliği (European Union - EU)
Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Center - WTO)
Birleşmiş Milletler (United Nations - UN)
Avrupa Konseyi (Council of Europe)
Kuzey Atlantik Antlaşması Örgütü (North Atlantic Treaty Organization - NATO)
Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund - IMF)
Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development - OECD)

► Genel Bilgiler

Coğrafi Konum

Almanya coğrafi olarak Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, Lüksemburg ile Danimarka'dır.

Ülkenin Kuzey bölgesi ovalar, orta ve güney batı bölgesinde ihtiyar dağlar, güneyinde Alpler, tepeler ve Bavyera Alpleri ülkenin genel coğrafik yapısını oluşturmaktadır.

Almanya, coğrafi olarak Avrupa'nın tam ortasında yer almaktadır. Dokuz komşu ülke ile sınırdış konumundadır. Kuzeyde Danimarka, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve Batıda ise Fransa bulunmaktadır. İsviçre ve Avusturya Güneyde, Çek Cumhuriyeti ve Polonya ise Doğu'daki komşularıdır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha bariz duruma gelmiştir.

Almanya, doğu ile batı ve İskandinav ile Akdeniz havzası arasında bir köprü durumundadır. Avrupa Birliği ve NATO üyelikleri ile orta ve doğu Avrupa ülkeleri arasında da etkin bir köprü rolünü üstlenmiş bulunmaktadır.

Kuzeyden Güneye hava hattı uzunluğu 876 Km'dir. Batıdan Doğuya uzunluğu ise 640 Km.'dir. Rusya Federasyonu'ndan sonra Avrupa'nın en çok nüfusa sahip ülkesidir.

Siyasi ve İdari Yapı

Devlet federatif yapıdadır. Almanya 16 eyaletten oluşmaktadır (Baden Württemberg, Bavyera, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Aşağı Saksonya, Kuzey Ren-Vestfalya, Rhineland-Palatinate, Saarland, Saksonya, Saksonya-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen).

Federal Meclis iki ayrı meclisten oluşmaktadır. Bundestag (Federal Meclis) dört yıl için seçim bölgelerinin nüfusuna göre genel seçimlerle seçilir. Bundesrat ise senato mahiyetindedir: nüfus sayısına bakılmaksızın her eyaletin iki temsilcisinden oluşur. Yasama yetkisi Federal Meclis'e aittir. Ancak Anayasanın Federal Meclis'e bıraktığı alanın dışında Eyalet Meclisleri de yasama yetkisine sahiptirler. Eyaletler, Federal Meclis'in yasama yetkisine giren bir alanda Federal Meclis bu yetkisini kullanmıyorsa yasal düzenleme yapabilirler.

Federal Cumhurbaşkanı beş yıllığına Federal Meclis Genel Kurulu tarafından kırk yaşını doldurmuş ve milletvekili seçilme hakkına sahip Almanlar arasından seçilir. Cumhurbaşkanı bir defa daha seçilebilirler. Cumhurbaşkanı ülkeyi temsil eder, yasa ile başka türlü düzenlenmedikçe federal yargıç ve memurları atar.

Cumhurbaşkanının özel af ve anayasaya aykırı oldukları iddiasıyla yasaların iptali için anayasa mahkemesine başvurma hakkı mevcuttur. 1 temmuz 2010 tarihinden beri Almanya'nın Cumhurbaşkanı görevini CHRISTIAN WULF yürütmektedir.

Yürütme yetkisi Federal Hükümete aittir. Hükümet Başkanı, Cumhurbaşkanının önerisi üzerine Federal Meclis tarafından seçilir. Hükümet üyeleri ise, Başbakanın önerisi üzerine Cumhurbaşkanı tarafından atanır veya azledilirler.

Nüfus ve İşgücü Yapısı

Toplam nüfus 2007 yılı itibariyle 82.217.830'dür. Nüfusun 40.274.285'ü erkek, 41.943.545'ü kadındır. Beklenen yaşam süresi erkeklerde 76, kadınlarda 82'dir. Toplam nüfusun 33.954,200'ü bekar, 36.678,600'ü evli, 11.805,300'ü dul veya boşanmış durumundadır.

Nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı aşağıdaki gibidir (2008 yılı):

Nüfusun Yaş Gruplarına Dağılımı

20 yaş altı	16.204.000
20 - 30 yaş	9.767.000
30 - 60 yaş	35.741.000
60 - 80 yaş	16.798.000
80 yaş üstü	3.805.000

Kaynak: Almanya Ülke Raporu 2009, Berlin Ticaret Müşavirliği

Nüfusun (2007 yılı) 74.962.435'ü Alman, 7.255.395'ü yabancılardan oluşmaktadır. Yabancı nüfus

İçindeki belli başlı milletler şunlardır: Türk 1.912.200, İtalyan 609.800, Sırbistan-Karadağ 591.500, Yunanlı 359.400, Polonyalı 317.600, Hırvat 231.000, Avusturyalı 189.300, Bosna-Hersek'li 163.800, Amerikalı 112.900, Makedonyalı 58.300, Slovenyalı 20.600.

Öte yandan, Almanya'da az sayıda da olsa ulusal "azınlık"lar yaşamaktadır. Bunlar, Sorblar (60.000), Frizyalılar (10.000), Danimarkalılar (50.000) ve Alman Sinti ve Romanlar'dır (70.000). Sorblar, Lausitz bölgesinde yaşamakta olup, slav kökenli bir halktır. Frizyalılar, Kuzey Denizi kıyısında (Aşağı Ren ve Ems nehirleri arasında), Danimarkalılar, Schleswig bölgesinde, özellikle Flensburg civarında yaşamaktadırlar.

Nüfusun Eyaletlere Dağılımı

Baden Württemberg	10.749.755
Bavyera	12.520.332
Berlin	3.416.255
Brandenburg	2.535.737
Bremen	663.082
Hamburg	1.770.629
Hessen	6.072.555
Mecklenburg-Vorpommern	1.679.682
Aşağı Saksonya	7.971.684
Kuzey Ren-Vestfalya	17.996.621
Rhineland-Palatinat	4.045.643
Saarland	1.036.598
Saksonya	4.220.200
Saksonya-Anhalt	2.412.472
Schleswig-Holstein	2.837.373
Thüringen	2.289.219
TOPLAM	82.217.837

Kaynak: Almanya Ülke Raporu 2009, Berlin Ticaret Müşavirliği

Federal Almanya'nın nüfusa ilişkin en önemli sorununun nüfusun yaşlanması olduğu belirtilmektedir. Federal İstatistik Bürosu'na göre, (gelecek yıllarda her bir kadın başına ortalama 1,4 çocuk doğacağı, her yeni doğan erkek çocuğun 81,1 yıl, kız çocuğun 86,6 yıl yaşayacağı ve Almanya'nın her yıl net 200 bin kişi göç alacağı varsayıldığında) bugün 82,5 milyon olan nüfus, 83 milyonu biraz geçtikten sonra 2013 yılından itibaren düşmeye başlayacak ve 2050 yılına kadar 1963 yılı seviyesi olan 75 milyona inecektir. 2050'de, bugün toplam nüfusun %21'ini oluşturan 20 yaş altı nüfus %12'ye düşecek, nüfusun yarısı 48 yaş üstü, %37'si 60 yaş üstü, %12'si 80 yaş üstü grubu oluşturacaktır. Dahası 2020 yılında, çalışma yaşındaki nüfusun (20-64 yaş) yarısından fazlasını 50-64 yaş arası nüfus oluşturacaktır.

İstihdam Verileri

Birim: 1.000 kişi	2004	2005	2006	2007
Nüfus	82.501	82.464	82.366	82.438
Faal Nüfus	42.723	42.619	42.432	43.267
İşsiz Sayısı	3.931	3.893	3.432	3.608
Çalışan Kişi Sayısı (Ulusal Tanım)	38.792	38.726	39.000	39.659
Ücretli Çalışanlar	34.570	34.370	34.608	35.214
Bağımsız Çalışanlar	4.222	4.356	4.392	4.444

Kaynak: Almanya Ülke Raporu 2009, Berlin Ticaret Müşavirliği

Sektörel bazda bakıldığında 7,9 milyon kişi sanayide, 2,2 milyon kişi inşaat sektöründe, 1 milyon kişi de tarım, ormancılık ve balıkçılık sektöründe istihdam edilmektedir. Almanya'da haftada ortalama olarak 38,29 saat çalışılmaktadır.

Doğal Kaynaklar ve Çevre

Almanya-Arazi Kullanımı (1.000 Hektar-Ha)

	2007
Ülkenin Yüzölçümü	35.712
Tarımsal Araziler	16.950
Orman Arazileri	11.076
Diğer Araziler	6.851
Su Alanı (göller vb.)	835

Kaynak: FAOSTAT – FAO Statistics Division

Almanya geniş çayırlara ve ormanlara, verimli ovalara sahiptir. Tarımsal araziler yaklaşık 17 milyon Ha, ülkenin ormanlık arazisi ise 11 milyon hektardır. Tarımsal arazilerin 11,88 milyon Ha'lık bölümünü ekilebilir araziler, 198 bin Ha'lık bölümünü sürekli bitkiler 4,9 milyon Ha'lık bölümünü de sürekli çayır ve otlaklar oluşturmaktadır.

Ülkenin iki büyük akarsuyu, güneyden kuzeye akan Ren Nehri ve Çek Cumhuriyeti'nden gelip Hamburg Limanı yakınlarında denize ulaşan Elbe hem Almanya, hem de diğer Avrupa ülkeleri için geleneksel suyolları olarak büyük bir öneme sahiptirler. Ayrıca Ren Nehri'ni, kollarından biri olan Main Nehri vasıtasıyla, Almanya'da doğup Avusturya üzerinden Karadeniz'e dökülen Tuna Nehri'yle birleştiren bir kanal inşa edilmiştir.

Tarım, ormancılık ve balıkçılık, GSYİH'nin %1'ini oluşturmasına rağmen, sektör ülkenin sosyal dokusu bakımından belirgin bir öneme sahiptir. Almanya'nın gıda bakımından kendine yeterlilik oranı %70'ler düzeyindedir. 2009 yılında tarımsal ticaret açığı 5,2 milyar avro olarak gerçekleşmiştir.

Almanya'nın gerek petrol gerekse maden cevheri bakımından kaynakları sınırlı olup, bu açıdan büyük ölçüde dışa bağımlıdır. Bununla birlikte, yurtiçi tüketiminin dörtte birini karşılayabilecek düzeyde doğalgaz kaynaklarına, ayrıca geniş taş kömürü, linyit kömürü ve tuz kaynaklarına sahiptir. Bunlar dışında ülke, önceki yıllarda eski Doğu Almanya'nın önemli üreticiler arasında olduğu potasyum ve küçük miktarlarda olmak üzere uranyum, kobalt, bizmut ve antimon –Güney sınırlarında Çek Cumhuriyeti ile ortak çıkarılmaktadır- gibi maden ve mineral kaynaklarına sahiptir. Ancak, ülke genel olarak metal-mineral kaynakları açısından yoksuldu.

Önemli linyit rezervleri Ren bölgesi, güney Brandenburg, Saksonya, Saksonya-Anhalt ve Aşağı Saksonya'nın doğusunda bulunmaktadır. Ekonomik olarak çıkarılabilir rezervlerin 43 milyar ton olduğu tahmin edilmektedir. Önemli taş kömürü rezervleri ise Ruhr bölgesinde (Kuzey Ren-Westfalya) ve Saarland'dadır. Rezerv büyüklüğü 24 milyar tondur. Ancak bu rezervlerin işletilmesinin ekonomik olmadığı düşünülmektedir.

1990'lara kadar Almanya'da (Saksonya ve Thüringen) önemli miktarda uranyum da çıkarılmıştır. Ancak nükleer santralleri işletmek için gerekli zenginleştirilmiş uranyum ithal edilmektedir.

Almanya yenilenebilir enerjiler alanında AB ülkeleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Ülkenin, dünyanın gelişmiş ekonomileri arasında ilk büyük yenilenebilir enerji ekonomisi olduğu ifade edilmektedir. Yeşil enerjiye geçişin temeli, "Birlik'90/Yeşiller" partisinin iktidar ortağı olduğu 1998-2005 yılları arasında gerçekleştirilen yasal düzenlemelere dayanmaktadır.

Genel Ekonomik Durum

Ekonomik Yapı

GSYİH'nin Sektörlere Göre Dağılımı

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Tarım	1,1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,8
Sanayi	29,1	28,9	29,4	30,1	29,6	26,4
Hizmetler	69,8	70,2	69,8	69,0	69,5	72,8

Kaynak: The Economist Intelligence Unit

Alman ekonomisinin kalbini imalat sanayi ve ilgili hizmet sektörleri oluşturmaktadır. En önemli imalat sektörleri sanayi makineleri, otomotiv ve kimya sanayi iken son yıllarda telekomünikasyon sektörü de önde gelen faaliyet alanlarından biri haline gelmiştir. Diğer taraftan, Ruhr bölgesindeki çelik imalat sektörü ciddi biçimde küçülürken tarım da önemini giderek yitirmiştir. Diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'da da hizmetler sektörünün önemi giderek artmıştır. 2009 yılı itibarıyla hizmetler sektörü, ekonominin %72,8'lik kısmını oluşturmaktadır.

Ekonomik Performans

Yıllık Değişim Oranları (%)

	2006	2007	2008	2009 a	2010 b	2011 c	2012 c
Özel Tüketim	1.4	-0.2	0.7	-0.2	0.5	1.0	1.4
Kamusal tüketim	1.0	1.6	2.3	2.9	2.0	0.3	0.3
Brüt sabit yatırım	8.0	4.7	2.5	-10.1	4.8	2.8	2.5
İhracat	13.1	7.6	2.5	-14.3	15.2	6.4	4.5
İthalat	11.9	5.0	3.3	-9.4	14.5	6.2	4.5

a Güncel. b Economist Intelligence Unit tahmini. c Economist Intelligence Unit projeksiyonu.

Kaynak: IMF, International Financial Statistics.

Alman ekonomisi 2009 yılında, son 60 yılın en büyük gerilemesini yaşayarak yıllık bazda %5 oranında küçülmüştür. Büyüme hızındaki düşüşün önemli bir kaynağı özel tüketimdeki düşüş olarak gösterilmektedir. Bu düşüşün de, tüketicinin, avro'nun tedavüle girmesiyle birlikte fiyatların hızlı bir şekilde artmakta olduğu düşüncesiyle tüketim harcamalarını kısması, ücret artışlarının yavaşlaması ve istihdamdaki olumsuz gelişmelerden kaynaklandığı ifade edilmektedir.

2003 yılından başlayarak yurtiçi talepte de önemli düşüş olduğu görülmektedir. Bu gelişimin nedenleri ise, yatırımlardaki (makine-ekipman) ve inşaat sektörü büyümesindeki beklenenin ötesindeki düşüslere bağlanmaktadır. Öte yandan, ithalatın iç talepteki daralmaya bağlı olarak gerilemesi ve ihracattaki artış büyümeye beklenenin ötesinde katkı yapmıştır. 2007 yılında tüketici fiyatları artmıştır. Tüketici fiyatları, 2003 yılını takip eden yıllarda yükseliş eğilimi göstermektedir.

İhracatın 2009 yılında %14,3 azalması 1950'den bu yana yıllık bazda yaşanan en büyük düşüş olmuştur. İhracattaki gerileme aynı zamanda 2003'ten bu yana dünya ihracatında ilk sırada yer alan Almanya'yı 2009 yılında Çin'in ardından ikinci sıraya düşürmüştür. 2009 yılında yaşanan GSYH daralması 4,7 olarak gerçekleşmiş olup 2010 yılında toparlanan Alman ekonomisi yılı %3,6'lık büyümeyle tamamlamıştır. Bu 1990'da doğu ve batı Almanya'nın birleşmesinden sonra gerçekleşen en yüksek orandır. Son çeyrekte büyümeyi hem iç hem dış talepteki artış tetiklemiştir. Ayrıca 3. çeyrekte ihracatın ithalattan daha hızlı artması büyümeye etki eden faktörlerden olmuştur. 2011 yılında büyümenin %2.6 olarak gerçekleşmesi beklenmektedir.

ALMANYA'NIN EKONOMİK AÇIDAN EN GELİŞMİŞ ALTI EYALETİYLE İLGİLİ BİLGİLER İÇİN TIKLAYINIZ:

- Baden-Württemberg
- Bavyera
- Aşağı Saksonya
- Kuzey Ren-Vestfalya
- Hamburg
- Hessen

► Sektörler

Tarım ve Hayvancılık

Halen ülke GSYİH'sinin sadece %1'lik kısmını oluştursa da tarım, ormancılık ve balıkçılık Almanya'nın sosyal yapılanması bakımından önemini korumaktadır. Ülke gıdada %70 oranında kendine yeterlidir. 2009 yılı itibarıyla tarımsal ticari açık 5,2 milyar avro düzeyinde gerçekleşmiştir.

Özellikle doğu ve batı ayırımı olmak üzere ülkenin bölgeleri arasında tarımsal yapılanma ciddi farklılıklar göstermektedir. Batı Almanya'da aileler tarafından işletilen çiftlikler hakim durumdayken Doğu Almanya'da eski sosyalist kooperatiflerin devamı niteliğindeki büyük tarım işletmeleri ön plana çıkmaktadır. Bunun bir sonucu olarak Doğu Almanya'daki tarımsal toprakların %93'lük kısmı yüzölçümü 100 hektarı aşan çiftlikler tarafından kullanılırken ortalama çiftlik büyüklüğü 188,2 hektardır. Bu ortalama Batı Almanya'da sadece 31,2 hektardır.

Gerek ekolojik ürünlere tüketicilerin gösterdiği talep artışı gerekse devlet desteklerinin etkisi ile organik tarımın payı hızla yükselmektedir.

Ülkenin tarım politikası AB'nin Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde şekillenmektedir. OTP'nin temel ilkeleri tarımsal ürünlerin sağlık sebepleri hariç olmak üzere AB içinde serbest dolaşımının sağlanması ve iç piyasanın da dünya fiyatlarındaki dalgalanmalardan korunarak istikrarın sağlanmasıdır.

Başlıca tarım ürünlerinin yıllık üretim miktarları ve hayvan sayısı aşağıda yer almaktadır.

Tarımsal Üretim İstatistikleri

	2008
Tarım (1.000 ton)	

- Tahıllar	50.105
- Sebze	3.264
- Meyve	1.160
Hayvan Sayısı (1.000 adet)	
- Sığır	12.987
- Domuz	26.686

Kaynak: Almanya Ülke Raporu 2009, Berlin Ticaret Müşavirliği

2008 yılında 1,16 milyon ton taze meyve üretilmiş ve bu rakamın yaklaşık %80'i elma, kalanı ise çilek, vişne-kiraz, erik ve armuttan oluşmuştur. Et kesimi ise toplam 5.882.000 ton olarak gerçekleşmiştir.

Sanayi

GSYİH içindeki payı hizmetler sektörü karşısında giderek küçülmekte olsa da imalat sanayi halen Almanya ekonomisinin belkemiğini oluşturmaktadır. Hizmetler sektöründe faaliyet göstermekte olan çok sayıda firma, şu ya da bu şekilde imalat faaliyeti ile ilişki içindedir. 2009 yılında sanayi sektörü, Almanya GSYİH'sinin %26,4'lük kısmını oluşturmıştır.

Dünyanın üçüncü en büyük ekonomisi olan Almanya'da neredeyse tüm sanayi mallarının üretimi yapılmakla beraber ülkenin sanayideki gücü ağırlıklı olarak taşıtlar, sermaye malları, kimyasallar ve beyaz eşya sektörlerinden gelmektedir. Buna karşılık havacılık ve bilgisayar donanım sanayi daha az gelişmiş olan Almanya'da, ileri teknoloji ürünlerinin üretimi ve ihracatı diğer önde gelen sanayileşmiş ülkelere kıyasla daha küçük pay almaktadır.

Ülkenin imalat sanayinde uluslar arası düzeyde tanınmış pek çok firması olmakla beraber, orta ölçekli firmalar hem imalat sanayinin hem de Almanya ekonomisinin belkemiği olarak görülmektedir. Genel olarak 500'den az sayıda çalışanı olan ve aile şirketi şeklinde faaliyet gösteren bu firmalar batı eyaletlerinde daha yaygındır.

