

Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

ALMANYA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ

HAZİRAN 2008

2007 DTM BİLGİ SİSTEMİ VERİLERİ
İLE REVİZE EDİLMİŞTİR

Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

ALMANYA

İÇİNDEKİLER

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	1
Giriş.....	1
Temel Ekonomik Göstergeler.....	3
Alman Sanayiinin Genel Görünümü.....	4
Nüfus Yapısı.....	5
Ekonomi.....	6
II. ALMANYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON PAZARI VE PAZARA GİRİŞ.....	8
Almanya Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii.....	8
Almanya’da Teknik Tekstil.....	9
Almanya Hazırgiyim Perakende Sektörü ve Dağıtım Kanalları.....	10
Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama.....	14
Alman İş Kültürünün Temel Noktaları.....	18
Çalışma Uygulamaları.....	18
İş İlişkileri.....	18
Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar.....	19
III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ.....	20
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat.....	20
En Çok İhraç Edilen Ürünler.....	20
En Çok İthal Edilen Ürünler.....	21
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler.....	22
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler.....	23
IV. ALMANYA’NIN TEKSTİL VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ.....	24
Almanya’nın Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	24
Tekstil, Konfeksiyon, Deri-Deri Mamülleri ve Halı İhracatı.....	28
Tekstil, Konfeksiyon, Deri-Deri Mamülleri ve Halı İthalatı.....	29
En Çok Tekstil İthal Edilen Ülkeler.....	29
Almanya’nın En Çok İthal Ettiği Tekstil Ürünleri.....	30
En Çok Konfeksiyon İthal Edilen Ülkeler.....	31
Almanya’nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim Ürünleri.....	32
V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ.....	34
Türkiye - Almanya Genel Dış Ticaret.....	34
Türkiye – Almanya Konfeksiyon Dış Ticareti.....	39
Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti.....	43
Türkiye’nin Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Almanya’nın Yeri.....	46
VI. FAYDALI ADRESLER.....	51
VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	56

Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

ALMANYA

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Giriş

83 milyonluk nüfusu ve yıllık 1 trilyon doları aşan ihracat performansı ile ABD ve Japonya ile birlikte Dünya'nın en önemli sanayileşmiş ülkeleri arasında kabul edilen Almanya, 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. 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.

Almanya, Avrupa Birliği'nin lider ülkesi ve en büyük pazarı konumundadır. Ekonomideki bu performans özellikle dış ticaret sayesinde elde edilmiştir. Almanya 'G8' diye adlandırılan ve yılda bir kez Dünya'nın en zengin ülkelerinin liderlerini bir araya getiren, topluluğun üyesidir (ABD, Japonya, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya, Kanada ve Rusya). Ayrıca, Almanya yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracatındaki en önemli pazarlardan biri olma özelliğini taşımaktadır.

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 Anayasa'nın Federal Meclis'e bıraktığı alanın dışında Eyalet Meclisleri de yasama yetkisine sahiptirler.

Yürütme yetkisi Federal Hükümet'e aittir. Hükümet Başkanı, Cumhurbaşkanı'nın önerisi üzerine Federal Meclis tarafından seçilir. Hükümet üyeleri ise, Başbakan'ın önerisi üzerine Cumhurbaşkanı tarafından atanır veya azledilirler. Federal Cumhurbaşkanı beş yıllığına Federal Meclis Genel Kurulu tarafından seçilir. Daha çok sembolik bir pozisyonda olan Federal Cumhurbaşkanı, ülkeyi temsil eder ve yasa ile başka türlü düzenlenmedikçe federal yargıç ve memurları atar.

Türk-Alman ilişkilerinin tarihi, 800 yıl öncesine kadar uzanmaktadır. 1500'lü yıllarda Kanuni Sultan Süleyman zamanında başlayan ilişkiler, 1761 yılında Osmanlı İmparatorluğu ile Prusya Krallığı arasında bir "Barış ve Dostluk Anlaşması" imzalanması ile pekiştirilmiştir.

19. yüzyıl, Türk-Alman ilişkilerinde yeni bir dönemin başlangıcı sayılır. Uzun bir geçmişe sahip olan ikili siyasi ilişkiler, bu dönemde askeri ve teknik işbirliğine dönüşmüş ve zamanla kültürel ve ticari alanlara da yayılmıştır.

30 Ekim 1961 tarihinde Almanya ile Türkiye arasında imzalanan "Türk işçilerinin Almanya Federal Cumhuriyeti'ne Gönderilmesine Dair Anlaşma" ile iki ülke arasındaki ilişkilerde yeni bir dönem başlamış ve Türk işçileri çalışmak üzere Almanya'ya gitmeye başlamışlardır. Akabinde 1964 yılında Sosyal Güvenlik Anlaşması imzalanmıştır. Türk işçileri 1973 yılına, yani Almanya'nın yurtdışından işçi alımını durdurduğunu açıklamasına kadar çalışmak üzere Almanya'ya gitmişlerdir. 1967 yılında Almanya'daki Türk nüfusu 150 bin civarında iken günümüzde bu rakam 2.3 milyona ulaşmış durumdadır.

Türkiye-Almanya ticari ilişkilerine yakından bakıldığında, 2007 yılında Almanya'ya ihracatımızın % 23,8 oranında artarak 12 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Almanya'nın genel ihracatımızdaki payı ise %11,2'dir.

İki ülke arasındaki ticari ilişkiler ithalat boyutuyla ele alındığında ise, 2007 yılında Türkiye'nin Almanya'dan genel ithalatının % 18,8 oranında artarak 17,5 milyar dolara ulaştığı görülmektedir.

Temel Ekonomik Göstergeler

Almanya Dünya'nın üçüncü büyük sanayisine sahiptir. Gelişmiş ülkelerin aksine Alman ekonomisinin temeli, üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Sanayi sektörü Almanya gayri safi milli hasılasının %30'unu oluşturmaktadır. Almanya Dünya'nın en önemli çelik, çimento, kimyasal maddeler, makina, taşıt araçları, elektronik üreticisi ülkesidir. Ülke, 2007 yılı verileri itibariyle; 83 milyonluk nüfusu ve 2,8 trilyon dolara ulaşan GSYİH ile büyük bir ticari güç konumundadır. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Almanya ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

Başkenti	Berlin
Yüzölçümü	357,021 km²
Nüfusu	83 milyon (2007)
Ortalama Yaşam Süresi	79.1 yıl
Para Birimi	Euro (€)
GSYİH (Satın Alma Paritesi)	2,8 trilyon \$ (2007)
Kişi Başına Düşen GSYİH	34,200 \$ (2007)
GSYİH Büyüme Hızı	% 2,6 (2007)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 1 Sanayi % 29 Hizmet % 70
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 2,8 Sanayi % 33,4 Hizmet % 63,8
Başlıca İhracat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, kimyasal ürünler, demir-çelik, gıda, tekstil.
Başlıca İthalat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, gıda, demir-çelik, kimyasal ürünler, tekstil.
Karayolları	231.581km
Demiryolları	47.201km
Havaalanı Sayısı	554 adet

Alman Sanayinin Genel Görünümü

Tüm batılı sanayi ülkelerinde olduğu gibi, Almanya'nın sanayii de yıllardır yapısal bir dönüşüm geçirmektedir. Sanayinin önemi eskiye oranla azalırken, hizmet sektörü sanayinin yerini almaktadır. Yine de sanayi, Alman ekonomisinin en önemli sektörü olmayı sürdürmekte ve ABD gibi büyük sanayi ülkelerine göre daha geniş bir temel üzerinde yükselmektedir. Almanya'da çalışanların yaklaşık 10 milyonu sanayide istihdam edilmektedir. En önemli sanayi alt sektörleri, sırasıyla otomotiv (227 milyar euro ciro, 777.000 çalışan), elektroteknik (152 milyar euro ciro, 799.000 çalışan), makina sanayisi (142 milyar euro ciro, 868.000 çalışan) ve kimya sanayisidir (113 milyar euro ciro, 429.000 çalışan).

Geleneksel sanayi kolları arasında yer alan tekstil ya da demir-çelik sanayii gibi alanlarda son dönemlerde, pazarların küçülmesi ve düşük ücret uygulanan ülkelerin rekabeti dolayısıyla büyük gerilemeler kaydedilmiştir. Buna paralel olarak, örneğin ilaç sanayisinde olduğu gibi, Alman kökenli firmaların yabancı firmalarla yaptıkları evliliklerle veya firmanın yabancılar tarafından satın alınmasıyla, mülkiyet kısmen veya tamamen yabancı firmalara geçmiştir.

Alman ekonomisinin uluslararası rekabet gücünü, sadece büyük kuruluşlar değil, bunlardan daha da önemlisi on binlerce küçük ve orta ölçekli işletme (500 çalışana kadar) sağlamaktadır. Özellikle makina sanayii ve yan sanayide olduğu gibi gelecek vaat eden ve çoklukla firma kümeleşmesi (cluster) denen yapıda (aynı sektörde faaliyetlerde bulunan firmaların ve diğer kuruluşların aynı merkezde yoğunlaşması biçiminde) organize olan nanoteknoloji ve biyoteknoloji gibi alanlarda da orta ölçekli işletmeler ön plana çıkmaktadır. Orta ölçekli işletmeler, 20 milyondan fazla kişiyi istihdam ederek açık arayla en büyük işveren konumundadır. Sanayinin "amiral gemisi" niteliği kazanmış olan makina sanayisinde, firmaların çoğunluğu 200'den az çalışan istihdam etmesine karşın, Alman makina sanayisi, Dünya'nın ihtiyaç duyduğu makina donanımlarını en yüksek kalitede üretmektedir. Bu alanda Almanya, Dünya ticaretindeki % 19,3'lük payla lider konumdadır.

Tekstil makineleri üretiminde de Almanya Dünya'nın en önemli üretici ve ihracatçı ülkelerinden biridir. Almanya'nın tekstil makinesi ihracatı 2006 yılında % 6,9 artarak 3,6 milyar euro'ya ulaşmıştır.

Almanya 2006 yılında Çin'e (Hong Kong dahil) 953 milyon euro değerinde tekstil makinesi satmıştır. Bu makinelerin % 52'si örme, % 34'ü iplik, % 10'u terbiye, % 4'ü ise dokuma makinelerinden oluşmuştur.

Almanya'nın en önemli sektörlerinden biri de otomotivdir. Her yedi çalışandan biri bu sektörde istihdam edilmekte, ihracatın % 40'ı bu sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Almanya altı üretici firma olan Volkswagen, Audi, BMW, Daimler Chrysler, Porsche ve Opel (General-Motors) ile Japonya ve ABD'yle birlikte en büyük 3 otomobil üreticisinden biridir. Her yıl Almanya'daki üretim bantlarından yaklaşık 6 milyon otomobil geçmekte, Alman firmaları yurtdışında da 4,8 milyon araç üretmektedirler.

Son derece yüksek bir dinamizme sahip olan Almanya hizmet sektöründe ise yaklaşık 28 milyon kişi çalışmaktadır. 12 milyon kişi özel ve kamu hizmet şirketlerinde çalışırken yaklaşık 10 milyon kişi ticaret, turizm ve taşımacılıkta, altı milyon kişi de finans, kiralama ve şirket hizmetlerinde çalışmaktadır. Bu sektördeki KOBİ'lerin payı % 40 civarındadır.

Çin ve Hindistan gibi Asya'nın atılım halindeki ülkeleriyle Almanya arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin önemi de her geçen gün artmaktadır. Günümüzde hızlı büyüyen tüm ülkeler, zengin ülkelerle aralarındaki farkı kapatacak rekabet avantajlarına sahiptir. Alman dış ticaret politikası da bu olguyu dikkate alarak şekillenmektedir. Nitekim uluslararası ticari bağlantılarını güçlendirmeden, Almanya'nın modern bir sanayi ülkesi olma konumunu koruması mümkün değildir. Aynı zamanda bu gelişme Almanya'nın önüne yeni zorluklar da çıkarmaktadır. Bu bağlamda Alman ekonomisi, ekonomi politikasının yanısıra ücret artışlarının sınırlandırılması sayesinde rekabet gücünü artırmayı başarmıştır.

Nüfus Yapısı

2007 yılı verilerine göre Almanya'da 83 milyon kişi yaşamaktadır. Toplam nüfusun %20'si 65 yaşın üzerinde, %66'sı 15-64 yaş, %14'ü 0-14 yaş aralığındadır. Toplam nüfusun % 88'i şehirlerde ya da banliyölerde yaşamaktadır. Kilometrekarede 231 kişi yaşamaktadır. Almanya'da nüfusu 100 binin üzerinde olan 90 büyük şehir bulunmaktadır. Büyük şehirlerinden bazıları; Berlin, Hamburg, Münih, Frankfurt ve Köln'dür.

Almanya Federal İstatistik Dairesi'ne göre Almanya'da yaşlı ve genç nüfus arasındaki fark büyüyecektir. 2050 yılında nüfusun

yarısından fazlası 48 yaşın üstünde, nüfusun üçte biri 60 yaşında ya da daha yaşlı olacaktır. Almanya'nın genel nüfusunun, diğer ülkelerden göçlere rağmen 2013 yılından itibaren azalması öngörülmektedir.

Kadın başına 1,4 çocuk doğum oranı nedeniyle genç yaş grupları, örneğin 50 yaşına kadar olan nüfusun sayıları düşük seyredeceği tahmin edilmekte ve Almanya'da uzun yıllardan beri ölenlerin sayısının doğanlardan fazla olması, nüfusun azalmasındaki en büyük etken sayılmaktadır.

Şu an yönetimde olan Almanya Başbakanı Angela Merkel'in açıkladığı planları arasında, düşük doğum oranını yükseltmek ve doğum yapan kadınların çalışmaya devam etmelerini kolaylaştırmak için çocuk bakım merkezleri sayılarını hızlı bir biçimde arttırmak vardır. Ayrıca Almanya'da doğum yapan kadınlar son 12 ayda aldıkları ücretin belli bir oranını çalışmadan da alabilmektedir. Bu teşviklerin etkisiyle Almanya'daki doğum oranının bir miktar artması beklenebilir.

Ekonomi

En gelişmiş sanayi ülkelerinden biri olan Almanya, ABD ve Japonya'nın ardından en büyük ulusal ekonomi konumundadır. 83 milyonluk nüfusuyla da Avrupa Birliği'nin (AB) en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.

Alman ekonomisi 2001 ile 2005 arası sıkıntılı bir dönemden geçtikten sonra son iki yıllık dönemde nispeten toparlanmıştır. Asya ve Rusya krizlerinden sonra 2001 yılında % 1,2, 2002 yılında ise sadece % 0,1 büyüeyebilen Alman ekonomisi, 2003 yılında ise % 0.2 oranında küçülmüştür. Üç yıllık duraklama döneminden sonra yüksek dış talebin de etkisiyle hareketlenen ekonomi, 2004 yılında % 1.3 büyürken 2005 yılında ise %1 civarında bir büyüme gerçekleştirmiştir. 2006 yılında % 2,9, 2007 yılında ise % 2,6 oranında büyüyen Alman ekonomisinin 2008 büyüme oranı ise OECD tarafından % 1,9 olarak tahmin edilmektedir.

2007 yılının başından itibaren artan KDV oranının etkisiyle tüketiciler, 2007 yılında yapacak oldukları bir takım harcamaları öne çekerek 2006 yıl sonuna kadar yapmışlardır. Bu durumda 2007 yılındaki özel tüketim harcamalarının 2006 yılındaki seviyenin altında kalması tahmin edildiyse de, 2007 yılının mevcut verileri, özel tüketim harcamalarının, KDV oranlarının arttırılmasından beklenildiği kadar yüksek bir oranda etkilenmediğini ortaya koymaktadır. Güncel verilere

göre, Almanya ekonomisi bir toparlanma içerisinde. 2007 yılında işsizlik oranında ciddi bir düşme gerçekleşmiş ve özel tüketim harcamaları beklenenden yüksek çıkmıştır. 2007 yılında GSYİH'nin tahminlerin üzerinde gerçekleşerek % 2,6 oranında artması da 2007 yılının Alman ekonomisi için hiç de kötü geçmediğini göstermektedir.

