

2015

TEKSTİL SEKTÖRÜ AÇISINDAN ALMANYA



İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ

TEKSTİL, DERİ ve HALI ŞB.

OCAK 2015

Tekstil Sektörü Açısından

ALMANYA

İÇİNDEKİLER

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER	3
Giriş.....	3
Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler	4
Sanayi.....	6
Ekonomi.....	7
Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama	8
Almanya Tekstil ve Hazırgiyim Sanayii	11
Almanya’da Teknik Tekstiller	12
II. ALMANYA DIŞ TİCARETİ	14
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat.....	14
En Çok Tekstil İthalatı Yapılan Ülkeler	15
IV. ALMANYA’NIN ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TEKSTİL İTHALATI	17
Almanya’nın Elyaf Dış Ticareti	18
Almanya’nın İplik Dış Ticareti	19
Almanya’nın Dokuma Kumaş Ticareti	20
Almanya’nın Örme Kumaş Dış Ticareti.....	21
Almanya’nın Ev Tekstili Dış Ticareti.....	22
Almanya’nın Teknik Tekstil Dış Ticareti.....	23
V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ.....	24
Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti	24
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalatın Seyri	26
Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti	29
Almanya’ya En Fazla İhraç Edilen Tekstil Mamulleri	30
Belli Başlı Ürün Grupları Bazında Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti.....	32
VI. FAYDALI ADRESLER	33
VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR	34

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

Giriş

82 milyonluk nüfusu ve yıllık 1,4 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, Lüksembourg ile Danimarka'dır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha güçlü duruma gelmiştir.

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

Almanya, Avrupa Birliği'nin lider ülkesi ve en büyük pazarı konumundadır. Ekonomideki bu performans özellikle dış ticaret sayesinde elde edilmiştir. Almanya, sahip olduğu bu ekonomik güç sayesinde Avrupa'daki siyasi, ekonomik ve ticari oluşumlarda daima kilit rol oynamıştır.

Almanya 'G8' diye adlandırılan ve dünyanın en zengin ülkelerinin liderlerini bir araya getiren topluluğun da 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.

Almanya, 16 eyaletten oluşan federatif bir yapıya sahiptir. 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, 16. yüzyıla kadar uzanmaktadır. 1500'lü yıllarda Kanuni Sultan Süleyman zamanında başlayan ilişkiler, 1761 yılında Osmanlı İmparatorluğu ile Prusya Krallığı arasında bir "Barış ve Dostluk Anlaşması" imzalanması ile pekiştirilmiştir.

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

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

Temel Ekonomik ve Sosyal 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 gelirinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Almanya dünyanın en önemli çelik, çimento, kimyasal maddeler, makina, taşıt araçları ve elektronik ürünleri üreticilerindedir. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Almanya ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

Başkenti	Berlin
Yüzölçümü	357,021 km ²
Nüfusu	81 milyon (Temmuz 2014 tahmini)
Ortalama Yaşam Süresi	80,4 yıl

Para Birimi	Euro (€)
GSYİH (s.a.p.)	3,6 trilyon \$ (2013 tahmini)
Kişi Başına Düşen GSYİH (s.a.p.)	39.500 \$ (2013 tahmini)
GSYİH Büyüme Hızı	% 0,5 (2013 tahmini)
İşsizlik Oranı	% 5,3 (2013 tahmini)
Sektörlere Göre GSMH	Tarım % 0,8 Sanayi % 30 Hizmet % 69,2
Sektörlere Göre İşgücü	Tarım % 1,6 Sanayi % 24,6 Hizmet % 73,8
Toplam İhracatı	1,5 trilyon \$ (2013)
Toplam İthalatı	1,2 trilyon \$ (2013)
Başlıca İhracat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, kimyasal ürünler, demir-çelik, gıda, tekstil.
Başlıca İthalat Ürünleri	Makina, taşıt araçları, gıda, demir-çelik, kimyasal ürünler, tekstil

Nüfus Yapısı

Güncel verilere göre Almanya'da 82 milyon kişi yaşamaktadır. Bu nüfusla Almanya AB'nin en kalabalık ülkesi unvanını elinde bulundurmaktadır. Toplam nüfusun %20,6'sı 65 yaşın üzerinde, %66,1'i 15-64 yaş, %13,3'ü ise 0-14 yaş aralığındadır. Toplam nüfusun %88'i şehirlerde ya da banliyölerde yaşamaktadır. Kilometrekarede 231 kişi yaşamaktadır. Almanya'da nüfusu 100 binin üzerinde olan 90 büyük şehir bulunmaktadır. Büyük şehirlerinden bazıları; Berlin, Hamburg, Münih, Frankfurt ve Köln'dür.

Almanya Federal İstatistik Dairesi'ne göre Almanya'da yaşlı ve genç nüfus arasındaki fark büyüyecektir. 2050 yılında nüfusun yarısından fazlası 48 yaşın üstünde, nüfusun üçte biri ise 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.

Sanayi

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.

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.

Alman Merkez Bankası (Deutsche Bank) tarafından her yıl yayımlanan ‘Almanya Ekonomisinin ve Sektörlerin Görünümü’ raporunun son güncel versiyonuna göre Alman sanayisi 2012 yılında diğer yıllara göre daha zayıf bir görünüm sergilemiş olup, ihracata dayalı olan sanayide Avrupa ülkelerinden gelen sipariş düşüşleri, Asya pazarındaki müşterilerden gelen yeni siparişlerle kapatılmaya çalışılmıştır.

Ekonomi

En gelişmiş sanayi ülkelerinden biri olan Almanya, AB’nin en büyük ulusal ekonomisi konumunda olup, yüksek alım gücüne sahip 82 milyonluk nüfusuyla da Avrupa Birliği’nin (AB) en büyük ve en önemli pazarı konumundadır. Alman ekonomisinde ana rolü sanayinin lokomotifini olan yüksek ihracat gücü oynamaktadır. Diğer gelişmiş ülkelerin çoğundan farklı olarak Alman ekonomisinin temeli, üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Sanayi sektörü Almanya milli hasılasının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Almanya’nın yüksek ihracat ve dış ticaret rakamları, bu ülke ekonomisinin günümüzün ekonomik gerçeği olan küresel ticarete çoğu ülkeden daha yoğun bir şekilde yöneldiğini ve dünya ekonomisiyle daha fazla iç içe geçtiğini göstermektedir.

