



ALMANYA RAPORU AMBIANTE FUAR HAZIRLIK RAPORU

Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası

2019

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	3
TABLO LİSTESİ.....	3
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	4
1. GENEL BİLGİ.....	5
1.1. COĞRAFİ KONUM	6
1.2. SİYASİ VE İDARİ YAPI.....	6
1.3. NÜFUS VE İŞGÜCÜ YAPISI.....	6
2. GENEL EKONOMİK DURUM	7
2.1. EKONOMİK YAPI.....	7
2.2. EKONOMİ POLİTİKALARI	7
2.3. EKONOMİK PERFORMANS.....	8
3. EKONOMİ'DE ÖNE ÇIKAN SEKTÖRLER	8
3.1. TARIM VE HAYVANCILIK.....	8
3.2. SANAYİ	9
3.3. MADENCİLİK	9
3.4. İNŞAAT.....	10
3.5. TURİZM	10
3.6. ULAŞTIRMA VE TELEKOMÜNİKASYON ALTYAPISI	11
3.7. ENERJİ.....	11
3.8. BANKACILIK.....	11
4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR	12
4.1. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN GÖRÜNÜMÜ	12
4.2. ÜLKEDE İŞ KURMA MEVZUATI	12
4.3. ALMANYA'DA ŞİRKET KURMANIN AŞAMALARI.....	13
5. DIŞ TİCARET	13
5.1. ALMANYA'NIN İHRACATI	14
5.2. ALMANYA'NIN İTHALATI.....	15
6. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE VERGİLER	17
6.1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI.....	17
6.2. TARİFELER VE DİĞER VERGİLER	17
7. TÜRKİYE İLE TİCARET	18
8. KÜTAHYA - ALMANYA ARASI TİCARET	21
9. İKİ ÜLKE ARASINDAKİ ANLAŞMA VE PROTOKOLLER.....	22
10. PAZAR İLE İLGİLİ BİLGİLER.....	22
11. AMBALAJ, PAKETLEME VE ETİKETLEME.....	22

11.1.	2018 YILINDA ALMANYA'DA GERÇEKLEŞECEK FUARLAR	23
12.	İŞADAMLARININ PAZARDA DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR	24
12.1.	GENEL BİLGİLER	24
12.2.	PARA KULLANIMI	25
12.3.	PASAPORT VE VİZE İŞLEMLERİ	25
12.4.	RESMİ TATİLLER VE ÇALIŞMA SAATLERİ	26
12.5.	YEREL SAAT.....	26
12.6.	İKLİM.....	26
13.	SWOT ANALİZİ	26
14.	YARARLI ADRESLER.....	28
15.	AMBIANTE.....	30
16.	KAYNAKÇA.....	32

KISALTMALAR

GTIP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

USD: United States Dollar (Amerikan Doları)

KUTSO: Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Almanya'nın Dış Ticareti (1000\$).....	13
Tablo 2: Almanya'nın İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (1000 \$).....	14
Tablo 3: Başlıca Ülkeler İtibari ile İhracatı (1000 \$).....	15
Tablo 4: Almanya'nın İthal Ettiği Başlıca Ürünler (1000 \$).....	15
Tablo 5: Başlıca Ülkeler İtibari ile İthalatı (1000 \$).....	16
Tablo 6: Türkiye'nin Almanya ile Dış Ticareti (1000\$).....	18
Tablo 7: Türkiye'nin Almanya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (milyon \$).....	19
Tablo 8: Türkiye'nin Almanya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (milyon \$).....	20
Tablo 9: Kütahya ilinin Almanya ile Dış Ticareti (1000\$).....	21

KUTSO TARİHÇE

- Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası (KUTSO), 1926 yılında kuruldu.
- 1964 yılında Kütahya Organize Sanayi Bölgesi'nin kurulması için ilk çalışmalar KUTSO bünyesinde yapıldı.
- 1966 yılında Kütahya'nın zengin kömür potansiyelinin değerlendirilmesi amacıyla Seyitömer Termik Santralinin kurulmasında aktif rol oynayan KUTSO, 1971 yılında Kütahya/Gediz'de yaşanan deprem felaketinin ardından ilçeye, 200 öğrenci kapasiteli yurt yaptırdı.
- 1977 yılında Kütahya'nın dış pazarlara açılması ve dış finansmanın ilimize gelmesi amacıyla 21 kişilik bir heyet ile Avrupa turu yapıldı, aynı süreçte Kütahya ilindeki çini imalatçılarının bir araya gelerek kurduğu Çinikoop hayata geçirildi.
- 1982 yılında Kütahya Devlet Hastanesine tam teşekküllü 32 oda ve yoğun bakım ünitesi kazandırıldı.
- 1997 yılında Kütahya Ticaret Borsasının kurulması aşamasında öncülük etti.
- 1998 yılında Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği finansmanı ile Kütahya İl Milli Eğitim Müdürlüğü'ne Atatürk Anadolu Endüstri Meslek Lisesi ve Teknik Lisesi kazandırıldı.
- 1999 yılında KUTSO finansmanı ile kurulan Kütahya Gümrük Müdürlüğü binası, müdürlüğün hizmeti sona erdiğinden dolayı, Kütahya Valiliği hizmetine sunuldu.
- 1999 yılında KUTSO web sitesi açıldı, ayrıca, üyelerin ürünlerini sergileyebilmeleri amacıyla, Sergi Binası kuruldu.
- 2000 yılında ülkemizdeki tüm şehitlerin anısına, Şehitler Anıtı ve Parkı açıldı.
- 2001 yılında KUTSO tarafından restore edilen tarihi Kütahya Konağı, halen yöresel lezzetlerin sunulduğu bir restoran olarak hizmet vermektedir.
- 2001 yılında başlayan kalite yolculuğu, halen TSE ISO 9001:2008 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi ile devam etmektedir.
- 2003 yılında, ortaklık kültürünün iyi bir örneği olan ve bugün Kü-Blok markası ile Türkiye'de ilk ve özel üretim yapan, Kütahya Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.'yi kurdu.

- 2006-2007 yıllarında, Kütahya 2.Organize Sanayi Bölgesi kurulması için öncülük etti.
 - 2008 yılında, Akredite Oda Belgesini alan KUTSO, aynı yıl KUTSO Marka Tescil Belgesi'ni aldı.
 - 2008 yılında, yeni binasında hizmete başladı.
 - 2009 yılında Dumlupınar Üniversitesi ile işbirliği yapılarak, Tasarım Teknokent A.Ş.'ye ortak oldu.
 - 2010 Kütahya Çavdarhisar Aizanoi antik kentinde TÜRSAB ve TOBB katkılarıyla Anemon Oteli açılmasına öncülük etti.
 - 2011 yılında, üyelerin de finansal katkı sağladığı KUTSO Anaokulu Kütahya'ya kazandırıldı. Yine aynı yıl, üyelerin çalışmalarına kolaylık sağlaması amacıyla, KOSGEB Kütahya Hizmet Merkezi Müdürlüğü'ne hizmet binasında yer tahsisi yapıldı.
 - Yine 2011 yılında, Büyük Anadolu Lojistik Organizasyonlar (BALO) A.Ş.'ye, Afyonkarahisar ABİGEM A.Ş.'ye ortak olundu.
- 2013 yılında;
- KUTSO'nun 14 meslek komitesine ve girişimci kurullarına hizmet binası içerisinde ayrı çalışma odaları tahsis edildi.
 - KUTSEV (Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası Eğitim Vakfı) kuruldu.
 - KUTSO Ehrami Karaçam Hatıra Ormanı oluşturuldu.
 - KUTSO Endüstri Meslek Lisesi inşa edildi.
 - Zafer Bölgesel Havalimanında, KUTSO tarafından TOBB çatısı altındaki tüm oda ve borsa mensuplarının yararlanacağı CIP salonu tahsis edildi.
 - 2014 yılında, TSE ISO 10002 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sistemi Belgesi alındı.
 - 2016 yılında, TSE ISO 10002:2007 Müşteri Memnuniyeti Yönetim Sisteminin versiyonu yenilenecek, 2014 versiyonuna geçilmiştir.
 - 2017 yılı Mayıs ayı itibariyle, ilk e-belge hizmeti ve mobil uygulama hizmeti başlamış, KUTSO kurumsal filmi yayınlanmıştır.
 - 2017 yılı sonunda, TOBB Oda/Borsa Akreditasyon Sisteminde, A seviyesi akredite oda olmuştur.
 - 14 meslek komitesi, 34 meclis üyesi, 9 yönetim kurulu üyesi bulunmaktadır.
 - Bursa Ticaret ve Sanayi Odası, Tavşanlı Ticaret ve Sanayi Odası, Çeçenistan Ticaret ve Sanayi Odası ile kardeş oda protokolüne sahiptir.