Almanya'nın dış ticaret verileri de 2007 yılında olumlu gelişmeler göstermiştir. Bu dönemde ülkenin toplam ihracatı 1,3 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Sözkonusu dönemde toplam ithalat ise 1,1 trilyon dolar olmuştur.

Öte yandan, uzmanlara göre, 2008 yılı için Alman ekonomisinde sıkıntıların artacağı da kaçınılmaz görünmektedir. Öncelikle, 2007 yılının son aylarında dolar karşısında hızlı bir artış göstererek tarihi zirveleri gören Euro'nun aşırı değerli hale gelmesinin, şu ana kadar ciddi bir olumsuz etkiye yol açmasa da, orta vadede Alman ekonomisinin en önemli sacayağı olan ihracatını olumsuz etkilemesi olasıdır. Bunun ötesinde, yılın başında perakende KDV oranlarının % 19'a çıkmasının 2007 yılı ilk dokuz aylık döneminde genel tüketime ciddi derecede olumsuz etkisi olmadıysa da, artan enerji fiyatlarıyla birlikte bu yılın son çeyreği ve özellikle 2008 yılında, 2006 ve 2007'ye göre yavaşlaması beklenen ekonomik büyüme ile paralel olarak tüketim harcamalarında da yavaşlama beklenmektedir.

II. ALMANYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON PAZARI VE PAZARA GİRİŞ

Almanya Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii

Almanya'daki tekstil ve konfeksiyon sektöründe esasen küçük ve orta ölçekli işletmeler mevcuttur. Buna göre, toplam ciroları 500 milyon euro'ya kadar olanlar ve toplam çalışan sayısı 250 kişiden az olanlar, KOBİ olarak kabul edilmektedir. Almanya tekstil sanayisinde faaliyet gösteren firmaların yaklaşık %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir. Bu firmalar Almanya tekstil sanayisinin toplam cirosunun %60'ını gerçekleştirmektedir. Hazırgiyim sektöründe de tablo buna benzerdir. Hazırgiyim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir ve KOBİ olarak sınıflanmaktadır. Bu firmalar hazırgiyim sektörünün toplam cirosunun %59'unu gerçekleştirmektedir.

Almanya tekstil ve konfeksiyon sanayii de bir dönüşüm içerisindedir. 2004 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren 880 firmada 95.000 kişi, hazırgiyim sektöründeki 408 firmada ise 45.000 kişi çalışmaktaydı. 2006 yılı verilerine göre ise tekstilde 82.638, hazırgiyimde 41.001 kişi çalışmaktadır.

Bu dönüşümün arkasında, üretim merkezlerinin daha düşük emek maliyetlerinin bulunduğu ülkelere kayarak, Almanya'daki pazar paylarını garanti altına almaları yatmaktadır. Almanya'da söz konusu sektörlerdeki değişime enerji, işçilik ve vergilerdeki yüksek maliyetler neden olmaktadır.

Almanya Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü 2006			
	Tekstil Sektörü	Hazırgiyim Sektörü	Tekstil + Hazırgiyim
<i>İşletme Sayısı</i>	922	415	1337
<i>Çalışan Sayısı</i>	82.638	41.001	123.639
<i>Geçen Yıla Göre Sipariş Giriş (%)</i>	-5	-2	-4,1
<i>Geçen Yıla göre Üretim (%)</i>	-1,1	-14,5	-5

Kaynak : Konjunkturübersicht 2006, Gesamtverband textil+mode

Almanya'da Teknik Tekstil

Global pazarlardaki büyük rekabet dolayısıyla, bugün 2,5 milyon kişinin tekstil ve konfeksiyon sektöründe istihdam edildiği AB ülkelerinde, konvansiyonel tekstil ve konfeksiyon ürünlerinden katma değeri daha yüksek olan, bilgi yoğun ve fonksiyonel teknik tekstillere ve nano teknoloji ürünlerine doğru keskin bir yönelim sözkonusudur. Avrupa tekstil ve konfeksiyon sanayiinin geçirmekte olduğu değişim sebebiyle, 1995 yılından bu yana dünyada teknik tekstil üretimi artmaktadır ve 2007 yılı itibariyle artış trendi devam etmektedir. Sadece Avrupa'da 20,5 milyar dolar değerinde bir teknik tekstil pazarı sözkonusudur. Tıptan havacılığa, tarımdan otomotive, inşaattan nakliye çeşitli alanlarda kullanılan teknik tekstiller bugün insan hayatına çok yönlü olarak yerleşmiş durumdadırlar.

Almanya gerek teknik tekstil üretimi ve kullanımını gerekse bu konudaki bilimsel çalışmaları ile ABD, Japonya, İngiltere'nin yanısıra dünyanın önde gelen ülkelerinden biri durumundadır. Bugün Almanya, Avusturya, İsviçre gibi Avrupa ülkelerinde teknik tekstil materyallerinin pazarda ağırlığı %40'ı geçmiş durumdadır.

Almanya'nın teknik tekstiller konusundaki iddiasına paralel olarak 1986 yılından bu yana iki yılda bir fuar organizatörü Messe Frankfurt tarafından teknik tekstil ve nonwoven fuarı düzenlenmekte, dünyanın dört bir yanından büyük ziyaretçi kitlesi çeken bu fuarda Almanya'nın teknik tekstilde geldiği yüksek seviye açıkça görülebilmektedir.

Ülkede Denkendorf Tekstil Enstitüsü, Chemnitz Tekstil Enstitüsü, Dresden Teknik Üniversitesi, Aachen Tekstil Enstitüsü gibi bir çok üniversite, araştırma laboratuvarı ve enstitü, Karl Mayer gibi Alman tekstil makinası üreticileri münferit veya üniversite/enstitü – sanayi işbirliği ile teknik tekstil, nanoteknoloji gibi konularda uzun soluklu araştırmalar yapmakta ve bunları da uluslararası sempozyumlarda ortaya koymaktadırlar.

Tekstil yüzeylerine atmosferik plazma işlemleri uygulanması, az miktarda tozu dahi tutabilen filtreler, karbon ve cam liflerinin kullanımı, iki ve üç boyutlu tekstil üretim teknolojileri, kompozit lifler ile plastiklerin takviyesi, örme teknolojisi ile tekstil materyallerinin ön şekillendirilmesi, hafif, gürültü ve darbeye dayanıklı, enerji absorblayabilen, ısı yalıtımı sağlayabilen materyaller için çelik ve tekstil kombinasyonları gibi konular halen Alman bilimadamlarının üzerinde çalıştıkları konular olarak verilebilir.

Almanya Hazırgiyim Perakende Sektörü ve Dağıtım Kanalları

Almanya hazır giyim perakende sektörü Avrupa'daki en büyük pazardır. Almanya'dan sonra sırasıyla İngiltere, Fransa ve İtalya gelmektedir. Almanya hazır giyim perakende pazarının büyüklüğünün 2006 yılında 50 milyar dolara yaklaştığı tahmin edilmektedir.

2001 yılından 2005 yılına kadar ülkedeki olumsuz ekonomik konjonktürün de etkisiyle daralan hazır giyim perakende sektörü, 2006 yılında bir toparlanma içerisine girmiştir. Önümüzdeki 3 yıl içerisinde de sektörün büyümeye devam edeceği ve 2010 yılında 50 milyar doların üstünde bir pazar olacağı düşünülmektedir.

Diğer yandan, Almanya'da toplam tüketim içerisinde konfeksiyon mamüllerinin payı 2000 yılından 2005 yılına kadar olan altı yıllık zaman zarfında %5,1 düzeyinden %4,5'e gerilemiştir. Yıllar itibariyle, konfeksiyon mamüllerinin toplam tüketim içerisindeki payı, aşağıdaki tablodan izlenebilir.

Almanya'da Toplam Tüketim İçerisinde Konfeksiyon Mamüllerinin Payı	
Yıllar	Konfeksiyon Mamüllerinin Toplam Tüketim'de Payı
2000	5,1%
2001	5,1%
2002	4,8%
2003	4,6%
2004	4,6%
2005	4,5%

Kaynak: Eurostat

Almanya'da hazır giyim perakende sektörünün yapısındaki değişim, temel mağaza formatları itibariyle 2000 ve 2005 yılları karşılaştırmalı olarak aşağıda verilmektedir. Buna göre, bağımsız mağazaların hazır giyim perakende satışlarında payı azalırken, Hennes & Mauritz ve C & A gibi özellikli ürün satış zincirlerinin, Karstadt Quelle gibi çok katlı mağazaların, hipermarketlerin ve katalogla satış yapan mağazaların payları artmıştır.

Almanya'da Hazırgiyim Perakende Sektörünün Yapısı		
Mağaza Formatı	2000	2005
	% Pay	% Pay
Bağımsız mağazalar	39%	28%
Özellikli ürün satış zincirleri	26%	29%
Çok katlı mağazalar (Department store)	13%	14%
Hipermarketler	8%	14%
Katalogla sipariş alan mağazalar	14%	15%

Kaynak: *Textilwirtschaft*

2005 yılı itibariyle, Almanya'nın önde gelen özellikli ürün satış zincirlerinin (speciality chains) ciroları, %7 ile %23 arasında değişen oranlarda artış kaydetmiştir. Ülkenin önde gelen özellikli ürün satış zincirlerinin yıllık ciroları ve 2004 yılına göre hesaplanan değişimler aşağıdaki tablodan izlenebilir.

Almanya'nın Önde Gelen Özellikli Ürün Mağaza Zincirleri 2005		
Firma	Yıllık Ciro Milyon €	2004 / 05 Değişim %
Hennes & Mauritz	2.120	7,9
New Yorker	513	20,4
Esprit	490	22,5
Bonita	330	14
S.Oliver	114	11,8
Engbers	87	16
Buddelei	80	14

Kaynak: *Textilwirtschaft, 2006*

2005 yılında ülkenin önde gelen hipermarketlerinde yapılan konfeksiyon satışlarının büyüklüğü konusunda aşağıdaki tablo bir fikir verebilecektir.

Almanya'nın Önde Gelen Hipermarketleri ve Konfeksiyon Satışları 2005	
Firma	Konfeksiyon Satışları Milyon €
Metro	3.245
Tengelmann	1.244
Aldi / indirim mağazaları	1.095
Lidl / İndirim mağazaları	1.055
Rewe	545
Edeka	198
Globus	150

Kaynak: Textilwirtschaft, 2006

Almanya'nın en büyük tekstil ve konfeksiyon perakendecilerinde 2005 yılında yapılan tekstil ve konfeksiyon satışlarına ilişkin veriler, aşağıda yer almaktadır.

Almanya'nın En Büyük Tekstil ve Konfeksiyon Perakendecileri 2005		
Perakendeci	Mağaza Formatı	Teks / Konf. Satışları Milyon €
Karstadt Quelle	Çok katlı mağaza / katalogla sipariş	4.424
Otto Group	Katalogla satış	3.650
Metro (Kaufhof dahil)	Çok katlı mağaza / hipermarket	3.245
<i>3 Perakendeci Toplamı</i>		<i>11.319</i>
C & A	Özellikli ürün satış zinciri	2.700
Hennes & Mauritz	Özellikli ürün satış zinciri	2.120
<i>5 Perakendeci Toplamı</i>		<i>16.139</i>
Peek & Cloppenburg /Dusseldorf	Çok katlı mağaza	1.453
Tengelmann	Hipermarket	1.244
Aldi Gruppe	Hipermarket	1.095
Tchibo	Hipermarket	1.077
Lidl	Hipermarket	1.055
<i>10 Perakendeci Toplamı</i>	Hipermarket	<i>22.063</i>

Kaynak: Textilwirtschaft, 2006

Ürün grupları bazında Almanya hazır giyim perakende sektörü mercek altına alındığında, sektörün %53.3'ü kadın giyim ürünlerinden, %30'u erkek giyim ürünlerinden, %16.7'si çocuk giyim ürünlerinden oluşmaktadır.

Kadın giyim ürünlerinin 26 milyar dolar değerinde bir büyüklüğü vardır. 2010 yılına kadar bu rakamın 27 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu pazarın %44'ü elbise, etek, pantolon, %24'ü bluz ve benzeri ürünler, %21'i iç giyim ve gecelik, %11'i ise palto ve takım elbiselerden oluşmaktadır.

Almanya erkek giyim pazarının 2006 yılı büyüklüğü 14,5 milyar dolardır. Kadın giyim segmentine benzer bir büyüme oranı ile 2010 yılında pazar büyüklüğünün 15.2 milyar dolara ulaşacağı düşünülmektedir. Pazarın %43'ünü pantolonlar, %30'unu gömlekler, %16'sını iç giyim, %11'ini ise palto ve takım elbiseler oluşturmaktadır.

2005 yılında Alman tekstil ve giyim sektörü perakende satışlarının %54'ü bu sektörde faaliyet gösteren firmalarca, %46'sı ise perakendeci diğer firmalarca yapılmıştır. Almanya hazır giyim ve tekstil dağıtım kanallarına ayrıntılı olarak bakıldığında ise, ürünlerin %12,8'sinin büyük mağazalar, %14,4'ünün kataloglar ile, %13,1'inin ise gıda mağazaları yoluyla tüketiciye ulaştırıldığı görülmektedir.

Alman Tekstil ve Giyim Sektörü Perakende Dağıtım Kanalları ve Ciroları						
	2003		2004		2005	
	Milyar \$	%	Milyar \$	%	Milyar \$	%
Giyim	34	48,1	33	48,1	33	48,4
Tekstil	4	5,7	3,8	5,6	3,9	5,6
Sektör Firmaları Toplamı	38	53,7	36,8	53,7	36,9	54,0
Diğer Firmalar	32,7	46,3	31,8	46,3	31,5	46,0
GENEL TOPLAM	70,7	100,0	68,6	100,0	68,4	100,0

Kaynak : Alman Tekstil Perakendecileri Federal Derneği

1960'lı yıllarda Almanya hazır giyim perakende sektöründe küçük bağımsız mağazalar çok önemli bir rol oynamaktaydı. Bu mağazaların, toplam hazır giyim perakende sektöründeki payları %60'lar düzeyinde iken günümüzde %30'ların altına düşmüştür. Sadece 2003 yılında 4500 bağımsız tekstil ve hazır giyim mağazası kapanmıştır.

Alman Tekstil ve Giyim Sektörü Perakende Dağıtım Kanalları - Ayrıntılı -	
Dağıtım Kanalı	%
Büyük Mağazalar	12,8
Katalog Satış	14,4
Mobilya Mağazaları	2,6
Spor Mağazaları	2,4
Diğerleri/Gıda Mağazaları	13,1
Seyyar Satıcılar	0,7
Sektör Dışı Satıcılar	46
GENEL TOPLAM	100

Kaynak : Alman Tekstil Perakendecileri Federal Derneği

Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama

İhracat etkinlikleri planlanırken her pazarın kendine özgü kar merkezleri olduğu göz önünde bulundurulmalı ve buna göre değerlendirme yapılmalıdır. Bu yöntem izlendiğinde, bazı ihrac pazarlarının kesinlikle para kazandırmadığı, öte yandan bazılarının da oldukça karlı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Yeni pazarlara açılırken, şirketin ürün yelpazesi arasında kalitesi ve standartları ile yabancı pazarlarda tercih edilecek, talep görece ürünler seçilmelidir.

Yabancı bir ülkede ister üretime ister dağıtımına yönelik olsun, bir şirket kurmak, sermayeye ve personele dayalı bir girişimdir. Bu nedenle bu konularda etkin yabancı bir ortakla, işbirliği anlaşması çerçevesinde iş yapmakta yarar vardır. Bu ortak, bir ithalatçı, bir satış temsilcisi ya da ticari temsilci olabilir. Böyle bir ortaklığın sunduğu en büyük avantaj ortağınızın mevcut pazar ve bu pazardaki pazarlama prosedürleri ile ilgili bilgi ve tecrübesi olmasıdır. Bu konuda

karşılaşılan tek risk, ortağınızın kredi durumudur ki bu da elbette önceden araştırılmalıdır.