Güncel gelişmeler çerçevesinde Almanya ekonomisi 2013 yılının ilk çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %0,3 küçülürken, yılın 2’inci çeyrek döneminde %0,5, 3’üncü çeyrek dönemde ise %0,6 büyüme göstermiştir.

Almanya ekonomisinin 2012 yılı genelinde ise %0,9 büyüdüğü kaydedilirken, 2013 yılında ise %0,6 büyüme öngörülmektedir.

Almanya'da işsizlik oranı 2013 yılı Eylül ayında %5,2 oranındayken, Ekim ayında da değişmeyerek %5,2 oranında kaydedilmiş bulunmaktadır.

Öte yandan, son aylarda nispeten durgun geçen ülke çapında perakende satışlar, Eylül ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %0,3 artarken, Ekim ayında ise %0,2 oranında düşüş göstermiştir.

2013 yılı Eylül ayında geçen yılın aynı dönemine göre %0,6 artan ülkenin sanayi üretimi, Ekim ayında ise %1,1 artış göstermiştir.

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 ihrac pazarlama stratejisine gerek duyulmaktadır. Bu strateji, Alman pazarının çeşitli bölgesel farklılıklarını içeren, tek tip olmayan, bir pazar olduğunu göz önünde bulundurmak zorunluluğundadır.

Pazarlama için çok önemli olan bir nokta insanın gözünden kolaylıkla kaçabilir: Farklı bölgeler arasındaki tamamen farklı tüketim, yaşam ve farklı düşünce biçimlerinin varlığı, yabancı bir firmanın tüm mallarının dağıtım ve pazarlamasını tek firmaya vermesini engellemektedir. Genellikle yabancı firmalar, farklı bölgelerde çalışan ticari temsilcilikleri tercih 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 tercihinine 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 işlemi 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 büyük bölümünün ticari temsilcilerle çalıştığını göstermektedir. Bu nedenle ticari temsilcilikler kendilerini temsil ettikleri firmayla birlikte bir rekabet ortamında bulmakta ve bunun gereği olarak da kendi satış teşkilatıyla ya da bir başka deyişle kendi mobil satış ekibiyle satışları yürütmeye çalışmaktadırlar. Brüt gelirleri tamamen performanslarına dayanan ticari temsilciliklerin bu alandaki verimliliği daha iyi, daha ucuz temsilcilik hizmeti sunmalarından ve farklı firmaları aynı anda temsil ettikleri için daha etkin olmalarından kaynaklanmaktadır. Yine de böyle bir ticari temsilcilikle çalışma kararını almadan önce şirket ve sektörde ürünle ilgili özel ve detaylı bir incelemenin yapılması gerekmektedir.

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

Almanya Tekstil ve Hazırgiyim Sanayii

Avrupa'nın en büyük sanayi ve ekonomisine sahip olan Almanya'da, ekonominin temeli üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Genelde gelişmekte olan ülkelerde üretimin önemli bir ayağı olarak değerlendirilen tekstil sektörü Almanya için de önemli bir role sahiptir. Almanya'daki tekstil ve hazır giyim imalatında küçük ve orta büyüklükteki şirketler yer almaktadır. Son yıllarda Almanya tekstil ve hazırgiyim sektörü, Avrupa'daki diğer ekonomiler gibi hızlı bir değişim içerisinde girmiştir. Bu iki sene içerisindeki değişim gerek sektörün üretim merkezlerinin Uzakdoğu Asya gibi daha ucuz emek gücüne sahip ülkelere kaymasından, gerekse de enerji ve vergilerdeki yüksek maliyetten kaynaklanmaktadır.

Özellikle 2008-2009 yılında küresel piyasalarda kriz yaşanmasıyla birlikte, daha düşük maliyetli iş gücüne sahip ülkelere ekonomik toparlanmalar hissedilmeye başlandı. Piyasalarda tüketimin her daim var olmasından kaynaklı olarak bu kriz sürecinde daha düşük maliyetli ürünlere talep artışı gerçekleşti. Tekstil sektöründe güçlü bir gelişme sergileyen Almanya da bu etkiden nasibini aldı. Almanya'nın tekstil sektöründe kriz döneminden önce yüksek yüzdelerde gelişme sağlanmasına karşın, 2008 ve 2009'da yavaşlama ve gerileme başladı. 2010'da krizin etkilerinden yavaş yavaş kurtulmanın sinyallerinin hissedilmesiyle birlikte tekstil sektörünün hem ithalatında hem de ihracatında gelişmeler kaydedildi.

Almanya'daki tekstil ve hazırgiyim sektöründe esasen küçük ve orta ölçekli işletmeler mevcuttur. Almanya'da, toplam ciroları 500 milyon Euro'ya kadar olan ve toplam çalışan sayısı 250 kişiden az olan firmalar, KOBİ olarak kabul edilmektedir. Almanya tekstil sanayiinde faaliyet gösteren firmaların yaklaşık %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir. Hazırgiyim sektöründe de tablo buna benzerdir; işletmelerin %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir ve KOBİ olarak sınıflanmaktadır.

Almanya tekstil ve hazırgiyim sanayii hızlı bir dönüşüm içerisinde. 2010 yılı verilerine göre tekstil sektöründe faaliyet gösteren 732 firmada yaklaşık 80 bin, konfeksiyon sektöründe ise faaliyet gösteren 323 firmada yaklaşık 43 bin kişi çalışmaktadır. Bu verilere göre tekstil ve hazırgiyim sektörlerinde faaliyet gösteren toplam 1.055 firmada yaklaşık 123 bin kişi çalışmaktadır. Sözkonusu verilere göre tekstil sektöründe firma sayısı 2009 yılına göre %4,7 azalırken, hazırgiyim sektöründeki firma sayısı %9,5 azalmıştır. Bu dönüşümün arkasında, üretim merkezlerinin başta Uzakdoğu Asya olmak üzere daha düşük emek maliyetlerinin

bulunduğu ülkelere kayarak, Almanya'daki pazar paylarını garanti altına almaları yatmaktadır.