Ülkenin doğu eyaletlerindeki başlıca imalat sanayi sektörleri ise elektrik mühendisliği ve elektronik, kimyasallar, taşıtlar, cam ve seramik sektörleridir. Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesinin ardından Doğu Almanya'daki sanayi işletmeleri büyük ölçüde kapanmıştır. Bununla beraber bazı Batı Alman büyük ve orta ölçekli firmalar ile yabancı yatırımcılar tarafından gerçekleştirilen yeni bazı büyük yatırımlar da bulunmaktadır. Bu yatırımlar arasında Volkswagen, Opel ve BMW (otomobil), Daimler-Benz (kamyon), Siemens ve AMD (yarı iletkenler) firmalarının yatırımları ön plana çıkmaktadır. Sanayinin itici güçlerinden biri olan otomotiv sektörü, Alman ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir.

Madencilik

Alman metal ve maden pazarı 2009 yılına kadar hızlı bir büyüme göstermiştir ancak 2009 yılında %54.6 lık bir daralma ile 42 milyar dolara ulaşmıştır. 2009 yılında emtia fiyatlarındaki düşüş söz konusu daralmanın önemli nedenlerinden olarak ortaya çıkmaktadır. 2005-2009 yılları arasında bileşik değişim oranı %-10.9 olarak gerçekleşmiştir. Fransa ve İngiltere pazarları ise anılan dönemde %-11.4 ve %-8.3 oranında değişim göstermiştir. Almanya sanayisi, AB metal ve maden pazarının %15.2'sini oluşturmaktadır, ikinci sırada %5.3 ile İtalya gelmektedir.

1996 yılında Batı Almanya'da 138 bin, Doğu Almanya'da ise 26 bin kişilik istihdam sağlayan kok ve linyit kömürü üretimindeki istihdam, 2005 yılına gelindiğinde toplam 57 bin kişiye gerilemiştir. Kok kömüründe 1991 yılında 66 milyon ton olan üretim de önemli miktar azalarak 2006 yılında 20,9 milyon tona gerilemiştir. Kok kömürü üretimindeki bu azalma, üretim maliyetlerinin ithalat maliyetleri ile kıyaslandığında çok yüksek kalmasından ve devlet teşviklerinin giderek azalmasından kaynaklanmaktadır. 2003 yılında alınan hükümet kararı gereği 2012 yılı itibarıyla bu alandaki üretimin yılda 1,6 milyon tona kadar gerilemesi gerekmektedir.

1990 yılında 357 milyon ton civarında seyreden linyit kömürü üretimi de 1999 yılına gelindiğinde 161 milyon tona gerilemiş, 2003 yılında 180 milyon tona yükselmiş, 2004, 2005 ve 2006 yıllarında bu düzeyde seyretmiştir. Almanya, elektrik üretimi için kok kömüründen ziyade linyite ağırlık vermesi bakımından diğer pek çok gelişmiş ülkeden farklı bir yapı sergilemektedir.

2006 yılında 3,5 milyon ton düzeyinde gerçekleşen ham petrol üretimi, 112,2 milyon ton düzeyindeki ithalata kıyasla çok kısıtlı bir miktardır. Aynı yıl doğal gaz üretimi 180,2 milyar kilowatt/saat (kW/s) elektrik eşdeğeri olarak gerçekleşmiştir.

Ülkede üretilen diğer başlıca mineraller arasında potasyum ile az miktarda üretilen nadir minerallerden uranyum, kobalt, bizmut ve antimuan ön plana çıkmaktadır. Ancak genel olarak ülkenin metalik mineral kaynakları çok kısıtlıdır.

Müteahhitlik Hizmetleri

İnşaat

Alman ekonomisinde önemli bir yere sahip olan inşaat sektörü, 1980'lerde yaşanan durgunluktan sonra 1989-95 yılları arasında güçlü bir şekilde büyümüştür. Göçler sonucunda Batı Eyaletlerinde yeni konut inşaatına olan talep, Doğu eyaletlerinden ve diğer bölgelerden daha fazladır. Bununla birlikte 1996-99 yılları arasında Doğu Eyaletlerinde, kamu harcamaları kontrolü, vergi kolaylıklarının sona erdirilmesi ve arz fazlası oluşması gibi sebeplere bağlı olarak, sektörde ani bir düşüş yaşanmıştır. 1996-2005 yılları arasında inşaat sektöründeki yatırımlar reel olarak %24,7 oranında azalmıştır. Ekonominin iyileşmesine paralel olarak 2006 yılında sektörde bir iyileşme yaşanmış, reel yatırımlar 2006 yılında %5, 2007 yılında da %1,9 oranında artmıştır.

Batı Almanya'ya göçlerin hala sürdüğü bir ortamda özellikle Doğu Almanya konut piyasasındaki arz fazlası sektörün önemli bir sorunu olmayı sürdürmektedir. Yıllık konut yatırımları 2007 yılı itibarıyla GSYİH'nin yaklaşık %5'lik kısmını oluşturmaktadır.

2008 yılındaki güçlü büyümenin ardından İnşaat yatırımları da 2009 yılında ekonomik durgunluktan etkilenmiştir. Bununla birlikte, bu sektördeki gerilemenin genel ekonomik durum ile kıyaslandığında nispeten mütevazı seviyede kaldığı da anlaşılmaktadır. Ayrıca, inşaat fiyatlarındaki artış – genel ekonomik durgunluğun yanı sıra daha düşük petrol fiyatlarının daha düşük seviyede gerçekleşmesinin katkısı ile 3,4% ile yarıya inmiştir

Ticari bina inşaatlarında 2008 yılında yaşanan % 7.1 düzeyindeki olumlu gelişme sonrasında 2009 yılı içinde ekonomik olumsuzluklar şiddetli bir şekilde hissedilmeye başlamıştır. Ticari inşaat alanı açısından değerlendirme yapıldığında, tam kullanılmayan veya başka bir ifade kurulu kapasite nedeniyle fabrika ve işletmelerin inşaatlarında bu aşamada genişleme olmayacağı için ekonomik beklentiler ve görüntü olumsuz kalmaktadır.

Buna karşılık, 2009 yılı içinde Federal Hükümetin ekonomiyi canlandırma programları kapsamındaki önlemlerden en fazla yararlanan kesim kamu inşaat yatırımları (5,6%) olmuştur.

2010 için, uzmanlar kamu inşaat kısmında daha büyük bir genişleme beklemektedir. Zira, krizle mücadele için tasarlanan ekonomik uyarıcı tedbir paketlerinin üretim alanındaki etkisinin ortaya çıkmaya başladığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, kamu inşaat harcamalarının inşaat yatırımlarındaki %15 seviyesinde bulunan görece düşük payına rağmen ekonomik istikrar için önemli bir ivme oluşturacağı ön görülmektedir.

Benzer şekilde, yeniden yapılandırılan konut stoku da kamu desteğinden yarar sağlayacak kesim olarak ön plana çıkmaktadır. Bu arada, konut inşaatı hizmetlerinin % 78'i mevcut konutlara yönelik önlemlerin kapsamında bulunmaktadır. Düşük kredi olanaklarına rağmen işgücü piyasasındaki durum ve buna bağlı olarak beklenen gelir belirsizlikleri nedeniyle, uzmanlarca konut inşaatı alanında 2010 yılında ölçülü bir büyüme (%0,4) gerçekleşebileceği tahmin edilmektedir.

Turizm

Turizm Alman ekonomisinde önemli sektörlerden biridir. 2009 yılında iş veya tatil amacıyla Almanya'yı ziyaret eden yabancıların sayısı 24,2 milyon olarak kaydedilmiştir. 2009'da, Almanya'da gecelik konaklama sayısı 368,7 milyon olarak gerçekleşmiştir. Almanya 2008 yılında yabancı ziyaretçilerden 26,5 milyar avro kazanç sağlamış ve otel-restoran sektörünün cirosu 55,5 milyar avro olmuştur. Ülkenin en önemli turizm bölgeleri: Batı'da Baviera, Baden-Württemberg ve Ren Vadisi, Doğu'da Berlin, Dresden, Thüringen ve Harz Dağları'dır. Dünya'nın en önemli bilgi teknolojileri (IT) fuarı olan Cebit'e ev sahipliği yapan Hannover ve Frankfurt, hem ticaret fuarları hem de diğer iş hayatı faaliyetleri ile küresel iş dünyası için cazibe merkezi konumundadırlar.

Almanya'da Konaklama Sayıları (menşe ülkesine göre)

	2007	2008	2009
Hollandalı	8,997	9,69	9,962
ABD'li	4,662	4,444	4,291
İsviçreli	3,603	3,682	3,856
İngiltereli	4,413	4,221	3,699
İtalyan	3,036	3,072	3,102
Avusturyalı	2,386	2,483	2,574
Belçikalı	2,422	2,473	2,541
Fransız	2,351	2,431	2,509
Danimarkalı	2,132	2,296	2,361
İspanyol	1,833	1,843	1,751
İsveçli	1,5	1,494	1,36
Rus	1,096	1,308	1,199
Polonyalı	1,229	1,347	1,193

Birim: Bin (Gecelik konaklama Sayısı)

Ulaştırma ve Telekomünikasyon Altyapısı

Almanya’da yük taşımacılığı büyük ölçüde karayolu taşıtları ile yapılmaktadır. 2008 yılında karayolları ile 2,8 milyar ton taşınırken, demiryolları ile 0,3 milyar ton taşınmıştır.

Ulaştırma Altyapısı (2008)

(birim: 1.000 Km.)

Karayolları	231,2
-- Otobanlar	12,6
-- Federal Yollar	40,4
-- Eyalet Yolları	86,6
-- Bölge Yolları	91,6
Demiryolları (2007)	38,0
Su Yolları	7,5
Ham Petrol Boru Hatları	2,4

Kaynak: Almanya Ülke Raporu 2009, Berlin Ticaret Müşavirliği

Nakliye Türüne Göre Taşınan Yük (2008)

	(Milyon Ton)
Demiryolları ile	317,3
Dahili Su Yolları ile	236,8
Denizyolu ile	281,0
Havayolu ile	2,9
Boru Hatları ile	95,5
Karayolu ile	2.765

Kaynak: Almanya Ülke Raporu 2009, Berlin Ticaret Müşavirliği

Enerji

Almanya’nın gerek fosil yakıtlar bakımından kaynakları sınırlı olup, bu açıdan büyük ölçüde dışa bağımlıdır. Bununla birlikte, yurtiçi tüketiminin dörtte birini karşılayabilecek düzeyde doğalgaz kaynaklarına, ayrıca geniş kömür (kok ve linyit) kaynaklarına sahiptir. Ülke, kullandığı enerjinin dörtte üçünü diğer ülkelerden ithal etmektedir. 2007 yılı itibariyle toplam enerji tüketiminin %13’ü taş kömürü, %11’i linyit, %35’i petrol, %22’si doğalgaz, %13’ü nükleer ve %6’sı yenilenebilir enerjiler kaynaklıdır. Ülkede enerji üreten kuruluşlar ağırlıklı özel sektör kuruluşlarıdır.

Alman hükümeti karbon (CO2) salımını 2020 yılı itibariyle 270 milyon ton azaltmayı ve yenilenebilir kaynaklardan üretilen enerjilerin kullanımını yaygınlaştırmayı hedeflemektedir. Ülkenin “yenilenebilir enerjiler ve kaynaklar sektörü” ile ilgili göze çarpan veriler aşağıda verilmektedir:

- Fotovoltaik enerji (PV-güneş ışığından doğrudan elektrik üretimi) ve rüzgar enerjisi sektöründe dünyada birinci ülkedir.
- Yenilenebilir enerjilerin %10 olan pazar payının 2020’de %20’yi aşacağı tahmin edilmektedir.
- Sektörde 2008 yılında 30 milyar Avro gelir, 9 milyar Avro ihracat ve 13 milyar Avro milli yatırım yapılmıştır.
- Sektör Ar-Ge düzeyi ve 15 milyar Avro’luk kamu yatırımıyla bu alanlarda dünya lideridir.
- Sektör istihdamı 2008 yılı itibariyle 280.000 kişidir.

Ülkenin yenilenebilir kaynaklardan elde ettiği enerji miktarı şu şekildedir:

- Fotovoltaik enerji’de kurulu kapasite: 5,4 GW (2008). Ülke küresel bazdaki tesislerin %37’sine sahiptir ve dünya çapında birinci sıradadır.
- 2008’de 6,2 milyar Avro’luk yatırımla fotovoltaik enerji üretiminde 1.65 GW yeni kapasite

yaratılmıştır.

- Rüzgar enerjisinde kurulu kapasite 23,9 GW'tır. (2008)
- 2008 yılında rüzgar gücüyle 40,4 milyar kW/s elektrik üretilmiştir.
- Avrupa rüzgar enerjisi pazarında birinci sıradadır.
- Rüzgar türbinleri ve bileşenleri üretiminde 2008 yılında %25'lik Pazar payıyla birinci sıradadır.
- Ülkenin net enerji tüketiminin %7,95'i rüzgar enerjisinden elde edilmektedir.
- Güneş kaynaklı termal enerji üretiminde 6,4 GW kurulu kapasite (2007) Avrupa ülkeleri arasında birinci sıradadır.
- Güneş kaynaklı termal enerji kapasitesine 2007 yılında 660 MW yeni kapasite eklenmiştir.

Bankacılık

Almanya'da bankacılık sektörü özel ticari bankalar, yardımcı bankalar ve kamu bankaları (Eyalet Bankaları ve tasarruf bankaları) olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Kamu bankaları içinde bölgesel olarak örgütlenen tasarruf bankaları, Eyalet Bankaları tarafından denetlenmekte ve koordinasyonları sağlanmaktadır. Kamu bankaları ve yardımcı bankalar KOBİ'lere sağlanan finansman da dahil olmak üzere perakende bankacılık piyasasında hakim durumdadır.

Ülkenin en etkili ticari bankaları, Deutsche Bank, Commerzbank ve HypoVereinsbank'tır. Commerzbank 2008 yılında Dresdner Bank'ı da satın alarak ülkenin ikinci en büyük bankası haline gelmiştir.

Alman ekonomisinin bir karakteristik özelliği, uzun dönemli banka kredilerinin şirket finansmanında geleneksel olarak en fazla kullanılan yöntem olmasıdır. Bu durum kısmen Alman sanayinin yapısından kaynaklanmaktadır. Ülkede özellikle orta ölçekli işletmeler ekonominin belkemiğini oluşturmakta, bu firmalar doğrudan sermaye piyasası finansmanına ulaşmakta güçlük çekmektedir. Diğer taraftan yakın zamana kadar bankalar arasında yoğun rekabet olması, sektörde kar amacı kısıtlı olan kamu bankalarının önemli bir yer tutması ve tasarruf oranının yüksek olması da banka kredileri yoluyla finansman sağlamayı ucuz ve elverişli kılan faktörler arasında sayılabilir. Ancak kamu bankalarının da giderek karlılığa odaklanması ve bankaların kendi bilançolarını iyileştirmek için kredilerini kısıtlamaya gitmesiyle bu durum değişmektedir.

Doğrudan Yabancı Yatırımlar

Doğrudan Yabancı Yatırımların Görünümü

Yabancı Yatırımların Görünümü

	2005	2006	2007	2008	2009	2010b	2011b
Doğrudan Yabancı Yatırımlar (milyar dolar)	46,5	56,6	77,3	25,0	35,8	2,2	16,4
DYY / GSYİH (%)	1,7	1,9	2,3	0,7	1,1	0,1	0,6
DYY / Gayri Safi Sabit Sermaye Yatırımı (%)	9,6	10,7	12,4	3,6	6,0	0,4	3,2
DYY İhracı (milyar dolar)	-77,0	-119,2	-163,7	-137,2	-61,6	-31,6	-38,5
Net DYY (milyar dolar)	-30,5	-62,6	-86,4	-112,2	-25,8	-29,5	-22,1
DYY Stoku (milyar dolar)	647,8	835,8	993,5	1.018	1.054	1.056	1.073
Kişi Başına DYY Stoku (dolar)	7.853	10.130	12.029	12.309	12.732	12.736	12.929
DYY Stoku / GSYİH (%)	23,2	28,6	29,9	27,7	31,4	35,0	36,3
Dünya DYY Akışındaki Payı (%)	4,9	4,6	4,0	1,7	4,0	0,2	1,4
Dünya DYY Stoğundaki Payı (%)	6,77	7,11	6,74	7,1	6,9	6,4	6,1

Kaynak: www.eiu.com

(b) EIU Tahmini

Doğrudan Yabancı Yatırımlar Stoku ve Hareketleri

Almanya, doğrudan yabancı yatırımların (DYY) GSMH'ya oranı açısından çoğu kendisinden daha küçük ekonomiler olmak üzere diğer ülkelerden daha düşük bir orana sahipse de, DYY için dünyadaki en cazip ülkelerden biridir. 1990'lardaki yoğun DYY girişleri o dönemin genel küresel ve Avrupa ölçeğindeki DYY hareketlerinin özelliğini yansıtmaktadır. DYY hareketlerinde 2000'lerin başında yaşanan düşüştü sonra yatırım hareketleri 2003'ten itibaren artmaya başlamışsa da, DYY girişleri dünya ortalaması kadar artmamış ve toplam DYY stoku GSMH'nın çeyreği düzeylerinde kalmıştır. Ülkenin dış yönlü yatırım akışı tarihsel olarak her zaman iç yönlü yatırımları aştığından, dış yönlü yatırım stoku iç yönlü yatırımlar stokundan çok daha büyüktür.

DYY'in Kaynağı ve Dağılımı

Diğer gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'nın da DYY stokunda, önemlerini yitirmemiş olsalar da, üreticilerden ziyade hizmet sektörünün ağırlığı vardır. Almanya'nın iç yönlü DYY stokunun önemli bir

kişinin AB ülkelerinden gelmektedir. AB dışındaki hareketler, Hollanda veya Lüksemburg gibi ülkelere üzerinden gelen AB-dışı ülkeler kaynaklı yatırımları da kapsamaktadır. Hollanda ve Lüksemburg, Almanya'da en çok doğrudan yatırım yapan ilk iki ülkedir. Almanya'da doğrudan yatırım yapan en büyük AB-dışı yatırımcı ABD'dir. Almanya'nın dış yönlü DYY hareketleri önemli oranda diğer Batı Avrupa ülkelerine yönelmektedir. Ancak özellikle imalat sektöründe, doğudaki düşük-maliyet avantajına sahip eski komünist ülkelere yönelik DYY hareketleri de önem arz etmektedir.

Belirleyici Faktörler, Etkiler ve Potansiyel

Almanya'da işgücü maliyeti, son yıllarda reel ücret artış oranlarında yaşanan gerilemeye rağmen, dünyadaki en yüksek ücretler arasında olduğundan, Almanya emek-yoğun üretim alanlarında yatırım çekme açısından diğer ülkelerle rekabet edememektedir. Şirketlerin yönetim kurullarında işçi temsilcilerinin (kurul üye sayısının yarısına kadar) yer alması gibi düzenlemeler de, yabancı yatırımcılar için caydırıcı olmuştur. Vergi düzenlemeleri bir başka olumsuz alan olmakla birlikte, konuyla ilgili bazı iyileştirmeler yapılmıştır. Sayıları gittikçe artan özel sermaye şirketlerinin de içlerinde yer aldığı yabancı yatırımcılar, karlı niş pazarlarda uzmanlaşmış, yüksek teknolojiye sahip çok sayıda orta-ölçekli firmayla ilgilenmektedirler. Ülkenin DYY açısından sahip olduğu diğer güçlü yönler; gelişmiş altyapı, köklü inovasyon faaliyetleri ve yüksek-nitelikli işgücüdür.