KUTSO, eğitim ve kültür hizmeti olarak yayın hayatına çeşitli eserler kazandırmıştır. Bu eserler şöyledir:

Rengârenk Kütahya-Ahmet Yakupoğlu
 Boğaziçi – Ahmet Yakupoğlu
 Türkçe'nin Sırları – Nihad Sami Banarlı
 Kütahya Sanatçıları – Uğur Türkmen, Kadir Güler
 Ergün Çelebi ve Kütahya Mevleviliği – Bilal Kemikli, Asiye Tıgılı

ODAMIZIN İLETİŞİM KANALLARI

Telefon	0 274 228 32 32 – 0 74 228 00 28
Faks	0274 228 04 40
Elektronik posta	kutso@kutso.org.tr bilgi@kutso.org.tr
İnternet Sitesi	www.kutso.org.tr
Twitter Adresi	Kütahya TSO (KUTSO)
Facebook Adresi	Kütahya Tso
Yazışma Adresi	75. Yıl Mahallesi Bekir Sıtkı Paşa Cad. No:37 Merkez/Kütahya

YÖNETİCİ ÖZETİ

- Almanya, 357 bin km²'lik yüzölçümü ve 82 milyonu geçen nüfusuyla, Avrupa'nın en büyük ülkelerindedir. Ülke, nüfus bakımından Avrupa Ülkeleri arasında Rusya Federasyonu'ndan sonra ikinci sırada, AB Ülkeleri arasında ise ilksıradadır.
- Yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesidir. Ülke 82,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.
- Almanya UNDP İnsani Gelişim Endeksinde 4., Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksinde 5., Dünya Bankası Kolay İş Yapılabilirlik Sıralamasında 17., The Heritage Foundation Ekonomik Serbestlik Endeksinde de 26. sırada yer almaktadır.
- 2016 yılında Almanya'nın toplam ihracatı 1339 milyar dolar, ithalatı ise 1055 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin ticaret fazlası ise 284 milyar dolardır.
- Almanya'nın en fazla ihracat yaptığı ülkeler sırasıyla ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda, Çin, İtalya ve Avusturya'dır.
- Almanya'nın en fazla ürün ithal ettiği ülkeler Çin, Hollanda, Fransa, ABD, İtalya, Polonya, İsviçre, Çek Cumhuriyeti ve Avusturya'dır.
- 2016 yılında Almanya'ya ihracatımız bir önceki yıla göre %4,4 artarak 14 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı sene içerisinde Almanya'dan ithal ettiğimiz ürün değeri ise 21.4 milyar dolardır.
- Almanya'ya ihracatımız %90 oranında sanayi mamullerinden, yaklaşık %10 oranında tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.
- Türkiye'nin 2016 yılında, Almanya'dan gerçekleştirdiği toplam ithalatta Binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar ve Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar ilk sıralarda yer almaktadır.
- 2016 yılında, Kütahya'dan Almanya'ya 18,6 milyon dolara yakın ihracat gerçekleştirilirken, Almanya'dan ithal ettiğimiz ürünlerin değeri 18,3 milyon dolar olmuştur. Kütahya ili açısından 2016 yılı haricinde ithalat ihracat dengesinde dış ticaret açığı verilen bir ülke Almanya.

1. GENEL BİLGİ



Resmi Adı	Almanya Federal Cumhuriyeti
Yönetim Biçimi	Federal Parlamenter Cumhuriyet
Başbakan	Angela Merkel
Cumhurbaşkanı	Frank-Walter Steinmeier
Başkent	Berlin
Nüfus	83.001.000 (2017, IMF)
Yüz Ölçümü (km²)	356.970
Dil	Almanca
Dini Yapı	Hristiyanlık
Para Birimi	Euro
GSYİH (Milyon \$)	3.423.287 (2017, IMF)
KBGSYİH (\$)	41.244 (2017, IMF)
Büyüme Oranı (%)	1,6 (2017, IMF)

1.1 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 sınırı vardır. 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.

1.2 SİYASİ VE İDARİ YAPI

Devlet federatif yapıdadır. Almanya 16 eyaletten oluşmaktadır (Baden-Württemberg, Bavyera, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Ön Pomeranya, Aşağı Saksonya, Kuzey Ren-Vestfalya, Rheinland-Pfalz, 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 ve 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. Cumhurbaşkanı özel af ve anayasaya aykırı oldukları iddiasıyla yasaların iptali için anayasa mahkemesine başvurma hakkı mevcuttur.

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

1.3 NÜFUS VE İŞGÜCÜ YAPISI

Alman İstatistik Kurumu verilerine göre toplam nüfus 2016 yılı itibariyle 82,8 milyondur. Nüfusun %49'u erkek (39,6 milyon), %51'i (41,2 milyon) kadındır. Beklenen yaşam süresi erkeklerde 76, kadınlarda 82'dir.

Nüfusun %8,8'i yabancılardan oluşmaktadır. Yabancı nüfusun yaklaşık %40'ını diğer AB üyesi ülkeler oluşturmaktadır. Yabancı nüfusun içindeki belli başlı milletler şunlardır: Türk (1.607 bin), İtalyan (520 bin), Polonyalı (468 bin), Yunan (284 bin), Hırvat (223 bin), Avusturyalı (176 bin), Bosna-Hersek'li (154 bin).

Ülkede 43 milyon işgücü bulunmaktadır. İşsizlik oranı 2015 yılında %4,6 olarak gerçekleş olup, bu oranın 2016 yılı için %4,2 olduğu tahmin edilmektedir.

2.GENEL EKONOMİK DURUM

2.1 EKONOMİK YAPI

Yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesidir. Ülke 82,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.

Almanya UNDP İnsani Gelişim Endeksinde 4., Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksinde 5., Dünya Bankası Kolay İş Yapılabilirlik Sıralamasında 17., The Heritage Foundation Ekonomik Serbestlik Endeksinde de 26. sırada yer almaktadır.

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. 2016 yılı itibarıyla hizmetler sektörü ekonominin %68,9'luk kısmını oluşturmaktadır.

2.2 EKONOMİ POLİTİKALARI

Almanya ülkeler arası kıyaslamada, Avrupa Birliği'nin (AB) en büyük ekonomisi ve ABD, Çin ve Japonya'dan sonra dünyanın dördüncü büyük ekonomisi durumunda. Alman ekonomisi sahip olduğu yüksek rekabet gücünü ve içinde yer aldığı küresel ağı, ileri düzey yenilikçi gücüne ve ihracat odaklı olmasına borçlu. Otomotiv sanayisi, makine ve tesis üretimi sanayisi, kimya sanayisi ile tıp teknolojisi gibi yüksek cironun yarısından epey fazlası ihracat gelirlerinden oluşuyor. 2014 yılında sadece Çin ve ABD, mal ihracatında Almanya'nın önünde yer aldı. Almanya araştırma-geliştirme (AR-GE) alanına yılda yaklaşık 80 milyar Avro yatırım yapıyor. Çok sayıda firma, üretim teknolojisinin ve lojistiğin dijitalleşmesi anlamına gelen sanayi 4.0 yolunda ilerliyor.

