

**Halı
Pazarı Olarak**

ALMANYA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



**İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ
AR & GE ve MEVZUAT ŞUBESİ**

ARALIK 2010

**2010 DTM BİLGİ SİSTEMİ VERİLERİ VE 2009 İTC-TRADEMAP VERİLERİ
İLE REVİZE EDİLMİŞTİR**

Halı Pazarı Olarak ALMANYA

İÇİNDEKİLER

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	1
Giriş	1
Temel Ekonomik Göstergeler	3
Alman Sanayiinin Genel Görünümü	4
Nüfus Yapısı	5
Ekonomi.....	5
II.ALMANYA HALI PAZARI VE PAZARA GİRİŞ.....	8
Almanya Halı Pazarı.....	8
Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama	8
Alman İş Kültürünün Temel Noktaları	11
Çalışma Uygulamaları	11
İş İlişkileri	12
Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar	13
III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ.....	14
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat.....	14
En Çok İhraç Edilen Ürünler	14
En Çok İthal Edilen Ürünler.....	15
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler	15
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler	16
IV. ALMANYA’NIN HALI SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ	18
Almanya’nın Makina Halısı Dış Ticareti	18
Makina Halısı İthalatı Yapan Ülkeler Arasında Almanya.....	19
Almanya’nın En Çok Makina Halısı İthal Ettiği Ülkeler.....	19
Almanya’nın El Halısı Dış Ticareti.....	20
El Halısı İthalatı Yapan Ülkeler Arasında Almanya	21
Almanya’nın En Çok El Halısı İthal Ettiği Ülkeler	21
V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ	22
Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti	22
Türkiye – Almanya Toplam Halı Dış Ticareti.....	27
Türkiye’nin Halı İhracatında Almanya’nın Yeri	33
Türkiye’nin Halı İthalatında Almanya’nın Yeri	34
Türkiye- Almanya Makina Halısı Ticareti	35
Türkiye’nin Makina Halısı İhracatında Almanya’nın Yeri	37
Türkiye- Almanya El Halısı Ticareti.....	39
Türkiye’nin El Halısı İhracatında Almanya’nın Yeri	40

VI. FAYDALI ADRESLER	42
VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR.....	44

AÇIKLAMA: Bu çalışmada kullanılan istatistiklerde el halısı için 5701,570210 ve 570220 GTİP başlıklarındaki halılar, makina halısı için ise 570210 ve 570220 GTİP başlıkları hariç 5702,5703,5704 ve 5705 GTİP başlıklarındaki halılar alınmıştır.

Halı Pazarı Olarak ALMANYA

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Giriş

82,5 milyonluk nüfusu ve yıllık 1,1 trilyon doları aşan ihracat performansı ile ABD ve Japonya ile birlikte dünyanın en önemli sanayileşmiş ülkeleri arasında kabul edilen Almanya, Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, Lüksemburg ile Danimarka'dır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'da konumu daha belirgin duruma gelmiştir.

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

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

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

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

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

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

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

Türkiye-Almanya ticari ilişkilerine yakından bakıldığında, 2010 yılı Ocak-Eylül döneminde Almanya'ya ihracatımızın bir önceki yılın aynı dönemine göre % 15,5 oranında artarak 8,1 milyar dolara çıktığı görülmektedir. Almanya'nın genel ihracatımızdaki payı % 9,9'dur. Aynı dönemde Almanya'ya halı ihracatımız ise % 15,6 oranında artarak 51,3 milyon dolar düzeyine yükselmiştir. Almanya'nın halı ihracatımızdaki payı ise % 6'dır.

İki ülke arasındaki ticari ilişkiler ithalat boyutuyla ele alındığında ise, 2010 yılı Ocak-Eylül dönemde Türkiye'nin Almanya'dan genel ithalatının % 20,3 oranında artarak 12,1 milyar dolar olarak gerçekleştiği görülmektedir. Aynı dönemde Almanya'dan yaptığımız halı ithalatı ise % 9,1 azalarak 2,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Temel Ekonomik Göstergeler

Almanya Avrupa'nın en büyük sanayiine 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. Ülke, 2010 yılı tahmini verilerine göre; 82,5 milyona ulaşan nüfusu ve 2,8 trilyon doları aşan GSYİH ile büyük bir ticari güç konumundadır. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Almanya ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

Başkenti	Berlin
Yüzölçümü	357,021 km²
Nüfusu	82,5 milyon (2010 tahmini)
Ortalama Yaşam Süresi	79,4 yıl
Para Birimi	Euro (€)
GSYİH (Satın Alma Paritesi)	2,8 trilyon \$ (2009)
Kişi Başına Düşen GSYİH	34,200 \$ (2009)
GSYİH Büyüme Hızı	% - 4,7 (2009)
Enflasyon Oranı	% 0,3 (2009)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 0,8 Sanayi % 26,6 Hizmet % 72,6
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 2,4 Sanayi % 29,7 Hizmet % 67,8
Toplam İhracatı	1,13 trilyon \$ (2009)
Toplam İthalatı	938 milyar \$ (2009)
Başlıca İhracat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, kimyasal ürünler, demir-çelik, gıda, tekstil.
Başlıca İthalat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, gıda, demir-çelik, kimyasal ürünler, tekstil.
Karayolları	644.480 km
Demiryolları	41.896 km
Havaalanı Sayısı	550

Alman Sanayinin Genel Görünümü

Tüm Batılı sanayi ülkelerinde olduğu gibi Almanya'nın sanayii de yıllardır yapısal bir dönüşüm geçirmektedir. Sanayinin önemi eskiye oranla azalırken hizmet sektörü sanayinin yerini almaktadır. Yine de sanayi, Alman ekonomisinin en önemli sektörü olmayı sürdürmekte ve ABD gibi büyük sanayi ülkelerine göre daha geniş bir temel üzerinde yükselmektedir. Almanya'da çalışanların yaklaşık 10 milyonu sanayide istihdam edilmektedir. En önemli sanayi alt sektörleri, sırasıyla otomotiv, 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. 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 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, Alman makina sanayii, dünyanın ihtiyaç duyduğu makina donanımlarını en yüksek kalitede üretmektedir.

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 bu 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 yanı sıra ücret artışlarının sınırlandırılması sayesinde rekabet gücünü artırmayı başarmıştır.

Nüfus Yapısı

Güncel verilere göre Almanya'da 82,5 milyon kişi yaşamaktadır. Toplam nüfusun %200,3'ü 65 yaşın üzerinde, %66,1'i 15-64 yaş, %13,7'si 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 an yönetimde olan Almanya Başbakanı Angela Merkel'in açıkladığı planları arasında, düşük doğum oranını yükseltmek ve doğum yapan kadınların çalışmaya devam etmelerini kolaylaştırmak için çocuk bakım merkezleri sayılarını hızlı bir biçimde arttırmak vardır. Ayrıca Almanya'da doğum yapan kadınlar son 12 ayda aldıkları ücretin belli bir oranını çalışmadan da alabilmektedir. Bu teşviklerin etkisiyle Almanya'daki doğum oranının bir miktar artması beklenebilir.

Ekonomi

En gelişmiş sanayi ülkelerinden biri olan Almanya, ABD ve Japonya'nın ardından en büyük ulusal ekonomi konumundadır. 82,5 milyonluk nüfusuyla da Avrupa Birliği'nin (AB) en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.

Alman ekonomisi 2001 ile 2005 arası sıkıntılı bir dönemden geçtikten sonra son iki yıllık dönemde nispeten toparlanmıştır. Asya ve Rusya krizlerinden sonra 2001 yılında % 1,2, 2002 yılında ise sadece % 0,1 büyüeyebilen Alman ekonomisi, 2003 yılında ise % 0.2 oranında küçülmüştür. Üç yıllık duraklama döneminden sonra yüksek dış talebin de etkisiyle hareketlenen ekonomi, 2004 yılında % 1.3 büyürken 2005 yılında ise %1 civarında bir büyüme gerçekleştirmiştir. 2006 yılında % 2,9, 2007 yılında ise % 2,6 oranında büyüyen Alman ekonomisi, küresel ekonomik kriz nedeniyle 2008 yılında ancak % 1,3 büyümüş bulunmaktadır. OECD verilerine göre 2009 yılı sonu itibariyle ise Alman ekonomisinin % 4,7 küçülmüştür.

Güncel verilere göre ise, Almanya'nın GSYH'sinde, 2010 yılının 3. çeyrek döneminde % 0,7 büyüme kaydedilmiştir. Eurostat verilerine göre Almanya ekonomisi 2010 yılı 3. çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre ise % 3,9 büyümüş bulunmaktadır.

OECD verilerine göre Almanya ekonomisinin 2010 yılı son çeyrek döneminde bir önceki yılın aynı dönemine göre % 4,1 büyümesi beklenirken, 2010 yılı genelinde ise 2009 yılına göre % 3,5 büyümesi öngörülmektedir.

Almanya'da sanayi üretiminde geçen yılın aynı dönemine göre 2010 yılı Eylül ayında % 8,3 artış gerçekleşirken, bir önceki aya göre ise % 0,8 azalmış bulunmaktadır.

Bu arada, yeni sanayi ürünleri siparişleri ise Ağustos ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 28,4 artarken, bir önceki aya göre ise % 3,4 artış göstermiştir.

Öte yandan, ülke çapında perakende satışlar Eylül ayında önceki aya göre % 2,3 azalırken, bir önceki yılın aynı ayına göre ise % 0,4 artış göstermiştir.

Almanya ekonomisinin önemli göstergelerinden ve halı ile ev tekstili ihracatımızı yakından ilgilendiren inşaat endeksi, Eylül ayında bir önceki aya göre % 0,4 artarken, bir önceki yılın aynı dönemine göre ise % 4 artmış bulunmaktadır.

Eurostat verilerine göre ülkede işsizlik oranı 2010 yılı Eylül ayında % 6,7 seviyesine gerilemiştir.

Öte yandan, AB ülkeleri içinde kamu borcu açısından en sıkışık durumda bulunan İrlanda, başta Almanya olmak üzere AB ülkelerinin de baskısıyla IMF ile kurtarma operasyonu için anlaşmaya varmıştır. Ağır borç yüküyle boğuşan diğer bir AB ülkesi olan Portekiz ise borç

yükünün üstesinden gelmek için mali yardım talebinde bulunmayacağını belirtmektedir. Portekiz'in yardım almayı kabul etmesi durumunda durumun geçici bir süre rahatlayacağını düşünen uzmanlar, bir sonraki zayıf halka olarak ise İspanya'yı görmektedir. AB'nin diğer üyeleri ise, krizin tüm bölgeye yayılmasından korkmaktadır. Bütün bu olumsuz gelişmeler AB'nin en büyük ekonomisi ve lokomotifi durumunda bulunan Almanya ekonomisini de son derece yakından etkilemektedir.

Alman ekonomisini olumsuz yönde etkileyen diğer bir gelişme de son dönemde euro'nun dolar karşısında değer kazanması sonucunda Alman ihracatçılarının rekabet gücünün olumsuz yönde etkilenmiş olmasıdır. Almanya ihracatının 2010 yılı sonunda % 16 artışla 1,3 trilyon dolara çıkması beklenirken, euro'nun dolar karşısında değer kazanmaya devam etmesi durumunda bu hedefe ulaşılmasının zor olduğu belirtiliyor.

Hazırgiyim, tekstil, deri ve halı ihracat pazarlarımız içinde en üst sıralarda yer almasına karşılık 2009 yılında sektörlerimizin ihracatında düşüş yaşanan Almanya'da 2010 yılının ilk 3 çeyrek döneminde artış eğilimi başlamış olup, yılın tamamında da tüketim ve talebin yavaş yavaş canlanmasına bağlı olarak artışın sürmesi beklenirken, diğer yandan bazı AB ülkelerinde başgösteren sorunlar sonucu alınan tasarruf tedbirlerinin halkın alım gücü ve tüketimini negatif etkileyerek Almanya'nın ithalatını ve dolayısıyla önümüzdeki dönem Türkiye'nin Almanya'ya ihracatını olumsuz etkilemesi de sözkonusudur.