Alman Merkez Bankası (Deutsche Bank) tarafından her yıl yayımlanan 'Almanya Ekonomisinin ve Sektörlerin Görünümü' raporunun son güncel versiyonuna göre Almanya tekstil sektörü 2012 yılında zayıf bir performans sergilemiş olup, yıl genelinde tekstil üretimi Euro değer bazında bir önceki yıla göre %7 azalmıştır. Yine aynı rapora göre Alman tekstil ve teknik tekstil ihracatında geleneksel ihracat pazarlarından gelen siparişler miktar bazında azalmakta, stokların şişmesini engellemek amacıyla bir defada yüklü siparişler verilmemektedir. Bu çerçevede geçmiş dönemlerin verimli pazarları Rusya, Çin ve Hindistan'dan gelen siparişlerde de düşüşler olduğu kaydedilmektedir. Alman tekstil sektörünün kendisini ancak 2013 yılı ortaları veya 2014 yılı başlarında toparlaması beklenmektedir.

Almanya'da Teknik Tekstiller

Global pazarlardaki büyük rekabet dolayısıyla, bugün 2,5 milyon kişinin tekstil ve konfeksiyon sektöründe istihdam edildiği AB ülkelerinde, konvansiyonel tekstil ve konfeksiyon ürünlerinden katma değeri daha yüksek olan, bilgi yoğun ve fonksiyonel teknik tekstillere ve nanoteknoloji ürünlerine doğru keskin bir yönelim sözkonusudur. Avrupa tekstil ve konfeksiyon sanayiinin geçirmekte olduğu değişim sebebiyle, 1995 yılından bu yana dünyada teknik tekstillerin üretimi artmaktadır ve 2012 yılı itibariyle artış trendi devam etmektedir. Sadece Avrupa'da 21 milyar doların üzerinde bir teknik tekstil pazarı sözkonusudur. Tıptan havacılığa ve uzay sanayisine, tarımdan otomotive, inşaattan nakliyeye, koruyucu giysilerden iş kıyafetlerine kadar çeşitli alanlarda kullanılan teknik tekstiller bugün insan hayatına çok yönlü olarak yerleşmiş durumdadırlar.

Örneğin karbon ve seramik lifler teknik tekstiller alanında en inovatif ve yeniliğe açık yüksek teknoloji kullanımlı ürünlerden birisi olup, yüksek mukavemet gücüne rağmen son derece hafif olmalarının getirdiği avantajla havacılık ve uzay sanayisinde kullanılmaktadır. Karbon ve seramik lifler son olarak Airbus A 380 modelinde de kullanılmışlardır. Teknik tekstiller medikal, otomotiv, havacılık, inşaat gibi insanların yaşam kalitesini ve konforunu doğrudan etkileyen alanlarda kullanıldıklarından, ortalama gelirin artması, sanayileşmenin zirveye çıkması ve sağlık harcamalarının yükselmesi gibi faktörler başta gelişmiş ülkeler olmak üzere teknik tekstiller harcamalarının ve üretiminin de artmasını sağlamaktadır.

Avrupa, ABD ile birlikte dünyada teknik tekstiller merkezi konumunda olup, küresel teknik tekstiller tüketiminde yaklaşık %20 paya sahiptir. Bugün gelişmiş Batı Avrupa ülkelerinde teknik tekstil materyallerinin pazarda ağırlığı %40'ı geçmiş durumdadır. AB'nin Birlik dışına yaptığı teknik tekstiller ihracatının %60'ını Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve Belçika gerçekleştirmektedir.

Almanya gerek teknik tekstil üretimi ve kullanımı, gerekse bu konudaki bilimsel çalışmaları ile ABD, Japonya, İngiltere'nin yanısıra dünyanın önde gelen öncü ülkelerinden biri olup, tekstil sektörünün yıllık toplam cirosunun yarıdan fazlasını teknik tekstil satışları oluşturmaktadır. 2012 yılı verilerine göre Almanya genelinde 370 civarında firma teknik tekstiller alanında üretim yapmaktadır.

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

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

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

II. ALMANYA DIŞ TİCARETİ

Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

ALMANYA'NIN GENEL DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	911.742.096	-	718.150.018	-
2005	977.131.972	7,2%	779.819.058	8,6%
2006	1.121.962.887	14,8%	922.213.393	18,3%
2007	1.328.841.354	18,4%	1.059.307.813	14,9%
2008	1.466.137.400	10,3%	1.204.209.300	13,7%
2009	1.127.839.900	-23,1%	938.363.080	-22,1%
2010	1.271.096.300	12,7%	1.066.816.800	13,7%
2011	1.482.202.274	16,6%	1.260.297.537	18,1%
2012	1.416.184.200	-4,5%	1.173.287.600	-6,9%
2013	1.458.646.978	3,0%	1.194.482.625	1,8%

Kaynak: ITC Trade Map

III. ALMANYA'NIN TEKSTİL DIŞ TİCARETİ

ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜNLERİ TİCARETİ

(Birim: 1.000 ABD \$)

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	13.346.226	-	8.320.618	-
2005	13.189.942	-1,2%	8.726.872	4,9%
2006	13.987.147	6,0%	9.297.076	6,5%
2007	14.913.482	6,6%	10.099.559	8,6%
2008	15.103.824	1,3%	10.217.168	1,2%
2009	11.950.163	-20,9%	9.423.607	-7,8%
2010	12.852.729	7,6%	10.251.101	8,8%
2011	14.637.106	13,9%	11.985.093	16,9%
2012	13.038.620	-10,9%	10.684.527	-10,9%
2013	13.111.655	0,6%	10.041.818	-6,0%

Kaynak: ITC Trade Map

En Çok Tekstil İthalatı Yapılan Ülkeler

ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜNLERİ İTHALATI

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	1.755.710	1.585.914	-9,7%	15,8%
ÇİN	1.008.276	1.049.343	4,1%	10,4%
HOLLANDA	640.543	573.622	-10,4%	5,7%
AVUSTURYA	569.885	530.502	-6,9%	5,3%
TÜRKİYE	446.694	491.592	10,1%	4,9%
İSVİÇRE	436.366	452.055	3,6%	4,5%
BELÇİKA	512.863	408.946	-20,3%	4,1%
FRANSA	461.722	371.439	-19,6%	3,7%
ÇEK CUMHURİYETİ	473.686	368.925	-22,1%	3,7%
İSPANYA	396.338	361.698	-8,7%	3,6%
İLK 10 ÜLKE	6.702.083	6.194.036	-7,6%	61,7%
TOPLAM	10.684.527	10.041.818	-6,0%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın En Çok İthalatını Yaptığı Tekstil Ürünleri

ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜNLERİ İTHALATI EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK ON ÜRÜN

(Birim: 1.000 ABD \$)

