

## Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

# ALMANYA



## TEMEL EKONOMİK GÖSTERGELER GENEL VE SEKTÖREL BİLGİLER



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

**MAYIS 2011**

**2009 TRADE MAP ve 2011 DTM BİLGİ SİSTEMİ VERİLERİ  
İLE REVİZE EDİLMİŞTİR**

# **Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından**

## **ALMANYA**

### **İÇİNDEKİLER**

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER.....	1
Giriş .....	1
Temel Ekonomik Göstergeler.....	3
Alman Sanayiinin Genel Görünümü .....	4
Nüfus Yapısı .....	5
Ekonomi .....	5
II. ALMANYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON PAZARI VE PAZARA GİRİŞ .....	7
Almanya Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii.....	7
Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama .....	8
Almanya Hazırgiyim Dağıtım Kanalları ve Tüketici Tercihleri .....	10
Almanya’da Teknik Tekstiller.....	12
Alman İş Kültürünün Temel Noktaları .....	13
Çalışma Uygulamaları .....	13
İş İlişkileri .....	13
Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar.....	14
III. ALMANYA’NIN DIŞ TİCARETİ .....	15
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat .....	15
En Çok İhraç Edilen Ürünler.....	15
En Çok İthal Edilen Ürünler .....	16
En Çok İhracat Yapılan Ülkeler .....	16
En Çok İthalat Yapılan Ülkeler .....	17
IV. ALMANYA’NIN TEKSTİL VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ .....	19
Almanya’nın Tekstil Ürünleri Dış Ticareti .....	19
En Çok Tekstil İthal Edilen Ülkeler .....	20
Almanya’nın En Çok İthal Ettiği Tekstil Ürünleri.....	21
Almanya’nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	22
En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthal Edilen Ülkeler .....	24
Almanya’nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri.....	25
V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ .....	27
Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti.....	27
Türkiye’nin Genel Ticaretinde Almanya’nın Yeri .....	33
Türkiye’nin Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Almanya’nın Yeri.....	35
Türkiye – Almanya Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti.....	39
Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti .....	45
VI. FAYDALI ADRESLER .....	51
VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR .....	55

## Tekstil ve Konfeksiyon Sektörleri Açısından

# ALMANYA

## I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

### Giriş

82 milyonluk nüfusu ve yıllık 1 trilyon doları aşan ihracat performansı ile ABD ve Japonya ile birlikte Dünya'nın en önemli sanayileşmiş ülkeleri arasında kabul edilen Almanya, Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, 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 'G8' diye adlandırılan ve yılda bir kez dünyanın en zengin ülkelerinin liderlerini bir araya getiren, topluluğun da (ABD, Japonya, Almanya, Birleşik Krallık, Fransa, İtalya, Kanada ve Rusya) üyesidir. Ayrıca, Almanya yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracatındaki en önemli pazarlardan biri olma özelliğini taşımaktadır.

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

Federal Meclis, iki ayrı meclisten oluşmaktadır. *Bundestag* (Federal Meclis) dört yıl için seçim bölgelerinin nüfusuna göre genel seçimlerle seçilir. *Bundesrat* ise senato mahiyetindedir. Nüfus sayısına bakılmaksızın her eyaletin iki temsilcisinden oluşur. Yasama yetkisi Federal Meclis'e aittir. Ancak Anayasa'nın Federal Meclis'e bıraktığı alanın dışında Eyalet Meclisleri de yasama yetkisine sahiptirler.

Yürütme yetkisi Federal Hükümet'e aittir. Hükümet Başkanı, Cumhurbaşkanı'nın önerisi üzerine Federal Meclis tarafından seçilir. Hükümet

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

Türk-Alman ilişkilerinin tarihi, 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.

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

2011 yılının Ocak-Mart döneminde, Türkiye genel ihracatı 2010 yılının ilk 3 ayına kıyasla % 21 oranında artışla 31,5 milyar dolar olmuştur. Almanya'ya ihracat ise % 27,9 oranında artışla 3,3 milyar dolara yükselmiştir. Almanya'ya ihracatın genel ihracatın artış oranından daha yüksek oranlı artması, bu ülkenin Türkiye'nin genel ihracatındaki payının % 10,6'ya yükselmesini sağlamıştır.

İthalat sözkonusu olduğunda, 2010 yılında 185,5 milyar dolar değerinde olan Türkiye genel ithalatında, Almanya'dan yapılan 17,5 milyar dolarlık ithalatın payı, % 9,4 olarak hesaplanmaktadır. 2010 yılında 2009 yılına göre Almanya'dan ithalatın artış oranı % 23,9 olup bu oran % 31,7 olan genel ithalat artışının altında kalmıştır. 2011 yılının Ocak-Mart döneminde ise, Türkiye'nin Almanya'dan genel ithalatı 2010 yılının eş dönemine kıyasla % 46,1 oranında artmış ve 5,1 milyar dolar olmuştur. İlk 3 aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatı ise % 45,6 artmış bulunmaktadır.

## Temel Ekonomik Göstergeler

Almanya Avrupa'nın en büyük sanayiine sahiptir. Gelişmiş ülkelerin çoğundan farklı olarak Alman ekonomisinin temeli, üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Sanayi sektörü Almanya milli hasılasının %30'unu oluşturmaktadır. Almanya dünyanın en önemli çelik, çimento, kimyasal maddeler, makina, taşıt araçları ve elektronik ürünleri üreticisidir. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Almanya ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

<b>Başkenti</b>	<b>Berlin</b>
<b>Yüzölçümü</b>	<b>357,021 km<sup>2</sup></b>
<b>Nüfusu</b>	<b>82 milyon (2010)</b>
<b>Ortalama Yaşam Süresi</b>	<b>80 yıl</b>
<b>Para Birimi</b>	<b>Euro (€)</b>
<b>GSYİH (Satın Alma Paritesi)</b>	<b>3 trilyon \$ (2010)</b>
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH</b>	<b>35,900 \$ (2010)</b>
<b>GSYİH Büyüme Hızı</b>	<b>% 3,6 (2010)</b>
<b>Sektörlere Göre GSMH</b>	<b>Tarım % 1 Sanayi % 28 Hizmet % 71</b>
<b>Sektörlere Göre İşgücü</b>	<b>Tarım % 2,4 Sanayi % 29,7 Hizmet % 67,8</b>
<b>Başlıca İhracat Ürünleri</b>	<b>Makina, taşıt araçları, kimyasal ürünler, demir-çelik, gıda, tekstil.</b>
<b>Başlıca İthalat Ürünleri</b>	<b>Makina, taşıt araçları, gıda, demir-çelik, kimyasal ürünler, tekstil.</b>
<b>Toplam İhracat:</b>	<b>1,27 trilyon \$ (2010)</b>
<b>Toplam İthalat:</b>	<b>1,1 trilyon \$ (2010)</b>
<b>Karayolları</b>	<b>644.480 km</b>
<b>Demiryolları</b>	<b>41.896 km</b>
<b>Havaalanı Sayısı</b>	<b>549 adet</b>

## 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) denen yapıda (aynı sektörde faaliyetlerde bulunan firmaların ve diğer kuruluşların aynı merkezde yoğunlaşması biçiminde) organize olan nanoteknoloji ve biyoteknoloji gibi alanlarda da orta ölçekli işletmeler ön plana çıkmaktadır. Orta ölçekli işletmeler, 20 milyondan fazla kişiyi istihdam ederek açık arayla en büyük işveren konumundadır. Sanayinin "amiral gemisi" niteliği kazanmış olan makina sanayiinde, firmaların çoğunluğu 200'den az çalışan istihdam etmesine karşın, dünyanın ihtiyaç duyduğu makina donanımları en yüksek kalitede üretilmektedir.

Almanya'nın en önemli sektörlerinden biri de otomotivdir. Her yedi çalışandan biri bu sektörde istihdam edilmekte, ihracatın % 40'ı bu sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Almanya altı üretici firma olan Volkswagen, Audi, BMW, Daimler Chrysler, Porsche ve Opel (General-Motors) ile Japonya ve ABD'yle birlikte en büyük 3 otomobil üreticisinden biridir.

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

Çin ve Hindistan gibi Asya'nın atılım halindeki ülkeleriyle Almanya arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin önemi de her geçen gün artmaktadır. Günümüzde hızlı büyüyen tüm ülkeler, zengin ülkelerle aralarındaki farkı

kapatacak rekabet avantajlarına sahiptir. Alman dış ticaret politikası da bu olguyu dikkate alarak şekillenmektedir. Nitekim uluslararası ticari bağlantılarını güçlendirmeden, Almanya'nın modern bir sanayi ülkesi olma konumunu koruması mümkün değildir. Aynı zamanda bu gelişme Almanya'nın önüne yeni zorluklar da çıkarmaktadır. Bu bağlamda Alman ekonomisi, ekonomi politikasının yanısıra ücret artışlarının sınırlandırılması sayesinde rekabet gücünü artırmayı başarmıştır.

## **Nüfus Yapısı**

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

Almanya Federal İstatistik Dairesi'ne göre Almanya'da yaşlı ve genç nüfus arasındaki fark büyüyecektir. 2050 yılında nüfusun yarısından fazlası 48 yaşın üstünde, nüfusun üçte biri 60 yaşında ya da daha yaşlı olacaktır. Almanya'nın genel nüfusunun, diğer ülkelerden göçlere rağmen 2013 yılından itibaren azalması öngörülmektedir. Kadın başına 1,4 çocuk doğum oranı nedeniyle genç yaş grupları, örneğin 50 yaşına kadar olan nüfusun düşük seyredeceği tahmin edilmekte ve Almanya'da uzun yıllardan beri ölenlerin sayısının doğanlardan fazla olması, nüfusun azalmasındaki en büyük etken sayılmaktadır.

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

Alman ekonomisi 2001 ile 2005 arası sıkıntılı bir dönemden geçtikten sonra son iki yıllık dönemde nispeten toparlanmıştır. Asya ve Rusya krizlerinden sonra 2001 yılında % 1,2, 2002 yılında ise sadece % 0,1 büyüeyebilen Alman ekonomisi, 2003 yılında ise % 0.2 oranında küçülmüştür.

Üç yıllık duraklama döneminden sonra yüksek dış talebin de etkisiyle hareketlenen ekonomi, 2004 yılında % 1,3 büyürken 2005 yılında ise %1 civarında bir büyüme gerçekleştirmiştir. 2006 yılında % 2,9, 2007 yılında ise % 2,6 oranında büyüyen Alman ekonomisi, küresel ekonomik kriz nedeniyle 2008 yılında ancak % 1,3 büyümüş bulunmaktadır.

Küresel ekonomik ve finansal kriz nedeniyle 2009 yılı sonu itibariyle Alman ekonomisi % 4,7 küçülürken, 2010 yılında ise hızlı bir şekilde toparlanarak % 3,6 büyüme ile AB genelinde krizden ilk çıkan ülkelerin başında yer almıştır.

Almanya'da sanayi üretiminde geçen yılın aynı dönemine göre 2011 yılı Şubat ayında % 13,4 artış gerçekleşirken, bir önceki aya göre ise % 1,4 artmış bulunmaktadır.

Bu arada, yeni sanayi ürünleri siparişleri ise Ocak ayında geçen yılın aynı dönemine göre % 24,9 artarken, bir önceki aya göre ise % 3,7 artış göstermiştir.

Öte yandan, ülke çapında perakende satışlar Şubat ayında bir önceki aya göre % 0,3 azalırken, bir önceki yılın aynı ayına göre ise % 1,1 artış göstermiştir.

Diğer yandan, Almanya'da işsizlik oranı Şubat ayında % 6,3 seviyesinde gerçekleşmiştir.