II.ALMANYA HALI PAZARI VE PAZARA GİRİŞ

Almanya Halı Pazarı

Almanya dünyanın en önemli halı pazarlarından birisidir. Bundaki tek etken Alman halkının yüksek alım gücü ve tüketimi olmayıp, aynı zamanda başta Hamburg ve Frankfurt limanları olmak üzere, Almanya'nın Avrupa halı pazarı için başlıca dağıtım merkezi olmasından ve ithal edilen halıların bir kısmının diğer Avrupa ülkelerine yeniden ihraç (re-export) edilmesinden kaynaklanmaktadır. Domotex başta olmak üzere büyük halı fuarları da ülkenin bu işlevini daha da önemli hale getirmektedir.

1998'de dünyanın en büyük halı ithalatçısı olan Almanya'nın halı ithalatı bu tarihten sonra belirgin bir durgunluğa girmiş ve halı ithalatında dünya birinciliğini ABD'ye kaptırmıştır. 2009 yılında ülkenin halı ithalatı yaklaşık 1 milyar 456 milyon dolar olarak gerçekleşerek 2008 yılına göre % 14,9 oranında artmıştır.

ABD'de bulunan OTF (On The Frontier) adlı özel danışmanlık kuruluşunun yaptığı bir araştırmaya göre, Alman tüketicisi halı alırken genelde parlak renkler ile toprak/doğal tarzı tonları tercih etmektedir. Alman halı müşterisi genelde motif olarak çağdaş ve basit çiçek motiflerine rağbet etmekte, karmaşık çiçek desenlerini tercih etmemektedir.

Öte yandan, halının m² büyüklüğü Alman tüketicisi için daha az önem taşırken, dokuma kalitesi daha çok önem taşımaktadır. Alman halı pazarında fiyat önemli bir faktör olup, tüketiciler giderek fiyat unsurunu daha fazla önemsemektedirler.

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 bulundurmalıdır.

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 etmektedir..

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. Buldukları bölgede güçlü olan toptancılardan yalnızca birkaçı tüm Almanya genelinde temsil edilmektedir.

Genellikle ithalat yapan firmalar risk alarak ithalat yaparlar. Bu nedenle üretim yapan yabancı firma, temsilcisinin fiyatlandırma politikasına karışamaz ve ürününün son olarak kime satıldığını bilemez. Bu tür ithalat firmaları üretici ile Almanya kapsamında ya da

önceden belirlenmiş satış alanları için özel satış sözleşmeleri imzalar.

Bu sözleşmeler ithalatçıya sözleşme kapsamındaki alan içinde imtiyazlar tanıyan özel ticaret düzenlemeleridir. Bu nedenle, bu sözleşme uyarınca farklı alıcıların bu imtiyazlı temsilcinin bölgesine ürün getirmeleri bu sözleşmeyle engellenmelidir. Yine de pazarda güçlü bir konumu olan ticari kuruluşlar, üretici ile doğrudan temasa geçmek isterler. Bu nedenle temsilci bu yeni iş anlaşmasının kurulmasında hiç bir emeği olmasa da komisyonunu isteyebilir. İmtiyazlı dağıtıcının belirli bir satış seviyesini tutturması gerekir. Üretici için mallarının imtiyazlı dağıtıcı tarafından satılması, satın alma, kredi ve ödeme gibi risklerin artması anlamına gelir. Bu nedenle temsilci seçiminde çok dikkatli olunması gerekir.

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

Alman tüketim malları sektöründe, doğrudan ithalat yapan perakendeciler, mağaza zincirleri, posta ile satış yapan kurumlar ve perakendeci satınalma birliklerinin, pazardaki 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. Genel referans noktaları olarak bazı komisyonlar aşağıda belirtilmiştir.

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

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

Alman İş Kültürünün Temel Noktaları

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

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

Çalışma Uygulamaları

Randevuların önceden organize edilmesi gerekmektedir. Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az bir ay, telefonla alınacak olan bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden

alınmasında fayda vardır. Tatil ve festival zamanlarına dikkat ederek, Alman iş ortağının Haziran, Ağustos ve Aralık aylarında uzun dönemli tatile çıkabileceğini göz önünde bulundurmak gerekmektedir.

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

Alman firmalarında iyi tanımlanmış bir hiyerarşik sistem vardır. Departmanlar ve kişiler için sorumlulukları ve yetkileri açık ve net olarak belirtilmiştir. Karar alma süreci yavaş ve detaylı bir süreçten oluşmaktadır. Almanlar özel hayat ile iş hayatı arasındaki ayırımı büyük önem vermektedirler. Bu ayırımı özen gösterilmesi beklenir. Bu yüzden, kişisel ilişki kurmak zaman almaktadır.

İş İlişkileri

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

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

Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

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

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

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

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

III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

Almanya 2009 yılı itibariyle 2 trilyon 66 milyar dolar değerinde dış ticaret hacmine sahiptir. 2009 yılında genel ihracat 1,1 trilyon dolar ve genel ithalat 938 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Almanya hâlihazırda dünyada en çok ihracat gerçekleŐtiren ülkeler arasında Çin’in ardından ikinci sırada iken, en çok ithalat yapan ülkeler arasında ise ABD ve Çin’in ardından üçüncü konumdadır.

2005 ile 2009 yılları arasını kapsayan beş yıllık süreçte Almanya’nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir:

ALMANYA’NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim:1000 \$				
YILLAR	İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2005	977.131.968	-	779.819.072	-
2006	1.121.962.880	14,8	922.213.376	18,3
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

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

En ok İhraç Edilen Ürünler

2009 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 kapsamındaki eczacılık ürünleri ve Fası 90’da yer alan optik alet ve cihazlar, fotoğraf, sinema, ölçü, kontrol ayar alet ve cihazları ile tıbbi veya cerrahi cihazlar gibi ürünlerdir.

Almanya’nın 2009 yılında en fazla ihraç ettiği ürünlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRAÇ ETTİĞİ ÜRÜNLER		
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2009		
Birim: 1.000 \$		
FASIL NO	TANIM	DEĞER
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	204.857.024
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	163.007.584
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	112.363.216
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	62.388.380
90	OPTİK ALET VE CİHAZLAR, FOTOĞRAF , SINEMA, ÖLÇÜ KONTROL, AYAR ALET VE CİHAZLARI, TIBBİ VEYA CERRAHİ CİHAZLAR	49.139.552

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

En Çok İthal Edilen Ürünler

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

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER		
İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2009		
Birim: 1.000 \$		
FASIL NO	TANIM	DEĞER
84	NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR	116.572.272
27	MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR VE BUNLARIN DAMITILMASINDAN ELDE EDİLEN ÜRÜNLER	108.602.272
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR	104.052.752
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI	76.280.528
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	44.676.016

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

2009 yılı verilerine göre Almanya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Fransa'dır. Hollanda, ABD, İngiltere ve İtalya, Fransa'yı takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ihracat yaptığı ilk 20 ülkeye toplam ihracatın % 79,4'ü yönelmiş durumdadır. 2009 yılında Almanya'nın en önemli 20 ihracat pazarından 19 tanesine gerçekleştirilen ihracat % 6,7 ile

% 39,9 arasında değişen oranlarda azalmıştır. Çin Halk Cumhuriyeti, 2009 yılında Almanya'nın ihracatının bir önceki yıla kıyasla arttığı tek ülke olmuştur.

Türkiye Almanya'nın en fazla ihracat yaptığı 17. ülkedir. 2009 yılında bu ülkeden Türkiye'ye yönelik ihracat % 27,9'luk bir düşüşle 16,1 milyar dolar seviyesinde gerçekleştirilmiştir.

En fazla ihracat yapılan ilk 20 ülkeye ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1.000 \$	2008	2009	DEĞİŞİM %	PAY %
FRANSA	142.630.528	114.262.368	-19,9	10,1
HOLLANDA	96.715.048	75.366.424	-22,1	6,7
A.B.D.	105.211.488	75.017.392	-28,7	6,7
İNGİLTERE	98.710.656	74.226.632	-24,8	6,6
İTALYA	94.457.632	71.216.872	-24,6	6,3
AVUSTURYA	79.230.336	67.252.480	-15,1	6,0
BELÇİKA	76.139.832	58.783.120	-22,8	5,2
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	50.173.848	51.092.284	1,8	4,5
İSVİÇRE	58.103.256	49.938.860	-14,1	4,4
POLONYA	59.180.488	44.138.792	-25,4	3,9
İSPANYA	64.743.592	43.703.476	-32,5	3,9
ÇEK CUMHURİYETİ	41.003.456	31.635.896	-22,8	2,8
RUSYA FEDERASYONU	47.580.024	28.602.752	-39,9	2,5
İSVEÇ	30.494.306	22.181.990	-27,3	2,0
DANİMARKA	23.728.930	18.472.640	-22,2	1,6
MACARİSTAN	26.059.362	16.646.353	-36,1	1,5
TÜRKİYE	22.383.196	16.143.627	-27,9	1,4
JAPONYA	18.848.208	15.067.594	-20,1	1,3
HİNDİSTAN	12.002.444	11.197.322	-6,7	1,0
GÜNEY KORE	13.047.370	11.034.430	-15,4	1,0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.160.444.000	895.981.304	-22,8	79,4
İLK 20 ÜLKENİN TOP. PAYI	79,1	79,4		
DÜNYA TOPLAMI	1.466.137.472	1.127.839.872	-23,1	100,0

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2009 yılında Almanya'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, Hollanda gelmektedir. Çin, Fransa, ABD, İtalya ve İngiltere Hollanda'yı takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ithalat yaptığı 20 ülkenin tamamından gerçekleşen ithalat % 10,6 ile % 34,1 arasında değişen oranlarda azalmıştır.

Türkiye, Almanya'nın en fazla ithalat yaptığı 20. ülke olarak sıralanmaktadır. Türkiye'den 2009 yılı içerisinde 11,5 milyar dolar ithalat yapılmıştır.

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

ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim:1.000 \$	2008	2009	DEĞİŞİM %	PAY %
HOLLANDA	105.972.152	80.923.432	-23,6	6,7
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	86.711.080	77.501.264	-10,6	6,4
FRANSA	98.292.432	75.882.128	-22,8	6,3
A.B.D.	67.638.712	55.375.688	-18,1	4,6
İTALYA	67.821.144	55.237.776	-18,6	4,6
İNGİLTERE	65.135.248	46.223.812	-29,0	3,8
BELÇİKA	58.725.368	40.767.372	-30,6	3,4
AVUSTURYA	48.702.560	40.403.360	-17,0	3,4
İSVİÇRE	46.353.456	39.582.400	-14,6	3,3
RUSYA FEDERASYONU	52.840.528	34.818.908	-34,1	2,9
ÇEK CUMHURİYETİ	41.717.492	34.757.452	-16,7	2,9
POLONYA	38.624.940	31.776.176	-17,7	2,6
İSPANYA	31.921.824	26.786.888	-16,1	2,2
JAPONYA	33.933.944	25.233.986	-25,6	2,1
NORVEÇ	32.784.176	23.550.086	-28,2	2,0
MACARİSTAN	26.161.808	19.704.804	-24,7	1,6
İRLANDA	24.470.280	19.297.506	-21,1	1,6
DANİMARKA	17.462.724	14.562.982	-16,6	1,2
'Sweden	20.914.524	14.533.525	-30,5	1,2
TÜRKİYE	14.214.263	11.514.649	-19,0	1,0
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	980.398.655	768.434.194	-21,6	63,8
İLK 20 ÜLKENİN TOP. PAYI	81,4	63,8		
DÜNYA TOPLAMI	1.204.209.280	1.204.209.280	0,0	100,0

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2009

IV. ALMANYA'NIN HALI SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

Almanya'nın halı ihracatı 2005 ile 2008 yılları arasında sürekli olarak artmıştır. Ancak 2009 yılında Almanya'nın halı ihracatı bir önceki yıla kıyasla % 3,2 oranında azalarak 664 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Öte yandan Almanya'nın halı ithalatı ise 2005 yılından 2009 yılına kadar geçen süreçte düzenli bir şekilde artarak 2009 yılında 1 milyar 456 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

ALMANYA'NIN HALI İHRACATI VE İTHALATI				
Birim:1.000 \$				
YILLAR	HALI İHRACATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)	HALI İTHALATI	YILLIK ARTIŞ ORANI (%)
2005	571.618	-	1.218.808	-
2006	620.715	8,6	1.246.436	2,3
2007	642.857	3,6	1.254.826	0,7
2008	685.872	6,7	1.267.074	1,0
2009	664.244	-3,2	1.456.101	14,9

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

Almanya'nın Makina Halısı Dış Ticareti

Almanya'nın makina halısı dış ticareti verileri aşağıdaki tabloda görülmektedir. Almanya'nın makina halısı ihracatı 2005 ile 2008 yılları arasında artmış, 2009 yılında ise azalmıştır. 2009 yılında Almanya'nın makine halısı ihracatı bir önceki yıla kıyasla % 12,7 oranında azalarak 512 milyon 469 bin dolar olmuştur.