MAL TANIMI	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
5603 -DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	979.025	1.006.930	2,9%	10,0%
5402-SENTETİK FİLAMENT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	801.640	852.987	6,4%	8,5%
5503-SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	709.110	767.112	8,2%	7,6%
5407-SENTETİK FİLAMENT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	507.741	539.470	6,2%	5,4%
5911-DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN TEKNİK İŞLERDE KULLANILMAYA MAHSUS ÜRÜNLER VE EŞYA	435.570	449.160	3,1%	4,5%
5208-PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇERENLER)(M2. AĞIRLIĞI 200 GR. I GEÇMEYEN)	371.940	418.329	12,5%	4,2%
5903-PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA PLASTİKLE LAMİNE EDİLMİŞ	325.951	332.689	2,1%	3,3%
5209-PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK	207.518	230.821	11,2%	2,3%
5902-NAYLON, POLİAMİD, POLİESTER VB.ESASLI İÇ VE DIŞ LASTİĞİ İÇİN MENSUCAT	237.428	225.282	-5,1%	2,2%
5512-SENTETİK DEVAMSIZ LİFLERDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA %85 VEYA DAHA FAZLA SENTETİK DEVAMSIZ LİF İÇERENLER)	179.547	203.684	13,4%	2,0%
TOPLAM	10.684.527	10.041.818	-6,0%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

IV. ALMANYA'NIN ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TEKSTİL İTHALATI

ALMANYA'NIN ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TEKSTİL İTHALATI

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜRÜN GRUBU	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
ELYAF	1.605.856	1.575.652	-1,9%	15,7%
İPLİK	1.886.324	1.956.144	3,7%	19,5%
DOKUMA KUMAŞ	2.258.346	2.386.981	5,7%	23,8%
ÖRME KUMAŞ	481.665	501.593	4,1%	5,0%
EV TEKSTİLİ (*)	2.928.116	3.199.073	9,3%	-
TEKNİK TEKSTİL (*)	5.532.511	5.897.266	6,6%	-
TOPLAM TEKSTİL ÜRÜNLERİ	10.684.527	10.041.818	-6,0%	

(*) Ev Tekstili ve Teknik Tekstil ürün gruplarının, tekstil ürünleri sınıflamasında yer almayan ürünleri içermesi nedeniyle, bu gruplarda pay hesaplanmamıştır.

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın Elyaf Dış Ticareti

ALMANYA'NIN ELYAF DIŞ TİCARETİ

(Birim: 1.000 ABD \$)

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	1.646.208	-	1.146.124	-
2005	1.616.398	-1,8%	1.117.473	-2,5%
2006	1.734.255	7,3%	1.213.089	8,6%
2007	1.866.145	7,6%	1.446.554	19,2%
2008	1.824.235	-2,2%	1.513.284	4,6%
2009	909.389	-50,1%	988.613	-34,7%
2010	1.043.447	14,7%	1.415.845	43,2%
2011	1.326.518	27,1%	1.995.837	41,0%
2012	1.210.799	-8,7%	1.605.856	-19,5%
2013	1.245.650	2,9%	1.575.652	-1,9%

Kaynak: ITC Trade Map

ALMANYA'NIN ELYAF İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
ÇİN	158.344	181.310	14,5%	11,5%
BELÇİKA	157.634	150.646	-4,4%	9,6%
GÜNEY KORE	98.015	110.620	12,9%	7,0%
AVUSTURYA	100.832	107.839	6,9%	6,8%
DANİMARKA	65.072	86.768	33,3%	5,5%
HİNDİSTAN	74.053	75.747	2,3%	4,8%
AVUSTRALYA	107.787	59.465	-44,8%	3,8%
TAYVAN	57.692	55.818	-3,2%	3,5%
İTALYA	43.831	54.076	23,4%	3,4%
İRLANDA	53.912	53.827	-0,2%	3,4%
İLK 10 ÜLKE	917.172	936.116	2,1%	59,4%
TÜRKİYE (15. sırada)	36.812	41.847	13,7%	2,7%
TOPLAM	1.605.856	1.575.652	-1,9%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın İplik Dış Ticareti

ALMANYA'NIN İPLİK DIŞ TİCARETİ

(Birim: 1.000 ABD \$)

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	2.764.897	-	1.850.768	-
2005	2.642.945	-4,4%	1.882.368	1,7%
2006	2.805.044	6,1%	2.033.693	8,0%
2007	3.162.337	12,7%	2.235.800	9,9%
2008	2.965.290	-6,2%	2.266.151	1,4%
2009	1.583.535	-46,6%	1.510.495	-33,3%
2010	1.753.341	10,7%	1.931.825	27,9%
2011	2.036.566	16,2%	2.357.160	22,0%
2012	1.674.199	-17,8%	1.886.324	-20,0%
2013	1.674.135	0,0%	1.956.144	3,7%

Kaynak: ITC Trade Map

ALMANYA'NIN İPLİK İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	305.966	316.859	3,6%	16,2%
ÇİN	207.391	193.498	-6,7%	9,9%
HOLLANDA	154.319	180.235	16,8%	9,2%
POLONYA	143.620	122.681	-14,6%	6,3%
TÜRKİYE	98.309	109.607	11,5%	5,6%
HİNDİSTAN	92.538	80.562	-12,9%	4,1%
ROMANYA	69.702	78.823	13,1%	4,0%
A.B.D	65.281	76.223	16,8%	3,9%
İSPANYA	69.474	73.469	5,8%	3,8%
SLOVAKYA	59.215	71.896	21,4%	3,7%
İLK 10 ÜLKE	1.265.815	1.303.853	3,0%	66,7%
TOPLAM	1.886.324	1.956.144	3,7%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın Dokuma Kumaş Ticareti

ALMANYA'NIN DOKUMA KUMAŞ DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	3.895.623	-	2.673.954	-
2005	3.721.479	-4,5%	2.691.925	0,7%
2006	3.760.560	1,1%	2.729.895	1,4%
2007	3.811.388	1,4%	2.847.968	4,3%
2008	3.780.133	-0,8%	2.670.062	-6,2%
2009	2.841.507	-24,8%	2.012.241	-24,6%
2010	2.945.758	3,7%	2.208.496	9,8%
2011	3.418.908	16,1%	2.711.758	22,8%
2012	2.959.859	-13,4%	2.258.346	-16,7%
2013	2.978.042	0,6%	2.386.981	5,7%