Almanya ekonomisi, bu yıl ihracat ve iç talepteki artışın etkisiyle toparlanırken, uzmanlar Alman ekonomisinin krizden sıyrılabilmesini devletin aldığı etkili önlemlerin işe yaramasına ve ekonomiyi çeken en önemli lokomotif olan ihracattaki hızlı toparlanmaya bağlamaktadır.

OECD verilerine göre ülke ekonomisinin 2011 yılında % 2,5 büyümesi beklenirken, özel tüketim harcamalarının ise % 1,3 artacağı öngörülmektedir.



## II. ALMANYA TEKSTİL VE KONFEKSİYON PAZARI VE PAZARA GİRİŞ

### Almanya Tekstil ve Konfeksiyon Sanayii

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

Almanya tekstil ve konfeksiyon sanayii de bir dönüşüm içerisinde. 2010 yılı verilerine göre ise tekstilde 768 firmada 80.300, hazırgiyimde ise 357 firmada 43.000 kişi çalışmaktadır. Bu verilere göre tekstil ve hazırgiyim sektörlerinde toplamda 1.125 firmada 123.300 kişi çalışmaktadır.

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

Almanya Tekstil ve Konfeksiyon Sektörü 2010			
	Tekstil Sektörü	Hazırgiyim Sektörü	Tekstil + Hazırgiyim
<i>İşletme Sayısı</i>	768*	357*	1.125
<i>Çalışan Sayısı</i>	80.300	43.000	123.300
<i>Geçen Yıla Göre Satışlar (%)**</i>	16,5	-0,8	-8,6
<i>Geçen Yıla göre Üretim (%)**</i>	12,2	-2,2	

\* 2009 yılı sonu verileri

\*\* 2010 yılı Ocak-Ekim dönemi verileri

Kaynak : Konjunkturübersicht 2010, Gesamtverband textil+mode

## Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama

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

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

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

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

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

İthalat yapan firmalar genellikle belirli ürünler ya da ülkeler üzerinde uzmanlaşırlar. Deneyimleri sayesinde bu tür ortaklar özellikle Alman pazarının kendine özgün koşullarını iyi tanımayan yabancı üreticilerin Almanya pazarına girişini kolaylaştırır. Bunun dışında ithal işlemleri perakendecilere, sanayiye ve el sanatları üreticilerine satış yapan toptancılar tarafından da yürütülür. Toptancılar genellikle belirli bir ürün ya da belirli sektörler üzerinde

yoğunlaşırlar. Çoğu buldukları bölgede güçlü olan toptancılardan yalnızca birkaçı tüm Almanya genelinde temsil edilmektedir.

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

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

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

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

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

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

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

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

## **Almanya Hazırgiyim Dağıtım Kanalları ve Tüketici Tercihleri**

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

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

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

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

1960'lı yıllarda Almanya hazır giyim perakende sektöründe küçük bağımsız mağazalar çok önemli bir rol oynamaktaydı. Bu mağazaların, toplam

hazırgiyim perakende sektöründeki payları o yıllarda %60'lar düzeyinde iken, günümüzde %30'ların altına düşmüştür.

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

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

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

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

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

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

Söz konusu araştırmanın sonucuna göre Alman giyim pazarında başarılı olmak isteyen bir markanın sahip olması gereken en önemli dört özellik: Kalite, güvenilirlik, tasarım ve fiyat olarak belirlenmiştir. Bu nedenle yapılacak

pazarlama aktivitelerinde bu dört noktayı vurgulamak gerekmektedir. Yine aynı araştırmanın sonuçlarına göre, kalitenin en önemli iki bileşeni dayanıklılık ve solmayan renklerdir. Tüketicilerin kaliteyle ilgili beklentilerine cevap verebilmek için kampanya sırasında bu iki faktörün altı mutlaka çizilmesinde yarar bulunmaktadır.

## **Almanya'da Teknik Tekstiller**

Global pazarlardaki büyük rekabet dolayısıyla, bugün 2,5 milyon kişinin tekstil ve konfeksiyon sektöründe istihdam edildiği AB lkelerinde, 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 2007 yılı itibariyle artış trendi devam etmektedir. Sadece Avrupa'da 20,5 milyar dolar değerinde bir teknik tekstil pazarı sözkonusudur. Tıptan havacılığa, tarımdan otomotive, inşaattan nakliyeye çeşitli alanlarda kullanılan teknik tekstiller bugün insan hayatına çok yönlü olarak yerleşmiş durumdadırlar.

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

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

Ülkede Denkendorf Tekstil Enstitüsü, Chemnitz Tekstil Enstitüsü, Dresden Teknik Üniversitesi, Aachen Tekstil Enstitüsü gibi bir çok niversite, araştırma laboratuvarı ve enstitü, Karl Mayer gibi Alman tekstil makinası üreticileri münferit veya niversite/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 n şekillendirilmesi, hafif, gürültü ve darbeye dayanıklı, enerji absorblayabilen, ısı yalıtımı sağlayabilen materyaller

için çelik ve tekstil kombinasyonları gibi konular halen Alman bilim insanlarının üzerinde çalıştıkları konular olarak verilebilir.

## **Alman İş Kültürünün Temel Noktaları**

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

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

### **Çalışma Uygulamaları**

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

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

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

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

### **İş İlişkileri**

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

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

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

### **Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar**

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

Yemeğe davet edilme durumlarında, teşekkürleri ifade edebilmek amacıyla bir hediye verebilirsiniz. Çok pahalı hediye vermemeye özen 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 verilerinde göre Almanya'nın 2010 yılında genel ihracat 1,3 trilyon dolar ve genel ithalatı 1,06 trilyon dolar olarak verilmektedir.

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

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

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

Kaynak: Trademap

#### En Çok İhraç Edilen Ürünler

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

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

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

Kaynak: Trademap

## En Çok İthal Edilen Ürünler

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

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

Kaynak: Trademap

## En Çok İhracat Yapılan Ülkeler

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

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

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

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

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

*Kaynak: Trademap*

## En Çok İthalat Yapılan Ülkeler

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

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

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

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

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

*Kaynak: Trademap*

## IV. ALMANYA'NIN TEKSTİL VE KONFEKSİYON DIŞ TİCARETİ

### Almanya'nın Tekstil Ürünleri Dış Ticareti

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

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

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

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

Kaynak: Trademap

1985 yılında dünyada en fazla tekstil ithalatı yapan ülkeler arasında birinci sırada yer alan Almanya, 1990 yılında da bu konumu korumuş, ancak 1995 yılında Çin ve Hong Kong'un arkasından üçüncü sıraya gerilerken, 2000 yılında ABD, Çin ve Hong Kong'un ardından dördüncülüğe gerilemiştir. 2009 yılında ise 9,4 milyar dolarlık ithalat ile Çin ve Hong Kong'un ardından üçüncü ülke olmuştur.

2009 yılında dünyada en fazla tekstil ithalatı yapan ilk 20 ülke içinde Almanya'nın yeri ve dünya tekstil ithalatındaki payı, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

DÜNYA TEKSTİL İTHALATÇILARI ARASINDA				
ALMANYA / 2009				
<i>Birim:1000 ABD \$</i>				
	2008	2009	2008 / 2009	TOPLAMDA
ÜLKELER			DEĞİŞİM %	PAY %
ÇİN	22.541.165	19.782.530	- 12	11,6
HONG KONG	12.068.094	9.726.199	- 19	5,7
ALMANYA	10.217.168	9.423.607	- 8	5,5
A.B.D	11.106.488	8.464.548	- 24	4,9
İTALYA	9.714.345	7.009.550	- 28	4,1
VIETNAM	6.423.835	6.464.034	1	3,8
TÜRKİYE	7.301.406	6.297.305	- 14	3,7
FRANSA	5.992.654	4.491.287	- 25	2,6
MEKSİKA	5.616.806	4.289.008	- 24	2,5
ENDONEZYA	4.804.318	3.890.121	- 19	2,3
G.KORE	4.301.116	3.729.448	- 13	2,2
BANGLADEŞ	4.299.744	3.670.747	- 15	2,1
İNGİLTERE	4.522.481	3.455.618	- 24	2,0
JAPONYA	4.152.415	3.108.128	- 25	1,8
POLONYA	4.273.064	3.035.634	- 29	1,8
HİNDİSTAN	3.207.739	2.814.593	- 12	1,6
İSPANYA	3.977.068	2.796.581	- 30	1,6
BELÇİKA	3.773.679	2.788.919	- 26	1,6
ROMANYA	3.430.198	2.592.666	- 24	1,5
BREZİLYA	2.941.868	2.565.514	- 13	1,5
DÜNYA TOPLAM TEKSTİL İTHALATI	211.574.796	171.265.662	- 19	100,0

*Kaynak: Trademap*

## En Çok Tekstil İthal Edilen Ülkeler

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

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

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

*Kaynak: Trademap*

## Almanya'nın En Çok İthal Ettiği Tekstil Ürünleri

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

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

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

## Almanya'nın Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti

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

2010 yılında hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı %3,5 oranında artarak 19,4 milyar dolar, hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı ise %3,7 oranında artarak 35,7 milyar dolar olmuştur.



<b>ALMANYA'NIN KONFEKSİYON İHRACATI ve İTHALATI</b>				
Birim:1000 \$				
<b>YILLAR</b>	<b>KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>YILLIK DEĞİŞİM (%)</b>	<b>KONFEKSİYON İTHALATI</b>	<b>YILLIK DEĞİŞİM (%)</b>
2006	14.736.643	-	28.479.479	-
2007	16.895.397	14,6	30.979.082	8,8
2008	19.099.942	13,0	33.782.555	9,0
2009	18.736.378	-1,9	34.461.074	2,0
2010	19.395.976	3,5	35.747.932	3,7

*Kaynak: Trademap*

2009 yılında dünyada en fazla hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı gerçekleştiren ilk 20 ülke içinde Almanya'nın yeri ve toplamda aldığı pay, aşağıdaki tabloda verilmektedir.

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

DÜNYA KONFEKSİYON İTHALATÇILARI ARASINDA				
ALMANYA / 2009				
<i>Birim:1000 ABD \$</i>				
	2008	2009	2008 / 2009	TOPLAMDA
ÜLKELER			DEĞİŞİM %	PAY %
A.B.D	87.373.865	76.703.638	- 12	22,0
ALMANYA	33.782.555	34.461.074	2	9,9
JAPONYA	26.967.682	27.481.758	2	7,9
İNGİLTERE	25.639.442	22.691.627	- 11	6,5
FRANSA	24.381.520	21.959.541	- 10	6,3
İTALYA	17.743.732	15.804.832	- 11	4,5
HONG KONG	17.946.291	15.059.358	- 16	4,3
İSPANYA	16.013.216	13.633.155	- 15	3,9
BELÇİKA	10.843.029	9.364.212	- 14	2,7
HOLLANDA	9.483.252	8.984.584	- 5	2,6
KANADA	8.608.674	7.884.380	- 8	2,3
İSVİÇRE	5.947.259	5.409.555	- 9	1,6
AVUSTURYA	5.892.989	5.212.322	- 12	1,5
AVUSTRALYA	4.731.973	4.452.272	- 6	1,3
RUSYA FED.	4.924.006	4.217.302	- 14	1,2
DANİMARKA	4.914.983	4.094.491	- 17	1,2
POLONYA	3.913.138	3.728.703	- 5	1,1
İSVEÇ	4.043.593	3.488.268	- 14	1,0
G.KORE	4.349.513	3.485.966	- 20	1,0
YUNANİSTAN	3.404.230	2.879.981	- 15	0,8
DÜNYA KONFEKSİYON İTHALATI	384.837.600	348.216.860	- 10	100,0

*Kaynak: Trademap*

## En Çok Hazırgiyim ve Konfeksiyon İthal Edilen Ülkeler

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

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

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

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

Kaynak: Trademap

## Almanya'nın En Çok İthal Ettiği Hazırgiyim ve Konfeksiyon Ürünleri

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

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

**ALMANYA'NIN EN ÇOK İTHAL ETTİĞİ KONFEKSİYON ÜRÜNLERİ**

**EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN**

Birim:1000 ABD \$

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

Kaynak: Trademap

## V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

### Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti

Türkiye'nin yoğun dış ticaret ilişkisinde bulunduğu ülkelerden biri de Almanya'dır. İki ülke arasındaki genel dış ticaret hacmi (genel ihracat + ithalat) 2010 yılında 28,9 milyar dolar düzeyinde olmuş; 2011 yılının Ocak-Mart döneminde ise 8,4 milyar doları bulmuştur. 2010 yılı itibarıyla Almanya, Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı ülke ve en fazla ithalat yaptığı ikinci ülkedir. İki ülke arasındaki ticaret, Almanya lehine gelişim göstermektedir.