ALMANYA'NIN MAKİNA HALISI İHRACATI VE İTHALATI				
Birim:1.000 \$				
YILLAR	MAKİNA HALISI İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)	MAKİNA HALISI İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)
2005	516.797	-	916.989	-
2006	558.482	8,1	948.934	3,5
2007	586.825	5,1	957.286	0,9
2008	618.695	5,4	1.035.213	8,1
2009	512.469	-12,7	980.207	-5,3

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

Almanya'nın makina halısı ithalatı da ihracata benzer bir şekilde 2005 ile 2008 yılları arasında sürekli olarak artmış, 2009 yılında ise bir önceki yıla kıyasla % 5,3 oranında azalmıştır. 2009 yılında Almanya'nın kaydedilen makina halısı ithalatı 980,2 milyon dolar olmuştur.

Makina Halısı İthalatı Yapan Ülkeler Arasında Almanya

Dünya genelinde 9,3 milyar dolarlık bir hacme sahip toplam makine halısı ithalatına ilişkin olarak hazırlanan ve aşağıda sunulmakta olan tablodan da görülebileceği üzere Almanya % 10,5'lik payıyla dünyanın üçüncü büyük makina halısı pazarı olarak sıralanmaktadır.

DÜNYA MAKİNA HALISI İTHALATÇILARI ARASINDA ALMANYA		
Birim: 1.000 \$	2009	PAY %
A.B.D.	1.210.029	13,0
İNGİLTERE	1.050.213	11,2
ALMANYA	980.207	10,5
KANADA	652.487	7,0
JAPONYA	466.013	5,0
FRANSA	454.700	4,9
HOLLANDA	332.852	3,6
AVUSTRALYA	240.535	2,6
SUUDİ ARABİSTAN	234.373	2,5
'Poland	226.264	2,4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	5.847.673	62,6
DÜNYA TOPLAMI	9.338.647	100

Kaynak: Trademap / ITC - Aralık 2010

Almanya'nın En Çok Makina Halısı İthal Ettiği Ülkeler

2009 yılı itibariyle ithalat rakamları ve payları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Almanya'nın en fazla makina halısı ithalatı yaptığı ilk beş ülke ve payları; Belçika (% 32,7), Hollanda (% 18,3), Çin (% 8,2), Hindistan (% 8) ve İsviçre (% 6,4) olarak sıralanmaktadır.

ALMANYA'NIN EN ÇOK MAKİNA HALISI İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER		
Birim:1.000 \$		
	2009	PAY %
BELÇİKA	320.663	32,7
HOLLANDA	178.961	18,3
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	80.161	8,2
HİNDİSTAN	78.269	8,0
İSVİÇRE	63.140	6,4
İLK 5 ÜLKE TOPLAMI	721.194	73,6
TÜRKİYE	39.048	4,0
TOPLAM	980.207	100

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2010

Türkiye, yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere Almanya'nın makina halısı ithalatında ilk 5 ülke arasında yer almamaktadır. 2009 yılında Almanya, Türkiye'den 39 milyon dolar değerinde makina halısı ithal etmişken, Türkiye'nin Almanya'nın makine halısı ithalatındaki payı % 4 olarak gerçekleşmiştir.

Almanya'nın El Halısı Dış Ticareti

Almanya'nın el halısı ihracatı 2005 yılından 2009 yılına kadar geçen 5 yıllık süreçte dalgalı bir seyir izlemiştir. 2009 yılında Almanya, 51 milyon 610 bin dolarlık el halısı ihracatı gerçekleştirmiştir.

ALMANYA'NIN EL HALISI İHRACATI VE İTHALATI				
Birim:1.000 \$				
YILLAR	EL HALISI İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)	EL HALISI İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)
2005	54.821	-	301.819	-
2006	62.233	13,5	297.502	-1,4
2007	56.032	-10,0	297.540	0,0
2008	67.177	19,9	231.861	-22,1
2009	51.610	-23,2	208.832	-9,9

Kaynak: Trademap/ITC - Aralık 2009

Almanya'nın el halısı ithalatı rakamları incelendiğinde ise azalan bir seyir göze çarpmaktadır. 2005 yılından 301,8 milyon dolarlık el halısı ithalatı gerçekleşmişken sonraki 4 yılda, 2007 yılı hariç sürekli bir düşüş yaşanmış, nihayetinde 2009 yılında Almanya'nın el halısı ithalatı bir önceki yıla kıyasla % 9,9 oranında azalarak 208,8 milyon dolar olmuştur.

El Halısı İthalatı Yapan Ülkeler Arasında Almanya

Almanya dünya el halısı ithalatından % 16,1 oranında bir pay almaktadır. Dünyanın en fazla el halısı ithalatı yapan ülkesi olan ABD'nin ardından Almanya ikinci sırada yer almaktadır.

DÜNYA EL HALISI İTHALATÇILARI ARASINDA ALMANYA		
Birim:1.000 \$		
	2009	PAY %
ABD	361.549	27,9
ALMANYA	208.832	16,1
TÜRKİYE	92.215	7,1
İTALYA	64.087	4,9
İNGİLTERE	51.059	3,9
FRANSA	42.265	3,3
JAPONYA	36.138	2,8
AVUSTURYA	35.047	2,7
İSVİÇRE	34.903	2,7
KANADA	30.952	2,4
İLK 10 ÜLKE TOPLAMI	957.047	73,9
DÜNYA TOPLAMI	1.294.773	100

Kaynak: Trademap / ITC - Aralık 2010

2009 yılında Amerika Birleşik Devletleri 361,5 milyon dolar el halısı ithal ederken, Almanya 208,8 milyon dolar el halısı ithalatı yapmıştır.

Almanya'nın En Çok El Halısı İthal Ettiği Ülkeler

Almanya, 2009 yılında ithal ettiği el halılarının % 34,8'ini Hindistan'dan, % 24,6'sını İran'dan, % 11,2'sini Nepal'dan ve % 11'ini Pakistan'dan ithal etmiştir. Aynı yıl Türkiye'den 12 milyon dolarlık el halısı ithalatı gerçekleştirilmiş olup Türkiye'nin payı % 5,8'da kalmıştır. Adı geçen beş ülkenin toplam payı % 87,2'dir.

ALMANYA'NIN EN ÇOK EL HALISI İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER		
Birim:1.000 \$		
	2009	PAY %
HİNDİSTAN	72.574	34,8
İRAN	51.274	24,6
NEPAL	23.396	11,2
PAKİSTAN	22.924	11,0
TÜRKİYE	12.022	5,8
İLK 5 ÜLKE TOPLAMI	182.190	87,2
TOPLAM	208.832	100

Kaynak: Trademap / ITC - Aralık 2010

V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti

Almanya, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülke ve en fazla ithalat yaptığı üçüncü ülkedir. Yoğun ticari ilişkide bulunan bu ülkeye 2009 yılında 9,8 milyar dolarlık ihracat ve 14,1 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. 2009 yılında 102,1 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Almanya'nın 9,8 milyar dolar ile % 9,6'lık payı bulunmaktadır. 2009 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2008 yılına kıyasla % 22,6 oranında azalırken, Almanya'ya ihracat %24,4 oranında azalmıştır. Almanya'ya ihracatın Türkiye genel ihracatından daha yüksek oranlı azalması, bu ülkenin Türkiye genel ihracatındaki payını %9,8'den %9,6'ya düşürmüştür.

2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise Türkiye genel ihracatı 81,9 milyar dolar ve Almanya'ya ihracat 8,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Genel ihracat 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %12 oranında artarken, Almanya'ya ihracat %15,5 oranında artmıştır.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticaretini halı ticareti ile birlikte değerlendiren bir tablo aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE - ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$	2008 YILLIK	2009 YILLIK	DEĞİŞİM %	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK-EYLÜL	DEĞİŞİM %
ALMANYA'YA İHRACAT	12.951.754.833	9.791.156.272	-24,4	7.025.514.095	8.116.943.873	15,5
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	132.027.195.626	102.138.525.691	-22,6	73.089.058.965	81.884.351.021	12,0
ALMANYA'NIN PAYI %	9,8	9,6		9,6	9,9	
ALMANYA'DAN İTHALAT	18.687.197.411	14.096.448.575	-24,6	10.072.064.891	12.115.372.886	20,3
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	201.963.574.109	140.869.013.434	-30,3	100.518.893.366	130.523.382.773	29,8
ALMANYA'NIN PAYI %	9,3	10,0		10,0	9,3	
ALMANYA'YA HALI İHRACATI	60.244.572	69.643.164	15,6	44.369.980	51.275.041	15,6
TÜRKİYE HALI İHRACATI	1.158.425.355	1.075.320.259	-7,2	741.056.777	861.053.260	16,2
ALMANYA'NIN PAYI %	5,2	6,5		6,0	6,0	
ALMANYA'DAN HALI İTHALATI	5.587.242	4.099.167	-26,6	2.808.526	2.552.229	- 9,1
TÜRKİYE HALI İTHALATI	210.302.107	141.514.699	-32,7	105.143.925	135.668.362	29,0
ALMANYA'NIN PAYI %	2,7	2,9		2,7	1,9	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

İthalat mercak altına alındığında, 2009 yılında Türkiye genel ithalatı %30,3 oranında düşüşle 140,9 milyar dolar olurken, Almanya'dan ithalat 2008 yılına kıyasla %24,6 oranında düşüşle 14,1

milyar dolara gerilemiştir.. 2009 yılı için Türkiye geneli ithalatta Almanya'dan yapılan ithalatın payı %10'dur.

2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise Türkiye genel ithalatı 2009 yılının eş dönemine kıyasla %29,8 artışla 130,5 milyar dolar olmuş, bu süreçte Almanya'dan ithalat da %20,3 oranında artarak 10,1 milyar dolardan 12,1 milyar dolara yükselmiştir. 2010 Ocak-Eylül döneminde Almanya'dan yapılan ithalatın Türkiye genel ithalatındaki payı %9,3 olarak hesaplanmıştır.

Türkiye ile Almanya arasındaki ticaretin yıllar itibarıyla seyrine bakıldığında, 2000 yılından 2008 yılına kadarki dokuz yıllık süreçte Almanya'ya ihracatın %2,4 ile %27,5 arasında değişen oranlarda arttığı, 2009 yılında ise küresel ekonomik krizin etkisiyle pazarlarda daralmanın bir sonucu olarak %24,4 oranında azaldığı görülmektedir. 2000 yılından 2009 yılına Almanya'ya ihracatın yıllık ortalama artış oranı %8,4'tür.

2009 yılının üçüncü çeyreğinden itibaren küresel ölçekte ekonomik daralmanın sona ermesi ve piyasalardaki canlanma ile birlikte Almanya ile ticarete de olumlu gelişmeler olmuş, 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den Almanya'ya genel ihracat, %15,5 oranında artışla 7 milyar dolardan 8,1 milyar dolara yükselmiştir.

