

**Halı
Pazarı Olarak**

ALMANYA



TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



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

ARALIK 2008

**2007 BİRLEŞMİŞ MİLLETLER VE
2008 DTM BİLGİ SİSTEMİ 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..... | 6 |
| II. ALMANYA HALI PAZARI VE PAZARA GİRİŞ..... | 8 |
| Almanya Halı Pazarı..... | 8 |
| Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama | 8 |
| Alman İş Kültürünün Temel Noktaları | 12 |
| Çalışma Uygulamaları | 12 |
| 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 | 16 |
| En Çok İthalat Yapılan Ülkeler | 17 |
| 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 |
| IV. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ | 22 |
| Türkiye - Almanya Genel Dış Ticaret | 22 |
| Türkiye – Almanya Toplam Halı Dış Ticareti..... | 26 |
| Türkiye'nin Halı İhracatında Almanya'nın Yeri | 30 |
| Türkiye'nin Halı İthalatında Almanya'nın Yeri | 32 |
| Türkiye- Almanya Makine Halısı Ticareti | 33 |
| Türkiye'nin Makina Halısı İhracatında Almanya'nın Yeri | 34 |
| Türkiye- Almanya El Halısı Ticareti..... | 35 |
| Türkiye'nin El Halısı İhracatında Almanya'nın Yeri | 35 |
| V. FAYDALI ADRESLER..... | 37 |
| VI. YARARLANILAN KAYNAKLAR | 39 |

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

83 milyonluk nüfusu ve yıllık 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, 2008 yılı Ocak-Eylül döneminde Almanya'ya ihracatımızın % 18 oranında artarak 10,3 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Almanya'nın genel ihracatımızdaki payı % 9,8'dir. Aynı dönemde Almanya'ya halı ihracatımız ise %109 oranında artarak 45,3 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır.

İki ülke arasındaki ticari ilişkiler ithalat boyutuyla ele alındığında ise, 2008 yılı Ocak-Eylül döneminde Türkiye'nin Almanya'dan genel ithalatının % 21 oranında artarak 15 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Aynı dönemde Almanya'dan yaptığımız halı ithalatı ise % 37 artarak 3,9 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Temel Ekonomik Göstergeler

Almanya dünyanın üçüncü büyük sanayiine sahiptir. Gelişmiş ülkelerin aksine 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, 2007 yılı verilerine göre; 82 milyonu aşan 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 (2007) |
| Ortalama Yaşam Süresi | 79 yıl |
| Para Birimi | Euro (€) |
| GSYİH (Satın Alma Paritesi) | 2,8 trilyon \$ (2007) |
| Kişi Başına Düşen GSYİH | 34,100 \$ (2007) |
| GSYİH Büyüme Hızı | % 2,5 (2007) |
| Enflasyon Oranı | % 2,3 (2007) |
| Sektörlere Göre GSMH | Tarım % 1 Sanayi % 29 Hizmet % 70 |
| Sektörlere Göre İşgücü | Tarım % 2,8 Sanayi % 33,4 Hizmet % 63,8 |
| Toplam İhracatı | 1,3 trilyon \$ |
| Toplam İthalatı | 1,06 trilyon \$ |
| 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 | 48.215 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 (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, Alman makina sanayii, dünyanın ihtiyaç duyduğu makina donanımlarını en yüksek kalitede üretmektedir.

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 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

2007 yılı verilerine göre Almanya'da 82,5 milyon kişi yaşamaktadır. Toplam nüfusun %20'si 65 yaşın üzerinde, %66'sı 15-64 yaş, %14'ü 0-14 yaş aralığındadır. Toplam nüfusun % 88'i şehirlerde ya da banliyölerde yaşamaktadır. Kilometrekarede 231 kişi yaşamaktadır. Almanya'da nüfusu 100 binin üzerinde olan 90 büyük şehir bulunmaktadır. Büyük şehirlerinden bazıları; Berlin, Hamburg, Münih, Frankfurt ve Köln'dür.

Almanya Federal İstatistik Dairesi'ne göre Almanya'da yaşlı ve genç nüfus arasındaki fark büyüyecektir. 2050 yılında nüfusun yarısından fazlası 48 yaşın üstünde, nüfusun üçte biri 60 yaşında ya da daha yaşlı olacaktır. Almanya'nın genel nüfusunun, diğer ülkelerden göçlere rağmen 2013 yılından itibaren azalması öngörülmektedir.

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

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

etkisiyle Almanya'daki doğum oranının bir miktar artması beklenebilir.

Ekonomi

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

Alman ekonomisi 2001 ile 2005 arası sıkıntılı bir dönemden geçtikten sonra son iki yıllık dönemde nispeten toparlanmıştır. Asya ve Rusya krizlerinden sonra 2001 yılında % 1,2, 2002 yılında ise sadece % 0,1 büyüeyebilen Alman ekonomisi, 2003 yılında ise % 0.2 oranında küçülmüştür. Üç yıllık duraklama döneminden sonra yüksek dış talebin de etkisiyle hareketlenen ekonomi, 2004 yılında % 1.3 büyürken 2005 yılında ise %1 civarında bir büyüme gerçekleştirmiştir. 2006 yılında % 2,9, 2007 yılında ise % 2,6 oranında büyüyen Alman ekonomisinin, OECD verilerine göre devam eden küresel ekonomik kriz nedeniyle 2008 yılında ancak % 1,4 büyümesi beklenmektedir. OECD verilerine göre 2009 yılında ise Alman ekonomisinin % 0,8 küçülmesi beklenmektedir.

Uzmanlar, mevcut ekonomik kriz çerçevesinde 2009 yılının Alman ekonomisi için zor geçeceğini düşünmektedir. Nitekim, daha şimdiden gelen ekonomik veriler yeni yılda yaşanacak sıkıntıların işareti niteliğindedir. Alman Federal İstatistik Dairesi'nin verilerine göre ülke ekonomisi beş yıl sonra yeniden resesyona girmiş durumdadır. İstatistik Dairesi'nin raporuna göre, yılın ikinci çeyreğinde % 0,4 küçülen Alman ekonomisi, Temmuz–Eylül ayları arasındaki üçüncü çeyrekte ise % 0,5 oranında küçülmüş bulunmaktadır.

OECD verilerine göre, Almanya ihracatının 2008 yılında % 4,2 artacağı öngörülürken, 2009 yılında ise ihracatın sert bir şekilde yavaşlayarak ancak % 0,7 artması beklenmektedir.

Diğer yandan, Almanya Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, Eylül ayında ülkedeki üretim, Ağustos ayına göre % 3.6 oranında gerilemiş bulunmaktadır. Uzmanlar, bu düşüşün 1990'lı yılların ortalarından bu yana ülkedeki en büyük sanayi üretimi düşüşü olduğunu bildirmektedirler. Ekonomi Bakanlığı verilerine göre, sanayi üretiminin azalmasının en büyük nedeni, dünyadaki ekonomik kriz nedeniyle, Alman ekonomisinin lokomotifi olan ihracat sektörlerine yönelik taleplerin de büyük ölçüde azalmış olması. Uzmanlar tarafından,

sanayi üretiminin gelecek aylarda da fazla artmayacağı öngörüsünde bulunulurken, özellikle sanayi ve inşaat sektöründeki taleplerin büyük ölçüde azaldığı kaydedilmektedir. Aynı verilere göre, sanayi üretimindeki daralmaya paralel olarak, ülke genelinde perakende satışlarda da Eylül ayında bir önceki yılın aynı dönemine göre % 3,8 oranında bir düşüş söz konusuyken, yılın 3. çeyrek döneminde ise 2. çeyrek döneme göre % 0,1 gerilemiş durumdadır.

Ekonomi uzmanları, resesyonun uzun bir süre devam edeceğini ancak ekonominin 2009'un ikinci yarısından itibaren toparlanmaya başlayabileceğini belirtmektedir. Uzmanlara göre, mali güvencenin ana dayanağı olan ihracat uzunca bir süre eskisi gibi olmayacaktır, zira küresel ekonomik krizin Alman mallarına olan talebin de azalmasına yol açacağı belirtilmektedir..

Uzmanlara göre, 2007 yılının ortalarından beri artış gösteren özel tüketim harcamaları Alman ekonomisinin şu ana dek çıkmaza girmemesinde önemli rol oynarken, önümüzdeki dönem özel tüketim harcamalarında yaşanabilecek düşüşlerin ise ekonomiyi daha da sıkıntıya sokabileceği düşünülmektedir. Bu konudaki en güncel veri ise, ülke genelinde perakende satışların Eylül ayında Ağustos ayına göre % 2,3 düşmüş olmasıdır. Temmuz-Eylül dönemini içeren 3. çeyrek dönemde ise perakende satışlar 2. çeyrek döneme göre % 0,1 azalmış bulunmaktadır.

Sonuç olarak, Almanya ülkemiz ulusal ihracatı açısından en önemli pazarlardan biri olmasının yanı sıra, sektörlerimiz açısından da son derece kritik bir öneme sahiptir. Hazırgiyim ihracatımızda % 24, tekstil ihracatımızda % 5,6, deri ve deri mamulleri ihracatımızda % 9,7, halı ihracatımızda ise % 5,2 paya sahip olan Almanya pazarında önümüzdeki dönem meydana gelecek bir tüketim daralması, ihracat sektörlerimizi de olumsuz yönden etkileyecektir.

