

Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

ALMANYA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ

EKİM 2011

**2010 TRADE MAP ve 2011 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.....	2
Alman Sanayiinin Genel Görünümü.....	4
Nüfus Yapısı.....	5
Ekonomi	5
II. ALMANYA TEKSTİL VE HAZIRGIYIM PAZARI VE PAZARA GİRİŞ	7
Almanya Tekstil ve Hazırgiyim Sanayii	7
Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama	8
Almanya Hazırgiyim Pazarı Tüketici Tercihleri.....	10
Almanya’da Teknik Tekstiller.....	13
Alman İş Kültürünün Temel Noktaları	14
Çalışma Uygulamaları	14
İş İlişkileri.....	14
Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar.....	15
III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ	16
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat	16
En Çok İhraç Edilen Ürünler.....	16
En Çok İthal Edilen Ürünler	17
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler	17
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler	18
IV. ALMANYA’NIN TEKSTİL VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ	20
Almanya’nın Tekstil Ürünleri Dış Ticareti	20
En Çok Tekstil İthal Edilen Ülkeler	21
Almanya’nın En Çok İthal Ettiği Tekstil Ürünleri.....	22
Almanya’nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	23
En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthal Edilen Ülkeler	25
Almanya’nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri.....	26
V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ	28
Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti.....	28
Türkiye’nin Genel Ticaretinde Almanya’nın Yeri	34
Türkiye’nin Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Almanya’nın Yeri.....	35
Türkiye – Almanya Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	39
Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti	45
VI. FAYDALI ADRESLER	50
VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR	54

Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

ALMANYA

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Giriş

82 milyonluk nüfusu ve yıllık 1,3 trilyon dolara yaklaşan 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, Lüksembourg ile Danimarka'dır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha güçlü 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 'G-8' diye adlandırılan ve yılda bir kez dünyanın en zengin ülkelerinin liderlerini bir araya getiren topluluğun da (ABD, Japonya, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya, Kanada ve Rusya) üyesidir. 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, 16. yüzyıla 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 ise, 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.

Temel Ekonomik Göstergeler

Almanya Avrupa'nın en büyük sanayi ve ekonomisine sahiptir. Gelişmiş ülkelerin çoğundan farklı olarak Alman ekonomisinin temeli, üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Sanayi sektörü Almanya milli hasılasının %30'unu oluşturmaktadır.

Almanya dünyanın en önemli çelik, çimento, kimyasal maddeler, makina, taşıt araçları ve elektronik ürünleri üreticisidir.

Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Almanya ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

Başkenti	Berlin
Yüzölçümü	357,021 km²
Nüfusu	82 milyon (2010)
Ortalama Yaşam Süresi	80.1 yıl
Para Birimi	Euro (€)
GSYİH (Satın Alma Paritesi)	3 trilyon \$ (2010)
Kişi Başına Düşen GSYİH	35,700 \$ (2010)
GSYİH Büyüme Hızı	% 3,6 (2010)
İşsizlik Oranı	% 6,0 (2011 Ağustos)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 0,9 Sanayi % 27,8 Hizmet % 71,3
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 2,4 Sanayi % 29,7 Hizmet % 67,8
Başlıca İhracat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, kimyasal ürünler, demir-çelik, gıda, tekstil.
Başlıca İthalat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, gıda, demir-çelik, kimyasal ürünler, tekstil.
Toplam İhracat:	1,27 trilyon \$ (2010)
Toplam İthalat:	1,1 trilyon \$ (2010)
Karayolları	644.480 km
Demiryolları	41.981 km
Havaalanı Sayısı	549 adet

Alman Sanayiinin 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, elektroteknik, makina sanayii ve kimya sanayiidir.

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. Ancak teknoloji ve teknik bilgiye dayalı teknik tekstillerde Almanya önde gelen ülkeler arasında yer almaktadır. Buna paralel olarak, örneğin ilaç sanayiinde 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) olarak tanımlanan 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 sanayiinde, firmaların çoğunluğu 200'den az çalışan istihdam etmesine karşın, dünyanın ihtiyaç duyduğu makina donanımları en yüksek kalitede üretilmektedir.

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.

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

Güncel verilere göre Almanya'da 82 milyon kişi yaşamaktadır. Toplam nüfusun %20,6'sı 65 yaşın üzerinde, %66,1'i 15-64 yaş, %13,3'ü ise 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 düşük seyredeceği tahmin edilmekte ve Almanya'da uzun yıllardan beri ölenlerin sayısının doğanlardan fazla olması, nüfusun azalmasındaki en büyük etken sayılmaktadır.

Şu anda 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, 82 milyonluk nüfusuyla da Avrupa Birliği'nin (AB) en büyük ve en önemli pazarı konumundadır. Almanya, başta hazır giyim olmak üzere bir çok ihracat sektörlerimizin en önemli pazarı durumundadır.

Alman ekonomisi 2001 ile 2005 arası sıkıntılı bir dönemden geçirdikten sonra son iki yıllık dönemde nispeten toparlanmıştır. Asya ve Rusya

krizlerinden sonra 2001 yılında % 1,2, 2002 yılında ise sadece % 0,1 büyüebilen 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 ekonomisi, küresel ekonomik kriz nedeniyle 2008 yılında ancak % 1,3 büyümüş bulunmaktadır.

Küresel ekonomik ve finansal kriz nedeniyle 2009 yılı sonu itibariyle Alman ekonomisi % 4,7 küçülürken, 2010 yılında ise hızlı bir şekilde toparlanarak % 3,6 büyüme ile AB genelinde krizden ilk çıkan ülkelerin başında yer almıştır. Almanya ekonomisi 2011 yılının ilk çeyrek döneminde % 4,6 büyürken, yılın 2. çeyrek döneminde ise geçen yılın aynı dönemine göre % 2,8 büyüme göstermiştir.

Almanya'da sanayi üretiminde 2011 yılı Ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 7,8 artış gerçekleşirken, bir önceki aya göre ise % 1 düşüş olmuştur. Sanayi üretimi Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 7,3 artarken, Temmuz ayında ise % 10,6 artış göstermiştir. Bu arada, yeni sanayi ürünleri siparişleri Temmuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 11 artarken, bir önceki aya göre ise % 3 düşüş göstermiştir.

Öte yandan, ülke çapında perakende satışlar Ağustos ayında bir önceki aya göre % 2,9 azalırken, bir önceki yılın aynı ayına göre ise % 0,9 düşüş göstermiştir. Perakende satışlar geçen yılın aynı dönemine göre Haziran ayında % 1,1 artarken, Temmuz ayında ise % 1,4 artmıştır. Almanya'da işsizlik oranı ise Ağustos ayında Temmuz ayına göre % 0,1 azalarak % 6,1 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Öte yandan, IMF'nin Eylül ayında açıkladığı yeni "Dünya Ekonomik Görünüm Raporu"nda, Alman ekonomisinin büyüme tahmini 2011 yılı için % 3,2'den % 2,7'ye, 2012 yılı içinse % 2'den % 1,3'e çekilerek önümüzdeki dönem için kötümser bir tablo çizilmiş oldu. Yine güncel IMF verilerine göre 2011 yılında Almanya genelinde özel tüketim harcamalarının ise % 0,5 artması, işsizlik oranının ise % 6 oranında gerçekleşmesi öngörülmektedir.

Öte yandan, AB ekonomisinde gündemden hiç düşmeyen Yunanistan borç krizi ve İtalya'nın da yüksek oranlı dış borçları nedeniyle krize girebileceği yönünde beklentiler sonucu Almanya'nın da endişeleri artmaktadır, zira Yunanistan'ın temerrüde düşme riski Almanya'yı sadece AB ekonomisinin genel mali istikrarı konusunda değil, aynı zamanda başta Alman ve Fransız olmak üzere Avrupa bankalarının elinde ciddi miktarda Yunanistan tahvilleri olduğu için de ilgilendirmektedir. Diğer yandan, başta Yunanistan olmak üzere borç krizine giren AB ülkelerine Birlik bütçesinden ardı arkası gelmeyen mali yardımlar yapılmasına, vergi mükellefleri başta olmak üzere Alman halkından tepkiler artmaktadır.

II. ALMANYA TEKSTİL VE HAZIRGIYIM PAZARI VE PAZARA GİRİŞ

Almanya Tekstil ve Hazırgiyim Sanayii

Almanya'daki tekstil ve hazırgiyim 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 sanayiinde faaliyet gösteren firmaların yaklaşık %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir. Hazırgiyim sektöründe de tablo buna benzerdir; işletmelerin %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir ve KOBİ olarak sınıflanmaktadır.

Almanya tekstil ve hazırgiyim sanayii hızlı bir dönüşüm içerisinde. 2010 yılı verilerine göre ise tekstilde 732 firmada yaklaşık 80 bin, konfeksiyonda ise 323 firmada yaklaşık 43 bin kişi çalışmaktadır. Bu verilere göre tekstil ve hazırgiyim sektörlerinde toplamda 1.055 firmada yaklaşık 123 bin kişi çalışmaktadır. Söz konusu verilere göre tekstil sektöründe firma sayısı 2009 yılına göre % 4,7 azalırken, hazırgiyim sektöründeki firma sayısı % 9,5 azalmıştır.

Bu dönüşümün arkasında, üretim merkezlerinin başta Uzakdoğu Asya olmak üzere 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 Hazırgiyim Sektörü 2010*			
	Tekstil Sektörü	Hazırgiyim Sektörü	Tekstil + Hazırgiyim
<i>İşletme Sayısı</i>	732	323	1.055
<i>Çalışan Sayısı</i>	80.000	43.000	123.000
<i>Geçen Yıla Göre Satışlar (%)**</i>	16,8	3,0	10,8

** 2010 yıl sonu verileri

Kaynak : Konjunkturübersicht 2010, Gesamtverband textil+mode

Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama

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 ithalat sektörü
- Toptancılar
- Doğrudan ithalat yapan toptancılar
- Perakende satış kurumlarının satınalma birlikleri
- Doğrudan ithalat yapan sanayi kurumları
- Tüccarlar ya da komisyonla çalışan temsilciler gibi araçlar.

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 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 konumları 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 üretmektedirler.

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 bulmakta 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.

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.

Almanya Hazırgiyim Pazarı Tüketici Tercihleri

Almanya hazır giyim perakende sektörü Avrupa'daki en büyük pazardır. Almanya'dan sonra sırasıyla İngiltere, Fransa ve İtalya gelmektedir.

Almanya'nın son yıllardaki özel harcama ve tüketim verileri incelendiğinde, Alman halkının giyim harcamalarının diğer tüketim harcamaları kadar hızlı artmadığı görülmektedir. Bu gelişmeye neden olan etkenlerin başında tüketicilerin giyim-kuşama verdikleri önemin azalmasına paralel olarak son dönemde daha ucuz ve genelde basic ürünler sunan indirim market zincirlerinin pazar paylarını arttırması gelmektedir.

Öte yandan, diğer bir çok gelişmiş Avrupa ülkesi gibi Almanya'da da son dönemde baş gösteren ekonomik sıkıntılar, işsizlik ve orta sınıfın alım gücünün azalması gibi faktörler de giyim harcamalarının toplam tüketim harcamaları içindeki payının azalmasına neden olmaktadır.

Ürün grupları bazında Almanya hazır giyim perakende sektörü mercek altına alındığında, sektörün yaklaşık yarısı kadın giyim ürünlerinden, %30'u erkek giyim ürünlerinden, %15'ten fazlası ise çocuk giyim ürünlerinden oluşmaktadır.

1960'lı yıllarda Almanya hazır giyim perakende sektöründe küçük bağımsız mağazalar çok önemli bir rol oynamaktaydı. Bu mağazaların, toplam hazır giyim perakende sektöründeki payları o yıllarda %60'lar düzeyinde iken, günümüzde %30'ların altına düşmüştür.

Nielsen Danışmanlık Grubu tarafından Turquality projesi çerçevesinde hazırlanan 'Almanya Tüketici Alışkanlıkları Pazar Araştırması'na göre Alman tüketicilerin hazır giyim ürünlerinden en önemli beklentileri kaliteli, uygun fiyatlı ve çekici/cazip olmasıdır. Bunun yanı sıra, kumaş ve renk de Alman tüketici için önemli unsurlardır. Tüketiciler, eğer belli bir markaya ait ürünleri deneyip memnun kalmışlarsa bir dahaki sefere yine bu markanın ürünlerini arayabilmektedirler.

Aynı araştırmaya göre Alman tüketiciler denim ürünleri alırken ise vücuda oturmasına, tarzına (modaya uygunluk ve tasarım) ve kalitesine önem vermektedir. Tüketiciler, satın alacakları denim ürününün marka olmasının şart olmadığını belirtse de katılımcıların çoğu marka denim pantolonların markasız olanlara göre vücuda daha iyi oturduğunu söylemektedir ki alıcı davranışında marka etkisini açıkça ortaya koymaktadır.