Almanya'da ekonominin dinamik bir seyir gösteriyor olması istihdamda da iyi bir gidişatı beraberinde getirdi. Almanya Avrupa Birliği ülkeleri arasında istihdam oranı bakımından en iyi durumdaki ekonomiler arasında ve gençlerdeki işsizlik oranlarının en düşük olduğu yer. Bu olumlu tablo da Almanya'da öteden beri uygulanan ve birçok ülkenin örnek alarak kendi koşullarına uyarladığı "ikili mesleki eğitim" sisteminin işe yararlılığını teyit ediyor. İhtiyaç duyulabilecek uzman elemanların kolayca bulunabilmesi, altyapı ve hukuk güvencesi gibi hususlar Almanya'nın uluslararası sıralamalarda önlerde yer almasına katkı yapan diğer etkenler. Bugünkü koalisyon hükümetinde Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı'nın başında Başbakan Yardımcılığını da yürüten Sigmar Gabriel (SPD) var.

Sosyal piyasa ekonomisi modeli 1949 yılından beri Almanya'nın ekonomi politikasını belirliyor. Sosyal piyasa ekonomisi serbest ticari faaliyetlere imkan tanırken diğer yandan sosyal dengeyi de gözetiyor. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ekonominin başına geçen ve İleriki yıllarda başbakanlık da yapan Ludwig Erhard tarafından geliştirilen bu konsept başarılı bir çizgi oluşturdu. Almanya, küreselleşmenin iyi bir çizgide gelişmesi için ve herkese adil imkanlar sunan, sürdürülebilir nitelikte küresel bir ekonomi sisteminin ortaya çıkması için özverili çabalar harcıyor.

Almanya 2002 yılında Avro'ya geçiş yapan on iki ülkeden biri. Yakın geçmişteki finans piyasaları krizi (2008'den itibaren) ve onu izleyen borçlanma krizi Almanya dahil bütün Avro bölgesini olumsuz etkiledi. Bunun üzerine Federal Hükümet ikili bir stratejiyle yeni borçlanmayı durdurdu ve yenilikçilik gücünün artırılması için önlemler getirdi. 1969'dan beri ilk olarak 2014 ve 2015 yıllarında federal bütçenin denk olması sağlanabildi.

Tüm firmaların yüzde 99'dan fazlasını oluşturan KOBİ'ler ekonominin yapısal belkemiği. KOBİ'ler, kıta Avrupasının en önemli finans merkezi durumundaki Frankfurt'taki borsa endeksi DAX'a kayıtlı büyük holdingleri tamamlıyorlar. Frankfurt/Main'da bulunan çok önemli -finans kuruluşlarından biri de, Avrupa Birliği -kurumu olan ve Avro'da fiyat istikrarını sağlayacak bir politika yürütmekten sorumlu olan Avrupa Merkez Bankası (ECB).

2.3 EKONOMİK PERFORMANS

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 avronun tedavüle girmesiyle birlikte fiyatların hızlı bir şekilde artmakta olduğu düşüncesiyle tüketim harcamalarını kısıması, ücret artışlarının yavaşlaması ve istihdamdaki olumsuz gelişmelerden kaynaklandığı ifadeedilmektedir.

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 GSYİH daralması %4,7 olarak gerçekleşmiş olup, 2010 yılında toparlanan Alman ekonomisi yılı %3,9'luk büyümeyle tamamlamıştır. Bu 1990'da doğu ve batı Almanya'nın birleşmesinden sonra gerçekleşen en yüksek orandır.

Alman ekonomisi, 2011 yılında %3,7 büyüme oranıyla hem Avro Birliği ülkelerinin hem de ABD'nin iki katı hızla büyümüştür. 2012'de ekonomi Avro bölgesindeki borç krizi için bölgede alınan sıkı tasarruf tedbir kararlarının daraltacağı talepten etkilenerek yalnız %0,6 oranında büyümüştür. 2013'te de %0,3 büyüme gerçekleşmiştir. Ancak 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %1,6 ve %1,7 büyüme göstermiştir.

Petrol fiyatlarının düşüşü nedeniyle diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Almanya'da da 2014 yılında enflasyon düşüş göstermiştir. 2013 yılında %1,5 olan enflasyon değeri 2014 yılında %0,9'a düşmüştür. 2015 yılında enflasyondaki düşüş devam ederek %0,1 değerinde gerçekleşmiştir. 2016 yılında %0,4 civarında olan enflasyonun 2017 yılında yükselerek %2 oranında olması beklenmektedir..

3. EKONOMİ'DE ÖNE ÇIKAN SEKTÖRLER

3.1 TARIM VE HAYVANCILIK

Halen ülke GSYİH'sinin sadece %0,6'lık kısmını oluştursa da tarım, ormancılık ve balıkçılık Almanya'nın sosyal yapılanması bakımından önemini korumaktadır. Ülke gıdada %70 oranında kendine yeterlidir.

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. 16.532 adet organik çiftlik mevcuttur.

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.

3.2 SANAYİ

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. 2015 yılında sanayi sektörü, Almanya GSYİH'sinin %30,4'lük kısmını oluşturmuştur. 2016 yılında da bu rakam henüz aynı orandadır (%30,5). 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 uluslararası 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.

3.3 MADENCİLİK

Almanya'nın en önemli doğal kaynağı kömürdür. Almanya dünyanın en büyük kömür üreticisidir. Ülkede 2,5 milyar ton taş kömürü (teknik olarak ulaşılabilir miktar- toplam 82,961 milyar ton) ve 40,4 milyar ton linyit rezervi bulunmaktadır. Bunun dışında önemli enerji kaynağı bulunmamaktadır.

Uluslararası Enerji Ajansı'na (IEA) verilerine göre 2016 yılı toplam kömür üretimi 176 milyon tondur. İthalatı ise 53 milyontondur.

Linyit büyük çoğunlukla ülkenin batı ve doğusunda, özellikle Kuzey Ren Vestfalya, Saksonya ve Branderburg eyaletlerinde çıkarılır. Linyiti uzak mesafelere taşımak ekonomik olmadığından önemli miktardaki linyit, santrallerde elektrik üretmek üzere yakılmaktadır. Dolayısıyla tesisler linyitin çıkarıldığı alanın yakınında konumlandırılmıştır. Taşkömürü Kuzey Ren Vestfalya ve Saarland'de çıkarılmaktadır. Taşkömürüyle çalışan tesislerin çoğu ithal ürün kullandığından tesisler ülke geneline yayılmış durumdadır. Bunun nedeni ülkedeki taşkömürü yataklarının oldukça derin ve karmaşık jeolojik konumundan dolayı çıkarılmasının Dünya pazarıyla kıyaslandığında çok pahalı olmasıdır (Almanya'da bir ton taş kömürü çıkarmanın ortalama maliyeti 180 avro; ithal taşkömürünün ortalaması ton başına 79 avro).

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. 2009 yılında linyit üretimi 169,8 milyon ton iken, 2011 yılında 176 milyon tondur. 2013 yılında ise 182,7 milyon tondur. Bugün taş kömürünün aksine linyit madenleri hala karlıdır. Ulusal Yer Bilimleri ve Doğal Kaynaklar Enstitüsü'ne göre linyit madenlerinde 2013 yılında 16.410 kişi istihdam edilmektedir. Uluslararası Enerji Ajansı'na (IEA) verilerine göre 2014 yılı linyit üretimi 178,2 milyon tondur.

Taş kömürü üretimi 2013 yılında 1956 yılında göre %5 oranında azalmıştır. Hükümet sektöre 2014 yılında 1,65 milyar avro destek sağlamıştır. Bununla beraber 2018 yılına kadar desteklerin sona erdirilmesi planlanmaktadır. Kuzey Ren Vestfalya'da üç tane taş kömürü madeni kalmıştır. 2013 yılında taş kömürü madenlerinde 14.500 kişi çalışırken, 2014 yılında 12.104 kişi çalışmaktadır. 1990'ların başındaki rakam ise 130 bin kişidir.