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. 2007 yılında ülkenin halı ithalatı yaklaşık 1 milyar 255 milyon dolar olarak gerçekleşerek 2006 yılına göre % 0,7 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. 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 aracılar.

İthalat yapan firmalar genellikle belirli ürünler ya da ülkeler üzerinde uzmanlaşırlar. Deneyimleri sayesinde bu tür ortaklar özellikle Alman pazarının kendine özgün koşullarını iyi tanımayan yabancı üreticilerin Almanya pazarına girişini kolaylaştırır. Bunun dışında ithal işlemleri perakendecilere, sanayiye ve el sanatları üreticilerine satış yapan toptancılar tarafından da yürütülür. Toptancılar genellikle belirli bir ürün ya da belirli sektörler üzerinde yoğunlaşırlar. 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 işadımı 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 verilinceye kadar hediye vermemeye özen gösteriniz. Hediye verme olayı Alman iş ahlakının önemli bir parçası değildir. Hediye sadece gerektiği zaman verilmeli ve yanlış yorumlara neden olmamalıdır.

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

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

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

III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

Birleşmiş Milletler resmi istatistik verilerine göre Almanya 2007 yılı itibariyle 2,4 trilyon dolar değerinde dış ticaret hacmine sahiptir. 2007 yılında genel ihracat 1,3 trilyon dolar ve genel ithalat 1 trilyon doların üzerinde gerçekleşmiştir.

Almanya halihazırda dünyada en çok ihracat gerçekleştiren ülkeler arasında birinci sırada iken, en çok ithalat yapan ülkeler arasında da ABD’nin ardından ikinci konumdadır (Birleşmiş Milletler 2007 yılı verisi).

2003 yılından 2007 yılına kadar beş yıllık süreçte Almanya’nın dış ticaretine ilişkin veriler aşağıdaki tabloda izlenebilir:

| ALMANYA’NIN GENEL DIŞ TİCARETİ | | | | |
|--------------------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|
| Birim:\$ | | | | |
| YILLAR | İHRACAT | YILLIK DEĞİŞİM (%) | İTHALAT | YILLIK DEĞİŞİM (%) |
| 2003 | 748.531.267.000 | - | 601.761.022.000 | - |
| 2004 | 911.742.096.000 | 21,8 | 718.150.018.000 | 19,3 |
| 2005 | 977.131.972.000 | 7,2 | 779.819.058.000 | 8,6 |
| 2006 | 1.121.962.887.000 | 14,8 | 922.213.393.000 | 18,3 |
| 2007 | 1.328.841.354.000 | 18,4 | 1.059.307.813.000 | 14,9 |

Kaynak: Comtrade - Kasım 2008

En Çok İhraç Edilen Ürünler

2007 yılında Almanya’nın en fazla ihraç ettiği ürünler Fasıl 84’te yer alan nükleer reaktörler, kazan ve makinalar, Fasıl 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fasıl 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, Fasıl 39’da yer alan plastik ve mamülleri ile Fasıl 90 kapsamındaki optik cihazlar, fotoğraf, sinema, v.b alet ve cihazlar, saatçi eşyası, tıbbi alet ve cihazlar, müzik alet ve cihazlarıdır. Almanya’da 2007 yılında en fazla ihraç edilen ürünlere ilişkin rakamsal bilgiler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

| ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRAC ETTİĞİ ÜRÜNLER | | |
|---|---|-----------------|
| İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2007 | | |
| FASIL NO | TANIM | DEĞER \$ |
| 84 | NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR | 241.145.282.000 |
| 87 | MOTORLU KARA TAŞITLARI | 221.716.832.000 |
| 85 | ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR | 133.019.987.000 |
| 39 | PLASTİKLER VE MAMULLERİ, KAUÇUK VE MAMULLERİ | 58.157.913.000 |
| 90 | OPTİK ALET VE CİHAZLARI, FOTOĞRAF, SİNEMA V.S. ALET VE CİHAZLARI, SAATÇİ EŞYASI, TIBBİ ALET VE CİHAZLARI, MÜZİK ALET VE CİHAZLARI | 51.583.081.000 |

Kaynak: Comtrade / Kasım 2008

En Çok İthal Edilen Ürünler

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

| ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ ÜRÜNLER | | |
|---|--|-----------------|
| İLK 5 ÜRÜN GRUBU / 2006 | | |
| FASIL NO | TANIM | DEĞER \$ |
| 84 | NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZANLAR, MAKİNALAR | 132.890.771.000 |
| 85 | ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR | 112.507.137.000 |
| 27 | MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR VE BUNLARIN DAMITILMASINDAN ELDE EDİLEN ÜRÜNLER | 111.712.186.000 |
| 87 | MOTORLU KARA TAŞITLARI | 87.378.808.000 |
| 30 | ECZACILIK ÜRÜNLERİ | 38.729.776.000 |

Kaynak: Comtrade / Kasım 2008

En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

2007 yılı verilerine göre Almanya'nın en çok ihracat gerçekleştirdiği ülke Fransa'dır. ABD, İngiltere, İtalya ve Hollanda, Fransa'yı takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ihracat yaptığı ilk 20 ülkeye toplam ihracatın %80'i yönelmiş durumdadır. 2007 yılında bu 20 ülkeye gerçekleşen ihracatın %2,8 ile %35,8 arasında değişen oranlarda artması dikkat çekicidir.

Türkiye Almanya'nın en fazla ihracat yaptığı 17. ülkedir. Comtrade verilerine göre 2007 yılında bu ülkeden Türkiye'ye 20,7 milyar dolar değerinde ihracat gerçekleştirilmiştir.

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

| ALMANYA'NIN EN ÇOK İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER | | | |
|--|-------------------|-------------------|-----------|
| Birim:\$ | 2006 | 2007 | DEĞİŞİM % |
| FRANSA | 106.705.583.000 | 128.665.995.000 | 20,6 |
| ABD | 98.010.962.000 | 100.560.788.000 | 2,6 |
| İNGİLTERE | 81.235.846.000 | 97.258.871.000 | 19,7 |
| İTALYA | 74.568.764.000 | 89.346.505.000 | 19,8 |
| HOLLANDA | 71.001.811.000 | 85.550.223.000 | 20,5 |
| AVUSTURYA | 62.213.490.000 | 72.334.828.000 | 16,3 |
| BELÇİKA | 58.649.257.000 | 70.388.624.000 | 20,0 |
| İSPANYA | 52.472.241.000 | 66.023.015.000 | 25,8 |
| İSVİÇRE | 44.366.358.000 | 50.610.801.000 | 14,1 |
| POLONYA | 36.487.238.000 | 49.555.244.000 | 35,8 |
| ÇİN | 34.596.026.000 | 41.106.431.000 | 18,8 |
| RUSYA FED | 29.457.553.000 | 38.755.181.000 | 31,6 |
| ÇEK CUM. | 28.268.173.000 | 35.713.660.000 | 26,3 |
| İSVEÇ | 23.611.601.000 | 29.737.171.000 | 25,9 |
| MACARİSTAN | 20.137.498.000 | 23.711.582.000 | 17,7 |
| DANİMARKA | 18.037.314.000 | 21.065.785.000 | 16,8 |
| TÜRKİYE | 18.076.790.000 | 20.723.232.000 | 14,6 |
| JAPONYA | 17.424.016.000 | 17.913.466.000 | 2,8 |
| FİNLANDİYA | 11.588.294.000 | 14.114.534.000 | 21,8 |
| G.KORE | 10.659.179.000 | 11.973.074.000 | 12,3 |
| İLK 20 ÜLKE TOPLAMI | 897.567.994.000 | 1.065.109.010.000 | 18,7 |
| İLK 20 ÜLKENİN TOP. PAYI | 80,0 | 80,2 | |
| DÜNYA TOPLAMI | 1.121.962.887.000 | 1.328.841.354.000 | 18,4 |

Kaynak: Comtrade / Kasım 2008

En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

2007 yılı BM Comtrade verilerine göre 2007 yılında Almanya'nın en çok ithalat gerçekleştirdiği ülkelerin başında, Fransa gelmektedir. Hollanda, Çin, ABD, İtalya ve İngiltere bu ülkeyi takip etmektedir.

Almanya'nın en çok ithalat yaptığı 20 ülkeden biri hariç (Norveç) diğer bütün ülkelerden gerçekleşen ithalat %1 ile %31 arasında değişen oranlarda artması ilgi çekicidir.