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

2011 yılının Ocak-Mart ilk üç aylık döneminde, Türkiye genel ihracatı 2010 yılının ilk üç ayına kıyasla %21 oranında artışla 31,5 milyar dolar olmuş, Almanya'ya ihracat ise %27,9 oranında artışla 3,3 milyar dolara yükselmiştir. Almanya'ya ihracatın genel ihracatın artış oranından daha yüksek olması, bu ülkenin Türkiye'nin genel ihracatındaki payının %10,6'ya yükselmesine yolaçmıştır. Almanya Türkiye'nin ihracat yaptığı 232 ülke içerisinde birinci sıradadır.

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

2011 yılının Ocak-Mart döneminde ise, Türkiye'nin Almanya'dan genel ithalatı 2010 yılının eş dönemine kıyasla %46,1 oranında artmış ve 5,1 milyar dolar olmuştur. İlk üç aylık dönemde Türkiye'nin genel ithalatının çok az daha düşük oranlı (%45,6 oranında) artması dolayısıyla, Almanya'dan ithalatın genel ithalattaki payı korunmuştur. Bu pay, 2010 yılının Ocak-Mart döneminde %9,1 olarak hesaplanmaktadır. Almanya, 2011 yılının Ocak-Mart döneminde Türkiye'nin ithalat yaptığı 228 ülke arasında Rusya Federasyonu'nun ardından ikinci sırada yer almaktadır.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticareti içerisinde, konfeksiyon ticaretinin ağırlıklı bir yeri bulunmaktadır. 2010 yılında 29 milyar dolar olan Türkiye-

Almanya dış ticaret hacminin 3,5 milyar ile %12,4'lük kısmını, diğer bir ifade ile sekizde birini konfeksiyon dış ticareti oluşturmaktadır.

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

TÜRKİYE - ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: \$	2009 YILLIK	2010 YILLIK	DEĞİŞİM %	2010 OCAK - MART	2011 OCAK - MART	DEĞİŞİM %
<b>ALMANYA'YA İHRACAT</b>	<b>9.783.224.928</b>	<b>11.486.808.286</b>	<b>17,4</b>	<b>2.603.457.070</b>	<b>3.329.837.858</b>	<b>27,9</b>
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	102.142.612.603	113.979.451.826	11,6	25.999.980.892	31.468.009.167	21,0
ALMANYA'NIN PAYI %	9,6	10,1		10,0	10,6	
<b>ALMANYA'DAN İTHALAT</b>	<b>14.096.963.072</b>	<b>17.459.158.948</b>	<b>23,9</b>	<b>3.493.609.573</b>	<b>5.105.821.333</b>	<b>46,1</b>
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	140.928.421.211	185.541.036.698	31,7	38.494.921.493	56.063.292.180	45,6
ALMANYA'NIN PAYI %	10,0	9,4		9,1	9,1	
<b>ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>3.224.375.007</b>	<b>3.547.561.099</b>	<b>10,0</b>	<b>854.860.231</b>	<b>1.021.795.819</b>	<b>19,5</b>
TÜRKİYE KONFEKSİYON İHRACATI	12.854.444.401	14.203.999.262	10,5	3.410.882.504	3.896.668.586	14,2
ALMANYA'NIN PAYI %	25,1	25,0		25,1	26,2	
<b>ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI</b>	<b>32.241.313</b>	<b>36.558.416</b>	<b>13,4</b>	<b>7.753.589</b>	<b>8.908.038</b>	<b>14,9</b>
TÜRKİYE KONFEKSİYON İTHALATI	2.016.595.151	2.696.131.771	33,7	558.490.257	783.430.059	40,3
ALMANYA'NIN PAYI %	1,6	1,4		1,4	1,1	
<b>ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>328.221.956</b>	<b>377.205.430</b>	<b>14,9</b>	<b>84.631.693</b>	<b>114.873.465</b>	<b>35,7</b>
TÜRKİYE TEKSTİL İHRACATI	5.374.056.670	6.355.974.438	18,3	1.461.613.168	1.888.638.014	29,2
ALMANYA'NIN PAYI %	6,1	5,9		5,8	6,1	
<b>ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI</b>	<b>348.846.681</b>	<b>415.147.221</b>	<b>19,0</b>	<b>98.523.825</b>	<b>120.191.544</b>	<b>22,0</b>
TÜRKİYE TEKSTİL İTHALATI	6.301.202.314	9.079.083.692	44,1	1.968.136.065	2.903.962.853	47,5
ALMANYA'NIN PAYI %	5,5	4,6		5,0	4,1	

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

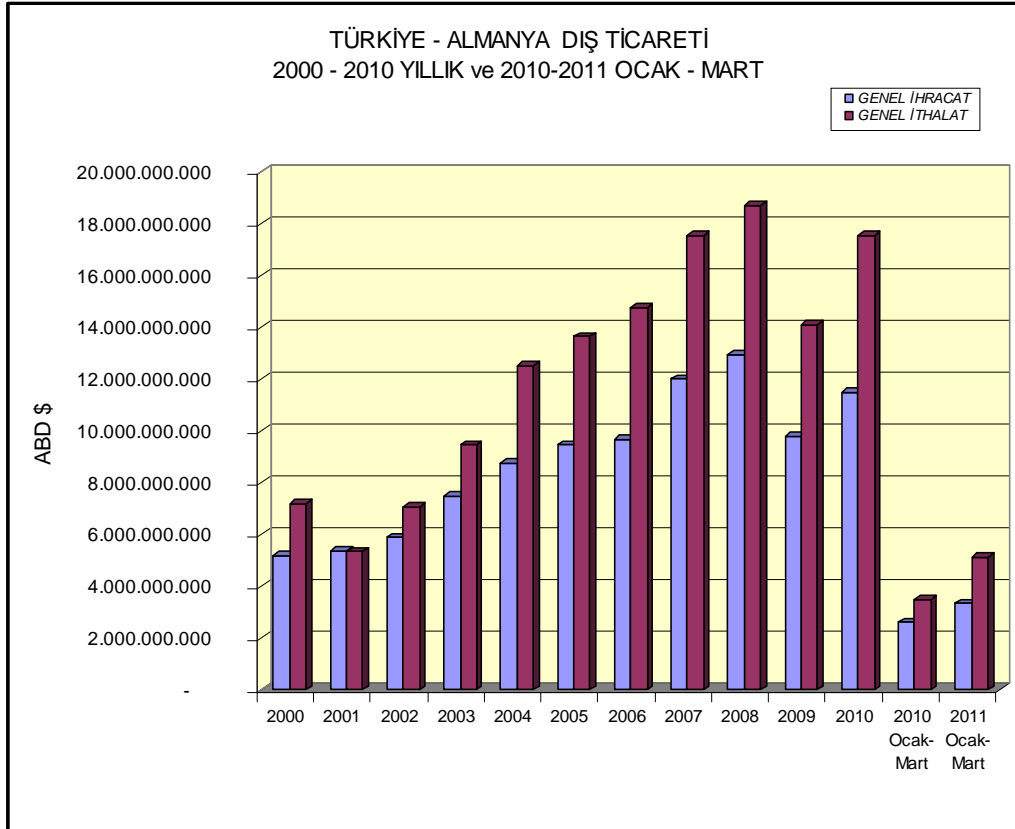
Türkiye'nin Almanya'ya genel ihracatı, 2000 yılından 2011 yılının Mart ayı sonuna kadar onbir yılı aşkın zaman içerisinde yıllık bazda %2,4 ile %27,9 arasında değişen oranlarda artmıştır. Bunun tek istisnası, küresel ekonomik krizin etkisi altında kalınan 2009 yılıdır. 2009 yılında Almanya'ya ihracat 2008 yılına kıyasla %24,5 oranında azalmış, ancak 2010 yılında tekrar artışa geçmiştir. 2000 yılında 5,2 milyar dolar olan ihracat, 2010 yılında iki katından fazla artarak 11,5 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'den Almanya'ya 2011 yılının Ocak-Mart döneminde ise 2010 yılının eş dönemine kıyasla %27,9 oranında artışla, 3,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir.

2000 yılından 2010 yılına kadarki son onbir yıl içerisinde Türkiye'den Almanya'ya yapılan ihracatın yıllık ortalama artış oranı %9,3 olarak hesaplanmaktadır. Yıllık artışlara bakıldığında Almanya'ya ihracatta 2003 yılı %27,5 ile en yüksek ihracat artışının görüldüğü yıl olmuştur. 2007 yılındaki %23,8 oranında artış da, diğer bir yüksek oranlı artış olarak dikkat çekmektedir. 2011 Ocak-Mart dönemindeki artış ise bu oranların da üzerinde (%27,9) olmuştur.

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

TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	GENEL İHRACAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)	GENEL İTHALAT	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	5.179.844.047	-	7.198.209.397	-
2001	5.366.944.918	3,6	5.335.443.468	-25,9
2002	5.868.812.970	9,4	7.041.532.433	32,0
2003	7.484.930.597	27,5	9.452.963.795	34,2
2004	8.745.282.461	16,8	12.515.655.290	32,4
2005	9.455.049.952	8,1	13.633.887.595	8,9
2006	9.686.234.819	2,4	14.768.220.038	8,3
2007	11.993.232.454	23,8	17.539.955.009	18,8
2008	12.951.754.833	8,0	18.687.197.411	6,5
2009	9.783.224.928	-24,5	14.096.963.072	-24,6
2010	11.486.808.286	17,4	17.549.158.948	24,5
2010 Ocak-Mart	2.603.457.070		3.493.609.573	
2011 Ocak-Mart	3.329.837.858	27,9	5.105.821.333	46,1

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011



Diğer yandan, 2000 yılında 7,2 milyar doları bulan Almanya'dan yapılan ithalatın değeri, 2010 yılı sonu itibariyle 17,5 milyar dolara ulaşmıştır. Yıllar itibariyle ithalatta, sadece 2001 yılında %25,9'luk ve 2009 yılında %24,6'lık bir düşüş ve diğer yıllarda %6,5 ile %34,2 arasında değişen oranlarda artışlar görülmektedir. 2002, 2003 ve 2004 yıllarında Almanya'dan ithalatta %30'un üzerinde nispeten yüksek oranlarla artış olmuş, 2005 yılından itibaren ise %8 ile %19 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilmiştir. 2011'in Ocak-Mart döneminde Türkiye'nin Almanya'dan ithalatı 5,1 milyar dolar düzeyinde gerçekleşmiştir.. Almanya'dan ithalatın 2000-2010 yılları arasında hesaplanan yıllık ortalama artış oranı %11,5 düzeyindedir. Bu oranın, yıllık ortalama ihracat artış oranının (%9,3) yukarısında kalması dolayısıyla, iki ülke arasındaki ticaretin Almanya lehine gelişmeye devam ettiği söylenebilir.

Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı tüm maddeler itibariyle incelendiğinde, 2010 yılında en fazla ihraç edilen mamullerin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyaları ile 87 03 GTİP başlıklı binek otomobillerin geldiği görülmektedir. 2010 yılında Türkiye'den Almanya'ya 867,5 milyon dolar değerinde 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyası ve 568,4 milyon dolar değerinde 87 03 GTİP başlıklı binek otomobil ihraç edilmiştir. 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila, diğer iç giyim eşyalarının Almanya'ya ihracat içerisindeki payı %7,6 ve 87 03 GTİP başlıklı binek otomobillerin payı ise %4,9 olarak hesaplanmaktadır.

Bu iki ürünü takiben 84 09 GTİP başlıklı içten yanmalı, pistonlu motorların aksam ve parçaları, 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar ile 62 04 GTİP başlıklı dokuma bayan takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek, şort gibi giysiler, en fazla ihraç edilen ilk beş ürün grubu içerisinde yer almaktadır.

Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun onaltısında %1 ile %79 arasında değişen oranlarda ihracat artışları, diğer dört ürün grubunda ise %1 ile %22 arasında değişen oranlarda düşüşler görülmüştür. Almanya'ya ihracatı en yüksek oranlı artan ürün grubu, aynı zamanda bu ülkeye en fazla ihraç edilen ikinci ürün grubu olan 87 03 GTİP başlıklı binek otomobillerdir. 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar %55 ihracat artışı ile, 61 04 GTİP başlıklı örme bayan, takım, takım elbise, ceket, pantolonlar %36 ihracat artışı ile dikkat çeken ihraç ürünleridir. 87 08 GTİP başlıklı ürünlerin Almanya'ya yapılan genel ihracattaki payı %4,4 ve 61 04 GTİP başlıklı ürünlerin payı %2,4'tür.

Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubunun sekizi, hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.



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

TÜRKİYE'DEN ALMANYA'YA GENEL İHRACAT					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
6109	TİŞÖRT, FANİLA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	726.671.270	867.548.220	19	7,6
8703	OTOMOBİLİ, STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI	318.255.231	568.374.480	79	4,9
8409	İÇTEN YANMALI, PİSTONLU MOTORLARIN AKSAM-PARÇALARI	404.564.709	506.661.034	25	4,4
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	326.623.056	506.332.074	55	4,4
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	341.744.128	368.458.344	8	3,2
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	302.602.209	337.781.610	12	2,9
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	272.330.221	326.593.130	20	2,8
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	333.263.758	324.613.614	- 3	2,8
8528	TELEVİZYON ALIÇILARI, VIDEO MONİTÖRLERİ VE PROJEKTÖRLER	334.550.388	300.866.670	- 10	2,6
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	205.546.052	279.054.513	36	2,4
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	223.981.470	220.815.089	- 1	1,9
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	192.583.482	194.088.458	1	1,7
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	178.441.316	190.853.317	7	1,7
2008	BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMİYEN MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARI KONSERVELERİ	140.082.356	184.324.134	32	1,6
7604	ALUMİNYUM ÇUBUK VE PROFİLLER	128.307.988	169.423.462	32	1,5
4016	VULKANİZE KAUKUKTAN DİĞER EŞYA	129.220.909	160.742.597	24	1,4
8702	TOPLU HALDE YOLCU TAŞIMAĞA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	204.304.184	159.285.363	- 22	1,4
4011	KAUKUKTAN YENİ DİŞ LASTİKLER	121.629.784	146.793.956	21	1,3
8418	BUZDOLAPLARI, DONDURUCULAR, SOĞUTUCULAR, ISI POMPALARI	138.152.001	141.020.019	2	1,2
0802	DİĞER KABUKLU MEYVELER (TAZE/KURUTULMUS) (KABUGU ÇIKARILMIS/SOYULMUS)	111.791.012	127.245.326	14	1,1
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		5.134.645.524	6.080.875.410	18	52,9
ALMANYA'YA GENEL İHRACAT		9.783.224.928	11.486.808.286	17	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		52	53		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

Almanya'dan ithalat, ürün grupları bazında ele alındığında ise, 2010 yılında en fazla ithal edilen ürün grubunun 87 03 GTİP başlıklı binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar olduğu görülmektedir. 2010 yılında Almanya'dan 2,4 milyar dolar değerinde binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal

edilmiş diğer motorlu taşıtlar ithal edilmiş, ithalat artış oranı 2009 yılına kıyasla %66 olmuştur. Bu ürün grubunun genel ithalattan aldığı pay %13,6'dır.

İthalatı %43 oranında artışla 1,1 milyar dolara yükselen 87 08 GTİP başlıklı kara taşıtları için aksam ve parçalar ve ithalatı %1 artarak 570,8 milyon dolara yükselen 30 04 GTİP başlıklı tedavide ve korunmada kullanılmak üzere hazırlanan dozlandırılmış ilaçlar, diğer önde gelen ithalat kalemlerindedir. 85 02 GTİP başlıklı elektrojen grupları ve rotatif elektrik konvertisörleri ile 72 04 GTİP başlıklı demir-çelik döküntü ve hurdaları ile bunların külçeleri ise izleyen ürünlerdir.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
8703	OTOMOBİLİ, STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI	1.433.297.670	2.385.568.638	66	13,6
8708	KARA TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇALARI	733.573.950	1.051.490.638	43	6,0
3004	TEDAVİDE/KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	562.643.966	570.814.502	1	3,3
8502	ELEKTROJEN GRUPLARI, ROTATİF ELEKTRİK KONVERTİSÖRLERİ	423.442.239	338.308.159	-	20
7204	DEMİR-ÇELİK DÖKÜNTÜ VE HURDALARI, BUNLARIN KÜLÇELERİ	132.898.004	333.069.852	151	1,9
8408	DİZEL, YARI DİZEL MOTORLAR (HAVA BASINCI İLE ATEŞLENEN, PİSTONLU)	180.086.458	257.048.337	43	1,5
8479	KENDİNE ÖZGÜ FONKSİYONLU MAKİNE VE CİHAZLAR	163.746.255	210.016.058	28	1,2
8536	GERİLİMİ 1000 VOLTU GEÇMEYEN ELEKTRİK DEVRESİ TEÇHİZATI	157.925.581	203.967.183	29	1,2
8409	İÇTEN YANMALI, PİSTONLU MOTORLARIN AKSAM-PARÇALARI	134.161.521	198.569.659	48	1,1
8421	SANTRİFÜJLE ÇALIŞAN KURUTMA, FİLTRE, ARITMA CİHAZLARI	143.793.808	176.336.393	23	1,0
8701	TRAKTÖRLER	30.017.912	174.941.247	483	1,0
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	70.265.891	169.690.206	141	1,0
8413	SIVILAR İÇİN POMPALAR, SIVI ELEVATÖRLERİ	116.651.344	164.958.039	41	0,9
9018	TIP, CERRAHI, DIŞÇILIK, VETERİNERLİK ALET VE CİHAZLARI	154.120.001	154.081.877	-	0,02
4811	KAĞIT/KARTON, SELÜLOZ VATKA VE SELÜLOZ LİFTEN TABAKALAR	127.298.046	150.310.640	18	0,9
8702	TOPLU HALDE YOLCU TAŞIMAĞA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	122.408.977	149.254.461	22	0,9
3824	KİMYA VE BAĞLI SANAYİDE KULLANILAN KİMYASAL ÜRÜNLER	128.893.760	149.036.649	16	0,8
8483	TRANSMİSYON MİLLERİ, KRANKLAR, YATAK KOVANLARI, DIŞLİLER, ÇARKLAR	117.683.787	147.776.860	26	0,8
3907	POLİASETALLER, DİĞER POLİETERLER, EPOKSİT-ALKİD REÇİNELER VB (İLK ŞEKİLDE)	113.856.782	147.213.492	29	0,8
3920	PLASTİKTEN DİĞER LEVHA, YAPRAK, PELİKÜL VE LAMLAR	109.115.643	140.048.699	28	0,8
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		5.155.881.595	7.272.501.589	41	41,4
ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT		14.096.963.072	17.549.158.948	24	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		37	41		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

2010 yılında Almanya'dan en fazla ithal edilen ilk yirmi ürün grubunun sadece ikisinde, 85 02 GTİP başlıklı elektrojen grupları ve rotatif elektrik konvertisörlerinde ve 90 18 GTİP başlıklı tıp, cerrahi, dişçilik ve veterinerlik alet ve cihazlarında sırasıyla %20 ve %0,02 oranında düşüş kaydedilmiş, diğer onsekiz ürün grubunda %1 ile %483 arasında değişen oranlarda artışlar olmuştur.

Almanya'dan ithalatı oransal olarak en fazla artan ürün grubu %483 oranında artışla ithalatı hemen hemen altı katına çıkan 87 01 GTİP başlıklı traktörlerdir. 2010 yılında Almanya'dan 174,9 milyon dolarlık traktör ithal edilmiştir.

Dolar bazında ithalatı %151 oranında artışla 333,1 milyon doları bulan 72 04 GTİP başlıklı demir-çelik döküntü ve hurdaları ile bunların külçeleri, %141 oranında artışla 169,7 milyon dolarlık ithalat yapılan 87 04 GTİP başlıklı eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar, diğer yüksek oranlı ithalat artışı kaydedilen ürün gruplarıdır.

## **Türkiye'nin Genel Ticaretinde Almanya'nın Yeri**

2010 yılında Türkiye'den dünyanın dört bir yanında 244 ülkeye 114 milyar dolarlık ihracat ve 243 ülkeden 185,5 milyar dolarlık ithalat yapılmıştır. Almanya en fazla ihracat yapılan ülkedir. 2010'da %17 artışla 11,5 milyar dolar dolarlık ihracat yapılmıştır. Bu ülkenin Türkiye genel ihracatından aldığı pay %10,1'dir. 7,3 milyar dolar ve Türkiye genel ihracatından aldığı %6,4'lük pay ile İngiltere ikinci en fazla ihracat yapılan ülke olurken, 6,5 milyar dolar ve %5,7'lik pay ile İtalya, üçüncü en fazla ihracat yapılan ülkelerdir.

İthalat boyutunda ise, Almanya Rusya Federasyonu'nun ardından ikinci büyük tedarikçi ülkedir. 2010 yılında Almanya'dan yapılan ithalat %24 oranında artışla 14,1 milyar dolardan 17,5 milyar dolara yükselmiştir. Genel ithalatta Almanya'dan yapılan ithalatın payı %9,5 düzeyindedir.