2016 yılında sadece iki adet taş kömürü madeninin açık kalması ve 2018 yılına kadar tüm taş kömürü madenlerinin kapatılması planlanmaktadır. 2012 yılı taş kömürü üretimi 10,8 mt, 2013 yılında 7,55mt, 2014 yılında 7,64mt olmuştur. Koklaşabilir taşkömürü üretimi ise 4,8 milyon tondur.

Kömür Almanya'nın elektrik üretiminde halen önemli bir yere sahiptir. Almanya'daki enerji santralleri artan yenilenebilir enerji kaynaklarındaki dalgalanmaları destekleyebilmek için modifiye edilmektedir.

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.

3.4 İNŞAAT

İnşaat sektörü Alman ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Avrupa inşaat piyasasında 2016 yılında toplam %25'lik pazar payıyla (310 milyar avro) 1. sırada gelmektedir. 365 bin firmada 2,45 milyon kalifiye işçi istihdam edilmekte olup, sektörde daha çok küçük ve orta ölçekli firmalar hakimdir.

AB'nde inşaat sektörü 2015 yılı rakamlarına (FIEC'in) göre 1.241 milyar avroluk değer ile GSYH'nın %8,5'ini 14,2 milyon çalışan ile toplam istihdamın % 6,4'ünü ve sanayideki istihdamın ise %30,9'unu oluşturmaktadır. Esasında, AB üyesi ülkelerde yaklaşık 42,3 milyon çalışanın doğrudan ve dolaylı olarak inşaat sektörü ile bağlantısı olduğu da ileri sürülmektedir. Ayrıca 3,2 milyon işletmenin % 95'inin 20 kişiden az çalışanı olduğu da saptanmaktadır.

3.5 TURİZM

Turizm Alman ekonomisinde önemli sektörlerden biridir. 2016 yılında ülkeye gelen turist sayısı yaklaşık 35 milyondur. Ülke Seyahat ve Turizm Rekabetçilik indeksine göre dünyada 3. sırada yer almaktadır. Ülkenin en önemli turizm bölgeleri: Batı'da Bavyera, 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 10 veya daha fazla yataklı tesislerde gecelik konaklama sayıları aşağıdaki gibidir. Görüldüğü gibi Almanya daha çok Avrupalı turistler tarafından ziyaret edilen bir ülke konumundadır. Almanya her yıl en çok Hollandalı turistler tarafından ziyaret edilmektedir..

3.6 ULAŞTIRMA VE TELEKOMÜNİKASYON ALTYAPISI

Avrupa’nın tam merkezinde bulunduğu ileri sürülen Almanya, Avrupa’da lojistik alanında birinci sırada yer almaktadır. İleri seviyedeki enerji ve haberleşme ağı ile yoğun ve geniş çaplı ulaşım alt yapısı bir araya gelince zamanında ürün teslimi ve başarı garanti altına alınabilmektedir.

2016 yılında yol ağı (yerel ulaşım harici yollar) 230.082km, su yollarının uzunluğu 7.675km, demiryolu uzunluğu (işletilen hatların uzunluğu) 37.775km’dir.

Almanya’da yük taşımacılığı büyük ölçüde karayolu taşıtları ile yapılmaktadır. 2016 yılında karayolları ile 4,6 milyar ton yük taşınırken, iç sularda 113,6 milyon ton, demiryolları ile 375 milyon ton taşınmıştır.

3.7 ENERJİ

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 %60’ını diğer ülkelerden ithal etmektedir. Ülkede enerji üreten kuruluşlar ağırlıklı özel sektör kuruluşlarıdır. Enerji ve su tedarik sektöründe 2016 yılında 240 bine yakın kişi istihdam edilmiştir.

2012 yılında elektrik sektörü kömür kullanımını %4,9 artırmıştır. Bunun nedeni 17 nükleer santralden 8’inin kapatılmış olmasıdır. 8 nükleer santralin kapatılmasından doğan elektrik arzındaki açık, öncelikle linyit kömür kullanan elektrik santralleri inşa edilerek doldurulmaktadır. Ülkenin tekrar kömüre yönelmesi Kyoto Protokolü gereği karbondioksit salınımını azaltma taahhütlerini sarsmaktadır.

Alman hükümeti karbon dioksit (CO2) salınımını 2020 yılı itibariyle 270 milyon ton azaltmayı ve yenilenebilir kaynaklardan üretilen enerjilerin kullanımını yaygınlaştırmayı hedeflemektedir.

2016 yılındaki toplam elektrik üretiminin %40’ı kömürden elde edilmiştir (liniyit %23,1, taşkömürü %17,2). Yenilenebilir enerji %29, doğal gaz %12,4, nükleer enerji ise %13 pay almaktadır.

3.8 BANKACILIK

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 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.

4.DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

4.1 DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN GÖRÜNÜMÜ

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 düşüşten 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.

UNCTAD (World Investment Report 2017) verilerine göre 2016 yılında Almanya'ya giren doğrudan yabancı yatırımların miktarı 9,53milyon dolar, doğrudan yabancı yatırım stoğu ise 771 milyon dolardır (sıralamada 10. ülke).

4.2 ÜLKEDE İŞ KURMA MEVZUATI

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.

4.3 ALMANYA'DA ŞİRKET KURMANIN AŞAMALARI

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), firmakurma 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 kaydı.

5. DIŞ TİCARET

2003 yılından 2009 yılına kadar Dünya ihracatında ilk sırada olan Almanya 2009 ve 2010 yıllarında Çin'den sonra ikinci, 2011 yılında Çin ve ABD'den sonra üçüncü, 2012 yılında ise Çin'den sonra ikinci sırada yer almaktadır. 2013 yılında ise Çin ve ABD'den sonra üçüncü sırada yer almaktadır. 2009 yılında ithalat büyüklüğü bakımından ABD'den sonra ikinci sırada olan Almanya 2013 yılında da önceki üç yılda olduğu gibi ABD ve Çin'den sonra üçüncü sırada gelmektedir. 2016 yılında tıpkı 2014 ve 2015 yılında olduğu gibi hem ithalat hem de ihracatta ABD ve Çin'in ardında üçüncü sırada yer almıştır.

2016 yılında Almanya'nın toplam ihracatı 1.339 milyar dolar, ithalatı ise 1.055 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin ticaret fazlası ise 284 milyar dolardır.

Tablo 1: Almanya'nın Dış Ticareti (1000\$)

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
2012	1,410,129,600	1,161,213,200	513,587,040	248,916,400
2013	1,450,950,900	1,187,314,600	488,886,560	263,636,300
2014	1,498,157,800	1,214,955,700	481,339,538	283,202,100
2015	1,328,549,134	1,057,616,386	391,985,572	270,932,748
2016*	1,340,752,046	1,060,672,017	378,862,838	280,080,029

*Yansımaya veri, Kaynak: Trademap

5.1 ALMANYA'NIN İHRACATI

Tablo 2: Almanya'nın İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (1000 \$)

GTİP No	GTİP Açıklama	2014	2015	2016	2015-2016 Değişim %	2016 Pay%
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	160.306.322	153.155.547	155.251.680	1,4	11,6
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	60.348.717	53.742.455	56.385.411	4,9	4,2
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	51.592.390	48.774.957	48.639.305	-0,3	3,6
8802	Diğer hava taşıtları, uzay araçları	33.866.254	34.699.567	35.129.456	1,2	2,6
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	22.336.565	21.986.157	22.417.897	2,0	1,7
8479	Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar	14.301.300	13.167.957	13.446.809	2,1	1,0
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	13.124.663	11.868.420	13.099.290	10,4	1,0
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	15.453.835	13.548.343	13.075.794	-3,5	1,0
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı	13.351.388	11.855.180	12.569.024	6,0	0,9
9018	Tıp, cerrahi, dişçilik, veterinerlik alet ve cihazları	13.966.083	12.707.792	12.518.400	-1,5	0,9
8542	Elektronik entegre devreler	13.849.821	12.045.692	12.199.952	1,3	0,9
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	12.787.882	12.631.331	12.096.018	-4,2	0,9
8421	Santrifüjleçalı şankurutma, filtre, arıtma cihazları	13.082.053	11.896.271	11.690.674	-1,7	0,9
8481	Muslukçu, borucu eşyası-basınç düşürücü, termostatik valf dahil	12.627.480	10.787.781	11.183.966	3,7	0,8
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	18.091.803	12.467.395	10.924.297	-12,4	0,8
8483	Transmisyon milleri, kranklar, yatak kovanları, dişliler, çarklar	12.721.538	10.698.943	10.724.939	0,2	0,8
8537	Elektrik kontrol, dağıtım tabloları, mücehhez tablolar	11.176.435	9.606.653	10.448.943	8,8	0,8
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	10.880.748	9.986.081	10.345.715	3,6	0,8
8413	Sıvılar için pompalar, sıvı elevatörleri	11.737.318	9.862.363	9.652.505	-2,1	0,7
8803	Balon, hava gemisi, planör vb. diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	9.674.791	9.075.274	9.252.356	2,0	0,7

Kaynak: Trade Map

Almanya'nın başlıca ihraç pazarları arasında ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda, Çin, İtalya ve Avusturya bulunmaktadır.