Türkiye, Almanya'nın en fazla ithalat yaptığı 20. ülke olarak görünmektedir. Türkiye'den 2007 yılı içerisinde 13,3 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:\$ | 2006 | 2007 | DEĞİŞİM % |
| FRANSA | 78.032.709.000 | 88.900.117.000 | 13,9 |
| HOLLANDA | 76.303.973.000 | 88.335.346.000 | 15,8 |
| ÇİN | 62.805.681.000 | 75.047.643.000 | 19,5 |
| ABD | 61.792.385.000 | 62.436.453.000 | 1,0 |
| İTALYA | 52.122.536.000 | 60.806.508.000 | 16,7 |
| İNGİLTERE | 51.301.357.000 | 59.560.295.000 | 16,1 |
| BELÇİKA | 41.977.899.000 | 53.222.511.000 | 26,8 |
| AVUSTURYA | 38.099.117.000 | 44.915.237.000 | 17,9 |
| İSVİÇRE | 32.076.143.000 | 41.267.373.000 | 28,7 |
| RUSYA FED. | 37.674.339.000 | 39.576.940.000 | 5,1 |
| ÇEK CUM. | 27.476.980.000 | 35.983.602.000 | 31,0 |
| POLONYA | 26.679.809.000 | 33.121.522.000 | 24,1 |
| JAPONYA | 30.161.029.000 | 32.996.181.000 | 9,4 |
| İSPANYA | 24.902.610.000 | 28.956.451.000 | 16,3 |
| MACARİSTAN | 19.749.854.000 | 24.825.354.000 | 25,7 |
| İRLANDA | 21.057.416.000 | 24.439.041.000 | 16,1 |
| NORVEÇ | 24.681.264.000 | 24.296.405.000 | -1,6 |
| İSVEÇ | 16.210.025.000 | 19.454.572.000 | 20,0 |
| DANİMARKA | 13.306.196.000 | 15.046.737.000 | 13,1 |
| TÜRKİYE | 11.591.993.000 | 13.328.399.000 | 15,0 |
| İLK 20 ÜLKE TOPLAMI | 748.003.315.000 | 866.516.687.000 | 15,8 |
| İLK 20 ÜLKENİN TOP. PAYI | 81,1 | 81,8 | 0,9 |
| DÜNYA TOPLAMI | 922.213.393.000 | 1.059.307.813.000 | 14,9 |

Kaynak: Comtrade / Kasım 2008

IV. ALMANYA'NIN HALI SEKTÖRÜ DIŞ TİCARETİ

Almanya'nın halı ihracatı 2002 yılından 2007 yılına kadar sürekli artmıştır. 5 yıllık bir süreçte yıllık ortalama % 11 oranında artarak 465 milyon dolardan 643 milyon dolara ulaşmıştır.

Almanya'nın halı ithalatı ise 2002 yılından 2007 yılına kadar geçen süreçte artarak 2007 yılında 1 milyar 254 milyon doları geçmiştir.

| ALMANYA'NIN HALI İHRACATI VE İTHALATI | | | | |
|---------------------------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------|
| Birim:\$ | | | | |
| YILLAR | HALI İHRACATI | YILLIK ARTIŞ ORANI (%) | HALI İTHALATI | YILLIK ARTIŞ ORANI (%) |
| 2003 | 464.633.000 | - | 1.090.477.000 | - |
| 2004 | 522.609.000 | 12,5 | 1.186.231.000 | 8,8 |
| 2005 | 571.618.000 | 9,4 | 1.218.808.000 | 2,7 |
| 2006 | 620.715.000 | 8,6 | 1.246.436.000 | 2,3 |
| 2007 | 642.857.000 | 12,5 | 1.254.826.000 | 0,7 |

Kaynak: Comtrade, Kasım 2008

Almanya'nın Makina Halısı Dış Ticareti

Birleşmiş Milletler verilerine göre, Almanya'nın makina halısı dış ticareti verileri aşağıdaki tabloda görülmektedir. Almanya'nın makina halısı ihracatı 2002 yılından itibaren önemli oranlarda artmış ve 2007 yılında 586 milyon 825 bin dolara ulaşmıştır.

| ALMANYA'NIN MAKİNA HALISI İHRACATI VE İTHALATI | | | | |
|--|------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Birim:\$ | | | | |
| YILLAR | MAKİNA HALISI İHRACATI | YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%) | MAKİNA HALISI İTHALATI | YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%) |
| 2003 | 416.655.000 | - | 775.820.000 | - |
| 2004 | 467.031.000 | 12,1 | 842.821.000 | 8,6 |
| 2005 | 516.797.000 | 10,7 | 916.989.000 | 8,8 |
| 2006 | 558.482.000 | 8,1 | 948.934.000 | 3,5 |
| 2007 | 586.825.000 | 13,6 | 957.286.000 | 0,9 |

Kaynak: Comtrade, Kasım 2008

Almanya makina halısı ithalatı 2002 yılından itibaren sürekli artarak 2007 yılında 957 milyon 286 bin dolara ulaşmıştır. 2006 ve 2007 yıllarındaki ithalatın artış hızının yavaşlaması dikkat çekmektedir. Ancak bu ithalat rakamı Almanya'nın dünyanın önemli makina halısı pazarlarından birisi olduğunu ortaya koymaktadır.

Makina Halısı İthalatı Yapan Ülkeler Arasında Almanya

Aşağıdaki tablodan da açıkça görüldüğü üzere Almanya dünyanın üçüncü büyük makina halısı pazarıdır. Birleşmiş Milletler'in istatistik veritabanına göre dünya makina halısı ithalatının %6'sı Almanya tarafından yapılmaktadır.

| DÜNYA MAKİNA HALISI İTHALATÇILARI ARASINDA ALMANYA | | |
|---|--------------------|--------------|
| Birim:\$ | 2007 | PAY % |
| İNGİLTERE | 1.615.700.063 | 35,3 |
| ABD | 1.588.331.081 | 16,1 |
| ALMANYA | 957.286.000 | 6,0 |
| KANADA | 769.797.192 | 5,7 |
| FRANSA | 473.094.342 | 4,2 |
| JAPONYA | 460.582.669 | 3,1 |
| HOLLANDA | 380.696.642 | 3,0 |
| BELÇİKA | 277.296.238 | 2,4 |
| AVUSTRALYA | 240.102.081 | 2,4 |
| POLONYA | 226.195.249 | 2,2 |
| İLK 10 ÜLKE TOPLAMI | 6.989.081.557 | 80,3 |
| DÜNYA TOPLAMI | 10.383.499.092 | 100 |

Kaynak: Comtrade / Kasım 2008

Almanya'nın En Çok Makina Halısı İthal Ettiği Ülkeler

2007 yılı itibariyle ithalat rakamları ve payları aşağıdaki tabloda verilmektedir.

Almanya'nın en fazla makina halısı ithalatı yaptığı ilk beş ülke ve payları; Belçika (%33,2), Hollanda (%20,4), Hindistan(%8,8), Çin (%7,5) ve İsviçre (%7,3) olarak sıralanmaktadır.

| ALMANYA'NIN EN ÇOK MAKİNA HALISI İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER | | |
|--|-------------------|--------------|
| Birim:\$ | 2007 | PAY % |
| BELÇİKA | 317.699.000 | 33,2 |
| HOLLANDA | 195.578.000 | 20,4 |
| HİNDİSTAN | 83.771.000 | 8,8 |
| ÇİN | 71.646.000 | 7,5 |
| İSVİÇRE | 69.987.000 | 7,3 |
| İLK 5 ÜLKE TOPLAMI | 738.681.000 | 77,2 |
| TÜRKİYE | 12.280.000 | 1,3 |
| TOPLAM | 957.286.000 | 100 |

Kaynak: Comtrade, Kasım 2008

Türkiye, yukarıdaki tablodan da görüldüğü üzere Almanya'nın makina halısı ithalatından önemli bir pay (%1,3) alamamaktadır. 2007 yılında Almanya Türkiye'den 12,3 milyon dolar değerinde makina halısı ithal etmiştir.

Almanya'nın El Halısı Dış Ticareti

Almanya'nın el halısı ihracatı 2002 yılında 52 milyon 435 bin dolar iken 2006 yılında 62 milyon doları aşmış ancak 2007 yılında bir miktar azalarak 56 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

| ALMANYA'NIN EL HALISI İHRACATI VE İTHALATI | | | | |
|---|--------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|
| Birim:\$ | | | | |
| YILLAR | EL HALISI İHRACATI | YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%) | EL HALISI İTHALATI | YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%) |
| 2003 | 47.978.000 | - | 314.657.000 | - |
| 2004 | 55.578.000 | 15,8 | 343.410.000 | 9,1 |
| 2005 | 54.821.000 | -1,4 | 301.819.000 | -12,1 |
| 2006 | 62.233.000 | 13,5 | 297.502.000 | -1,4 |
| 2007 | 56.032.000 | -10,0 | 297.540.000 | 0,0 |

Kaynak: Comtrade, Kasım 2008

Almanya'nın el halısı ithalatı rakamları incelendiğinde ise dalgalı bir seyir göze çarpmaktadır. Ayrıca 2002 yılına göre 2006 yılında Almanya el halısı ithalatı azalmıştır. 2007 yılında Almanya 297,5 milyon dolarlık el halısı ithal etmiştir.