Yine aynı araştırmada elde edilen verilere göre, Alman pazarında kaliteden anlaşılan kumaşın dayanıklılığı, kıyafetin rengini ve biçimini koruması, dikişlerinin, ek yerlerinin ve düğmelerinin sağlam olmasıyla, ikincil unsurlar ise kıyafetin kırışmaması, kumaşının sağlam olması, kesiminin düzgün olması olarak belirlenmiştir.

Alman tüketicisi için “Kalite” ile de marka ürünleri çağrıştırmamakla beraber bunun tam tersi olarak, markadan genellikle kalite beklenmektedir. Alman tüketiciler için marka kalite, güven ve teminat anlamına gelmektedir. Dolayısıyla marka ürünler satın alma kararını kolaylaştırdığı gibi tüketicinin bir miktar daha fazla ödemeyi göze alabilmesini sağlamaktadır. Alman giyim pazarında ideal hazır giyim ürününden yüksek kaliteli olması, vücuda mükemmel oturması ve güzel durması beklenirken, tercih edilen tarz ise modası geçmeyen, zarif, klasik ve sportif ürünlerdir.

Kullanım alışkanlıkları ile ilgili olarak, Almanlar hangi durumlarda ne tarz kıyafetlerin giyileceğini tanımlama konusunda zorluk çekmektedir. Genel olarak, iş kıyafetleri sportif-şık, serbest kıyafetler ise daha spor ve gündelik olarak tanımlanmaktadır.

Alman hazır giyim tüketim pazarı içinde en cazip segment alım gücü en yüksek olan yetişkinler olup, bu segmentteki tüketicilerin ortalama gelir seviyeleri gençlerden ve genç yetişkinlerden daha yüksek olmalarının sonucu olarak giyim-kuşam harcamaları diğer segmentlerdeki tüketicilerden fazladır.

Yine aynı araştırmaya göre, Alman tüketicisini giyim alışverişi yapmaya teşvik eden faktörler aşağıda sıralanmaktadır:

- İndirimli fiyatlar/fiyat indirimleri: İndirimli fiyatlar ve fiyat indirimleri tüm gruplarda ilgi uyandırmakta ve talep yaratmaktadır. Ucuza satın alma

imkânı tüm yaş gruplarından kadınları ve erkekleri alışveriş yapmaya teşvik etmektedir.

- Vücuda tam oturan kıyafetler : Denedikleri kıyafetin vücutlarına tam olarak oturması satın alma kararı vermelerindeki en önemli kriterlerden biridir. Kıyafetin içinde kendilerini iyi hissetmeleri ve kıyafetin derli toplu, muntazam, zarif durması gerekiyor.
- Çekici mağaza dekorasyonu: Mağazanın içindeki kıyafetlerin sergileniş şekli mağazanın sattığı kıyafetlerin tarzını anlamaya yardımcı oluyor. Mağazanın tarzının kendi tarzları ile uyumlu olduğunu düşündükleri takdirde kıyafetlerin üzerlerine olacağı hissine kapılıyorlar.
- Gazete ilanları: Alman tüketicilerinin önemli bir bölümü çok katlı mağazaların veya zincirlerin ilanlarını, broşürlerini inceleyerek ilginç bir kıyafet gördükleri takdirde mağazaya gitmeye karar veriyor. İndirimden bahseden ilanlar daha cazip bulunuyor.
- Başkalarının onayı: Özellikle genç kadınlar için önemli bir unsur. Alışverişe birlikte çıktıkları arkadaşları kıyafetin yakıştığını söylüyorsa satın alma eğilimleri artıyor.

Almanya hazır giyim pazarında çeşitli satış kanalları olmakla birlikte, her satış kanalının ayrı müşteri kitlesi, ayrı avantaj ve dezavantajları mevcuttur.

- **Çok katlı mağazalar**, zincir markalar ve butiklerle kıyaslandığında, fiyatların daha az pahalı olmasının yanısıra aynı çatı altında daha fazla kıyafet ve marka seçeneğinin dolayısıyla karşılaştırma şansının olması nedeniyle bayanlar tarafından tercih edilmektedir. Erkekler ise çok katlı mağazaları, mağaza mağaza gezmek zorunda kalmadıklarından ve tüm ihtiyaçlarını aynı katta bulabildiklerinden tercih ediyorlar.
- **Cadde üzerindeki butiklerde**, Genellikle yüksek gelir grubundan bayan-erkek tüketiciler alışveriş yapıyor. Butiklerde, herkesin üzerinde olmayan özel kıyafetler bulabiliyorlar. Satış elemanı ve müşteri birbirini tanıdığı takdirde alışveriş daha keyifli olabiliyor. Ancak butikler yüksek fiyatlı olarak nitelendiriliyor.
- **İnternet satış noktaları**, Alman tüketicileri tarafından özellikle perakende satış fiyatı çok yüksek olan markaları karşılaştırmak için kullanılıyor. Tüketicilerin bazıları İnternet'i özel yabancı markaları satın almak için kullanıyor.
- **İndirim mağazaları**, Düşük gelir grubundan çok sayıda Alman tüketicisi uygun fiyatlar nedeniyle temel ihtiyaçlarını indirim mağazalarından karşılamaktadır. "Beyaz bir tişört sadece 2,50 Euro!". Bazı indirim mağazalarında indirimli fiyatlarla marka denim pantolon bile satılmaktadır.

- **Fabrika satış mağazaları**, ilk anda akla gelen satış noktaları değil. Tüketicilerden bazıları özel markaları (Falke çorap, Mey veya Triumph iç çamaşırı) satın almak için bu tip noktaları tercih ediyor.

Yine, 'Almanya Tüketici Alışkanlıkları Pazar Araştırması'nın sonuçlarına göre Alman giyim pazarında başarılı olmak isteyen bir markanın sahip olması gereken en önemli dört özellik: Kalite, güvenilirlik, tasarım ve fiyat olarak belirlenmiştir. Bu nedenle yapılacak pazarlama aktivitelerinde bu dört noktayı vurgulamak gerekmektedir. Yine aynı araştırmanın sonuçlarına göre, kalitenin en önemli iki bileşeni dayanıklılık ve solmayan renklerdir. Tüketicilerin kaliteyle ilgili beklentilerine cevap verebilmek için kampanya sırasında bu iki faktörün altı mutlaka çizilmesinde yarar bulunmaktadır.

Almanya'da Teknik Tekstiller

Global pazarlardaki büyük rekabet dolayısıyla, başta Almanya olmak üzere belli başlı AB ülkelerinde, konvansiyonel tekstil ve hazır giyim ürünlerinden katma değeri daha yüksek olan, bilgi yoğun ve fonksiyonel teknik tekstillere ve nanoteknoloji ürünlerine doğru keskin bir yönelim söz konusudur. Avrupa tekstil ve hazır giyim sanayiinin geçirmekte olduğu değişim sebebiyle, 1990'lı yıllardan bu yana dünyada teknik tekstillerin üretimi artmaktadır. Tıptan havacılığa, tarımdan otomotive, inşaattan nakliyeye çeşitli alanlarda kullanılan teknik tekstiller bugün insan hayatına çok yönlü olarak yerleşmiş durumdadırlar.

Almanya gerek teknik tekstil üretimi ve kullanımı gerekse bu konudaki bilimsel çalışmaları ile ABD, Japonya, İngiltere'nin yanısıra dünyanın önde gelen ülkelerinden biri durumundadır. Bugün Almanya pazarında teknik tekstil ürünleri satışlarının toplam tekstil pazarındaki ağırlığı %50'ye ulaşmış 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.

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 bilim insanlarının üzerinde çalıştıkları konular olarak verilebilir.

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 işadamları farklı bir şey yapmak konusunda isteksizdir. Toplantılara çok iyi organize olmuş, mantıklı ve dikkatlice planlama yaparak katılmakta 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 gösterilmelidir. 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

Birleşmiş Milletler verilerinde göre Almanya'nın 2010 yılında genel ihracatı 1,3 trilyon dolar ve genel ithalatı 1,07 trilyon dolar olarak verilmektedir.

2010 yılında Almanya'nın genel ihracatı %12,7, genel ithalatı ise %13,9 oranında artmıştır.

2006 yılından 2010 yılına kadar beş yıllık süreçte Almanya'nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir:

ALMANYA'NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim: 1000 \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2006	1.121.962.880	-	922.213.376	-
2007	1.328.841.344	18,4	1.059.307.840	14,9
2008	1.466.137.472	10,3	1.204.209.280	13,7
2009	1.127.839.872	-23,1	938.363.072	-22,1
2010	1.270.972.800	12,7	1.068.601.792	13,9

Kaynak: Trademap

En Çok İhraç Edilen Ürünler

2010 yılında Almanya'nın en fazla ihraç ettiği ürünler Fası 84'te yer alan nükleer reaktörler, kazan ve makinalar, Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fası 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, Fası 30'da yer alan eczacılık ürünleri ile Fası 39'da yer alan plastik ve mamulleri olarak sıralanmaktadır.

Almanya tarafından 2010 yılında en fazla ihraç edilen ürünlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRAC ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2010			
Birim: 1000\$			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	225.840.864	17,8
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	209.330.944	16,5
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	135.206.272	10,6
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	64.851.896	5,1
39	PLASTİKLER VE MAMÜLLERİ	60.743.652	4,8
TOPLAM		1.270.972.800	100,0

Kaynak: Trademap

En Çok İthal Edilen Ürünler

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

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER			
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2010			
Birim: 1000\$			
FASIL NO	TANIM	DEĞER \$	PAY %
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	133.013.920	10,5
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	126.851.312	10,0
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR	125.893.848	9,9
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	83.619.296	6,6
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	45.266.216	3,6
TOPLAM		1.068.601.792	100,0

Kaynak: Trademap

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

BM'in 2010 yılı verilerine göre Almanya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Fransa'dır. ABD, Hollanda İngiltere ve İtalya, Fransa'yı takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ihracat yaptığı ilk 20 ülkeye toplam ihracatın %78,4'ü yönelmiş durumdadır.

Türkiye Almanya'nın en fazla ihracat yaptığı 15. ülkedir. Trademap verilerine göre 2010 yılında bu ülkeden Türkiye'ye 21,4 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

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

ALMANYA'NIN EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
<i>Birim:1000 ABD \$</i>				
ÜLKELER	2009	2010	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
FRANSA	114.262.368	119.790.464	4,8	9,4
A.B.D	75.017.392	85.960.304	14,6	6,8
HOLLANDA	75.366.424	82.517.328	9,5	6,5
İNGİLTERE	74.226.632	78.240.784	5,4	6,2
İTALYA	71.216.872	77.159.616	8,3	6,1
ÇİN	51.092.284	71.009.952	39,0	5,6
AVUSTURYA	67.252.480	70.578.328	4,9	5,6
BELÇİKA	58.783.120	60.570.104	3,0	4,8
İSVİÇRE	49.938.860	54.584.904	9,3	4,3
POLONYA	44.138.792	50.210.692	13,8	4,0
İSPANYA	43.703.476	45.467.204	4,0	3,6
ÇEK CUMHURİYETİ	31.635.896	35.456.832	12,1	2,8
RUSYA FED.	28.602.752	34.891.712	22,0	2,7
İSVEÇ	22.181.990	26.024.236	17,3	2,0
TÜRKİYE	16.143.627	21.390.888	32,5	1,7
MACARİSTAN	16.646.353	18.936.412	13,8	1,5
DANİMARKA	18.472.640	18.741.618	1,5	1,5
JAPONYA	15.067.594	17.284.966	14,7	1,4
BREZİLYA	10.082.810	13.645.073	35,3	1,1
G.KORE	11.034.430	13.486.089	22,2	1,1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	894.866.792	995.947.506	11,3	78,4
ALMANYA'NIN TOPLAM İHRACATI	1.127.839.872	1.270.972.800	13	100,0

Kaynak: Trademap

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2010 yılı verilerine göre Almanya'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, Hollanda gelmektedir. Fransa, Çin, Belçika, İtalya ve İngiltere bu ülkeyi takip etmektedir.

2010 yılında Almanya'nın en çok ithalat yapılan 20 ülkenin üçü hariç (Japonya, Rusya, A.B.D) diğer bütün ülkelere yapılan ithalat %1 ile %70,6 arasında değişen oranlarda artması ilgi çekicidir.

Türkiye, Almanya'nın 11,6 milyar dolarla en fazla ithalat yaptığı 20. ülke olarak görünmektedir.