2007'de Almanya'da yabancı şirketler 2,4 milyon kişi istihdam etmiştir. İç yönlü DYY hareketlerinin önemli bölümünü yeni yatırımlar değil, şirket satın almalar oluşturduğundan ve sıklıkla şirketin yeni sahibine devrinden sonra ücretlerde indirimle gidildiğinden, DYY hareketlerinin istihdam üzerindeki kısa dönem etkileri belirsizdir. Fakat DYY hareketleri Almanya'da genelde şirket kapatmaları önlemiştir. Ülkeye yönelik DYY hareketleri genelde Almanya'daki üstün teknoloji ve işgücü becerilerinden yararlanmak amacıyla gerçekleştiğinden, DYY'in Almanya'daki insan kaynağı ve inovasyona yönelik olumlu etkileri sınırlıdır. Bununla beraber, iç yönlü DYY hareketlerinin işletme/iş yönetimi uygulamalarında gelişme sağladığına yönelik bazı belirtiler görülmektedir.

Küresel ekonomide yaşanan gerileme DYY hareketleri üzerinde büyük etkiye sahiptir. Almanya'nın yüksek nitelikli işgücü ve mükemmel altyapısı, ülkeyi uzmanlaşmış üretim için ideal bir bölge haline getirmektedir. Daha genel bir ifadeyle, Alman Endüstrisi hala görece olarak bölünmüş bir yapıda olduğundan, yabancı yatırımcılara sektörel birleşmelerde yer alma ve ölçek ekonomilerinden satın almalar yoluyla yararlanma imkanı sunmaktadır. Pek çok küçük ve orta-ölçekli firmanın yönetim kademesinde yaşanan kuşak değişimleri, yabancı yatırımcılar için yeni fırsatlar yaratmaktadır. Ayrıca Batı Avrupa rayiçlerine göre Almanya'da hala düşük olan gayrimenkul fiyatlarının, bu sektörle ilgilenen yatırımcıların ilgisini çekebileceği belirtilmektedir.

Ülkede İş Kurma Mevzuatı

Almanya'da Şirket Modelleri

Almanya'da 7 değişik formda iş kurulması mümkündür:

1. Şahıs şirketi (Einzelkaufmann),
2. Şube (Zweigniederlassung),
3. Limited Şirket: GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung),
4. Adi Ortaklık: oHG (offene Handelsgesellschaft),
5. Komandit Ortaklık: KG (Kommanditgesellschaft),
6. GmbH & Co. KG
7. Anonim Şirket: AG (Aktiengesellschaft)

Şube, GmbH, GmbH & Co. KG ve AG için sınırlı sorumluluk esastır. OHG'de ortaklar sınırsız sorumlu iken KG'de hem sınırlı hem de sınırsız sorumluluk söz konusudur. Ayrıca, GmbH ve GmbH & Co. KG kurulması için 25.000 Euro, AG kurulması için 50.000 Euro sermaye konulması gerekmektedir.

Almanya'da şirket kurmanın aşamaları:

1. Konuyla ilgili danışman/mali müşavir/(yasal konular için) avukatlık hizmeti veren yetkili kişi kuruluşlarla temasa geçilmesi.
2. Gerekli Birlik/Dernek, temsil yetkisi ve diğer belgelerin hazırlanması,
3. Kurulacak firma adının kabul edilebilir olup olmadığının noter veya yerel Sanayi ve Ticaret Odası'ndan teyidi,
4. Noter işlemleri,
5. Öngörülen sermayenin banka hesabına yatırılması,
6. İlgili yerel mahkemede (Amtsgericht) Ticaret Siciline kayıt,
7. Yerel Ticaret Dairesine (Gewerbeamt), firma kurma ve Kayıt Sertifikası (Gewerbeanmeldeschein) alımı için başvuru yapılması, (Gıda, ilaç, imalat, finans ve taşımacılık gibi sektörler için özel lisanslar gerekmektedir.)
8. Belediye Ticaret Vergi Dairesi (Gewerbsteueramt) ve yerel vergi dairesine (Finanzamt) kayıt,
9. Firma merkezinin bulunduğu yerdeki Ticaret Odası'na kayıt.

Konuyla ilgili daha fazla bilgi için:

- 1- Federal Ekonomi ve Teknoloji Bakanlığı
<http://www.existenzgruender.de/tuerkisch/> (Türkçe)
- 2- AB Ülkelerinde Şirket Kuruluşu ve Yönetimi
<http://ec.europa.eu/youreurope/business>
- 3- F. Almanya`da Şirket Kuruluşu ve Yönetimi /Kurulu İşletmenin Üstlenilmesi /Şirket Borsası

http://ec.europa.eu/youreurope/business/starting-business/setting-up/germany/index_en.htm
http://ec.europa.eu/youreurope/business/starting-business/taking-over/germany/index_en.htm
<https://www.nexxt-change.org/boerse/suche/profisuche/1,1,0.html> (Veri Tabanı-Ortak Girişim)
<http://www.progruender.de/236.htm> (F. Almanya'daki Şirket Borsaları, Veri Tabanları, Portalların Listesi)

4-Avrupa Türk İşadamları ve Sanayicileri Derneği (ATİAD)'nin Ağ Sayfasında verilen İşte Bilgi- İşyeri Kurma Bölüm

5-Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı-Germany Trade & Invest

Tel: +49 30 200 099-0
Faks: +49 30 200 099-111
E-Posta: office@gtai.com

Tel: +49 221 2057-0
Faks: +49 221 2057-212
E-Posta: info@gtai.de

<http://www.gtai.com/homepage/investment-guide-to-germany/establishing-a-company/> (Şirket Kuruluşu)

6- T.C. Berlin Büyükelçiliği Ekonomi Müşavirliği

Tel: +49-30-278 98 00
Faks: +49-30-278 98 020
E-Posta: ekonomi@t-online.de
wirtschaftsabteilung@t-online.de

Şirket Birleşmeleri ve Marka Satınalmalar

Berlin için;

İhracat işlemleri gibi, yurtdışı doğrudan yatırımlar da sigorta ve garanti programı kapsamında yer almaktadır. Ancak, yurt dışı şirket birleşmeleri ve devri başlığı altında müstakil bir program uygulanmamaktadır.

Bilgi Kaynakları

www.foerderdatenbank.de

www.agaportal.de/en/index.html

Hannover için;

Şirket satın almalar, birleşmeler ve devirler konularında faaliyet gösteren ve her sektörden irili ufaklı binlerce firmanın satışına, devrine aracılık eden yirmi civarında kurum ve kuruluşa ait web adresi liste halinde aşağıda verilmektedir. Söz konusu kuruluşların adreslerine: (www.progruender.de/236.htm) linkinden ulaşılması da mümkündür.

Bu sayfalarda ayrıca, firma satın almak, devir almak isteyenlere ait ilanlara da yer verilmektedir. (www.nexxt-change.org) web-sitesinde yaklaşık 6.420 adet firmanın satışı, devri ve ortaklığına ilişkin ilan bulunmaktadır. Ayrıca söz konusu sitede, 3.066 adet firmanın satış ilanları bulunmaktadır. Bu ortak girişim vasıtasıyla 2009 yılında 1.291 şirketin satışı gerçekleştirilmiştir.

Almanya'da şirket ve devir almalarda, burada yerleşik uygun iş adamları ile konsorsiyum kurularak satın almanın bazı faydalar sağlayabileceği, bu satın almadan beklenen faydanın daha kısa sürede sağlanabileceği, bu tür birlikteliklerin ve konsorsiyumların desteklenmesinin de faydalı olacağı düşünülmektedir.

Bilgi Kaynakları

www.unternehmen-sucht-unternehmer.de

www.ihk-startup.de/startup-boerse.html

www.unternehmensverkauf.de

www.targas-ag.de

www.bvmw.de/bund/allgemeine-seiten/marktplatz.html

www.vsu-ag.de/vsu/boerse

www.dfm-1ehmann.de/Angebote.htm

www.transferfabrik.de
www.kauf-verkauf24.de
www.merlean.com
www.franchiseportal.de
www.franchise-net.de
www.franchisedirekt.com
www.biz-trade.de
www.connexing.de/angebote.html
www.unternehmensmarkt.de
www.concess.net
www.progruender.de/236.htm
www.nexxt-change.org

Kaynaklar: T.C. Berlin Büyükelçiliği, Ticaret Müşavirliği
T.C. Hannover Başkonsolosluğu, Ticaret Müşavirliği

► Dış Ticaret

Genel Durum

2010 yılında Almanya'nın toplam ihracatı %12,7, ithalatı %13,9 oranında artmıştır. Ülkenin ticaret fazlası ise bir önceki yıla göre %6 artmıştır. Ülkenin ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında Fransa, ABD, İngiltere ve Avusturya başı çekmektedir.

Özellikle yüksek katma değerli ürünlere odaklanan Almanya, düşük ücret politikası izleyen ülkelere kaynaklanan rekabetten İtalya ve İspanya gibi diğer Avrupa ülkelerine kıyasla daha az etkilenmektedir.

Ülkenin Dış Ticareti

Dış Ticaret Göstergeleri (milyar Dolar)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
İhracat	977	1.122	1.329	1.466	1.128	1.271
İthalat	779	922	1.059	1.204	938	1.069
Hacim	1.756	2.044	2.388	2.670	2.066	2.340
Denge	198	200	270	262	190	202

Kaynak: ITC - Trademap

İhracatında Başlıca Ürünler

Almanya'da ihracatın yarısından fazlasını sermaye malları oluşturmaktadır. İhracatta en büyük payı makineler, ulaşım araçları ve bunların parçaları almaktadır. Bu ürünleri ilaç ihracatı izlemektedir. İthalatta önemli mal grupları makineler, ulaşım araçları ve bunların parçaları, petrol-doğalgaz ve ürünleri ve ilaçlardır.

İhracatında Başlıca Ürünler, İlk 40 Fası (milyon Dolar)

GTİP ÜRÜN	2006	2007	2008	2009	2010
TOPLAM	1.121.963	1.328.841	1.466.137	1.127.840	1.270.973
84 Elektriksiz makineler	211.894	241.145	263.822	204.857	225.841
87 Kara taşıtları	185.194	221.717	232.429	163.008	209.331
85 Elektrikli makineler, elektronik cih.	121.308	133.020	140.816	112.363	135.206
30 İlaçlar	42.538	53.256	62.861	62.388	64.852

39	Plastik ve plastik ürünler	50.477	58.158	63.649	49.023	60.744
90	Optik, teknik, medikal cihazlar	46.390	51.583	55.400	49.140	56.085
88	Hava taşıtları	25.144	26.006	29.768	32.413	32.534
73	Demir-çelikten eşyalar	26.057	31.238	35.632	28.304	29.885
72	Demir-çelik	28.465	35.661	39.338	23.280	29.441
29	Organik kimyasallar	27.459	29.786	35.787	24.084	28.773
27	Petrol, doğal gaz ve ürünleri	28.335	30.314	37.530	25.583	27.029
48	Kağıt ve karton, bunlardan mamul eşya	21.294	24.022	25.495	22.299	24.114
38	Diğer kimyasal ürünler	15.488	17.830	21.671	18.060	20.895
94	Mobilya, aydınlatma eşyaları, prefabrik yapılar	12.257	14.760	16.568	15.255	15.886
71	Mücevherat, metal paralar, kıymetli metal ve taşlar	8.159	9.520	12.161	9.221	15.510
76	Alüminyum ve alüminyumdan eşyalar	14.583	17.114	17.499	12.831	15.409
40	Kauçuk ve kauçuk ürünler	11.501	13.363	14.304	11.958	15.323
74	Bakır ve bakırdan eşyalar	12.533	14.362	14.686	9.402	13.889
32	Boyalar, pigmentler	9.961	11.102	11.793	10.120	11.505
99	Başka Yerde Sınıflanmamış Ürünler	45.077	88.477	96.990	34.444	11.070
28	İnorganik kimyasallar	7.139	8.677	10.944	7.958	10.151
33	Uçucu yağlar, kozmetikler	7.031	8.481	9.452	8.904	9.702
04	Süt ürünleri, yumurta, bal ve diğer yenilebilir hayvansal ürünler	6.983	9.004	9.881	8.198	9.297
62	Dokuma giyim	7.707	8.902	9.945	9.168	9.117
44	Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	8.320	9.956	10.116	8.537	8.864
02	Et	5.652	6.205	8.366	8.474	8.545
83	Çeşitli metal eşya	7.183	8.276	8.770	7.253	7.945
61	Örme giyim	5.350	6.154	7.117	7.271	7.863
82	Metal aletler, bıçakçı eşyası, sofrta takımları vs.	6.946	7.860	8.626	6.964	7.772
34	Sabun, deterjan ve mumlar	5.362	6.231	7.146	6.425	7.030
89	Deniz taşıtları	3.726	4.915	6.398	3.141	6.875
95	Oyuncaklar, spor malzemeleri	4.915	6.719	8.916	7.820	6.783
70	Cam ürünleri	5.760	6.437	6.891	5.867	6.582
49	Basılı yayınlar	5.615	6.416	6.699	6.404	6.058
22	Alkollü ve alkolsüz içecekler	4.360	5.124	5.760	5.617	5.962
19	Unlu mamuller, makarna, pastacılık ürünleri	3.956	4.518	5.667	5.507	5.539
86	Demiryolu taşıtları, sinyalizasyon cihazları (karayolu hariç)	3.918	3.674	4.694	4.838	5.298
21	Diğer yenilebilir hazır ürünler	3.525	4.305	5.075	4.999	4.980
24	Tütün ve tütün mamulleri	3.631	4.127	4.796	4.597	4.697
68	Taş, alçı, çimento, amiyant, mermer vs. ürünleri	3.558	4.188	4.688	4.009	4.398

Kaynak: ITC - Trademap

İthalatında Başlıca Ürünler

Almanya'nın Eyalet Bazında "Özet İthalat Veri Tabloları" için tıklayınız

Almanya'nın Eyalet Bazında "Ürünlere Göre İthalat Veri Tabloları" için tıklayınız

Almanya'nın Eyalet Bazında "Ülkelere Göre İthalat Veri Tabloları" için tıklayınız

Almanya'nın Eyalet Bazında "Türkiye'den Ürünlere Göre İthalat Veri Tabloları" için tıklayınız

İthal Ettiği Başlıca Ürünler, İlk 40 Fasil (Milyon Dolar)

GTİP ÜRÜN	2006	2007	2008	2009
TOPLAM	922.213	1.059.308	1.204.209	938.363
84 Elektriksiz makineler	122.440	132.891	143.932	116.572
27 Petrol, doğal gaz ve ürünleri	111.334	111.712	163.738	108.602
85 Elektrikli makineler, elektronik cihazlar	106.220	112.507	117.987	104.053
87 Kara taşıtları	77.850	87.379	92.280	76.281
30 İlaçlar	32.483	38.730	44.376	44.676
39 Plastik ve plastik ürünler	28.715	32.426	35.744	31.159
90 Optik, teknik, medikal cihazlar	26.339	26.940	29.650	27.979
88 Hava taşıtları	25.564	20.054	23.624	25.967
29 Organik kimyasallar	24.434	30.494	32.038	25.722
72 Demir-çelik	26.864	35.429	40.625	21.447
73 Demir-çelikten eşyalar	15.235	18.505	21.926	17.982
99 Başka Yerde Sınıflanmamış Ürünler	43.231	98.146	105.919	16.586
62 Dokuma giyim	13.941	15.087	16.195	16.173
94 Mobilya, aydınlatma eşyaları, prefabrik yapılar	12.918	13.710	15.082	15.613
48 Kağıt ve karton, bunlardan mamul eşya	13.804	15.320	16.312	14.921
61 Örme giyim	11.806	12.914	14.310	14.793
71 Mücevherat, metal paralar, kıymetli metal ve taşlar	9.415	11.635	14.327	11.853
76 Alüminyum ve alüminyumdan eşyalar	14.410	16.700	16.708	11.781
38 Diğer kimyasal ürünler	9.312	10.832	13.574	11.662
40 Kauçuk ve kauçuk ürünler	10.585	12.610	13.548	11.430
95 Oyuncaklar, spor malzemeleri	4.978	7.373	8.746	9.040
08 Meyveler	6.836	7.494	8.405	8.219
74 Bakır ve bakırdan eşyalar	12.705	13.857	13.452	8.124
28 İnorganik kimyasallar	5.583	6.631	8.802	7.384
22 Alkollü ve alkolsüz içecekler	5.363	5.961	6.856	7.304
04 Süt ürünleri, yumurta, bal ve diğer yenilebilir hayvansal ürünler	5.842	7.042	7.796	7.273
44 Ağaç ve ahşap eşya, odun kömürü	6.366	7.125	6.833	7.134
64 Ayakkabı, vb. ürünler	5.962	6.377	7.006	7.048
02 Et	5.253	5.750	6.770	7.007
89 Deniz taşıtları	8.793	3.777	8.127	6.699
26 Maden cevherleri	6.849	8.410	9.308	6.261
07 Sebzeler	4.861	5.181	5.584	5.928
33 Uçucu yağlar, kozmetikler	4.352	4.935	5.517	5.260
20 İşlenmiş meyve ve sebze	4.299	4.678	5.226	4.945
70 Cam ürünleri	4.048	4.635	5.226	4.662
32 Boyalar, pigmentler	4.077	4.678	5.073	4.504
83 Çeşitli metal eşya	3.809	4.346	4.736	4.322
12 Yağlı tohumlar ve diğer tohumlar	2.312	3.092	4.859	4.302
82 Metal aletler, bıçakçı eşyası, sofrta takımları vs.	3.679	4.352	5.243	4.159
23 Gıda sanayi kalıntı ve döküntüleri, hazır hayvan gıdaları	2.498	2.850	3.630	3.801

Kaynak: ITC - Trademap

Dış Ticaretin Madde Grupları İtibarıyla Dağılımı

İhracatın Madde Grupları İtibarıyla Dağılımı

--	--	--	--

Kodu (SITC)	Ürün Sınıflandırması	2009 İthalatı (milyon dolar)	İthalattaki Payı (%)
TOPLAM		1.127.840	100
0-1	Gıda, içecek, tütün	60.755	5,4
2-4	Hammaddeler, hayvansal ve bitkisel yağlar	19.413	1,7
3	Mineral yakıtlar ve yağlar	23.147	2,1
5	Kimyasallar	172.088	15,3
6	Diğer yarı mamuller	144.528	12,8
7	Makineler ve ulaşım araçları	501.949	44,5
8	Tüketim malları	118.976	10,5
9	Diğer ürünler	86.984	7,7

Kaynak: Birleşmiş Milletler (UN-COMTRADE)

İthalatın Madde Grupları İtibarıyla Dağılımı

Kodu (SITC)	Ürün Sınıflandırması	2009 İthalatı (milyon dolar)	İthalattaki Payı (%)
TOPLAM		938.363	100
0-1	Gıda, içecek, tütün	66.735	7,1
2-4	Hammaddeler, hayvansal ve bitkisel yağlar	31.623	3,4
3	Mineral yakıtlar ve yağlar	105.218	11,2
5	Kimyasallar	120.323	12,8
6	Diğer yarı mamuller	108.324	11,5
7	Makineler ve ulaşım araçları	309.784	33,0
8	Tüketim malları	109.445	11,7
9	Diğer ürünler	86.610	9,2

Kaynak: Birleşmiş Milletler (UN-COMTRADE)

Başlıca Ülkeler İtibarı ile Dış Ticareti

Önceki yıllarda olduğu gibi 2010 yılında da Almanya'nın dış ticaretinde diğer AB ülkelerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Almanya ihracatının yaklaşık yarısı bu ülkelere yapılmaktadır. Ülkenin ihracatında en önde gelen ticaret partneri Fransa iken ithalatında da Hollanda birinci sırada yer almaktadır.