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:\$ | 2007 | PAY % |
| ABD | 651.706.248 | 35,3 |
| ALMANYA | 297.540.000 | 16,1 |
| TÜRKİYE | 111.058.294 | 6,0 |
| İTALYA | 104.333.265 | 5,7 |
| İNGİLTERE | 77.243.711 | 4,2 |
| JAPONYA | 57.013.779 | 3,1 |
| FRANSA | 54.754.148 | 3,0 |
| KANADA | 44.420.321 | 2,4 |
| İSVİÇRE | 43.679.854 | 2,4 |
| HOLLANDA | 41.311.563 | 2,2 |
| İLK 10 ÜLKE TOPLAMI | 1.483.061.183 | 80,3 |
| DÜNYA TOPLAMI | 1.845.953.692 | 100 |

Kaynak: Comtrade / Kasım 2008

2006 yılında Amerika Birleşik Devletleri 651,7 milyon dolar el halısı ithal ederken Almanya 297,5 milyon dolar el halısı ithalatı yapmıştır.

Almanya'nın En Çok El Halısı İthal Ettiği Ülkeler

Almanya, 2007 yılında ithal ettiği el halılarının %31,5'sini Hindistan'dan, %30,7'sini İran'dan, %11,7'sini Pakistan'dan, %5,8'ini Türkiye'den gerçekleştirmiştir.

| ALMANYA'NIN EN ÇOK EL HALISI İTHALATI YAPTIĞI ÜLKELER | | |
|---|-------------|-------|
| Birim:\$ | 2007 | PAY % |
| HİNDİSTAN | 93.670.000 | 31,5 |
| İRAN | 91.492.000 | 30,7 |
| PAKİSTAN | 34.892.000 | 11,7 |
| NEPAL | 33.163.000 | 11,1 |
| TÜRKİYE | 17.337.000 | 5,8 |
| İLK 5 ÜLKE TOPLAMI | 270.554.000 | 90,9 |
| TOPLAM | 297.540.000 | 100 |

Kaynak: Comtrade, Kasım 2008

Adı geçen beş ülkenin toplam payı %90,9'dur. Almanya , 2007 yılında el halısı ithalatının %5,8'ini Türkiye'den gerçekleştirmiştir.

IV. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - Almanya Genel Dış Ticaret

Almanya, Türkiye'nin en yoğun ticari ilişkilerde bulunduğu ülkelerin başında gelmektedir. 2007 yılında yaklaşık 107,3 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Almanya'nın 11,9 milyar dolar ile % 11,2'lik payı bulunmaktadır. 2007 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2006 yılına kıyasla % 25,4 oranında artarken, Almanya'ya yönelik ihracat artışı da Ülkemizin genel ihracat artış oranına çok yakın bir seviyede gerçekleşerek % 23,8 oranında artmıştır. 2008 yılının Ocak-Eylül dönemi itibariyle ise, Türkiye genel ihracatı 105,3 milyar dolar ve Almanya'ya ihracat 10,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Ülkemizin ithalat verileri incelendiğinde ise, 2007 yılında 170 milyar dolar olarak gerçekleşen Türkiye genel ithalatında Almanya'dan yapılan ithalatın payı % 10,3 iken; 2008 yılının ilk dokuz ayında bu payın % 9,1'e gerilediği anlaşılmaktadır. Türkiye'nin Almanya ile dış ticaretini halı ticareti ile birlikte değerlendiren bir tablo aşağıda yer almaktadır.

| TÜRKİYE - ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ | | | | |
|-------------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|-----------------------|
| Birim: \$ | 2006 YILLIK | 2007 YILLIK | DEĞİŞİM % | 2008 OCAK - EYLÜL |
| ALMANYA'YA İHRACAT | 9.686.234.819 | 11.993.232.454 | 23,8 | 10.308.021.835 |
| TÜRKİYE GENEL İHRACAT | 85.534.675.518 | 107.271.749.904 | 25,4 | 105.349.436.740 |
| ALMANYA'NIN PAYI % | 11,32 | 11,18 | | 9,78 |
| ALMANYA'DAN İTHALAT | 14.768.220.038 | 17.539.955.009 | 18,8 | 14.824.262.403 |
| TÜRKİYE GENEL İTHALAT | 139.576.174.148 | 170.062.714.501 | 21,8 | 163.518.112.095 |
| ALMANYA'NIN PAYI % | 10,58 | 10,31 | | 9,07 |
| ALMANYA'YA HALI İHRACATI | 27.955.638 | 34.885.431 | 24,8 | 45.275.651 |
| TÜRKİYE HALI İHRACATI | 743.092.816 | 991.984.499 | 33,5 | 856.544.763 |
| ALMANYA'NIN PAYI % | 3,76 | 3,52 | | 5,29 |
| ALMANYA'DAN HALI İTHALATI | 8.086.032 | 3.780.469 | -53,2 | 3.903.914 |
| TÜRKİYE HALI İTHALATI | 167.540.257 | 192.766.853 | 15,1 | 167.746.096 |
| ALMANYA'NIN PAYI % | 4,83 | 1,96 | | 2,33 |

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye'den Almanya'ya yönelik genel ihracat, 2000 yılından 2008 yılının Ocak-Eylül dönemine kadar geçen dokuz yıla yakın süreç içerisinde sürekli artan bir seyir izlemiş, ancak artış oranları bazı yıllar

% 25'in üzerinde gerçekleşirken bazı yıllar da ise % 5'in bile altında kalmıştır.

Bu ülkeden ithalat ise, 2001 yılında Ülkemizde yaşanan ekonomik krizin de etkisiyle 2000 yılına kıyasla % 26 gerilemiş, ancak o tarihten sonra özellikle 2002 – 2004 yılları arasında peş peşe üç yıl % 30'un üzerinde olmak üzere sürekli artmıştır. 2007 yılı itibariyle Almanya ile Türkiye arasındaki dış ticaret hacmi 29,5 milyar doları aşmıştır. 2008 yılının ilk dokuz aylık dönemi içerisinde ise dış ticaret hacmi 25,1 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

2000 yılından 2008 yılının Ocak-Eylül dönemine kadar Türkiye ile Almanya arasında dış ticaretin seyrini gösteren bir tablo, aşağıda verilmektedir.

| TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ | | | | |
|---------------------------------------|----------------------|---------------------------|----------------------|---------------------------|
| Birim: \$ | | | | |
| YILLAR | GENEL İHRACAT | YILLIK DEĞİŞİM (%) | GENEL İTHALAT | YILLIK DEĞİŞİM (%) |
| 2000 | 5.179.844.047 | - | 7.198.209.397 | - |
| 2001 | 5.366.944.918 | 3,6 | 5.335.443.468 | -25,9 |
| 2002 | 5.868.812.970 | 9,4 | 7.041.532.433 | 32,0 |
| 2003 | 7.484.930.597 | 27,5 | 9.452.963.795 | 34,2 |
| 2004 | 8.745.282.461 | 16,8 | 12.515.655.290 | 32,4 |
| 2005 | 9.455.049.952 | 8,1 | 13.633.887.595 | 8,9 |
| 2006 | 9.686.234.819 | 10,8 | 14.768.220.038 | 18,0 |
| 2007 | 11.993.232.454 | 26,8 | 17.539.955.009 | 28,6 |
| 2008* | 10.308.021.835 | | 14.824.262.403 | |

(*): Ocak - Eylül

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2008 yılının ilk dokuz ayı itibariyle en fazla ihraç edilen mamullerin başında Fası 87 kapsamındaki motorlu kara taşıtları, Fası 61 kapsamındaki örme giyim eşyaları ile Fası 84 kapsamındaki nükleer reaktör, kazan, makina ve cihazların geldiği görülmektedir.

Bu ilk üç ürün grubunu takiben Fası 62 kapsamındaki dokuma konfeksiyon mamulleri, Fası 85 kapsamındaki elektrikli makina ve cihazlar, Fası 73 kapsamındaki demir veya çelikten eşya ile Fası 63

kapsamındaki mensucattan mamul diğer hazır eşyalar, en fazla ihraç edilen ürünler içerisinde yer almaktadır.