Tablo 3: Başlıca Ülkeler İtibari ile İhracatı (1000 \$)

ÜLKE	2014	2015	2016	2015-2016 DEĞİŞİM %	2016 PAY %
ABD	127.770.823	126.565.882	118.604.735	-6,3	8,8
FRANSA	133.561.472	113.949.441	110.670.666	-2,9	8,3
İNGİLTERE	105.122.552	98.712.709	94.075.871	-4,7	7,0
HOLLANDA	96.598.330	87.825.910	86.835.884	-1,1	6,5
ÇİN	99.196.126	79.429.909	85.350.436	7,5	6,4
İTALYA	72.082.834	64.360.574	67.282.567	4,5	5,0
AVUSTURYA	74.084.117	64.512.479	65.391.038	1,4	4,9
POLONYA	63.334.289	57.846.445	58.851.884	1,7	4,4
İSVİÇRE	63.015.310	55.913.747	55.337.647	-1,0	4,1
BELÇİKA	55.773.215	45.351.173	45.770.876	0,9	3,4

Kaynak: Trade Map

5.2 ALMANYA'NIN İTHALATI

Tablo 4: Almanya'nın İthal Ettiği Başlıca Ürünler (1000 \$)

GTİP NO	GTİP AÇIKLAMA	2014	2015	2016	2015-2016 DEĞİŞİM %	2016 PAY %
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	46.544.281	46.075.628	51.274.590	10,8	4,8
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	37.925.197	34.443.663	37.533.562	8,0	3,5
2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	65.738.969	36.470.380	28.718.517	-21,4	2,7
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	26.298.048	24.589.804	25.977.780	5,5	2,5
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	20.051.542	32.345.822	23.265.665	5,4	2,0
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	21.513.727	20.104.379	21.261.326	-2,9	2,0
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	18.820.183	21.287.701	20.754.038	3,2	1,7
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	32.967.721	17.587.265	18.534.460	-16,8	1,6
8802	Diğer hava taşıtları, uzay araçları	19.741.579	20.552.300	16.922.099	-17,0	1,3
8542	Elektronik entegre devreler	13.836.776	16.747.629	13.884.239	0,7	1,3
8544	İzole edilmiş tel, kablo; diğer izole edilmiş elektrik iletkenleri; fiber optik kablolar	10.392.451	13.518.004	13.629.321	-1,1	0,9

8411	Turbojetler, turbo-propeller, diğ er gaz türbinleri	10.602.833	8.746.935	9.715.034	8,5	0,9
2933	Sadece azotlu heterosiklik bileşikler	6.624.607	9.635.464	9.543.891	14,0	0,8
9018	Tıp, cerrahi, dişç ilik, veterinerlik alet ve cihazları	8.890.724	7.620.976	8.728.251	3,6	0,8
8443	Matbaacılığ a mahsus baskı makineleri, yardımcı makineler	10.245.569	8.142.182	8.452.850	-7,9	0,8
9401	Oturmaya mahsus mobilyalar, aksam-parç aları	8.739.529	8.786.125	8.186.538	0,9	0,7
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teç hizatı	7.678.747	7.787.120	7.930.809	2,6	0,7
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	7.642.258	6.913.388	7.126.590	3,8	0,6
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parç aları	7.203.688	6.322.584	6.552.622	0,4	0,6
8528	Televizyonalcıları, videomonitörleri ve projektörler	7.008.231	6.264.072	6.333.058	-3,7	0,6

Kaynak: Trade Map

Almanya'nın en fazla ürün ithal ettiğ i ülkeler Ç HC, Hollanda, Fransa, ABD, İtalya, Polonya, İsviçre, Ç ek Cumhuriyeti ve Avusturya'dır.

Tablo 5: Başlıca Ülkeler İtibari ile İthalatı (1000 \$)

Ülke	2014	2015	2016	2015-2016 Değ iş im %	2016 Pay %
Ç İN	107.593.170	103.348.242	105.289.753	1,9	9,9
HOLLANDA	116.719.333	97.476.692	92.488.678	-5,1	8,7
FRANSA	88.658.332	74.160.720	72.918.636	-1,7	6,9
ABD	66.753.018	68.423.395	65.815.687	-3,8	6,2
İTALYA	64.482.805	54.358.388	57.298.505	5,4	5,4
POLONYA	52.726.951	49.594.142	51.481.976	3,8	4,9
İSVİÇRE	53.726.149	47.827.929	49.643.686	3,8	4,7
Ç EK CUM.	48.898.188	43.476.874	46.918.963	7,9	4,4
AVUSTURYA	47.970.457	41.196.922	42.502.366	3,2	4,0
BELÇ İKA	52.490.303	40.877.388	41.913.142	2,5	4,0

Kaynak: Trade Map

6. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE VERGİLER

6.1 DIŞ TİCARET POLİTİKASI

Avrupa Birliği üyesi bir ÷lke olarak Almanya, diğer üye ÷lkeler gibi Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını teşkil eden Ortak Gümrük Tarifelerini (OGT) uygulamaktadır. Diğer yandan, 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği'nin yürürlüğe konulmasıyla, Türkiye ile Avrupa Birliği üyesi ÷lkeler arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ÷lkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi uygulamaya başlamıştır.

6.2 TARİFELER VE DİĞER VERGİLER

6.2.1 Genel Olarak Gümrük Vergileri

Avrupa Birliği üyesi bir ÷lke olarak Almanya, diğer üye ÷lkeler gibi Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını teşkil eden Ortak Gümrük Tarifelerini (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 ÷lkeler arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ÷lkelere 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/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en) adresinden ulaşmak mümkündür. 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.

6.2.2 KDV ve Diğer Vergiler

KDV mükellefi mal veya hizmet sağlayan Alman firmaları veya ithalatçılardır. Ancak, vergi nihai aşamada tüketiciye yansıtılmaktadır. Almanya'da standart KDV oranı %19'dır. Ancak bu oran, temel gıda ürünleri, kitap, gazete gibi kültürel yayınlar, yerel toplu taşıma ve otel konaklamaları gibi ürünlerde %7 olarak uygulanmaktadır. Bazı hizmetler (örneğin bankacılık ve sağlık hizmetleri veya toplum hizmetleri) vergiden muaftır. KDV tutarının faturalarda ayrıca belirtilmesi zorunlu olmakla birlikte 100 avro'ya kadar olan faturalarda sadece KDV oranının belirtilmesi mümkün bulunmaktadır.

6.2.3. Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

Almanya, standartlar konusunda Avrupa'nın en önde gelen ÷lkesi 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 etmelidir.

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.

7.TÜRKİYE İLE TİCARET

Ülkemizin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözlenmektedir. Almanya 2016 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, ülkemizin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatımızda Çin'in ardından ikinci sırayı almıştır.