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

## TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İHRACAT YAPTIĞI ÜLKELER

Birim: ABD \$

ÜLKELER	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ALMANYA	9.783.224.928	11.486.808.286	17	10,1
İNGİLTERE	5.915.168.824	7.238.432.771	22	6,4
İTALYA	5.890.483.706	6.508.644.030	10	5,7
FRANSA	6.208.800.845	6.055.125.312	- 2	5,3
IRAK	5.123.510.293	6.041.860.619	18	5,3
RUSYA FEDERASYONU	3.202.397.525	4.631.496.349	45	4,1
A.B.D.	3.222.821.024	3.770.779.582	17	3,3
İSPANYA	2.823.657.373	3.563.471.721	26	3,1
BİR.ARAP EMİRLİKLERİ	2.898.839.389	3.337.659.518	15	2,9
İRAN	2.024.863.314	3.043.425.636	50	2,7
ROMANYA	2.215.735.960	2.599.019.656	17	2,3
HOLLANDA	2.123.961.389	2.462.185.001	16	2,2
MISIR	2.618.193.267	2.260.755.297	- 14	2,0
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	1.599.139.388	2.259.784.885	41	2,0
SUUDİ ARABİSTAN	1.771.191.654	2.219.406.967	25	1,9
İSRAIL	1.528.459.300	2.082.969.559	36	1,8
İSVİÇRE	3.931.821.024	2.057.082.596	- 48	1,8
BELÇİKA	1.796.330.149	1.961.202.382	9	1,7
LİBYA	1.799.235.674	1.934.790.625	8	1,7
SURİYE	1.425.110.683	1.848.783.923	30	1,6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	67.902.945.709	77.363.684.715	14	67,9
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İHRACATI	102.142.612.603	113.979.451.826	12	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	66	68		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

TÜRKİYE'NİN EN FAZLA İTHALAT YAPTIĞI ÜLKELER				
Birim: ABD \$				
ÜLKELER	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
RUSYA FEDERASYONU	19.450.085.570	21.599.568.762	11	11,6
ALMANYA	14.096.963.072	17.549.158.948	24	9,5
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	12.676.572.760	17.180.806.345	36	9,3
A.B.D.	8.575.737.462	12.318.751.583	44	6,6
İTALYA	7.673.373.516	10.203.727.238	33	5,5
FRANSA	7.091.795.276	8.176.579.003	15	4,4
İRAN	3.405.985.565	7.644.781.612	124	4,1
İSPANYA	3.776.917.481	4.840.061.476	28	2,6
GÜNEY KORE	3.118.213.745	4.764.048.286	53	2,6
İNGİLTERE	3.473.433.486	4.680.609.987	35	2,5
UKRAYNA	3.156.659.138	3.832.744.022	21	2,1
ROMANYA	2.257.963.353	3.449.178.527	53	1,9
HİNDİSTAN	1.902.606.651	3.409.937.589	79	1,8
JAPONYA	2.781.971.052	3.297.783.349	19	1,8
BELÇİKA	2.371.516.496	3.213.712.148	36	1,7
HOLLANDA	2.543.072.706	3.155.980.461	24	1,7
İSVİÇRE	1.999.386.065	3.153.699.017	58	1,7
POLONYA	1.817.093.055	2.620.952.824	44	1,4
KAZAKİSTAN	1.348.903.402	2.470.966.578	83	1,3
SUUDİ ARABİSTAN	1.686.742.672	2.437.156.383	44	1,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	105.204.992.523	140.000.204.138	33	75,5
TÜRKİYE'NİN TOPLAM İTHALATI	140.928.421.211	185.541.036.698	32	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	75	75		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

## Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon Ticaretinde Almanya'nın Yeri

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

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon dış ticaretine ilişkin 2010 yıllık verilere göre, Almanya en fazla ihracat yapılan ülkedir. 2010 yılında Almanya'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı, 2009 yılına kıyasla %10 oranında artarak 3,5 milyar dolara yükselmiştir. Almanya'ya yapılan hazır giyim ve konfeksiyon ihracatının toplam hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı pay %25 ile dörtte birdir (¼). Konfeksiyon ihracatında Almanya'yı, İngiltere, Fransa, İspanya, Hollanda ve İtalya izlemektedir.

2010 yılında Türkiye'nin konfeksiyon ihracatında Almanya'nın konumunu gösteren tablo aşağıda verilmektedir.

<b>TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER</b>				
<i>Birim: ABD \$</i>				
<b>ÜLKELER</b>	<b>2009 YILLIK</b>	<b>2010 YILLIK</b>	<b>2009 / 2010 DEĞİŞİM %</b>	<b>TOPLAMDA PAY %</b>
ALMANYA	3.224.375.007	3.547.561.099	10	25,0
İNGİLTERE	1.791.527.991	2.018.921.375	13	14,2
FRANSA	1.021.637.106	1.158.469.586	13	8,2
İSPANYA	954.298.893	1.121.491.314	18	7,9
HOLLANDA	641.866.876	704.506.560	10	5,0
İTALYA	675.481.786	701.608.636	4	4,9
DANİMARKA	401.050.366	432.437.499	8	3,0
A.B.D.	351.244.166	413.563.406	18	2,9
BELÇİKA	317.982.693	390.564.890	23	2,7
İSVEÇ	263.764.021	275.963.823	5	1,9
RUSYA FEDERASYONU	146.488.278	258.223.588	76	1,8
İRAK	205.459.179	205.515.249	0	1,4
ROMANYA	113.964.237	189.248.608	66	1,3
AVUSTURYA	172.730.845	138.907.992	- 20	1,0
İSRAİL	107.491.401	129.797.901	21	0,9
İSVİÇRE	117.458.183	127.419.149	8	0,9
YUNANİSTAN	177.701.011	125.594.044	- 29	0,9
ÇEK CUMHURİYETİ	114.912.703	115.150.090	0	0,8
POLONYA	92.054.626	111.299.881	21	0,8
KAZAKİSTAN	43.907.290	102.741.106	134	0,7
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>10.935.396.658</b>	<b>12.268.985.796</b>	<b>12</b>	<b>86,4</b>
<b>TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>12.854.444.401</b>	<b>14.203.999.262</b>	<b>10</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %</b>	<b>85</b>	<b>86</b>		

*Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011*

Diğer yandan, Almanya Türkiye'nin en fazla tekstil ihraç ettiği üçüncü ülke konumundadır. Rusya Federasyonu ve İtalya Türk tekstil ürünleri açısından birinci ve ikinci büyük pazar olarak sıralanırken, Almanya 2010 yılında kaydedilen %15'lik artış ve 377,2 milyon dolarlık ihracat düzeyi ile üçüncü büyük pazardır. Almanya'nın Türkiye'nin 6,4 milyar dolarlık tekstil

ihracatından aldığı pay %5,9 olarak hesaplanmaktadır. Almanya'yı %4,2 pay ve 268,9 milyon dolar ile Romanya, %3,7 pay ve 233,9 milyon dolar ile İran izlemektedir..

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

<b>TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKSTİL İHRAÇ ETTİĞİ ÜLKELER</b>				
<i>Birim: ABD \$</i>				
<b>ÜLKELER</b>	<b>2009 YILLIK</b>	<b>2010 YILLIK</b>	<b>2009 / 2010 DEĞİŞİM %</b>	<b>TOPLAMDA PAY %</b>
RUSYA FEDERASYONU	563.168.561	814.253.679	45	12,8
İTALYA	519.964.967	605.516.291	16	9,5
<b>ALMANYA</b>	<b>328.221.956</b>	<b>377.205.430</b>	<b>15</b>	<b>5,9</b>
ROMANYA	247.502.719	268.930.971	9	4,2
İRAN	222.700.179	233.887.353	5	3,7
POLONYA	231.822.961	233.791.587	1	3,7
İNGİLTERE	174.400.477	223.054.514	28	3,5
BULGARİSTAN	203.759.669	220.416.636	8,2	3,5
A.B.D.	154.150.829	212.243.335	38	3,3
MISIR	155.657.807	211.172.570	36	3,3
İSPANYA	133.420.021	164.242.508	23	2,6
FRANSA	139.757.495	147.686.965	6	2,3
TUNUS	99.147.687	140.168.267	41	2,2
FAS	116.185.432	138.586.233	19	2,2
HOLLANDA	104.598.612	121.264.419	16	1,9
YUNANİSTAN	139.199.117	114.680.816	- 18	1,8
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	75.984.297	112.673.661	48	1,8
UKRAYNA	86.850.074	112.652.866	30	1,8
SURİYE	95.166.943	111.732.258	17	1,8
BELÇİKA	95.676.686	109.512.780	14	1,7
<b>İLK 20 ÜLKE TOPLAMI</b>	<b>3.887.336.489</b>	<b>4.673.673.139</b>	<b>20</b>	<b>73,5</b>
<b>TÜRKİYE'NİN TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>	<b>5.374.056.670</b>	<b>6.355.974.438</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %</b>	<b>72</b>	<b>74</b>		

*Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011*

Almanya, tekstil ve konfeksiyon ticaretinde Türkiye için çok önemli bir pazar olmasının yanı sıra, özellikle tekstil ithalatında altıncı en büyük tedarikçidir. 2010 yılında Almanya'dan 415,1 milyon dolar değerinde tekstil ithalatı yapılmıştır. İthalat 2009 yılına kıyasla %19 artmış olup, Türkiye'nin toplam tekstil ithalatı içerisinde Almanya'dan yapılan ithalatın payı %4,6 düzeyindedir.

Türkiye'nin tekstil ithal ettiği ülkeler içerisinde Almanya, Çin Halk Cumhuriyeti, ABD, Hindistan, Endonezya ve İtalya'nın ardından 6. sırada gelmektedir.

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

<b>TÜRKİYE'NİN EN FAZLA TEKSTİL İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER</b>				
<i>Birim: ABD \$</i>				
ÜLKELER	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
ÇİN HALK CUMHURİYETİ	979.371.821	1.484.567.313	52	16,4
A.B.D.	572.702.236	876.343.814	53	9,7
HİNDİSTAN	411.920.451	707.939.213	72	7,8
ENDONEZYA	364.653.352	547.868.797	50	6,0
İTALYA	480.161.610	502.318.334	5	5,5
ALMANYA	348.846.681	415.147.221	19	4,6
PAKİSTAN	351.950.752	393.631.381	12	4,3
YUNANİSTAN	266.429.940	358.482.965	35	3,9
TÜRKMENİSTAN	151.049.633	306.469.260	103	3,4
GÜNEY KORE	211.570.861	301.552.681	43	3,3
VİETNAM	164.337.064	287.819.789	75	3,2
TAYLAND	178.797.524	257.500.251	44	2,8
SURİYE	70.729.509	257.118.559	264	2,8
MISIR	118.579.250	218.788.452	85	2,4
MALEZYA	129.351.244	201.117.538	55	2,2
BANGLADEŞ	99.391.242	178.018.177	79	2,0
İSPANYA	116.890.155	169.612.555	45	1,9
ÖZBEKİSTAN	114.676.682	160.719.237	40	1,8
AVUSTURYA	136.536.589	151.309.120	11	1,7
TAYVAN	93.544.324	120.115.451	28	1,3
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	5.361.490.920	7.896.440.108	47	87,0
TÜRKİYE'NİN TOPLAM TEKSTİL İTHALATI	6.301.202.314	9.079.083.692	44	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	85	87		

*Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011*

Benzer şekilde, 2010 yılında Almanya'dan 36,6 milyon dolar değerinde hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ithal edilmiştir. Almanya, Türkiye'nin en fazla konfeksiyon ithal ettiği ülkeler içerisinde 12. sıradadır, toplam konfeksiyon ithalatındaki payı %1,4 düzeyindedir. 2010 yılında ithalat artışı %13 düzeyinde olmuştur. Bu artış oranı, Türkiye'nin genel hazır giyim ve konfeksiyon ithalat artışının (%34) gerisindedir.