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

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

| TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA GENEL İHRACAT | | | | |
|---|---|--------------------------|--------------------------|----------------------------|
| EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN | | | | |
| GTİP BAŞLIĞI | KAPSAM | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2007 / 08 DEĞİŞİM % |
| 87 | MOTORLU KARA TAŞITLARI, TRAKTÖR, BİSİKLET, MOTOSİKLET VE DİĞER | 1.377.707.293 | 1.781.639.880 | 29 |
| 61 | ÖRME GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI | 1.673.028.956 | 1.775.369.627 | 6 |
| 84 | NÜKLEER REAKTÖRLER, KAZAN, MAKİNA VE CİHAZLAR, ALETLER, PARÇALARI | 1.086.373.259 | 1.314.090.542 | 21 |
| 62 | ÖRÜLMEMİŞ GİYİM EŞYASI VE AKSESUARLARI | 747.888.553 | 799.484.788 | 7 |
| 85 | ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR, AKSAM VE PARÇALARI | 560.101.433 | 662.018.786 | 18 |
| 73 | DEMİR VEYA ÇELİKTE EŞYA | 268.732.295 | 401.291.411 | 49 |
| 63 | MENSUCATTAN MAMUL DİĞER EŞYA, KULLANILMIŞ EŞYA, PAÇAVRALAR | 325.273.936 | 384.733.955 | 18 |
| 20 | SEBZE, MEYVA, BİTKİ PARÇALARI, SERT KABUKLU YEMİŞ KONSERVELERİ | 240.545.904 | 315.275.970 | 31 |
| 40 | KAUÇUK VE KAUÇUKTAN EŞYA | 235.794.080 | 290.922.836 | 23 |
| 76 | ALUMİNYUM VE ALUMİNYUM EŞYA | 209.361.039 | 255.678.943 | 22 |
| 8 | YENİLEN MEYVALAR, KABUKLU YEMİŞLER, TURUNÇGİL VE KAVUN KABUĞU | 230.200.034 | 251.144.368 | 9 |
| 39 | PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA | 122.413.691 | 183.296.724 | 50 |
| 72 | DEMİR VE ÇELİK | 142.448.705 | 159.725.095 | 12 |
| 94 | MOBİLYALAR, AYDINLATMA, REKLAM LAMBALARI, PREFABRİK YAPILAR | 112.652.777 | 137.979.639 | 22 |
| 89 | GEMİLER, SUDA YÜZEN TAŞIT VE ARAÇLAR | 162.884.203 | 113.797.008 | -30 |
| 27 | MİNERAL YAKITLAR, MİNERAL YAĞLAR VE MÜSTAHSALLARI, MUMLAR | 49.927.053 | 93.112.766 | 86 |
| 70 | CAM VE CAM EŞYA | 48.156.331 | 83.475.589 | 73 |
| 69 | SERAMİK MAMULLERİ | 72.520.491 | 81.351.993 | 12 |
| 52 | PAMUK | 73.263.455 | 73.183.468 | 0 |
| 54 | DOKUMAYA ELVERİŞLİ SUNİ VE SENTETİK LİFLER | 64.474.280 | 66.225.220 | 3 |
| İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI | | 7.803.747.768 | 9.223.798.608 | 18 |
| ALMANYA'YA GENEL İHRACAT | | 8.707.978.715 | 10.308.021.835 | 18 |
| İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI % | | 90 | 89 | |

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye'nin Almanya'dan ithalatında ise Fasıl 84 kapsamındaki nükleer reaktör, kazan, makina ve cihazlar ile 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.

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

| TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI | | | | |
|---|---|-------------------|-------------------|---------------------|
| EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN | | | | |
| GTİP BAŞLIĞI | KAPSAM | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2007 / 08 DEĞİŞİM % |
| 84 | NÜKLEER REAKTÖRLER,KAZAN;MAKİNA VE CİHAZLAR,ALETLER,PARÇALARI | 3.131.308.839 | 3.402.575.516 | 9 |
| 87 | MOTORLU KARA TAŞITLARI,TRAKTÖR,BİSİKLET,MOTOSİKLET VE DİĞER | 2.186.921.622 | 2.880.099.035 | 32 |
| 85 | ELEKTRİKLİ MAKİNA VE CİHAZLAR,AKSAM VE PARÇALARI | 1.074.905.657 | 1.227.084.245 | 14 |
| 39 | PLASTİK VE PLASTİKTEN MAMUL EŞYA | 1.002.065.535 | 1.086.396.864 | 8 |
| 72 | DEMİR VE ÇELİK | 466.331.744 | 696.684.154 | 49 |
| 30 | ECZACILIK ÜRÜNLERİ | 465.540.050 | 602.670.563 | 29 |
| 90 | OPTİK,FOTOĞRAF,SİNEMA,ÖLÇÜ,KONTROL,AYAR CİHAZLARI,TIBBİ ALET. | 424.153.224 | 543.139.786 | 28 |
| 29 | ORGANİK KİMYASAL MÜSTAHSALLAR | 317.700.333 | 447.098.516 | 41 |
| 48 | KAĞIT VE KARTON;KAĞIT HAMURUNDAN KAĞIT VE KARTONDAN EŞYA | 283.384.076 | 342.190.032 | 21 |
| 38 | MUHTELİF KİMYASAL MADDELER | 258.933.950 | 324.141.085 | 25 |
| 73 | DEMİR VEYA ÇELİKTEN EŞYA | 205.424.692 | 282.223.359 | 37 |
| 32 | DEBAGAT VE BOYACILIKTA KULLANILAN HÜLSA,BOYA,MACUN,SAKIZLAR | 249.444.115 | 278.308.493 | 12 |
| 88 | HAVA TAŞITLARI,UZAY ARAÇLARI,AKSAM VE PARÇALARI | 1.573.722 | 223.172.051 | 14.081 |
| 89 | GEMİLER,SUDA YÜZEN TAŞIT VE ARAÇLAR | 112.833.866 | 216.564.345 | 92 |
| 40 | KAUÇUK VE KAUÇUKTAN EŞYA | 152.324.557 | 181.041.628 | 19 |
| 34 | SABUNLAR,YÜZEY AKTİF ORGANİK MADDELER,YIKAMA-YAĞLAMA MADDE. | 117.121.022 | 152.586.380 | 30 |
| 55 | SENTETİK VE SUNİ DEVAMSIZ LİFLER | 138.701.465 | 132.752.504 | -4 |
| 76 | ALUMİNYUM VE ALUMİNYUM EŞYA | 119.612.113 | 128.707.799 | 8 |
| 94 | MOBİLYALAR,AYDINLATMA,REKLAM LAMBALARI,PREFABRİK YAPILAR | 92.352.380 | 116.570.400 | 26 |
| 83 | ADİ METALLERDEN ÇEŞİTLİ EŞYA | 89.495.095 | 111.758.335 | 25 |
| İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI | | 10.890.128.057 | 13.375.765.090 | 23 |
| ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT | | 12.221.614.820 | 14.824.262.403 | 21 |
| İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI % | | 89 | 90 | |

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye – Almanya Toplam Halı Dış Ticareti

Türkiye'nin halı dış ticaret istatistik verileri incelendiğinde 2007 yılında 991,9 milyon dolarlık ihracat ve 192,7 milyon dolar değerinde ithalat yapıldığı anlaşılmaktadır. 2007 yılında yaklaşık 1,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşen toplam halı dış ticareti, 2008 yılının ilk dokuz ayında 1 milyar dolar seviyesini aşmıştır. Almanya'nın Türkiye'nin halı ihracatındaki payı 2007 yılı için % 3,52 ve 2008 yılı Ocak-Eylül dönemi için % 5,29 olarak hesaplanmaktadır. Öte yandan, Almanya'nın Türkiye toplam halı ve yer kaplamaları ithalatından aldığı pay, 2007 yılı için % 1,96 ve 2008 yılının Ocak-Eylül dönemi için % 2,33'dür. Bu seyir içerisinde, Almanya'nın Türkiye halı ticaretindeki payının hem ihracat hem de ithalatta oransal olarak arttığı görülmektedir..

Aşağıdaki tabloda, Türkiye ile Almanya arasındaki halı ticaretine ilişkin veriler, 2000 yılından 2008 yılının Eylül sonuna kadar olan sekiz 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 ² | 962.763 | 28.369.823 | | 415.121 | 7.019.316 | |
| 2001 | M ² | 1.563.604 | 44.260.184 | 56,0 | 192.075 | 1.580.265 | -77,5 |
| 2002 | M ² | 1.531.528 | 30.124.781 | -31,9 | 226.634 | 2.595.284 | 64,2 |
| 2003 | M ² | 2.546.170 | 31.719.580 | 5,3 | 291.757 | 2.482.999 | -4,3 |
| 2004 | M ² | 2.046.227 | 29.209.428 | -7,9 | 352.646 | 2.589.950 | 4,3 |
| 2005 | M ² | 2.179.473 | 26.775.824 | -8,3 | 571.547 | 8.029.266 | 210,0 |
| 2006 | M ² | 2.376.166 | 27.955.638 | 4,4 | 503.760 | 8.086.032 | 0,7 |
| 2007 | M ² | 3.650.778 | 34.885.431 | 24,8 | 363.966 | 3.780.469 | -53,2 |
| 2007* | M ² | 2.256.157 | 21.662.504 | | 284.078 | 2.841.123 | |
| 2008* | M ² | 4.418.783 | 45.275.651 | 109,0 | 302.094 | 3.903.914 | 3,3 |

(*) : Ocak - Eylül

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Tablodan, Almanya'ya halı ihracatının 2000 yılından bu yana dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. 2001 yılında 2000 yılına kıyasla % 56 oranında artış yaşanırken, 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 yaşanmıştır. 2006 yılında ibre yine artış yönüne kaymış ve Almanya'ya % 4,4 oranında artışla yaklaşık 28 milyon dolar değerinde ve yaklaşık 2,4 milyon metrekare

halı ihracatı gerçekleştirilmiştir. 2007 yılında ihracat artış hızı yıllar sonra tekrar yüksek bir seyir yakalamış ve yaklaşık 34,9 milyon dolar değerinde 3,6 milyon metrekarelik halı ihraç edilmiştir. 2008 yılının Ocak – Eylül döneminde 2007 yılının ilk dokuz aylık dönemine kıyasla Ülkemizden Almanya'ya yönelik olarak gerçekleşen halı ihracatı % 109 gibi ciddi bir oranda artmış ve 42,2 milyon dolar ve 4,4 milyon metrekare olarak gerçekleşmiştir. İçerisinde bulunduğumuz yılın ilk üç çeyreğine ilişkin ihracat verileri uyarınca Almanya, Türkiye'nin halı ihracatında en büyük dördüncü pazar konumundadır.