En büyük ticari ortağımız olan Almanya ile ikili ticaretimiz, istisnai yıllar haricinde sürekli açık vermektedir. 2016 yılı verilerine göre Almanya ile dış ticaret açığımız yaklaşık 7,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

2015 yılında küresel ekonomik gelişmeler ve talep gerilemesi nedeniyle ihracatımız 2014 yılına kıyasla %11,4 azalarak 13 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında Almanya'ya ihracatımız bir önceki yıla göre %4,4 artarak 14 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı sene içerisinde Almanya'dan ithal ettiğimiz ürün değeri ise 21.4 milyar dolardır.

Tablo 6: Türkiye'nin Almanya ile Dış Ticareti (1000\$)

YIL	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2012	13.123.905	21.400.614	34.524.518	-8.276.709
2013	13.696.842	24.182.422	37.879.264	-10.485.579
2014	15.147.423	22.369.476	37.516.900	-7.222.053
2015	13.417.033	21.351.884	34.768.918	-7.934.851
2016*	14.004.848	21.473.789	35.478.637	-7.468.941

*Yansımaya veri, Kaynak: Trademap

Almanya'ya ihracatımız %90 oranında sanayi mamullerinden, yaklaşık %10 oranında tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.

Tablo 7: Türkiye'nin Almanya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (milyon \$)

GTİP NO	GTİP AÇIKLAMA	2014	2015	2016	2015-2016 DEĞİŞİM %	2016 PAY %
8409	Sadece veya esas itibariyle 84.07 veya 84.08 pozisyonlarındaki motorların aksam ve parçaları	1.104	956	989	3,41	7,06
8703	Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar (yarış arabaları dahil)	749	629	964	53,24	6,88
8708	Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar	820	747	793	6,06	5,66
6109	Tişörtler, fanilalar, atletler, kaşkorseler ve diğer iç giyim eşyası (örme)	1.003	760	714	-6,09	5,10
8528	Monitörler ve projektörler, televizyon alıcı cihazları	445	421	376	-10,65	2,69
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme)	403	331	374	12,76	2,67
6204	Kadınlar ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, elbise, etek, pantolon etek, vb. (yüzme kıyafetleri hariç)	423	353	356	0,76	2,54
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	245	279	353	26,33	2,52
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri	387	327	310	-5,34	2,21
8702	10 veya daha fazla kişi taşımaya mahsus (sürücü dahil) motorlu taşıtlar	270	270	308	13,90	2,20
2008	Tarifenin başka yerinde belirtilmeyen meyve ve yenilen diğer bitki parçalarının konserveleri	288	402	255	-36,56	1,82
6104	Kadın ve kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, etek, pantolon, tulum ve şort (örme) (yüzme kıyafeti hariç)	315	243	238	-2,11	1,70
6115	Külotlu çoraplar, taytlar, kısa ve uzun konçlu çoraplar, soketler (varis çorapları dahil) ve patik çoraplar (örme)	252	208	224	7,99	1,60
6203	Erkekler ve erkek çocuk için takım elbise, takım, ceket, blazer, pantolon, tulum ve şort (yüzme kıyafeti hariç)	207	194	215	10,72	1,53
8418	Buzdolapları, dondurucular ve diğer soğutucu ve dondurucu cihazlar ve ısı pompaları	218	188	202	7,39	1,44
4016	Sertleştirilmemiş vulkanize kauçuktan diğer eşya	238	199	188	-5,84	1,34
8803	88.01 ve 88.02 Pozisyonlarındaki hava taşıtlarının aksam ve parçaları	42	100	169	69,23	1,20
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	180	142	154	8,55	1,10
0802	Diğer kabuklu meyveler (taze/kurutulmuş) (kabuğu çıkarılmış/soyulmuş)	174	220	148	-32,47	1,06

6106	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler, gömlek-bluzlar (örme)	142	131	138	5,58	0,98
------	---	-----	-----	-----	------	------

Kaynak: Trade Map

Türkiye'nin 2016 yılında, Almanya'dan gerçekleştirdiği toplam ithalatta Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar ve Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar ilk sıralarda yer almaktadır.

Tablo 8: Türkiye'nin Almanya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (milyon \$)

GTİP NO	GTİP AÇIKLAMA	2014	2015	2016	2015-2016 DEĞİŞİM %	2016 PAY%
8703	Binek otomobilleri ve esas itibariyle insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar (yarış arabaları dahil)	3.105	3.609	3.423	-5,15	15,94
8708	Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar	1.253	1.212	1.084	-10,53	5,05
8802	Helikopterler, uçaklar vb uzay araçları (uydular dahil), uzay araçlarını fırlatıcı araçlar ve yörünge-altı araçları	37	569	627	10,20	2,92
8502	Elektrik enerjisi üretim (elektrojen) grupları ve rotatif elektrik konvertörleri	211	266	613	130,73	2,85
3004	Tedavide veya korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	534	475	486	2,41	2,26
8409	Sadece veya esas itibariyle 84.07 veya 84.08 pozisyonlarındaki motorların aksam ve parçaları	379	358	324	-9,50	1,51
8408	Sıkıştırmayla ateşlemeli içten yanmalı pistonlu motorlar (dizel ve yarı dizel)	394	395	299	-24,27	1,39
7108	Altın (platin kaplamalı altın dahil) (işlenmemiş veya yarı işlenmiş ya da pudra halinde)	412	276	293	6,25	1,36
8479	kendine özgü bir fonksiyonu olan diğer makinalar ve mekanik cihazlar	306	370	271	-26,81	1,26
3002	İnsan kanı, hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	254	259	262	1,39	1,22
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	209	313	260	-16,87	1,21
8421	Santrifüjler sıvıların veya gazların filtre edilmesine veya artırılmasına mahsus makina ve cihazlar	261	217	226	4,29	1,05
8411	Turbojetler, turbopropellerler ve diğer gaz türbinleri	59	98	222	126,44	1,03
8603	Kendinden hareketli demiryolu veya tramvay vagonları	1		213		0,99
3907	Poliasetaller, diğer polieterler, epoksi reçineler, polikarbonatlar, alkit reçineler, polialliesterler, vb. (ilk şekilde)	218	207	203	-1,60	0,95
8541	Diyodlar, transistörler vb yarı iletken tertibat ışık yayan diyodlar monte edilmiş piezo elektrik kristaller	183	151	201	33,28	0,94
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı (anahtarlar, röleler, sigortalar, fişler, kutular vb)	222	200	182	-8,99	0,85

8483	Transmisyon milleri, kranklar yatak kovanları ve mil yatakları dişliler ve sistemleri vidalar dişli kutuları volan vb	180	167	176	4,93	0,82
8481	Borular, kazanlar, tanklar, depolar ve benzeri diğer kaplar için musluklar, valfler (vanalar) ve benzeri cihazlar	197	176	174	-1,12	0,81
8702	10 veya daha fazla kişi taşımaya mahsus (sürücü dahil) motorlu taşıtlar	219	202	167	-17,14	0,78

Kaynak: Trade Map

8.KÜTAHYA İLİNİN ALMANYA İLE DIŞ TİCARETİ

2017 yılında, Kütahya'dan Almanya'ya 20 milyon dolara yakın ihracat gerçekleştirilirken, Almanya'dan ithal ettiğimiz ürünlerin değeri 24 milyon dolar olmuştur. Almanya Kütahya'nın en fazla ihracat yaptığı ülke konumdadır.

2016 yılı haricinde geri kalan 4 yıllık dönemde Kütahya'nın Almanya'dan ithalatı ihracatının üstünde yer aldığı görülmektedir.

Tablo 9: Kütahya ilinin Almanya ile Dış Ticareti (\$)

YIL	İHRACAT	İTHALAT	HACİM	DENGE
2015	14.414.376	20.153.290	34.567.666	-5.738.914
2016	18.606.478	18.318.017	36.924.495	288.461
2017	19.227.515	24.380.630	43.608.145	-5.153.115
2018 (6 Aylık)	10.287.075	10.982.885	21.269.960	-695.810

Kaynak: TÜİK, 2018 Verileri Geçicidir.