Bir ithalatçı aracılığıyla ya da buna benzer bir kurumla çalışırken, pazarlama etkinliklerinin ilk aşamalarında yani size uygun ortak seçme aşamasında çok dikkatli olmak gerekmektedir. Bir işbirliği anlaşması imzalandıktan sonra, bu kontratı feshetmek zordur. Bu durumda ortaya çıkabilecek güçlükleri azımsamamak gerekir.

Almanya pazarı, sanayileşmiş batı pazarları arasında en zorlu olanlarından birisidir. Yüksek alım gücü, geniş pazar potansiyeli, ithalatın kolaylığı, ithal mallardaki yoğun artış; (özellikle de işlenmiş ürünlerde) gibi etkenler rekabet ortamını oldukça güçleştirmektedir. Bunun sonucu olarak da oldukça yıkıcı bir rekabet yaşanmaktadır. Almanya'da derinlemesine düşünülmüş, planlanmış ve yazılı hale getirilmiş bir ihraç pazarlama stratejisine gerek duyulur. Bu strateji, Alman pazarının çeşitli bölgesel farklılıklarını içeren, tek tip olmayan, bir pazar olduğunu göz önünde bulundurmaya zorunluluğundadır.

Pazarlama için çok önemli olan bir nokta insanın gözünden kolaylıkla kaçabilir: Farklı bölgeler arasındaki tamamen farklı tüketim, yaşam ve farklı düşünce biçimlerinin varlığı, yabancı bir firmanın tüm mallarının dağıtım ve pazarlamasını tek firmaya vermesini engellemektedir. Genellikle yabancı firmalar, farklı bölgelerde çalışan ticari temsilcilikleri tercih ederler.

Temsilcilerin etkinlik alanları kesin olmamakla beraber, genellikle Alman Eyaletleri'nin sınırlarıyla belirlenir; bu arada ekonomik bölgeler de elbette göz önüne alınır. Federal Alman Eyaletleri'nin siyasi sınırları Almanya'nın ekonomik bölgeleriyle eş değildir. Ekonomik bölgeler daha çok endüstriyel etkinlikler, iş gücü, zanaat ve ticaretin yoğunluğuyla belirlenir. Genellikle Almanya'yı 4-6 farklı temsilcilik bölgesine bölme alışkanlığı olsa da, edinilen deneyimler bu temsilcilik bölgelerinin her firma için bireysel olarak belirlenmesinin daha doğru olduğunu göstermiştir. Çünkü bu bölgeler, teslimat programı ve hedef tüketici kitle gibi farklı faktörlere göre belirlenmektedir.

Yabancı üreticilerin Federal Almanya'daki belirli dağıtım kanallarını kullanmaları zorunlu değildir. Ürün satışları firmanın tercihiyle göre farklı yöntemlerle gerçekleştirilebilir. Örneğin:

- Geleneksel ithal sektörü
- Toptancılar
- Doğrudan ithal yapan toptancılar

- Perakende satış kurumlarının satınalma birlikleri
- Doğrudan ithalat yapan sanayi kurumları
- Tüccarlar ya da komisyonla çalışan temsilciler gibi aracılar.

İthalat yapan firmalar genellikle belirli ürünler ya da ülkeler üzerinde uzmanlaşırlar. Deneyimleri sayesinde bu tür ortaklar özellikle Alman pazarının kendine özgün koşullarını iyi tanımayan yabancı üreticilerin Almanya pazarına girişini kolaylaştırır. Bunun dışında ithal işlemleri perakendecilere, sanayiye ve el sanatları üreticilerine satış yapan toptancılar tarafından da yürütülür. Toptancılar genellikle belirli bir ürün ya da belirli sektörler üzerinde yoğunlaşırlar. Çoğu buldukları bölgede güçlü olan toptancılardan yalnızca birkaçı tüm Almanya genelinde temsil edilmektedir.

Genellikle ithalat yapan firmalar kendilerine risk alarak ithalat yaparlar. Bu nedenle üretim yapan yabancı firma, temsilcisinin fiyatlandırma politikasına karışamaz ve ürününün son olarak kime satıldığını bilemez. Bu tür ithalat firmaları üretici ile Almanya kapsamında ya da önceden belirlenmiş satış alanları için özel satış sözleşmeleri imzalar. Bu sözleşmeler ithalatçıya sözleşme kapsamındaki alan içinde imtiyazlar tanıyan özel ticaret düzenlemeleridir. Bu nedenle, bu sözleşme uyarınca farklı alıcıların bu imtiyazlı temsilcinin bölgesine ürün getirmeleri bu sözleşmeyle engellenmelidir. Yine de pazarda güçlü bir konumu olan ticari kuruluşlar, üretici ile doğrudan temasa geçmek isterler. Bu nedenle temsilci bu yeni iş anlaşmasının kurulmasında hiç bir emeği olmasa da komisyonunu isteyebilir. İmtiyazlı dağıtıcının belirli bir satış seviyesini tutturması gerekir. Üretici için mallarının imtiyazlı dağıtıcı tarafından satılması, satın alma, kredi ve ödeme gibi risklerin artması anlamına gelir. Bu nedenle temsilci seçiminde çok dikkatli olunması gerekir.

İthalatçıların ya da aracı satıcıların aldıkları komisyonlar genellikle söz konusu ürüne bağlıdır ve değişir. Bu komisyon ortalama tüketiciye perakende satış yoluyla ulaşan ürünlerde %20, kullanıcı sektöre işlenmek üzere doğrudan ya da yarı işlenmiş ürün satıcıları aracılığı ile ulaşan mallarda %25-33 arasındadır. Bu oranlar taraflar arasında her sektörün kendine özgü kuralları çerçevesinde belirlenir.

Alman tüketim malları sektöründe, doğrudan ithalat yapan perakendeciler, mağaza zincirleri, posta ile satış yapan kurumlar ve perakendeci satınalma birliklerinin, pazardaki konumlarını oldukça güçlenmiş bulunmaktadır. Almanya'ya ithal edilen tüketim mallarının %50'sinin doğrudan ya da el değiştirerek bu tür ticari kurumlar aracılığıyla tüketiciye ulaştırıldığı bilinmektedir. Yine aynı kurumlar,

kendi ürün spesifikasyonları doğrultusunda ve kendi isimlerini taşıyan ürünleri, yurtdışında ürettirmektedirler.

Ticari temsilcilerden sonra, bağımsız temsilciler denilen ve yabancı firmaların dağıtım ortağı olan firmalar da, Almanya pazarında oldukça etkin bir şekilde faaliyet göstermektedirler. Almanya'da kendi dağıtım merkezleri olan, ancak ürünlerinin satışlarını kendi pazarlama elemanlarıyla yapmak istemeyen firmalar, bu tür bağımsız ticari temsilcilerle çalışırlar.

Bu temsilci başkaları adına kendisi hiç bir risk üstlenmeden mal satar. Bunun karşılığında da satış üzerinden komisyon alır. Bazı durumlarda bu temsilciye belirli bir ücret de ödenebilir. Eğer fatura karşılığında firma adına para tahsilatı yapıyorsa bu tahsilat için ve tediye makbuzu verme işlemini üstlenirse de bu işlem için komisyon alır.

Eğer ticari temsilciden firma adına yabancı bir pazara girmesi istenirse, bu işin kurulma aşamasında ortaya çıkabilecek beklenmedik masrafları ödemesi için kendisine önceden bir ödenek verilir.

Yapılan araştırmalar Almanya'daki sanayicilerin %60'ının ticari temsilcilerle çalıştığını göstermektedir. Bu nedenle ticari temsilcilikler kendilerini temsil ettikleri firmayla birlikte bir rekabet ortamında bulunmakta ve bunun gereği olarak da kendi satış teşkilatıyla ya da bir başka deyişle kendi mobil satış ekibiyle satışları yürütmeye çalışmaktadırlar. Brüt gelirleri tamamen performanslarına dayanan ticari temsilciliklerin bu alandaki verimliliği daha iyi, daha ucuz temsilcilik hizmeti sunmalarından ve farklı firmaları aynı anda temsil ettikleri için daha etkin olmalarından kaynaklanmaktadır. Yine de böyle bir ticari temsilcilikle çalışma kararını almadan önce şirket ve sektörde ürünle ilgili özel ve detaylı bir incelemenin yapılması gerekmektedir. Genel referans noktaları olarak bazı komisyonlar aşağıda belirtilmiştir.

- % 7 - 10 Satış kolay küçük ev gereçleri
- % 6 Başlıca elektrikli ev araç ve gereçleri
- % 12 Elektrikli yan ürünler ve iletim modülleri
- % 15 Standart makine aletleri
- % 7 Teknik lambalar
- % 20 Tebrik kartları

Almanya'da ticari temsilcilikler, diğer ülkelerden farklı olarak yasalarla daha iyi korunurlar. Kontratın sona erdirilmesi durumunda temsilci tazminat isteme hakkına sahiptir ve bu komisyon son beş yılda alınan komisyon ortalaması üzerinden hesaplanır.

Alman İş Kültürünün Temel Noktaları

Almanya ile başarılı bir şekilde iş yapmanın en önemli şartlarından birisi Alman sosyal ve iş kültürünü anlamak ve buna uygun davranışlar sergilemektir.

Almanya pazarında başarılı olmak için dikkat edilmesi gereken unsurlar aşağıda özetlenmektedir.

Çalışma Uygulamaları

Randevuların önceden organize edilmesi gerekmektedir. Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az bir ay, telefonla alınacak olan bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden alınmasında fayda vardır. Tatil ve festival zamanlarına dikkat ederek, Alman iş ortağının Haziran, Ağustos ve Aralık aylarında uzun dönemli tatile çıkabileceğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

Almanlar için randevulara tam zamanında gitmek çok önemlidir. 5-10 dakikalık gecikmeler bile saygısızlık olarak kabul edilebilir. Bu yüzden zorunlu hallerden dolayı geç kalma durumunda karşı tarafın bu durumdan haberdar edilmesinde yarar vardır.

Alman firmalarında iyi tanımlanmış bir hiyerarşik sistem vardır. Departmanlar ve kişiler için sorumlulukları ve yetkileri açık ve net olarak belirtilmiştir. Karar alma süreci yavaş ve detaylı bir süreçten oluşmaktadır

Almanlar özel hayat ile iş hayatı arasındaki ayırımı büyük önem vermektedirler. Bu ayırımı özen gösterilmesi beklenir. Bu yüzden, kişisel ilişki kurmak zaman almaktadır.

İş İlişkileri

İlk isimle hitap etme şeklini sadece aile yakınları ve çok yakın arkadaşlar kullanırlar. Uzun süreden beri birlikte çalışan insanlar bile birbirlerine soyadları ile hitap etmektedirler. Bu yüzden her zaman soyadı kullanılması gerekmektedir. Erkekler için soyadlarının önüne "Herr", kadınlar için ise soyadlarının önüne "Frau" ekleyerek hitap etmek gerekmektedir. İş toplantıları selamlaşma, el sıkışma ve kartvizitlerin değişimi ile başlar. Gelişlerde ve ayrılışlarda kısa, ancak sıkı bir el sıkışma şekli standart bir davranış biçimidir. İlk varışta ve ayrılışta kişilerle ayrı ayrı el sıkışılması beklenir. Tanışmalar esnasında

göz kontağı çok önemlidir. Karşılıklı konuşma sürdüğü müddetçe göz kontağında bulunmanızda fayda vardır.

Toplantılar genel bir tartışma ortamı, fikir alışverişi yapmak için değil bir sonuca ulaşabilmek amacı ile yapılmaktadır. Alman işadamı farklı bir şey yapmak konusunda isteksizdir. Toplantılara çok iyi organize olmuş, mantıklı ve dikkatlice planlama yaparak katılmasında fayda görülmektedir. Çok miktarda veri, argüman ve teklifi destekleyici kanıtların toplantıya götürülmesinde yarar vardır. Herhangi bir konuda yapılacak olan hiçbir abartma tolere edilmemektedir. Sadece uzmanı olunan iş ile ilgili işbirlikleri teklif etmek uygundur. Her türlü işi yaparız, hallederiz şeklindeki ifadelerden kaçınılmalıdır.

Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

Alman tarafın temsilcisi tarafından hediye verilinceye kadar hediye vermemeye özen gösteriniz. Hediye verme olayı Alman iş ahlakının önemli bir parçası değildir. Hediye sadece gerektiği zaman verilmeli ve yanlış yorumlara neden olmamalıdır.

Yemeğe davet edilme durumlarında, teşekkürleri ifade edebilmek amacıyla bir hediye verebilirsiniz. Çok pahalı hediye vermemeye özen gösterilmez. Aksi takdirde karşı tarafa rüşvet veriyor imajı yaratılabilir. Sokakta gülümseme, gülme gibi hareketlerin yapılmasından iş hayatında pek hoşlanılmamaktadır. Bu tür davranışlar, aile içinde ve yakın akrabalar için daha uygun bir davranış olarak kabul edilmektedir.

Toplum içerisinde el sallama ve bağırma hoş karşılanmamaktadır. Ellerin cepte tutulmasından ve sakız çiğnemekten kaçınılmalıdır. Başparmakla O.K. anlamında yapılan işaret iyi karşılanmamaktadır. Bacak bacak üstüne atılması durumunda, ayak bileğinin dizin üzerine gelecek şekilde koyulmaması gerekmektedir.

Başkalarının sözünü kesmemeye özen gösterilmesi ve cevap vermeden önce konuşan kişinin konuyu tam olarak anlatmasına izin verilmesi uygundur. İlk olarak tanıştırılma durumunda, uçuş, otel konaklama ve ülkenizle ilgili soruların gelmesi beklenmelidir. Almanlar politika konuşulmasından çok hoşlanırlar. Eğer iyi derecede hazırlanılmamışsa onlarla politik konularda tartışmaya girmeyiniz. Kompliman yapılması da bu kültürün bir parçası değildir, hatta utanmalara ve rahatsızlıklara bile neden olabilir.

III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

Avrupa Birliği’nin resmi istatistik kurumu Eurostat - The Statistical Office of the European Communities’in verilerine göre Almanya 2006 yılı itibariyle 2 trilyon dolar değerinde dış ticaret hacmine sahiptir. 2006 yılında genel ihracat 1,1 trilyon ve genel ithalat 908,3 milyar dolar olarak verilmektedir.

Almanya halihazırda dünyada en çok ihracat gerçekleştiren ülkeler arasında birinci sırada iken, en çok ithalat yapan ülkeler arasında da ABD’nin ardından ikinci konumdadır (Birleşmiş Milletler 2005 yılı verisi).