Almanya'nın İhracatında Başlıca Ülkeler (milyon Dolar)

Ülkeler	2007	2008	2009	2010	2010 Pay (%)	2010 Değişim (%)
Fransa	128.666	142.631	114.262	119.790	9,4%	4,6%
A.B.D.	100.561	105.211	75.017	85.960	6,8%	12,7%
Hollanda	85.550	96.715	75.366	82.517	6,5%	8,7%
İngiltere	97.259	98.711	74.227	78.241	6,2%	5,1%
İtalya	89.347	94.458	71.217	77.160	6,1%	7,7%
Çin	41.106	50.174	51.092	71.010	5,6%	28,0%
Avusturya	72.335	79.230	67.252	70.578	5,6%	4,7%
Belçika	70.389	76.140	58.783	60.570	4,8%	3,0%
İsviçre	50.611	58.103	49.939	54.585	4,3%	8,5%
Polonya	49.555	59.180	44.139	50.211	4,0%	12,1%
İspanya	66.023	64.744	43.703	45.467	3,6%	3,9%
Çek Cum.	35.714	41.003	31.636	35.457	2,8%	10,8%
Rusya	38.755	47.580	28.603	34.892	2,7%	18,0%
İsveç	29.737	30.494	22.182	26.024	2,0%	14,8%
Türkiye	20.723	22.383	16.144	21.391	1,7%	24,5%

Macaristan	23.712	26.059	16.646	18.936	1,5%	12,1%
Danimarka	21.066	23.729	18.473	18.742	1,5%	1,4%
Japonya	17.913	18.848	15.068	17.285	1,4%	12,8%
Brezilya	9.406	12.761	10.083	13.645	1,1%	26,1%
Kore	11.973	13.047	11.034	13.486	1,1%	18,2%
Hindistan	10.130	12.002	11.197	12.206	1,0%	8,3%
Slovakya	11.730	13.122	9.415	11.679	0,9%	19,4%
Finlandiya	14.115	14.636	9.887	10.364	0,8%	4,6%
Avustralya	7.972	9.752	8.787	10.354	0,8%	15,1%
Güney Afrika	9.765	10.810	7.923	10.159	0,8%	22,0%
Romanya	10.391	12.885	9.372	9.869	0,8%	5,0%
B.A.E.	8.008	11.858	8.515	9.856	0,8%	13,6%
Norveç	10.396	11.289	8.603	9.653	0,8%	10,9%
Portekiz	10.747	12.153	8.607	9.277	0,7%	7,2%
Meksika	9.014	10.089	6.963	9.137	0,7%	23,8%
Kanada	8.688	9.223	7.261	8.471	0,7%	14,3%
Diğer	157.485	177.115	136.443	153.261	12,1%	11,0%
TOPLAM	1.328.841	1.466.137	1.127.840	1.270.973	100,0%	11,3%

Kaynak: ITC - Trademap

Almanya'nın İthalatında Başlıca Ülkeler (milyon Dolar)

Ülkeler	2007	2008	2009	2010	2010 Pay (%)	2010 Değişim (%)
Hollanda	88.335	105.972	80.923	134.018	12,54%	65,6%
Fransa	88.900	98.292	75.882	84.222	7,88%	11,0%
Çin	75.048	86.711	77.501	84.171	7,88%	8,6%
Belçika	53.223	58.725	40.767	69.530	6,51%	70,6%
İtalya	60.807	67.821	55.238	58.204	5,45%	5,4%
İngiltere	59.560	65.135	46.224	48.679	4,56%	5,3%
Avusturya	44.915	48.703	40.403	47.631	4,46%	17,9%
A.B.D.	62.436	67.639	55.376	43.187	4,04%	-22,0%
İsviçre	41.267	46.353	39.582	41.654	3,90%	5,2%
Çek. Cum.	35.984	41.717	34.757	41.342	3,87%	18,9%
Polonya	33.122	38.625	31.776	40.007	3,74%	25,9%
Rusya	39.577	52.841	34.819	29.373	2,75%	-15,6%
İspanya	28.956	31.922	26.787	27.658	2,59%	3,3%
Japonya	32.996	33.934	25.234	22.629	2,12%	-10,3%
Macaristan	24.825	26.162	19.705	22.078	2,07%	12,0%
İsveç	19.455	20.915	14.534	17.629	1,65%	21,3%
Danimarka	15.047	17.463	14.563	15.727	1,47%	8,0%
Kore	12.390	13.237	10.586	13.024	1,22%	23,0%
Slovakya	12.419	13.057	10.324	12.831	1,20%	24,3%
Türkiye	13.328	14.214	11.515	11.645	1,09%	1,1%
İrlanda	24.439	24.470	19.298	10.061	0,94%	-47,9%
Romanya	5.531	7.024	7.389	8.423	0,79%	14,0%
Norveç	24.296	32.784	23.550	8.037	0,75%	-65,9%
Brezilya	11.453	13.777	9.795	8.027	0,75%	-18,1%
Finlandiya	11.504	12.005	7.426	7.626	0,71%	2,7%

Almanya	8.409	7.729	7.090	7.290	0,86%	2,8%
Tayvan	8.076	8.199	6.554	6.915	0,65%	5,5%
Güney Afrika	6.019	7.795	5.210	6.126	0,57%	17,6%
Diğer	118.937	140.987	105.555	106.431	9,96%	0,8%
Toplam	1.059.308	1.204.209	938.363	1.068.602	100,00%	13,9%

Kaynak: ITC - Trademap

► Dış Ticaret Politikası ve Vergiler

Tarifeler ve Diğer Vergiler

Avrupa Birliği üyesi bir ülke olarak Almanya, diğer üye ülkeler gibi Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını teşkil eden Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaktadır. OGT, halen 2658/87 sayılı Konsey Yönetmeliği çerçevesinde uygulanmakta, tarifeleri gösterir liste her yıl yenilenmektedir.

Öte yandan, 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nın kabulü ve 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği'nin yürürlüğe konulmasıyla, Türkiye ile Avrupa Birliği üyesi ülkeler arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi uygulamaya başlamıştır.

Ayrıca, bazı istisnalar (Topluluğun Ortak Tarım Politikasına dahil olmayan tarımsal ürünler, yaş meyve sebze ürünlerine ait toplam 11 adet tarife pozisyonu, iç ve kabuklu natürel fındık, domates salçaları ve diğer domates konservesi) dışında, Topluluğa ithal edilen Türkiye kaynaklı tarım ürünlerinde gümrük vergileri tamamen kaldırılmış bulunmaktadır.

Avrupa Birliği'nde yürürlükte bulunan gümrük vergilerine, internet aracılığıyla (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds/tarhome_en.htm) adresinden ulaşmak mümkün bulunmaktadır. Söz konusu bağlantı, madde tanımı veya gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) bazında arama yapılmasına olanak tanımakta, ayrıca söz konusu ürüne ilişkin başka kısıtlamalar varsa onları da göstermektedir.

Katma Değer Vergisi

KDV mükellefi mal veya hizmet sağlayan Alman firmaları veya ithalatçılarıdır. Ancak, vergi nihai aşamada tüketiciye yansıtılmaktadır. Almanya'da standart KDV oranı %19'dır. Ancak bu oran, temel gıda ürünleri, kitap, gazete gibi kültürel yayınlar, bazı sağlık ürünleri gibi ürünlerde %7 olarak uygulanmaktadır. KDV tutarının faturalarda ayrıca belirtilmesi zorunlu olmakla birlikte 100 avro'ya kadar olan faturalarda sadece KDV oranının belirtilmesi mümkün bulunmaktadır.

Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

Almanya, standartlar konusunda Avrupa'nın en önde gelen ülkesi konumundadır. Hatta öylesine ki Avrupa Birliği, Birlik çapında geçerli standartlar uygulamaya koydukça, mevcut Alman standardı AB standardına dönüşecektir denilebilir.

AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin Almanya'ya (veya herhangi bir AB ülkesine) ihraç edilebilmesi için, üzerinde CE İşareti bulunması zorunludur. Bu işareti taşıması gerektiği halde taşımayan bir ürünün AB üyesi ülkelere ihracatı mümkün değildir.

Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından üretici sorumludur. Ancak, eğer üretici ya da üreticinin yetkili temsilcisi Avrupa Birliği içinde değilse, bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorundadır. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB normlarına uygun olduğunu garanti etmek zorundadır.

Diğer yandan Alman firmaları, yasal bir zorunluluk bulunmamasına karşın, Almanya'da verilen ilave bir takım performans veya kalite işaretleri talep edebilirler. Bunlardan özellikle, mekanik ürünler için GS (Geprüfte Sicherheit) işareti ve elektrikli ürünler için VDE (Verband Deutscher Elektrotechniker) işareti önem taşımaktadır. Bu işaretlerin kullanımı yalnızca belli durumlarda zorunlu olup, genelde yasal bir zorunluluk yoktur.

GS İşaretine ilişkin standartlar, Alman Standartlar Enstitüsü DIN (Deutscher Industrie Normenausschuss) tarafından derlenmektedir. VDE İşaretine ilişkin standartlar ise, VDE Verlag GmbH firmasından veya VDE Birliği'nden temin edilebilmektedir. İlgili adresler aşağıda verilmiştir.

DIN Deutsches Institut für Normung e.V.
10772 Berlin
Tel.: (030) 2601-0
Fax.: (030) 2601-1260
İnternet: www.din.de

Belgelendirme için:

DIN CERTCO Gesellschaft

zur Konformitätsbewertung mit
Burggrafenstraße 6
D-10787 Berlin
Tel: +49 (0)30 26 01-21 08
Faks: +49 (0)30 26 01-16 10
E-posta: zentrale@dincertco.de
İnternet: <http://www.en.dincertco.de>

Elektrik, Elektronik ve Bilgi Teknolojileri Birliği
Verband der Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik e.V. (VDE)
Adres: Stresemannallee 15, 60596 Frankfurt/Main
Tel: +49-69-6308-0
Faks: +49-69-6312925
E-posta: service@vde.com
İnternet: www.vde.de

VDE VERLAG GMBH
Bismarckstr. 33
10625 Berlin
Tel.: +49 (30) 34 80 01 - 0
Faks : +49 (30) 341 70 93
İnternet: www.vde-verlag.de

VDE veya GS işaretleri ile ilgili test kuruluşu Teknik İnceleme Birliği (TÜV)'dür (Technischer Ueberwachungsverein e.V.). Esasen TÜV'ler ürünlerin Alman güvenlik standartlarına uygunluğunun inceleme ve testinin yapılması amacıyla çeşitli Alman Eyaletleri tarafından kurulmuş özel firmalardır. Bazı TÜV firmaları ayrıca ürünlerin AB mevzuatına uygunluğunu test etme yetkisine de sahiptir.

TÜV Nord e.V.
Grosse Bahnstrasse 31
22525 Hamburg
Tel: +49 40 8557-0
Faks: +49 40 8557-2295
info@tuev-nord.de
İnternet: www.tuev-nord.de

TÜV Süddeutschland Holding AG
Westendstraße 199 D-80686 Munich
Tel: +49/89/5791-0
Faks: +49/89/5791-1551
İnternet: www.tuev-sued.de

Almanya'da uygulamada bulunan ve federal hükümet, yerel hükümetler veya hükümet dışı kuruluşlarca düzenlenen, standartlar, teknik düzenlemeler ve belgelendirme sistemi ile ilgili olarak, Alman Standartlar Enstitüsü (DIN) ve Federal Hükümet işbirliği ile kurulan Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi'ne başvurulması mümkündür.

Deutsches Informationszentrum fuer technische Regeln (DITR)
(Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi)
Burggrafenstr. 4-10
10772 Berlin, Germany
Tel: (49-30) 2601-600
Faks: (49-30) 2601-1231
E-posta: postmaster@din.de
İnternet Sayfası: <http://www.ditr.din.de>

Söz konusu Merkezin veri bankasında, gerek uygulamada gerekse taslak aşamada bulunan 36.000 civarında teknik kurala ilişkin bilgi yer almaktadır. Teknik kuralların Almanca veya İngilizce metinlerinin ise aşağıda irtibat bilgileri verilen yayınevinden ücret karşılığında temin edilmesi mümkündür:

Beuth Verlag GmbH
Burggrafenstrasse 6,
10787 Berlin - Germany
Posta adresi:
Beuth Verlag GmbH,
10772 Berlin - Germany
Tel: +49 30 2601-0
Faks: +49 30 2601-1260
E-posta: postmaster@beuth.de

Ayrıca CE İşaretleme gibi, tüm AB Ülkelerinde yürürlükte bulunan RoHS (Restriction of Hazardous Substances-Bazı Zararlı Maddelerin Kullanımının Sınırlandırılması) Direktifi, elektrikli ve elektronik cihaz ve ekipman üretiminde zararlı maddelerin kullanımını sınırlamaktadır. 2002/95/EC sayılı AB Direktifi'nin Şubat 2003'te AB Konseyi tarafından onaylanmasıyla RoHS mevzuatı yasalaşmış ve 1 Temmuz 2006'dan itibaren zorunlu uygulamaya geçmiştir. Direktifle, elektrikli ve elektronik cihaz ve ekipmanın üretiminde belirlenen miktarların üzerinde zararlı maddelerin kullanılması yasaklanmaktadır. Sınırlamalar, AB gümrük bölgesine yapılacak ithalatları da kapsamaktadır. Belirlenen sınırlarının üzerinde zararlı madde içeren elektrikli ve elektronik cihaz ve ekipmanın AB ülkelerine ithalatı yasaktır. Söz konusu zararlı maddeler şunlardır: Kurşun, cıva, kadmiyum, krom IV (Cr6+), PBB (çoklu-bromlu bifenil) ve PBDE (çoklu-bromlu difenil eter).

Almanya'nın ithalat politikasında öne çıkan bir diğer özellik de gıda ithalatında izlenen prosedürlerdir.

Almanya'ya gıda ürünleri imalatçıları tarafından üretilen ve Almanya'ya ihracatı için gerekli AB düzenlemelerine uygunluğunun belirlenmesi açısından, bu ülkedeki bir gıda laboratuvarına başvurmaları yararlı olabilecektir.

AB genelinde gıdalarla ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen EC 178/2002 sayılı düzenleme ile Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 yılı içerisinde yürürlüğe giren bu düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurulmuş ve gıda güvenliği konusundaki uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Düzenleme genel olarak Genel Gıda Yasası olarak bilinmekte olup, gıdaların izlenebilirliği konusunda da düzenlemeleri içermektedir (Madde 18). Genel Gıda Yasası'nın belirlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir.

Almanya'da gıda ürünlerinin standart ve belgelendirilmesine ilişkin kurallar AB direktifleri ile tamamen uyumlu halde bulunmaktadır. Bu anlamda herhangi bir AB ülkesinde serbest dolaşıma giren bir gıda ürününün herhangi başka bir teste tabi tutulmadan Almanya'ya ithalatı ve iç pazarda satışı mümkün olmaktadır.

► Türkiye ile Ticaret

Genel Durum

Türkiye-Almanya Dış Ticaret Değerleri (milyar Dolar)

	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2000	5,2	7,2	12,4	-2,0
2001	5,4	5,3	10,7	0,1
2002	5,9	7,0	12,9	-1,1
2003	7,5	9,5	17,0	-2,0
2004	8,7	12,5	21,2	-3,8
2005	9,5	13,6	23,1	-4,1
2006	9,7	14,8	24,5	-5,1
2007	12,0	17,5	29,5	-5,5
2008	12,9	18,7	31,6	-5,8
2009	9,8	14,1	23,9	-4,3
2010	11,5	17,5	29,0	-6,0

Kaynak: TÜİK

Ülkemizin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözlenmektedir. Almanya 2010 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, ülkemizin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatımızda ikinci sırayı almıştır.

En büyük ticari ortağımız olan Almanya ile ikili ticaretimiz, istisnai yıllar haricinde sürekli açık vermektedir. 2008 yılı itibarıyla bu ülke ile ticaretimizde verilen açık 5,8 milyar dolar düzeyine ulaşmış, 2009 yılında ise küresel ekonomideki yavaşlamaya paralel olarak, açık 4,3 milyar dolara gerilemiştir. 2010 yılında ise Almanya ile dış ticaret açığımız şimdiye kadar gerçekleşen en üst seviyeye ulaşarak yaklaşık 6 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Alman firmalarının son yıllarda üretim ve ithalatlarını Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkelerine kaydırmaları ve bu ülkelere yönelik vergi ve kotaların kaldırılması 2000'li yılların başlarında ihracat artışımızda bir yavaşlamaya neden olmakla beraber 2003 yılından itibaren bu ülkeye ihracatımız tekrar artış trendine girmiştir. Ancak küresel durgunluk nedeniyle ülkeye ihracat değerlerimiz 2006 seviyelerine gerilemiştir. 2010 yılında küresel ekonomik canlanmanın etkisiyle ihracatımız artarak 11.5 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır.

Almanya'ya ihracatımız yıllar itibarıyla yaklaşık %80 oranında sanayi mamullerinden %20'ye yakın oranda ise tarım ve madencilik ürünlerinden oluşmaktadır. Sanayi ürünleri ihracatı sürekli bir artış trendi izlemekteyken, tarım ürünleri ihracatı 1997 yılından itibaren düşüş göstermiş, 2003 yılı itibarıyla ise tekrar artış eğilimine girmiştir.

Türkiye-Almanya ticaretinin, fasıllar itibarıyla 2010 aylık verileri için tıklayınız.

(Ocak-Aralık)

Türkiye'nin Fasıllar Bazında Almanya'ya İhracatı (milyon Dolar)

GTİP	ÜRÜN	2007	2008	2009	2010
------	------	------	------	------	------

61 Orme giyim eşyası ve aksesuarları	2.267	2.233	1.968	2.164
87 Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	1.861	2.141	1.158	1.590
84 Nükleer reaktörler, kazan; makina ve cihazlar, aletler, parçaları	1.511	1.594	1.101	1.255
62 Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	1.006	992	801	845
85 Elektrikli makine ve cihazlar, aksam ve parçaları	825	864	673	720
63 Mensucattan mamul diğer eşya, kullanılmış eşya, paçavralar	452	493	457	540
08 Yenilen meyveler, kabuklu yemişler, turuncgil ve kavun kabuğu	361	361	358	406
20 Sebze, meyve, bitki parçaları, sert kabuklu yemiş konserveleri	378	403	319	389
73 Demir veya çelikten eşya	360	500	310	377
40 Kauçuk ve kauçuktan eşya	314	353	287	371
76 Alüminyum ve alüminyum eşya	276	319	241	348
39 Plastik ve plastikten mamul eşya	171	230	211	274
94 Mobilyalar, aydınlatma, reklam lambaları, prefabrik yapılar	155	179	135	148
52 Pamuk	107	97	94	122
69 Seramik mamulleri	97	105	96	113
07 Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular	91	91	97	106
71 İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	88	89	81	104
72 Demir ve çelik	179	194	69	99
74 Bakır ve bakırdan eşya	42	45	34	97
70 Cam ve cam eşya	70	101	72	88
30 Eczacılık ürünleri	79	81	81	83
57 Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddeden yer kaplamaları	35	60	70	82
27 Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	65	119	82	77
54 Dokumaya elverişli suni ve sentetik lifler	87	85	67	71
42 Deri eşya, saraciye eşyası, seyahat eşyası, bağırsaktan eşya	84	77	59	58
59 Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, bunlardan teknik eşya	54	66	50	48
55 Sentetik ve suni devamsız lifler	56	51	42	47
19 Esasını hububat, un, nişasta, süt teşkil eden müstahzarlar	34	48	47	46
83 Adi metallerden çeşitli eşya	45	60	46	44
89 Gemiler, suda yüzen taşıt ve araçlar	196	186	12	40
90 Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar cihazları, tıbbi alet.	41	47	30	40
03 Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar, diğer omurgasızlar	15	29	32	36
82 Adi metallerden aletler, bıçakçı eşyası, sofrta takımları	23	29	20	36
26 Metal cevherleri, cüruf ve kül	21	20	3	32
58 Özel dokunmuş mensucat, dantelâ, duvar halıları, işlemler	24	26	27	31
21 Yenilen çeşitli gıda müstahzarları	18	22	29	30
24 Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	37	30	40	29
25 Tuz, kükürt, toprak ve taşlar, alçılar ve çimento	22	29	25	27
51 Yün, kıl, at kılı; bunların iplik ve dokumaları	19	17	19	25
34 Sabunlar, yüzey aktif organik maddeler, yıkama-yağlama madde.	18	20	30	23
22 Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	23	24	26	23
48 Kağıt ve karton; kağıt hamurundan kağıt ve kartondan eşya	26	27	23	23
38 Muhtelif kimyasal maddeler	13	11	6	22
11 Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inülin, buğday glütteni	24	22	18	21
17 Şeker ve şeker mamulleri	17	18	19	21
43 Postlar, kürkler, taklit kürkler ve mamulleri	17	16	12	20
60 Örme eşya	15	17	17	20
68 Tas. alçı. cimento. amvant. mika vb maddelerden esva	15	19	17	20