Diğer yandan, 2008 Ocak – Eylül dönemi ithalat istatistiklerine göre Almanya Türkiye'nin halı ithalatında 7. sırada yer almaktadır. Bu ülkeden ithalat, 2000 yılından 2008 yılına kadar ele alınarak incelendiğinde, büyük dalgalanmalar göze çarpmaktadır. Zira 2000 yılında Almanya'dan 7 milyon dolar değerinde 415 bin metrekare halı ithal edilirken, 2001 yılında bu rakamlar neredeyse beşte birine inmiş; izleyen üç yıl değer olarak 2,5 milyon dolar civarında seyretmiştir. 2005 yılında ithalat miktarı metrekare bazında ikiye katlanırken, 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 yılının Ocak-Eylül döneminde ise halı ithalatı bir önceki senenin aynı dönemine oranla % 37 artarak 3,9 milyon dolara yükselmiştir.

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 2008 Ocak – Eylül döneminde Almanya'ya ihracatı bir önceki senenin aynı dönemine oranla % 223 gibi son derece önemli bir oranda artarak 8,7 milyon dolardan 28 milyon dolar seviyesine çıkmıştır.

Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen halılara ilişkin, ürün bazında istatistikler aşağıdaki tabloda verilmektedir.

| TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA HALI İHRACATI | | | | |
|---|--|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN | | | | |
| GTİP | KAPSAM | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2007 / 08 DEĞİŞİM % |
| 570242900000 | YER KAPLAMALARI-SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZIR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ | 8.695.767 | 28.062.565 | 223 |
| 570390800000 | DOKUMAYA ELVERİSLİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI | - | 3.061.694 | - |
| 570330180000 | POLİPROPİLENDEN DİĞER YER KAPLAMASI | - | 2.932.421 | - |
| 570292100000 | YER KAPLAMASI (POLİPROPİLENDEN, HAVSIZ, HAZIR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | 2.492 | 2.803.305 | 112392 |
| 570249009011 | PAMUKTAN PASPASLAR (HAVLI, HAZIR ESYA, TUFTTE/FLOKE EDİLMEMİS) | 459.086 | 2.023.332 | 341 |
| 570241900000 | YER KAPLAMALARI-YÜN/İNCE KILDAN, HAV YAPILI, HAZIR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ | 447.744 | 1.185.185 | 165 |
| 570110100012 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜN DEN/KILDAN, İPEK %10+)(EL YAPIMI, DM2 16 | - | 1.020.586 | - |
| 570190100012 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI VE YER KAPLAMALARI (EL YAPIMI, TABİİ İPEKTEN, DM2 10000-DÜĞÜ | - | 995.479 | - |
| 570232900000 | YER KAPLAMASI (SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZ.ESYA OLMAYAN, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | 272.276 | 442.681 | 63 |
| 570330880000 | DİĞER SENTETİK/SUNİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI | - | 417.287 | - |
| 570292900000 | YER KAPLAMASI (DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, HAVSIZ, HAZIR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİ | 366.712 | 353.450 | -4 |
| 570110900011 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜN DEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 8 | 104.270 | 336.653 | 223 |
| 570500300019 | DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (DOKUNABİLİR DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, DİĞER) | 295.010 | 292.102 | -1 |
| 570310000000 | HALI VE YER KAPLAMASI (YÜN/İNCE KILDAN, TUFTTE EDİLMİS) | 133.115 | 219.283 | 65 |
| 570210009011 | KİLİMLER; YÜN VE İNCE KILDAN, TUFTTE/FLOKE EDİLMEMİS | 130.278 | 197.295 | 51 |
| 570110900012 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜN DEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 8 | 172.738 | 131.758 | -24 |
| 570299000012 | YER KAPLAMASI (PAMUKTAN, HAVSIZ, HAZIR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | 23.508 | 90.731 | 286 |
| 570110100019 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (DİĞER, YÜN DEN/KILDAN, İPEK %10+) | 63.846 | 88.955 | 39 |
| 570110900014 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜN DEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 2 | 28.870 | 75.570 | 162 |
| 570190100021 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI VE YER KAPLAMALARI (EL YAPIMI, SUNİ İPEKTEN) | 5.024 | 67.801 | 1250 |
| İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI | | 11.200.736 | 44.798.133 | 300 |
| ALMANYA'YA HALI İHRACATI | | 21.662.504 | 45.275.651 | 109 |
| İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI % | | 52 | 99 | |

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Ülkemizden Almanya'ya en fazla ihraç edilen halı ve yer kaplamaları ürünleri arasında 57 03 90 80 00 00 GTİP'li dokumaya elverişli diğer maddelerden diğer yer kaplaması, 57 03 30 18 00 00 GTİP'li polipropilenden diğer yer kaplaması ve 57 02 92 10 00 00 GTİP'li yer kaplaması (polipropilenden, havsız, hazır eşya, tufesiz / flokesiz) ürünleri bir önceki sene aynı dönemde hiç ihraç edilmemişken bu yıl en üst sıralarda ve 2 milyon doların üzerinde kaydedilmiştir.

En fazla ihraç edilen ilk 20 ürün grubu içerisinde üç tanesinde 2008 yılının Ocak-Eylül dönemi itibariyle değer olarak % 1 ile % 24 arasında değişen oranlarda düşüşler kaydedilmiştir. Almanya'ya en fazla ihraç edilen halıların ürün detayına inildiğinde, ağırlığın makina halılarında olduğu görülmektedir.

Yukarıdaki istatistiklerin incelenmesinde Türkiye'den Almanya'ya yönelik halı ve yer kaplamaları ihracatında en fazla ihraç edilen 20 ürünün ihracat değerinin bu ülkeye yönelik toplam halı ihracat değerinin % 99'unu oluşturduğu ve bir önceki senenin aynı dönemine oranla değer bazında % 300 arttığı dikkat çeken unsur olarak öne çıkmaktadır.

Türkiye'nin Almanya'dan halı ithalatında 2008 yılının Ocak-Eylül döneminde değer bazında % 37 düzeyinde bir artış kaydedilmiştir. Ürün bazında halı ithalatı irdelendiğinde, 57 03 20 98 00 00 GTİP'li naylon ve diğer poliamidlerden diğer yer kaplamaları ile 57 04 90 00 00 19 GTİP'li keçeden halı, diğer yer kaplamaları (diğer tuftesiz/flokesiz) en fazla ithal edilen ürünler olarak görülmektedir. Bu ürünlerden 57 03 20 98 00 00 GTİP'li naylon ve diğer poliamidlerden diğer yer kaplamaları bir önceki sene hiç ithal edilmemişken, 57 04 90 00 00 19 GTİP'li ürünlerin ithalatı 2007 yılının aynı dönemine oranla % 36 artmıştır.

En fazla ithal edilen ilk 20 ürün içerisinde sadece üç ürünün ithalatı azalmış, diğerlerinde yüksek oranlı artışlar olmuştur. 2008 Ocak – Eylül döneminde en fazla ithal edilen söz konusu ilk 20 ürün arasında yer alan sekiz ürün bir önceki senenin aynı döneminde hiç ithal edilmemişken, ithalatı oransal olarak en fazla artan ürünlerin başında 57 05 00 90 00 39 GTİP'li dokunabilir diğer maddelerden üretilen diğer halı ve yer kaplamaları gelmektedir. Bu ürünün ithalatı 2008 yılının ilk dokuz ayı içerisinde bir önceki senenin aynı dönemine oranla % 3.760 artarak 482.811 dolar olarak gerçekleşmiştir.