2000 yılından 2006 yılına kadar yedi yıllık süreçte Almanya’nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir:

ALMANYA’NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim:\$				
YILLAR	İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	550.262.267.589	-	496.526.303.415	-
2001	569.807.087.008	3,6	485.140.833.300	-2,3
2002	613.902.442.689	7,7	489.398.924.772	0,9
2003	749.983.461.319	22,2	603.918.989.065	23,4
2004	907.822.170.827	21,0	714.681.037.419	18,3
2005	966.804.728.414	6,5	777.079.777.848	8,7
2006	1.107.600.836.619	14,6	908.263.739.309	16,9

Kaynak: Eurostat - Mayıs 2007

En ok İhraç Edilen rnler

2006 yılında Almanya’nın en fazla ihraç ettiği rnler Fasıl 84’te yeralan nükleer reaktörler, kazan ve makinalar, Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, Fasıl 39’da yeralan plastik ve mamülleri ile kauçuk ve mamülleri ile Fasıl 90 kapsamındaki optik cihazlar, fotoğraf, sinema, v.b alet ve cihazlar, saati eşyası, tıbbi alet ve cihazlar, müzik alet ve

cihazlarıdır. Almanya’da 2006 yılında en fazla ihraç edilen ürünlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRAC ETTİĞİ ÜRÜNLER		
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2006		
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	210.182.981.469
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	202.343.614.597
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	121.882.771.141
39	PLASTİKLER VE MAMULLERİ, KAUÇUK VE MAMULLERİ	50.893.419.271
90	OPTİK ALET VE CİHAZLARI, FOTOĞRAF, SINEMA V.S. ALET VE CİHAZLARI, SAATÇİ EŞYASI, TIBBİ ALET VE CİHAZLARI, MÜZİK ALET VE CİHAZLARI	45.855.199.416

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2006

En Çok İthal Edilen Ürünler

Almanya’nın en çok ithal ettiği ürünlerin başında yine Fası 84 kapsamındaki nükleer reaktörler, kazanlar ve makineler gelmektedir. Fası 85’de yer alan elektrikli makina ve cihazlar, Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fası 27’de yer alan mineral yakıtlar ve yağlar, Fası 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar ile Fası 30 kapsamındaki eczacılık ürünleri ise diğer en fazla ithal edilen ürünler olarak sıralanmaktadır.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER		
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2006		
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	119.343.213.207
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	107.376.096.641
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	86.269.389.389
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR VE BUNLARIN DAMITILMASINDAN ELDE EDİLEN ÜRÜNLER	86.227.323.808
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	34.773.298.417

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

AB'nin resmi istatistik kurumu Eurostat'ın 2006 yılı verilerine göre Almanya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Fransa'dır. ABD, İngiltere, İtalya ve Hollanda, Fransa'yı takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ihracat yaptığı ilk 20 ülkeye toplam ihracatın %80,5'i yönelmiş durumdadır. 2006 yılında bu 20 ülkeye gerçekleşen ihracatın %3,7 ile %36 arasında değişen oranlarda artması dikkat çekicidir.

Türkiye Almanya'nın en fazla ihracat yaptığı 16. ülkedir. Eurostat verilerine göre 2006 yılında bu ülkeden Türkiye'ye 17,7 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

En fazla ihracat yapılan 20 ülkeye ilişkin veriler aşağıdaki tabloda görülebilir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER			
Birim:\$	2005	2006	DEĞİŞİM %
FRANSA	97.654.203.765	107.645.137.847	10,2
ABD	85.666.238.210	95.696.355.509	11,7
İNGİLTERE	74.249.893.900	81.304.369.662	9,5
İTALYA	66.505.661.118	74.756.591.831	12,4
HOLLANDA	60.151.470.426	69.257.172.726	15,1
BELÇİKA - LÜKSEMBURG	53.928.398.534	61.549.581.459	14,1
AVUSTURYA	53.520.163.663	60.904.189.589	13,8
İSPANYA	49.133.795.700	52.595.959.125	7,0
İSVİÇRE	36.136.628.138	42.620.783.808	17,9
POLONYA	27.702.797.261	36.110.932.052	30,4
ÇİN	26.361.606.399	34.122.746.152	29,4
RUSYA FEDERASYONU	21.361.927.250	29.061.174.477	36,0
ÇEK CUMHURİYETİ	23.711.391.778	27.862.453.210	17,5
İSVEÇ	21.282.524.693	23.577.886.607	10,8
MACARİSTAN	16.920.737.251	19.866.961.165	17,4
TÜRKİYE	15.442.121.080	17.720.086.145	14,8
DANİMARKA	15.343.338.329	17.496.645.532	14,0
JAPONYA	16.525.180.946	17.142.209.087	3,7
FİNLANDİYA	10.069.739.438	11.585.524.552	15,1
GÜNEY KORE CUMHURİYETİ	8.504.564.657	10.200.462.104	19,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	780.172.382.536	891.077.222.640	14,2
İLK 20 ÜLKENİN TOP. PAYI	80,7	80,5	
DÜNYA TOPLAMI	966.804.728.414	1.107.600.836.619	14,6

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2006 yılı Eurostat verilerine göre 2006 yılında Almanya'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, Hollanda gelmektedir. Fransa, Belçika-Lüksemburg, İngiltere ve Çin bu ülkeyi takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ithalat yapılan 25 ülkenin biri hariç (Güney Kore Cumhuriyeti) diğer bütün ülkelerden gerçekleşen ithalat %3,8 ile %37,7 arasında değişen oranlarda artması ilgi çekicidir.

Türkiye, Almanya'nın en fazla ithalat yaptığı 21. ülke olarak görünmektedir.

Almanya'nın en fazla ithalat yaptığı 25 ülkeye ait veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER			
Birim:\$	2005	2006	DEĞİŞİM %
HOLLANDA	94.614.757.829	106.114.065.574	12,2
FRANSA	66.697.084.510	79.470.653.146	19,2
BELÇİKA - LÜKSEMBURG	57.594.876.281	68.821.016.002	19,5
İNGİLTERE	48.583.946.541	53.942.862.595	11,0
ÇİN	43.743.747.118	53.583.584.440	22,5
İTALYA	44.302.000.065	49.895.660.108	12,6
ABD	39.832.532.334	45.962.871.777	15,4
AVUSTURYA	33.810.058.266	38.608.371.306	14,2
RUSYA FEDERASYONU	26.469.560.238	36.461.382.740	37,7
İSVİÇRE	29.848.994.762	33.190.722.739	11,2
ÇEK CUMHURİYETİ	21.965.528.309	27.778.949.658	26,5
POLONYA	20.910.925.141	26.124.630.800	24,9
İSPANYA	21.692.135.330	23.787.505.192	9,7
JAPONYA	19.209.373.185	21.780.543.170	13,4
NORVEÇ	17.422.628.730	21.628.363.012	24,1
MACARİSTAN	17.133.435.613	20.100.404.439	17,3
İSVEÇ	14.010.552.071	16.090.095.021	14,8
DANİMARKA	13.323.976.451	13.829.533.048	3,8
İRLANDA	9.242.448.297	10.872.464.742	17,6
GÜNEY KORE CUMHURİYETİ	10.906.808.401	10.806.408.225	-0,9
TÜRKİYE	9.270.769.619	10.207.734.306	10,1
FİNLANDİYA	7.614.734.705	9.691.713.771	27,3
SLOVAKYA	8.477.684.486	9.404.147.005	10,9
BRAZİLİYA	5.465.711.818	6.468.714.400	18,4
LİBYA	4.958.560.627	6.275.049.519	26,5
İLK 25 ÜLKE TOPLAMI	651.315.369.471	800.897.446.734	23,0
İLK 25 ÜLKENİN TOP. PAYI	83,8	88,2	5,2
DÜNYA TOPLAMI	777.079.777.848	908.263.739.309	16,9

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

IV. ALMANYA’NIN TEKSTİL VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ

Almanya’nın Tekstil ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Almanya’nın tekstil ticareti 2000 yılından 2006 yılına kadar 7 yıllık bir süreçte yıllık ortalama %3,9 oranında artarak 19 milyar dolardan 23,7 milyar dolara ulaşmıştır.

Tekstil ihracatı daha dalgalı bir seyir izlerken (2001 ve 2005 yıllarında düşüşler görülüyor) tekstil ithalatının 2003 yılından itibaren devamlı artması dikkat çekici bir gelişmedir.

ALMANYA’NIN TEKSTİL İHRACATI VE İTHALATI				
Birim:€				
YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	11.311.835.129	-	7.688.612.517	-
2001	10.909.656.793	-3,6	7.296.950.688	-5,1
2002	11.199.405.836	2,7	7.029.266.724	-3,7
2003	12.516.956.918	11,8	8.102.472.612	15,3
2004	13.643.588.596	9,0	8.878.273.835	9,6
2005	13.361.986.315	-2,1	9.023.587.689	1,6
2006	14.093.998.094	5,5	9.611.922.708	6,5

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

Birleşmiş Milletler verilerine göre, 1985 yılında dünyada en fazla tekstil ihracatı yapan ülkeler arasında birinci sırada yer alan Almanya, 1990 ve 1995 yılında da bu konumu korumuş; ancak 2000 yılında Çin, ABD, Kore Cumhuriyeti, Hong Kong ve İtalya’nın altında yer almıştır. 2005 yılında ise 13,2 milyar dolarlık ihracat ile beşinci ülke konumuna yükselmiştir.

2005 yılında dünyada en fazla tekstil ihracatı yapan ilk 15 ülke ile bu ülkeler içinde Almanya’nın yeri ve dünya ihracatındaki payı, aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

DÜNYA TEKSTİL İHRACATÇILARI ARASINDA ALMANYA / 2005		
ÜLKE	İHRACAT - \$	% PAY
ÇİN	30.491.314.111	16,1
ABD	15.373.403.774	8,1
İTALYA	14.783.710.893	7,8
HONG KONG	13.538.724.008	7,2
ALMANYA	13.189.942.000	7,0
GÜNEY KORE	10.804.806.554	5,7
JAPONYA	7.515.673.244	4,0
FRANSA	6.278.329.036	3,3
HİNDİSTAN	5.744.667.575	3,0
TÜRKİYE	4.807.143.218	2,5
İNGİLTERE	4.500.320.567	2,4
BELÇİKA	4.467.347.257	2,4
PAKİSTAN	3.915.945.579	2,1
İSPANYA	3.631.990.694	1,9
ENDONEZYA	3.455.624.967	1,8
İLK 15 ÜLKE TOP.	142.498.943.477	75,4
DÜNYA TOPLAMI	189.059.053.642	100

Kaynak: Birleşmiş Milletler - Un Comtrade / Mart 2007

Almanya'nın tekstil ithalat performansı incelendiğinde ise ihracatında ortaya çıkan konum değişikliğine benzer bir durum görülmektedir. 1985 yılında dünyada en fazla tekstil ithalatı yapan ülkeler arasında birinci sırada yeralan Almanya, 1990 yılında da bu konumu korumuş, ancak 1995 yılında Çin ve Hong Kong'un arkasından üçüncü sıraya gerilerken, 2000 yılında ABD, Çin ve Hong Kong'un ardından dördüncülüğe gerilemiştir. 2005 yılında ise 8,7 milyar dolarlık ihracat ile dördüncü ülke konumunu korumuştur.

2005 yılında dünyada en fazla tekstil ithalatı yapan ilk 10 ülke içinde Almanya'nın yeri ve dünya tekstil ithalatındaki payı, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

DÜNYA TEKSTİL İTHALATÇILARI ARASINDA ALMANYA / 2005		
ÜLKE	İTHALAT - \$	% PAY
ÇİN	21.752.757.347	13,4
KONG KONG	13.586.459.205	8,4
ABD	11.391.960.461	7,0
ALMANYA	8.726.872.000	5,4
İTALYA	8.544.233.611	5,3
MEKSİKA	6.311.536.905	3,9
TÜRKİYE	5.833.449.775	3,6
FRANSA	5.682.650.760	3,5
İNGİLTERE	4.576.722.516	2,8
GÜNEY KORE	3.912.790.814	2,4
İLK 10 ÜLKE TOP.	90.319.433.394	55,6
DÜNYA TOPLAMI	162.513.200.067	100

Kaynak: Birleşmiş Milletler - Un Comtrade / Mart 2007

Eurostat verilerine göre, Almanya'nın hazır giyim ticareti 2000 yılından 2006 yılına kadar 7 yıllık bir süreçte yıllık ortalama %5,9 oranında artarak 28,5 milyar dolardan 43,7 milyar dolara ulaşmıştır.

Almanya'nın hazır giyim ticaretinde hem ihracatın hem de ithalatın (2001 yılı hariç) devamlı artma eğiliminde olması, önemli bir nokta olarak göze çarpmaktadır.

ALMANYA'NIN HAZIRGIYIM İHRACATI VE İTHALATI				
Birim:\$				
YILLAR	HAZIRGIYIM İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	HAZIRGIYIM İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	7.750.052.388	-	20.701.484.410	-
2001	7.844.851.221	1,2	19.822.705.805	-4,2
2002	8.772.929.307	11,8	20.198.652.192	1,9
2003	10.702.749.766	22,0	23.794.224.183	17,8
2004	12.588.713.403	17,6	26.081.323.309	9,6
2005	13.436.258.378	6,7	26.807.001.562	2,8
2006	14.885.099.683	10,8	28.804.813.236	7,5

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

Almanya'nın konfeksiyon sektörünün ihracat performansı incelendiğinde ise, 1985 yılında Hong Kong, İtalya ve Güney Kore'nin ardından dünyada en çok ihracat gerçekleştiren dördüncü iken, 1990 yılında beşinci ülke konumuna, 1995 yılında gene dördüncü ülke konumuna, 2000 yılında ise altıncı ülke konumuna gerilemiştir. Almanya 2005 yılında 13,2 milyar dolarlık ihracat ile beşinci ülke durumuna yerleşmiştir.

2005 yılında dünyada en fazla konfeksiyon ihracatı gerçekleştiren ilk 15 ülke içinde Almanya'nın yeri ve toplamda aldığı pay aşağıdaki tabloda verilmektedir.

DÜNYA KONFEKSİYON İHRACATÇILARI ARASINDA ALMANYA / 2005		
ÜLKE	İHRACAT - \$	% PAY
ÇİN	76.237.700.493	27,3
HONG KONG	26.000.482.219	9,3
İTALYA	18.374.418.460	6,6
TÜRKİYE	13.422.476.709	4,8
ALMANYA	13.203.719.000	4,7
HİNDİSTAN	11.049.602.251	4,0
FRANSA	8.519.926.030	3,1
MEKSİKA	7.969.936.642	2,9
BELÇİKA	7.160.508.597	2,6
PAKİSTAN	6.055.521.679	2,2
ABD	5.614.510.790	2,0
İNGİLTERE	5.265.134.791	1,9
ENDONEZYA	5.106.186.168	1,8
ROMANYA	4.820.543.664	1,7
İSPANYA	4.601.228.636	1,7
İLK 15 ÜLKE TOP.	187.994.292.080	67,4
DÜNYA TOPLAMI	278.814.425.428	100

Kaynak: Birleşmiş Milletler - Un Comtrade / Mart 2007

Almanya'nın konfeksiyon ihracat performansı yıllar içinde dalgalı bir seyir izlerken, ithalat performansı daha süreklilik arz eden bir yapı sergilemektedir. 1985, 1990 ve 1995 yıllarında dünyada en çok konfeksiyon ihracatı gerçekleştiren ülkeler arasında ABD'nin ardından ikinci sırada yer alan Almanya, 2000 yılında üçüncü sıraya gerilemiş ancak 2005 yılında 26,4 milyar dolarlık ihracat ile ikinci sıradaki yerini tekrar almıştır.

2005 yılında dünyada en fazla konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ilk 10 ülke içinde Almanya'nın yeri ve toplamda aldığı pay, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

DÜNYA KONFEKSİYON İTHALATÇILARI ARASINDA ALMANYA / 2005		
ÜLKE	İTHALAT - \$	% PAY
ABD	83.857.738.063	28,4
ALMANYA	26.367.915.000	8,9
JAPONYA	23.399.652.873	7,9
İNGİLTERE	21.872.204.305	7,4
FRANSA	18.480.616.464	6,3
HONG KONG	17.657.809.901	6,0
İTALYA	12.472.097.711	4,2
İSPANYA	9.827.088.618	3,3
BELÇİKA	8.115.321.583	2,8
HOLLANDA	6.632.346.599	2,2
İLK 10 ÜLKE TOP.	228.682.791.117	77,5
DÜNYA TOPLAMI	295.096.750.174	100

Kaynak: Birleşmiş Milletler - Un Comtrade / Mart 2007

Tekstil, Konfeksiyon, Deri-Deri Mamülleri ve Halı İhracatı

Eurostat verilerine göre 2000 yılından 2006 yılına kadar olan yedi yıllık süreçte Almanya'nın tekstil ihracatının 14 milyar dolara, konfeksiyon ihracatı 14,9 milyar dolara, deri ve deri mamülleri ihracatının 5,5 milyar dolara ve halı ihracatının 625 milyon dolara ulaştığı görülmektedir.