64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar vb eşya ve aksamı	16	18	14	18
98	Zati eşya, kumanya ve başka yerde belirtilmeyen diğer eşyalar	65	82	87	17
28	İnorganik kimyasal müstahsallar, organik, inorganik bileşikler	12	14	13	15
33	Uçucu yağlar, rezinoitler, parfümeri, kozmetikler vb	10	13	12	14
29	Organik kimyasal müstahsallar	12	29	8	13
56	Vatka, keçe, dokunmamış mensucat, özel iplik, sicim ve mamulleri	14	13	11	12
12	Yağlı tohum ve meyveler, sanayi bitkileri, saman, hayvan yemi	12	14	12	12
05	Tarifenin başka yerinde yer almayan hayvansal müstahsallar	17	16	10	11
09	Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat	14	13	11	10
49	Basılı kitap, gazete, resim vb baskı sanayi mamulü, el yazmaları	9	8	9	9
10	Hububat	0	0	5	9
44	Ağaç ve ağaçtan mamul eşya; odun kömürü	8	9	7	9
96	Çeşitli eşya	6	6	7	7
06	Canlı bitkiler ve çiçekçilik müstahsalları	6	6	6	7
88	Hava taşıtları, uzay araçları, aksam ve parçaları	14	16	9	7
18	Kakao ve kakao müstahzarları	2	3	5	6
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	5	5	4	5
15	Hayvansal ve bitkisel yağlar ve bunların müstahsalları	4	4	6	5
23	Gıda sanayii kalıntı ve döküntüleri, hazır hayvan gıdaları	0	0	1	4
32	Debagat ve boyacılıkta kullanılan hülasa, boya, macun, sakızlar	3	4	3	4
04	Süt ve süt mamulleri, kuş ve kümes hay. yumurtaları, bal vb.	1	1	3	3
81	Diğer adi metaller, sermetler, bunlardan eşya	1	3	2	3
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarları	4	7	3	3
92	Müzik aletleri; bunların aksam, parça ve aksesuarı	2	3	3	2
65	Başlıklar ve aksamı	2	2	1	2
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, aksam ve parçaları	3	3	2	2
36	Barut, patlayıcı maddeler, pirotekni mamulleri, kibrit vb	1	3	2	2
86	Demiryolu ulaşım araçları vb, aksam ve parçaları	3	3	4	2
53	Dokumaya elverişli bitkisel lifler, kâğıt ipeği ve dokumaları	2	2	1	1
66	Şemsiye, baston, kamçı, kırbaç ve bunların aksamı	4	4	2	1
35	Albüminoid maddeler, tutkallar, enzimler vb	1	2	2	1
14	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, bitkisel müstahsallar	0	1	0	1
37	Fotoğrafçılıkta, sinemacılıkta kullanılan eşya	0	1	1	1
13	Laklar, sakızlar, bitkisel özsu ve hülasalar	2	1	0	1
79	Çinko ve çinkodan eşya	1	1	1	1
16	Et, balık, kabuklu hayvan, yumuşakça vb hayvansal müstahzarlar	3	1	1	1
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	1	0	1	0
75	Nikel ve nikelden eşya	1	1	1	0
78	Kurşun ve kurşundan eşya	0	0	0	0
31	Gübreler	0	0	0	0
01	Canlı hayvanlar	0	0	0	0
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası, antikalar	0	0	0	0
50	İpek	0	0	0	0
47	Odun hamuru; lifli selülozik maddelerin hamurları, hurdalar	0	0	0	0
67	Hazır kuş tüyü ve insan saçı mamulleri, yapma çiçekler	0	0	0	0
46	Hasır; saz ve benzeri örülebilen maddelerden mamuller	0	0	0	0
80	Kalay ve kalay mamulleri	1	1	0	0

02 Etler ve yenilen sakatat	0	0	0	0
45 Mantar ve mantardan eşya	0	0	0	0
TOPLAM	11.993	12.952	9.783	11.453

Kaynak: TÜİK

Diğer taraftan Almanya'dan ithalatımız yıllar itibariyle en az %90 oranında sanayi mamullerinden %10'a yakın oranda ise tarım ve madencilik ürünlerinden oluşmaktadır. Sanayi ürünleri ithalatı, özellikle 1999 ve 2001 yıllarında önemli nispi gerileme göstermiş olmakla birlikte, 2002 yılından itibaren tekrar artış eğilimine girmiştir. Tarım ürünleri ithalatı ise, 1997 yılını takip eden yıllarda gerilemekle beraber, 2002 yılından itibaren artış kaydetmiştir.

Türkiye'nin Fasıllar Bazında Almanya'dan İthalatı (milyon Dolar)

GTİP ÜRÜN	2007	2008	2009	2010
87 Motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve diğer	3.412	3.589	2.539	4.108
84 Nükleer reaktörler, kazan; makine ve cihazlar, aletler, parçaları	4.517	4.386	2.901	3.613
85 Elektrikli makine ve cihazlar, aksam ve parçaları	1.508	1.591	1.567	1.556
39 Plastik ve plastikten mamul eşya	1.329	1.307	994	1.248
72 Demir ve çelik	662	835	577	874
30 Eczacılık ürünleri	642	782	716	751
90 Optik, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol, ayar cihazları, tıbbi alet.	639	710	543	576
48 Kâğıt ve karton; kâğıt hamurundan kâğıt ve kartondan eşya	391	447	410	484
29 Organik kimyasal müstahsallar	448	540	356	460
38 Muhtelif kimyasal maddeler	358	401	319	375
32 Debatat ve boyacılıkta kullanılan hülasa, boya, macun, sakızlar	332	333	261	308
73 Demir veya çelikten eşya	299	359	224	264
40 Kauçuk ve kauçuktan eşya	206	224	181	240
55 Sentetik ve suni devamsız lifler	184	161	133	187
34 Sabunlar, yüzey aktif organik maddeler, yıkama-yağlama madde.	160	189	163	177
33 Uçucu yağlar, rezinoitler, parfümeri, kozmetikler vb	131	140	148	167
76 Alüminyum ve alüminyum eşya	161	161	109	136
44 Ağaç ve ağaçtan mamul eşya; odun kömürü	104	112	82	124
28 İnorganik kimyasal müstahsallar, organik, inorganik bileşikler	101	118	100	120
83 Adi metallere çeşitli eşya	124	131	84	104
82 Adi metallere aletler, bıçakçı eşyası, sofrta takımları	115	114	75	104
94 Mobilyalar, aydınlatma, reklâm lambaları, prefabrik yapılar	128	143	81	101
89 Gemiler, suda yüzen taşıt ve araçlar	239	293	251	95
35 Albüminoid maddeler, tutkallar, enzimler vb	80	89	84	89
27 Mineral yakıtlar, mineral yağlar ve müstahsalları, mumlar	38	60	40	77
74 Bakır ve bakırdan eşya	72	81	45	75
56 Votka, keçe, dokunmamış mensucat, özel iplik, sicim ve mamulleri	56	62	70	72
21 Yenilen çeşitli gıda müstahzarları	63	64	62	72
02 Etler ve yenilen sakatat	0	0	0	66
54 Dokumaya elverişli suni ve sentetik lifler	96	74	48	63
70 Cam ve cam eşya	59	63	52	60
24 Tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler	37	36	42	51
19 Esasını hububat, un, nişasta, süt teşkil eden müstahzarlar	22	24	35	48
68 Taş, alçı, çimento, amyant, mika vb maddelerden eşya	52	58	34	48
69 Seramik mamulleri	55	55	35	46

96	Çeşitli eşya	46	40	31	38
37	Fotoğrafçılıkta, sinemacılıkta kullanılan eşya	35	28	34	37
98	Zati eşya, kumanya ve başka yerde belirtilmeyen diğer eşyalar	127	58	42	35
59	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat, bunlardan teknik eşya	36	39	30	33
71	İnciler, kıymetli taş ve metal mamulleri, madeni paralar	24	22	16	31
49	Basılı kitap, gazete, resim vb baskı sanayi mamulü, el yazmaları	29	33	22	25
18	Kakao ve kakao müstahzarları	8	10	13	22
47	Odun hamuru; lifli selülozik maddelerin hamurları, hurdalar	3	2	8	20
86	Demiryolu ulaşım araçları vb, aksam ve parçaları	24	34	13	20
61	Örme giyim eşyası ve aksesuarları	16	19	17	18
10	Hububat	41	57	102	17
25	Tuz, kükürt, toprak ve taşlar, alçılar ve çimento	17	16	12	16
12	Yağlı tohum ve meyveler, sanayi bitkileri, saman, hayvan yemi	11	12	11	16
58	Özel dokunmuş mensucat, dantelâ, duvar halıları, işlemeler	22	20	15	16
31	Gübreler	10	16	10	15
51	Yün, kıl, at kılı; bunların iplik ve dokumaları	36	44	22	15
23	Gıda sanayi kalıntı ve döküntüleri, hazır hayvan gıdaları	4	7	9	15
52	Pamuk	19	17	12	15
93	Silahlar ve mühimmat, bunların aksam, parça ve aksesuarları	6	4	4	14
60	Örme eşya	17	13	16	13
88	Hava taşıtları, uzay araçları, aksam ve parçaları	3	288	167	12
62	Örülmemiş giyim eşyası ve aksesuarları	15	19	10	11
41	Ham postlar, deriler (kürkler hariç) ve köseleler	19	11	10	11
75	Nikel ve nikelden eşya	16	10	6	8
42	Deri eşya, saraciye eşyası, seyahat eşyası, bağırsaktan eşya	10	10	6	8
63	Mensucattan mamul diğer eşya, kullanılmış eşya, paçavralar	7	7	6	7
13	Laklar, sakızlar, bitkisel özsu ve hülâsalar	5	6	7	7
81	Diğer adi metaller, sermetler, bunlardan eşya	5	7	6	7
91	Saatler ve bunların aksam ve parçaları	6	6	6	7
15	Hayvansal ve bitkisel yağlar ve bunların müstahsalları	6	8	6	7
20	Sebze, meyve, bitki parçaları, sert kabuklu yemiş konserveleri	11	13	7	7
01	Canlı hayvanlar	3	4	3	6
07	Yenilen sebzeler ve bazı kök ve yumrular	3	5	2	6
17	Şeker ve şeker mamulleri	5	6	6	6
95	Oyuncaklar, oyun ve spor malzemeleri, aksam ve parçaları	6	8	5	5
04	Süt ve süt mamulleri, kuş ve kümes hay. Yumurtaları, bal vb.	12	5	3	5
79	Çinko ve çinkodan eşya	6	6	3	4
11	Değirmencilik ürünleri, malt, nişasta, inilin, buğday glütteni	2	4	3	4
08	Yenilen meyveler, kabuklu yemişler, turunçgil ve kavun kabuğu	6	6	7	4
57	Halılar ve diğer dokumaya elverişli maddeden yer kaplamaları	4	6	4	4
09	Kahve, çay, paraguay çayı ve baharat	3	3	3	3
22	Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke	2	2	1	3
80	Kalay ve kalay mamulleri	6	4	3	3
64	Ayakkabılar, getrler, tozluklar vb eşya ve aksamı	3	3	2	2
78	Kurşun ve kurşundan eşya	9	2	2	2
05	Tarifenin başka yerinde yer almayan hayvansal müstahsallar	3	2	2	2
43	Postlar, kürkler, taklit kürkler ve mamulleri	2	2	1	2

36	Barut, patlayıcı maddeler, pirotekni mamulleri, kibrit vb	3	2	1	2
06	Canlı bitkiler ve çiçekçilik müstahsalları	2	1	2	1
97	Sanat eserleri, koleksiyon eşyası, antikalar	1	1	2	1
92	Müzik aletleri; bunların aksam, parça ve aksesuarı	1	1	1	1
65	Başlıklar ve aksamı	1	1	1	1
45	Mantar ve mantardan eşya	1	1	1	1
16	Et, balık, kabuklu hayvan, yumuşakça vb hayvansal müstahzarlar	0	0	1	1
53	Dokumaya elverişli bitkisel lifler, kâğıt ipeği ve dokumaları	2	2	1	1
50	İpek	0	0	0	1
66	Şemsiye, baston, kamçı, kırbaç ve bunların aksamı	0	0	0	0
67	Hazır kuş tüyü ve insan saçı mamulleri, yapma çiçekler	0	0	0	0
26	Metal cevherleri, cüruf ve kül	2	2	0	0
03	Balıklar, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar, diğer omurgasızlar	0	0	0	0
14	Örölmeye elverişli bitkisel maddeler, bitkisel müstahsallar	0	0	0	0
46	Hasır; saz ve benzeri örülebilin maddelerden mamuller	0	0	0	0
TOPLAM		17.540	18.687	14.097	17.530

Kaynak: TÜİK

İki Ülke Arasındaki Anlaşma ve Protokoller

İki Ülke Arasındaki Ticaretin Altyapısını Düzenleyen Anlaşma ve Protokoller

Anlaşma ve Protokoller	İmza Tarihi
Ticaret ve Ödeme Anlaşması	16.2.1952
Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşması	20.6.1962
Teknik İşbirliği Anlaşması	16.6.1970
KEK II. Dönem Toplantısı	12/13.12.1984
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması	16.4.1985
Çevre Korunması Alanında İşbirliği Anlaşması	5.10.1992
İşbirliği Konseyi XI. Dönem Toplantısı, Ortak Protokolü	11.03.2005

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı

Türkiye-Almanya Yatırım İlişkileri

Özellikle 1980 yılından sonra Alman yatırımcılarının ülkemize ilgisi büyük ölçüde artmıştır. Nitekim 1980 yılına kadar ülkemizde sadece 24 Federal Alman firması faaliyet gösterirken, bu rakam 2009 yılı itibarıyla 4051'e yükselmiştir.

2002-2008 yılları arasında Türkiye'de gerçekleşen 62.503 milyon dolarlık toplam yabancı doğrudan yatırım girişimlerinin 3.220 milyon doları Alman kaynaklıdır. 2009 yılında Almanya kaynaklı doğrudan yabancı yatırım girişi 1.298 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de faaliyette bulunan Alman menşeli firmaların sektörel dağılımına bakıldığında, hizmetler ve imalat sanayiinin yatırımda en fazla tercih edilen sektörler olduğu görülmektedir. İmalat sanayinde gıda, hazır giyim, kimyasal ürünler, elektrik-elektronik, makine imalat, taşıt araçları imalat ve taşıt araçları yan sanayii ön plana çıkmaktadır. Hizmetler sektöründe ise Alman yatırımcıların ticaret, turizm, haberleşme, bankacılık ve yatırım finansmanı gibi alt sektörlerde yoğunlaştıkları görülmektedir.

Diğer taraftan 1960'lı yıllarda Almanya'ya "misafir işçi" olarak giden Türk vatandaşları, özellikle 1980'li yıllardan itibaren girişimciliğe yönelerek kendi iş yerlerini kurmuş ve işveren konumuna gelmişlerdir.

2005 sonu itibarıyla Almanya'daki Türk girişimcilerinin sayısı 64.600 civarında olup, Türk işletmelerinin ulaştığı toplam yatırım 7,4 milyar avro seviyesindedir. Almanya'daki Türk işletmelerinin sektörel dağılımına bakıldığında perakende ticaret, otelcilik ve lokantacılık, el sanatları, toptan ticaret, imalat

sanayii, inşaat ve hizmetler sektörlerinin ön plana çıktığı görülmektedir.

Bugünkü eğilimlerin devam etmesi halinde, Almanya'daki Türk girişimcilerinin sayısının 2015 yılına kadar 160.000'e ulaşacağı, Türk işletmelerinde yaklaşık 720 bin kişiye iş imkanı sağlanacağı, yatırım hacminin 15 milyar avro'ya ulaşacağı ve bu firmaların yıllık toplam cirolarının 66 milyar avro civarında gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

► Pazar ile İlgili Bilgiler

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Gıda Ürünlerinde Etiketleme:

Almanya'ya gıda ürünleri ihraç etmek isteyen ihracatçılarımızın, etiketleme ve ürünün gerek Alman gerekse AB düzenlemelerine uygunluğunun belirlenmesi açısından, bu ülkedeki bir Gıda Laboratuvarına başvurmaları yararlı olabilecektir. Gıda Laboratuvarları ile temasa geçmek bakımından Alman Federal Gıda Kimyacıları Birliği'nin adresi aşağıda verilmiştir.

Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands (BVLK)
(Alman Federal Gıda Kontrolörleri Birliği)
Herderstr. 1a
38350 Helmstedt, Germany
Tel.: (49-5351) 595301
Faks: (49-5351) 595302
E-posta: lebensmittelkontrolleure@t-online.de
İnternet Adresi: <http://www.lebensmittelkontrolle.de>

Yeşil Nokta Sistemi:

Ambalajların geri kazanılmasını sağlayan bir sistemdir. Yeşil Nokta işareti taşımayan nakliye ve tüketici ambalajlarının Almanya'ya ithali mümkün değildir. Almanya'da Yeşil Nokta sembolünün kullanılabilmesi için, üretici veya ithalatçının, ürünün paketleme türü ve miktarına bağlı olarak bir ücret ödemesi gerekmektedir. Konuya ilişkin olarak ihracatçılarımızın Almanya'daki ithalatçıları veya DSD firması ile temasa geçmelerinde yarar bulunmaktadır. DSD firmasının adresi aşağıda verilmiştir.

Duales System Deutschland GmbH (DSD)
Frankfurter Strasse 720-726
D-51145 Koeln, Germany
Tel: (49-2203) 937-0
Fax: (49-2203) 937-190
İnternet: www.gruener-punkt.de

► İşadamlarının Pazarda Dikkat Etmesi Gereken Hususlar

Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

Alman iş kültürü, esnekliği çok az olan, sıkı kurallardan oluşmaktadır. Dakiklik, hem iş hayatında hem sosyal hayatta son derece önem verilen bir konudur. İş yaşamının odak noktasını, nesnel/objektif olgular ve görevler oluşturmaktadır.

İşadamları yanlarında bol miktarda kartvizit götürmelidir, çünkü Almanlar kartvizit değiştirmekten çok hoşlanmaktadır. Kartvizitte pozisyon ve konum mutlaka belirtilmelidir. Üniversite derecesi veya sahip olunan bazı özelliklerin de belirtilmesinde fayda vardır. Eğer çalışılan kuruluşun bilinen bir saygınlığı varsa, şirketin kuruluş tarihinin de yazılması uygun olur.

İlk toplantı genellikle ofiste yapılmaktadır. Alman işadamları bu toplantıda firmayı, ürünü ve teklifin değerlendirmesini yapacaktır. Toplantılarda en kıdemli katılımcının hareketlerinin takip edilmesi uygun olacaktır. Nasıl giyinmiş, nasıl hareket ediyor, nasıl oturuyor gibi. Bütün bu davranış biçimlerine uygun olarak davranış biçimi belirlenmelidir. Alman tarafı toplantıya çok iyi hazırlanmış olarak gelecektir. Aynı davranış biçimini de karşı taraftan bekleyecektir.

İş hayatlarında duygu ve hislere asla yer verilmemektedir. Ayrıca yeni fikir ve kavramlara da pek açık değildirler. Aynı organizasyon içinde bile bilginin serbestçe dolaşması uygun görülmemektedir. Alman işinsanı farklı bir şey yapmak konusunda isteksizdir. Toplantılara çok iyi organize olmuş, mantıklı ve dikkatlice planlama yaparak katılınmasında fayda vardır. Çok miktarda veri, argüman ve teklifin destekleyici kanıtları ile birlikte götürülmesinde fayda vardır. Herhangi bir konuda yapılacak olan bir abartma tolere edilmemektedir. Tanıtım malzemesi hazırlığında bulunuluyorsa, Alman işadamlarının parlak reklamlardan, gösterilerden ve hatırlanabilir sloganlardan olumsuz etkilendiklerini unutmamak gerekir. Alman pazarı için hazırlanacak olan broşürlerde ciddi bir renk tonunun olmasına özen gösterilmelidir. Ayrıca uzun detayları da içermesinde fayda vardır. Ürün ve hizmetler ile ilgili eksiklikleri doğrudan söyleyeceklerdir. Böyle bir durumda en doğru davranış eksikliklerden dolayı özür dileyerek, en kısa zamanda tamamlanacağını bildirmesidir.