Almanya'nın en fazla ithalat yaptığı 20 ülkeye ait veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

ALMANYA'NIN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
<i>Birim:1000 ABD \$</i>				
ÜLKELER	2009	2010	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
HOLLANDA	80.923.432	134.017.704	65,6	10,5
FRANSA	75.882.128	84.222.400	11,0	6,6
ÇİN	77.501.264	84.171.152	8,6	6,6
BELÇİKA	40.767.372	69.529.832	70,6	5,5
İTALYA	55.237.776	58.203.944	5,4	4,6
İNGİLTERE	46.223.812	48.678.652	5,3	3,8
AVUSTURYA	40.403.360	47.630.660	17,9	3,7
A.B.D	55.375.688	43.186.640	-22,0	3,4
İSVİÇRE	39.582.400	41.654.144	5,2	3,3
ÇEK CUMHURİYETİ	34.757.452	41.342.380	18,9	3,3
POLONYA	31.776.176	40.007.396	25,9	3,1
RUSYA FED.	34.818.908	29.372.528	-15,6	2,3
İSPANYA	26.786.888	27.658.288	3,3	2,2
JAPONYA	25.233.986	22.628.676	-10,3	1,8
MACARİSTAN	19.704.804	22.078.060	12,0	1,7
İSVEÇ	14.533.525	17.628.872	21,3	1,4
DANİMARKA	14.562.982	15.727.122	8,0	1,2
G.KORE	10.585.766	13.024.358	23,0	1,0
SLOVAKYA	10.324.388	12.831.363	24,3	1,0
TÜRKİYE	11.514.649	11.645.005	1,1	0,9
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	746.496.756	865.239.176	15,9	68,1
ALMANYA'NIN TOPLAM İTHALATI	1.127.839.872	1.270.972.800	13	100,0

Kaynak: Trademap

IV. ALMANYA'NIN TEKSTİL VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ

Almanya'nın Tekstil Ürünleri Dış Ticareti

Almanya'nın tekstil ürünleri ihracatı 2006 yılından 2010 yılına kadar olan süreçte 2009 yılında %20,9 oranında azalmış diğer yıllarda çeşitli oranlarda artmıştır.

2010 yılında Almanya'nın tekstil ihracatı 14,3 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.

Tekstil ithalatı ise 2006 yılında 9,3 milyar dolar iken 2010 yılında 10,3 milyar dolar olmuştur.

ALMANYA'NIN TEKSTİL İHRACATI ve İTHALATI				
Birim:1000 \$				
YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2006	13.987.147	-	9.297.076	-
2007	14.913.482	6,6	10.099.559	8,6
2008	15.103.824	1,3	10.217.168	1,2
2009	11.950.163	-20,9	9.423.607	-7,8
2010	14.332.893	19,9	10.274.157	9,0

Kaynak: Trademap

2010 yılında Almanya'nın tekstil ithalatı 10,3 milyar dolar olmuş, Almanya Çin ,Hong Kong ve ABD'nin ardından dördüncü büyük ithalatçı ülke olmuştur.

2010 yılında dünyada en fazla tekstil ithalatı yapan ilk 20 ülke içinde Almanya'nın yeri ve dünya tekstil ithalatındaki payı, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

DÜNYA TEKSTİL İTHALATÇILARI ARASINDA				
ALMANYA / 2010				
<i>Birim:1000 ABD \$</i>				
ÜLKELER	2009	2010	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÇİN	19.782.530	26.936.589	36,2	12,6
HONG KONG	9.726.199	12.265.996	26,1	5,7
ABD	8.464.548	10.533.440	24,4	4,9
ALMANYA	9.423.607	10.251.101	8,8	4,8
TÜRKİYE	6.297.305	9.079.084	44,2	4,2
İTALYA	7.036.675	8.781.808	24,8	4,1
VIETNAM	6.138.271	8.259.558	34,6	3,9
ENDONEZYA	3.890.121	5.783.199	48,7	2,7
MEKSİKA	4.289.008	5.442.078	26,9	2,5
GÜNEY KORE	3.729.448	5.095.112	36,6	2,4
FRANSA	4.491.287	4.829.121	7,5	2,3
HİNDİSTAN	2.814.593	4.498.685	59,8	2,1
BAGLADEŞ	3.695.179	4.233.350	14,6	2,0
İNGİLTERE	3.455.618	4.059.090	17,5	1,9
JAPONYA	3.108.128	3.894.580	25,3	1,8
BREZİLYA	2.565.514	3.731.382	45,4	1,7
TAYLAND	2.383.266	3.416.620	43,4	1,6
POLONYA	3.118.841	3.383.395	8,5	1,6
İSPANYA	2.796.581	3.033.651	8,5	1,4
BELÇİKA	2.788.919	2.956.853	6,0	1,4
DÜNYA TOPLAM TEKSTİL İTHALATI	171.585.256	213.935.067	24,7	100,0

Kaynak: Trademap

En Çok Tekstil İthal Edilen Ülkeler

Almanya'nın en fazla tekstil ithalatı yaptığı ilk beş ülke, İtalya (%18,1), Çin (%7,3), Hollanda (%7,3), Belçika(%7,1), ve Avusturya (%6,1) olarak sıralanmaktadır. Türkiye, Almanya'nın en fazla tekstil ithal ettiği ülkeler arasında 9. sıradadır. Almanya'nın Türkiye'den tekstil ithalatı 2010 yılında %10,5 oranında artarak 403 milyon doları aşmıştır. Bu ithalat değeri ile Türkiye, Almanya'nın tekstil ithalatından % 3,9 oranında pay almıştır.

2010 yılı itibariyle ithalat rakamları ve yıllık değişim oranları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN FAZLA TEKSTİL İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER				
<i>Birim:1000 ABD \$</i>				
ÜLKELER	2009	2010	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
İTALYA	1.741.075	1.863.520	7,0	18,1
ÇİN	549.770	751.752	36,7	7,3
HOLLANDA	591.657	748.536	26,5	7,3
BELÇİKA	542.765	726.659	33,9	7,1
AVUSTURYA	519.929	630.727	21,3	6,1
FRANSA	495.950	513.690	3,6	5,0
İSVİÇRE	440.671	432.209	-1,9	4,2
ÇEK CUMHURİYETİ	448.073	405.372	-9,5	3,9
TÜRKİYE	365.065	403.542	10,5	3,9
İSPANYA	351.883	338.906	-3,7	3,3
İNGİLTERE	304.855	329.307	8,0	3,2
POLONYA	253.333	309.191	22,0	3,0
A.B.D	245.615	219.283	-10,7	2,1
DANİMARKA	180.068	207.398	15,2	2,0
HİNDİSTAN	153.907	203.854	32,5	2,0
PORTEKİZ	176.176	177.817	0,9	1,7
G.KORE	144.554	167.001	15,5	1,6
JAPONYA	147.460	162.974	10,5	1,6
ROMANYA	98.473	121.378	23,3	1,2
PAKİSTAN	106.697	120.917	13,3	1,2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	7.857.976	8.834.033	12,4	86,0
ALMANYA'NIN TEKSTİL İTHALATI	9.423.607	10.274.157	9	100,0

Kaynak: Trademap

Almanya'nın En Çok İthal Ettiği Tekstil Ürünleri

2010 yılında Almanya'nın ithal ettiği tekstil ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 5603 GTİP başlıklı dokunmamış mensucat (nonwovenlar) ithal ettiği tespiti yapılmıştır. En çok ithal ettiği diğer ürünler; dikiş ipliği olmayan sentetik filament iplikler, sentetik devamsız lifler, sentetik iplik ve pamuklu mensucat olarak sıralanmaktadır.

2010 yılında Almanya'nın en çok ithal ettiği ilk 10 ürün ve ithalat değerleri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ TEKSTİL ÜRÜNLERİ					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim:1000 ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009	2010	2009 / 2010	TOPLAMDA
		YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	PAY %
5603	DOKUNMAMIS MENSUCAT (EMDIRILMIS)	783.580	868.438	11	8,5
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİS İPLİĞİ HARİÇ) (TOPTAN)	627.561	865.441	38	8,4
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İSLEM GÖRMEMİS)	489.382	665.985	36	6,5
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, SERİTLERLE DOKUMALAR	471.423	472.352	0	4,6
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	336.676	382.526	14	3,7
5911	TEKNİK İŞLER İÇİN DOKUMAYA ELVERİSLİ MADDEDEN DİĞER EŞYA	304.275	356.869	17	3,5
5903	PLASTİK EMDIRILMIS, SIVANMIS, KAPLANMIS MENSUCAT	245.086	306.310	25	3,0
5205	PAMUK (DİKİS HARİÇ) İPLİĞİ (AĞIRLIK; =>%85 PAMUK) (TOPTAN)	159.924	223.450	40	2,2
5112	TARANMIS YÜNDEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	183.238	201.761	10	2,0
5509	SENTETİK DEVAMSIZ LİFDEN İPLİK (DİKİS HARİÇ) (TOPTAN)	150.362	198.804	32	1,9
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		3.751.507	4.541.936	21	44,2
ALMANYA'NIN TEKSTİL İTHALATI		9.423.607	10.274.157	9	100,0
Kaynak: Trademap					

Almanya'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

2006 yılı ile 2010 yılı kıyaslandığında Almanya'nın hem hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının hem de ithalatının arttığı görülmektedir.

2010 yılında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı %3,5 oranında artarak 19,4 milyar dolar, hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı ise %6,1 oranında artarak 36,6 milyar dolar olmuştur.

ALMANYA'NIN KONFEKSİYON İHRACATI ve İTHALATI				
Birim:1000 \$				
YILLAR	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2006	14.736.643	-	28.479.479	-
2007	16.895.397	14,6	30.979.082	8,8
2008	19.099.942	13,0	33.782.555	9,0
2009	18.736.378	-1,9	34.461.074	2,0
2010	19.395.976	3,5	36.580.046	6,1

Kaynak: Trademap

2010 yılında dünyada en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ilk 20 ülke içinde Almanya'nın yeri ve toplamda aldığı pay, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Tablodan görüleceği üzere Almanya, dünyanın en çok hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yapan ülkeler arasında % 9,6'lık payı ve 36,6 milyar dolarlık ithalatı ile ABD'nin ardından ikinci sıradadır.

DÜNYA KONFEKSİYON İTHALATÇILARI ARASINDA				
ALMANYA / 2010				
Birim:1000 ABD \$				
	2009	2010	DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÜLKELER				
ABD	76.703.639	87.501.284	14,1	23,0
ALMANYA	34.461.074	36.580.046	6,1	9,6
JAPONYA	27.481.758	28.291.076	2,9	7,4
İNGİLTERE	22.691.627	24.070.475	6,1	6,3
FRANSA	21.959.541	22.685.907	3,3	6,0
İTALYA	15.855.670	16.535.738	4,3	4,3
İSPANYA	13.633.155	14.219.934	4,3	3,7
HOLLANDA	8.984.584	11.417.391	27,1	3,0
KANADA	7.884.380	8.722.257	10,6	2,3
BELÇİKA	9.364.212	8.567.540	-8,5	2,3
HONG KONG	15.059.358	8.502.797	-43,5	2,2
RUSYA	4.217.302	6.274.080	48,8	1,6
AVUSTURYA	5.212.322	5.721.667	9,8	1,5
İSVİÇRE	5.409.555	5.488.538	1,5	1,4
AVUSTRALYA	4.452.272	5.342.558	20,0	1,4
GÜNEY KORE	3.485.966	4.532.568	30,0	1,2
DANİMARKA	4.094.523	4.399.068	7,4	1,2
B.A.E.	5.475.447	4.369.245	-20,2	1,1
POLONYA	3.820.117	4.202.229	10,0	1,1
İSVEÇ	3.488.268	3.911.849	12,1	1,0
DÜNYA KONFEKSİYON İTHALATI	350.617.627	380.657.631	8,6	100,0

Kaynak: Trademap

En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthal Edilen Ülkeler

2010 yılı verileri itibariyle Almanya'nın en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ilk beş ülke Çin (%26,9), Türkiye (10,7), Bangladeş (%6,5), Hollanda(%6,3) ve Polonya(%5,3) olarak sıralanmaktadır. İthalatta ilk 20 ülke ve ithalatın değişim oranları ile payları aşağıda verilmektedir.

Türkiye Almanya'nın hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı yaptığı ülkeler arasında 3,8 milyar dolarla ikinci sıradır ve ithalat değeri 2010 yılında %4,2 oranında azalmıştır.

Buna karşın Hollanda'dan yapılan ithalatın %81,3 oranında, Polonya'dan yapılan ithalatın %90,3 oranında artması dikkat çekicidir.