Kaynak: ITC Trade Map

ALMANYA'NIN DOKUMA KUMAŞ İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	529.843	566.116	6,8%	23,7%
ÇİN	349.198	375.074	7,4%	15,7%
TÜRKİYE	178.905	201.096	12,4%	8,4%
İSVİÇRE	168.597	165.696	-1,7%	6,9%
PAKİSTAN	127.599	150.725	18,1%	6,3%
AVUSTURYA	96.697	115.869	19,8%	4,9%
ÇEK CUMHURİYETİ	85.579	86.129	0,6%	3,6%
İSPANYA	70.045	81.696	16,6%	3,4%
FRANSA	77.760	78.356	0,8%	3,3%
HOLLANDA	75.159	74.372	-1,0%	3,1%
İLK 10 ÜLKE	1.759.382	1.895.129	7,7%	79,4%
TOPLAM	2.258.346	2.386.981	5,7%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın Örme Kumaş Dış Ticareti

ALMANYA'NIN ÖRME KUMAŞ DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	1.121.072	-	457.862	-
2005	1.052.310	-6,1%	461.461	0,8%
2006	1.076.641	2,3%	497.053	7,7%
2007	1.154.133	7,2%	542.557	9,2%
2008	1.105.678	-4,2%	499.676	-7,9%
2009	881.109	-20,3%	403.460	-19,3%
2010	977.524	10,9%	453.989	12,5%
2011	1.168.405	19,5%	545.813	20,2%
2012	947.592	-18,9%	481.665	-11,8%
2013	991.952	4,7%	501.593	4,1%

Kaynak: ITC Trade Map

ALMANYA'NIN ÖRME KUMAŞ İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	123.408	139.215	12,8%	27,8%
ÇİN	48.350	50.226	3,9%	10,0%
AVUSTURYA	45.673	49.022	7,3%	9,8%
TÜRKİYE	31.461	38.533	22,5%	7,7%
İSVİÇRE	23.840	27.525	15,5%	5,5%
MALTA	37.660	18.057	-52,1%	3,6%
SLOVAKYA	21.913	17.456	-20,3%	3,5%
FRANSA	13.636	16.995	24,6%	3,4%
GÜNEY KORE	16.610	16.461	-0,9%	3,3%
HOLLANDA	12.563	16.113	28,3%	3,2%
İLK 10 ÜLKE	375.114	389.603	3,9%	77,7%
TOPLAM	481.665	501.593	4,1%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın Ev Tekstili Dış Ticareti

ALMANYA'NIN EV TEKSTİLİ DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000 ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	695.481	-	2.153.726	-
2005	812.146	16,8%	2.284.053	6,1%
2006	926.805	14,1%	2.341.913	2,5%
2007	1.027.403	10,9%	2.480.852	5,9%
2008	1.102.844	7,3%	2.594.961	4,6%
2009	1.164.902	5,6%	2.631.390	1,4%
2010	1.298.003	11,4%	2.918.491	10,9%
2011	1.685.608	29,9%	3.569.499	22,3%
2012	1.501.454	-10,9%	2.928.116	-18,0%
2013	1.578.420	5,1%	3.199.073	9,3%

Kaynak: ITC Trade Map

ALMANYA'NIN EV TEKSTİLİ İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
ÇİN	797.416	804.718	0,9%	25,2%
TÜRKİYE	448.298	521.652	16,4%	16,3%
POLONYA	328.320	365.925	11,5%	11,4%
HİNDİSTAN	236.893	257.951	8,9%	8,1%
PAKİSTAN	211.579	237.201	12,1%	7,4%
HOLLANDA	121.678	169.354	39,2%	5,3%
BANGLADEŞ	105.084	127.461	21,3%	4,0%
ÇEK CUMHURİYETİ	94.575	103.572	9,5%	3,2%
MACARİSTAN	62.618	67.644	8,0%	2,1%
İTALYA	42.998	50.071	16,4%	1,6%
İLK 10 ÜLKE	2.449.459	2.705.549	10,5%	84,6%
TOPLAM	2.928.116	3.199.073	9,3%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

Almanya'nın Teknik Tekstil Dış Ticareti

ALMANYA'NIN TEKNİK TEKSTİLLER DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2004	3.770.103	-	2.695.932	-
2005	4.024.670	6,8%	3.298.870	22,4%
2006	4.597.621	14,2%	3.703.568	12,3%
2007	6.443.897	40,2%	4.813.785	30,0%
2008	7.163.362	11,2%	5.301.437	10,1%
2009	5.920.120	-17,4%	4.442.106	-16,2%
2010	6.724.395	13,6%	4.848.786	9,2%
2011	7.852.061	16,8%	6.074.694	25,3%
2012	7.242.979	-7,8%	5.532.511	-8,9%
2013	7.686.202	6,1%	5.897.266	6,6%

Kaynak: ITC Trade Map

ALMANYA'NIN TEKNİK TEKSTİLLER İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2012	2013	DEĞİŞİM	PAY
ÇİN	975.667	1.027.171	5,3%	17,4%
POLONYA	669.804	807.769	20,6%	13,7%
ÇEK CUMHURİYETİ	408.509	419.058	2,6%	7,1%
İTALYA	412.160	400.776	-2,8%	6,8%
HOLLANDA	341.545	364.978	6,9%	6,2%
ROMANYA	254.047	307.332	21,0%	5,2%
İSVİÇRE	212.379	219.248	3,2%	3,7%
A.B.D	204.718	211.904	3,5%	3,6%
TÜRKİYE	159.078	174.435	9,7%	3,0%
BELÇİKA	162.269	169.701	4,6%	2,9%
İLK 10 ÜLKE	3.800.176	4.102.372	8,0%	69,6%
TOPLAM	5.532.511	5.897.266	6,6%	100,0%

Kaynak: ITC Trade Map

V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti

Almanya, Türkiye'nin en yoğun dış ticaret ilişkisi içerisinde olduğu bir kaç ülkeden biridir. İki ülke arasındaki ticaret Almanya lehine gelişim göstermektedir ve 2013 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülke, Almanya olmuştur.

Almanya ile Türkiye arasında 2013 yılındaki toplam dış ticaret hacmi (*ihracat + ithalat*) 37,9 milyar dolar seviyesindedir. Bu rakamın 13,7 milyar dolarlık kısmını Türkiye'den Almanya'ya ihracat oluştururken, 24,2 milyar dolarlık kısmını Almanya'dan yapılan ithalat oluşturmaktadır.