Ele alınan dönemde Almanya'nın konfeksiyon, deri ve halı ihracat değişen oranlarda devamlı artış halindedir; ancak tekstil ihracatında 2001 ve 2005 yıllarında sırasıyla %3,6 ve %2,1 oranlarında düşüşler yaşandığı göze çarpmaktadır. Ancak 2005 senesinde genel olarak diğer sektörlerde de (konfeksiyon, deri ve halı), önceki yıllara oranla daha düşük oranlarda artışlar söz konusu olmuştur. 2006 yılına gelindiğinde tekstil sektörünün ihracat performansı, %5,5 oranında artmıştır.

Ayrıntılı rakamlar ve yıllık artış oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN TEKSTİL, KONFEKSİYON, DERİ-DERİ MAMÜLLERİ VE HALI İHRACATI								
Birim: \$								
YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	HALI İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)
2000	11.311.835.129	-	7.750.052.388	-	3.087.897.080	-	393.029.988	-
2001	10.909.656.793	-3,6	7.844.851.221	1,2	3.215.686.450	4,1	399.197.036	1,6
2002	11.199.405.836	2,7	8.772.929.307	11,8	3.730.114.306	16,0	416.397.375	4,3
2003	12.516.956.918	11,8	10.702.749.766	22,0	4.084.426.332	9,5	489.681.517	17,6
2004	13.643.588.596	9,0	12.588.713.403	17,6	4.647.891.402	13,8	562.633.559	14,9
2005	13.361.986.315	-2,1	13.436.258.378	6,7	4.873.716.641	4,9	577.873.788	2,7
2006	14.093.998.094	5,5	14.885.099.683	10,8	5.496.927.416	12,8	625.046.509	8,2

Kaynak: Eurostat - Mayıs 2007

Tekstil, Konfeksiyon, Deri-Deri Mamülleri ve Halı İthalatı

Dünyanın en önemli tekstil ve konfeksiyon ithalatçılarından olan Almanya'nın 2000-2006 yılları arasındaki ithalatına ilişkin istatistikler ile yıllık artış oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN TEKSTİL, KONFEKSİYON, DERİ-DERİ MAMÜLLERİ VE HALI İTHALATI								
Birim: \$								
YILLAR	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	DERİ-DERİ MAMÜLLERİ İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	HALI İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)
2000	7.688.612.517	-	20.701.484.410	-	7.005.957.186	-	1.220.549.846	-
2001	7.296.950.688	-5,1	19.822.705.805	-4,2	6.980.419.709	-0,4	1.152.081.890	-5,6
2002	7.029.266.724	-3,7	20.198.652.192	1,9	6.987.739.239	0,1	1.056.336.766	-8,3
2003	8.102.472.612	15,3	23.794.224.183	17,8	7.962.586.583	14,0	1.171.574.137	10,9
2004	8.878.273.835	9,6	26.081.323.309	9,6	8.417.246.205	5,7	1.273.169.469	8,7
2005	9.023.587.689	1,6	26.807.001.562	2,8	9.142.544.761	8,6	1.244.994.450	-2,2
2006	9.611.922.708	6,5	28.804.813.236	7,5	9.858.886.284	7,8	1.265.815.896	1,7

En Çok Tekstil İthal Edilen Ülkeler

Almanya'nın en fazla tekstil ithalatı yaptığı ilk beş ülke, İtalya, Polonya, Fransa, Çek Cumhuriyeti ve Hollanda olarak sıralanmaktadır. Türkiye, Almanya'nın en fazla tekstil ithal ettiği ülkeler arasında 11. sıradadır.

2006 yılı itibariyle ithalat rakamları ve yıllık değişim oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK TEKSTİL İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER			
Birim:\$	2005	2006	DEĞİŞİM %
İTALYA	1.141.615.338	1.172.267.207	2,7
POLONYA	1.000.682.109	1.077.844.630	7,7
FRANSA	941.467.814	967.588.495	2,8
ÇEK CUMHURİYETİ	714.930.849	750.206.790	4,9
HOLLANDA	686.292.459	705.011.950	2,7
İNGİLTERE	616.311.839	641.041.805	4,0
ROMANYA	636.509.342	627.115.427	-1,5
AVUSTURYA	627.294.597	620.192.038	-1,1
ABD	614.935.906	612.100.146	-0,5
İSPANYA	504.398.531	505.894.133	0,3
TÜRKİYE	435.593.869	500.289.343	14,9
BELÇİKA LÜKSEMBURG	454.609.625	499.386.709	9,8
İSVİÇRE	387.068.192	441.116.585	14,0
MACARİSTAN	319.210.257	352.037.571	10,3
SLOVAKYA	253.380.045	263.350.864	3,9
İLK 15 ÜLKE TOPLAMI	9.334.300.773	9.735.443.692	4,3
İLK 15 ÜLKENİN TOP. PAYI	69,9	69,1	
DÜNYA TOPLAMI	13.361.986.315	14.093.998.094	5,5

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

Almanya'nın En Çok İthal Ettiği Tekstil Ürünleri

2006 yılında Almanya'nın ithal ettiği tekstil ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 54 02 dörüü tarifeli dikiş ipliği olmayan sentetik filament iplikler ithal ettiği tesbiti yapılmıştır. En çok ithal ettiği diğer ürünler; dokunmamış mensucat (nonwovenlar), sentetik filament ipliklerinden dokunmuş mensucat, iplik imali için hiç bir surette hazırlanmamış sentetik devamsız lifler ve pamuklu mensucattır.

2006 yılında Almanya'nın en çok ithal ettiği ilk 10 ürün ve ithalat değerleri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ TEKSTİL ÜRÜNLER		
İLK 10 ÜRÜN GRUBU / 2006		
DORTLÜ TARİFE	TANIM	DEĞER \$
5402	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ) (67 DESİTEKSTEN AZ OLAN SENTETİK MONOFİLAMANTLER DAHİL)	779.283.130
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	759.655.440
5407	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	570.352.599
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (KARDE EDİLMEMİŞ, TARANMAMIŞ VEYA İPLİK İMALİ İÇİN DİĞER SURETTE HAZIRLANMAMIŞ)	514.055.169
5208	PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇERENLER)(M2. AĞIRLIĞI 200 GRAMI GEÇMEYENLER):	432.121.939
5902	NAYLON VEYA DİĞER POLİAMİDLERDEN, POLİESTERLERDEN VEYA VİSKOZ İPEĞİNDEN ELDE EDİLEN YÜKSEK MUKAVEMETLİ İPLİKTEN HER NEVİ NAKİL VASITASI İÇ VE DIŞ LASTİĞİ İÇİN MENSUCAT	393.497.968
5911	DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN TEKNİK İŞLERDE KULLANILMAYA MAHSUS ÜRÜNLER VE EŞYA	358.610.703
5112	TARANMIŞ YÜNDENDEN VEYA İNCE HAYVAN KILLARINDAN DOKUNMUŞ MENSUCAT	241.457.440
5209	PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇEREN VE M2 AĞIRLIĞI 200 GR. İ GEÇENLER)	235.326.275
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA PLASTİKLE LAMİNE EDİLMİŞ MENSUCAT	234.873.220

Kaynak: AB İstatistik Web Sayfası / Eurostat

En Çok Konfeksiyon İthal Edilen Ülkeler

2006 yılı rakamları itibarıyla Almanya'nın en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk beş ülke Çin, Türkiye, Bangladeş, Hollanda ve İtalya olarak sıralanmaktadır. İthalatta ilk 15 ülke ve ithalatın değişim oranları aşağıda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK HAZIRGIYIM İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER

Birim:\$

	2005	2006	DEĞİŞİM %
ÇİN	6.480.687.359	7.158.817.938	9,5
TÜRKİYE	4.599.028.839	4.668.831.082	0,6
BANGLADEŞ	1.602.482.827	2.153.326.188	33,2
HOLLANDA	1.766.391.695	1.872.042.673	5,1
İTALYA	1.986.534.528	1.831.660.773	-8,6
ROMANYA	1.443.057.661	1.438.610.113	-1,2
HİNDİSTAN	1.047.497.667	1.342.856.474	27,1
HONG KONG	653.450.825	1.097.473.906	66,5
POLONYA	1.068.150.631	1.075.730.221	-0,2
BELÇİKA - LÜKSEMBURG	981.906.424	830.918.889	-16,1
DANİMARKA	618.445.103	806.871.653	29,3
ENDONEZYA	639.793.411	717.766.571	11,2
FRANSA	705.284.129	664.771.140	-6,6
BULGARİSTAN	570.331.977	654.675.117	13,8
AVUSTURYA	654.789.938	645.955.742	-2,2
İLK 15 ÜLKE TOPLAMI	24.817.833.014	26.960.308.482	8,0
İLK 15 ÜLKENİN TOP. PAYI	74,3	74,5	
DÜNYA TOPLAMI	33.388.120.445	36.187.486.868	7,5

Kaynak: Eurostat / Mayıs 2007

Almanya'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim Ürünleri

2006 yılında Almanya'nın ithal ettiği hazır giyim ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 6204 dörtlü tarifeli kadınlar ve kız çocukları için dokuma kumaştan takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, etekler, pantolonlar ithal ettiği tesbiti yapılmıştır. En çok ithal ettiği diğer ürünler; kazaklar, süveterler ve benzeri eşyalar, erkek ve erkek çocuklar için dokuma kumaştan takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, pantolonlar ve şortlar, tişörtler, fanilalar, atletler ve diğer iç giyim eşyası ile kadın ve kız çocuklar için dokuma kumaştan mantolar, kabanlar, kolsuz ceketler pelerinler, anoraklar, rüzgarlıklar ithal ettiği görülmektedir.

2006 yılında Almanya'nın en çok ithal ettiği ilk 10 konfeksiyon ürünü ve ithalat değeri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ HAZIRGIYIM ÜRÜNLERİ		
İLK 10 ÜRÜN GRUBU / 2006		
DORTLÜ GTİP NO	TANIM	DEĞER \$
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN DOKUMA KUMAŞTAN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER, ELBİSELER, ETEKLER, PANTOLON ETEKLER, PANTOLONLAR,VE BENZERİ	4.230.705.689
6110	KAZAKLAR, SÜVETERLER, HIRKALAR, YELEKLER VE BENZERİ EŞYA (ÖRME)	3.535.462.492
6203	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN DOKUMA KUMAŞTAN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER, PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇALI TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR	3.453.147.989
6109	TİŞÖRTLER, FANİLLER, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GIYIM EŞYASI (ÖRME)	3.148.570.839
6202	KADIN VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN DOKUMA KUMAŞTAN MANTOLAR, KABANLAR, KOLSUZ CEKETLER, PELERİNLER, ANORAKLAR (KAYAK CEKETLERİ DAHİL), RÜZGARLIKLAR VE BENZERİ EŞYA	1.142.548.418
6302	YATAK ÇARŞAFLARI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	1.110.194.213
6205	ERKEKLER VE ERKEK ÇOCUKLAR İÇİN DOKUMA KUMAŞTAN GÖMLEKLER	997.968.586
6206	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN DOKUMA KUMAŞTAN BLUZLAR, GÖMLEKLER VE GÖMLEK-BLUZLAR	914.901.691
6115	KÜLOTLU ÇORAPLAR, TAYTLAR, KISA VE UZUN KONÇLU ÇORAPLAR, SOKETLER (VARİS ÇORAPLARI DAHİL) VE PRATİK ÇORAPLAR (ÖRME)	753.983.734
6104	KADINLAR VE KIZ ÇOCUKLAR İÇİN ÖRME KUMAŞTAN TAKIM ELBİSELER, TAKIMLAR, CEKETLER, BLAZERLER,ELBİSELER, ETEKLER, PANTOLON ETEKLER, PANTOLONLAR, ASKILI VE ÜST ÖN PARÇASI OLAN TULUMLAR, KISA PANTOLONLAR VE ŞORTLAR (ÖRME)	748.716.748

Kaynak: AB İstatistik Web Sayfası / Eurostat

V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - Almanya Genel Dış Ticaret

Almanya, Türkiye'nin en yoğun ticari ilişkilerde bulunduğu ülkelerin başında gelmektedir. 2007 yılında 107,2 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Almanya'nın 12 milyar dolar ile %11,2'lik payı bulunmaktadır. Almanya, Türkiye'nin ihracat yaptığı 243 ülke ve serbest bölge içerisinde 1. sırada yer almaktadır. Ayrıca, 2007 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2006 yılına kıyasla %25,3 oranında artarken, Almanya'ya gerçekleşen ihracat bu değere oldukça yakın olarak %23,8 oranında artmıştır.

Almanya'nın Türkiye ile genel ticareti, tekstil ve konfeksiyon mamülleri ticareti ile birlikte aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TÜRKİYE - ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ				
Birim: \$				
	2005 YILLIK	2006 YILLIK	2007 YILLIK	DEĞİŞİM %
ALMANYA'YA İHRACAT	9.455.049.952	9.686.234.819	11.993.110.388	23,8
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	73.476.408.143	85.534.675.518	107.215.010.099	25,3
ALMANYA'NIN PAYI %	12,87	11,32	11,19	
ALMANYA'DAN İTHALAT	13.633.887.595	14.768.220.038	17.539.953.842	18,8
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	116.774.150.907	139.576.174.148	170.057.279.060	21,8
ALMANYA'NIN PAYI %	11,68	10,58	10,31	
ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI	3.571.376.325	3.380.677.198	3.723.660.944	10,1
TÜRKİYE KONFEKSİYON İHRACATI	13.422.476.709	13.569.690.083	15.576.062.664	14,8
ALMANYA'NIN PAYI %	26,61	24,91	23,91	
ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI	29.993.197	37.106.088	37.093.241	-0,03
TÜRKİYE KONFEKSİYON İTHALATI	751.144.589	1.039.973.044	1.520.571.873	46,2
ALMANYA'NIN PAYI %	3,99	3,57	2,44	
ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI	328.782.797	370.633.084	412.028.458	11,2
TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI	5.477.131.821	6.146.614.045	7.352.092.290	19,6
ALMANYA'NIN PAYI %	6,00	6,03	5,60	
ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI	388.730.571	424.518.347	474.088.581	11,7
TÜRKİYE TEKSTİL İTHALATI	5.978.147.828	6.389.767.263	8.232.523.320	28,8
ALMANYA'NIN PAYI %	6,50	6,64	5,76	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

İthalat sözkonusu olduğunda, 2007 yılında 170 milyar dolar değerindeki Türkiye genel ithalatında Almanya'dan yapılan 17,6 milyar dolar değerindeki ithalatın payının %10,3 olduğu tespit edilmiştir. Almanya, Türkiye'nin ithalat yaptığı 245 ülke ve serbest bölge içerisinde en çok ithalat gerçekleştirilen 2. ülkedir.

2007 yılında, Türkiye'nin Almanya ile gerçekleştirdiği dış ticarete, ihracatının ithalatından daha yüksek oranda artması, dış ticaret açığının azalmasına neden olmuştur.

2008 yılının ilk dört ayında Almanya'ya genel ihracat bir önceki yılın aynı dönemine oranla %26,8 oranında artarken, Türkiye'nin genel ihracat artışı %41,4 olmuştur. Bu durumda, Almanya'ya gerçekleştirilen ihracatın toplam ihracat içerisindeki payı da %11,5'den %10,3'e gerilemiştir.

Diğer yandan, 2008 yılının ilk dört aylık döneminde Türkiye'ye yapılan toplam 67 milyar dolar değerinde ithalatın %9,5 gibi önemli büyük bir bölümü Almanya'dan gerçekleştirilmiştir.