ALMANYA'NIN EN FAZLA KONFEKSİYON İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1000 ABD \$				
ÜLKELER	2009	2010	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÇİN	10.539.890	9.633.777	-8,6	26,9
TÜRKİYE	3.972.958	3.807.816	-4,2	10,7
BANGLADEŞ	2.636.764	2.317.783	-12,1	6,5
HOLLANDA	1.236.579	2.241.882	81,3	6,3
POLONYA	999.921	1.902.944	90,3	5,3
İTALYA	1.604.530	1.671.493	4,2	4,7
HİNDİSTAN	1.564.367	1.340.653	-14,3	3,8
ROMANYA	961.907	860.226	-10,6	2,4
BELÇİKA	421.010	849.131	101,7	2,4
FRANSA	611.103	841.389	37,7	2,4
DANİMARKA	234.847	837.825	256,8	2,3
İNGİLTERE	552.088	749.411	35,7	2,1
AVUSTURYA	408.059	633.878	55,3	1,8
ENDONEZYA	667.947	561.421	-15,9	1,6
VIETNAM	612.721	539.396	-12,0	1,5
PAKİSTAN	510.738	529.776	3,7	1,5
BULGARİSTAN	604.428	528.432	-12,6	1,5
ÇEK CUMHURİYETİ	413.741	455.870	10,2	1,3
PORTEKİZ	476.359	409.188	-14,1	1,1
MACARİSTAN	394.585	378.659	-4,0	1,1
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	29.424.542	31.090.950	5,7	87,0
ALMANYA'NIN TOPLAM İTHALATI	34.461.074	35.747.932	4	100,0

Kaynak: Trademap

Almanya'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri

2010 yılında Almanya'nın ithal ettiği hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri incelendiğinde, dünyadan en fazla 6110 GTİP başlıklı kazaklar, süveterler ve benzeri eşyalar ithal ettiği görülmektedir. 6203 GTİP başlıklı erkek ve erkek çocuklar için dokuma kumaştan takım elbiseler, takımlar, ceketler, 6204 GTİP başlıklı kadınlar ve kız çocukları için dokuma kumaştan takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler, etekler, 6109 GTİP başlıklı tişörtler Almanya'nın en fazla ithal ettiği diğer hazır giyim ve konfeksiyon ürünleridir.

2010 yılında Almanya'nın en çok ithal ettiği ilk 10 hazır giyim ve konfeksiyon ürünü ve ithalat değeri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ

EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim:1000 ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009	2010	2009 / 2010	TOPLAMDA
		YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. ESYA (ÖRME)	4.168.703	4.151.145	- 0	11,6
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, ÇEKET VS.	3.830.496	3.922.282	2	11,0
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, ÇEKET VS.	4.016.598	3.873.258	- 4	10,8
6109	TİSÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM ESYASI (ÖRME)	3.445.242	3.682.574	7	10,3
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM,	1.341.606	1.654.190	23	4,6
6302	YATAK ÇARSAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	1.269.982	1.455.492	15	4,1
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DİS GİYİM	1.423.779	1.417.018	- 0	4,0
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	1.156.932	1.189.972	3	3,3
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	1.063.042	1.123.997	6	3,1
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	939.588	1.043.252	11	2,9
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		22.655.968	23.513.180	4	65,8
ALMANYA'NIN TEKSTİL İTHALATI		34.461.074	35.747.932	4	100,0

Kaynak: Trademap

V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti

Türkiye'nin yoğun dış ticaret ilişkisinde bulunduğu ülkelerden biri de Almanya'dır. İki ülke arasındaki genel dış ticaret hacmi (genel ihracat + ithalat) 2010 yılında 28,9 milyar dolar düzeyinde olmuş; 2011 yılının Ocak-Ağustos döneminde ise 25 milyar doları bulmuştur. 2010 yılı itibarıyla Almanya, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülke ve en fazla ithalat yaptığı ikinci ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret, Almanya lehine gelişim göstermektedir.

2010 yılında 114 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Almanya'nın 11,5 milyar dolar ile %10,1'lik bir payı bulunmaktadır. 2010 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2009 yılına kıyasla %11,6 oranında artarken, Almanya'ya ihracat %17,4 oranında artmıştır. Bu durumda Almanya'nın Türkiye genel ihracatından aldığı pay, 2009 yılında %9,6 iken, 2010 yılında %10,1'e yükselmiştir.

2011 yılının Ocak-Ağustos ilk sekiz aylık döneminde, Türkiye genel ihracatı 2011 yılının ilk sekiz ayına kıyasla %21,9 oranında artışla 88,7 milyar dolar olmuş, Almanya'ya ihracat ise %31,5 oranında artışla 9,4 milyar dolara yükselmiştir. Almanya'ya ihracatın genel ihracatın artış oranından daha yüksek olması, bu ülkenin Türkiye'nin genel ihracatındaki payının %10,6'ya yükselmesine yol açmıştır. Almanya Türkiye'nin ihracat yaptığı 232 ülke içerisinde birinci sıradadır.

İthalat sözkonusu olduğunda, 2010 yılında 185,5 milyar dolar değerinde olan Türkiye genel ithalatında, Almanya'dan yapılan 17,5 milyar dolarlık ithalatın payı, %9,4 olarak hesaplanmaktadır. 2010 yılında 2009 yılına kıyasla Almanya'dan ithalatın artış oranı %23,9'dur ki; bu oran %31,7 olan genel ithalat artışının altında kalmıştır. Bu durumda da Almanya'dan yapılan ithalatın Türkiye'nin genel ithalatındaki payı azalmıştır.

2011 yılının Ocak-Ağustos döneminde ise, Türkiye'nin Almanya'dan genel ithalatı 2010 yılının eş dönemine kıyasla %46,7 oranında artmış ve 15,6 milyar dolar olmuştur. İlk sekiz aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatının %39,3 oranında artması dolayısıyla, Almanya'dan ithalatın genel ithalattaki payı % 9,8 olmuştur. Bu pay, 2010 yılının Ocak-Ağustos döneminde %9,3 olarak hesaplanmaktadır. Almanya, 2011 yılının Ocak-Ağustos döneminde Türkiye'nin ithalat yaptığı 228 ülke arasında birinci sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticareti içerisinde, konfeksiyon ticaretinin ağırlıklı bir yeri bulunmaktadır. 2010 yılında 29 milyar dolar olan Türkiye-Almanya dış ticaret hacminin 3,5 milyar ile %12,4'lük kısmını, diğer bir ifade ile sekizde birini konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticaretini, tekstil ve konfeksiyon ticareti ile birlikte değerlendiren bir tablo, aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE - ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$	2009	2010	DEĞİŞİM	2010	2011	DEĞİŞİM
	YILLIK	YILLIK	%	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	%
ALMANYA'YA İHRACAT	9.783.224.928	11.486.808.286	17,4	7.134.027.155	9.379.328.377	31,5
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	102.142.612.603	113.979.451.826	11,6	72.805.480.976	88.729.955.106	21,9
ALMANYA'NIN PAYI %	9,6	10,1		9,8	10,6	
ALMANYA'DAN İTHALAT	14.096.963.072	17.459.158.948	23,9	10.648.343.055	15.619.782.888	46,7
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	140.928.421.211	185.541.036.698	31,7	114.910.220.604	160.114.112.466	39,3
ALMANYA'NIN PAYI %	10,0	9,4		9,3	9,8	
ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI	3.224.375.007	3.547.561.099	10,0	2.326.270.339	2.835.865.435	21,9
TÜRKİYE KONFEKSİYON İHRACATI	12.854.444.401	14.203.999.262	10,5	9.207.445.871	10.903.939.951	18,4
ALMANYA'NIN PAYI %	25,1	25,0		25,3	26,0	
ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI	32.241.313	36.558.416	13,4	23.920.276	26.510.589	10,8
TÜRKİYE KONFEKSİYON İTHALATI	2.016.595.151	2.696.131.771	33,7	1.646.327.502	2.272.029.459	38,0
ALMANYA'NIN PAYI %	1,6	1,4		1,5	1,2	
ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI	328.221.956	377.205.430	14,9	228.788.306	313.824.026	37,2
TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI	5.374.056.670	6.355.974.438	18,3	4.027.045.581	5.171.472.845	28,4
ALMANYA'NIN PAYI %	6,1	5,9		5,7	6,1	
ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI	348.846.681	415.147.221	19,0	277.763.909	312.782.180	12,6
TÜRKİYE TEKSTİL İTHALATI	6.301.202.314	9.079.083.692	44,1	5.998.659.728	7.566.400.386	26,1
ALMANYA'NIN PAYI %	5,5	4,6		4,6	4,1	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Türkiye'nin Almanya'ya genel ihracatı, 2000 yılından 2011 yılının Ağustos ayı sonuna kadar onbir yılı aşkın zaman içerisinde yıllık bazda %2,4 ile %27,5 arasında değişen oranlarda artmıştır. Bunun tek istisnası, küresel ekonomik krizin etkisi altında kalınan 2009 yılıdır. 2009 yılında Almanya'ya ihracat 2008 yılına kıyasla %24,5 oranında azalmış, ancak 2010 yılında tekrar artışa geçmiştir. 2000 yılında 5,2 milyar dolar olan ihracat, 2010 yılında iki katından fazla artarak 11,5 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'den Almanya'ya 2011 yılının Ocak-Ağustos döneminde ise 2010 yılının eş dönemine kıyasla %31,5 oranında artışla, 9,4 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

2000 yılından 2010 yılına kadarki son on yıl içerisinde Türkiye'den Almanya'ya yapılan ihracatın yıllık ortalama artış oranı %9,3 olarak hesaplanmaktadır. Yıllık artışlara bakıldığında Almanya'ya ihracatta 2003 yılı %27,5 ile en yüksek ihracat artışının görüldüğü yıl olmuştur. 2011 Ocak-Ağustos dönemindeki artış ise bu oranların da üzerinde (%31,5) olmuştur.

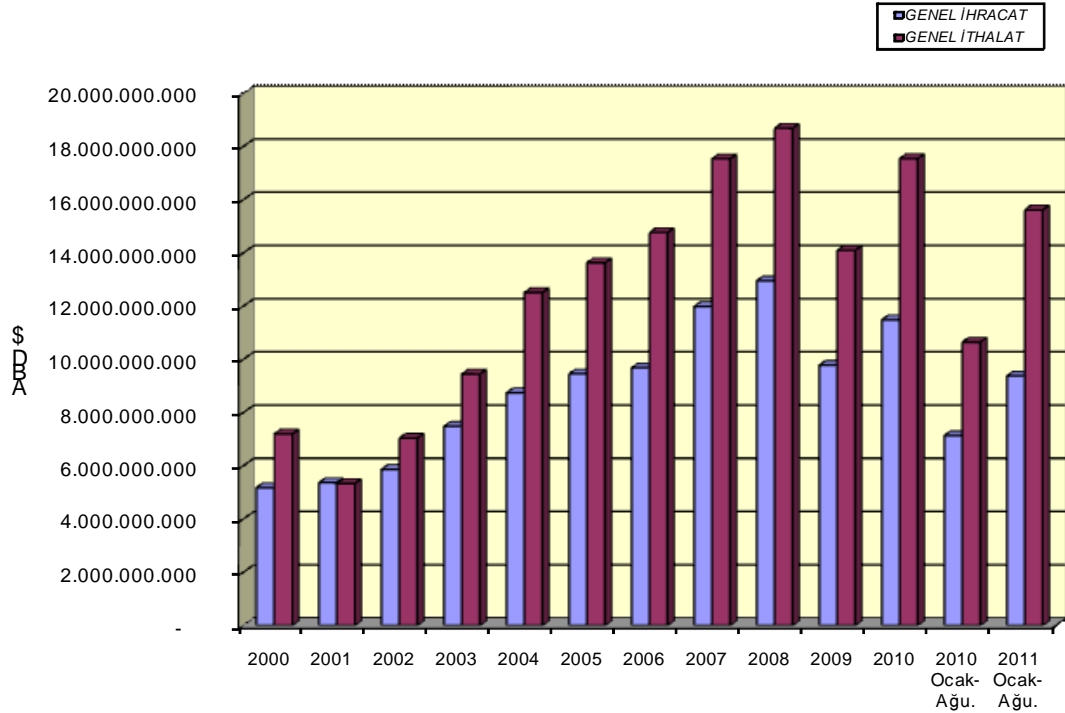
2000 yılından 2011 yılının Ağustos ayı sonuna kadar olan süreçte, Türkiye ile Almanya arasında dış ticarete ilişkin veriler, aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

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	11.993.232.454	23,8	17.539.955.009	18,8
2008	12.951.754.833	8,0	18.687.197.411	6,5
2009	9.783.224.928	-24,5	14.096.963.072	-24,6
2010	11.486.808.286	17,4	17.549.158.948	24,5
2010 Ocak-Ağustos	7.134.027.155		10.648.343.055	
2011 Ocak-Ağustos	9.379.328.377	31,5	15.619.782.888	46,7

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ 2000 - 2010 YILLIK ve 2010-2011 OCAK - AĞUSTOS



Diğer yandan, 2000 yılında 7,2 milyar doları bulan Almanya'dan yapılan ithalatın değeri, 2010 yılı sonu itibariyle 17,5 milyar dolara ulaşmıştır. Yıllar itibariyle ithalatta sadece 2001 yılında %25,9'luk ve 2009 yılında %24,6'lık bir düşüş ve diğer yıllarda %6,5 ile %34,2 arasında değişen oranlarda artışlar görülmektedir. 2002, 2003 ve 2004 yıllarında Almanya'dan ithalatta %30'un üzerinde nispeten yüksek oranlarla artış olmuş, 2005 yılından itibaren ise %8 ile %19 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiştir. 2011'in Ocak-Ağustos döneminde Türkiye'nin Almanya'dan ithalatı %46,7 gibi yüksek bir oranda artarak 15,6 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir. Almanya'dan ithalatın 2000-2010 yılları arasında hesaplanan yıllık ortalama artış oranı %11,5 düzeyindedir. Bu oranın, yıllık ortalama ihracat artış oranının (%9,3) yukarısında kalması dolayısıyla, iki ülke arasındaki ticaretin Almanya lehine gelişmeye devam ettiği söylenebilir.

Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2011 yılının ilk sekiz ayında en fazla ihraç edilen mamullerin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyaları ile 84 09 GTİP başlıklı içten yanmalı, pistonlu motorların aksam ve parçalarının geldiği görülmektedir. 2011 yılının Ocak-Ağustos döneminde Türkiye'den Almanya'ya 709,7 milyon dolar değerinde 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyası ve 491,7 milyon dolar değerinde 84 09 GTİP başlıklı içten yanmalı, pistonlu motorların aksam ve parçaları ihraç edilmiştir. 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyalarının Almanya'ya ihracat içerisindeki payı %7,6 ve 84 09 GTİP başlıklı içten yanmalı, pistonlu motorların aksam ve parçalarının payı ise %5,2 olarak hesaplanmaktadır.

Bu iki ürünü takiben 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar , 87 03 GTİP başlıklı binek otomobiller ile 62 04 GTİP başlıklı dokuma bayan takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek, şort gibi giysiler, en fazla ihraç edilen ilk beş ürün grubu içerisinde yer almaktadır.

Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun tamamında önceki yılın aynı dönemine göre artışlar kaydedilmiştir. Almanya'ya ihracatı en yüksek oranlı artan ürün grupları %107 artışla 73 26 GTİP başlıklı demir çelikten diğer eşyalar ile %75 ihracat artışı ile 40 11 GTİP başlıklı kauçuktan yeni dış lastiklerdir.

Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun sekizi, hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir. En fazla artış kaydedilen hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri % 45 artışla 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet, mutfak bezleri, %37 artışla 61 10 GTİP başlıklı kazak, süveter, hırka, yelek vb. Eşya (örme) ile % 28 artışla 61 15 GTİP başlıklı çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler (örme) olarak sıralanmaktadır.

Almanya'ya en fazla ihraç edilen ürünleri gösteren bir tablo, aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA GENEL İHRACAT					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2010 OCAK-AĞUSTOS	2011 OCAK-AĞUSTOS	2010 / 2011 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	619.651.466	709.744.783	15	7,6
8409	İÇTEN YANMALI, PİSTONLU MOTORLARIN AKSAM-PARÇALARI	310.044.611	491.663.540	59	5,2
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	305.956.910	476.975.798	56	5,1
8703	OTOMOBİLİ, STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI	308.373.050	374.546.031	21	4,0
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	248.839.515	287.895.536	16	3,1
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	197.071.611	285.061.403	45	3,0
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	177.370.313	242.753.786	37	2,6
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	193.317.544	231.713.253	20	2,5
8528	TELEVİZYON ALICILARI, VIDEO MONİTÖRLERİ VE PROJEKTÖRLER	172.528.012	174.399.243	1	1,9
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	167.069.521	173.427.730	4	1,8
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	150.628.383	173.178.485	15	1,8
4011	KAUÇUKTAN YENİ DİŞ LASTİKLER	86.016.396	150.932.692	75	1,6
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	115.625.068	148.525.262	28	1,6
8702	TOPLU HALDE YOLCU TAŞIMAĞA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	108.924.101	141.547.404	30	1,5
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	127.454.805	141.537.397	11	1,5
2008	BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMEYEN MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARI KONSERVELEİ	99.345.155	139.514.015	40	1,5
7326	DEMİR/ÇELİKİTEN DİĞER EŞYA	67.301.430	139.235.736	107	1,5
4016	VULKANİZE KAUCUKTAN DİĞER EŞYA	103.069.320	139.167.163	35	1,5
7604	ALUMİNYUM ÇUBUK VE PROFİLLER	113.459.123	136.115.232	20	1,5
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR, SOĞUTUCULAR, ISI POMPALARI	91.282.104	134.148.118	47	1,4
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		3.763.328.438	4.892.082.607	30	52,2
ALMANYA'YA GENEL İHRACAT		7.134.027.155	9.379.328.377	31	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		53	52		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Almanya'dan ithalat, ürün grupları bazında ele alındığında ise, 2011 Ocak-Ağustos yılında en fazla ithal edilen ürün grubunun 87 03 GTİP başlıklı binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar olduğu görülmektedir. 2011 ilk sekiz ayında bu ürün grubunda Almanya'dan 1,9 milyar dolar değerinde ithalat yapılmış, ithalat artış oranı ise 2010 yılına kıyasla %60 olmuştur. Bu ürün grubunun genel ithalattan aldığı pay %12'dir.

İthalatı %57 oranında artışla 1 milyar dolara yaklaşan 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçaları ikinci sırada yer almaktadır. Bu ürün grubunun Almanya'dan genel ithalattan aldığı pay %6,4'dür. Ayrıca 88 02

GTİP başlığındaki diğer hava taşıtları ve uzay araçları 590 milyon dolar ithalat ile genel ithalattan %3,8 pay alarak üçüncü sıraya yerleşmiştir.

2011 yılının ilk sekiz aylık döneminde Almanya'dan en fazla ithal edilen ilk yirmi ürün grubunun arasında hazırgiyim ve konfeksiyon ürünü bulunmamaktadır.

Almanya'dan en fazla ithal edilen ürünleri gösteren bir tablo, aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2010 OCAK-AĞUSTOS	2011 OCAK-AĞUSTOS	2010 / 2011 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
8703	OTOMOBİLİ, STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI	1.171.094.841	1.871.939.306	60	12,0
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	637.432.158	999.842.680	57	6,4
8802	DİĞER HAVA TAŞITLARI, UZAY ARAÇLARI	958.790	590.032.725	61.439	3,8
3004	TEDAVİDE/KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	358.044.514	386.414.205	8	2,5
8408	DİZEL, YARI DİZEL MOTORLAR (HAVA BASINCI İLE ATEŞLENEN, PİSTONLU)	153.394.037	268.345.743	75	1,7
8479	KENDİNE ÖZGÜ FONKSİYONLU MAKİNE VE CİHAZLAR	137.410.165	268.161.323	95	1,7
7204	DEMİR/ÇELİK DÖKÜNTÜ VE HURDALARI, BUNLARIN KÜLÇELERİ	220.624.064	220.357.751	- 0	1,4
8701	TRAKTÖRLER	52.343.175	214.044.796	309	1,4
8502	ELEKTROJEN GRUPLARI, ROTATİF ELEKTRİK KONVERTİSÖRLERİ	242.617.687	204.838.510	- 16	1,3
8702	TOPLU HALDE YOLCU TAŞIMAĞA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	75.319.347	182.660.808	143	1,2
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	103.302.864	180.430.321	75	1,2
8409	İÇTEN YANMALI, PİSTONLU MOTORLARIN AKSAM-PARÇALARI	126.192.563	173.207.084	37	1,1
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇİZATI	130.464.141	167.100.341	28	1,1
8477	KAUÇUK, PLASTİK EŞYA İMAL VE İŞLEME MAKİNE VE CİHAZLARI	80.329.496	150.677.561	87,57	1,0
3907	POLIASETALLER, DİĞER POLİİTERLER, EPOKSİT-ALKİD REÇİNELER VB (İLK ŞEKİLDE)	92.231.218	144.812.445	57	0,9
8421	SANTRİFÜJLE ÇALIŞAN KURUTMA, FİLTRE, ARITMA CİHAZLARI	113.247.025	141.139.006	25	0,9
8716	TAŞITLAR İÇİN RÖMORKLAR, YARI RÖMORKLAR VB. İLE AKSAM-PARÇALARI	51.877.454	140.438.621	171	0,9
8411	TURBOJETLER, TURBO-PROPELLER, DİĞER GAZ TÜRBİNLERİ	80.135.068	135.739.481	69	0,9
8422	YIKAMA, TEMİZLEME, KURUTMA, DOLDURMA VB. İŞLER İÇİN MAKİNE, CİHAZ	94.210.932	132.625.562	41	0,8
3824	KİMYA VE BAĞLI SANAYİDE KULLANILAN KİMYASAL ÜRÜNLER	96.671.732	119.596.453	24	0,8
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		4.017.901.271	6.692.404.722	67	42,8
ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT		10.648.343.055	15.619.782.888	47	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		38	43		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Türkiye'nin Genel Ticaretinde Almanya'nın Yeri

2011 yılının ilk sekiz aylık dönemi itibariyle Almanya hem en fazla ihracat yapılan hem de en fazla ithalat yapılan ülke konumundadır.

Almanya'ya %31 artışla 9,4 milyar dolar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ülkenin Türkiye genel ihracatından aldığı pay %10,6'dır. 5,5 milyar dolar ve Türkiye genel ihracatından aldığı %6,2'lik pay ile İtalya ikinci en fazla ihracat yapılan ülke olurken, 5,3 milyar dolar ve %6'lık pay ile İngiltere, üçüncü en fazla ihracat yapılan ülkelerdir.

İthalat boyutunda ise, Almanya'dan yapılan ithalat %47 oranında artışla 10,6 milyar dolardan 15,6 milyar dolara yükselmiştir. Genel ithalatta Almanya'dan yapılan ithalatın payı %9,8 düzeyindedir.

Almanya'nın Türkiye genel ihracatında ve ithalatında yerini gösteren tablolar aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:ABD \$				
ÜLKELER	2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
ALMANYA	7.134.027.155	9.379.328.377	31	10,6
İTALYA	4.198.236.074	5.502.832.620	31	6,2
İNGİLTERE	4.397.796.721	5.290.786.112	20	6,0
İRAK	3.741.981.224	5.047.185.865	35	5,7
FRANSA	4.008.642.809	4.608.429.533	15	5,2
RUSYA FEDERASYONU	2.775.749.922	3.871.414.154	39	4,4
A.B.D.	2.398.240.442	2.955.997.910	23	3,3
İSPANYA	2.248.627.489	2.687.590.524	20	3,0
BİR.ARAP EMİRLİK.	2.085.824.397	2.450.148.825	17	2,8
İRAN	1.751.869.485	2.339.896.429	34	2,6
HOLLANDA	1.591.475.159	2.227.620.091	40	2,5
ROMANYA	1.616.617.462	1.869.236.562	16	2,1
SUUDİ ARABİSTAN	1.569.418.721	1.832.607.986	17	2,1
MISIR	1.586.224.149	1.730.366.490	9	2,0
BELÇİKA	1.288.896.047	1.681.526.599	30	1,9
İSRAİL	1.323.829.293	1.610.157.352	22	1,8
ÇİN HALK CUMHUR.	1.460.691.397	1.566.862.558	7	1,8
AZERBAJCAN-NAHÇ.	980.907.867	1.269.920.943	29	1,4
SURİYE	1.155.060.592	1.162.279.899	1	1,3
POLONYA	925.258.642	1.147.970.547	24	1,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	48.239.375.047	60.232.159.376	25	67,9
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACATI	72.805.480.976	88.729.955.106	22	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	66	68		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2010 OCAK-AĞUSTOS	2011 OCAK-AĞUSTOS	2010 / 2011 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	10.648.343.055	15.619.782.888	47	9,8
ÇİN HALK CUMHUR.	10.674.777.975	14.651.248.557	37	9,2
RUSYA FEDERASYONU	13.674.838.469	14.628.131.726	7	9,1
A.B.D.	7.340.359.150	11.059.316.952	51	6,9
İTALYA	6.442.328.744	9.337.699.281	45	5,8
İRAN	4.591.464.333	8.221.048.245	79	5,1
FRANSA	4.955.674.298	6.334.904.712	28	4,0
HİNDİSTAN	2.183.500.012	4.227.053.063	94	2,6
İSPANYA	3.014.210.046	4.129.256.499	37	2,6
GÜNEY KORE CUM.	2.838.860.905	4.043.760.058	42	2,5
İNGİLTERE	2.867.310.377	3.829.425.727	34	2,4
UKRAYNA	2.615.201.092	3.413.993.390	31	2,1
İSVİÇRE	1.941.828.332	3.243.310.897	67	2,0
HOLLANDA	1.798.260.518	2.699.721.191	50	1,7
BELÇİKA	1.958.439.830	2.699.217.319	38	1,7
JAPONYA	1.991.622.921	2.683.019.759	35	1,7
ROMANYA	2.192.814.832	2.629.829.278	20	1,6
POLONYA	1.504.850.267	2.302.180.709	53	1,4
SUUDİ ARABİSTAN	1.388.194.551	2.192.853.194	58	1,4
KAZAKİSTAN	1.557.966.250	2.022.220.198	30	1,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	86.180.845.957	119.967.973.643	39	74,9
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İTHALATI	114.910.220.604	160.114.112.466	39	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	75	75		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Almanya'nın Yeri

Türkiye, 2009 yılına ilişkin olarak Dünya Ticaret Örgütü tarafından açıklanan istatistiklere göre, 315,6 milyar dolar tutarındaki dünya konfeksiyon ticaretinde %3,7'lik payı ile 4. en büyük tedarikçidir. Benzer şekilde, 211 milyar dolar değerinde dünya tekstil ticaretinde ise yine %3,7 payı ile 8. büyük tedarikçi durumundadır. Uluslararası pazarlarda en önemli tekstil ve konfeksiyon tedarikçilerinden biri olan Türkiye'nin tekstil ve konfeksiyon ticareti açısından Almanya, artık "geleneksel" hale gelen en önemli pazar konumundadır.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon dış ticaretine ilişkin 2011 ilk sekiz aylık verilere göre, Almanya en fazla ihracat yapılan ülkedir. Almanya'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2010 yılının aynı dönemine kıyasla

%22 oranında artarak 2,8 milyar dolara yükselmiştir. Almanya'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı pay %26'dır. Konfeksiyon ihracatında Almanya'yı, İngiltere, İspanya, Fransa, Hollanda ve İtalya izlemektedir.