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 | | | | |
| GTİP | KAPSAM | 2007 OCAK - EKİM | 2008 OCAK - EKİM | 2007 / 08 DEĞİŞİM % |
| 570320980000 | NAYLON/DİĞER POLIAMİDLERDEN DİĞER YER KAPLAMASI | - | 1.055.948 | - |
| 570490000019 | KEÇEDEN HALI, DİĞER YER KAPLAMALARI (DİĞER, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | 614.730 | 835.430 | 36 |
| 570320180000 | NAYLON/DİĞER POLIAMİDLERDEN DİĞER YER KAPLAMASI, BASKILI | - | 514.172 | - |
| 570500900039 | DİĞER HALI VE YER KAPLAMALARI (DOKUNABİLİR DİĞER MADDELERDEN, DİĞER) | 12.507 | 482.811 | 3.760 |
| 570330180000 | POLİPROPİLENDEN DİĞER YER KAPLAMASI | - | 418.768 | - |
| 570242900000 | YER KAPLAMALARI-SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZİR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ | 312.473 | 114.712 | -63 |
| 570210009011 | KILIMLER; YÜN VE İNCE KILDAN, TUFTTE/FLOKE EDİLMEMİS | 22.047 | 104.626 | 375 |
| 570110900090 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (DİĞER, YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10-) | - | 75.483 | - |
| 570292100000 | YER KAPLAMASI (POPLİPROPİLENDEN, HAVSIZ, HAZİR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | 31.101 | 57.995 | 86 |
| 570110900011 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 8 | 7.211 | 34.996 | 385 |
| 570500300019 | DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (DOKUNABİLİR DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, DİĞER) | 20.069 | 32.158 | 60 |
| 570490000011 | KEÇEDEN HALI, DİĞER YER KAPLAMALARI (EL YAPIMI, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | 131.508 | 29.253 | -78 |
| 570292900000 | YER KAPLAMASI (DİĞER SENTETİK/SUNİ MADDEDEN, HAVSIZ, HAZİR ESYA, TUFTESİZ/FLOKESİ | 8.298 | 28.976 | 249 |
| 570390800000 | DOKUMAYA ELVERİSLİ DİĞER MADDELERDEN DİĞER YER KAPLAMASI | - | 26.061 | - |
| 570110900012 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 8 | - | 18.844 | - |
| 570232900000 | YER KAPLAMASI (SENT/SUNİ MADDEDEN, HAVLI, HAZİR ESYA OLMAYAN, TUFTESİZ/FLOKESİZ) | - | 12.502 | - |
| 570110900013 | DÜĞÜMLÜ/SARMALI HALI/YER KAPLAMALARI (YÜNDEN/KILDAN, İPEK %10 -)(EL YAPIMI, DM2 1 | - | 10.400 | - |
| 570500100019 | DİĞER HALI VE YER KAPLAMASI (YÜN/İNCE KILDAN, DİĞER) | 21.433 | 9.881 | -54 |
| 570310000000 | HALI VE YER KAPLAMASI (YÜN/İNCE KILDAN, TUFTTE EDİLMİS) | 7.745 | 8.954 | 16 |
| 570330820000 | DİĞER SENTETİK/SUNİ DİĞER MADDELERDEN KARO (YÜZEYİ 1 M2. AZ) | 894 | 7.975 | 792 |
| İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI | | 1.190.016 | 3.879.945 | 226 |
| ALMANYA'DAN HALI İTHALATI | | 2.841.123 | 3.903.914 | 37 |
| İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI % | | 42 | 99 | |

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye'nin Halı İhracatında Almanya'nın Yeri

Türkiye'den 2008 yılının Ocak – Eylül döneminde 160 ülkeye (serbest bölgeler dahil) 856,5 milyon dolar değerinde halı ve yer

kaplaması ihraç edilmiş; buna karşılık Türkiye'ye 76 ülkeden 167,7 milyon dolar değerinde halı ve yer kaplaması ithal edilmiştir.

| TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HALI VE YER KAPLAMALARI | | | | |
|---|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------|
| İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER | | | | |
| ÜLKELER | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2007 / 08 DEĞİŞİM % | PAY % |
| SUUDİ ARABİSTAN | 88.082.168 | 94.761.974 | 8 | 11,1 |
| A.B.D. | 67.235.911 | 62.774.334 | - 7 | 7,3 |
| UKRAYNA | 23.729.946 | 46.942.548 | 98 | 5,5 |
| ALMANYA | 21.662.504 | 45.275.651 | 109 | 5,3 |
| ROMANYA | 34.566.445 | 44.397.642 | 28 | 5,2 |
| İRAK | 23.122.115 | 41.374.493 | 79 | 4,8 |
| RUSYA FEDERASYONU | 26.568.298 | 40.982.949 | 54 | 4,8 |
| İST.AHL.SERBEST BÖLGE | 30.100.651 | 39.230.820 | 30 | 4,6 |
| KIRGIZİSTAN | 17.798.746 | 32.753.806 | 84 | 3,8 |
| POLONYA | 23.508.105 | 32.575.148 | 39 | 3,8 |
| TACİKİSTAN | 17.688.908 | 27.681.544 | 56 | 3,2 |
| BİR.ARAP EMİRLİK. | 15.012.474 | 22.862.624 | 52 | 2,7 |
| YUNANİSTAN | 18.157.689 | 21.418.325 | 18 | 2,5 |
| LİBYA | 11.468.070 | 20.487.776 | 79 | 2,4 |
| AZERBAYCAN-NAHÇ. | 13.631.521 | 16.514.042 | 21 | 1,9 |
| İRAN | 6.749.063 | 13.619.347 | 102 | 1,6 |
| İSRAİL | 10.247.728 | 13.054.641 | 27 | 1,5 |
| İTALYA | 10.022.783 | 11.969.885 | 19 | 1,4 |
| İNGİLTERE | 7.636.940 | 10.966.298 | 44 | 1,3 |
| KUVEYT | 9.189.470 | 10.532.227 | 15 | 1,2 |
| İLK 20 ÜLKE TOPLAMI | 476.179.535 | 650.176.074 | 37 | 75,9 |
| TÜRKİYE'NİN TOPLAM HALI İHRACATI | 672.957.334 | 856.544.763 | 27 | 100,0 |
| İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI % | 71 | 76 | | |

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye'den en fazla halı ihraç edilen ülkeler Suudi Arabistan, ABD, Ukrayna, Almanya, Romanya, Irak, Rusya Federasyonu ve İstanbul AHL Serbest Bölge olarak sıralanırken; Almanya 45,3 milyon dolar değer ile 4. büyük pazar olarak dikkati çekmektedir. 2008 yılının Eylül sonu itibariyle Almanya'ya halı ve yer kaplamaları ihracatı dolar bazında % 109 oranında artmış ve bu ülkenin Türkiye toplam halı ihracatında payı % 5,3 olarak hesaplanmıştır. Öte yandan, Almanya Türkiye'nin halı ithalatında Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan, Pakistan, Belçika, Hollanda ve A.B.D.'nin ardından yedinci tedarikçi konumundadır.

Türkiye'nin Halı İthalatında Almanya'nın Yeri

Türkiye'nin Almanya'dan halı ithalatı 2008 yılının ilk dokuz ayı içerisinde bir önceki senenin aynı dönemine oranla % 37 artarak 3,9 milyon dolar olarak kaydedilmiştir. Bu ülkeden yapılan ithalat, toplam Türkiye halı ithalatının % 2,3'üne karşılık gelmektedir.

| TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HALI VE YER KAPLAMALARI İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER | | | | |
|--|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------|
| ÜLKELER | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2007 / 08 DEĞİŞİM % | PAY % |
| ÇİN HALK CUMHUR. | 42.919.938 | 45.572.536 | 6 | 27,2 |
| HİNDİSTAN | 27.557.093 | 35.613.272 | 29 | 21,2 |
| PAKİSTAN | 22.428.530 | 27.566.999 | 23 | 16,4 |
| BELÇİKA | 11.577.146 | 13.311.600 | 15 | 7,9 |
| HOLLANDA | 8.059.125 | 7.181.079 | - 11 | 4,3 |
| A.B.D. | 6.159.035 | 6.876.797 | 12 | 4,1 |
| ALMANYA | 2.841.123 | 3.903.914 | 37 | 2,3 |
| İRAN | 3.422.239 | 3.817.236 | 12 | 2,3 |
| İNGİLTERE | 2.466.215 | 3.503.444 | 42 | 2,1 |
| MISIR | 2.591.722 | 3.067.509 | 18 | 1,8 |
| FRANSA | 2.481.086 | 2.719.152 | 10 | 1,6 |
| SUUDİ ARABİSTAN | 2.314.942 | 2.430.935 | 5 | 1,4 |
| NEPAL | 3.768.989 | 2.157.143 | - 43 | 1,3 |
| LETONYA | - | 1.199.952 | - | 0,7 |
| KAYSERİ SER.BÖL. | 808.670 | 880.606 | 9 | 0,5 |
| SLOVAK CUMHUR. | 104.224 | 820.616 | 687 | 0,5 |
| MOLDOVYA | 719.166 | 644.534 | - 10 | 0,4 |
| İSVEÇ | 332.012 | 621.945 | 87 | 0,4 |
| GÜNEY KORE CUM. | 343.649 | 578.806 | 68 | 0,3 |
| AFGANİSTAN | 17.209 | 466.964 | 2.613 | 0,3 |
| | | | | |
| İLK 20 ÜLKE TOPLAMI | 140.912.113 | 162.935.039 | 16 | 97,1 |
| TÜRKİYE'NİN TOPLAM HALI İTHALATI | 145.695.761 | 167.746.096 | 15 | 100,0 |
| İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI % | 97 | 97 | | |

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye'nin halı ithalatı yaptığı ülkeler arasında Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan ve Pakistan en yüksek paylara sahip ülkeler olarak dikkat çekmektedirler. Bu ülkelerin payları sırasıyla % 27,2, % 21,2 ve % 16,4 olarak hesaplanmaktadır.