Kendiliğinden olan hareketler ve esnek davranış biçimleri Alman iş kültüründe yadırganmaktadır. Beyin fırtınası, risk alma ve meydan okuma gibi davranış biçimleri kabul edilmemektedir. Almanlar eleştirilme konusunda çok hassastırlar, bu yüzden onları utandıracak hareketlerden kaçınılmalıdır. Ayrıca

toplantılara resmi bir hava vermekten de son derece memnun olurlar. Özel konularla ilgili konuşmaktan pek hoşlanmazlar. Her konuda mantık dahilinde hareket etmektedirler. Kolay kolay hiçbir konuda taviz vermemektedirler. Saldırgan bir davranış içine girmemeye özen gösterilmelidir.

İş toplantıları aşırı derecede ciddiyetle yürütülmektedir. Şaka ve ciddiyetsiz davranışlarda bulunulmamasında fayda vardır. Toplantılarda başkalarının sözü asla kesilmemelidir. Toplantılarla ilgili uzun vadeli planlamalar yapılmalı, kısa, ani ve kendiliğinden oluşan hareketlerden kaçınılmalıdır. Bir toplantı yerinde nereye oturulacağı belirtilene kadar beklemek doğru bir davranış olacaktır.

Alman kültüründe karar verme süreci yavaş sürmektedir, teklifler ciddi bir şekilde incelenmektedir. İlk görüşmelerde birçok kişi ile muhatap olmak zorunda kalınabilir, ancak karar verme sürecinde hiyerarşinin en üst kısmında bulunan kişi son kararı verecektir.

Kontratlar çok ciddi bir biçimde hazırlanmaktadır. Kabul edilen her madde garanti altına alınmaktadır. Ayrıca aynı şekilde kontrat içinde kabul edilen her maddenin yerine getirilmesi beklenmektedir. Alman kültüründe alınan her kural büyük bir ciddiyetle takip edildiğinden, uyulmayan konularda kınanma ile karşı karşıya kalınabilir. Bu yüzden Alman toplumunu şekillendiren kurallara karşı duyarlı ve saygılı olunmasında fayda vardır. Almanlar kararlarını toplantı sırasında verirler, ancak yine de emniyetli bir şekilde davranırlar. Karar bir kez verildikten sonra değişiklikler kolay olmamaktadır.

Öğle yemeği 12.00-13.00 saatleri arasında alınmakta ve iş görüşmeleri için en uygun zaman dilimi olarak düşünülmektedir. Alman iş ortağıyla nasıl bir ilişki içinde olunulduğuna bağlı olsa da, genellikle işe yönelik kararlar yemek zamanlarında alınmamaktadır. Ayrıca yemek esnasında da iş ile ilgili konuyu Alman ortağın açması beklenmelidir. "Hofbrau" İngiliz barlarının Alman karşılığıdır. Dışarıda ve içeride oturma yeri olan bu barlar genellikle öğlen saatlerinde açılmaktadır. Bu tür yerler iş görüşmeleri sonrası sosyal aktivitelerin devam ettirileceği uygun mekanlar olarak düşünülebilir.

Alman iş kültüründe zamanında bulunmanın önemini asla unutulmamalıdır. 2 veya 3 dakikalık bir gecikme bile kabalık olarak addedilecektir. Randevular önceden ayarlanmalıdır. Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az bir ay, telefonla alınacak bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden alınmasında fayda vardır. Randevuya gecikilecekse, mutlaka önceden aranmasında fayda vardır. İlaveten uygun sebebin de hazırlanması gerekebilir. Görüşmeler için en uygun zaman dilimi öğleden önce 11.00-13.00 arası olurken, öğleden sonra ise 15.00-17.00 arasındadır. Randevuların Cuma öğleden sonrasına ayarlanmamasına özen gösterilmelidir, çünkü bazı ofisler Cuma günleri 14.00 veya 15.00'den sonra kapanabilir. Randevuların saatinin ve yerinin gereksiz bir şekilde değiştirilmesi kabul görmemektedir.

İlk isimler aile üyelerine aittir. İlaveten Alman iş kültüründe yıllarca birlikte çalışılıp da birbirlerinin ilk isimlerini bilmeyen kişilere rastlamak mümkündür. Profesyonel unvanları olmayan kişilere soyadlarının önüne aşağıda verilen unvanları kullanarak hitap edebilirsiniz. Mr. = "Herr" Mrs. (or Ms.) = "Frau". Dr. Martin Meyer yerine "Herr Doctor Meyer" diye de hitap edilebilmektedir.

Almanya'da bulunulan mevsime uygun giyinilmesi tavsiye edilmektedir. Örneğin yazın çok sıcak, kışın ise aşırı derecede soğuk ve rüzgarlı olabilir. Erkek veya kadın giyiminde resmiyet geçerlidir. Erkekler için koyu renk takım ve kravat, bayanlar için de uygun bluz tercih edilmelidir. Alman iş kültüründe giyim oldukça sade bir tutum içindedir. Koyu takımlar, yumuşak renkli kravatlar ve beyaz gömlek normal kıyafetlerdir. İş kıyafetleri içerisinde haki renkli ve resmi olmayan kıyafetler makbul değildir. Bayanlar için de koyu takım elbise ve beyaz bluzlar normal kıyafetler arasında kabul edilmektedir. Pantolonlu takımlar Alman iş kültüründe yeni kabul görmeye başlamıştır. Ayrıca bayanların çok süslü mücevher takması da hoş karşılanmamaktadır. Havalarda çok sıcak olsa bile, kravat ve takımlarını giymeye devam etmektedirler.

Pasaport ve Vize İşlemleri

Almanya diplomatik pasaport (kırmızı), üst düzey memurlar için düzenlenen pasaport (yeşil) ve hizmet pasaportu (gri) hamili Türk vatandaşlarına 90 günü geçmemek kaydıyla vize uygulamamaktadır. Bunun dışında Türkiye'den Almanya'ya seyahatlerde turist pasaportları (lacivert) için vize alma zorunluluğu vardır. Vize Almanya'nın Türkiye'deki Başkonsolosluklarından temin edilebilir. Ayrıca iş gezilerinde davet mektubu talep edilmektedir.

Almanya'ya vize başvurusu için randevu sistemi uygulanmakta olup detaylı bilgiler, başvuru için gerekli belgeler ve vize ücretleri için Almanya Federal Cumhuriyeti Büyükelçiliği'nin (<http://www.ankara.diplo.de/Vertretung/ankara/tr/Startseite.html>) adresli web sitesinden bilgi alınması mümkündür.

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

Almanya'da resmi kuruluşlarda mesai saatleri, genelde, hafta içi her gün sabah 08.00'den akşam 16.00'ya kadardır. Endüstriyel işletmelerin büyük bölümünde ilki 06.00-14.00 saatleri arası ve ikinci ise 14.00-22.00 saatleri arası olmak üzere çift vardiyalı sistem uygulanmaktadır. Bazı büyük işletmelerde üç vardiyalı sistem de uygulanmaktadır (22.00-06.00)

Almanya'da mesai günleri Pazartesi-Cuma rası olmak üzere beş gündür. Çalışma saatleri ise, özellikle kamu kuruluşlarında değişmekte olup, hizmet binalarının giriş kapılarında, el kitaplarında, internet sayfalarında vb. hatırlatılmaktadır. Özel sektörün erken saatte işe başladığı (genellikle sabah 07.00-08.00) ve akşam saat 17.00 civarında mesainin sona erdirildiği görülmektedir.

Resmi tatiller

1 Ocak	Yeni Yıl / Neujahr
6 Ocak	Üç Aziz Kral / Heilige Drei Könige * (Baden-Württemberg, Bavyera, Saksonya Anhalt)
22 Nisan	Paskalya Arifesi / Karfreitag
25 Nisan	Paskalya / Ostersonntag-Ostermontag
01 Mayıs	1 Mayıs Bayramı / Maifeiertag
02 Haziran	Hazreti İsa'nın Göğe Yükselmesi / Christi Himmelfahrt
13 Haziran	Küçük Paskalya / Pfingstsonntag-Pfingstmontag
23 Haziran	Yortu Bayramı / Frohleichnam (Baden-Württemberg, Bavyera,Hessen, Saksonya Anhalt, Mecklenburg-Önpomeranya, Kuzey Ren-Vestfalya, Rheinland-Pfalz, Saarland, Saksonya, Thüringen)
15 Ağustos	Meryem Ana'nın Göğe Yükselmesi / Mariä Himmelfahrt (Bavyera, Saarland)
03 Ekim	Almanya'nın Birleşme günü / Tag der Deutschen Einheit
31 Ekim	Reformasyon günü / Reformationstag (Brandenburg, Saksonya Anhalt, Saksonya, Mecklenburg-Önpomeranya, Thüringen)
1 Kasım	Azizler Yortusu / Allerheiligen (Baden-Württemberg, Bavyera, Saksonya Anhalt, Mecklenburg-Önpomeranya, Kuzey Ren-Vestfalya, Rheinland-Pfalz, Saarland, Saksonya, Thüringen)
16 Kasım	Tövbe ve Dua Günü / Buß- und Bettag (Saksonya)
24 Aralık	Noel Arifesi / Heiligabend
25-26 Aralık	Noel, 1. ve 2. günü / 1. und 2. Weihnachtstag
31 Aralık	Yılbaşı / Silvester

*Tatil günleri parantez içindeki eyaletlerde kutlanmaktadır.
Kaynak: Alman Başkonsolosluğu

Kullanılan Lisan

Ülkenin resmi dili Almancadır. Ancak, iş çevrelerinde İngilizce ve Fransızca yaygın kullanım alanı bulunmaktadır.

Ulaşım

Türkiye'nin belli başlı merkezlerinden Almanya'ya Türk Hava Yolları (THY) ile Alman Lufthansa Hava Yolları'nın günlük direkt seferleri bulunmaktadır. THY'nin Lufthansa'ya ortak girişimi olan Sun Express havayolu Almanya'nın başlıca şehirlerinden Türkiye'nin Akdeniz ve Ege'deki turistik bölgelerine tarifeli seferler düzenlemektedir. Ayrıca Pegasus, Öger Türk Tur, Germanwings gibi şirketler de Almanya-Türkiye arasında tarifeli seferler düzenlemektedirler. Almanya'da faaliyet gösteren bazı THY Bürolarının adresleri aşağıdadır:

Turkish Airlines-Berlin
Budapesterstr.28-30, 10787 Berlin
Tel: 0049-30-2624034

Turkish Airlines – Frankfurt
Baseler Str.35-37, 60329 Frankfurt Main
Tel: 0049-69-273 00 720- 21-22-23-24

Turkish Airlines - Düsseldorf
Graf Adolf Str.21, 40212 Düsseldorf
Tel: 0049-211-373 062

Turkish Airlines-Hamburg
Hermannstr. 46, 20095 Hamburg
Tel: 0049-40-325 80 511-13-14-15

Yerel Saat

GMT (Greenwich mean time)'ın bir saat ilerisinde, yaz aylarında iki saat ileridedir. Almanya ulusal saati Türkiye saatinin bir saat gerisindedir.

Barınma

Almanya'da bulunulacak şehrin otellerinin aranmasında bir öneri olarak özellikle çok kapsamlı bilgilerin

www.hotels-deutschland.de, E-posta: geschaeftsstelle@hotelverband.de) ve ilgili yerel yönetimler tarafından hazırlanmış olan internet sitelerine girilmesinde yarar görülmektedir.

Almanya'nın önde gelen kentlerinin internet sitelerinin adresleri aşağıda verilmiştir.

Berlin için: www.berlin-tourism.de
Frankfurt için: www.frankfurt-tourism.de
Köln için: www.köln-tourism.de
Hamburg için: www.hamburg-tourism.de
Münih için: www.münchen-tourism.de
Leipzig için: www.leipzig-tourism.de

İklim

Almanya ılıman bir iklime sahiptir.

Frankfurt hava koşulları:

En sıcak ay : Temmuz (15-20 °C)

En soğuk ay : Ocak (-1-3 °C)

En kuru ay : Şubat (40 mm aylık ortalama yağış)

En yağışlı ay : Haziran (7 mm aylık ortalama yağış)

Ayrıca Almanya'daki tüm şehirlerin hava durumuna ilişkin bilgiler Meteoroloji Kurumunun (Deutscher Wetterdienst) "<http://www.dwd.de>" adresli web sitesinden temin edilebilir.

► Tarım ve Gıda Ürünleri İhraç Potansiyelimiz

Almanya sanayi ürünlerinde olduğu gibi, tarım ve gıda ürünleri dış ticaretinde de dünyanın başlıca ülkeleri arasında yer almaktadır. Ülke, 2009 yılı dünya tarım ürünleri (GTİP 01-24) ithalatında 87 milyar dolarlık ithalatla ABD'den sonra ikinci sırada, ihracatında ise 70 milyar dolarla gene ABD'den sonra ikinci sıradadır.

Almanya'nın tarım ve gıda ürünlerinde başlıca tedarikçilerine bakıldığında ağırlığın AB ülkelerinde olduğu görülmektedir. Tarım ürünlerinde Almanya'nın en çok ithalat yaptığı ilk beş ülke (2009 yılı verilerine göre): Hollanda (16 milyar dolar), Fransa (8 milyar dolar), İtalya (7 milyar dolar), Belçika (4,7 milyar dolar) ve İspanya (4,7 milyar dolar). Türkiye Almanya'nın tarım ürünleri ithalatında %1,4 payla onaltıncı sıradadır.

Türkiye'nin Almanya'ya tarım ve gıda ürünleri ihracatı 2008 yılında 1,1 milyar dolar, 2009'da 1,05 milyar dolar olmuştur. Almanya Türkiye'nin gıda ve tarım ürünleri ihracatında Irak'tan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Ülkeye tarım-gıda ürünleri ihracatımızda başlıca ürünler şunlardır: Fındık, kuru üzüm, reçel-marmelat, taze kiraz-vişne, kuru incir, başlıca hıyar-kornişon turşuları, zeytin, tatlı biber ve diğer biberler (tatlı ve dolmalık hariç) olmak üzere konserve sebzeler.

Ülkede, 2008 yılında 50,1 ton tahıl, 3,26 milyon ton taze sebze, 1,16 milyon ton taze meyve üretilmiş ve bu rakamın yaklaşık %80'i elma, kalanı ise çilek, vişne-kiraz, erik ve armuttan oluşmuştur. Et üretimi ise toplam 5,88 ton olarak gerçekleşmiştir.

Almanya gıdada %70 oranında kendine yeterlidir. 2009 yılı itibarıyla tarım ve gıda ürünlerindeki ticari açık 5,2 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

Eğilimler

Organik gıdalar: Gerek ekolojik ürünlere tüketicilerin gösterdiği talep artışı gerekse devlet desteklerinin etkisi ile organik tarımın payı hızla yükselmektedir. Tüm dünyada olduğu gibi, Alman toplumunda da "wellness" denen sağlıklı yaşam tarzı yayılmakta ve bu kavramın önemli bir bileşenin oluşturduğu organik gıdalar tüketiciler arasında önem kazanmaktadır.

Etnik Pazar: Ülke, bir yandan 82 milyon civarındaki nüfusuyla gıda tarım ürünleri açısından önemli bir potansiyel oluştururken, nüfusun %12'sini göçmenler-mülteciler gibi farklı etnik kökenden insanların oluşturması nedeniyle gıda talebindeki ciddi bir çeşitliliğe de sahiptir. Özellikle, resmi rakamlara göre 1,9 milyon civarındaki Türk-kökenli nüfus ülkemizin gıda-tarım ürünleri ihraç potansiyeli açısından önem arz etmektedir.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Sert Kabuklu Meyveler	2008.19.19	İşlenmiş Fındık (Ambalaj > 1 kg)	200	156	470	18,3	33	-37,0			Türkiye(89), Çin(2), Hollanda(2), İtalya(1), Avusturya(1)	Çin:3,9 AB:0 TR:0
Sert Kabuklu Meyveler	0802.22	Kabuksuz Fındık	426	106	892	35	4	-5,8			Türkiye(55), Lüksemburg(24), İtalya(11), Gürcistan(3), Azerbaycan(3)	Gürcistan:0 Azerbaycan:0 AB:0 TR:3
Kuru Meyveler	0806.20	Kuru Üzüm	125	73	418	10	7	-13,6			Türkiye(59), ABD(17), Avustralya(5), Hollanda (4), Belçika (2),	ABD:2,4 Avustralya:2,4 AB:0 TR:0
Konserve Meyve Sebze	2007	Reçel Jöle ve Marmelatlar	161	66	182	9	30	-7,0			Fransa(16), İtalya(14), Avusturya(12), Hollanda(12), Polonya(11)	AB:0 TR:0 ila Kota dahilinde 1,38 Eur-7,59 Eur/100Kg, Kota aşıldığında 4,20 Eur-23 Eur/100Kg.
Yaş Meyve Sebze	0809.20	Kiraz	84	52	148	8,5	13	-32,2			Türkiye(27), İspanya(19), İtalya(15), Yunanistan(10), Macaristan(7),	AB:0 TR:0
Kuru Meyveler	0804.20.90	Kuru İncir	35	28	157	14	-1	-15,2			Türkiye(83), Avusturya(6), İran(3), Fransa(3), Danimarka(2)	İran:4,5 AB:0 TR:0
Konserve Meyve Sebze	2005.70	Konserve Zeytin	112	30	108	7,5	7	-5,8			İspanya(38), Türkiye(28), Yunanistan(24), Fas(4), İtalya(3)	Fas:0 AB:0 TR:0

Konserve Meyve Sebze	2001.10	Turşular (Hıyar ve Kornişon)	61	20	67	10,5	-11	9,7		Türkiye(49), Hollanda(19), Hindistan(19), Polonya(6), Avusturya(1)	Hindistan:14,1 AB:0 TR:0
Su Ürünleri	0305.49.45	Alabalıklar (Tütsülü)	91	18	27	30	14	-4		Danimarka (44) Polonya (33) Hollanda (12) Türkiye (7) Yunanistan (2)	AB:0 TR:0
Konserve Meyve Sebze	2001.90.70	Tatlı biberler	37	18	65	13,5	2	-5,7		Türkiye(51), Hollanda(18), Peru(8), Macaristan(7), Yunanistan(4)	Peru:0 AB:0 TR:0
Konserve Meyve Sebze	2001.90.20	Capsicum cinsi biberler	41	10	33	13,5	-13	10,1		Yunanistan(36), Türkiye(27), G.Afrika(22), Meksika(7), Bulgaristan(2)	G.Afrika:0 Meksika:0 AB:0 TR:0
Konserve Meyve Sebze	2005.99	Diğer Konserve Sebzeler	261	16	58	12	0	8,7		Fransa(25), Hollanda(17), Belçika(14), Avusturya(9), İtalya(8)	AB:0 TR:0

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TUIK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 0 aylıktır.

Konserve Meyve Sebze

Reçel-marmelat (GTİP: 2007)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 11 milyon dolarlık reçel-marmelat ithalatıyla dünya ithalatında Fransa'nın ardından ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya reçel-marmelat ihracatı 2008 yılında 83 milyon dolar, 2009 yılında 51 milyon dolar, 2010'da 66 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre Türkiye Almanya'nın reçel-marmelat ithalatından %1,6 pay almaktadır.

Almanya reçel-marmelat tüketiminde, yüksek meyve içeriğine sahip özellikli ürünlere (Premium) eğilim artmaktadır. En fazla tercih edilen türler toplam tüketimin çeyreğine yakını çilek olmak üzere vişne, ahududu ve kayısıdır. Söz konusu çeşitler toplam tüketimin dörtte üçünü oluşturmaktadır. Yerli üreticilerin pazarda oldukça büyük payları bulunmaktadır. Büyüklü küçüklü yerli üreticilerin markaları geleneksel, güçlü bir imaja sahip ve oldukça sadık bir müşteri kitlesine sahip olmuşturlardır.

Dağıtım kanallarından özellikle indirim mağazaları reçel ve marmelatlar için de en fazla tercih edilen kanal olarak öne çıkmaktadır. Markalı reçel-marmelat üreticilerinin egzotik veya tropik meyveler gibi yeni ürünler üreterek piyasayı canlandırmaya çalışmaları beklenmektedir. Ayrıca sağlıklı yaşam trendinin devam etmesi sebebiyle daha yüksek meyve içeren reçel ve marmelatlarla talebin artması öngörülmektedir.