2011 Ocak-Ağustos döneminde Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında Almanya'nın konumunu gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON				
İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2010 OCAK-AĞUSTOS	2011 OCAK-AĞUSTOS	2010 / 2011 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	2.326.270.339	2.835.865.435	22	26,0
İNGİLTERE	1.291.196.307	1.356.856.070	5	12,4
İSPANYA	705.787.664	934.116.040	32	8,6
FRANSA	744.938.135	913.131.912	23	8,4
HOLLANDA	458.456.273	605.944.795	32	5,6
İTALYA	482.375.938	597.917.044	24	5,5
DANİMARKA	269.722.345	326.750.471	21	3,0
BELÇİKA	259.990.166	289.396.928	11	2,7
A.B.D.	268.383.025	285.552.454	6	2,6
İSVEÇ	185.852.946	211.506.204	14	1,9
RUSYA FEDERASYONU	175.297.890	201.402.092	15	1,8
IRAK	129.648.941	153.068.216	18	1,4
SUUDİ ARABİSTAN	59.801.647	115.094.141	92	1,1
ROMANYA	108.083.521	105.515.732	- 2	1,0
POLONYA	76.342.267	104.632.379	37	1,0
AVUSTURYA	94.532.297	103.327.694	9	0,9
İSRAİL	91.970.232	102.533.316	11	0,9
İSVİÇRE	86.585.652	99.369.363	15	0,9
ÇEK CUMHURİYETİ	74.047.458	91.885.074	24	0,8
YUNANİSTAN	84.079.166	83.848.914	- 0	0,8
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	7.973.362.209	9.517.714.274	19	87,3
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRACATI	9.207.445.871	10.903.939.951	18	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	87	87		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Diğer yandan, Almanya Türkiye'nin en fazla tekstil ihraç ettiği üçüncü ülke konumundadır. Rusya Federasyonu ve İtalya Türk tekstil ürünleri açısından birinci ve ikinci büyük pazar olarak sıralanırken, Almanya %37'lik artış ve 313,8 milyon dolarlık ihracat düzeyi ile üçüncü büyük pazardır. Almanya'nın Türkiye'nin 5,2 milyar dolarlık tekstil ihracatından aldığı pay %6,1 olarak hesaplanmaktadır. Almanya'yı %3,7 pay ve 191,5 milyon dolar ile İran, %3,7 pay ve 191 milyon dolar ile Polonya izlemektedir.

Türkiye'nin tekstil ihracatında Almanya'nın konumu, aşağıdaki tablodan görülebilir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKSTİL				
İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim:ABD \$</i>				
	2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
ÜLKELER	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
RUSYA FEDERASYONU	521.105.097	669.788.872	29	13,0
İTALYA	382.413.914	575.733.630	51	11,1
ALMANYA	228.788.306	313.824.026	37	6,1
İRAN	154.655.188	191.496.266	24	3,7
POLONYA	143.690.913	191.126.754	33	3,7
İNGİLTERE	135.191.136	190.786.864	41	3,7
ROMANYA	165.788.826	189.701.928	14	3,7
A.B.D.	142.619.295	182.324.958	27,8	3,5
BULGARİSTAN	144.545.931	160.014.136	11	3,1
İSPANYA	97.931.258	140.659.974	44	2,7
MİSİR	135.981.078	134.409.583	- 1	2,6
FRANSA	94.110.008	122.286.662	30	2,4
TUNUS	85.932.985	116.676.759	36	2,3
FAS	91.074.905	112.756.230	24	2,2
UKRAYNA	65.204.660	105.069.869	61	2,0
HOLLANDA	74.165.188	103.104.276	39	2,0
YUNANİSTAN	71.862.140	102.207.462	42	2,0
BELÇİKA	71.670.228	89.792.852	25	1,7
MERSİN SERBEST BÖ	42.950.220	71.849.072	67	1,4
ÇİN HALK CUMHUR.	58.953.713	70.294.766	19	1,4
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	2.908.634.989	3.833.904.939	32	74,1
TÜRKİYE'NİN TOPLAM TEKSTİL İHRACATI	4.027.045.581	5.171.472.845	28	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	72	74		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Almanya, tekstil ve konfeksiyon ticaretinde Türkiye için çok önemli bir pazar olmasının yanısıra, özellikle tekstil ithalatında yedinci en büyük tedarikçidir. 2011 Ocak-Ağustos döneminde Almanya'dan 312,8 milyon dolar değerinde tekstil ithalatı yapılmıştır. İthalat 2010 yılı eş dönemine göre %13 artmış olup, Türkiye'nin toplam tekstil ithalatı içerisinde Almanya'dan yapılan ithalatın payı %3,4 düzeyindedir.

Türkiye'nin tekstil ithal ettiği ülkeler içerisinde Almanya, Çin Halk Cumhuriyeti, ABD, Hindistan, Endonezya, Pakistan ve İtalya'nın ardından 7. sırada gelmektedir.

Türkiye'nin tekstil ithalatında, Almanya'nın yerini gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKSTİL				
İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim:ABD \$</i>				
ÜLKELER	2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN HALK CUMHUR.	973.024.215	1.457.799.273	50	16,1
A.B.D.	715.413.404	1.257.183.012	76	13,8
HİNDİSTAN	489.291.989	498.336.094	2	5,5
ENDONEZYA	342.294.094	462.557.686	35	5,1
PAKİSTAN	244.943.728	419.925.982	71	4,6
İTALYA	328.245.120	415.189.266	26	4,6
ALMANYA	277.763.909	312.782.180	13	3,4
VIETNAM SOSYALİST	179.217.461	259.271.467	45	2,9
GÜNEY KORE CUM.	198.762.207	221.373.451	11	2,4
MISIR	137.874.712	185.273.639	34	2,0
TAYLAND	172.199.088	183.178.838	6	2,0
TÜRKMENİSTAN	181.826.216	182.818.773	1	2,0
MALEZYA	132.967.611	154.169.024	16	1,7
BANGLADEŞ	111.156.565	127.497.142	15	1,4
İSPANYA	113.443.628	116.295.656	3	1,3
AVUSTURYA	100.952.042	104.793.278	4	1,2
ÖZBEKİSTAN	107.828.290	103.145.368	-	4
SURİYE	200.900.329	99.175.558	-	51
İNGİLTERE	67.030.826	71.797.675	7	0,8
TAYVAN	87.543.435	71.553.907	-	18
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	5.162.678.869	6.704.117.269	30	73,8
TÜRKİYE'NİN TOPLAM TEKSTİL İTHALATI	6.301.202.314	9.079.083.692	44	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	82	74		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Benzer şekilde, 2011 yılı Ocak-Ağustos döneminde Almanya'dan 26,5 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ithal edilmiştir. Almanya, Türkiye'nin en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithal ettiği ülkeler içerisinde 12. sıradadır, toplam hazır giyim ve konfeksiyon ithalatındaki payı %1,2 düzeyindedir. 2011 yılı 8 aylık döneminde ithalat artışı %11 düzeyinde olmuştur. Bu artış oranı, Türkiye'nin genel hazır giyim ve konfeksiyon ithalat artışının (%38) gerisindedir.

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında, Almanya'nın yerini gösteren istatistikî tablo aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON				
İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN HALK CUMHUR.	517.937.266	808.892.378	56	35,6
BANGLADEŞ	387.739.846	538.752.581	39	23,7
HİNDİSTAN	121.146.410	152.149.646	26	6,7
İTALYA	79.675.198	100.192.333	26	4,4
VIETNAM SOSYALİST	41.679.139	65.268.547	57	2,9
SRİ LANKA	73.985.384	60.554.720	-	2,7
PAKİSTAN	39.120.727	57.340.671	47	2,5
MİSİR	34.195.501	43.682.456	28	1,9
İSPANYA	31.257.177	39.425.979	26	1,7
ENDONEZYA	25.605.412	37.065.704	45	1,6
FAS	24.579.357	30.476.697	24	1,3
ALMANYA	23.920.276	26.510.589	11	1,2
KAMBOÇYA	9.424.325	19.390.595	106	0,9
BULGARİSTAN	12.317.343	18.743.578	52	0,8
PORTEKİZ	14.361.375	17.877.348	24	0,8
MERSİN SERBEST BÖ	15.558.396	16.425.805	6	0,7
FRANSA	13.268.555	16.130.718	22	0,7
İNGİLTERE	12.519.885	15.735.090	26	0,7
ROMANYA	10.206.628	14.914.624	46	0,7
GÜRCİSTAN	14.202.513	13.365.006	-	0,6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.502.700.713	2.092.895.065	39	92,1
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	1.646.327.502	2.272.029.459	38	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	91	92		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Türkiye – Almanya Hazır giyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

Türkiye'nin Almanya ile hazır giyim ve konfeksiyon ticareti 2011 Ocak-Ağustos döneminde 2,8 milyar doları ihracat ve 26,5 milyon doları ithalat olmak üzere 3 milyara dolara yakındır. İhracat %21,9 oranında artarken, ithalat %10,8 oranında artmıştır. Türkiye toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında pay %26 ve ithalatında pay %1,2'dir.

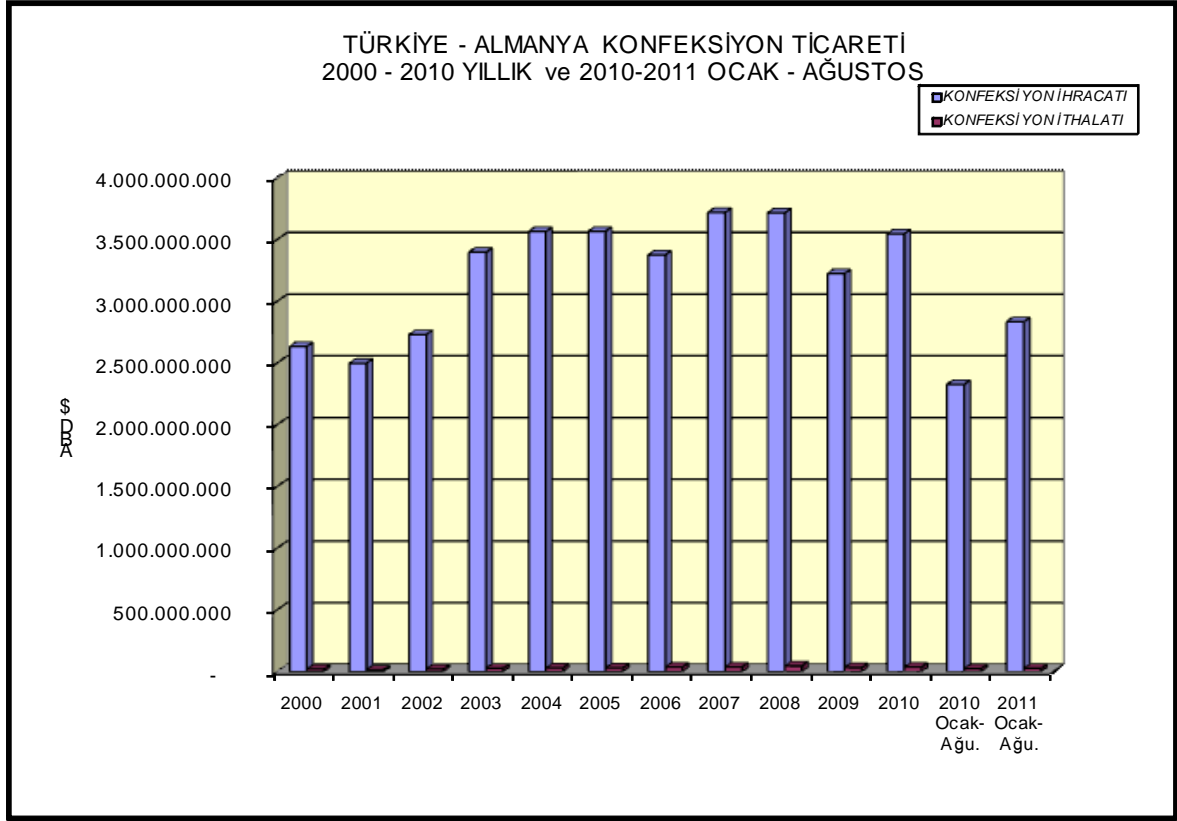
2000 yılından 2011 yılının Ağustos ayı sonuna kadar ele alınan onbir yılı aşkın süreçte, Türkiye'den Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında, 2001 yılında %5,1'lik, 2006 yılında %5,4'lük, 2008 yılında %0,1'lik ve 2009 yılında %13,2'lik düşüşler kaydedilmiş; diğer yıllarda %24,5'e varan farklı oranlarda artışlar olmuştur. Oransal olarak ihracat artışının en yüksek olduğu yıl %24,5'lik artışın görüldüğü 2003 yılıdır. 2005 yılında 2004 yılına göre hiç artış olmazken, 2007 yılında %10,2'lik artışı 2008 yılındaki 0,1'lik ve 2009 yılındaki %13,2'lik düşüşler izlemiştir; 2010 yılında küresel ekonomik krizin etkilerinin hafiflemesi ile %10'luk artış olmuştur. 2000 yılından 2010 yılına yıllık ortalama ihracat artışı %3,5'tir.