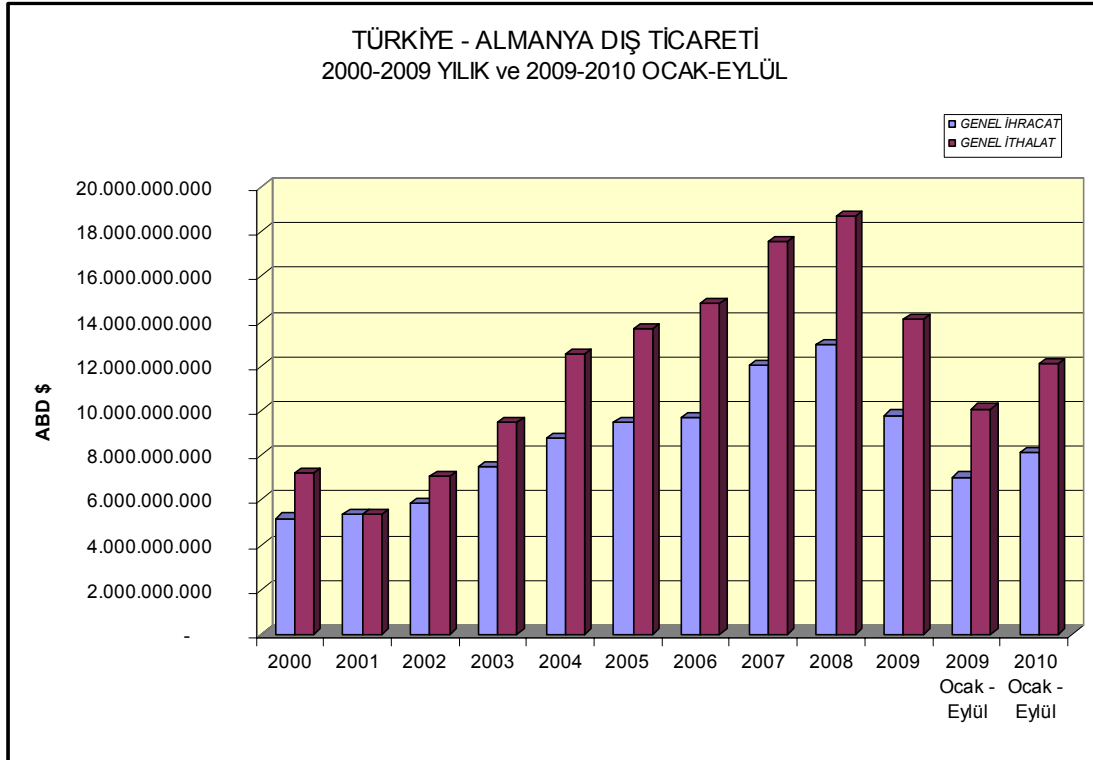
Diğer yandan, Almanya'dan ithalat 2000 yılından 2009 yılına kadarki on yılda sadece 2001 ve 2009 yıllarında düşmüş, diğer yıllarda ise %6,5 ile %34,2 arasında değişen oranlarda artmıştır. 2001 yılında, Türkiye'de yaşanan ekonomik krizin de etkisiyle 2000 yılına kıyasla Almanya'dan ithalat %25,9 oranında gerilemiş, 2009 yılında ise küresel ekonomik krizin etkisiyle ithalat %24,6 oranında düşmüştür. Ara yıllardan 2002, 2003 ve 2004'de %30'ların üzerindeki artışları 2005 ve 2006 yılında tek haneli artışlar izlemiştir. 2007 yılında %18,8'lik artışla 17,5 milyar dolara yükselen ithalat 2008 yılında %6,5'lik artışla 18,7 milyara çıkarak tavan yapmış, 2009 yılında ise %24,6'lık düşüşle 14,1 milyar dolara inmiştir. Bu değişimlerle 2000 yılında 7,2 milyar dolar olan ithalatın, 2009 yılında iki katına çıktığı söylenebilir. 2000 yılından 2009 yılına ithalatın yıllık ortalama artış oranı %8,4 olarak hesaplanmıştır.

2009 yılı itibarıyla Almanya ile Türkiye arasındaki dış ticaret hacmi 23,9 milyar dolardır. Bu rakamın 9,8 milyar doları ihracat 14,1 milyar doları ithalat rakamıdır. İki ülke arasındaki ticaret Almanya lehine gelişim göstermektedir. 2010 yılının ilk dokuz aylık dönemi içerisinde ise Türkiye ile Almanya arasındaki dış ticaret hacmi (ihracat + ithalat) 20,2 milyar dolar olmuştur.

2000 yılından 2010 yılının Ocak-Eylül dönemine kadar Türkiye ile Almanya arasında dış ticaretin seyrini gösteren bir tablo ve grafik, aşağıda verilmektedir.

TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	5.179.844.047	-	7.198.209.397	-
2001	5.366.944.918	3,6	5.335.443.468	-25,9
2002	5.868.812.970	9,4	7.041.532.433	32,0
2003	7.484.930.597	27,5	9.452.963.795	34,2
2004	8.745.282.461	16,8	12.515.655.290	32,4
2005	9.455.049.952	8,1	13.633.887.595	8,9
2006	9.686.234.819	2,4	14.768.220.038	8,3
2007	11.993.232.454	23,8	17.539.955.009	18,8
2008	12.951.754.833	8,0	18.687.197.411	6,5
2009	9.791.156.272	-24,4	14.096.448.575	-24,6
2009 Ocak - Eylül	7.025.514.095		10.072.064.891	
2010 Ocak - Eylül	8.116.943.873	15,5	12.115.372.886	20,3

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010



Türkiye'den Almanya'ya ihracat, tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2010 yılının ilk dokuz ayında en fazla ihraç edilen mamulün Fasıl 61 kapsamındaki örme giyim eşyaları ve aksesuarlar olduğu görülmektedir. Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fasıl 84 kapsamındaki buhar kazanı, makina ve cihazları, Fasıl 62 kapsamındaki örülmemiş (dokuma) giyim eşyaları ve aksesuarlar ile Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, aksam ve parçalar, diğer önde gelen ihraç kalemlerindedir.

2010 yılının ilk dokuz ayı içerisinde Almanya'ya en fazla ihracatı yapılan ilk 20 ürün grubunda ihracat verileri, değişim ve paylar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA GENEL İHRACAT					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$					
FASIL	KAPSAM	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
61	ÖRME GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI	1.459.084.654	1.598.563.328	9,6	19,7
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI, TRAKTÖR, BİSİKLET, MOTOSİKLET VE DİĞER	837.103.801	1.084.057.144	29,5	13,4
84	BUHAR KAZANLARI; MAKİNA VE CİHAZLAR, ALETLER, PARÇALARI	821.330.222	869.230.563	5,8	10,7
62	ÖRÜLMEMİŞ GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI	591.474.267	627.270.671	6,1	7,7
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR, AKSAM VE PARÇALARI	434.676.653	493.442.045	13,5	6,1
63	MENSUCATTAN MAMUL DİĞER EŞYA, KULLANILMIŞ EŞYA, PAÇAVRALAR	308.549.263	367.529.177	19,1	4,5
08	YENİLEN MEYVALAR, KABUKLU YEMİŞLER, TURUNÇGİL VE KAVUN KABUĞU	240.051.363	268.619.284	11,9	3,3
40	KAUÇUK VE KAUÇUKTAN EŞYA	210.336.062	262.709.227	24,9	3,2
73	DEMİR VEYA ÇELİKTE EŞYA	221.995.427	261.821.972	17,9	3,2
20	SEBZE, MEYVA, BİTKİ PARÇALARI, SERT KABUKLU YEMİŞ KONSERVELERİ	220.220.774	258.160.344	17,2	3,2
76	ALUMİNYUM VE ALUMİNYUM EŞYA	165.132.745	246.252.966	49,1	3,0
39	PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA	152.338.302	197.920.638	29,9	2,4
94	MOBİLYALAR, AYDINLATMA, REKLAM LAMBALARI, PREFABRİK YAPILAR	95.254.855	101.623.947	6,7	1,3
07	YENİLEN SEBZELER VE BAZI KÖK VE YUMRULAR	73.120.036	84.050.318	14,9	1,0
69	SERAMİK MAMULLERİ	69.106.617	80.631.481	16,7	1,0
52	PAMUK	64.798.213	79.005.384	21,9	1,0
74	BAKIR VE BAKIRDAN EŞYA	20.998.175	74.854.641	256,5	0,9
71	İNCİLER, KIYMETLİ TAŞ VE METAL MAMULLERİ, MADENİ PARALAR	52.155.231	72.586.925	39,2	0,9
72	DEMİR VE ÇELİK	51.411.556	70.604.780	37,3	0,9
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	59.389.530	68.382.154	15,1	0,8
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		6.148.527.746	7.167.316.989	16,6	88,3
ALMANYA'YA GENEL İHRACAT		7.025.514.095	8.116.943.873	15,5	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		88	88		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

2010 Ocak-Eylül döneminde Almanya'ya %9,6 artışla 1,6 milyar dolar değerinde Fasıl 61 kapsamındaki örme giyim eşyası ve aksesuarı ihraç edilmiştir. Ürün grubunun toplam ihracatta payı %19,7'dir. İkinci en fazla ihraç edilen ürün grubu olan Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtlarının ihracatı 2010 Ocak-Eylül döneminde %29,5 artışla 1,1 milyar dolara çıkarken, Fasıl 84 kapsamındaki buhar kazanları, makina ve cihazların ihracatı ise %5,8 artışla 869,2 milyon dolara yükselmiştir.

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

Türkiye'nin Almanya'dan ithalatında ise, Fasıl 84 kapsamındaki buhar kazanları, makina ve cihazlar, Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet ve motosiklet benzerleri ile Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, en fazla ithal edilen ürünler olarak sıralanmaktadır.

2010 yılının Ocak-Eylül döneminde Türkiye'ye Almanya'dan 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %20,9 artışla 2,5 milyar dolar değerinde Fasıl 84 kapsamındaki buhar kazanları, makina ve cihazlardan, %43,4 artışla 2,5 milyar dolar değerinde Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, traktör, bisiklet, motosiklet ve benzerlerinden ve %4,3 ihracat artışı ile 1,1 milyar dolar değerinde Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina, cihaz, aksam ve parçalardan ithal edilmiştir.

2010 Ocak-Eylül döneminde Almanya'dan ithal edilen ilk 20 ürün grubunun içerisinde 14. sırada Fasıl 55 kapsamındaki sentetik ve suni devamsız lifler de yer almaktadır. Bu ürünün ithalatı 2010'da %63,1 oranında artarak 142,2 milyon dolara yükselmiştir. İthalatı en yüksek oranlı artan ürün grubu Fasıl 72 kapsamındaki demir ve çeliktir. Bu ürünlerin ithalatı %64,4 oranında artışla 395,1 milyon dolardan 649,6 milyon dolara yükselmiştir. İthalatı en yüksek oranlı azalan ürün grubu ise, %58,6 düşüşle 92,7 milyon dolarlık ithalat yapılan Fasıl 89 kapsamındaki gemiler ile suda yüzen taşıt ve araçlardır.

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

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$					
FASIL	KAPSAM	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
84	BUHAR KAZANLARI;MAKİNA VE CİHAZLAR,ALETLER,PARÇALARI	2.098.066.268	2.537.514.409	20,9	20,9
87	MOTORLU KARA TAŞITLARI, TRAKTÖR,BİSİKLET,MOTOSİKLET VE DİĞER	1.747.805.240	2.506.073.264	43,4	20,7
85	ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR,AKSAM VE PARÇALARI	1.081.011.469	1.127.331.476	4,3	9,3
39	PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA	722.591.388	920.230.591	27,4	7,6
72	DEMİR VE ÇELİK	395.072.467	649.593.481	64,4	5,4
30	ECZACILIK ÜRÜNLERİ	517.576.920	533.315.925	3,0	4,4
90	OPTİK,FOTOĞRAF,SİNEMA,ÖLÇÜ,KONTROL,AYAR CİHAZLARI,TIBBİ ALET.	362.221.606	391.237.092	8,0	3,2
48	KAĞIT VE KARTON;KAĞIT HAMURUNDAN KAĞIT VE KARTONDAN EŞYA	291.961.227	356.634.784	22,2	2,9
29	ORGANİK KİMYASAL MÜSTAHSALLAR	259.751.107	333.240.213	28,3	2,8
38	MUHTELİF KİMYASAL MADDELER	230.572.964	276.406.947	19,9	2,3
32	DEBAGAT VE BOYACILIKTA KULLANILAN HÜLASA,BOYA,MACUN,SAKIZLAR	188.463.734	226.150.680	20,0	1,9
73	DEMİR VEYA ÇELİKTEN EŞYA	159.722.125	186.800.940	17,0	1,5
40	KAUÇUK VE KAUCUKTAN EŞYA	124.997.143	174.354.150	39,5	1,4
55	SENTETİK VE SUNİ DEVAMSIZ LİFLER	87.182.255	142.227.539	63,1	1,2
33	UÇUCU YAĞLAR,REZİNOİTLER,PARFÜMERİ,KOZMETİKLER VB	98.595.415	130.129.175	32,0	1,1
34	SABUNLAR,YÜZEY AKTİF ORGANİK MADDELER,YIKAMA-YAĞLAMA MADDE.	116.841.351	128.179.068	9,7	1,1
76	ALUMİNYUM VE ALUMİNYUM EŞYA	77.786.923	99.112.465	27,4	0,8
89	GEMİLER,SUDA YÜZEN TAŞIT VE ARAÇLAR	223.837.193	92.668.191	-58,6	0,8
44	AĞAÇ VE AĞAÇTAN MAMUL EŞYA;ODUN KÖMÜRÜ	60.398.220	91.022.636	50,7	0,8
28	İNORGANİK KİMYASAL MÜSTAHSALLAR,ORGANİK,İNORGANİK BİLEŞİKLER	71.047.720	90.473.630	27,3	0,7
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		8.915.502.735	10.992.696.656	23,3	90,7
ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT		10.072.064.891	12.115.372.886	20,3	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		89	91		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

Türkiye – Almanya Toplam Halı Dış Ticareti

2009 yılında Türkiye'den 130'un üzerinde ülkeye 1,1 milyar dolar değerinde halı ve yer kaplaması ihraç edilmiştir. İhracat 2008 yılına kıyasla %7,2 oranında azalmıştır. 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise Türkiye'nin halı ve yer kaplamaları ihracatı, 2009 yılının eş dönemine kıyasla %16,2 oranında artarak 861,1 milyon dolar olmuştur.