2008 yılının ilk dört aylık döneminde Almanya'nın Türkiye ile ticaretini, tekstil ve konfeksiyon ticareti ile birlikte gösteren bir tablo, aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE - ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ			
2007 - 2008			
OCAK - NİSAN			
Birim: \$	2007	2008	DEĞİŞİM
	OCAK - NİSAN	OCAK - NİSAN	%
ALMANYA'YA İHRACAT	3.625.366.369	4.595.867.422	26,8
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	31.483.679.107	44.523.512.263	41,4
ALMANYA'NIN PAYI %	11,52	10,32	
ALMANYA'DAN İTHALAT	4.779.208.573	6.346.968.357	32,8
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	48.128.537.513	67.022.360.750	39,3
ALMANYA'NIN PAYI %	9,93	9,47	
ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI	1.159.926.312	1.358.702.257	17,1
TÜRKİYE KONFEKSİYON İHRACATI	4.759.967.002	5.456.301.365	14,6
ALMANYA'NIN PAYI %	24,37	24,90	
ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI	11.480.802	17.822.531	55,2
TÜRKİYE KONFEKSİYON İTHALATI	457.521.945	709.510.282	55,1
ALMANYA'NIN PAYI %	2,51	2,51	
ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI	128.181.396	151.328.028	18,1
TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI	2.252.170.274	2.751.083.143	22,2
ALMANYA'NIN PAYI %	5,69	5,50	
ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI	137.249.639	156.499.242	14,0
TÜRKİYE TEKSTİL İTHALATI	2.524.228.665	2.635.458.019	4,4
ALMANYA'NIN PAYI %	5,44	5,94	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

Genel dış ticaretin durumuna benzer şekilde, Almanya'ya gerçekleştirilen konfeksiyon ihracatı %17,1 oranında artarken, ithalat artış oranı %55'i geçmiş durumdadır.

Konfeksiyon sektörünün tedarikçisi durumundaki tekstil sektöründe ise Almanya'ya gerçekleşen ihracatın artış oranı %18,1 olurken ithalat artışı %14 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye'den Almanya'ya genel ihracat, 2000 yılından 2007 yılı sonuna kadar geçen sekiz yıllık süreç içerisinde devamlı artmış, ancak artış oranları bazen %25'in üzerine çıkarken, bazı yıllar %10'un altına inerek dalgalı bir seyir izlemiştir.

2008 yılının ilk dört aylık döneminde Almanya'ya ihracat artışı %26,8 oranında olmuş ve ihracat değeri de 4,6 milyar dolara ulaşmıştır.

Bu ülkeden ithalat, 2001 yılında 2000 yılına kıyasla %25 kadar gerilemiş, ancak izleyen üç yıl boyunca %30'un üzerinde yüksek oranlı artışlar kaydedilmiştir. 2007 yılında ise bir önceki yıla göre %18,8 oranında artışla 17,6 milyar dolara ulaşmıştır. 2008 yılının Ocak – Nisan döneminde Almanya'dan genel ithalat %32,8 gibi yüksek bir oranla artarak 6,3 milyar dolar olmuştur.

2007 yılında Almanya ile Türkiye arasındaki ticaret hacmi, 2006 yılına göre %28,6 oranında artışla, 29 milyar doları geçmiştir.

2000 yılından 2008 yılı nisan ayı sonuna kadar Türkiye ile Almanya arasında dış ticaretin seyrini gösteren bir tablo, aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	5.179.844.047	-	7.198.209.397	-
2001	5.366.944.918	3,6	5.335.443.468	-25,9
2002	5.868.812.970	9,4	7.041.532.433	32,0
2003	7.484.930.597	27,5	9.452.963.795	34,2
2004	8.745.282.461	16,8	12.515.655.290	32,4
2005	9.455.049.952	8,1	13.633.887.595	8,9
2006	9.686.234.819	2,4	14.768.220.038	8,3
2007	11.993.110.388	23,8	17.539.953.842	18,8
2007*	3.625.366.369		4.779.208.573	
2008*	4.595.867.422	26,8	6.346.968.357	32,8

*Ocak - Nisan Dönemi

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

2000 yılında Almanya'ya 5,2 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilirken, 2007 yılında ihracat iki kattan fazla artarak 12 milyar dolara ulaşmıştır. İhracatın yıllık ortalama artış oranı da %13,1'dir.

2000 yılında Almanya'dan toplam 7,2 milyar dolar değerinde ithalat yapılırken, 2007 yılı sonu itibariyle ithalat yine iki kattan fazla artarak 17 milyar doları aşmıştır. İthalatın yıllık artış oranı ise %15,5'dir.

Diğer yandan, 2008 yılının ilk dört aylık döneminde ihracat artışı %26,8 iken, ithalatın daha yüksek oranlı arttığı (%32,8) görülmektedir. İthalatın ihracattan daha yüksek oranlı artma eğilimine girmesi, ticaretin Türkiye aleyhine gelişimine işaret olabilir.

Almanya'ya en fazla ihracatı yapılan ilk 20 ürün grubu aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA GENEL İHRACAT EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN				
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %
61	ÖRME GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI	2.004.996.553	2.266.581.337	13
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI, TRAKTÖR, BİSİKLET, MOTOSİKLET VE DİĞER	1.261.316.210	1.861.179.491	48
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZAN, MAKİNA VE CİHAZLAR, ALETLER, PARÇALARI	1.059.731.007	1.510.771.879	43
62	ÖRÜLMEMİŞ GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI	932.025.973	1.005.561.418	8
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR, AKSAM VE PARÇALARI	830.591.287	825.247.945	- 1
63	MENSUCATTAN MAMUL DİĞER EŞYA, KULLANILMIŞ EŞYA, PAÇAVRALAR	443.654.672	451.518.189	2
20	SEBZE, MEYVA, BİTKİ PARÇALARI, SERT KABUKLU YEMİŞ KONSERVELEİ	320.224.361	377.672.436	18
08	YENİLEN MEYVALAR, KABUKLU YEMİŞLER, TURUNÇGİL VE KAVUN KABUĞU	331.971.593	361.044.054	9
73	DEMİR VEYA ÇELİKTE EŞYA	264.675.004	359.532.706	36
40	KAUÇUK VE KAUÇUKTAN EŞYA	242.035.342	313.517.792	30
76	ALUMİNYUM VE ALUMİNYUM EŞYA	202.184.261	275.835.788	36
89	GEMİLER, SUDA YÜZEN TAŞIT VE ARAÇLAR	112.262.520	195.908.862	75
72	DEMİR VE ÇELİK	94.757.745	179.263.050	89
39	PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA	118.658.485	170.640.792	44
94	MOBİLYALAR, AYDINLATMA, REKLAM LAMBALARI, PREFABRİK YAPILAR	127.718.529	154.823.020	21
52	PAMUK, PAMUK İPLİĞİ, PAMUKLU DOKUMA MENSUCAT	84.450.442	106.570.449	26
69	SERAMİK MAMULLERİ	75.492.780	97.190.924	29
07	YENİLEN SEBZELER VE BAZI KÖK VE YUMRULAR	70.878.562	91.349.653	29
71	İNCİLER, KIYMETLİ TAŞ VE METAL MAMULLERİ, MADENİ PARALAR	66.587.480	88.214.099	32
54	DOKUMAYA ELVERİŞLİ SUNİ VE SENTETİK LİFLER	81.561.131	86.547.120	6
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		8.725.773.937	10.778.971.004	24
ALMANYA'YA GENEL İHRACAT		9.686.234.819	11.993.110.388	24
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		90	90	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı tüm maddeler açısından incelendiğinde, 2007 yılında en fazla ihraç edilen mamüllerin başında Fasıl 61 kapsamındaki örme giyim eşyaları, Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları ile Fasıl 84 kapsamındaki nükleer reaktör, kazan, makina ve cihazların geldiği görülmektedir.

Bu ilk üç ürün grubunu takiben Fasıl 62 kapsamındaki dokuma konfeksiyon mamülleri, Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar ile Fasıl 63 kapsamındaki mensucattan mamül diğer hazır eşyalar, en fazla ihraç edilen ürünler içerisinde yer almaktadır.

Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun beş tanesi, tekstil ve konfeksiyon mamülleridir.

2007 yılında, Almanya'ya ihraç edilen ilk 20 ürün grubunda yalnızca, Fasıl 85'de yer alan elektrikli makine ve cihazların ihracatında %1 oranında düşüş görülmüştür.

Fasıl 72 kapsamında demir ve çelik mamülleri ihracatının %89 gibi yüksek bir oran ile artması, dikkate değer bir gelişme olmuştur. Ancak, değer bazında en yüksek artış, 600 milyondan fazla artış elde edilen Fasıl 87'de yer alan motorlu kara taşıtları ihracatından elde edilmiştir.

2007 yılında, Türkiye'nin Almanya'dan en çok ithal ettiği ürünler ise Fasıl 84 kapsamındaki nükleer reaktör, kazan, makina ve cihazlar, Fasıl 87 kapsamında yer alan motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet ve motosiklet benzerleri ile Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar olmuştur.

2007 yılında en fazla ithal edilen ilk 20 ürün grubunda, dolar bazında %3 ile %68 arasında değişen oranlarda artış görülmüştür.

Almanya'dan ithalatta oransal olarak en büyük artış, Fasıl 89 kapsamında yer alan gemiler ve suda yüzen taşıtların ithalatında görülürken, değer bazında en büyük artış ise Fasıl 84'de yer alan nükleer reaktörler, kazan ve makinelerin ithalatında elde edilmiştir.

Almanya'dan en fazla ithal edilen ilk 20 ürün grubuna dair veriler, aşağıdaki tablodan görülebilir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI				
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN				
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %
84	NÜKLEER REAKTÖRLER,KAZAN;MAKİNA VE CİHAZLAR,ALETLER,PARÇALARI	3.656.432.211	4.517.209.877	24
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI, TRAKTÖR,BİSİKLET,MOTOSİKLET VE DİĞER	2.919.034.126	3.411.804.363	17
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR,AKSAM VE PARÇALARI	1.284.169.409	1.507.584.904	17
39	PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA	1.131.685.344	1.329.462.776	17
72	DEMİR VE ÇELİK	579.418.455	662.480.585	14
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	500.624.247	642.297.684	28
90	OPTİK,FOTOĞRAF,SİNEMA,ÖLÇÜ,KONTROL,AYAR CİHAZLARI,TIBBİ ALET.	552.446.557	638.702.119	16
29	ORGANİK KİMYASAL MÜSTAHSALLAR	392.971.121	447.794.941	14
48	KAĞIT VE KARTON;KAĞIT HAMURUNDAN KAĞIT VE KARTONDAN EŞYA	370.103.719	390.814.523	6
38	MUHTELİF KİMYASAL MADDELER	333.451.773	357.850.313	7
32	DEBAGAT VE BOYACILIKTA KULLANILAN HÜLASA,BOYA,MACUN,SAKIZLAR	320.943.023	331.569.495	3
73	DEMİR VEYA ÇELİKTEN EŞYA	255.851.638	299.015.558	17
89	GEMİLER,SUDA YÜZEN TAŞIT VE ARAÇLAR	142.623.687	239.336.059	68
40	KAUÇUK VE KAUÇUKTAN EŞYA	165.636.766	206.388.481	25
55	SENTETİK VE SUNİ DEVAMSIZ LİFLER	159.481.053	184.347.028	16
76	ALUMİNYUM VE ALUMİNYUM EŞYA	153.707.764	161.161.185	5
34	SABUNLAR,YÜZEY AKTİF ORGANİK MADDELER,YIKAMA-YAĞLAMA MADDE.	126.869.149	160.295.834	26
33	UÇUCU YAĞLAR,REZİNOİTLER,PARFÜMERİ,KOZMETİKLER VB	107.122.163	131.496.848	23
94	MOBİLYALAR,AYDINLATMA,REKLAM LAMBALARI,PREFABRİK YAPILAR	89.128.177	128.232.328	44
98	HARP SİLAHLARI	82.572.877	126.801.420	54
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		13.324.273.259	15.874.646.321	19
ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT		14.768.220.038	17.539.953.842	19
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		90	91	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

Türkiye – Almanya Konfeksiyon Dış Ticareti

2007 yılı sonu itibariyle, Türkiye'nin en fazla konfeksiyon ihrac ettiği ülke Almanya'dır. 2000 yılından 2008 yılı nisan ayı sonuna kadar olan dönemde Türkiye'nin Almanya'ya konfeksiyon ihracatı incelendiğinde dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. 2003 yılında, bir önceki yıla göre elde edilen %24,5'lik artışın ardından, 2004 yılında %4,9 oranında nispeten düşük düzeyli bir artış olduğu, 2005 yılında ise hiç artış ya da azalış olmadan durumun korunduğu görülmektedir. 2006 yılında Almanya'ya konfeksiyon ihracatı bir önceki yıla göre %5,3 oranında azalırken, 2007 yılında bir toparlanma sürecine girilerek, %10,1'lik bir artışla 3,7 milyar doları geçmiştir. 2008 yılı ilk dört aylık

döneminde ise bu ülkeye yönelik konfeksiyon ihracatı geçen yılın aynı dönemine göre %17,1 oranında artışla 1,4 milyar dolar olmuştur.

Bunun yanında, Almanya'dan gerçekleşen konfeksiyon ithalatı 2007 yılında %0,03 oranında düşüş kaydederek 37,1 milyon dolar olmuştur. Ancak, 2008 yılının ilk dört aylık döneminde yüksek oranlı bir artış (%55,2) göze çarpmaktadır.

2000 yılından 2007 yılının sonuna kadar olan dönemde, Türkiye'nin Almanya'ya gerçekleştirdiği konfeksiyon ihracatının yıllık ortalama artış oranı %5,5 olarak hesaplanmaktadır. Türkiye'nin Almanya'dan gerçekleştirdiği konfeksiyon ithalatının yıllık artış oranı ise %11,5 olarak tesbit edilmiştir.

Almanya, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği 136 ülke içinde 10. sırada yer almaktadır.

2000 yılından 2008 nisan ayı sonuna kadar olan süreçte, Türkiye'nin Almanya ile konfeksiyon ticaretine ilişkin bilgiler, aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE - ALMANYA KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	2.636.325.712	-	20.172.737	-
2001	2.499.224.654	-5,2	14.667.659	-27,3
2002	2.731.264.916	9,3	21.256.763	44,9
2003	3.400.317.538	24,5	28.138.155	32,4
2004	3.569.491.329	5,0	29.903.846	6,3
2005	3.571.376.325	0,1	29.993.197	0,3
2006	3.380.677.198	-5,3	37.106.088	23,7
2007	3.723.660.944	10,1	37.093.241	-0,03
2007*	1.159.926.312		11.480.802	
2008*	1.358.702.257	17,1	17.822.531	55,2

*Ocak - Nisan Dönemi

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

2007 yılında Almanya'ya en fazla ihraç edilen konfeksiyon mamüllerinin başında 61 09 GTİP başlığı kapsamındaki t-shirt, fanila ve benzerleri gelmektedir. Bu ürünleri, 62 04 GTİP başlığındaki bayan takım, takım elbise ceket vb ile 61 10 GTİP başlığında yer alan örme kazak, süveter, hırka, yelek ve benzeri giysiler izlemektedir.

En fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde, 61 05 GTİP başlığında yeralan erkek örme gömleklerin ihracatında kaydedilen %146 oranında artış ve 61 01 GTİP başlığı altında yeralan erkek ve erkek çocuklar için dış giysilerde kaydedilen %102 oranında artış dikkat çekicidir.