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



<b>TÜRKİYE'NİN EN FAZLA HAZIRGIYIM VE KONFEKSİYON İTHAL ETTİĞİ ÜLKELER</b>				
<i>Birim: ABD \$</i>				
<b>ÜLKELER</b>	<b>2009 YILLIK</b>	<b>2010 YILLIK</b>	<b>2009 / 2010 DEĞİŞİM %</b>	<b>TOPLAMDA PAY %</b>
ÇİN HALK CUMHUR.	579.393.248	938.585.709	62	34,8
BANGLADEŞ	417.565.897	652.622.275	56	24,2
HİNDİSTAN	135.855.160	159.063.565	17	5,9
İTALYA	111.028.718	123.822.570	12	4,6
SRI LANKA	62.740.055	98.620.807	57	3,7
VIETNAM SOSYALİST	54.795.190	69.582.555	27	2,6
PAKİSTAN	52.977.598	63.357.796	20	2,3
İSPANYA	44.297.292	49.906.689	13	1,9
MISIR	32.818.365	48.338.431	47	1,8
FAS	38.715.032	38.952.774	1	1,4
ENDONEZYA	46.132.573	38.895.314	-	16
ALMANYA	32.241.313	36.558.416	13	1,4
MERSİN SERBEST BÖ	12.096.683	22.561.880	87	0,8
PORTEKİZ	21.972.565	21.541.394	-	2
GÜRCİSTAN	13.966.909	21.241.404	52	0,8
BULGARİSTAN	18.967.342	20.908.251	10	0,8
FRANSA	17.668.098	20.642.664	17	0,8
İNGİLTERE	19.900.586	19.962.381	0	0,7
BURMA (BİRMANYA)	14.355.047	19.659.367	37	0,7
ROMANYA	15.052.683	16.805.732	12	0,6
İLK 20 ÜLKE TOPLAMI	1.742.540.354	2.481.629.974	42	92,0
TÜRKİYE'NİN TOPLAM KONFEKSİYON İTHALATI	2.016.595.151	2.696.131.771	34	100,0
İLK 20 ÜLKENİN TOPLAMDA PAYI %	86	92		

*Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011*

## **Türkiye – Almanya Hazırgiyim ve Konfeksiyon Dış Ticareti**

Türkiye'nin Almanya ile hazırgiyim ve konfeksiyon ticareti 2010 yılında 3,5 milyar doları ihracat ve 36,6 milyon doları ithalat olmak üzere toplam 3,6 milyar dolar düzeyinde olmuştur. İhracat %10 oranında artarken, ithalat %13,4 oranında artmıştır. Türkiye toplam hazırgiyim ve konfeksiyon ihracatında pay %25 ve ithalatında pay %1,4'tür. Almanya 2010 yılı itibarıyla, Türkiye'nin en fazla konfeksiyon ihraç ettiği ülke konumundadır.

2011 Ocak-Mart ilk üç aylık dönemde ise Almanya'ya 1 milyar dolarlık hazırgiyim ve konfeksiyon ihraç edilmiş, 8,9 milyon dolarlık ithalat yapılmıştır. Türkiye toplam ihracatında pay %26,2 ve ithalatında pay %1,1'dir.

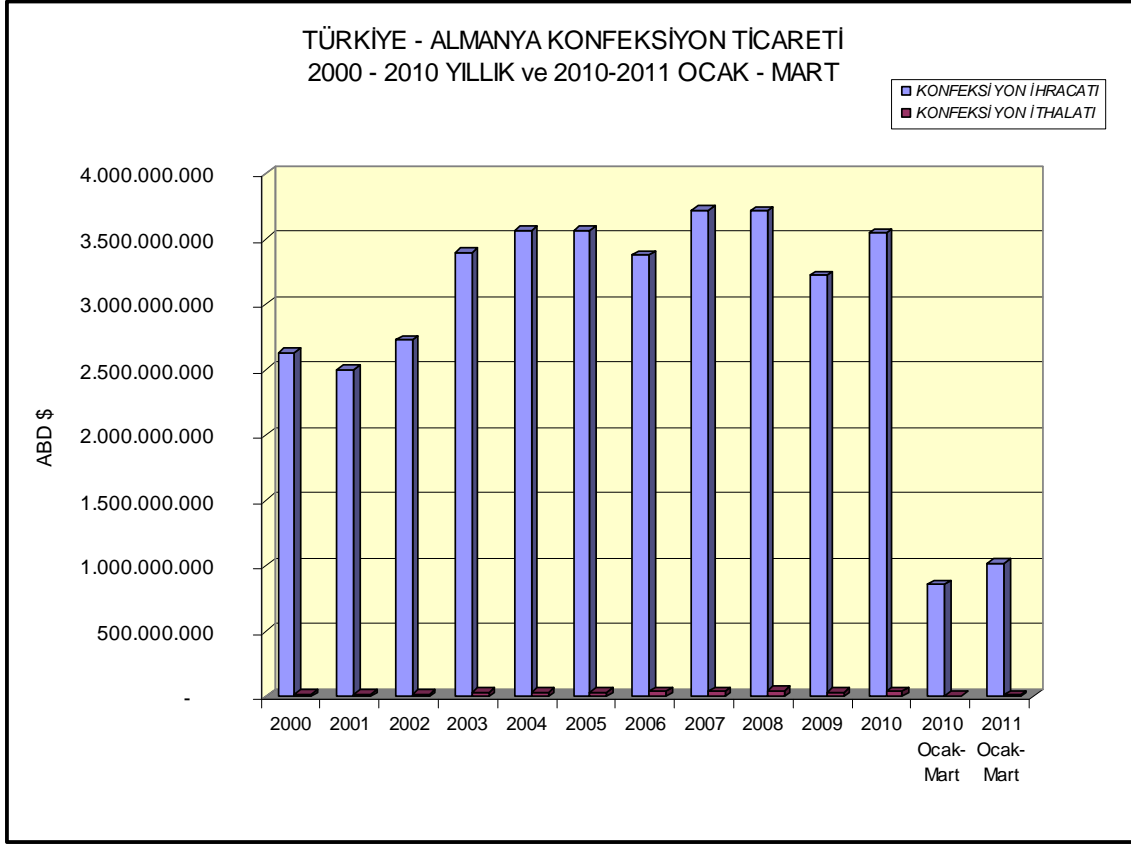
2000 yılından 2011 yılının Mart ayı sonuna kadar ele alınan onbir yılı aşkın süreçte, Türkiye'den Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatında, 2001 yılında %5,1'lik, 2006 yılında %5,4'lük, 2008 yılında %0,1'lik ve 2009 yılında %13,2'lik düşüşler kaydedilmiş; diğer yıllarda %24,5'e varan farklı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

Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı 2010 yılında %10,5 oranında artarken, Almanya'ya ihracatın da %10 oranında artması, Almanya'nın Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ihracatından aldığı payın korunmasını sağlamıştır. 2011 Ocak-Mart döneminde ise Türkiye'den Almanya'ya ihracat %19,5 oranında artışla 1 milyar dolar olmuştur.

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

TÜRKİYE - ALMANYA KONFEKSİYON TİCARETİ				
Birim: \$				
YILLAR	KONFEKSİYON İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	KONFEKSİYON İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	2.633.838.479	-	19.985.061	-
2001	2.498.352.281	-5,1	14.646.973	-26,7
2002	2.729.969.196	9,3	21.186.458	44,6
2003	3.398.344.716	24,5	28.038.679	32,3
2004	3.566.142.499	4,9	29.873.698	6,5
2005	3.567.392.020	0,0	29.866.363	0,0
2006	3.375.892.796	-5,4	37.010.133	23,9
2007	3.719.847.352	10,2	37.052.571	0,1
2008	3.716.705.781	-0,1	45.370.986	22,5
2009	3.224.375.007	-13,2	32.241.313	-28,9
2010	3.547.561.099	10,0	36.558.416	13,4
2010 Ocak-Mart	854.860.231		7.753.589	
2011 Ocak-Mart	1.021.795.819	19,5	8.908.038	14,9

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011



Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı açısından bakıldığında Almanya en fazla ithalat yapılan 12. ülke pozisyonundadır. Almanya'dan konfeksiyon ithalatı rakamsal olarak ihracata kıyasla oldukça küçük kalmaktadır. 2010 yılında %13,4 oranında artışla 36,6 milyon dolarlık ithalat yapılmış, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında Almanya'nın payı %1,4 olmuştur. 2011 yılının ilk üç ayında ise Almanya'dan %14,9'luk artışla 8,9 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilmiş, Türkiye'nin hazır giyim ve konfeksiyon ithalatında pay %1,1 olarak hesaplanmıştır.

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

2010 yılında Türkiye'den Almanya'ya en fazla ihraç edilen konfeksiyon mamullerinin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzerleri gelmektedir. Almanya'ya yapılan konfeksiyon ihracatının %24,5'lik kısmını diğer bir deyişle dörtte birini oluşturan bu ürünlerin ihracatı, 2009 yılına kıyasla %19 oranında artarak 726,7 milyondan 867,5 milyona yükselmiştir.

62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysiler, 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezleri, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysiler ile 61 04 GTİP başlıklı bayan örme bayan takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek ve benzerleri, diğer en fazla ihraç edilen hazır giyim ve konfeksiyon mamulleridir.

2010 yılında Türkiye'den Almanya'ya 62 04 tarifeli bayan dokuma takım, takım elbise ceket ve benzeri giysi ihracatı %8 oranında artarak 341,7 milyon dolardan 368,5 milyon dolara yükselmiştir. 63 02 GTİP başlıklı yatak çarşafı, masa örtüsü ve tuvalet ve mutfak bezlerinin ihracatı %12 oranında artarak 337,8 milyon dolara yükselirken, 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzeri giysilerin ihracatı %3 oranında azalmış ve 324,6 milyon dolara düşmüştür. 61 04 GTİP başlıklı bayan örme bayan takım elbise, takım, ceket, pantolon, etek ve benzerlerinin ihracatında ise %36 oranında artışla 279,1 milyon dolara yükseliş söz konusudur.

En fazla ihraç edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde, 14 ürün grubunda %1 ile %47 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilirken, diğer 6 ürün grubunda %1 ile %25 arasında değişen oranlarda düşüş kaydedilmiştir.

63 04 GTİP başlıklı mefruşat eşyaları oransal olarak 2010 yılında ihracatı en fazla artan konfeksiyon ürünleri olmuştur. Bu ürün grubunda ihracat, 2009 yılına kıyasla %47 oranında artarak değer bazında 58,4 milyon dolardan 85,9 milyon dolara yükselmiştir. 61 04 GTİP başlıklı bayan örme takım, takım elbise, ceket ve benzeri giysilerin ihracatında kaydedilen %36'lık artış ve 63 05 GTİP başlıklı eşya ambalajında kullanılan torba ve çuvalların ihracatında kaydedilen %29'luk artış, diğer yüksek oranlı artışlar olarak dikkat çekmektedir.

Almanya'ya ihracatı en fazla azalan ürün grubu ise 61 05 GTİP başlıklı erkek örme gömleklerdir. Bu ürünlerin ihracatı 2010 yılında 2009 yılına göre %25 oranında azalarak ihracat değeri 59,4 milyon dolardan 44,4 milyon dolara düşmüştür. İhracatı %15 oranında düşüşle 21,7 milyon dolardan 18,5 milyon dolara gerileyen 61 07 GTİP başlıklı erkek örme iç giyim eşyaları ve yatak kıyafetleri ile ihracatı %10 oranında düşüşle 40 milyon dolardan 36 milyon dolara gerileyen 61 03 GTİP başlıklı erkek örme takım elbise, ceket, pantolon ve benzeri giysiler, ihracatta düşüş kaydedilen diğer ürün gruplarındandır.

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

ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	726.671.270	867.548.220	19	24,5
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	341.744.128	368.458.344	8	10,4
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	302.602.209	337.781.610	12	9,5
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	333.263.758	324.613.614	- 3	9,2
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	205.546.052	279.054.513	36	7,9
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	223.981.470	220.815.089	- 1	6,2
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	192.583.482	194.088.458	1	5,5
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	178.441.316	190.853.317	7	5,4
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	114.199.313	125.034.034	9,5	3,5
6304	DİĞER MEFRUŞAT EŞYASI (94.04 POZİSYONUNDAKİLER HARİÇ)	58.371.318	85.872.211	47	2,4
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	52.075.455	66.954.840	29	1,9
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	65.580.581	66.721.157	2	1,9
6114	DİĞER GİYİM EŞYASI (ÖRME)	51.676.647	55.651.791	8	1,6
6205	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK	45.778.191	50.940.702	11	1,4
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	59.398.954	44.370.522	- 25	1,3
6103	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANTOLON VS. (ÖRME)	39.971.949	36.011.638	- 10	1,0
6208	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI	29.297.723	30.362.513	4	0,9
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALARI	26.744.881	28.492.221	7	0,8
6107	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	21.659.692	18.498.636	- 15	0,5
6112	SPOR KİYAFETLERİ, KAYAK, YÜZME KİYAFETLERİ (ÖRME)	18.517.764	17.561.314	- 5	0,5
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		3.088.106.153	3.409.684.744	10	96,1
ALMANYA'YA KONFEKSİYON İHRACATI		3.224.375.007	3.547.561.099	10	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		96	96		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatına bakıldığında, Türkiye'nin bu ülkeden en fazla ithal ettiği konfeksiyon ürünlerinin başında 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzeri giysiler ile 62 03 GTİP başlığı altında yer alan erkek dokuma takım elbise ve ceketlerin geldiği görülmektedir. Türkiye ile Almanya arasındaki hazır giyim ve konfeksiyon ticaretinde, hem ihracatta hem de ithalatta 61 09 GTİP başlıklı ürün grubunun öne çıkması dikkat çekicidir.