2013 yılında 151,8 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Almanya'nın 13,7 milyar dolar ile %9'luk payı bulunmaktadır. 2013 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2012 yılına kıyasla %0,4 oranında azalırken, Almanya'ya ihracat %4,4 oranında artmıştır. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise Türkiye genel ihracatı %4,2 oranında artışla 138,6 milyar dolardan 144,5 milyar dolara yükselirken, Almanya'ya ihracat %11,6'lık artışla 14 milyar dolar olmuştur.

Diğer yandan, 2013 yılında Almanya'dan 24,2 milyar dolarlık ithalat yapılmış olup, 251,7 milyar dolarlık Türkiye genel ithalatında Almanya'nın payı %9,6 olarak hesaplanmaktadır. 2013 yılında Türkiye ithalatı %6,4 oranında artarken, Almanya'dan yapılan ithalat %13 oranında artmıştır. Bu artış, Almanya'nın Türkiye toplam ithalatından aldığı payı %9'dan %9,6'ya çıkarmıştır. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise Türkiye genel ithalatı %3,5 oranında azalırken, Almanya'dan yapılan ithalat da %7 oranında düşerek 20,27 milyar dolara gerilemiştir.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticareti içerisinde, tekstil ve konfeksiyon ticaretinin önemli bir yeri bulunmaktadır. İki ülke arasındaki dış ticarete tekstil ve konfeksiyon ticaretinin payı, 2012 yılında %9,6 ve 2013 Ocak-Kasım döneminde %12,4 olmuştur.

2013 yılında Türkiye'den Almanya'ya %9,4 artışla 444,3 milyon dolarlık tekstil ihracatı ve Almanya'dan %10 artışla 480,7 milyon dolarlık tekstil ithalatı yapılmıştır. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise tekstil ihracatı %2,2 artışla 418,9 milyon dolara yükselirken, tekstil ithalatı %7,7 oranında düşüşle 406,8 milyon dolara gerilemiştir.

Öte yandan, 2013 yılında Türkiye'den Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihracatı %8 artışla 3,7 milyar dolara yükselmiş, aynı yıl bu ürün grubunda

Almanya'dan %3,1 düşüşle 34,1 milyon dolarlık da ithalat yapılmıştır. 2014 yılının Ocak-Kasım döneminde ise Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, %7 oranında artarak 3,6 milyar dolara yükselmiş, aynı dönemde Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı %12,3 oranında artışla 34,6 milyon dolara yükselmiştir.

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

TÜRKİYE -ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: ABD \$	2012 YILLIK	2013 YILLIK	DEĞİŞİM	2013 OCAK-KASIM	2014 OCAK-KASIM	DEĞİŞİM
ALMANYA'YA İHRACAT	13.123.904.630	13.696.842.428	4,4	12.540.207.016	13.998.347.915	11,6
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	152.461.736.556	151.802.637.087	-0,4	138.627.779.627	144.485.293.806	4,2
ALMANYA'NIN PAYI %	8,6	9,0		9,0	9,7	
ALMANYA'DAN İTHALAT	21.400.613.808	24.182.421.733	13,0	21.704.968.595	20.186.098.538	-7,0
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	236.545.140.909	251.661.250.110	6,4	228.522.219.493	220.450.411.361	-3,5
ALMANYA'NIN PAYI %	9,0	9,6		9,5	9,2	
ALMANYA'YA TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	406.078.296	444.308.920	9,4	409.991.651	418.873.746	2,2
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	7.749.225.552	8.367.973.140	8,0	7.708.069.194	7.908.022.106	2,6
ALMANYA'NIN PAYI %	5,2	5,3		5,3	5,3	
ALMANYA'DAN TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	436.850.382	480.672.264	10,0	440.856.002	406.843.609	-7,7
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	8.674.485.448	9.301.562.715	7,2	8.530.375.332	8.958.831.368	5,0
ALMANYA'NIN PAYI %	5,0	5,2		5,2	4,5	
ALMANYA'YA H.GİYİM ve KONFEKSİYON İHRACATI	3.400.554.858	3.672.551.501	8,0	3.365.752.879	3.600.152.570	7,0
TÜRKİYE H.GİYİM ve KONFEKSİYON İHRACATI	15.753.400.255	17.150.270.228	8,9	15.740.078.211	17.161.452.564	9,0
ALMANYA'NIN PAYI %	21,6	21,4		21,4	21,0	
ALMANYA'DAN H.GİYİM ve KONFEKSİYON İTHALATI	35.140.546	34.066.774	-3,1	30.874.787	34.679.044	12,3
TÜRKİYE H.GİYİM ve KONFEKSİYON İTHALATI	2.502.472.382	2.971.397.265	18,7	2.749.784.580	2.855.641.730	3,8
ALMANYA'NIN PAYI %	1,4	1,1		1,1	1,2	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ocak 2015

Yıllar İtibarıyla Genel İhracat ve İthalatın Seyri

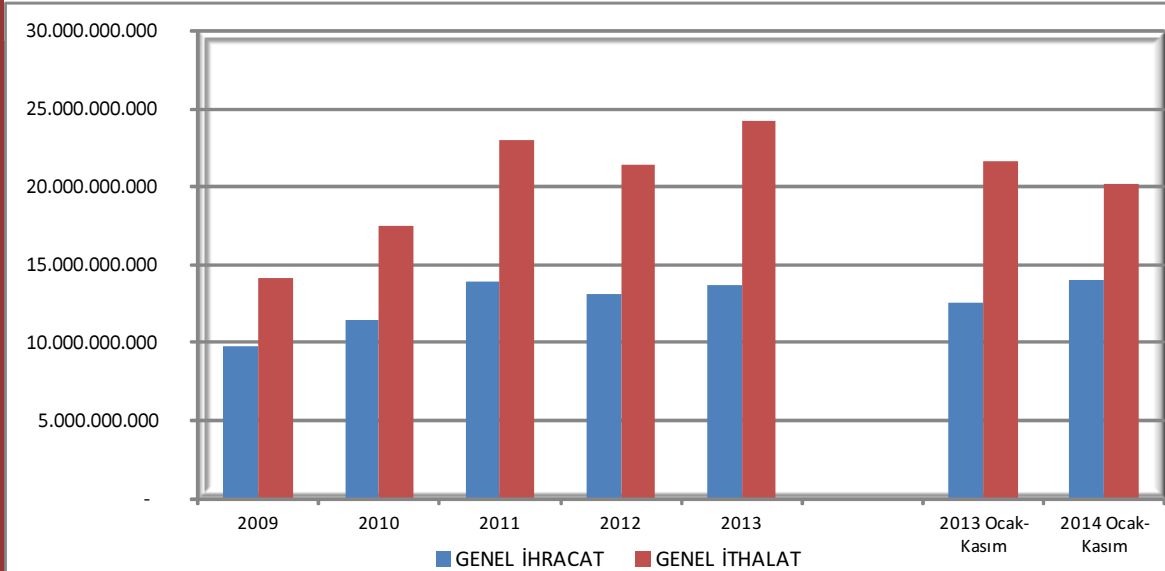
TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ

Birim: ABD \$

YILLAR	GENEL İHRACAT	DEĞİŞİM	GENEL İTHALAT	DEĞİŞİM
2009	9.783.224.928	-	14.096.963.072	-
2010	11.479.065.525	17,3	17.549.112.245	24,5
2011	13.950.825.467	21,5	22.985.566.776	31,0
2012	13.123.904.630	-5,9	21.400.613.808	-6,9
2013	13.696.842.428	4,4	24.182.421.733	13,0
2013 Ocak-Kasım	12.540.207.016		21.704.968.595	-
2014 Ocak-Kasım	13.998.347.915	11,6	20.186.098.538	-7,0

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ (Birim:ABD \$)



Almanya'ya En Fazla İhrac Edilen Ürünler

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA GENEL İHRACATI EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim: ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013 OCAK - KASIM	2014 OCAK - KASIM	DEĞİŞİM %	PAY %
8409	SADECE VEYA ESAS İTİBARIYLA 84.07 VEYA 84.08 POZİSYONLARINDAKİ MOTORLARIN AKSAM VE PARÇALARI	895.792.329	1.023.593.000	14	7,3
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, ATLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GIYIM EŞYASI (ÖRME)	826.974.736	941.008.996	14	6,7
8708	KARA YOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	672.011.290	762.356.178	13	5,4
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (YARIŞ)	455.069.603	681.222.595	50	4,9
8528	MONİTÖRLER VE PROJEKTÖRLER, TELEVİZYON ALICI CİHAZLARI	329.103.262	401.212.096	22	2,9
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZM	363.727.633	392.248.126	8	2,8
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	330.449.992	370.623.875	12	2,6
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	341.347.731	359.945.441	5	2,6
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZ	280.086.292	294.422.290	5	2,1
2008	TARİFENİN BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMİYEN MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARININ KONSERVELERİ	205.076.132	262.260.729	28	1,9
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		4.699.639.000	5.488.893.326	17	39,2
ALMANYA'YA GENEL İHRACAT		12.540.207.016	13.998.347.915	12	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		37	39		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Almanya'dan En Fazla İthal Edilen Ürünler

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim:ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013 OCAK - KASIM	2014 OCAK - KASIM	DEĞİŞİM %	PAY %
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (YARIŞ)	3.004.086.727	2.687.988.906	-11	13,3
8708	KARA YOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	1.184.009.952	1.132.091.174	-4	5,6
3004	TEDA VİDE VEYA KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	458.779.503	485.282.404	6	2,4
7108	ALTIN (PLATİN KAPLAMALI ALTIN DAHİL) (İŞLENMEMİŞ VEYA YARI İŞLENMİŞ YA DA PUDRA HALİNDE)	326.617.984	388.312.581	19	1,9
8408	SIKIŞTIRMA YLA ATEŞLEMELİ İÇTEN YANMALI PİSTONLU MOTORLAR (DİZEL VE YARI DİZEL)	369.014.282	349.281.619	-5	1,7
8409	SADECE VEYA ESAS İTİBARIYLA 84.07 VEYA 84.08 POZİSYONLARINDAKİ MOTORLARIN AKSAM VE PARÇALARI	296.991.727	344.187.214	16	1,7
8479	KENDİNE ÖZGÜ BİR FONKSİYONU OLAN DİĞER MAKİNALAR VE MEKANİK CİHAZLAR	315.584.654	272.037.547	-14	1,3
8421	SANTRİFÜJLER; SIVILARIN VEYA GAZLARIN FİLTRE EDİLMESİNE VEYA ARITILMASINA MAHSUS MAKİNA VE CİHAZLAR	232.857.335	235.153.649	1	1,2
3002	İNSAN KANI, HA YVAN KANI, SERUM, AŞI, TOKSİN VB. ÜRÜNLER	243.967.672	222.088.333	-9	1,1
7204	DÖKME DEMİRİN, DEMİRİN VEYA ÇELİĞİN DÖKÜNTÜ VE HURDALARI VEYA BUNLARIN ERİTİLMESİ İLE ELDE DİLMİŞ KÜ	196.441.680	205.993.773	5	1,0
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		6.628.351.516	6.322.417.200	-5	31,3
ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT		21.704.968.595	20.186.098.538	-7	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		31	31		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti

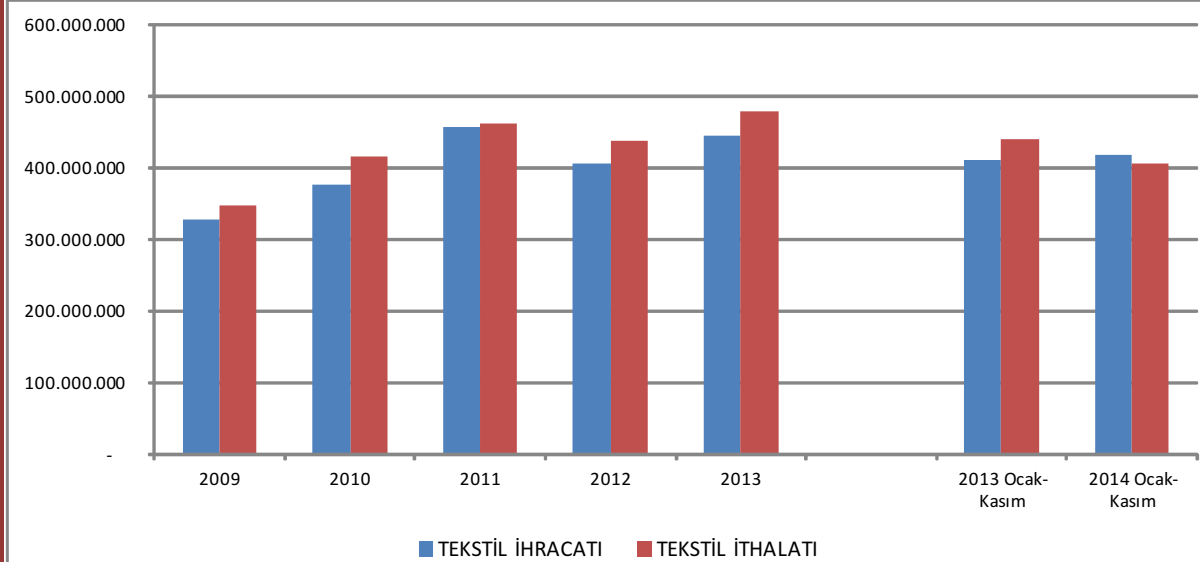
TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ

Birim: ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2009	328.188.152	-	348.843.189	-
2010	377.173.621	14,9	415.146.987	19,0
2011	457.851.579	21,4	462.883.287	11,5
2012	406.078.296	-11,3	436.850.382	-5,6
2013	444.308.920	9,4	480.672.264	10,0
2013 Ocak-Kasım	409.991.651	-	440.856.002	-
2014 Ocak-Kasım	418.873.746	2,2	406.843.609	-7,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ (Birim: ABD \$)



Almanya'ya En Fazla İhraç Edilen Tekstil Mamulleri

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim: ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013 OCAK - KASIM	2014 OCAK - KASIM	DEĞİŞİM %	PAY %
5407	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	48.474.733	46.184.988	-5	11,0
5209	PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇEREN VE M2 AĞIRLIĞI 200 GR. İ GEÇE	36.056.186	36.592.726	1	8,7
5205	PAMUK İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (AĞIRLIK İTİBARIYLA PAMUK ORANI >=% 85 VE PERAKENDE OLARAK SATILACA	25.344.887	31.035.556	22	7,4
5902	NA YLON, POLİAMİD, POLİESTER VB.ESASLI İÇ VE DIŞ LASTİĞİ İÇİN MENSUCAT	26.237.824	24.949.647	-5	6,0
5208	PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇERENLER)(M2. AĞIRLIĞI 200 GR. İ GE	26.597.437	23.016.849	-13	5,5
5511	SENTETİK VE SUNİ DEVAMSIZ LİFLERDEN İPLİKLER (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE G	19.997.848	21.875.845	9	5,2
5402	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	21.139.582	20.883.782	-1	5,0
6006	DİĞER ÖRME MENSUCAT	13.154.325	17.750.515	35	4,2
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	12.883.776	17.106.277	33	4,1
5515	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLERDEN DİĞER DOKUNMUŞ MENSUCAT	14.854.326	16.534.895	11	3,9
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		244.740.924	255.931.080	5	61,1
ALMANYA'YA TOPLAM TEKSTİL İHRACATI		409.991.651	418.873.746	2	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		60	61		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Almanya'dan En Fazla İthal Edilen Tekstil Ürünleri

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim: ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2013 OCAK - KASIM	2014 OCAK - KASIM	DEĞİŞİM %	PAY %
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	89.891.611	79.557.593	-11	19,6
5501	SENTETİK FİLAMENT DEMETLERİ	73.538.370	74.858.868	2	18,4
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	67.038.417	61.437.525	-8	15,1
5402	SENTETİK FİLAMENT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	24.620.633	25.379.405	3	6,2
5504	SUNİ DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	30.309.908	15.976.764	-47	3,9
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA PLASTİKLE LAMİNE EDİLMİŞ MENSUCAT	14.907.811	14.585.337	-2	3,6
5506	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (TARANMIŞ, İLERİ İŞLEM GÖRMÜŞ)	11.632.388	13.287.183	14	3,3
5403	SUNİ FİLAMENT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	5.601.214	12.168.692	117	3,0
5502	SUNİ FİLAMENT DEMETLERİ	9.630.602	11.196.139	16	2,8
5407	SENTETİK FİLAMENT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	10.492.209	11.007.149	5	2,7
İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI		337.663.163	319.454.655	-5	78,5
İNGİLTERE'DEN TOPLAM TEKSTİL İTHALATI		440.856.002	406.843.609	-8	100,0
İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		77	79		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ocak 2015

Belli Başlı Ürün Grupları Bazında Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti

TÜRKİYE'NİN İNGİLTERE'YE

İPLİK, DOKUMA VE ÖRME KUMAŞ İLE EV TEKSTİLİ İHRACATI

Birim : ABD \$

	2012 YILLIK	2013 YILLIK	% DEĞİŞİM	2013 OCAK-EYLÜL	2014 OCAK-EYLÜL	% DEĞİŞİM
İPLİK (İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik liflerden)	118.669.719	122.707.428	3	89.813.235	110.058.475	23
DOKUMA KUMAŞ (İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik lif ipliklerinden)	74.038.002	84.753.689	14	59.989.392	79.576.233	33
EV TEKSTİLİ	83.821.424	94.157.458	12	67.438.524	76.964.735	14,1
ÖRME KUMAŞ	27.001.716	37.261.335	38	29.820.476	25.376.779	-15

Kaynak : Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2014

TÜRKİYE'NİN İNGİLTERE'DEN

İPLİK, DOKUMA VE ÖRME KUMAŞ İLE EV TEKSTİLİ İTHALATI

Birim : ABD \$

	2012 YILLIK	2013 YILLIK	% DEĞİŞİM	2013 OCAK-EYLÜL	2014 OCAK-EYLÜL	% DEĞİŞİM
İPLİK (İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik liflerden)	39.710.820	41.684.544	5	30.024.890	36.666.546	22
DOKUMA KUMAŞ (İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik lif ipliklerinden)	11.425.615	11.854.507	4	8.556.550	9.353.548	9
ÖRME KUMAŞ	1.911.142	1.674.170	-12	1.115.223	2.538.527	128
EV TEKSTİLİ	630.374	402.764	-36	264.685	595.477	125

Kaynak : Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Kasım 2014

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: berlin@ekonomi.gov.tr

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: hamburg@ekonomi.gov.tr

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: dusseldorf@ekonomi.gov.tr

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>

VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi
- ITC Trade Map Statistics Database.
- Almanya'da Ticaret, İhracat ve Pazarlama Stratejileri, Hamburg Business Development Corporation
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group
- Almanya Ülke Raporu, Ebru Gülsoy, İGEME.

İTKİB Genel Sekreterliği
Tekstil, Deri ve Halı Şubesi
Ocak 2015