Almanya'ya en fazla ihraç edilen konfeksiyon ürün gruplarını gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI				
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN				
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %
6109	TİSÖRT, FANILA, DİGER İÇ GİYİM ESYASI (ÖRME)	870.146.981	929.878.959	7
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBISE, CEKET VS.	432.547.472	455.443.583	5
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. ESYA (ÖRME)	396.697.539	389.004.097	- 2
6302	YATAK ÇARSAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	310.377.051	298.838.789	- 4
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBISE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	165.426.987	226.593.707	37
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBISE, CEKET VS.	190.737.946	204.469.761	7
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	128.989.805	194.993.775	51
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	151.770.078	177.709.301	17
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	95.945.235	128.065.460	33
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM ESYASI (ÖRME)	113.401.547	98.587.852	- 13
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	66.399.534	75.955.485	14
6305	ESYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	59.069.823	66.900.983	13
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	24.843.407	61.110.647	146
6114	DİGER GİYİM ESYASI (ÖRME)	26.850.173	47.712.295	78
6304	DİGER MEFRUSAT ESYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARIÇ)	35.534.483	44.440.380	25
6208	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM ESYASI	45.531.108	41.437.449	- 9
6107	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM ESYASI (ÖRME)	37.179.062	35.018.008	- 6
6103	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBISE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	28.078.815	28.321.888	1
6101	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN DİS GİYİM (ÖRME)	12.038.238	24.339.404	102
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALALARI	22.671.920	24.264.548	7
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		3.214.237.204	3.553.086.371	11
ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI		3.380.677.198	3.723.660.944	10
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		95	95	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

En fazla ihraç edilen 20 ürün grubu içerisinde, 15 ürün grubunda %1 ile %146 arasında değişen oranlarda ihracat artışı görülürken, 5 ürün grubunda düşüş kaydedilmiştir. Düşüşler %2 ile %13 arasında değişen oranlarda olmuştur.

Almanya'ya en çok ihraç edilen 20 ürün grubunun 11 tanesinin Fası 61 kapsamındaki örme giysilerde, 5 tanesinin Fası 62'deki dokuma giysilerde ve 4 tanesinin Fası 63 kapsamındaki mensucattan mamül diğer hazır eşyalarda yer aldığı tesbit edilmiştir.

Türkiye'nin Almanya'dan en fazla ithal ettiği konfeksiyon ürünlerinin başında ise, 61 09 GTİP başlığında yeralan örme t-shirt, fanila ve benzeri giysiler, 62 03 GTİP başlığı kapsamındaki erkek dokuma takım elbise ve ceketler ile 62 04 GTİP başlığında yeralan bayan dokuma takım elbise ve ceketler gelmektedir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI				
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN				
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %
6109	TİSÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM ESYASI (ÖRME)	5.048.722	4.994.845	-1
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	4.673.316	4.566.793	-2
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	5.633.067	4.078.504	-28
6307	DİĞER HAZIR ESYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	3.387.053	3.023.652	-11
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. ESYA (ÖRME)	3.080.407	2.749.365	-11
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM ESYASI (ÖRME)	566.007	1.854.110	228
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	1.511.964	1.853.276	23
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	1.631.150	1.712.433	5
6217	GIYİM ESYASININ HAZIR TEFERRUATI, PARÇALARI, AKSESUARLARI	994.679	1.142.664	15
6302	YATAK ÇARSAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	1.586.863	1.022.246	-36
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALALARI	895.361	924.543	3
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	497.531	916.136	84
6212	SÜTYEN, KORSE, KORSE KEMER, PANTOLON ASKISI, ÇORAP BAĞI, JARTİYER	485.777	900.846	85
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	913.578	812.120	-11
6306	VAGON VE MAVNA ÖRTÜLERİ, YELKENLER, DIS STORLAR, TENTE, ÇADIR VB	587.453	760.729	29
6305	ESYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	468.032	609.598	30
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DIS GIYIM	619.098	581.752	-6
6211	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN SPOR, KAYAK VE YÜZME KIYAFETLERİ VB GIYİM ESYASI	300.732	545.699	81
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	354.431	509.496	44
6208	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM ESYASI	191.971	502.834	162
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		33.427.192	34.061.641	2
ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI		37.106.088	37.093.241	-0,03
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		90	92	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

En fazla ithal edilen ilk beş ürün grubunun ithalatında %1 ile %28 arasında değişen oranlarda düşüşler göze çarpmaktadır. 2007 yılında ithalatı en yüksek oranlı artan ürünler %228 artışla 61 08 GTİP başlığındaki örme bayan iç ve gece giyim eşyası, %162 oranında

artışla 62 08 GTİP başlığındaki bayan dokuma iç ve gece giyim eşyaları olarak sıralanmaktadır.

Türkiye'nin Almanya'dan en fazla ithal ettiği yirmi ürünün dokuzu Fasıl 62'deki dokuma giysilerde, altısı Fasıl 61 kapsamındaki örme giysilerde ve 5 tanesi ise Fasıl 63'de diğer hazır eşyalarda yer almaktadır.

Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti

Almanya, Türkiye'nin Rusya Federasyonu, İtalya ve Romanya'nın ardından en fazla tekstil (elyaf, iplik ve kumaş) ihraç ettiği 4. büyük pazardır. Almanya ile tekstil ticareti, 2000 yılından 2008 yılının Nisan ayı sonuna kadar olan sekiz yılı aşkın süreçte, bazı yıllarda artışlar bazı yıllar düşüşler ile dalgalanarak, 2008 yılı nisan ayı sonunda toplam 308,8 milyon doları bulmuştur. Bu rakamın 151,3 milyon doları ihracat, 156,5 milyon doları ithalattır.

2000 yılından 2007 yılının sonuna kadar olan dönemde, Türkiye'nin Almanya'ya gerçekleştirdiği tekstil ihracatının yıllık ortalama artış oranı %9,1 olmuştur. Türkiye'nin Almanya'dan yaptığı tekstil ithalatının yıllık artış oranı ise %6,4 olarak tesbit edilmiştir. Bu kapsamda, Türkiye'nin Almanya ile gerçekleştirdiği tekstil dış ticaretinde açığın azalma eğilimi gösterdiği söylenebilir.

2000 yılından 2008 yılının Nisan ayı sonuna kadar Türkiye ile Almanya arasındaki tekstil ticaretini gösteren bir tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	229.322.454	-	320.150.588	-
2001	260.246.875	13,5	271.441.865	-15,2
2002	239.649.943	-7,9	328.262.357	20,9
2003	289.222.423	20,7	367.605.499	12,0
2004	317.542.343	9,8	410.369.061	11,6
2005	328.782.797	3,5	388.730.571	-5,3
2006	370.633.084	12,7	424.518.347	9,2
2007	412.028.458	11,2	474.088.581	11,7
2007*	128.181.396		137.249.639	
2008*	151.328.028	18,1	156.499.242	14,0

*Ocak - Nisan Dönemi

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

2007 yılında Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk 20 ürüne ait bilgileri içeren tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI				
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN				
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, SERİTLERLE DOKUMALAR	46.965.035	49.569.489	6
5902	NAYLON, POLIAMİD, POLİESTER VB.ESASLI İÇ-DİŞ LASTİĞİ MENSUCATI	38.099.348	39.678.830	4
5208	PAMUK MEN (AGIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	26.033.634	32.306.911	24
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	20.974.066	27.594.528	32
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİS İPLİĞİ HARİÇ) (TOPTAN)	23.319.339	26.925.591	15
5205	PAMUK (DİKİS HARİÇ) İPLİĞİ (AGIRLIK; =>%85 PAMUK) (TOPTAN)	15.442.549	19.962.425	29
5703	TUFTE EDİLMİŞ HALILAR, TUFTE EDİLMİŞ (YER KAPLAMALARI)	7.319.847	18.667.832	155
5511	SUNİ-SENTETİK DEVAMSIZ ELYAFTAN İPLİKLER (PERAKENDE)	17.753.735	16.164.642	- 9
5515	DİĞER DEVAMSIZ SENTETİK LİFDEN DOKUMALAR	15.452.359	14.727.774	- 5
5702	DOKUNMUS HALILAR, YER KAPLAMALARI (KILIM, SUMAK, KARAMAN VB)	14.978.015	14.727.499	- 2
5810	İSLEMELER (PARÇA, SERİT, MOTİF HALİNDE)	13.137.476	12.934.306	- 2
5210	PAMUK MEN (DOKUMALAR, AGIRLIKÇA % < 85 TEN AZ PAMUK İÇEREN, <= 200 G/M ²)	10.578.995	12.175.926	15
5112	TARANMIS YÜNDEN, İNCE HAYVAN KILINDAN DOKUMALAR	8.323.385	11.880.813	43
5606	ĞİPE İPLİKLER, MONOFİLLER, SERİTLER, TİRTİL İPLİKLER VB	9.167.006	6.995.161	- 24
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İSLEM GÖRMEMİS)	8.346.249	6.628.576	- 21
5801	KADİFE, PELÜS VE HALKALI (TİRTİL MENSUCAT)	6.599.816	6.530.318	- 1
6006	DİĞER ÖRME MENSUCAT	6.463.120	6.242.020	- 3
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIS, KAPLANMIS MENSUCAT	3.938.625	6.067.871	54
5109	YÜN VE İNCE KILDAN İPLİKLER (PERAKENDE)	5.718.262	6.009.727	5
6004	DİĞER ÖRME MENSUCAT (EN>30CM, ELASTOMERİK/KAUÇUK İPLİK=>%5)	2.159.499	5.893.897	173
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		300.770.360	341.684.136	14
ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI		370.633.084	412.028.458	11
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		81	83	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

Almanya'ya tekstil ihracatında 54 07 GTİP başlığında yer alan sentetik iplikten dokumalar ile 59 02 GTİP başlığındaki naylon, poliamid, poliester v.b. esaslı iç-dış lastiği mensucatı en fazla ihraç edilen mamüllerdir. Bunları sırasıyla, 52 08 GTİP başlığındaki pamuklu dokuma kumaşlar, 52 09 GTİP başlığında yer alan m²si 200 gramdan fazla olan pamuklu dokuma kumaşlar ve 54 02 GTİP başlığındaki sentetik liflerden iplikler izlemektedir.

Almanya'ya ihracatı gerçekleştirilen ilk 20 ürün grubu içerisinde yedi ürün grubunun ihracatında düşüş kaydedilirken, başta en fazla ihraç edilen ilk beş ürün grubu da olmak üzere 13 tekstil ürün grubunda ihracat artmıştır.

Hem oransal ve hem de dolar bazında en büyük ihracat artışı 57 03 GTİP başlığındaki tuftedilmiş halı ve yer kaplamalarında görülmüştür.

Hem oransal, hem de dolar bazında en büyük ihracat düşüşü ise 56 06 GTİP başlığında yer alan gipe iplikler, monofiller, seritler, tırtıl iplikler ürün grubunda tespit edilmiştir.

Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği tekstil ürünlerinin başında 55 03 GTİP başlığı kapsamındaki işlem görmemiş sentetik devamsız lifler, 54 02 GTİP başlığında yeralan dikiş ipliği olmayan sentetik liften iplik ve 56 03 GTİP başlığı kapsamındaki emdirilmiş, dokunmamış mensucat gelmektedir. Bunları sırasıyla 5501 GTİP başlığında yer alan sentetik lif demetleri ve 55 04 GTİP başlığındaki suni devamsız lifler izlemektedir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI				
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN				
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LIFLER (İSLEM GÖRMEMİS)	69.095.794	81.983.103	19
5402	SENTETİK LIF İPLİĞİ (DİKİS İPLİĞİ HARİÇ) (TOPTAN)	44.189.991	65.923.001	49
5603	DOKUNMAMIS MENSUCAT (EMDIRILMIS)	40.239.434	46.731.218	16
5501	SENTETİK LIF DEMETLERİ	33.158.527	34.067.932	3
5504	SUNİ DEVAMSIZ LIFLER (İSLEM GÖRMEMİS)	21.012.148	27.757.170	32
5903	PLASTİK EMDİRİLMİS, SIVANMIS, KAPLANMIS MENSUCAT	21.830.712	17.023.556	- 22
5502	SUNİ LIF DEMETLERİ	12.878.923	14.691.016	14
5911	TEKNİK İŞLER İÇİN DOKUMAYA ELVERİSLİ MADDEDEN DİĞER ESYA	6.952.921	12.332.158	77
5105	YÜN, İNCE/KABA HAYVAN KILLARI (KARDELİ/TARANMIS)	6.937.719	11.458.273	65
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, SERİTLERLE DOKUMALAR	10.690.331	10.722.185	0
6005	ÇÖZGÜ TİPİ ÖRGÜLÜ DİĞER MENSUCAT	11.897.991	10.224.648	- 14
5801	KADİFE, PELÜS VE HALKALI (TIRTIL MENSUCAT)	12.473.695	9.794.807	- 21
5107	TARANMIS KAMGARN-PENYE YÜN İPLİKLERİ	8.303.383	8.373.134	1
5112	TARANMIS YÜN DEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	14.798.752	7.980.038	- 46
5101	YÜN VE YAPAGI (KARDESİZ/TARANMAMIS)	7.169.286	7.756.775	8
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	4.903.620	7.318.143	49
5403	SUNİ LİFDEN İPLİKLER (DİKİS HARİÇ) (TOPTAN)	5.898.209	7.230.394	23
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	6.115.879	6.513.951	7
5408	SUNİ FILAMENT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUS MENSUCAT	7.683.678	5.439.052	- 29
6006	DİĞER ÖRME MENSUCAT	5.356.177	5.290.040	- 1
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		351.587.170	398.610.594	13
ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI		424.518.347	474.088.581	12
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		83	84	

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

İthal edilen tekstil ürünleri arasında 59 11 GTİP başlığı altındaki teknik işler için dokumaya elverişli maddelerden diğer eşya ithalatının %77 oranında, 51 05 GTİP başlığı kapsamındaki taranmış yün ve ince hayvan kıllarının ihracatının %65 oranında, diğer kalemlere kıyasla daha yüksek artış oranı kaydetmeleri dikkat çekici bulunmuştur.

Dolar bazında en büyük ithalat artışı, 54 02 GTİP başlığında yer alan sentetik liflerden ipliklerde görülürken, en büyük ithalat düşüşü ise 51 12 GTİP başlığında yer alan taranmış yünden, ince hayvan kılından dokumalarda tespit edilmiştir.

Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Almanya'nın Yeri

Türkiye, 2006 yılı itibariyle açıklanan Dünya Ticaret Örgütü istatistiklerine göre, 218,5 milyar dolar tutarındaki dünya tekstil ticaretinde %3,5 pay ile 8. en büyük tedarikçidir. Benzer şekilde, 311,4 milyar dolar değerinde dünya konfeksiyon ticaretinde ise %3,8 pay ile 4. büyük tedarikçi durumundadır. Uluslararası pazarlarda en önemli tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerinden biri olan Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatında, Almanya'nın önemli bir yeri bulunmaktadır.