2010 yılında Almanya'dan Türkiye'ye %2 artışla 5 milyon dolarlık 61 09 GTİP başlıklı örme t-shirt, fanila ve benzeri giysi ve %65 artışla 4 milyon dolarlık 62 03 GTİP başlıklı erkek dokuma takım elbise ve ceket ithal edilmiştir. 61 09 GTİP başlıklı ürünlerin Almanya'dan konfeksiyon ithalatındaki payı %13,8 ve 62 03 GTİP başlıklı ürünlerin payı %11,1'dir.

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

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009	2010	2009 / 2010	TOPLAMDA
		YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM %	PAY %
6109	TİŞÖRT, FANILA, DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	4.934.409	5.048.854	2	13,8
6203	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	2.455.149	4.040.653	65	11,1
6204	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM, TAKIM ELBİSE, CEKET VS.	3.182.555	3.306.636	4	9,0
6307	DİĞER HAZİR EŞYA (ELBİSE PATRONLARI DAHİL)	2.121.120	3.043.510	43	8,3
6110	KAZAK, SÜVETER, HIRKA, YELEK VB. EŞYA (ÖRME)	2.174.248	2.968.339	37	8,1
6115	ÇORAP; KÜLOTLU, KISA; UZUN KONÇLU, SOKETLER (ÖRME)	2.606.984	2.848.422	9	7,8
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET, MUTFAK BEZLERİ	1.387.711	1.737.298	25	4,8
6104	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, PANOLON VS. (ÖRME)	1.314.346	1.623.053	23	4,4
6106	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN BLUZ, GÖMLEK, GÖMLEK; BLUZ (ÖRME)	1.557.611	1.560.949	0	4,3
6105	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN GÖMLEK (ÖRME)	504.834	1.198.432	137	3,3
6206	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN GÖMLEK, BLUZ, VS.	770.730	860.637	12	2,4
6217	GIYİM EŞYASININ HAZİR TEFERRUATI, PARÇALARI, AKSESUARLARI	932.578	746.579	- 20	2,0
6303	PERDELER VE İÇ STORLAR, PERDE VE YATAK FARBALALARI	910.723	746.390	- 18	2,0
6112	SPOR KIYAFETLERİ, KAYAK, YÜZME KIYAFETLERİ (ÖRME)	1.952.096	657.272	- 66	1,8
6108	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN İÇ VE GECE GİYİM EŞYASI (ÖRME)	542.021	650.469	20	1,8
6305	EŞYA AMBALAJINDA KULLANILAN TORBA VE ÇUVAL	586.953	585.111	- 0,3	1,6
6117	GIYİM EŞYASININ DİĞER AKSESUARI; HAZİR AKSESUAR VE PARÇALARI (ÖRME)	131.177	506.730	286	1,4
6310	PAÇAVRA, SİCİM, HALAT, İP; BUNLARDAN KULLANILMIŞ EŞYA	277	429.808	155.065	1,2
6202	KADIN/KIZ ÇOCUK İÇİN DİŞ GİYİM	366.066	414.797	13,3	1,1
6201	ERKEK/ERKEK ÇOCUK İÇİN DİŞ GİYİM	331.905	371.880	12	1,0
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		28.763.493	33.345.819	16	91,2
ALMANYA'DAN KONFEKSİYON İTHALATI		32.241.313	36.558.416	13	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		89	91		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

62 04 GTİP başlıklı bayan dokuma takım elbise, ceket ve benzeri giysiler, 63 07 GTİP başlıklı diğer hazır eşyalar ve 61 10 GTİP başlıklı örme kazak, süveter ve benzerleri, diğer önde gelen ithalat kalemlerindedir. İlk beş ürün grubu içerisinde %2 ile %65 arasında değişen oranlarda ithalat artışları olmuştur.

En fazla ithal edilen ilk yirmi ürün grubu içerisinde 16 ürün grubunda ithalat artarken, 4 ürün grubunda ithalat azalmıştır. İthalatı oransal olarak en fazla artan mamuller, 63 10 GTİP başlıklı paçavra, sicim, halat, ip ve bunlardan eşya (%155065 artış), 61 17 GTİP başlıklı örme giyim eşyası aksesuarları (%286 artış) ve 61 05 GTİP başlıklı erkek örme gömleklerdir (%137 artış).

Almanya'dan ithalatı azalan konfeksiyon mamulleri ise, %20 düşüş görülen 62 17 GTİP başlıklı dokuma giyim eşyası aksesuarları, %18 düşüş görülen 63 03 GTİP başlıklı perdeler ve iç storlar ile perde ve yatak farbelaları, %66 düşüş görülen 61 12 GTİP başlıklı örme spor kıyafetleri ile kayak ve yüzme kıyafetleri ve %0,3 düşüş görülen 63 05 GTİP başlıklı eşya ambalajında kullanılan torba ve çuvallardır.

## **Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti**

Türkiye'nin Rusya Federasyonu ve İtalya'nın ardından en fazla tekstil (elyaf, iplik ve kumaş) ihraç ettiği 3. büyük pazar Almanya'dır. 2010 yılında Almanya'ya 377,2 milyon dolarlık tekstil ihracatı yapılmış ve 415,1 milyon dolar değerinde de bu ülkeden tekstil ithalatı gerçekleştirilmiştir. İki ülke arasındaki tekstil ticareti Almanya lehine gelişim göstermektedir.

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

2010 yılında tekstil ihracatında 2009 yılına kıyasla %14,9 oranında artış, ithalatta ise %19'luk artış sözkonusu olmuştur. İzleyen 2011 Ocak-Mart döneminde Almanya'ya tekstil ihracatı %35,7 düzeyinde artarken, bu ülkeden ithalat 2011 Ocak-Mart dönemine kıyasla %22 oranında artmıştır.

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

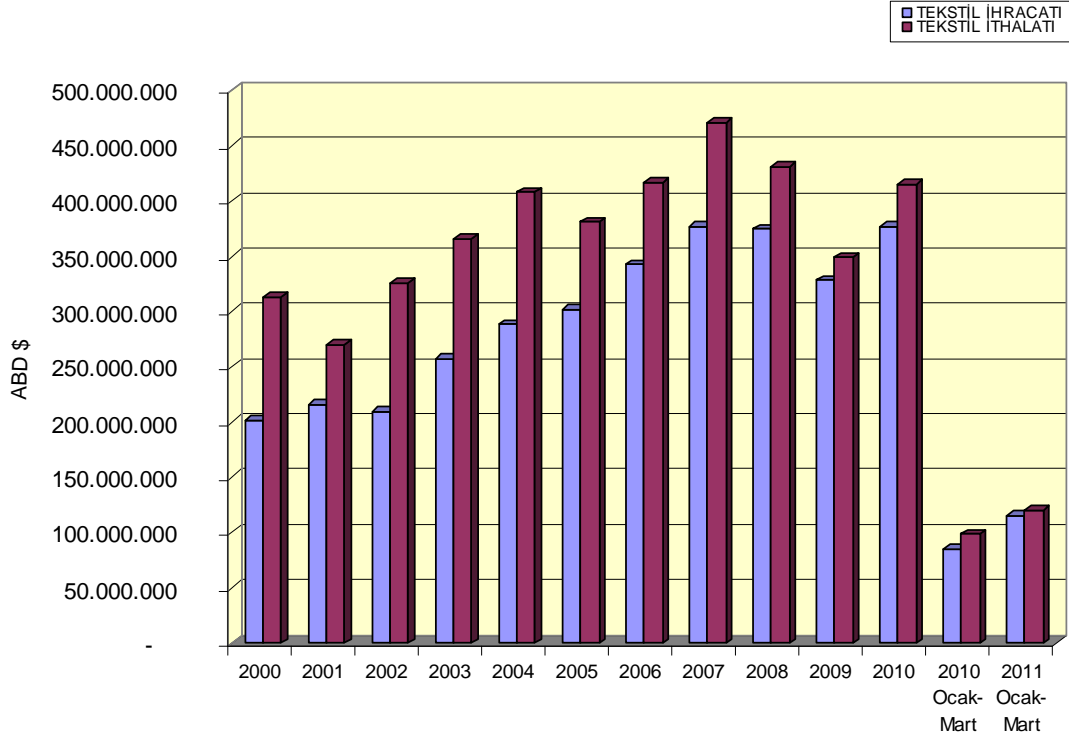
## TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ

Birim: \$

YILLAR	TEKSTİL İHRACATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)	TEKSTİL İTHALATI	YILLIK DEĞİŞİM (%)
2000	200.952.631	-	313.131.272	-
2001	215.986.691	7,5	269.861.600	-13,8
2002	209.525.162	-3,0	325.667.073	20,7
2003	257.502.843	22,9	365.122.500	12,1
2004	288.332.915	12,0	407.779.111	11,7
2005	302.006.973	4,7	380.701.305	-6,6
2006	342.677.446	13,5	416.432.315	9,4
2007	377.143.027	10,1	470.308.112	12,9
2008	374.525.979	-0,7	430.902.198	-8,4
2009	328.221.956	-12,4	348.846.681	-19,0
2010	377.205.430	14,9	415.147.221	19,0
2010 Ocak-Mart	84.631.693		98.523.825	
2011 Ocak-Mart	114.873.465	35,7	120.191.544	22,0

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

### TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ 2000 - 2010 YILLIK ve 2010 - 2011 OCAK - MART





Türkiye'den Almanya'ya tekstil ihracatında 54 07 GTİP başlıklı sentetik ipliklerden dokuma kumaşlar ile 52 09 GTİP başlıklı m<sup>2</sup> ağırlığı 200 gramdan fazla olan pamuklu dokuma kumaşlar, en fazla ihraç edilen ürünlerdir. 2010 yılında 54 07 GTİP başlıklı ürünlerin ihracatı, dolar bazında %0,4 oranında artarak 44,6 milyon dolara yükselmiştir. Bu ürün grubunun Türkiye'den Almanya'ya yapılan toplam tekstil ihracatında payı %11,8'dir. 52 09 GTİP başlıklı m<sup>2</sup> ağırlığı 200 gramdan fazla olan pamuklu dokuma kumaşların ihracatı ise 2010 yılında %26 oranında artarak 26 milyon dolardan 32,7 milyon dolara ulaşmıştır. Bu ürün grubunun toplam tekstil ihracatından aldığı pay %8,7'dir.

59 02 GTİP başlıklı naylon, poliamid, polyester vb. esaslı iç-dış lastiği mensucatu, 52 05 GTİP başlıklı pamuk iplikleri, 52 08 GTİP başlıklı pamuklu dokuma kumaşlar ve 52 02 GTİP başlıklı pamuk döküntüleri, diğer en fazla ihraç edilen tekstil mamulleri olarak sıralanmaktadır. 59 02 GTİP başlıklı naylon, poliamid, polyester vb. esaslı iç-dış lastiği mensucatının ihracatı 2010 yılında %2 düşüşle 31,5 milyon dolar olurken, 52 05 GTİP başlıklı pamuk ipliklerinin ihracatı 2010 yılında %59 oranında artışla 27,5 milyon dolara yükselmiştir.