Konserve Zeytinler (GTİP: 2005.70)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 112 milyon dolarlık konserve zeytin ithalatıyla dünya ithalatında dördüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya konserve zeytin ihracatı 2008 yılında 26 milyon dolar, 2009 yılında 28 milyon dolar, 2010 yılında 30 milyar dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre Türkiye Almanya'nın konserve zeytin ithalatında %28 payla İspanya'dan sonra üçüncü sıradadır.

Turşular-Hıyar ve Kornişon (GTİP: 2001.10)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 61 milyon dolarlık hıyar ve kornişon turşuları ithalatıyla dünya ithalatında Rusya'dan sonra, ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya konserve zeytin ihracatı 2008 yılında TÜİK verilerine göre 19 milyon dolar, 2009 ve 2010 yıllarında 20 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre ise Türkiye Almanya'nın hıyar ve kornişon turşuları ithalatında %44 payla ilk sıradadır.

Tatlı Biberler - Konserve (GTİP: 2001.90.70)

Almanya 2008 yılında gerçekleştirdiği 37 milyon dolarlık konserve tatlı biber ithalatıyla AB ülkeleri arasında ilk sıradadır. Türkiye'nin Almanya'ya konserve tatlı biber ihracatı 2008 yılında TÜİK verilerine göre 25 milyon dolar, 2009 ve 2010 yıllarında 18 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre ise Türkiye Almanya'nın konserve tatlı biber ithalatında %51'lik payla ilk sıradadır.

Konserve Biberler (tatlı ve dolmalık hariç)(GTİP: 2001.90.20)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 41 milyon dolarlık konserve capsicum-cinsi biber ithalatıyla AB ülkeleri arasında ilk sıradadır. Türkiye'nin Almanya'ya konserve capsicum-cinsi biber ihracatı 2008 yılında TÜİK verilerine göre 8 milyon dolar, 2009 yılında 12 milyon dolar, 2010 yılında 10 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre ise Türkiye Almanya'nın konserve capsicum-cinsi biber ithalatında %27'lik payla Yunanistan'ın ardından ikinci sıradadır.

Kuru Meyveler

Kuru üzüm (GTİP: 0806.20)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 127 milyon dolarlık kuru üzüm ithalatıyla dünya ithalatında ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya kuru üzüm ihracatı 2008 yılında 52 milyon dolar, 2009 yılında 68 milyon dolar, 2010'da 73 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre Türkiye Almanya'nın kuru üzüm ithalatında %59 payla birinci sıradadır.

Kuru incir (GTİP: 0804.20.90)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 50 milyon dolarlık kuru incir ithalatıyla dünya ithalatında Fransa'nın ardından ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya kuru incir ihracatı 2008 yılında 31 milyon dolar, 2009 ve 2010 yıllarında 28 milyon dolar, olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre Türkiye Almanya'nın kuru incir ithalatında %81 payla birinci sıradadır.

Sert Kabuklu Meyveler

Kabuksuz fındık ve işlenmiş fındık (GTİP: 0802.22 ve 2008.19.19)

Almanya'da duyulan en büyük ürün pazarlarından biri olan kabuklu meyve pazarında Almanya, 2009 yılında gerçekleştirdiği 426 milyon dolarlık ithalatla dünya ithalatında birinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya kabuksuz fındık ihracatı ise 2008 yılında 124 milyon 2009'da 102 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre Türkiye Almanya'nın kabuksuz fındık ithalatında %55'lik payla birinci sıradadır.

Almanya, 2009 yılda 348 milyon dolar değerinde işlenmiş kabuklu meyveler (GTİP: 2008.19) ithalatıyla söz konusu ürünün dünya ithalatında ilk sıradadır. 348 milyon dolarlık ithalatın 200 milyon dolarlık kısmını işlenmiş fındıklar (GTİP:2008.19.19) oluşturmaktadır. Almanya aynı zamanda dünya işlenmiş sert kabuklu meyveler ihracatında dördüncü sıradadır. Ancak hem bu ürün grubunda hem de bu grubun altında yer alan işlenmiş fındıklarda net ithalatçıdır. Ülkenin 2009 yılı işlenmiş fındık ihracatı 21 milyon dolar, net işlenmiş fındık ithalatı ise (Net İthalat = İthalat- İhracat) yaklaşık olarak 179 milyon dolardır. Türkiye'nin Almanya'ya işlenmiş fındık ihracatı ise 2008 yılında 163 milyon dolar, 2009'da 117 milyon dolar, 2010'da 156 milyon dolar olmuştur.

Alman tüketiciler fiyat konusunda oldukça duyarlıdır. Almanya'da hane başına gıdaya harcanan miktar Avrupa Birliği ülkeleri arasında sonuncu sıradadır. Fiyata ilişkin duyarlılığa rağmen küçük, butik dükkanlarda satılan yüksek kalite, özellikli ürünler için özel bir pazar bulunmaktadır. Almanya, Avrupa Birliği ülkeleri içinde organik ürünlere ilişkin en büyük pazar olarak öne çıkmaktadır.

Sağlık konusunda bilinç, Almanya'da yükselen bir trenddir. Tüketicilerin gıdaların sağlıklarına etkileri konusunda duyarlılıkları gün geçtikçe artmaktadır. Genel olarak meyve ve sebzeler sağlıklı beslenme için iyi seçenekler olarak değerlendirilmektedir. Hükümet tarafından "5-amTag" adı verilen kampanya ile günde 5 meyve veya sebze tüketimi desteklenmektedir.

Almanya'da Türkiye ve diğer Akdeniz ülkelerinden fazla sayıda göçmen yaşamakta olup, söz konusu etnik grupların beslenme alışkanlıklarında sert kabuklu meyveler ve kuru meyveler geleneksel Alman diyetinden fazla yer almaktadır.

Dağıtım Kanalları:

Gelişmekte olan ülkelerin ihracatçıları için en önemli dağıtım kanalları ithalatçı ve acentelerdir. Gıda işleme endüstrisi, gıda hazırlamada kullanılan bileşenleri doğrudan yabancı tedarikçilerden veya ithalatçılardan ithal ederler.

Çikolata ve şekerleme endüstrisi sert kabuklu meyvelerin başlıca alıcılarından. İthalatlarını doğrudan kendileri gerçekleştirir veya özel ithalatçıları kullanırlar. Fındık özellikle çikolata yapımında kullanılmakta olup, son zamanlarda evde hamur işi hazırlanmasında ve atıştırmalık olarak da tüketilmeye başlanmıştır.

Gelişmekte olan ülkelere ithal edilen kuru meyve ve sert kabuklu meyvelerin çoğunluğu endüstriyel kullanım için olup, Alman gıda firmaları tarafından işlenerek veya paketlenerek kullanıma sunulmaktadır. Alman ithalatçı firmalar tarafından büyük miktarlarda ithal edilen sert kabuklu meyveler, gıda işleyen firmalara veya perakende zincirlerine dağıtılırlar. Perakende zincirleri ve gıda işleyen firmalar nadiren ithalatı kendileri gerçekleştirirler. Bu pazara ürünlerini ihraç etmeyi planlayan ihracatçıların doğrudan ithalatçılarla çalışmaları, pazara ilişkin ithalat sertifikaları, etiketleme, paketleme gibi konularda deneyimli olmaları sebebiyle tavsiye edilmektedir.

Almanya'nın başlıca kuru ve sert kabuklu meyve ithalatçıları;

- Ernst Rickertsen – <http://www.erik.de>;
- Horst Walberg Trockenfrucht Import GmbH – <http://www.worlee.de>;
- Zieler &co Trockenfrucht Import GmbH – <http://www.zieler.de>.

Almanya'nın başlıca üretimde kuru ve sert kabuklu meyve kullanan üreticileri:

- Unilever Bestfoods GmbH – <http://www.unilever.de>;
- Worlee Naturprodukte GmbH – <http://www.worlee.de>;
- Alfred Ritter – <http://www.ritter-sport.de>;
- Bahlsen GmbH – <http://www.bahlsen.de>;
- Masterfoods GmbH - <http://www.masterfoods.com>;
- Stollwerck GmbH – <http://www.stollwerck.de>.

Perakendecilik

Almanya'da ailelerin gıda harcamalarına ayırdıkları tutar Hollanda, Belçika ve Avusturya gibi komşu ülkelerle kıyaslandığında düşük kalmaktadır. İndirim mağazaları önemli perakendeciliğin önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Almanyada perakendecilik alanına rekabet oldukça yüksek ve Alman tüketiciler fiyat odaklıdır. Perakende sektöründe gıda ürünlerinin fiyat seviyesi Batı Avrupa'daki ülkelerin en düşüklerindedir. İndirim marketlerinin artan popülerliği, Almanların fiyat hassasiyetini artırmıştır.

Almanya'da yapılan tüm gıda ve içecek satışlarının üçte ikisi indirim mağazalarında gerçekleşmektedir.

Almanya'nın önde gelen indirim marketleri;

- Aldi – <http://www.aldi.de>;
- Lidl – <http://lidl.de>;
- Edeka – <http://www.edeka.de>;
- Rewe – <http://www.rewe.de>;
- Tengelmann – <http://www.tengelmann.de>;
- Metro – <http://www.metro.de>

Alman perakendecileri nadiren Avrupa Birliği dışından ithalat yapmaktadırlar. Alımlarını satın alma veya ithalat konusunda faaliyet gösteren firmalardan gerçekleştirmektedirler.

Perakende satışlar içinde küçük bir payları olmasına rağmen benzinlik ve tren istasyonlarında açılan küçük marketlerin sayısı hızla artmaktadır. Bu küçük marketlerde en fazla satılan ürünler atıştırmalık

ürünüdür. Son zamanlarda yüksek kaliteli ürünlere (premium ürünler) olan talep artmakta olup, bu eğilimin devam etmesi beklenmektedir. İndirim mağazaları da sattıkları organik ürünlerin miktarını ve çeşidini arttırmışlardır.

Ürünlerin fiyatlandırılması dağıtım kanalına, ürünün tipine ve kalitesine bağlı değişmekle birlikte, arz ve talepteki dalgalanmalarda fiyat dalgalanmalarına sebep olmaktadır. Avrupalı gıda ithalatçılarının ortalama %5-10 arasında kar marjı eklediği tahmin edilmektedir.

Avrupa Birliği dışındaki ihracatçılar Almanya'da iş ortağı bulmak amacıyla aşağıdaki online veritabanlarından faydalanabilirler.

- Alman Meyve Sebze İşleme Sanayicileri Derneği, meyve ve sebze işleme alanında faaliyet gösteren firmaları web sayfalarında yayınlamaktadır. – <http://www.bogk.org>
- Hamburger Waren – Verein dış ticaret firmaları ve toptancı firmaların milli derneğidir. – <http://www.waren-verein.de>

Yaş Meyve Sebze

Kiraz (GTİP: 0809.20)

Almanya 2009 yılında gerçekleştirdiği 89 milyon dolarlık taze kiraz ithalatıyla dünya ithalatında dördüncü sırada yer almaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya taze kiraz ihracatı 2008 yılında 37 milyon dolar, 2009 yılında 46 milyon dolar, 2010'da 52 milyon dolar olmuştur. Almanya'nın 2009 yılı ithalat verilerine göre Türkiye Almanya'nın taze kiraz ithalatında %27'lik payla birinci sıradadır.

▶ Sanayi Ürünleri ve Hizmetler İhraç Potansiyelimiz

Bu bölümde Almanya'ya ihracatta önem arz eden sanayi ürün ve sektörleri incelenmektedir.

Sektör	GTİP	Potansiyel Ürün	Ülkenin Toplam İthalatı 2009 (milyon dolar)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 (milyon dolar)	Türkiye'nin Toplam İhracatı 2010 (milyon dolar)	Dünya İthalatında Ülkenin Payı 2009	Türkiye'nin Ülkeye İhracatındaki Değişim 2009-2010 (%)	Ülkenin Toplam İthalatındaki Değişim 2008-2009 (%)	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2010 Aylık Veriler*	Türkiye'nin Ülkeye İhracatı 2011 Aylık Veriler*	Ülke İthalatında İlk 5 Ülke ve Pazar Payları (%)	Ülkenin Türkiye'ye ve Rakip Ülkelere Uyguladığı Gümrük Oranları
Ev Tekstili	6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet, mutfak bezleri	1.270	338	1.058	9,3	12	-1,9			Türkiye(24), Pakistan(14), Çin(13), Hindistan(13), Polonya(5)	Çin:9,5-12 Pakistan:7,6-9,6 Hindistan:7,6-9,6 AB:0 TR:0
Hazır Giyim	6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	3.830	194	1.286	11,7	1	-12,7			Çin(24), Bangladeş(11), Türkiye(10), Tunus(6), Romanya(6)	Çin:12 Bangladeş:0 Tunus:0 AB:0 TR:0
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	4016	Vulkanize kauçuktan diğer eşya	1.755	161	471	11	24	-29,9			İtalya(11), Çek Cumh.(11), Fransa(10), Polonya(9), İspanya(7)	AB:0 TR:0
Ev Tekstili	6303	Perdeler ve iç storlar, perde ve yatak farbalaları	346	29	129	10,3	6,5	5,8			Çin(30), Polonya(13), Türkiye(12), Çek Cumh.(9), Hindistan(7)	Çin:10,3-12 Hindistan:8,2-9,6 AB:0 TR:0
Beyaz Eşya	8418	Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları	2.029	141	1.521	6,7	2	-24			İtalya (16) Çin (10) Fransa (9) Avusturya (9) Çek Cumh. (8)	AB:0 TR:0 Çin: 1,5 ? 2,5
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8708	Kara taşıtları için aksam, parçalar	22.386	506	2.673	10,4	55	-24,4			Çek Cumh.(14), Fransa(12), Polonya(10), İtalya(9), İspanya(8)	AB:0 TR:0
Beyaz Eşya	8450	Çamaşır yıkama makineleri	897	68	714	7,3	-11	-7			Polonya (35) İtalya (18) Çek Cum. (9) Türkiye (9) Slovakya (8)	AB:0 TR:0
Mücevherat	7113	Kıymetli metaller ve kaplamalarından	907	71	1.530	2,5	4	-2			Tayland (21) İsviçre (17) Çin (14) İtalya	Tayland: 2,5 Çin: 2,5 AB:0

		Mücevherat Eşyası								(12) Türkiye (7)	TR:0
Hazır Giyim	6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme)	3.445	868	2.760	12,3	19	-7,3		Türkiye(26), Bangladeş(19), Çin(14), Hindistan(7), Portekiz(4)	Bangladeş:0 Çin:12 Hindistan:9,6 AB:0 TR:0
Otomotiv Ana ve Yan Sanayi	8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	3.909	475	1.033	8,6	17	-35,0		Türkiye(15), Avusturya(11), İtalya(11), Fransa(9), Polonya(8)	AB:0 TR:0
Elektronik	8528	Televizyon alicıları, video monitörleri ve projektörler	7.576	301	1.760	7,9	-10	-5,8		G.Kore(15), Slovakya(14), Çek Cumh.(13), Çin(12), Macaristan(9)	Çin:0-14 G.Kore:0-14 AB:0-14 TR:0-14
Hazır Giyim	6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	4.017	368	1.855	8,8	8	-10,7		Çin(34), Türkiye(12), Bangladeş(6), İtalya(5), Romanya(5)	Çin:12 Bangladeş:0 AB:0 TR:0
Hazır Giyim	6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme)	4.169	325	1.207	9,2	-3	0,0		Çin(40), Bangladeş(14), Türkiye(11), İtalya(6), Kamboçya(4)	Çin:11,5-12 Bangladeş:0 Kamboçya:0 AB:0 TR:0

Kaynak : Tablonun hazırlanmasında Türkiye'ye ilişkin rakamlarda TUIK, diğer ülkelere ilişkin istatistik rakamlarında UN-ITC TradeMap, gümrük vergisi konusunda AB ülkeleri için TARIC diğer ülkeler için kendi gümrük idarelerinin verileri kullanılmıştır.

* Veriler 0 aylıktır.

Demir Çelik

2002 ve 2008 yılları arasında dünya çelik talebi % 6,3'lük bir artış kaydederken, belirtilen dönemde Almanya'da bu oran %3,1 olarak gerçekleşmiştir. İstatistiklere göre Almanya'da yıllık 41 milyon ton civarında çelik muhtelif sektörlerde kullanılmaktadır.

Yapılan değerlendirmelerde, finansal krizin çelik sektörünü de ağır bir şekilde etkilediği, 2009 yılının ilk çeyreğinde % 60'lık bir talep düşüşünün yaşandığı belirtilmektedir. 2009'da 15 demir eritme firmasının altısının geçici olarak kapandığına, diğerlerinin ise düşük kapasite ile çalıştığına ve 2008'in ilk dört ayı ile bu yılın 2009'u aynı dönemi kıyaslandığında ham çelik üretiminin %43 düştüğüne dikkat çekilmektedir.

Ancak sektör değerlendirmelerinde, 2009 Ağustos ayındaki 2,95 tonluk ham çelik üretimi ile Kasım 2008'den bu yana en yüksek seviyeye ulaşıldığı, sezonluk etkilerden arındırılmış rakamlara göre de son dört ay üst üste ham çelik üretiminde artış kaydedildiği ve bu verilerin krizde tabana ulaşıldığını göstermekte olduğu ifade edilmektedir. Yine de geçen yılın aynı ayına göre %26'lık bir açığın olduğuna işaret eden sektör temsilcileri, Almanya'da sektörde hızlı bir toparlanmanın beklenmediğini belirtmektedir. Sigortacıların yüksek sayıda kredi birikimleri ve kısıtlayıcı tutumlarının sektörde belirleyici olacağı vurgulanmaktadır. [www.stahlhandel.com ve www.stahl-online.de]

Almanya'da gerek demir-çelik sektörü, gerekse otomotiv-makine imalat gibi söz konusu ürünleri yoğun olarak kullanan sektörlerde global kriz sonrasında yaşanan üretim kaybı, anılan ürünlerde Almanya'ya ihracatımızı olumsuz etkilemiş olup, 2010 yılından önce ihracatımızda önemli bir toparlanma beklenmemektedir.

(Kaynak: Berlin Ticaret Müşavirliği)

Elektronik

Tüketici Elektronik Sektörü

Almanya'da yayımlanan değerlendirmelerde; dijital elektronik eğlence aletleri sektörünün global krize rağmen, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha iyi performans gösterdiği, 2009 yılında toplam 12,3 milyar avruluk bir hacme ulaşılmasının beklendiği, 2008 rekor yılına göre ise sektörde sadece %2,9'luk bir düşüş kaydedileceği ifade edilmektedir. Toplam tüketici elektroniği sektöründe ise 2009 yılı için %3,1'lük bir düşüş ve toplam 13 milyar avro ciro tahmin edilmektedir.

Ülkemizin de önemli üretici ve ihracatçı olduğu LCD ve Plazma TV sektöründe Almanya piyasasında 2009 yılı içerisinde %2,6'lık bir artış beklenmekte ve toplam cironun 5,6 milyar avro seviyesine ulaşacağı tahmin edilmektedir. 2008 yılı ile karşılaştırıldığında LCD televizyonlarının satışının % 20 artarak 7 milyon adede ulaşması, 2010 yılında ise 7,5 milyon adede çıkması beklenmektedir. LCD ve Plazma televizyonlarının cirosunun tüketici elektroniği sektörü toplam cirosunun %43'ünü oluşturduğu, anılan ürünlere talep nedeniyle sektörün istikrarını sürdürebildiğine dikkat çekilmektedir.

2009 yılında anılan ürünlere yönelik talep özellikle yılın ikinci yarısında artış kaydetmiştir. Diğer taraftan, global kriz ve bunun sonucunda ortaya çıkan talep düşüşü nedeniyle sektörde güçlü olan Güney Kore (Samsung, LG) ve Japon firmalarının önemli oranlarda fiyat indirimine gitmesinin ve yaşanan yoğun rekabetin ülkemiz LCD üreticilerinin Almanya'ya yönelik ihracatında düşüşe neden olduğu düşünülmektedir.