9. İKİ ÜLKE ARASINDAKİ ANLAŞMA VE PROTOKOLLER

ANLAŞMA ADI	İMZA TARİHİ
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	11.03.2000

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü

10. PAZAR İLE İLGİLİ BİLGİLER

AMBALAJ, PAKETLEME VE ETİKETLEME

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 paketlenme 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

2018 YILINDA ALMANYA'DAKİ FUARLAR

- ❖ **Fuar Adı:** HEIMTEXTIL
Tarih: 07–12 OCAK 2018
Yer: Frankfurt / ALMANYA
Sektör: Ev Tekstili
Web Adresi: www.heimtextil.messefrankfurt.com
- ❖ **Fuar Adı:** IMM COLOGNE
Tarih: 15 – 21 OCAK 2018
Yer: Köln / ALMANYA
Sektör: Ev Tekstili, Mobilya, Mimarlık, İnşaat
Web Adresi: www.imm-cologne.com/imm
- ❖ **Fuar Adı:** DIDACTA
Tarih: 20–24 ŞUBAT 2018
Yer: Hannover / ALMANYA
Sektör: Eğitim - Öğretim
Web Adresi: www.didacta-hannover.de
- ❖ **Fuar Adı:** METAV
Tarih: 20 – 24 ŞUBAT 2018
Yer: Düsseldorf / ALMANYA
Sektör: Metal İşleme ve Teknolojileri
Web Adresi: <https://www.metav.com>
- ❖ **Fuar Adı:** CEBIT
Tarih: 11 – 15 HAZİRAN 2018
Yer: Hannover / ALMANYA
Sektör: İletişim Teknolojileri, Yazılımları ve Yenilikleri
Web Adresi: <https://www.cebit.de>
- ❖ **Fuar Adı:** AUTOMECHANIKA
Tarih: 11–15 EYLÜL 2018
Yer: Frankfurt / ALMANYA
Sektör: Otomotiv
Web Adresi: www.automechanika.messefrankfurt.com

11. İŞADAMLARININ PAZARDA DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR

GENEL BİLGİLER

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.

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 değildirlir. 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 katılmasında 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 de 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.

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 toplumu 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.

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 2-3 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. İş görüşmeleri genelde şirket binasında yapılır.

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.

Firmalarımız birlikte çalıştıkları Alman şirketini kendi mekânında (Almanya'da) ziyaret ediyor ve bizim onlar Türkiye'ye geldiklerinde gösterdiğimiz kadar ilgi ve misafirperverliği göremiyorlarsa; bunun yanlış anlaşılması ve hemen negatif değerlendirilmemesi gerekir. Bu, Alman iş kültüründe doğal karşılanabilecek bir durumdur.

Almanlar talep ettiklerini, zamanında almaya çok düşkündürler. Siparişlerin vs. zamanında teslimi çok önemlidir. Gecikmeler için hemen cezai şartlar uygulanabilir (fiyat indirimi, malı teslim almama vb.). Firmalarımızdan istenenler (örneğin numune vb.) herhangi bir sebepten dolayı zamanında gönderilemiyorsa, hemen Alman tarafın e-mail vb. yollarla haberdar edilmesi gerekiyor. Verilebilecek olumsuz bir haberin dahi, haber vermemekten daha pozitif karşılanabilir (makul gerekçeler gösterildikçe).

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.

• PARA KULLANIMI

Alman markı 2002 yılında kaldırılmış ve Almanya Euro'ya geçmiştir.

• PASAPORT VE VİZE İŞLEMLERİ

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, dökümanlar 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.

• RESMİ TATİLLER VE ÇALIŞMA SAATLERİ

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 arası 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.

Almanya'daki tatil günleri için Feiertage.net internet sayfasına başvurulabilir.

• YEREL SAAT

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

• İKLİM

Almanya ılıman bir iklime sahiptir. Frankfurt hava koşulları: En

sıcak ay : Temmuz (15-20 °C)

En soğuk ay : Ocak (-1-3 °C)

Enkuru ay: Şubat(40mmaylık ortalama yağış) En

yağışlı ay : Haziran (7mmaylık ortalama yağış)

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

12. SWOT ANALİZİ

GÜÇLÜ YANLAR

- Gelişmiş ekonomi (Dünya’da 3. Sırada, Avrupa Birliği ülkelerinde 1. Sırada)
- Yüksek teknoloji ve İnovasyon
- Lokasyon (Avrupa’nın merkezinde 9 farklı ülkeye sınırdaş olması)
- Ulaşım - Transfer (Bir çok otoban, tren ve havayolu imkanı olması)
- Personel ve çalışanların genel anlamda disiplinli ve iyi eğitilmiş olmaları
- Düşük Yolsuzluk

ZAYIF YANLAR

- Dünya’da en yüksek maaşlı çalışanların bulunduğu ülke
- Oldukça yüksek vergi oranları
- İş anlaşmalarında pazarlık konularında ve yeni fikirler hakkında çok az değişiklik yapılabilmesi
- İthalat yerine ihracat odaklı olmaları

FIRSATLAR

- Türk asıllı vatandaşların fazla olması ve Türk-Almanya iş birliğine dayalı kurum ve derneklerin var olması
- Teknolojik ürünlerin üretiminde lider olmaları
- Çok geniş ve açık pazara sahip olmaları
- Yatırım yapılabilecek en iyi ülkeler arasında dünyada 5. Sırada olmaları (S&P kredi notu AAA)
- Üretim ve teknoloji tecrübeli ve kalifiye olmaları

TEHDİTLER

- Euro kaynaklı problemler
- Avrupa Birliğinde gelişmekte olan diğer ülkelerin rekabetçi yapıları

13. YARARLI ADRESLER

T.C. ALMANYA ANKARA BÜYÜKELÇİLİĞİ

Adres: Atatürk Bulvarı 114 06690 Kavaklıdere - Ankara

Telefon: +90 312 4555 100 (santral)

Fax: +90 312 4555 100

E-posta: www.tuerkei.diplo.de

MUNİH TİCARET ATAŞELİĞİ

Adres: Generalkonsulat der Republik Türkei Goethe Strasse 10 80336 München / DEUTSCHLAND

Telefon: 0049- 89 54344316

Fax: 0049- 89 54344317

E-posta: munih@ekonomi.gov.tr

BERLİN TİCARET ATAŞELİĞİ

Adres: Türkische Botschaft Handelsabteilung Tiergartenstr. 19-21 10785 BERLIN / DEUTSCHLAND

Telefon: 00 49 30 / 278 98 030

Fax: 00 49 30 /278 98 040

E-posta: berlin@ekonomi.gov.tr

Alman - Türk Ticaret ve Sanayi Odası

Adres: Yeniköy Cad. No. 88 TR-34457 Tarabya - Istanbul

Telefon: +90 (212) 363 05 00

Faks: +90(212)3630560

E-posta: info(at)dtr-ihk.de

German Chambers of Commerce and Industry (DIHK)

Adres: Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. Breite Straße 29 / 10178 Berlin

Telefon: (61)(3) 9387 3177

Faks: (61)(3) 9387 3188

E-posta: bestellservice@verlag.dihk.de

Germany Federal Foreign Office

Adres: Auswärtiges Amt D-11013 Berlin

Telefon: +49-3018-17-2000

Faks: +49-3018-17-3402

Web: <http://www.auswaertiges-amt.de>

14. AMBIANTE FUARI

AMBIANTE INTERNATIONAL FRANKFURTER MESSE

Yer: Frankfurt /Germany

Sektör: Mutfak Eşyaları

Toplam Katılımcı: 4.500

Türk Katılımcı: 150

Toplam Ziyaretçi Sayısı: 150.000

Fuar web bağlantısı: www.ambiente.messefrankfurt.com

“AMBIENTE – Internationale Frankfurter Messe Almanya’nın Frankfurt şehrinde düzenlenen ve ev/mutfak eşyaları, dekorasyon, hediyelik ürünler ve aydınlatma konularında sektörün en önemli fuarlarından birisidir. Kaliteli ve nitelikli organizasyonu, uluslararası katılımcı ve ziyaretçisi ile fuarcılık sektöründe önemli bir yere sahip Almanya’da 50 yılı aşkın süredir düzenlenen Ambiente Fuarı, sektörün önde gelen firmalarının ve ülkelerinin katılım gösterdikleri, tüm firmaların yeni ürünlerini piyasaya sundukları, sektörü ve rakiplerini izleme fırsatı buldukları, konusunun en önemli fuarlarından biridir.