Türkiye- Almanya Makine Halısı Ticareti

Türkiye'nin Almanya'ya makina halısı ihracatı 2007 yılında 33 milyon 724 bin dolar ve ithalatı 3 milyon 732 bin dolar değerinde olmuştur. Türkiye'nin Almanya'ya makina halısı ihracatı 2002 yılından bu yana sürekli artan bir seyir izlemiş ve 2002 yılında 1,3 milyon metrekare ve 8,7 milyon dolar değerinden 2007 yılında 3,6 milyon metrekare ve 33,7 milyon dolarlık ihracat değerine ulaşmıştır. Ocak – Eylül 2008 döneminde ise Almanya'ya yapılan makine halısı ihracatı 4,4 milyon metrekare ve 42,1 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bir önceki yılın aynı dönemine oranla Almanya'ya yönelik makine halısında gerçekleşen ihracat artışı % 101,7 olmuştur.

| 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 | 362.776 | 3.731.923 | -8,5 |
| 2007* | M ² | 2.224.385 | 20.903.099 | | 283.010 | 2.797.567 | |
| 2008* | M ² | 4.396.476 | 42.165.219 | 101,7 | 291.739 | 3.654.932 | 30,6 |

(*): Ocak - Eylül

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Ülkemizden Almanya'ya yönelik makine halısı ihracatı sürekli artarken, Almanya'dan yapılan ithalat dalgalı bir seyir izlemiş ve son iki yıldır düşüş trendine girmiştir. 2008 yılının Ocak – Eylül döneminde Almanya'dan ithal edilen makina halısı miktar olarak 291.739 metrekare ve değer olarak 3,6 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin Makina Halısı İhracatında Almanya'nın Yeri

Ocak – Eylül 2008 döneminde Türkiye'den en fazla makina halısı ihraç edilen ülkeler Suudi Arabistan, Ukrayna ve Romanya olarak sıralanırken; Almanya 42,2 milyon dolar değer ile 4. büyük pazar konumundadır. Anılan dönemde Almanya'ya makina halısı ihracatı dolar bazında % 101,7 oranında artmış ve bu ülkenin Türkiye toplam makine halısı ihracatında payı % 5,6 olarak hesaplanmıştır.

| TÜRKİYE'NİN EN FAZLA MAKİNA HALISI İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER | | | | |
|--|----------------------|----------------------|------------------------|------------|
| ÜLKELER | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2007 / 08 DEĞİŞİM % | PAY % |
| SUUDİ ARABİSTAN | 87.767.619 | 94.095.559 | 7,2 | 12,4 |
| UKRAYNA | 23.605.974 | 46.914.968 | 98,7 | 6,2 |
| ROMANYA | 34.389.373 | 44.300.214 | 28,8 | 5,9 |
| ALMANYA | 20.903.099 | 42.165.219 | 101,7 | 5,6 |
| IRAK | 22.101.776 | 40.544.933 | 83,4 | 5,4 |
| RUSYA FEDERASYONU | 25.851.024 | 39.968.084 | 54,6 | 5,3 |
| A.B.D. | 42.280.581 | 39.411.601 | -6,8 | 5,2 |
| KIRGIZİSTAN | 17.794.377 | 32.741.795 | 84,0 | 4,3 |
| POLONYA | 23.507.411 | 32.541.147 | 38,4 | 4,3 |
| TACİKİSTAN | 17.670.436 | 27.657.389 | 56,5 | 3,7 |
| BİR.ARAP EMİRLİK. | 14.957.974 | 22.734.828 | 52,0 | 3,0 |
| YUNANİSTAN | 17.533.703 | 20.605.176 | 17,5 | 2,7 |
| LİBYA | 11.423.361 | 19.691.029 | 72,4 | 2,6 |
| AZERBAYCAN-NAHÇ. | 13.425.553 | 16.295.383 | 21,4 | 2,2 |
| İRAN | 6.690.960 | 13.524.415 | 102,1 | 1,8 |
| İSRAİL | 10.130.413 | 12.979.148 | 28,1 | 1,7 |
| KUVEYT | 8.941.308 | 10.142.183 | 13,4 | 1,3 |
| İNGİLTERE | 6.907.054 | 10.014.775 | 45,0 | 1,3 |
| İTALYA | 7.425.992 | 9.839.411 | 32,5 | 1,3 |
| BOSNA HERSEK | 7.589.344 | 9.624.981 | 26,8 | 1,3 |
| | | | | 0,0 |
| İLK 20 ÜLKE TOPLAMI | 420.897.332 | 585.792.238 | 25,9 | 77,5 |
| TÜRKİYE'NİN TOPLAM MAKİNA HALI İHRACATI | 579.140.103 | 756.043.447 | 22,4 | 100,0 |
| İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI % | 73 | 77 | | |

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Türkiye- Almanya El Halısı Ticareti

Türkiye'nin Almanya'ya el halısı ihracatı 2007 yılında 1 milyon 331 bin dolar ve ithalatı 248 bin 982 dolar değerinde olmuştur. Türkiye'nin Almanya'ya el halısı ihracatı 2002 yılından bu yana sürekli azalan bir seyir izlemiş ve 2002 yılında 162 bin 279 metrekare ile 21,4 milyon dolar değerinden 2007 yılında 37 bin 394 metrekare ve 1,1 milyon dolarlık ihracat değerine gerilemiştir. Ocak – Eylül 2008 döneminde ise Almanya'ya yapılan el halısı ihracatı bir önceki yılın aynı dönemine kıyasla değer bazında % 309,6 artarak 22 bin 307 metrekare ve 3,1 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 | 1.331.129 | -81,4 | 27.062 | 119.467 | -97,0 |
| 2007* | M ² | 31.772 | 759.405 | | 26.940 | 114.477 | |
| 2008* | M ² | 22.307 | 3.110.432 | 309,6 | 10.355 | 248.982 | 117,5 |

(*): Ocak - Eylül

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

Ülkemizden Almanya'ya yönelik el halısı ihracatı sürekli azalırken, Almanya'dan yapılan ithalat son derece dalgalı bir seyir izlemiştir. 2008 yılının Ocak – Eylül döneminde Almanya'dan ithal edilen el halısı miktar olarak 10 bin 355 metrekare ve değer olarak 248 bin 982 dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin El Halısı İhracatında Almanya'nın Yeri

Ocak – Eylül 2008 dönemi verileri uyarınca Türkiye'den en fazla el halısı ihraç edilen ülkeler ABD, Japonya, Almanya, İtalya ve Hollanda olarak sıralanmaktadır. Serbest bölgeler sıralamanın dışında tutulduğunda Almanya 3,1 milyon dolar değer ile 3. büyük pazar

olarak yer almaktadır. 2008 yılının Eylül sonu itibariyle Almanya'ya el halısı ihracatı dolar bazında % 309,6 oranında artmış ve bu ülkenin Türkiye toplam el halısı ihracatında payı % 3,1 olarak hesaplanmıştır.

| TÜRKİYE'NİN EN FAZLA EL HALISI İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER | | | | |
|--|------------------------------|------------------------------|--------------------------------|------------------|
| ÜLKELER | 2007 OCAK - EYLÜL | 2008 OCAK - EYLÜL | 2006 / 07 DEĞİŞİM % | PAY % |
| İST.AHL.SERBEST BÖLGESİ | 30.095.829 | 39.230.820 | 30,4 | 39,0 |
| A.B.D. | 24.955.330 | 23.362.733 | -6,4 | 23,2 |
| JAPONYA | 8.849.858 | 8.451.466 | -4,5 | 8,4 |
| KOCAELİ SERBEST BÖLGE | 10.403.754 | 6.843.654 | -34,2 | 6,8 |
| ALMANYA | 759.405 | 3.110.432 | 309,6 | 3,1 |
| İTALYA | 2.596.791 | 2.130.474 | -18,0 | 2,1 |
| HOLLANDA | 532.207 | 2.049.513 | 285,1 | 2,0 |
| FRANSA | 1.505.738 | 1.253.140 | -16,8 | 1,2 |
| RUSYA FEDERASYONU | 718.629 | 1.014.865 | 41,2 | 1,0 |
| İNGİLTERE | 729.886 | 951.523 | 30,4 | 0,9 |
| İSPANYA | 1.450.601 | 880.303 | -39,3 | 0,9 |
| İSVİÇRE | 378.012 | 847.997 | 124,3 | 0,8 |
| İRAK | 1.020.339 | 829.560 | -18,7 | 0,8 |
| LİBYA | 44.823 | 821.890 | 1733,6 | 0,8 |
| YUNANİSTAN | 623.986 | 813.149 | 30,3 | 0,8 |
| AVUSTRALYA | 1.129.177 | 696.150 | -38,3 | 0,7 |
| SUUDİ ARABİSTAN | 314.549 | 666.415 | 111,9 | 0,7 |
| PORTEKİZ | 519.599 | 535.079 | 3,0 | 0,5 |
| NORVEÇ | 469.005 | 461.367 | -1,6 | 0,5 |
| AVUSTURYA | 210.610 | 438.724 | 108,3 | 0,4 |
| İLK 20 ÜLKE TOPLAMI | 87.308.128 | 95.389.254 | 9,3 | |
| TÜRKİYE'NİN TOPLAM EL HALI İHRACATI | 93.821.236 | 100.529.828 | 7,2 | 100 |
| İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI % | 93 | 95 | | |

Kaynak: DTM Bilgi Sistemi / Kasım 2008

V. 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>

VI. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi
- Almanya'da Ticaret, İhracat ve Pazarlama Stratejileri , Hamburg Business Development Corporation
- Birleşmiş Milletler İstatistik Veri Sayfası, <http://comtrade.un.org/>
- CIA The World Factbook, Country Profiles, Germany,
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group
- Germany at a glance: 2007-08, The Economist Intelligence Unit
- İşte Almanya, <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/tr/>
- Almanya İş Kültürü- İGEME

*İTKİB Genel Sekreterliği
AR & GE ve Mevzuat Şubesi
Aralık 2008*