2009 yılında Türkiye'den Almanya'ya 69,6 milyon dolarlık halı ihracatı yapılmıştır. 2008 yılına kıyasla Almanya'ya halı ihracatı %15,6 oranında artarak 60,2 milyon dolardan 69,6 milyon dolara yükselmiştir. Bu artışla Almanya'ya yapılan halı ihracatının Türkiye geneli halı ihracatında payı %5,2'den %6,5'e yükselmiştir.

2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise Almanya'ya 51,3 milyon dolar değerinde halı ihraç edilmiş, ihracat 2009 yılının aynı dönemine kıyasla %15,6 artmıştır. Bu dönemde Almanya'ya yapılan halı ihracatının Türkiye genel halı ihracatındaki payı %6 olarak hesaplanmaktadır.

Öte yandan, Türkiye 60 kadar ülkeden halı ve yer kaplaması ithal etmektedir. 2009 yılında Türkiye'nin halı ithalatı 2008 yılına kıyasla %32,7 düşüşle 141,5 milyon dolara gerilemiştir. 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise ithalat 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %29 oranında artışla 135,7 milyon dolara yükselmiştir.

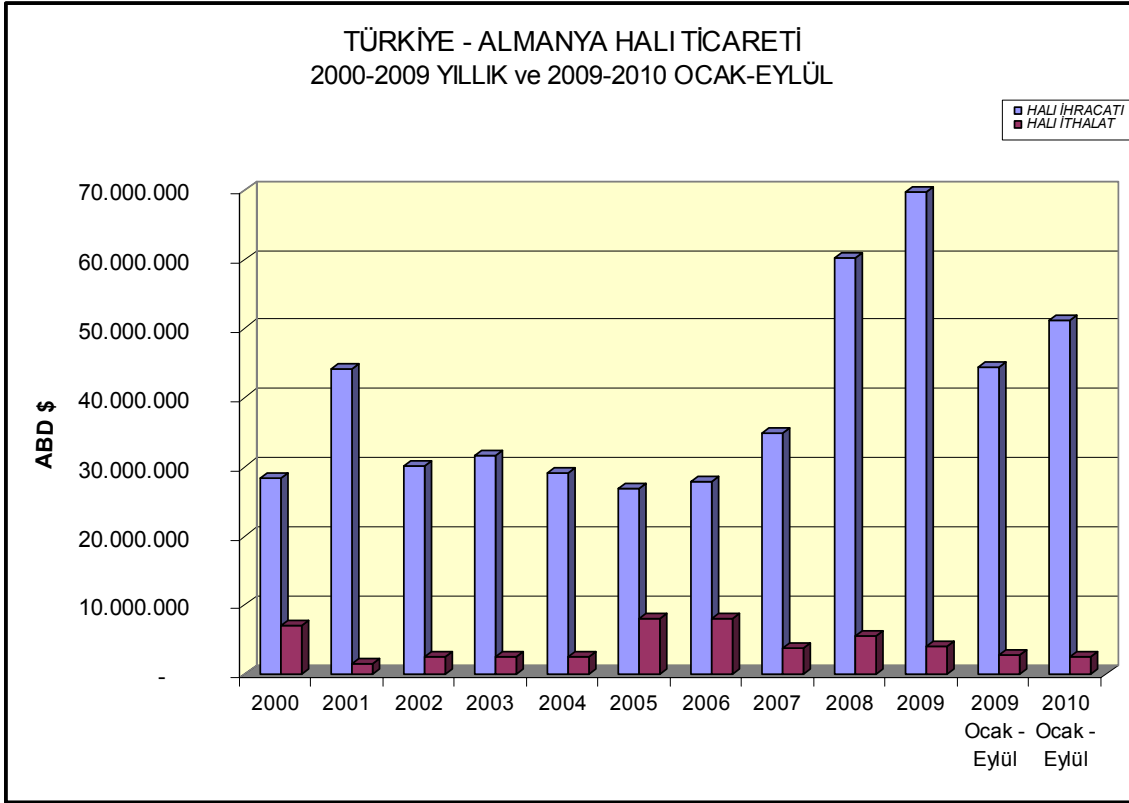
2009 yılında Almanya'dan 4,1 milyon dolarlık halı ithalatı yapılmış, ithalat 2008 yılına kıyasla %26,6 oranında azalmış ve Almanya'dan yapılan ithalatın Türkiye toplam halı ithalatındaki payı %2,9 olmuştur.

2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise, Almanya'dan 2,6 milyon dolar değerinde halı ithal edilmiş, ithalat 2009'un eş dönemine kıyasla %9,1 oranında azalmıştır.

Aşağıdaki tabloda, Türkiye ile Almanya arasındaki halı ticaretine ilişkin veriler, 2000 yılından 2010 yılının Eylül sonuna kadar olan on yılı aşkın süreçte ele alınmış ve yıllık değişimler hesaplanmıştır.

TÜRKİYE - ALMANYA HALI VE YER KAPLAMALARI TİCARETİ							
Birim: \$							
YILLAR	BİRİM	İHRACAT			İTHALAT		
		MİKTAR	DEĞER	YILLIK DEĞİŞİM (%)	MİKTAR	DEĞER	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	M\$	962.763	28.369.823		415.121	7.019.316	
2001	M\$	1.563.604	44.260.184	56,0	192.075	1.580.265	-77,5
2002	M\$	1.531.528	30.124.781	-31,9	226.634	2.595.284	64,2
2003	M\$	2.546.170	31.719.580	5,3	291.757	2.482.999	-4,3
2004	M\$	2.046.227	29.209.428	-7,9	352.646	2.589.950	4,3
2005	M\$	2.179.473	26.775.824	-8,3	571.547	8.029.266	210,0
2006	M\$	2.376.166	27.955.638	4,4	503.760	8.086.032	0,7
2007	M\$	3.650.778	34.885.431	24,8	363.966	3.780.469	-53,2
2008	M\$	6.268.844	60.244.572	72,7	399.907	5.587.242	47,8
2009	M\$	8.355.203	69.678.133	15,7	381.506	4.081.709	-26,9
2009 Ocak - Eylül	M\$	5.620.811	44.369.980		259.756	2.808.526	
2010 Ocak - Eylül	M\$	6.171.207	51.275.041	15,6	343.263	2.552.229	-9,1

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010



2000 yılından 2010 yılının Ocak-Eylül dönemine kadar Türkiye ile Almanya arasındaki halı ticaretine bakıldığında, 2000 yılında 28,4 milyon dolar olan ihracatın bazı yıllar artıp bazı yıllar azalarak 2009 yılında iki katından fazlasına çıktığı ve 69,7 milyon dolar olduğu; ithalatın ise yine bazı yıllar artıp bazı yıllar azalarak 2000 yılında 7 milyon dolar iken 2009 yılında 4,1 milyon dolara gerilediği görülmektedir.

Almanya'ya halı ihracatı 2000 yılından bu yana dalgalı bir seyir izlemiştir. 2001 yılında 2000 yılına kıyasla % 56 oranında artış olurken, 2002 yılında % 31,9 oranında düşüş, 2003 yılında % 5,3 oranında artış, 2004 ve 2005 yıllarında sırasıyla yine % 7,9 ve % 8,3 oranında düşüşler olmuştur. 2006 yılında ibre yine artış yönüne kaymış ve Almanya'ya % 4,4 oranında artışla 28 milyon dolar değerinde ve 2,4 milyon metrekare halı ihracatı gerçekleştirilmiştir. 2007 yılında ihracat artışı %24,8'e yükselmiş, 34,9 milyon dolar değerinde 3,7 milyon metrekarelik halı ihraç edilmiştir. 2008 yılında ihracatın artış oranı neredeyse tavan yapmış, Almanya'ya %72,7 oranında artışla 60,2 milyon dolar değerinde 6,3 milyon metrekarelik halı ihraç edilmiştir. 2009 yılında küresel ekonomik kriz dolayısıyla gerek Türkiye genel ihracatı gerekse halı ihracatı azalmasına rağmen Almanya'ya halı ihracatı %15,7 oranında artarak 69,7 milyon dolara çıkmıştır.

2010'un Ocak – Eylül döneminde ise, 2009 yılının ilk dokuz aylık dönemine kıyasla Türkiye'den Almanya'ya yapılan halı ihracatı dolar bazında %15,6 oranında artmış ve 51,3 milyon dolar değerinde 6,2 milyon metrekare halı ihraç edilmiştir. 2010 Ocak-Eylül dönemi ihracat verilerine göre, Almanya, Türkiye'nin halı ihracatında Suudi Arabistan, ABD ve Irak'ın ardından en büyük dördüncü pazar konumundadır.

Diğer yandan, 2010 Ocak – Eylül dönemi ithalat istatistiklerine göre Almanya, Türkiye'nin halı ithalatında 8. sırada yer almaktadır. Bu ülkeden ithalat, 2000 yılından 2010 yılının Ocak-Eylül dönemi sonuna kadar ele alınarak incelendiğinde, büyük dalgalanmalar göze çarpmaktadır. 2000 yılında Almanya'dan 7 milyon dolar değerinde 415 bin metrekare halı ithal edilirken, 2001 yılında ithalat değer olarak neredeyse beşte birine inmiş; izleyen üç yıl ise 2,5 milyon dolar civarında seyretmiştir. 2005 yılında ithalat miktarı metrekare bazında birbuçuk kat artarken, değer üç katından fazla artarak 8 milyon dolara yükselmiştir. 2006 yılı verileri 2005 yılına ait veriler ile çok büyük benzerlikler göstermektedir, zira 2006 yılında Almanya'dan yapılan ithalat 2005 yılına kıyasla sadece % 0,7 oranında artmıştır. 2007 yılında Almanya'dan yapılan ithalat % 53,2 gibi ciddi bir oranda gerilemiş ve 3,8 milyon dolar seviyesinde gerçekleşmiştir. 2008 yılında Almanya'dan dolar bazında %47,8 oranında artışla 5,6 milyon dolar değerinde 399,9 bin metrekare halı ithal edilirken, 2009 yılında %26,9 düşüşle 4,1 milyon dolarlık 381,5 bin metrekare halı ithal edilmiştir.

2010 yılının Ocak-Eylül döneminde Almanya'dan halı ithalatı 2009 yılının aynı dönemine oranla %9,1 oranında düşüşle 2,6 milyon dolara gerilemiştir.

Türkiye'nin Almanya'ya halı ve yer kaplamaları ihracatı ürün bazında incelendiğinde, 57 02 42 90 00 00 GTİP'li sentetik-suni elyaftan, hav yapılı halılar açık ara fark ile ilk sırada yer almaktadır. Bu gruptaki ürünlerin 2010 Ocak – Eylül döneminde Almanya'ya ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine oranla %17,4 oranında artışla 32,4 milyon dolardan 38 milyon dolara yükselmiştir. 57 02 42 90 00 00 GTİP'li halıların Almanya'ya yapılan toplam halı ihracatında payı %74,2 düzeyindedir.