Ambiente fuarı, 366.637 m2 sergileme alanı bulunan Frankfurt Fuar Merkezi’nde düzenlenmektedir. 11 adet çok katlı salondan oluşan fuar merkezinde, holler arası ulaşım “Via-Mobile” olarak isimlendirilen yaklaşık 1,3 km uzunluğunda bir yürüyen bant sistemi ile kolaylaştırılmıştır. Fuar alanında ayrıca, kısmen sergileme alanı olarak ayrılmış Galleria bölümü, idari büroların yer aldığı Torhaus ile toplantı salonları, restoranlar, basın merkezi, katılımcıların ikili görüşme yapabilecekleri odalar, simultane tercüme imkân sağlayan 20 konferans salonu, basın merkezleri ve diğer servis üniteleri bulunmaktadır.

Ambiente fuarında sergilenen ürünler Dining - World of Table, Kitchen & Houseware (Mutfak gereçleri, yemek pişirme ekipmanları, çatal, bıçak, kaşık, porselen, cam ve seramik v.b.- sofra üstü ürünler), Giving - World of Gifts Unlimited (Mücevher, takı ve hediyelik eşya) ve Living - World of Interiors (Mobilya ve iç dekorasyon ürünleri) olmak üzere 3 ana başlık altında toplanmaktadır.

Sektörün önde gelen firmalarının yeni ürün ve tasarımlarını ilk olarak piyasaya sundukları Ambiente Fuarı katılımcı ve ziyaretçisiyle uluslararası katılımın en yüksek oranda gerçekleştiği tüketim malları fuarlarından biridir ve tüm dünyadan önemli alıcılar tarafından ziyaret edilmektedir.

Ambiente Fuarı, Avrupa Birliği pazarında yer almak isteyen firmalarımız açısından yer alınması gereken bir fuar niteliğindedir. Sektörün en önde gelen firmalarının ve ülkelerinin en yeni ürünlerini ilk kez tanıttıkları ve sektörün önemli alıcıları ve ithalatçı ülkelerinin mutlaka ziyaret ettikleri Ambiente 10 fuarında yer alan Türkiye milli katılımımız büyük bir önem taşımaktadır. Ülkemizdeki mutfak eşyaları sektörünün en önemli ihracatçısı durumundaki Kütahya’da da Ambiente Fuarı’na duyulan ilgi oldukça büyüktür. Kütahya Porselen, Güral Porselen, Keramika ve LAV gibi firmalarımız ürünlerini sergilemek üzere Ambiente Fuarı’na katılan öncü firmalar arasındadırlar. Bu firmalarımızın dışında da ihracata yönelmek isteyen birçok firmamız fuarda yer almaktadır.

15. KAYNAKÇA

1. Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi – www.ekonomi.gov.tr
2. Trademap – www.trademap.org
3. TUIK – Türkiye İstatistik Kurumu
4. <https://www.mindomo.com/mindmap/germany-swot-analysis-477c5ca2986f487aa6710be56cf260d8>
5. Uludağ İhracatçı Birlikleri

AMBIENTE FUARI DEĞERLENDİRMESİ

Çimento ve Toprak Ürünleri sektöründe 18.UR-GE.012 kodlu Kütahya Çini ve Seramik İhracatını Geliştirme proje adı 30.03.2018 tarihinde URGE projemiz onaylanmıştır. Ticaret Bakanlığı ihracat genel müdürlüğüne Yurtdışı Pazarlama Faaliyet başvurusu yapılmış, proje değerlendirme komisyonunun 21/01/2020 tarihli toplantısında onaylanmıştır. 09-11 Şubat 2020 tarihlerinde Frankfurt/Almanya Ambiente fuar ziyareti 5 firma 10 kişi katılımında gerçekleştirilmiştir.

Faaliyet Tarihi: 09-11 Şubat 2020

Fatura Tarihi: 27 Şubat 2020

Fatura Tutarı: 43.151,5 TL

%75 Destek Tutarı: 32.363,53 TL

Ambiente fuarında diğer birçok alanda olduğu Covid-19 tan ve etkilenmiş olsa da katılımcılarımız açısından verimli geçtiği söylenebilir.

Dünyanın en büyük tüketim malları fuarı, 93 ülkeden 4.635 katılımcıya ulaştı (2019'da 92 ülkeden 4.460 katılımcı), 310.240 brüt m²'yi kapladı. Ambiente, koronavirüsün seyahat üzerindeki etkisinden etkilenen ilk önde gelen ticaret fuarı oldu. Açıkça göze çarpan bir diğer faktör ise Storm Ciara'ydı. Storm Ciara, Şubat 2020'nin başlarında bir haftadan daha kısa aralıklarla Birleşik Krallık ve İrlanda'yı en yüksek yoğunlukta etkileyen bir çift Avrupa rüzgar fırtınasının ilki olan güçlü ve uzun ömürlü bir doğa dışı kasırgaydı ve onu bir hafta sonra Storm Dennis izledi. Ancak salonlardaki işler beklendiği kadar sıkıntı çıkmadı trendler ve yeni ürünler çok sayıda siparişler verildi. Bununla birlikte, katılımcılar, ziyaretçiler arasındaki güçlü belirsizlik duygusu dolayısıyla çok fazla perakende kanalının olmaması nedeniyle hayal kırıklığına yarattı. Yine de Frankfurt'a seyahat edenler olağanüstü bir pazar ortamından yararlandı. Toplamda, yaklaşık 160 ülkeden (2019'da 167 ülkeden 136.081 alıcı) Ambiente'ye yaklaşık 108.000 alıcı geldi, yeni koleksiyonları için ürünler satın almak istedi. ziyaretçilerin yüzde 62'si Almanya dışındaki ülkelere geldi. Ziyaretçi sayısındaki düşüşün önemli bir nedeni, koronavirüsün etkisiydi. Pek çok Alman ve uluslararası perakende şirketi ve aslında büyük şirketler, işgücünün seyahat etmesini yasaklamıştı. Ayrıca Pazar gününden itibaren Almanya ve Avrupa'da hava ve demiryolu trafiği zaman zaman tamamen felç oldu. Organizatör firma tarafından açıklanan rapora göre, ziyaretçiler arasında memnuniyet oranları yüzde 95 gibi sağlam bir seviyede kalmaya devam etti. Olağandışı durum nedeniyle, ilk on ziyaretçi ülke arasında gözle görülür değişimler gözlemlenebilir. Almanya'dan sonra İtalya, Fransa, Hollanda, İspanya, İngiltere, Türkiye,

ABD, Rusya, Japonya ve Çin oldu. Bu yıl Estonya, Japonya, Ürdün, Kolombiya, Romanya ve Türkiye'den gelen ziyaretçi sayısında artış gözlemlendi.

KUTSO organizasyonunda 10 üyemiz fuara katılım göstermiş olup katılımcılara fuar hakkındaki görüşleri alınmıştır. Katılımcı firmalarımız Çini ve seramik sektörlerinde alınan geribildirimlere göre,

Memnuniyet Anketleri

Genel Memnuniyet



Gelecek Sene Katılım



Fuarın Beklentileri Karşılama düzeyi



Fuardan nasıl faydalandınız?

Satış bağlantıları yaptım %40

Katılımcı firmalardan bağlantı sağladım %80

İyi bir tanıtım oldu %60

Acente Bayi bağlantısı yaptım %30

Diğer %0

Anket sonuçlarına genel olarak değerlendirildiğinde özellik covid-19 başlangıcı ve bir takım önceden değerlendirilemeyen olumsuzluk gerçekleşmesine rağmen katılımcılarımız oldukça memnun bir fuar geçirdiği anlaşılmaktadır.