2011 Ocak-Ağustos döneminde ise Türkiye'den Almanya'ya ihracat %21,9 oranında artışla 2,8 milyar dolar olmuştur.

2000 yılından 2011 Ağustos ayı sonuna kadar Türkiye'nin Almanya ile hazır giyim ve konfeksiyon ticaretine ilişkin veriler, aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE - ALMANYA KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	2.633.838.479	-	19.985.061	-
2001	2.498.352.281	-5,1	14.646.973	-26,7
2002	2.729.969.196	9,3	21.186.458	44,6
2003	3.398.344.716	24,5	28.038.679	32,3
2004	3.566.142.499	4,9	29.873.698	6,5
2005	3.567.392.020	0,0	29.866.363	0,0
2006	3.375.892.796	-5,4	37.010.133	23,9
2007	3.719.847.352	10,2	37.052.571	0,1
2008	3.716.705.781	-0,1	45.370.986	22,5
2009	3.224.375.007	-13,2	32.241.313	-28,9
2010	3.547.561.099	10,0	36.558.416	13,4
2010 Ocak-Ağustos	2.326.270.339		23.920.276	
2011 Ocak-Ağustos	2.835.865.435	21,9	26.510.589	10,8

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011



Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında Almanya en fazla ithalat yapılan 12. ülke pozisyonundadır. Almanya'dan konfeksiyon ithalatı rakamsal olarak ihracata kıyasla oldukça küçük kalmaktadır. 2011 yılı Ocak-Ağustos döneminde %11 oranında artışla 26,5 milyon dolarlık ithalat yapılmış, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Almanya'nın payı %1,2 olmuştur.

2000 yılından 2011 Ağustos ayı sonuna kadar Türkiye'nin Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, 2001 yılında %26,7 oranında ve 2009 yılında %28,9 oranında düşüşler, diğer yıllarda dalgalı bir seyir izleyerek %44,6'ya kadar çıkan artışlar olduğu görülmektedir. Son onbir yıl için yıllık ortalama ithalat artış oranı %8,8'dir. 2011 Ocak-Ağustos döneminde ise Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı %10,8 oranında artmıştır.

2011 yılının ilk sekiz ayında Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamullerinin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzerleri gelmektedir. Almanya'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının %25'lik kısmını diğer bir deyişle dörtte birini oluşturan bu ürünlerin ihracatı, 2010 yılına kıyasla %15 oranında artarak 619,6 milyon dolardan 709,7 milyon dolara yükselmiştir.

62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysiler, 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak

bezleri, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysiler ile 61 04 GTİP başlıklı bayan örme bayan takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek ve benzerleri, diğer en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

Türkiye'den Almanya'ya 62 04 tarifeli bayan dokuma takım, takım elbise ceket ve benzeri giysi ihracatı %16 oranında artarak 248,8 milyondan 288,9 milyona yükselmiştir. 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezlerinin ihracatı %45 oranında artarak 285,1 milyondan 412,1 milyona yükselirken, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysilerin ihracatı % 37 oranında artarak 242,7 milyondan 332,7 milyona yükselmiştir. 61 04 GTİP başlıklı bayan örme bayan takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek ve benzerlerinin ihracatında ise %20 oranında artışla 231,7 milyondan 278,7 milyona yükseliş söz konusudur.

En fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde, 17 ürün grubunda %5 ile %79 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilirken, diğer 3 ürün grubunda %5, %6 ve %21 oranında düşüş kaydedilmiştir.

63 04 GTİP başlıklı diğer mefruşat eşyaları oransal olarak ihracatı en fazla artan hazır giyim ve konfeksiyon ürünleri olmuştur. Bu ürün grubunda ihracat, önceki yılın aynı dönemine kıyasla %79 oranında artarak değer bazında 52,5 milyondan 93,9 milyona yükselmiştir. 61 12 GTİP başlıklı spor kıyafetlerinin ihracatında kaydedilen %57'lik artış ve 62 05 GTİP başlıklı erkek/erkek çocuklar için gömleklerin ihracatında kaydedilen %56'lık artış, diğer yüksek oranlı artışlar olarak dikkat çekmektedir.

Almanya'ya ihracatı en fazla azalan ürün grubu ise 61 14 GTİP başlıklı diğer giyim eşyası ürünleridir. Bu ürünlerin ihracatı %21 oranında azalarak ihracat değeri 40,6 milyondan 32,1 milyona düşmüştür. İhracatı %6 oranında düşüşle 26,3 milyondan 24,7 milyona gerileyen 61 03 GTİP başlıklı erkek örme takım elbise, ceket, pantolon ve benzeri giysiler ile ihracatı %5 oranında düşüşle 18 milyondan 17,2 milyona gerileyen 62 08 GTİP başlıklı kadın/kız çocuklar için iç ve gece giyim eşyaları ihracatta düşüş kaydedilen diğer ürün gruplarındandır.

Aşağıdaki tabloda, Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ile bu ürün gruplarının toplam ihracattaki payları verilmektedir.

ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$		2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	619.651.466	709.744.783	15	25,0
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	248.839.515	287.895.536	16	10,2
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	197.071.611	285.061.403	45	10,1
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	177.370.313	242.753.786	37	8,6
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	193.317.544	231.713.253	20	8,2
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	150.628.383	173.178.485	15	6,1
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	115.625.068	148.525.262	28	5,2
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	127.454.805	141.537.397	11	5,0
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	91.593.849	106.666.320	16,5	3,8
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	52.523.250	93.984.762	79	3,3
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	42.522.061	55.557.253	31	2,0
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	41.416.941	53.780.570	30	1,9
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	31.631.033	49.296.616	56	1,7
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	31.120.573	32.751.811	5	1,2
6114	DİĞER GİYİM EŞYASI (ÖRME)	40.610.880	32.070.123	- 21	1,1
6103	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	26.319.052	24.722.113	- 6	0,9
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALALARI	17.236.242	22.550.029	31	0,8
6208	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI	18.028.864	17.163.052	- 5	0,6
6107	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	9.850.785	14.385.787	46	0,5
6112	SPOR KIYAFETLERİ, KAYAK, YÜZME KIYAFETLERİ (ÖRME)	8.746.292	13.746.292	57	0,5
	İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI	2.241.558.527	2.737.084.633	22	96,5
	ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI	2.326.270.339	2.835.865.435	22	100,0
	İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %	96	97		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, Türkiye'nin bu ülkeden en fazla ithal ettiği hazır giyim ve konfeksiyon ürünlerinin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzeri giysiler ile 62 04 GTİP başlığı altında yeralan bayan dokuma takım, takım elbise, ceketlerin geldiği görülmektedir. Türkiye ile Almanya arasındaki hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde, hem ihracatta hem de ithalatta 61 09 GTİP başlıklı ürün grubunun öne çıkması dikkat çekicidir.

Almanya'dan Türkiye'ye %9 artışla 3,9 milyon dolarlık 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzeri giysi ve %98 artışla 3,7 milyon dolarlık 62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise ve ceket ithal edilmiştir. 61 09 GTİP başlıklı ürünlerin Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatındaki payı %14,7 ve 62 04 GTİP başlıklı ürünlerin payı %14'tür.

Almanya'dan Türkiye'ye en fazla ithal edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri aşağıdaki tablodan izlenebilir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$		2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	3.578.084	3.902.717	9	14,7
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	1.870.033	3.709.855	98	14,0
6307	DİĞER HAZIR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	2.111.451	2.968.045	41	11,2
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	1.913.180	2.438.804	27	9,2
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	1.471.351	1.872.267	27	7,1
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	2.825.656	1.738.484	- 38	6,6
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	1.529.144	1.123.939	- 26	4,2
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	759.159	1.118.028	47	4,2
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	990.770	1.098.702	11	4,1
6217	GIYİM EŞYASININ HAZIR TEFERRUATI, PARÇALARI, AKSESUARLARI	418.202	827.416	98	3,1
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	537.996	681.860	27	2,6
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	261.348	514.344	97	1,9
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	1.067.234	393.472	- 63	1,5
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DIŞ GIYİM	126.350	384.075	204	1,4
6310	PAÇAVRA, SİCİM, HALAT, İP; BUNLARDAN KULLANILMIŞ EŞYA	429.454	371.407	- 14	1,4
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALALARI	565.229	351.405	- 37,8	1,3
6212	SÜTYEN, KORSE, KORSE KEMER, PANTOLON ASKISI, ÇORAP BAĞI, JARTİYER	82.289	339.893	313	1,3
6210	PLASTİK, KAUÇUK SIVANMIŞ, EMDİRİLMİŞ ELYAFTAN HAZIR GIYİM EŞYASI	323.136	304.527	- 6	1,1
6201	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN DIŞ GIYİM	224.285	276.686	23,4	1,0
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	70.809	247.534	250	0,9
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		21.155.160	24.663.460	17	93,0
ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI		23.920.276	26.510.589	11	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		88	93		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

63 07 GTİP başlıklı diğer hazır eşyalar ve 61 15 GTİP başlıklı çoraplar, diğer önde gelen ithalat kalemlerindedir. 63 07 GTİP başlıklı diğer hazır eşyaların ithalatı % 41 oranında, 61 15 GTİP başlıklı çorapların ithalatı ise %27 oranında artmıştır.

En fazla ithal edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde 14 ürün grubunda ithalat artarken, 6 ürün grubunda ithalat azalmıştır. İthalatı oransal olarak en fazla artan mamuller, 62 12 GTİP başlıklı sütyen ve korseler (% 313 artış) ile 63 04 GTİP başlıklı diğer mefruşat eşyası (%313 artış) ürünleridir.

Almanya'dan ithalatı en fazla azalan hazır giyim ve konfeksiyon mamulleri ise, %38 düşüş görülen 62 03 GTİP başlıklı erkekler için dokuma takım elbise ve ceketler, %37,8 düşüş görülen 63 03 GTİP başlıklı perdeler ve iç storlar ile perde ve yatak farbelalarıdır

Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti

Türkiye'nin Rusya Federasyonu ve İtalya'nın ardından en fazla tekstil (elyaf, iplik ve kumaş) ihraç ettiği 3. büyük pazar Almanya'dır. 2010 yılında Almanya'ya 313,8 milyon dolarlık tekstil ihracatı yapılmış ve 312,8 milyon dolar değerinde de bu ülkeden tekstil ithalatı gerçekleştirilmiştir.