2010 Ocak-Eylül döneminde %46,5 artışla 5 milyon dolarlık ihracat yapılan 57 03 30 18 00 00 GTİP'li polipropilenden diğer yer kaplamaları, %41,2 düşüşle 1,7 milyon dolarlık ihracat yapılan 57 02 92 10 00 00 GTİP'li polipropilenden havsız, tuftesiz, flokesiz yer kaplamaları ve %41,4 artışla 1,1 milyon dolarlık ihracat yapılan 57 02

49 00 90 11 GTİP'li pamuklu, havlı ancak tuftesiz veya floke edilmemiş paspaslar, diğer önde gelen ihrac kalemlerindedir. 57 03 30 18 00 00 GTİP'li polipropilenden diğer yer kaplamalarının Almanya'ya yapılan halı ihracatında payı %9,7 olarak hesaplanmaktadır. 57 02 92 10 00 00 GTİP'li polipropilenden havsız, tuftesiz, flokesiz yer kaplamalarının payı %3,3 ve 57 02 49 00 90 11 GTİP'li pamuklu, havlı ancak tuftesiz veya floke edilmemiş paspasların payı %2,1 düzeyindedir.

En fazla ihrac edilen ilk 20 ürün grubu içerisinde on dört tanesinde %2,5 ile %6784,1 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiş, altı ürün grubunda ise %13,3 ile %59 arasında değişen oranlarda düşüşler olmuştur. Almanya'ya en fazla ihrac edilen halıların ürün detayına inildiğinde, ağırlığın makina halılarında olduğu görülmektedir.

Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihrac edilen halılara ilişkin, ürün bazında istatistikler, dönemsel değişimler ve paylar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA HALI İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$					
GTİP	KAPSAM	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
570242900000	YER KAPLAMALARI-SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ	32.400.664	38.037.566	17,4	74,2
570330180000	POLİPROPİLENDEN DİĞER YER KAPLAMASI	3.402.743	4.983.586	46,5	9,7
570292100000	YER KAPLAMASI (POLİPROPİLENDEN, HAVSIZ, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	2.882.959	1.695.545	-41,2	3,3
570249009011	PAMUKTAN PASPASLAR (HAVLI, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	765.602	1.082.328	41,4	2,1
570390800000	DOKUMAYA ELVERİŞLİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI	2.023.462	859.967	-57,5	1,7
570500900019	DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (PAMUKTAN, DİĞER)	114.514	818.142	614,4	1,6
570110900011	DÜĞÜMLÜ/SARMAHALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 8	127.042	812.102	539,2	1,6
570310000000	HALI VE YER KAPLAMASI (YÜN/İNCE KILDAN, TUFTESİZ)	211.979	433.013	104,3	0,8
570500300019	DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (DOKUNABİLİR DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, DİĞER)	183.290	415.868	126,9	0,8
570190100012	DÜĞÜMLÜ/SARMAHALI HALI VE YER KAPLAMALARI (EL YAPIMI, TABİLİ İPEKTEN, DM2 10000-DÜĞÜ	12.107	364.114	2907,5	0,7
570292900000	YER KAPLAMASI (DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, HAVSIZ, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	267.198	273.889	2,5	0,5
570241900000	YER KAPLAMALARI-YÜN/İNCE KILDAN, HAV YAPILI, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ	588.776	272.039	-53,8	0,5
570110900012	DÜĞÜMLÜ/SARMAHALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 8	113.177	208.491	84,2	0,4
570210009011	KİLİMLER; YÜN VE İNCE KILDAN, TUFTESİZ/FLOKESİZ	183.827	159.423	-13,3	0,3
570500900039	DİĞER HALI VE YER KAPLAMALARI (DOKUNABİLİR DİĞER MADDELERDEN, DİĞER)	112.474	139.809	24,3	0,3
570232900000	YER KAPLAMASI (SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZİR EŞYA OLMAYAN, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	179.609	109.729	-38,9	0,2
570190909029	DÜĞÜMLÜ/SARMAHALI HALI VE YER KAPLAMALARI (DİĞER, DOKUNABİLİR DİĞER MADDELERDEN)	243.419	99.858	-59,0	0,2
570190100021	DÜĞÜMLÜ/SARMAHALI HALI VE YER KAPLAMALARI (EL YAPIMI, SUNİ İPEKTEN)	1.243	85.569	6784,1	0,2
570330880000	DİĞER SENTETİK/SUNİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI	55.943	78.866	41,0	0,2
570320180000	NAYLON/DİĞER POLİAMİDLERDEN DİĞER YER KAPLAMASI, BASKILI	3.445	77.884	2160,8	0,2
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		43.873.473	51.007.788	16,3	99,5
ALMANYA'YA HALI İHRACATI		44.369.980	51.275.041	15,6	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		99	99		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

Türkiye'den Almanya'ya yönelik halı ve yer kaplamaları ihracatında en fazla ihraç edilen 20 ürünün ihracat değeri bu ülkeye yönelik toplam halı ihracat değerinin % 99'unu oluşturmaktadır ve 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine göre 2010 Ocak-Eylül döneminde ihracat değer bazında %15,6 oranında artmıştır.

Türkiye'nin Almanya'dan halı ithalatında 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde değer bazında %9,1 oranında düşüş kaydedilmiştir. Ürün bazında halı ithalatı irdelendiğinde, 57 04 90 00 00 19 GTİP'li keçeden halı, diğer yer kaplamalarının (diğer tuftesiz/flokesiz) %5,1 ithalat artışı ve 982,8 bin dolar ithalat değeri ile en fazla ithal edilen ürün grubu olduğu görülmektedir. 57 03 20 98 00 00 GTİP'li naylon ve diğer poliamidlerden diğer yer kaplamaları, 57 03 30 18 00 00 GTİP'li polipropilenden diğer yer kaplamaları ile 57 02 92 10 00 00 GTİP başlıklı polipropilenden havsız, tuftesiz ve flokesiz yer kaplamaları diğer önde gelen ithal kalemlerindedir. Bu ürünlerden 57 03 20 98 00 00 GTİP'li naylon ve diğer poliamidlerden diğer yer kaplamalarının ithalatı, 2010 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %169 oranında artarken, 57 03 30 18 00 00 GTİP'li polipropilenden diğer yer kaplamalarının ithalatı %217,2 oranında artmıştır.

Almanya'dan en fazla ithal edilen ilk 20 ürün içerisinde yedi ürünün ithalatı %37,5 ile %95,5 arasında değişen oranlarda azalırken, diğer onüç ürün grubunda ithalat %4,2 ile %217,2 arasında değişen oranlarda artmıştır. İthalatı oransal olarak en fazla artan ürün 57 03 30 18 00 00 GTİP'li polipropilenden diğer yer kaplamalarıdır. Bu tür yer kaplamalarının Almanya'dan ithalatı 2010 Ocak-Eylül döneminde 2009 Ocak-Eylül dönemine kıyasla %217,2 oranında artmış, ürün grubunun toplam ithalattan aldığı pay %6,7 düzeyine yükselmiştir.

Almanya'dan ithalatı en yüksek oranlı azalan halılar ise 57 01 10 90 00 13 GTİP'li yünden düğümlü sarmalı halı ve yer kaplamalarıdır. Bu halıların ithalatı 2010 Ocak-Eylül döneminde %95,4 oranında azalarak 36,6 bin dolardan 1700 dolara düşmüştür.

Türkiye'ye Almanya'dan en fazla ithal edilen halı ve yer kaplamalarına ilişkin, ürün bazında istatistikler, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN HALI İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim:ABD \$					
GTİP	KAPSAM	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
570490000019	KEÇEDEN HALI, DİĞER YER KAPLAMALARI (DİĞER, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	935.363	982.838	5,1	38,5
570320980000	NAYLON/DİĞER POLIAMİDLERDEN DİĞER YER KAPLAMASI	278.477	749.138	169,0	29,4
570330180000	POLİPROPİLENDEN DİĞER YER KAPLAMASI	53.788	170.616	217,2	6,7
570292100000	YER KAPLAMASI (POPLİPROPİLENDEN, HAVSIZ, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	418.488	157.684	-62,3	6,2
570410000000	YER KAPLAMASI; KEÇEDEN HALI, [(KARO; 0.3 M2 <) TUFTESİZ/FLOKESİZ)	-	110.175	0,0	4,3
570242900000	YER KAPLAMALARI-SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ	727.907	105.800	-85,5	4,1
570320180000	NAYLON/DİĞER POLIAMİDLERDEN DİĞER YER KAPLAMASI, BASKILI	43.484	100.448	131,0	3,9
570500900039	DİĞER HALI VE YER KAPLAMALARI (DOKUNABİLİR DİĞER MADDELERDEN, DİĞER)	20.682	42.789	106,9	1,7
570500300019	DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (DOKUNABİLİR DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, DİĞER)	30.245	31.505	4,2	1,2
570330880000	DİĞER SENTETİK/SUNİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI	41.708	26.087	-37,5	1,0
570330820000	DİĞER SENTETİK/SUNİ DİĞER MADDELERDEN KARO (YÜZEYİ 1 M2. AZ)	-	20.887	0,0	0,8
570250900000	YER KAPLAMASI (DOKUMAYA ELVERİŞLİ DİĞER MADDELERDEN, HAVSIZ, HAZİR EŞYA OLMA, TUF)	-	19.912	0,0	0,8
570320920000	NAYLON/DİĞER POLIAMİDLERDEN KARO (YÜZEYİ 1 M2. AZ)	-	8.420	0,0	0,3
570500900019	DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (PAMUKTAN, DİĞER)	2.628	5.554	111,3	0,2
570210009019	DİĞER KİLİM, SUMAK, KARAMAN VE ELDE DOKUNMUŞ YER DÖŞEMELERİ; TUFTESİZ/FLOKESİZ	-	5.538	0,0	0,2
570390800000	DOKUMAYA ELVERİŞLİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI	2.260	4.275	89,2	0,2
570292900000	YER KAPLAMASI (DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, HAVSIZ, HAZİR EŞYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	16.901	2.745	-83,8	0,1
570110900013	DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10 -)EL YAPIMI, DM2 1	36.608	1.700	-95,4	0,1
570232900000	YER KAPLAMASI (SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZİR EŞYA OLMAYAN, TUFTESİZ/FLOKESİZ)	5.904	1.514	-74,4	0,1
570310000000	HALI VE YER KAPLAMASI (YÜNİNCE KILDAN, TUFTESİZ)	15.985	1.488	-90,7	0,1
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		2.630.428	2.549.113	-3,1	99,9
ALMANYA'DAN HALI İTHALATI		2.808.526	2.552.229	-9,1	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		94	100		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

Türkiye'nin Halı İhracatında Almanya'nın Yeri

Türkiye'den 2010 yılının Ocak – Eylül döneminde serbest bölgeler dahil 138 ülkeye 861,1 milyon dolar değerinde halı ve yer kaplaması ihraç edilmiş; buna karşılık Türkiye'ye 62 ülkeden 135,7 milyon dolar değerinde halı ve yer kaplaması ithal edilmiştir.

Türkiye'den en fazla halı ihraç edilen ülkeler Suudi Arabistan, ABD, Irak, Almanya, Kazakistan, İngiltere, Bileşik Arap Emirlikleri, Polonya, Mısır ve Rusya Federasyonu olarak sıralanmaktadır. Suudi Arabistan'a halı ihracatı 2010 Ocak-Eylül döneminde 2009'un aynı dönemine kıyasla %1 oranında artarak 116,8 milyon dolar olmuştur. Türkiye'den yapılan halı ihracatının %13,6'lık bölümü Suudi Arabistan'a yapılmıştır. ABD, Türkiye toplam halı ihracatından %10 pay alırken, 86 milyon dolarlık halı ihracatı gerçekleştirilmiştir. Irak'a halı ihracatı ise 2010 Ocak-Eylül döneminde %9 oranında azalarak 58,7 milyon dolara gerilemiştir.