(Kaynak: Berlin Ticaret Müşavirliği)

Ev Tekstili

Almanya ev tekstili pazarı, talepteki daralmaya rağmen 2008'de 1,4 milyar Avro olmuştur. Dekoratif ürünler (perde, dekoratif amaçlı yatak örtüleri) alt-grubunda, Almanya 398 milyon Avro ile AB ülkeleri arasında üçüncü, diğer ev tekstili ürünlerinde (havlu, nevresim takımları, vs.) ise 974 milyon Avro ile ilk sıradadır. Ülkenin kişi başı ev tekstili harcaması 2008 yılında 16,72 Avro olmuştur.

Pazardaki satış ve üretim eğilimleri alt-gruplar bazında farklılık göstermektedir. Diğer ev tekstili grubunda talep 2004-2008 yılları arasında yıllık ortalama %3,3 azalmıştır. Dekoratif ürünler alt grubu talebi ise 2004-2008 döneminde yıllık bazda %2,3 artmıştır. Üretim değerlerine bakıldığında da benzer bir eğilim görülmektedir. Diğer ev tekstili alt-grubunun üretimi 2008'de %3,1 azalmış, dekoratif ürünleri üretimi ise %9,2 artmıştır.

Alman ev tekstili pazarındaki talep eğilimlerini şu şekilde özetlemek mümkündür:

- İnternet satışları artmaktadır.
- Moda ürünlere talep artmaktadır. Dekorasyonla ilgili dergiler ve TV programlarından etkilenen tüketiciler, bu kanallarda lanse edilen güncel ürünlere yönelmektedirler.
- Çevre dostu ürünler: Çevrenin korunmasıyla ilgili gelişmekte olan duyarlılık Alman ev dekorasyon tarzını giderek artan şekilde etkilemektedir. Zevk ve rahatlık temel belirleyici faktörler olarak kalmaya devam etse de üreticiler ve perakendeciler sürdürülebilirlik, güvenlik ve kaliteye daha fazla yatırım yapmaktadırlar. Doğal maddelerin kullanılması yönündeki eğilim güçlenmektedir.
- Pamuk Alman pazarında önemini korumaktadır: Almanya'da en çok pamuk içerikli ürünler rağbet görmektedir. Pamuktan imal edilen ürünlere özellikle havlular, yatak nevresim ve örtüleri ve masa örtülerine talebin artmaya devam etmesi beklenmektedir.
- Anti-bakteriyel ev tekstili ürünlerine talep artmaktadır.

Almanya ev tekstili ithalatında AB ülkeleri arasında ilk sıradadır ve net ithalatçıdır. Yerel üretim talebi karşılanmamaktadır. Almanya'nın ev tekstili ithalatı 2009 yılında 1,96 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Ülkenin ev tekstili ürünlerinde başlıca tedarikçileri: Çin (442 milyon dolar, %23), Türkiye (384 milyon dolar, %20), Hindistan (235 milyon dolar, %12), Pakistan (187 milyon dolar, %10) ve Polonya'dır (124 milyon dolar, %6). Ülkemizin Almanya'ya ev tekstili ürünleri ihracatı 2009 yılında bir önceki yıla göre %1,9 azalarak 401 milyon dolar olmuştur.

Hazır Giyim

Almanya hazır giyim pazarı 2008 yılında birim bazında 1,3 milyar adede ve değer bazında 40,2 milyar Avro'ya ulaşmıştır. Pazar 2003-2008 döneminde değer bazında yıllık ortalama %0,2, beş yıllık toplamda %1 büyümüştür. Adet bazında ise 2003-2008 döneminde yıllık ortalama artış %0,5, beş yıllık toplam artış ise %2,4 olmuştur. 2008-2013 tahminlerine göre pazar değer bazında yıllık ortalama %1,5, beş yıllık dönem toplamında ise %7,1 küçülmesi beklenmektedir. Aynı dönemde pazarın adet bazında yıllık ortalama %0,5, beş yıllık toplamda ise %2,4 büyüyeceği tahmin edilmektedir. Pazar adet bazında minimal bir artış gösterirken, değer bazında daha büyük oranlı bir düşüş söz konusudur. Sonuçta parça başı fiyatların düşeceği tahmin edilmektedir.

Almanya hazır giyim pazarında önde gelen firmalar, 2008 toplam satışlardaki oranlarına göre şu şekilde sıralanmaktadır: C&A Mode KG (%7,2), Hennes & Mauritz (H&M) AB (%6,3), Tchibo GmbH (%2,4), KiK Textilien & Non-Food GmbH (%2,4), Lidl Dienstleistung GmbH & Co KG (%1,8), Aldi Einkauf GmbH & Co oHG (%1,8), Esprit de Corp GmbH (%1,3). Pazardaki başlıca markalar ise, 2008 toplam satışlardaki paylarına göre şunlardır: H&M (%6,3), C&A (%3,8), KiK (%2,4), Tchibo (%2,3), Lidl (%1,9), Aldi (%1,8), Yessica (%1,4), Esprit (%1,3).

Almanya'nın 2009 yılı hazır giyim ithalatı 31 milyar dolar olmuştur. Başlıca tedarikçi ülkeler: Çin (9,7 milyar dolar, %31), Türkiye (3,5 milyar dolar, %11), Bangladeş (2,6 milyar dolar, %8), İtalya (1,5 milyar dolar, %5) ve Hindistan (1,3 milyar dolar, %4) olarak sıralanmıştır. İthalatın 16,2 milyar dolarlık kısmı örülmemiş giyim eşyasında (GTİP:62), 14,8 milyar dolarlık kısmı örme giyim eşyasında (GTİP:61) olmuştur.

Almanya'nın hazır giyim ithalatında başlıca alt-ürün grupları şunlardır:

- Kadınlar, kız çocuklar için takımlar, ceketler, GTİP 6204: 4,5 milyar dolar
- Erkekler ve erkek çocuklar için takım elbiseler, ceketler, GTİP 6203: 4,4 milyar dolar
- Kazak süveter, hırka (örme), GTİP 6110: 4,2 milyar dolar
- Tişörtler, fanilalar, atletler, GTİP 6109: 3,7 milyar dolar
- Kadınlar ve kız çocuklar için mantolar, kabanlar, GTİP 6202: 1,5 milyar dolar
- Erkekler ve erkek çocuklar için gömlekler, GTİP 6205: 1,2 milyar dolar
- Kadınlar, kız çocuklar için takımlar, ceketler(örme), GTİP 6104: 1,2 milyar dolar
- Kadınlar, kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, GTİP 6206: 1,2 milyar dolar

Ülkemizin Almanya'ya hazır giyim ihracatı 2009 yılında, bir önceki yıla göre %14 azalarak, 2,8 milyar dolar olmuştur. İhracatta başta gelen ürünler şunlardır:

- Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme), GTİP 6109: 727 milyon dolar
- Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs., GTİP 6204: 342 milyon dolar
- Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme), GTİP 6110: 333 milyon dolar
- Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek; bluz (örme), GTİP 6106: 224 milyon dolar
- Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, GTİP 6104: 205 milyon dolar
- Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs., GTİP 6203: 192 milyon dolar

Otomotiv Ana ve Yan Sanayi

Almanya Batı Avrupa'nın en yüksek nüfuslu ülkesidir ve otomotiv yönünden doygunluğu yüksek bir pazardır. Binek araç pazarı 1999'dan beri düzenli olarak artmaktadır. Almanya'da binek araç parkını yaşının ortalama 8,3 yıl olduğu tahmin edilmektedir. Binek araç satışlarında son yıllarda yaşanan devamlı artış, otomobil sahiplik oranları bakımından Almanya'nın en üst sıralarda olmasını sağlamaktadır.

Almanya'da ikinci el araç pazarı oldukça büyüktür ve her yıl 3-4 milyon araç bu pazara eklenmektedir. Almanya'da her hane en az bir araca sahiptir. 2008 yılı itibarıyla her 1000 kişiye 503 araç düşmektedir. Bu miktar, AB ortalamasına (508) çok yakındır. 2009 yılında gerçekleşen 3,8 milyonluk binek araç satışıyla sahiplik oranlarının daha da yükseldiği tahmin edilmektedir.

Batı Avrupa'nın en büyük binek araç pazarı olan Almanya, özellikle 2008'in son aylarında satışlarda ciddi düşüş yaşamış ve otomobil satışları 2008'de 2007'ye göre %1,8 oranında azalmıştır. 2008 sonu ve 2009'da yaşanan ekonomik durgunluğa karşı, Alman hükümeti dokuz ve üstü yaştaki araçlara 2.500 Avro hurdaya ayırma desteği sağlama kararı almıştır. Bu tedbirin 2009 yıllık satışlarını arttırması ve araç parkını gençleştirilmesi beklenmektedir. Nitekim kesin olmayan verilere göre, 2009 yılı binek araç satışları bir önceki yıla göre %23,2 artarak 3,8 milyon adet olmuştur. Aynı dönemde, herhangi bir destek kapsamında olmayan hafif ticari araçlar satışları ise %25,8 azalarak 167 bin adet olmuştur. Alman hükümeti Ocak 2009'da aldığı doğru tedbirle, diğer ülkelerde otomotiv açısından kayıp yıl olarak değerlendirilen 2009'da otomotiv satışlarını ciddi oranda arttırmayı başarmıştır.

Almanya binek araçlar pazarında VW %21'lik pazar payıyla açık ara liderdir. 2009'da satışlarını ciddi oranda arttıran Opel ve Ford ikinci ve üçüncü sıradadırlar. Yıllardır ilk üçte yer alan Mercedes-Benz ise 2009 satışlarında yaşadığı ciddi azalışla dördüncülüğe gerilemiştir. Ticari araç satışlarında da VW %24'lük payla pazarda lider durumdadır. Almanya kamyon satışlarında %38,9'luk pazar payı ile Mercedes-Benz birinci sıradadır.

Araç Üretimi

2008 yılında 6 milyon adedi aşan üretim rakamıyla Almanya Dünya taşıt araçları üretiminde dördüncü sıradadır. Dünya'nın en büyük otomotiv üreticileri ve ihracatçıları arasında yer alan Volkswagen (VW), BMW ve Daimler gibi firmalar Almanya merkezlidir.

Kesin verilere sahip olunan son yıl olan 2008'de Almanya'nın toplam taşıt araçları üretimi %2,7 oranında azalarak yaklaşık 6,04 milyon adet olmuştur. Otomobil üretimi 2008'de %3,1 azalarak 5,53 milyon adede düşmüştür. Hafif ticareti üretiminde ise herhangi bir değişiklik olmamış ve 301 bin adet olmuştur. Ağır ticari araç üretimi 2007'ye göre %4,3 artarak 202,7 bin adet olmuştur.

Otomobil üretiminde ilk sırada 1,32 milyon adet ve %24 payla VW yer almaktadır. 958 bin adetlik (%17) üretimle Mercedes-Benz ikinci ve 902 bin adetle (%16) BMW firmaları üçüncü sırada yer almaktadırlar.

Hafif ticari araç üretiminde Mercedes-Benz 161 bin adetle (%53) birinci, VW 129 bin adetle (%43) ikinci sıradadır. Kamyon üretiminde ilk üç firma, üretim adetleri ve payları şu şekildedir: Mercedes-Benz, 120 bin adet (%59), MAN 61 bin (%30) ve Iveco 22 bin (%11).

Ana Sanayi İthalatı

Almanya'nın oto ana sanayi ithalatı 2008 yılında yaklaşık 56 milyar dolar olmuştur. İthalatın %87'sini binek araçlar oluşturmaktadır. Eşya taşımaya mahsus araçlar ithalatın %13'ünü, toplu taşıma araçları %1,2'sini ve traktörler %5'ini oluşturmaktadır. Otomotiv ithalatında Almanya'nın başlıca tedarikçileri: Fransa (8,9 milyar dolar; %12,6), ABD (6,4 milyar dolar; %11,7), İspanya (4,9 milyar dolar; %8,9), Belçika (4,3 milyar dolar; %7,9) ve İtalya (4,2 milyar dolar; %7,6) olarak sıralanmaktadır. Türkiye'nin Almanya'ya oto ana sanayi ihracatı 2008 yılında 1,54 milyar dolar, 2009 yılında 813 milyon dolar olmuştur. 2009 yılı ihracatı, otomobillerde 318 milyar dolar, kamyon-kamyonetlerde 277 milyar dolar, otobüs-minibüslerde 204 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Almanya Otomotiv Yan Sanayi Pazarı

Alman yan sanayi üreticileri son on yıllık dönemde önemli ilerlemeler kaydetmiştir. Bazı/birçok sistem tedarikçisi dünyanın en önde gelen otomotiv tedarikçileri arasındadır. Alman tedarikçiler özellikle patlama yaşanan elektronik bileşenler pazarında çok başarılıdırlar. Ana sanayinin eski Doğu Almanya'daki yatırımlarını takip ederek ana sanayi tesisleri yakınlarında aksam-parça fabrikaları kuran yan sanayi, aynı süreci yeni ana sanayi fabrikalarının açılmakta olduğu Doğu Avrupa'da da devam ettirmektedir.

Almanya'nın taşıt araçları yan sanayi pazarı 2007 yılında 88,5 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin yan sanayi pazarı, AB toplam pazarının %28'ini oluşturmaktadır. Orijinal Ekipman (OEM) pazarı 70 milyar Avro, yenileme pazarı (aftermarket) 18 milyar Avro'dur. Toplam yan sanayi pazarında, karoser ve aksamı %26, hammadde ve ara maddeler %21, taşıtlar için motor ve parçaları %16 ve aktarma parçaları %14 paya sahiptir. 2007 yılı verilerine göre yenileme pazarında en önemli ürünler ise: Egzozlar (2 milyar Avro), hava filtreleri (834 milyar Avro), akümülatörlerdir (696 milyar Avro).

Almanya otomotiv yan sanayi üretimi 2007 yılında 100 milyar Avro olmuştur. Bu rakam AB toplam üretiminin %34'ünü oluşturmaktadır. Üretimde başta gelen parçalar: karoseri ve aksamı (25 milyar Avro), aktarma ekipmanı (22 milyar Avro), hammadde ve ara maddeler (19 milyar Avro).

Almanya'nın otomotiv yan sanayi ithalatı 2008 yılı verilerine göre 78,8 milyar dolardır. Ülkenin otomotiv aksam ve parçaları ithalatında başlıca ülkeler ve ithalat değerleri şu şekildedir:

- Fransa: 7,7 milyar dolar
- Avusturya: 7,3 milyar dolar
- Çek Cumhuriyeti: 7,1 milyar dolar
- İtalya: 6,9 milyar dolar
- Macaristan: 6,0 milyar dolar

Ülkenin 2009 yılı ilk dokuz aylık otomotiv yan sanayi ithalatı ise 42,2 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. 2008 yılı yıllık verilerine göre en çok ithal edilen ürünler şunlardır:

- Dizel ve yarı-dizel motorlar: 6,9 milyar dolar
- Karoseri aksam ve parçaları (B.Y.S): 6,6 milyar dolar
- Motorların aksam ve parçaları: 6,0 milyar dolar
- İçten yanmalı, kıvılcım ateşlemeli motorlar: 5,2 milyar dolar
- Motorlu araçlar için aktarma aksam-parçaları: 3,6 milyar dolar
- Frenler, servo-frenler ve aksam-parçaları: 3,0 milyar dolar

Ülkemizin Almanya'ya otomotiv yan sanayi ihracatı 2009 yılında 1,1 milyar dolar olmuştur. Almanya'ya en çok ihraç ettiğimiz oto yan sanayi ürünleri şunlardır: Dizel motorların aksam-parçaları (357 milyar dolar), kara taşıtlarının diğer aksam-parçaları (138 milyar dolar), vulkanize kauçuktan otomotiv bağlantı parçaları (119 milyar dolar), otomobil dış lastikleri-yeni (90 milyar dolar), kara taşıtları için jantlar, bunların aksam ve aksesuarları (65 milyar dolar), benzinli motorlar için aksam-parçalar (47 milyar dolar).

Almanya - Düzenlenen Önemli Fuarlar

Milli Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

AMBIENTE 2011 - Internationale Frankfurter Messe (Frankfurt - Şubat/Her Yıl)

Mutfak ve Ev Eşyaları, Hediyelik Eşya

Web Sitesi : <http://www.ambiente.messefrankfurt.com>

BioFach + Vivanness 2011 - (Nürnberg - Şubat/Her Yıl)

Organik Gıda, Şarap, Ekolojik Tekstil ve Hazır Giyim, Ekolojik Normlara Uygun Olarak Üretilen Aromatik Yağlar, Bitkisel Esanslar, Mobilya, Kağıt ve Kağıt Ürünleri, Tarımsal ve Hayvansal Ürünler, Deri Ürünleri, Takı-Mücevherat, Hediyelik Eşyalar

Web Sitesi : <http://www.nuernbergmesse.de>

CeBIT 2011 - Heart of the digital world (Hannover - Mart/Her Yıl)

Bilişim

Web Sitesi : <http://www.cebit.de>

DOMOTEX HANNOVER (Hannover - Ocak/Her Yıl)

Halı ve yer döşemeleri

Web Sitesi : <http://www.domotex.de>

ENERGY FACTORY AUTOMATION 2011 (Hannover - Nisan/Her Yıl)

Enerji, otomasyon ölçüm ve kontrol mühendisliği

Web Sitesi : <http://www.hannovermesse.de/energy>

FRUIT LOGISTICA 2011 (Berlin - Şubat/Her Yıl)

Taze Meyve Sebze ve Teknolojileri

Web Sitesi : <http://www.fruitlogistica.de>

HANNOVER SANAYİ FUARI 2011 (Hannover - Nisan/Her Yıl)

Endüstriyel Ekipman, Enerji ve Teknolojileri, Döküm Ürünleri

Web Sitesi : http://www.hannovermesse.de/industrial_supply

INDUSTRIAL SUPPLY 2011 - Leading Trade Fair for Industrial Subcontracting and Lightweight Construction (Hannover - Nisan/Her Yıl)

Döküm kalıp metalurji demir ve demir dışı metaller

Web Sitesi : http://www.hannovermesse.de/industrial_supply

INTERPACK 2011 (Düsseldorf - Mayıs/Üç Yılda Bir)

Ambalaj paketleme makineleri ve malzemeleri

Web Sitesi : <http://www.interpack.com>

INTERZUM KÖLN 2011 (Köln - Mayıs/İki Yılda Bir)

Yer döşemeleri, ofis ekipmanları, ofis malzemeleri, makine, tekstil ve ev tekstili, mobilya, iç tasarım, ağaç işleme teknolojileri ve mobilya makineleri, züccaciye ev eşyaları, cam, seramik, aydınlatma

Web Sitesi : <http://www.interzum.de>

ISM 2011 - International Sweets and Biscuits Fair (Köln - Şubat/Her Yıl)

Çikolata ve Şekerleme

Web Sitesi : <http://http://www.ism-cologne.de/>

MDA - MOTION DRIVE AND AUTOMATION 2011 (Hannover - Nisan/Her Yıl)

Elektrik elektronik mühendisliği ve ürünleri

Web Sitesi : http://www.hannovermesse.de/motion_drive

Bireysel Katılımda Devlet Desteği Olan Fuarlar

BAU 2011 - International Trade Fair for Building Materials, Building Systems, Building Renovation (Münih - Ocak/İki Yılda Bir)

Yapı malzemeleri, inşaat, zemin

Web Sitesi : <http://www.bau-muenchen.com>

GDS 2011 - International Event for Shoes & Accessories Düsseldorf (Düsseldorf - Mart/Her Yıl)

Deri, deriden esva, avakkabı

Web Sitesi : <http://www.gds-online.com>

Heimtextil 2011 - International Trade Fair for Home and Contract Textiles (Frankfurt - Ocak/Her Yıl)

Tekstil, Ev Tekstili, Aydınlatma Teknolojileri

Web Sitesi : <http://www.heimtextil.messefrankfurt.com>

INTERBOOT 2011 - International Water Sports Exhibition (Friedrichshafen - Eylül/Her Yıl)

Tekne ve Tekne Aksesuarları

Web Sitesi : <http://www.interboot.de>

ZOW 2011 - Annual Fair for Components and Accessories for Furniture and Interior Design (Bad Salzuflen - Şubat/Her Yıl)

Aydınlatma, mobilya

Web Sitesi : <http://www.zow.de>