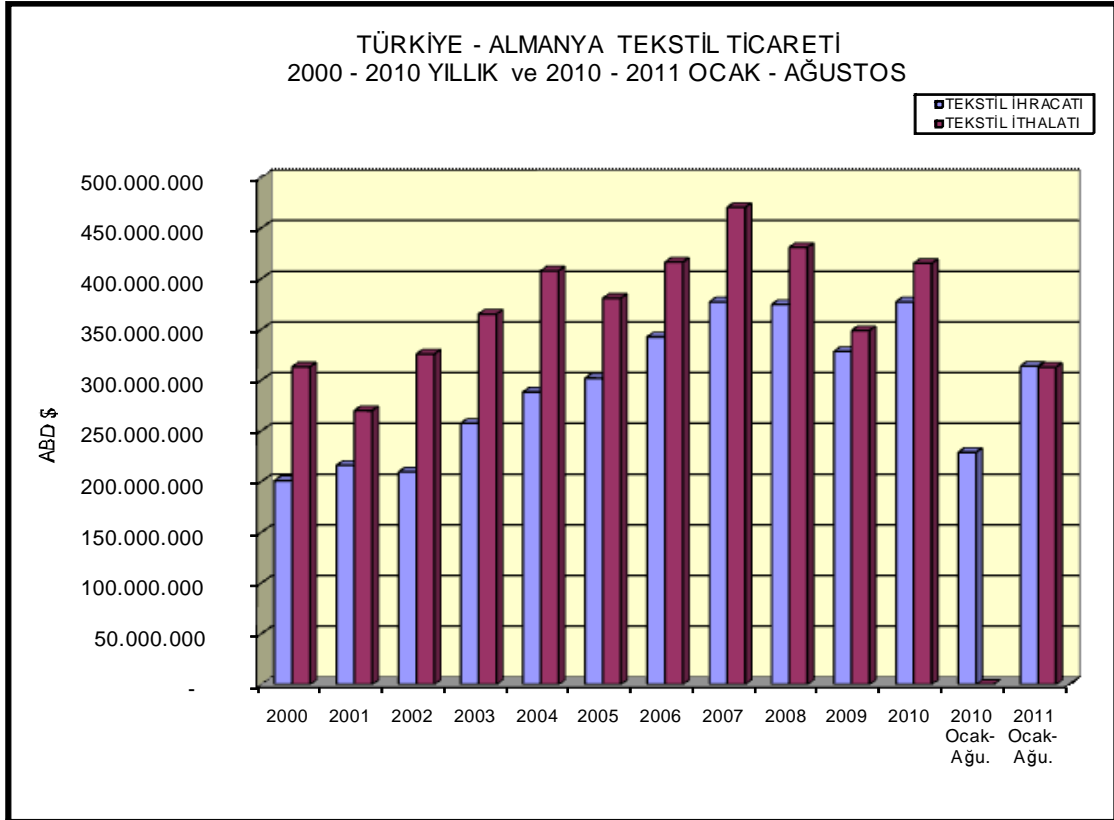
2000-2010 yılları arasındaki onbir yıllık süreçte ihracat 2002 yılında %3'lük, 2008 yılında %0,7'lik ve 2009 yılında %12,4'lük düşüşlerin dışında diğer yıllarda %4,7 ile %22,9 arasında değişen oranlarda artmıştır. Diğer yandan, ithalat 2001, 2005, 2008 ve 2009 yıllarında %6,6 ile %19 arasında değişen oranlarda düşmüş, diğer yıllarda %9,4 ile %20,7 arasında değişen oranlarda artmıştır. 2000 yılından 2010 yılına ihracatın yıllık ortalama artış oranı %6,9 ve ithalatın yıllık ortalama artış oranı %3,8 olarak hesaplanmaktadır.

İzleyen 2011 Ocak-Ağustos döneminde Almanya'ya tekstil ihracatı %37,2 düzeyinde artarken, bu ülkeden ithalat 2011 Ocak-Ağustos dönemine kıyasla %12,6 oranında artmıştır.

2000 yılından 2010 yılının Ağustos ayı sonuna kadar olan onbir yıldan fazla zaman zarfında, Almanya ile Türkiye arasındaki tekstil ticaretinin seyrini gösteren bir tablo ve grafik aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	200.952.631	-	313.131.272	-
2001	215.986.691	7,5	269.861.600	-13,8
2002	209.525.162	-3,0	325.667.073	20,7
2003	257.502.843	22,9	365.122.500	12,1
2004	288.332.915	12,0	407.779.111	11,7
2005	302.006.973	4,7	380.701.305	-6,6
2006	342.677.446	13,5	416.432.315	9,4
2007	377.143.027	10,1	470.308.112	12,9
2008	374.525.979	-0,7	430.902.198	-8,4
2009	328.221.956	-12,4	348.846.681	-19,0
2010	377.205.430	14,9	415.147.221	19,0
2010 Ocak-Ağustos	228.788.306		277.763.909	
2011 Ocak-Ağustos	313.824.026	37,2	312.782.180	12,6

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011



Türkiye'den Almanya'ya tekstil ihracatında 54 07 GTİP başlıklı sentetik ipliklerden dokuma kumaşlar en fazla ihraç edilen ürünlerdir. 2011 Ocak-Ağustos döneminde 54 07 GTİP başlıklı ürünlerin ihracatı, dolar bazında %32,8 oranında artarak 36,9 milyon dolara yükselmiştir. Bu ürün grubunun

Türkiye'den Almanya'ya yapılan toplam tekstil ihracatında payı %11,8'dir. 52 05 GTİP başlıklı pamuk ipliklerin ihracatı ise %92 oranında artarak 16,3 milyon dolardan 31,3 milyon dolara ulaşmıştır. Bu ürün grubunun toplam tekstil ihracatından aldığı pay %10'dur.

52 09 GTİP başlıklı m² ağırlığı 200 gramdan fazla olan pamuklu dokuma kumaşlar, 59 02 GTİP başlıklı naylon, poliamid, polyester vb. esaslı iç-dış lastiği mensucatu, 52 08 GTİP başlıklı pamuklu dokuma kumaşlar ve 52 02 GTİP başlıklı pamuk döküntüleri, diğer en fazla ihraç edilen tekstil mamulleri olarak sıralanmaktadır. 52 09 GTİP başlıklı m² ağırlığı 200 gramdan fazla olan pamuklu dokuma kumaşların ihracatı %53 artışla 28,6 milyon dolara ulaşmış, 59 02 GTİP başlıklı naylon, poliamid, polyester vb. esaslı iç-dış lastiği mensucatının ihracatı %28 artışla 26,6 milyon dolar olurken, 52 08 GTİP başlıklı pamuklu dokuma kumaşların ihracatı %39 oranında artışla 19,7 milyon dolara yükselmiştir.

Aşağıdaki tabloda Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen tekstil mamulleri, dolar bazında ihracat değeri değişimleri ve paylar yer almaktadır.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
		OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	27.804.925	36.911.667	32,8	11,8
5205	PAMUK (DİKİŞ HARIÇ) İPLİĞİ (AĞIRLIK; =>%85 PAMUK) (TOPTAN)	16.307.957	31.272.129	92	10,0
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	18.746.619	28.648.330	53	9,1
5902	NAYLON, POLIAMİD, POLİESTER VB.ESASLI İÇ-DİŞ LASTİĞİ MENSUCATI	20.841.934	26.645.630	28	8,5
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIĞI %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	14.098.237	19.655.967	39	6,3
5202	PAMUK DÖKÜNTÜLERİ	8.628.560	17.111.901	98	5,5
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARIÇ) (TOPTAN)	10.341.086	12.408.486	20	4,0
5515	DİĞER DEVAMSIZ SENTETİK LİFDEN DOKUMALAR	10.085.548	10.844.158	8	3,5
5112	TARANMIŞ YÜN DEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	7.854.026	10.780.506	37	3,4
5801	KADİFE, PELÜŞ VE HALKALI (TİRTİL MENSUCAT)	8.968.370	9.586.956	7	3,1
5211	PAMUK MEN (DOKUMA, %85 >PAMUKLU, SUNİ-SENTETİK KARIŞIK, 200G/M2 DEN AĞIR)	5.043.521	8.252.742	64	2,6
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	5.136.576	8.207.833	60	2,6
5810	İŞLEMELER (PARÇA, ŞERİT, MOTİF HALİNDE)	7.435.214	8.170.116	10	2,6
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ)	4.065.986	7.193.834	77	2,3
6006	DİĞER ÖRME MENSUCAT	4.956.455	6.903.824	39	2,2
5511	SUNİ-SENTETİK DEVAMSIZ ELYAFTAN İPLİKLER (PERAKENDE)	5.882.324	6.673.636	13	2,1
6004	DİĞER ÖRME MENSUCAT (EN>30CM, ELASTOMERİK/KAUÇUK İPLİK=>%5)	3.690.329	6.598.056	79	2,1
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ MENSUCAT	4.764.043	6.195.646	30	2,0
5401	DOKUMAYA ELVERİŞLİ SUNİ VE SENTETİK LİFDEN DİKİŞ İPLİĞİ	3.971.153	4.567.453	15	1,5
5210	PAMUK MEN (DOKUMALAR, AĞIRLIĞI % < 85 TEN AZ PAMUK İÇEREN, <= 200 G/M ²)	3.456.313	4.455.104	29	1,4
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		192.079.176	271.083.974	41	86,4
ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI		228.788.306	313.824.026	37,2	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		84	86		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

Almanya'ya ihracatı oransal olarak en fazla artan tekstil ürünleri; %98 artışla 52 02 GTİP başlığındaki pamuk döküntüleri ile 52 05 GTİP başlığındaki pamuk ipliği olmuştur.

Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği tekstil ürünlerinin başında ise, 55 03 GTİP başlıklı işlem görmemiş sentetik devamsız lifler ile 56 03 GTİP başlıklı dokunmamış mensucat gelmektedir. 2011 yılının ilk sekiz ayında 55 03 GTİP başlıklı işlem görmemiş sentetik devamsız liflerin ithalatı %2 oranında artarak 55,3 milyon dolara yükselmiştir. Bu ürün grubunun Almanya'dan yapılan toplam ithalattaki payı %17,7'dir. İkinci en fazla ithal edilen tekstil ürünü olan 56 03 GTİP başlıklı dokunmamış mensucatin ithalatı ise 2010 yılının aynı dönemine göre %24 artışla 46,7 milyon dolara yükselmiştir. 56 03 GTİP başlıklı dokunmamış mensucatin Almanya'dan yapılan tekstil ithalatında payı %14,9 düzeyindedir.

Aşağıdaki tabloda Türkiye'nin Almanya'dan en fazla ithal ettiği tekstil mamullerine ilişkin istatistikler verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2010	2011	2010 / 2011	TOPLAMDA
		OCAK-AĞUSTOS	OCAK-AĞUSTOS	DEĞİŞİM %	PAY %
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	54.010.914	55.251.518	2	17,7
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDIRİLMİŞ)	37.614.284	46.736.021	24	14,9
5501	SENTETİK LİF DEMETLERİ	38.906.393	45.417.960	17	14,5
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DIKIŞ İPLİĞİ HARIÇ) (TOPTAN)	32.746.302	29.191.823	- 11	9,3
5504	SUNİ DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	14.823.187	18.699.552	26	6,0
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ MENSUCAT	10.308.072	11.965.694	16	3,8
5506	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (TARANMIŞ, İLERİ İŞLEM GÖRMÜŞ)	5.421.623	9.334.537	72	3,0
5911	TEKNİK İŞLER İÇİN DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDEDEN DIĞER EŞYA	5.955.801	7.243.101	22	2,3
6005	ÇÖZGÜ TIPI ÖRGÜLÜ DIĞER MENSUCAT	3.671.490	6.807.200	85	2,2
5107	TARANMIŞ KAMGARN-PENYE YÜN İPLİKLERİ	4.757.968	6.290.458	32	2,0
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	6.354.969	5.908.300	- 7	1,9
5801	KADİFE, PELÜŞ VE HALKALI (TİRTİL MENSUCAT)	6.218.009	5.081.225	- 18	1,6
5509	SENTETİK DEVAMSIZ LİFDEN İPLİK (DIKIŞ HARIÇ) (TOPTAN)	5.692.402	4.997.422	- 12	1,6
5112	TARANMIŞ YÜN DEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	3.735.408	4.433.634	19	1,4
5602	KEÇE (EMDIRİLMİŞ, SIVANMIŞ)	3.606.881	4.338.947	20	1,4
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	2.884.799	4.143.962	44	1,3
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	3.134.361	3.562.590	14	1,1
5502	SUNİ LİF DEMETLERİ	3.127.062	3.228.785	3	1,0
5806	DOKUNMUŞ KORDELALAR, BOLDÜKLER	2.030.367	3.135.518	54	1,0
5906	KAUÇUKLU MENSUCAT	2.028.507	2.905.055	43	0,9
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		247.028.799	278.673.302	13	89,1
ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI		277.763.909	312.782.180	13	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		89	89		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Ekim 2011

45,4 milyon dolarlık ithalat yapılan 55 01 GTİP başlıklı sentetik lif demetleri, 29,2 milyon dolarlık ithalat yapılan 54 02 GTİP başlıklı sentetik lif iplikleri ve 18,7 milyon dolarlık ithalat yapılan 55 04 GTİP başlıklı suni devamsız lifler, Almanya'dan ithal edilen diğler önemli tekstil mamullerindedir.

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 Derneđe 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: Moltkestraße 19 48151 Münster

Tel : 0251 / 53 00 00

Faks : 0251 / 53 00 35

E-posta : info@textil-bekleidung.de

Verband der Tuch- und Kleiderstoffindustrie

(Havlü ve Giyim Malzemeleri Derneği)

Adres: Mevissenstraße 15 50668 Köln

Tel : 0221/77 44 - 135

Faks : 0221/77 44 - 137

E-posta: tuchverband@bbi-online.de

VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Eurostat, AB Resmi İstatistik Kurumu Veri Sayfası
- Alman Tekstil Perakendecileri Federal Derneği, www.bte.de
- Almanya İş Kùltürü- İGEME
- ITC Trade Map Statistics Database.
- CIA The World Factbook, Country Profiles, Germany.
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group.
- Gesamtverband der Deutschen Textil- und Modeindustrie, www.textil-mode.net

*İTKİB Genel Sekreterliği
AR & GE ve Mevzuat Şubesi
Ekim 2011*