Almanya 51,3 milyon dolar değer ile 4. büyük pazar olarak dikkati çekmektedir. 2010 yılının Eylül sonu itibariyle Almanya'ya ihracat, dolar bazında %16 oranında artmış ve bu ülkenin Türkiye toplam halı ihracatında payı % 6 olarak hesaplanmıştır.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HALI VE YER KAPLAMALARI İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 10 DEĞİŞİM %	PAY %
SUUDİ ARABİSTAN	115.926.259	116.829.740	1	13,6
A.B.D.	52.173.683	85.981.527	65	10,0
IRAK	64.342.581	58.707.539	- 9	6,8
ALMANYA	44.369.980	51.275.041	16	6,0
KAZAKİSTAN	16.326.440	27.721.485	70	3,2
İNGİLTERE	19.080.929	22.983.388	20	2,7
BİR.ARAP EMİRLİK.	19.011.275	22.394.135	18	2,6
POLONYA	25.445.597	21.640.224	- 15	2,5
MISIR	15.697.033	19.900.790	27	2,3
RUSYA FEDERASYONU	15.195.720	19.872.993	31	2,3
İRAN	9.942.421	19.188.926	93	2,2
ROMANYA	18.418.191	18.183.625	- 1	2,1
LİBYA	16.729.963	18.149.597	8	2,1
UKRAYNA	14.156.781	16.763.869	18	1,9
BELÇİKA	10.569.999	16.699.229	58	1,9
AZERBAYCAN-NAHÇ.	17.551.694	14.811.454	- 16	1,7
JAPONYA	9.100.523	14.680.919	61	1,7
TACİKİSTAN	14.741.164	14.560.363	- 1	1,7
AVUSTURYA	2.866.860	14.110.294	392	1,6
FRANSA	5.682.533	13.909.270	145	1,6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	507.329.626	608.364.408	20	70,7
TÜRKİYE'NİN TOPLAM HALI İHRACATI	741.056.777	861.053.260	16	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	68	71		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

Türkiye'nin Halı İthalatında Almanya'nın Yeri

2010 yılının Ocak-Eylül dönemi itibarıyla Türkiye'nin en fazla halı ithal ettiği ülkeler Hindistan, Çin Halk Cumhuriyeti, Pakistan, Belçika ve Hollanda olarak sıralanmaktadır. Hindistan'dan yapılan halı ithalatı toplam ithalatın %28,4'üne karşılık gelirken, Çin Halk Cumhuriyeti'nden yapılan ithalat %26,6, Pakistan'dan yapılan ithalat %16,2, Belçika'dan yapılan ithalat %5,8 ve Hollanda'dan yapılan ithalat %3,2 pay almaktadır.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HALI VE YER KAPLAMALARI İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 10 DEĞİŞİM %	PAY %
HİNDİSTAN	30.175.935	38.502.211	28	28,4
ÇİN HALK CUMHUR.	27.497.887	36.137.540	31	26,6
PAKİSTAN	15.294.650	21.913.493	43	16,2
BELÇİKA	6.930.784	7.933.832	14	5,8
HOLLANDA	3.439.190	4.288.430	25	3,2
MISIR	2.273.311	4.096.273	80	3,0
A.B.D.	3.227.376	3.753.660	16	2,8
ALMANYA	2.808.526	2.552.229	- 9	1,9
İNGİLTERE	1.559.855	2.369.098	52	1,7
SUUDİ ARABİSTAN	1.323.567	1.878.081	42	1,4
KAYSERİ SER.BÖL.	322.593	1.613.455	400	1,2
NEPAL	1.571.485	1.606.748	2	1,2
İRAN	1.442.077	1.425.630	- 1	1,1
FRANSA	1.385.303	1.422.917	3	1,0
AFGANİSTAN	627.851	1.135.662	81	0,8
MOLDOVYA	347.640	645.461	86	0,5
İTALYA	316.437	551.131	74	0,4
BANGLADEŞ	259.450	488.594	88	0,4
DANİMARKA	207.301	463.961	124	0,3
JAPONYA	178.824	289.177	62	0,2
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	101.190.042	133.067.583	32	98,1
TÜRKİYE'NİN TOPLAM HALI İTHALATI	105.143.925	135.668.362	29	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	96	98		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

Almanya, Türkiye'nin halı ithal ettiği ülkeler içerisinde 8. sırada yer almaktadır. Almanya'dan halı ithalatı 2010 yılının ilk dokuz ayı içerisinde 2009 yılının aynı dönemine oranla % 9 azalarak 2,6 milyon dolar olmuştur. Bu ülkeden yapılan ithalat, toplam Türkiye halı ithalatının % 1,9'una karşılık gelmektedir.

Türkiye- Almanya Makina Halısı Ticareti

Türkiye'den Almanya'ya 2009 yılında 67,4 milyon dolar değerinde 8,3 milyon metrekare makina halısı ihracatı yapılmış, 4 milyon dolar değerinde 380,6 bin metrekare makina halısı ithalatı gerçekleştirilmiştir.

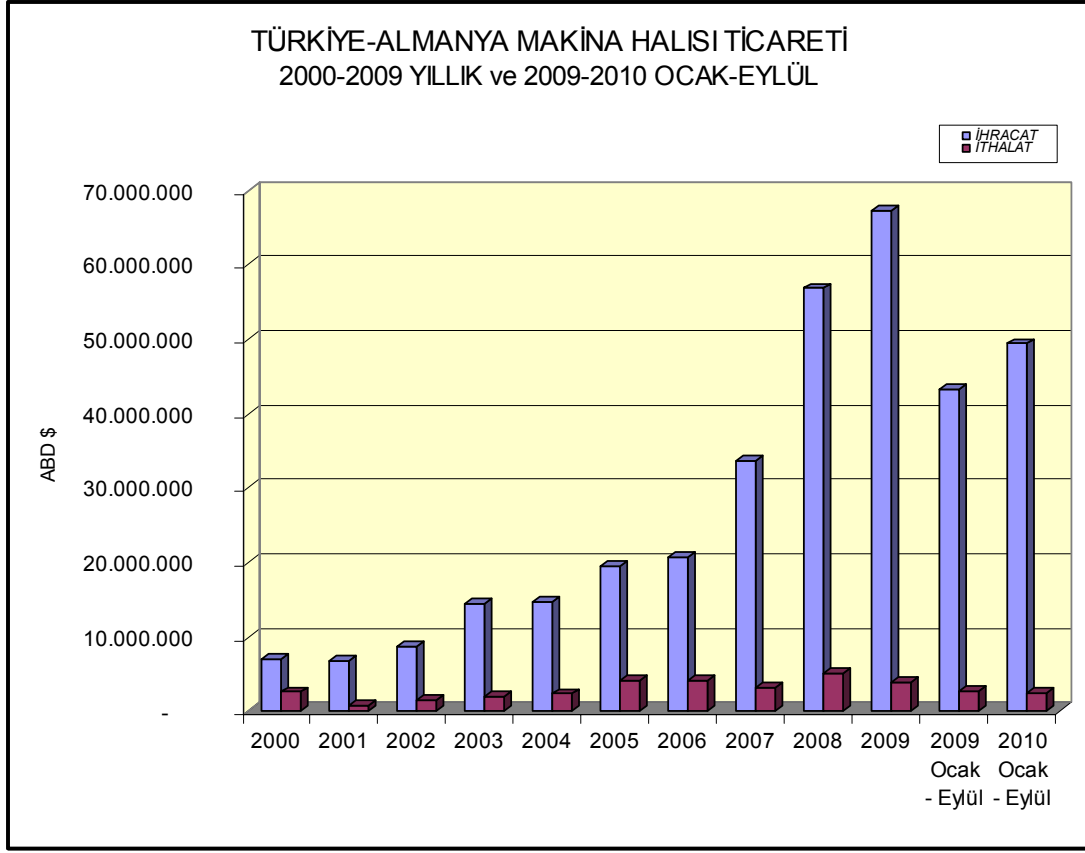
TÜRKİYE - ALMANYA MAKİNA HALISI TİCARETİ							
Birim: \$							
YILLAR	BİRİM	İHRACAT			İTHALAT		
		MİKTAR	DEĞER	YILLIK DEĞİŞİM (%)	MİKTAR	DEĞER	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	M ²	781.656	6.996.800		343.059	2.615.053	
2001	M ²	1.213.577	6.830.794	-2,4	184.909	871.987	-66,7
2002	M ²	1.369.249	8.706.448	27,5	194.455	1.472.398	68,9
2003	M ²	2.418.116	14.552.277	67,1	281.310	2.015.201	36,9
2004	M ²	1.842.993	14.749.025	1,4	347.067	2.381.057	18,2
2005	M ²	2.066.299	19.543.187	32,5	526.024	4.234.933	77,9
2006	M ²	2.264.521	20.814.598	6,5	457.467	4.078.726	-3,7
2007	M ²	3.613.384	33.724.212	62,0	336.904	3.116.002	-23,6
2008	M ²	6.237.330	56.856.475	68,6	388.365	5.052.140	62,1
2009	M ²	8.287.158	67.359.309	18,5	380.594	3.993.331	-21,0
2009 Ocak - Eylül	M ²	5.582.774	43.279.092		258.869	2.722.222	
2010 Ocak - Eylül	M ²	6.147.439	49.421.891	14,2	343.228	2.544.488	-6,5

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

2000 yılından 2010 yılının Eylül ayı sonuna kadar Almanya'ya yapılan makina halısı ihracatı incelendiğinde, 2001 yılında %2,4'lük ihracat düşüşünü 2002 yılından bu yana %1,4 ile %68,6 arasında değişen oranlarda artışların izlediği görülmektedir. Almanya'ya 2000 yılında 7 milyon dolar değerinde 781,7 bin metrekare makina halısı ihraç edilmişken, 2009 yılında ihracat dolar bazında hemen hemen on katına çıkmış ve 67,4 milyon dolar değerinde 8,3 milyon metrekare makina halısı ihraç edilmiştir. 2000 yılından 2009 yılına Türkiye'den Almanya'ya makina halısı ihracatı yıllık ortalama %31,3 oranında artış kaydetmiştir.

2010 Ocak-Eylül döneminde ise Almanya'ya Türkiye'den 49,4 milyon dolar değerinde 6,1 milyon metrekare makina halısı ihraç edilmiştir. İhracatın 2009 yılının eş dönemine kıyasla değişimi %14,2 artış yönündedir.

Türkiye'den Almanya'ya yönelik makina halısı ihracatı sürekli artarken, Almanya'dan yapılan ithalat dalgalı bir seyir izlemiştir. 2000 yılında Almanya'dan 2,6 milyon dolar değerinde 343,1 bin metrekare makina halısı ithal edilmiş, yıllar içerisinde ithalat %66,7'lere varan düşüşler ve %77,9'a varan artışlar ile 4 milyon dolar değerinde 380,6 bin metrekareye yükselmiştir. 2000 yılından 2009 yılına ithalatın yıllık ortalama değişimi %20,9 artış yönündedir.



2010 yılının Ocak-Eylül döneminde ise, Almanya'dan makina halısı ithalatı 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %6,5 oranında azalarak değer olarak 2,5 milyon dolara düşmüştür. Ancak miktar olarak ithalat 258,9 bin metrekare'den 343,2 bin metrekare'ye %32,6 oranında artmıştır.

Türkiye'nin Makina Halısı İhracatında Almanya'nın Yeri

2010 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den dünyada 133 ülkeye 765,6 milyon dolar değerinde makina halısı ihraç edilmiştir. 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla makina halısı ihracatı %15 oranında artmıştır.