2007 yılına ilişkin dış ticaret verileri çerçevesinde Almanya Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında birinci, tekstil ihracatında ise Rusya Federasyonu, İtalya ve Romanya'nın ardından 4. büyük pazardır.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı içerisinde Almanya'nın payı %23,9 olarak hesaplanmaktadır. 2007 yılı itibariyle Türkiye'nin tekstil ihracatında ise Almanya'nın payı %5,6 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ihracatında Almanya'nın konumunu gösteren tablolar aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %	PAY %
ALMANYA	3.380.677.198	3.723.660.944	10	23,9
İNGİLTERE	2.287.184.983	2.621.410.940	15	16,8
FRANSA	940.806.101	1.054.614.909	12	6,8
HOLLANDA	867.408.675	1.046.532.257	21	6,7
İSPANYA	709.003.094	949.666.901	34	6,1
A.B.D.	1.009.678.559	801.266.951	-21	5,1
İTALYA	629.665.565	772.364.531	23	5,0
DANİMARKA	424.167.399	521.130.710	23	3,3
İSVEÇ	241.915.318	299.347.275	24	1,9
BELÇİKA	245.387.311	274.666.510	12	1,8
RUSYA FEDERASYONU	204.233.872	241.792.575	18	1,6
YUNANİSTAN	144.174.119	218.543.315	52	1,4
AVRUPA SERBEST BÖL	144.180.705	194.361.007	35	1,2
İST.AHL.SERBEST B	105.743.957	168.551.136	59	1,1
AVUSTURYA	141.623.771	160.735.252	13	1,0
CEZAYİR	143.625.803	146.194.567	2	0,9
İST.TRAKYA SER.BÖ	232.514.489	145.689.084	-37	0,9
İSVİÇRE	117.078.029	135.066.805	15	0,9
MACARİSTAN	48.058.819	133.360.023	177	0,9
ROMANYA	93.269.270	125.506.629	35	0,8
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	12.110.397.037	13.734.462.321	13	88,2
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRACATI	13.569.690.083	15.576.062.664	15	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	89	88		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKSTİL İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %	PAY %
RUSYA FEDERASYONU	513.286.972	689.913.173	34	9,4
İTALYA	581.945.819	651.955.335	12	8,9
ROMANYA	346.149.320	424.074.506	23	5,8
ALMANYA	370.633.084	412.028.458	11	5,6
POLONYA	249.856.788	322.759.228	29	4,4
A.B.D.	264.919.310	307.264.278	16	4,2
İNGİLTERE	231.674.602	255.430.052	10	3,5
BULGARİSTAN	251.110.546	251.322.064	0	3,4
YUNANİSTAN	179.389.008	219.049.617	22	3,0
İSPANYA	193.125.416	215.947.741	12	2,9
FRANSA	149.694.960	187.598.975	25	2,6
İST.AHL.SERBEST B	137.153.003	167.082.605	22	2,3
İRAN	124.852.265	161.611.629	29	2,2
UKRAYNA	121.502.338	154.282.524	27	2,1
SUUDİ ARABİSTAN	133.240.871	151.981.608	14	2,1
BELÇİKA	102.411.696	132.144.320	29	1,8
HOLLANDA	93.405.724	120.307.840	29	1,6
FAS	69.753.037	115.760.818	66	1,6
SİRBİSTAN	82.757.195	108.151.453	31	1,5
MISIR	106.176.408	108.037.908	2	1,5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	4.303.038.362	5.156.704.132	20	70,1
TÜRKİYE'NİN TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	6.146.614.045	7.352.092.290	20	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	70	70		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

Almanya, tekstil ve konfeksiyon ihracatı açısından Türkiye için önemli bir pazar olduğu kadar, ithalat açısından da önde gelen partnerlerden biridir. 2007 yılında Almanya'dan 37,1 milyon dolar değerinde konfeksiyon ve 474,1 milyon dolar değerinde tekstil mamülü ithal edilmiştir.

Almanya, 2007 yılında Türkiye'nin en fazla konfeksiyon ithal ettiği ülkeler içerisinde 10. sırada yer almaktadır. Tekstil ithalatında ise 5. sırada bulunmaktadır.

Türkiye'nin konfeksiyon ithalatında Almanya'nın yerini gösteren istatistikî tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN HALK CUMHUR.	169.421.112	244.868.346	45	16,1
BANGLADEŞ	80.844.408	160.097.291	98	10,5
İTALYA	120.888.897	149.474.140	24	9,8
HİNDİSTAN	80.877.800	110.859.031	37	7,3
MALEZYA	42.842.941	94.371.988	120	6,2
HONG-KONG	47.890.622	66.052.779	38	4,3
ENDONEZYA	36.847.325	57.241.488	55	3,8
İSPANYA	26.095.948	39.788.298	52	2,6
PAKİSTAN	18.469.820	39.212.317	112	2,6
ALMANYA	37.106.088	37.093.241	0	2,4
FAS	26.782.835	34.042.438	27	2,2
VİETNAM SOSYALİST	7.474.137	32.418.308	334	2,1
SRİ LANKA	16.749.855	30.333.927	81	2,0
İNGİLTERE	26.156.870	30.214.844	16	2,0
FRANSA	22.049.427	26.353.789	20	1,7
TAYLAND	23.212.566	24.779.668	7	1,6
EGE SERBEST BÖLGE	19.010.141	23.725.148	25	1,6
PORTEKİZ	16.249.541	23.293.894	43	1,5
BULGARİSTAN	22.696.903	21.579.700	-5	1,4
ROMANYA	22.060.596	20.381.432	-8	1,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	863.727.832	1.266.182.067	47	83,3
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	1.039.973.044	1.520.571.873	46	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	83	83		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

2007 yılında Türkiye'nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ülkelerden sadece Bulgaristan, Romanya ve Almanya'da sırasıyla %5, %8 ve %0,03 oranında düşüşler kaydedilirken, ilk 20 içerisindeki diğer ülkelerde %7 ile %334 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiştir. 2007 yılında Almanya'dan konfeksiyon ithalatı payı, toplam konfeksiyon ithalatında %2,4 olarak hesaplanmıştır.

Diğer yandan, 2007 yılında Türkiye'nin Almanya'dan tekstil ithalatı %12 oranında artmış ve toplam ithalatta payı %5,8 olarak hesaplanmıştır. En fazla tekstil ithal edilen ilk 20 ülke arasında sadece Yunanistan, İngiltere, Fransa ve Bangladeş'te %1 ile %38 arasında değişen oranlarda düşüş görülürken, ilk yirmi içerisindeki diğer tüm

ülkelerde %9 ile %120 arasında değişen oranlarda nispeten yüksek oranlı artışlar olmuştur.

Türkiye'nin tekstil ithalatında Almanya'nın yerini gösteren istatistiki tablolar aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKSTİL İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2006 YILLIK	2007 YILLIK	2006 / 07 DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN HALK CUMHUR.	913.408.489	1.445.712.681	58	17,6
A.B.D.	572.602.096	889.319.015	55	10,8
HİNDİSTAN	338.818.642	743.868.138	120	9,0
İTALYA	664.377.739	727.402.898	9	8,8
ALMANYA	424.518.347	474.088.581	12	5,8
PAKİSTAN	290.366.877	397.076.058	37	4,8
ENDONEZYA	300.587.653	386.142.662	28	4,7
GÜNEY KORE CUM.	276.533.006	302.685.698	9	3,7
TAYLAND	151.847.925	204.389.459	35	2,5
MALEZYA	168.824.640	183.706.162	9	2,2
TÜRKMENİSTAN	146.811.602	175.896.964	20	2,1
ÖZBEKİSTAN	134.295.369	174.712.631	30	2,1
İNGİLTERE	151.089.406	148.984.843	- 1	1,8
YUNANİSTAN	234.387.196	145.220.559	- 38	1,8
FRANSA	147.550.253	130.816.673	- 11	1,6
İSPANYA	89.601.508	129.946.883	45	1,6
İST.AHL.SERBEST B	98.339.985	113.880.257	16	1,4
TAYVAN	77.713.772	111.616.232	44	1,4
AVUSTURYA	89.885.002	107.679.127	20	1,3
BANGLADEŞ	86.542.646	84.070.314	- 3	1,0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	5.358.102.153	7.077.215.835	32	86,0
TÜRKİYE'NİN TOPLAM TEKSTİL İTHALATI	6.389.767.263	8.232.523.320	29	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	84	86		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Haziran 2008

VI. FAYDALI ADRESLER

T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

Adres: Rungestr. 9, 10179 Berlin/Deutschland

Tel. : 0049-30/ 27 89 80 55

Faks: 0049-30/ 27 89 80 40

E-posta: dtber@t-online.de

T.C. Hamburg Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

Adres: Mittelweg 13, 20148 Hamburg

Tel.: 0049-40/ 44 44 66, 410 56 89

Faks: 0049-40/ 44 01 47

E-posta: dtham@gmx.de

T.C. Düsseldorf Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

Adres: Graf-Adolf-Str. 80, 40210 Düsseldorf

Tel.: 0049-211/ 355 81 13

Faks: 0049-211/ 355 82 10

E-posta: dusticaretofis@web.de

Türk - Alman Ticaret ve Sanayi Odası (TATSO) (Türkisch Deutsche IHK)

Adres: Im Mediapark 2, 50670 Köln/Germany

Tel: 0049-221-5402200

Faks: 0049-221-5402201

E-posta: info@tatso.org veya info@td-ihk.de

İnternet: www.tatso.org

Alman - Türk Ticaret ve Sanayi Odası

Adres: Muallim Naci Cad. 118/4 80840 Ortaköy-Istanbul

Tel: 0212-259 11 95/96 - 259 08 40

Faks: 0212-259 19 39

E-posta: ahkturk@sim.net.tr

İnternet: <http://www.dtr-ihk.de>

ALMAN TEKSTİL SEKTÖRÜ DERNEKLERİ

Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V. (Alman Tekstil ve Moda Endüstrisi Birliği)

Adres: Frankfurter Straße 10-14 65760 Eschborn

Tel.: +49 6196 966-0

Faks: +49 6196 42170

E-posta: info@textil-mode.de

İnternet: www.textil-mode.de

**GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.
(GermanFashion Moda Derneği Almanya)**

Adres: An Lyskirchen 14 50676 Köln

Tel : +49 (0) 221 7744 130

Faks : +49 (0) 221 7744 137

E-posta: info@germanfashion.net

İnternet: <http://www.germanfashion.net>

**Fachverband Berufs-, Sport und Freizeitbekleidungsindustrie e.V.
(Mesleki, Spor ve Serbest Giyim Sanayii Derneği)**

Adres: An Lyskirchen 14 50676 Köln

Tel : 0221 7744 133

Faks : 0221 7744 137

E-posta: bespo@germanfashion.net

**Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels e.V.
(Alman Tekstil Perakende Ticareti Federal Birliği)**

Adres: An Lyskirchen 14 50676 Köln

Tel: 0221/921509-0

Faks : 0221/921509-10

E-posta: info@bte.de

İnternet: <http://www.bte.de>

Bu Derneğe Üye Alt-Sektör Dernekleri:

**Bundesverband des Deutschen Lederwaren-Einzelhandels e.V.
(Alman Deri Ürünleri Perakende Ticareti Federal Birliği)**

Adres: Postfach 290263 50524 Köln

Tel : 0221/921509-0

Faks : 0221/921509-10

E-posta: Info@lederwareneinzelhandel.de

İnternet: <http://www.lederwareneinzelhandel.de>

**Verband Der Bettenfachgeschäfte e. V.
(Yatak Sektör Firmaları Derneği)**

Adres: Postfach 290263 50524 Köln

Tel: 0221/92 15 09-0

Faks : 0221/92 15 09-10

E-posta: augustin@bte.de

İnternet: <http://www.bettinfo.de>

Bölgesel Tekstil Dernekleri:

Verband der Bayerischen Textil- u. Bekleidungsindustrie e.V. (Bavyera Tekstil ve Giyim Sanayii Derneği)

Adres: Gewürzmühlstr. 5 80538 München

Tel: +49 (0) 89 / 212 14 90

Faks : +49 (0) 89 / 29 15 36

E-posta: vtb-muenchen@vtb-bayern.de

İnternet: <http://www.vtb-bayern.de>

Verband der Nord-Ostdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie (Kuzey-Doğu Almanya Tekstil ve Giyim Sanayii Derneği)

Adres: Annaberger Straße 240 09125 Chemnitz

Tel : 0371 / 5 34 72 46

Faks : 0371 / 5 34 72 45

E-posta: vti@vti-online.de

İnternet: <http://www.vti-online.de>

Verband der Nordwestdeutschen Textil- u. Bekleidungsindustrie (Kuzey-Batı Almanya Tekstil ve Giyim Sanayii Derneği)

Adres: Moltkestr. 19 48151 Münster

Tel : 0251 53 00 00

Faks : 0251 530 00 35

E-posta: info@textil-bekleidung.de

İnternet: <http://www.textil-bekleidung.de>

Verband der Rheinischen Textilindustrie e.V. (Ren Bölgesi Tekstil Sanayii Derneği)

Adres: Wettinerstraße 11 42287 Wuppertal

Tel : +49 (0) 202 / 25 80-0

Faks : +49 (0) 202 / 25 80-258

E-posta : info@vbu-net.de

İnternet : <http://www.vbu-net.de>

Verband der Südwestdeutschen Textil- und Bekleidungsindustrie (Güney-Batı Almanya Tekstil ve Giyim Sanayii Derneği)

Adres: Kernerstraße 59 70182 Stuttgart

Tel : +49 (0) 711 / 2 10 50-0

Faks : +49 (0) 711 / 23 37 18

E-posta : info@suedwesttextil.de

İnternet : <http://www.suedwesttextil.de>

Verband der Textil- u. Bekleidungsindustrie Hessen, Rheinland-Pfalz u. Saarland e.V.

(Hessen, Rheinland-Pfalz ve Saarland Tekstil ve Giyim Sanayii Derneği)

Adres: Friedrich-Ebert-Str. 11-13 67433 Neustadt

Tel : +49 (0) 6321 / 85 22 30

Faks : +49 (0) 6321 / 85 22 21

E-posta : info@verband-textil-bekleidung.de

İnternet : <http://www.verband-textil-bekleidung.de>

Vereinigung der Textilindustrie von Berlin

(Berlin Tekstil Sanayii Derneği)

Adres: Wichmannstraße 20 10787 Berlin

Tel : 030 / 26 21 00 92

Faks : 030 / 262 10 00

* * * * *

Ev Tekstili, Teknik Tekstil ve Tekstil-Giyim ile İlgili Dernekler:

Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V.

(Alman Ev Tekstili Sanayii Derneği)

Adres: Hans-Böckler-Straße 205 42109 Wuppertal

Tel : 0202 / 75 97-0

Faks : 0202 / 75 97 97

E-posta : info@heimtex.de

İnternet : <http://www.heimtex.de>

Bundesverband Konfektion Technischer Textilien (BKTex)

(Konfeksiyon Teknik Tekstil Federal Derneği)

Adres: Parkstraße 60 41061 Mönchengladbach

Tel : 02161 / 29 41 81-0

Faks : 02161 / 29 41 81-1

E-posta : info@bktex.de

İnternet : <http://www.bktex.com>

Industrieverband Garne, Gewebe und Technische Textilien (IVGT)

(İplik, Kumaş ve Teknik Tekstil Sanayii Derneği)

Adres: Frankfurter Straße 10-14 65760 Eschborn

Tel : +49(0)6196 / 47 23 50

Faks : +49(0)6196 / 47 23 70

E-posta : info@ivgt.de

İnternet : <http://www.ivgt.de/en/>

**Industrieverband Tauwerk und Technische Garne
(Teknik İplik Sanayii Derneği)**

Adres: MoltkestraÙe 19 48151 M¼nster

Tel : 0251 / 53 00 00

Faks : 0251 / 53 00 35

E-posta : info@textil-bekleidung.de

**Verband der Tuch- und Kleiderstoffindustrie
(Havlu ve Giyim Malzemeleri Derneği)**

Adres: MevissenstraÙe 15 50668 K¼ln

Tel : 0221/77 44 - 135

Faks : 0221/77 44 - 137

E-posta: tuchverband@bbi-online.de

VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- AB Resmi İstatistik Kurumu Veri Sayfası, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=0,1136217,0_45571467&_dad=portal&_schema=PORTAL
- Alman Tekstil Perakendecileri Federal Derneği, www.bte.de
- Almanya İş Kültürü- İGEME
- Almanya Tekstil-Giyim Sektör Raporu,TC. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği
- Almanya'da Ticaret, İhracat ve Pazarlama Stratejileri , Hamburg Business Development Corporation
- Apparel Retail in Germany, Datamonitor
- Birleşmiş Milletler İstatistik Veri Sayfası, <http://comtrade.un.org/>
- CIA The World Factbook, Country Profiles, Germany,
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group
- Germany at a glance: 2007-08, The Economist Intelligence Unit
- Gesamtverband der Deutschen Textil- und Modeindustrie, www.textil-mode.net
- Globalization of German Apparel Value Chain: Retailers, Manufacturers and Agents, Michael Wortmann
- İşte Almanya, <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/>
- Menswear in Germany, Datamonitor,
- Womenswear in Germany, Datamonitor.
- Business Relations in the EU Clothing Chain: From Industry to retail and distribution , Bocconi University / ESSEC Business School / Baker & McKenzie, October 2007