Türkiye'nin 2010 Ocak-Eylül döneminde en fazla makina halısı ihraç ettiği ülkeler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA MAKİNA HALISI İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 10 DEĞİŞİM %	PAY %
SUUDİ ARABİSTAN	115.526.790	116.684.274	1,0	15,2
A.B.D.	36.734.525	68.116.717	85,4	8,9
IRAK	63.824.036	57.384.650	-10,1	7,5
ALMANYA	43.279.092	49.421.891	14,2	6,5
KAZAKİSTAN	16.189.732	27.633.864	70,7	3,6
İNGİLTERE	18.694.273	22.511.868	20,4	2,9
BİR.ARAP EMİRLİK.	18.943.990	22.263.677	17,5	2,9
POLONYA	25.442.389	21.640.224	-14,9	2,8
MISIR	15.674.900	19.891.469	26,9	2,6
RUSYA FEDERASYONU	15.143.870	19.357.789	27,8	2,5
İRAN	9.463.950	19.045.783	101,2	2,5
ROMANYA	18.382.795	18.172.937	-1,1	2,4
LİBYA	16.702.430	17.342.455	3,8	2,3
UKRAYNA	14.156.655	16.763.869	18,4	2,2
TACİKİSTAN	14.737.020	14.557.451	-1,2	1,9
AZERBAJCAN-NAHÇ.	17.479.224	14.511.738	-17,0	1,9
AFGANİSTAN	5.464.287	11.932.679	118,4	1,6
YUNANİSTAN	14.946.051	11.394.396	-23,8	1,5
TÜRKMENİSTAN	7.758.735	11.289.527	45,5	1,5
İSRAİL	9.791.476	11.179.650	14,2	1,5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	498.336.220	571.096.908	14,6	74,6
TÜRKİYE'NİN TOPLAM MAKİNA HALISI İHRACATI	665.782.611	765.622.707	15,0	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	75	75		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

En fazla makina halısı ihraç edilen ülkeler Suudi Arabistan, ABD, Irak ve Almanya olarak sıralanmaktadır. Bu dönemde Suudi Arabistan'a %1 artışla 116,7 milyon dolarlık makina halısı ihraç edilirken, ABD'ye %85,4 oranında artışla 68,1 milyon dolarlık, Irak'a %10,1 düşüşle 57,4 milyon dolarlık ve Almanya'ya %14,2 oranında artışla 49,4 milyon dolarlık makina halısı ihraç edilmiştir. Suudi Arabistan, Türkiye toplam makina halısı ihracatından aldığı %15,2'lik pay ile en büyük pazar olurken, ABD %8,9 pay ile ikinci büyük pazar ve Irak %7,5 pay ile üçüncü büyük pazar konumundadır. Almanya ise, Türkiye'nin makina halısı ihracatında dördüncü büyük pazar durumundadır ve Türkiye toplam makina halısı ihracatında payı % 6,5 olarak hesaplanmıştır.

% 3,6 pay ve 27,6 milyon dolar ihracat değeri ile Kazakistan, %2,9 pay ve 22,5 milyon dolar ihracat değeri ile İngiltere, yine %2,9

pay ve 22,3 milyon dolar ihracat değeri ile Birleşik Arap Emirlikleri 5., 6. ve 7. büyük pazarlar olarak sıralanmıştır.

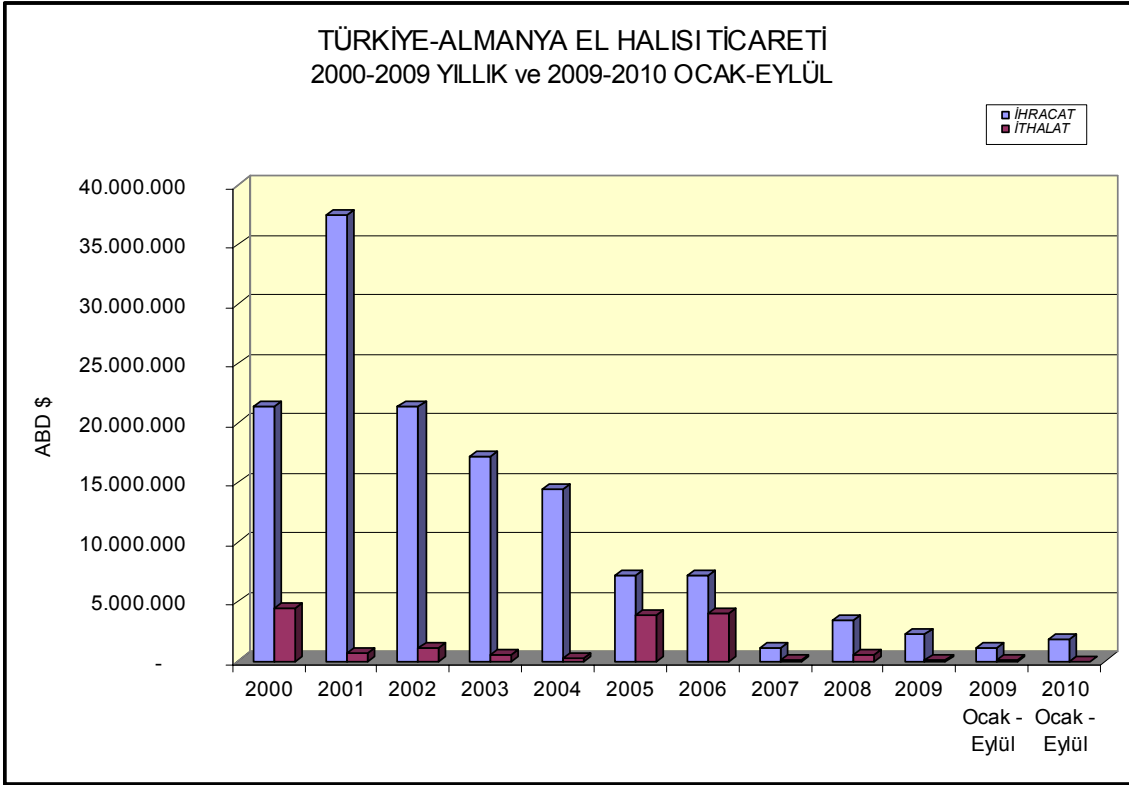
Türkiye- Almanya El Halısı Ticareti

Türkiye'den Almanya'ya el halısı ihracatı 2000 yılından 2009 yılına son dokuz yıl içerisinde ciddi şekilde azalmıştır. 2000 yılında Almanya'ya 181,1 bin metrekare 21,4 milyon dolar değerinde el halısı ihraç edilmiş iken, 2009 yılında 68 bin metrekare 2,3 milyon dolar değerinde el halısı ihraç edilmiştir. İhracat 2002 yılından 2007 yılına %1,3 ile %83,7 arasında değişen oranlarda sürekli azalan bir seyir izlemiş; 2008 yılında %191,8'lik bir ihracat artışı olmuş, 2009 yılında ise %31,6'lık bir düşüş görülmüştür. 2000 yılından 2009 yılına son on yılda Almanya'ya el halısı ihracatının yıllık ortalama değişimi %2,4 artış yönündedir.

2010 Ocak – Eylül döneminde ise Almanya'ya yapılan el halısı ihracatı, bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla değer bazında % 69,9 artarak 23,8 bin metrekare ve 1,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

TÜRKİYE - ALMANYA EL HALISI TİCARETİ							
Birim: \$							
YILLAR	BİRİM	İHRACAT			İTHALAT		
		MİKTAR	DEĞER	YILLIK DEĞİŞİM (%)	MİKTAR	DEĞER	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	M ²	181.107	21.373.023		77.487	4.433.432	
2001	M ²	350.027	37.429.390	75,1	8.452	715.735	-83,9
2002	M ²	162.279	21.418.333	-42,8	32.203	1.124.119	57,1
2003	M ²	128.054	17.167.303	-19,8	10.497	468.509	-58,3
2004	M ²	203.234	14.460.403	-15,8	5.579	208.893	-55,4
2005	M ²	113.174	7.232.637	-50,0	71.395	3.865.533	1750,5
2006	M ²	111.645	7.141.040	-1,3	46.393	4.007.612	3,7
2007	M ²	37.394	1.161.219	-83,7	27.062	119.467	-97,0
2008	M ²	31.514	3.388.097	191,8	11.542	535.102	347,9
2009	M ²	68.045	2.318.824	-31,6	912	88.378	-83,5
2009 Ocak - Eylül	M ²	38.037	1.090.888		887	86.304	
2010 Ocak - Eylül	M ²	23.768	1.853.150	69,9	35	7.741	-91,0

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010



Diğer yandan, Türkiye'nin Almanya'dan yaptığı el halısı ithalatı yıllar içerisinde dalgalı bir seyir izleyerek 2000 yılında 4,4 milyon dolar değerinde 77,5 bin metrekare iken, 2009 yılında 88,4 bin dolar değerinde 912 metrekareye düşmüştür. 2010 yılının Ocak – Eylül döneminde Almanya'dan ithal edilen el halısı miktarı olarak sadece 35 metrekare ve değer olarak 7,7 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine göre ithalat, dolar bazında %91 gerilemiştir.

Türkiye'nin El Halısı İhracatında Almanya'nın Yeri

2010 Ocak-Eylül döneminde Türkiye'den 95,4 milyon dolar değerinde el halısı ihracatı yapılmıştır. İhracat 2009 yılının Ocak-Eylül dönemine kıyasla %26,8 oranında artmıştır.

Türkiye'nin en fazla el halısı ihraç ettiği ülkelerin başında , %15,7 ihracat artışı ve 17,9 milyon dolar ile ABD, %69,7 artış ve 12,5 milyon dolar ile Japonya ile %2545,5 artış ve 11,7 milyon dolar ile Avusturya gelmektedir. Fransa %827,7 artış ve 8,7 milyon dolar ile 4. büyük pazar olurken, %78,4 düşüş ve 7,6 milyon dolar ile İstanbul AHL Serbest Bölgesi 5. büyük pazar, %168,3 artış ve 7,4 milyon dolar ile Belçika 6. büyük pazar konumundadır.

Almanya Türkiye'den en fazla el halısı ihraç edilen ülkeler arasında %1,9 pay ile 7. sırada gelmektedir. 2010 yılının Ocak-Eylül döneminde Almanya'ya 1,9 milyon dolarlık el halısı ihraç edilmiştir.

Türkiye'nin 2010 Ocak-Eylül döneminde en fazla el halısı ihraç ettiği ülkelere ilişkin veriler aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA EL HALISI İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER				
ÜLKELER	2009 OCAK - EYLÜL	2010 OCAK - EYLÜL	2009 / 10 DEĞİŞİM %	PAY %
A.B.D.	15.439.158	17.864.810	15,7	18,7
JAPONYA	7.339.142	12.456.788	69,7	13,1
AVUSTURYA	441.762	11.686.739	2545,5	12,2
FRANSA	937.356	8.695.507	827,7	9,1
İST.AHL.SERBEST B	35.385.805	7.648.645	-78,4	8,0
BELÇİKA	2.764.153	7.415.895	168,3	7,8
LİTVANYA	0	6.008.348	#DIV/0!	6,3
ÇEK CUMHURİYETİ	41.356	5.184.495	12436,3	5,4
İTALYA	1.555.752	3.060.169	96,7	3,2
ALMANYA	1.090.888	1.853.150	69,9	1,9
İSVİÇRE	894.633	1.520.643	70,0	1,6
İSPANYA	556.472	1.448.238	160,3	1,5
İRAK	518.545	1.322.889	155,1	1,4
LİBYA	27.533	807.142	2831,5	0,8
PORTEKİZ	267.767	740.985	176,7	0,8
RUSYA FEDERASYONU	51.850	515.204	893,6	0,5
İNGİLTERE	386.656	471.520	21,9	0,5
İSVEÇ	176.388	455.059	158,0	0,5
KANADA	123.041	442.969	260,0	0,5
AVUSTRALYA	609.049	431.193	-29,2	0,5
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	68.607.306	90.030.388	31,2	
TÜRKİYE'NİN TOPLAM EL HALISI İHRACATI	75.274.166	95.430.553	26,8	100
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	91	94		

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2010

*İTKİB Genel Sekreterliği
AR & GE ve Mevzuat Şubesi
Aralık 2010*

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

Internet: 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

Internet: <http://www.dtr-ihk.de>

Alman Halı Araştırma Enstitüsü

(Deutsches Teppich-Forschungsinstitut)

Adres: Charlottenburger Allee 41, D – 52068 Aachen

Tel: 0049-241-697900

Faks: 0049-241-6979200

E-posta: postmaster@tfi-online.de

**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>

**Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V.
(Alman Ev Tekstili Sanayii Derneđi)**

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>

VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi
- Almanya'da Ticaret, İhracat ve Pazarlama Stratejileri , Hamburg Business Development Corporation
- Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC) İstatistik Veri Sayfası, <http://www.intracen.org/>
- CIA The World Factbook, Country Profiles, Germany,
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group
- İşte Almanya, <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/>
- Almanya İş Kültürü- İGEME.