Tekstil ihracatının önde gelen diğer kalemlerinden 52 08 GTİP başlıklı pamuklu dokuma kumaşların ihracatı 2010 yılında 2009 yılına kıyasla %8 artışla 25,9 milyon dolara ulaşırken, 52 02 GTİP başlıklı pamuk döküntülerinin ihracatı %52 oranında artarak 17,1 milyon dolar olmuştur.

2010 yılında Almanya'ya en fazla ihraç edilen ilk 20 tekstil ürün grubunun 16 tanesinde %1 ile %207 arasında değişen oranlarda artışlar, diğer 4 ürün grubunda ise %1 ile %21 arasında değişen düşüşler olmuştur.

İhracatı oransal olarak en fazla artan tekstil mamulleri, 55 03 GTİP başlıklı sentetik devamsız lifler ve 51 09 GTİP başlıklı yün ve ince kıldan ipliklerdir. 55 03 GTİP başlıklı sentetik devamsız liflerin ihracatı 2010 yılında %207 artışla 2,7 milyon dolardan 8,3 milyon dolara, 51 09 GTİP başlıklı yün ve ince kıldan ipliklerin ihracatı ise %68 artışla 6,1 milyon dolardan 10,3 milyon dolara yükselmiştir.

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

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI					
EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	44.442.890	44.628.470	0,4	11,8
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	26.001.917	32.658.877	26	8,7
5902	NAYLON, POLİAMİD, POLİESTER VB.ESASLI İÇ-DİŞ LASTİĞİ MENSUCATI	32.068.049	31.473.984	- 2	8,3
5205	PAMUK (DİKİŞ HARIÇ) İPLİĞİ (AĞIRLIK; =>%85 PAMUK) (TOPTAN)	17.296.237	27.500.158	59	7,3
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	24.064.061	25.871.017	8	6,9
5202	PAMUK DÖKÜNTÜLERİ	11.284.833	17.129.805	52	4,5
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARIÇ) (TOPTAN)	13.345.749	15.779.718	18	4,2
5515	DİĞER DEVAMSIZ SENTETİK LİFDEN DOKUMALAR	14.458.569	14.379.266	- 1	3,8
5801	KADİFE, PELÜŞ VE HALKALI (TİRTİL MENSUCAT)	10.826.293	13.713.734	27	3,6
5112	TARANMIŞ YÜN DEN, İNCE HAYVAN KILINDAN DOKUMALAR	11.152.895	12.808.307	15	3,4
5810	İŞLEMELER (PARÇA, ŞERİT, MOTİF HALİNDE)	10.616.336	11.200.918	6	3,0
5109	YÜN VE İNCE KILDAN İPLİKLER (PERAKENDE)	6.144.431	10.317.983	68	2,7
5511	SUNİ-SENTETİK DEVAMSIZ ELYAFTAN İPLİKLER (PERAKENDE)	11.189.830	8.865.667	- 21	2,4
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	2.716.569	8.339.713	207	2,2
5211	PAMUK MEN (DOKUMA, %85 >PAMUKLU, SUNİ-SENTETİK KARIŞIK, 200G/M2 DEN AĞIR)	7.087.379	8.123.968	15	2,2
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ MENSUCAT	9.465.201	7.935.205	- 16	2,1
6006	DİĞER ÖRME MENSUCAT	6.646.491	7.926.799	19	2,1
6004	DİĞER ÖRME MENSUCAT (EN>30CM, ELASTOMERİK/KAUÇUK İPLİK=>%5)	5.449.827	7.459.284	37	2,0
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ)	5.085.066	6.748.205	33	1,8
5210	PAMUK MEN (DOKUMALAR, AĞIRLIKÇA % < 85 TEN AZ PAMUK İÇEREN, <= 200 G/M²)	6.047.821	6.127.746	1	1,6
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		275.390.444	318.988.824	16	84,6
ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI		328.221.956	377.205.430	14,9	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		84	85		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

Almanya'ya ihracatı %59 oranında artışla 27,5 milyon dolara yükselen 52 05 GTİP başlıklı pamuk ipliği ve %52 artışla 17,1 milyon dolara yükselen 52 02 GTİP başlıklı pamuk döküntüleri, ihracatı yüksek oranlı artan diğer tekstil ürünleridir.

Diğer yandan, Almanya'ya ihracatı yüksek oranlı olarak azalan tekstil ürünlerinin başında 55 11 GTİP başlıklı suni-sentetik devamsız liflerden iplikler gelmektedir. Bu ürün grubunda ihracat düşüşü %21 seviyesinde ve 2010 yılında yapılan ihracat 8,9 milyon dolar değerindedir. 59 03 GTİP başlıklı plastik emdirilmiş, sıvanmış ya da kaplanmış mensucat, ihracatı önemli ölçüde azalan diğer bir ürün grubudur. Bu ürün grubunda Almanya'ya ihracat 2009 yılına kıyasla 2010 yılında %16 oranında azalarak 9,5 milyon dolardan 7,9 milyon dolara gerilemiştir.

Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği tekstil ürünlerinin başında ise, 55 03 GTİP başlıklı işlem görmemiş sentetik devamsız lifler ile 56 03 GTİP başlıklı

dokunmamış mensucat gelmektedir. 2010 yılında 55 03 GTİP başlıklı işlem görmemiş sentetik devamsız liflerin ithalatı %50 oranında artarak 49,9 milyon dolardan 74,6 milyon dolara yükselmiştir. Bu ürün grubunun Almanya'dan yapılan toplam ithalattaki payı %18'dir. İkinci en fazla ithal edilen tekstil ürünü olan 56 03 GTİP başlıklı dokunmamış mensucatin ithalatı ise 2009 yılına kıyasla 2010 yılında %2 artışla 59,1 milyon dolara yükselmiştir. 56 03 GTİP başlıklı dokunmamış mensucatin Almanya'dan yapılan tekstil ithalatında payı %14,2 düzeyindedir.

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

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI					
EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 20 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2009 YILLIK	2010 YILLIK	2009 / 2010 DEĞİŞİM %	TOPLAMDA PAY %
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	49.872.715	74.625.273	50	18,0
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ)	57.820.218	59.088.081	2	14,2
5501	SENTETİK LİF DEMETLERİ	43.198.895	54.983.385	27	13,2
5402	SENTETİK LİF İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (TOPTAN)	33.265.027	46.700.547	40	11,2
5504	SUNİ DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	14.666.727	24.022.165	64	5,8
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ MENSUCAT	15.652.846	16.422.414	5	4,0
5506	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (TARANMIŞ, İLERİ İŞLEM GÖRMÜŞ)	6.947.329	9.530.731	37	2,3
5801	KADİFE, PELÜŞ VE HALKALI (TIRTIL MENSUCAT)	9.232.015	9.461.388	2	2,3
5911	TEKNİK İŞLER İÇİN DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDEDEN DİĞER EŞYA	9.325.151	9.122.543	-	2,2
5407	SENTETİK İPLİK, MONOFİL, ŞERİTLERLE DOKUMALAR	5.636.228	8.271.210	47	2,0
5509	SENTETİK DEVAMSIZ LİFDEN İPLİK (DİKİŞ HARİÇ) (TOPTAN)	5.864.830	7.881.662	34	1,9
6005	ÇÖZGÜ TİPİ ÖRGÜLÜ DİĞER MENSUCAT	11.904.765	7.456.152	-	37
5107	TARANMIŞ KAMGARN-PENYE YÜN İPLİKLERİ	6.388.950	6.150.336	-	4
5112	TARANMIŞ YÜNDEN, İNCE HAYVAN KİLİNDAN DOKUMALAR	7.583.458	5.888.142	-	22
5209	PAMUK MEN (DOKUMA %85 < PAMUKLU 200G/M2 DEN FAZLA)	4.814.286	5.796.010	20	1,4
5602	KEÇE (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ)	4.325.916	5.731.758	32	1,4
5502	SUNİ LİF DEMETLERİ	3.131.070	5.147.511	64	1,2
5208	PAMUK MEN (AĞIRLIKÇA %85 VE FAZLA PAMUK M.KARE 200GR)	4.635.045	4.853.000	5	1,2
5806	DOKUNMUŞ KORDELALAR, BOLDÜKLER	2.299.657	3.296.436	43	0,8
5906	KAUÇUKLU MENSUCAT	1.959.118	3.251.483	66	0,8
İLK 20 ÜRÜN TOPLAMI		298.524.246	367.680.227	23	88,6
ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI		348.846.681	415.147.221	19	100,0
İLK 20 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %		86	89		

Kaynak DTM Bilgi Sistemi / Mayıs 2011

55 milyon dolarlık ithalat yapılan 55 01 GTİP başlıklı sentetik lif demetleri, 46,7 milyon dolarlık ithalat yapılan 54 02 GTİP başlıklı sentetik lif iplikleri ve 24 milyon dolarlık ithalat yapılan 55 04 GTİP başlıklı suni devamsız lifler, Almanya'dan ithal edilen diğer önemli tekstil mamullerindedir.

2010 yılında Almanya'dan en fazla ithal edilen ilk 20 ürün grubunun 16'sında %2 ile %66 arasında değişen oranlarda artışlar kaydedilirken, diğer 4 ürün grubunda %2 ile %37 arasında değişen oranlarda düşüşler olmuştur.

Oransal olarak ithalatı en fazla artan ürün grubu %66 artış ile 3,3 milyon dolarlık ithalat yapılan 59 06 GTİP başlıklı kauçuklu mensucattır. %64 artış ile 5,1 milyon dolarlık ithalat yapılan 55 02 GTİP başlıklı suni lif demetleri, % 64 artışla 24 milyon dolarlık ihracat yapılan 55 04 GTİP başlıklı suni devamsız lifler, dikkate değer ithalat artışı olan diğer ürün gruplarıdır.

60 05 GTİP başlıklı çözümlü tipi örgülü diğer mensucat ile 51 12 GTİP başlıklı taranmış yün ve ince hayvan kıllarından dokuma kumaşlar, oransal olarak ithalatı en fazla gerileyen ürün gruplarıdır. 60 05 GTİP başlıklı ürünlerin Almanya'dan ithalatı %37 oranında ve 51 12 GTİP başlıklı ürünlerin ithalatı %22 oranında azalmıştır.

## VI. FAYDALI ADRESLER

### **T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği**

**Adres:** Rungestr. 9, 10179 Berlin/Deutschland

**Tel. :** 0049-30/ 27 89 80 55

**Faks:** 0049-30/ 27 89 80 40

**E-posta:** [dtber@t-online.de](mailto: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](mailto: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](mailto: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](mailto:info@tatso.org) veya [info@td-ihk.de](mailto:info@td-ihk.de)

**İnternet:** [www.tatso.org](http://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](mailto:ahkturk@sim.net.tr)

**İnternet:** <http://www.dtr-ihk.de>

## ALMAN TEKSTİL SEKTÖRÜ DERNEKLERİ

### **Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V.**

**(Alman Tekstil ve Moda Endüstrisi Birliği)**

**Adres:** Frankfurter Straße 10-14 65760 Eschborn

**Tel.:** +49 6196 966-0

**Faks:** +49 6196 42170

**E-posta:** [info@textil-mode.de](mailto:info@textil-mode.de)

**İnternet:** [www.textil-mode.de](http://www.textil-mode.de)

### **GermanFashion Modeverband Deutschland e.V.**

**(GermanFashion Moda Derneği Almanya)**

**Adres:** An Lyskirchen 14 50676 Köln

**Tel** : +49 (0) 221 7744 130  
**Faks** : +49 (0) 221 7744 137  
**E-posta:** [info@germanfashion.net](mailto:info@germanfashion.net)  
**İnternet:** <http://www.germanfashion.net>

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

**Adres:** An Lyskirchen 14 50676 Köln  
**Tel** : 0221 7744 133  
**Faks** : 0221 7744 137  
**E-posta:** [bespo@germanfashion.net](mailto:bespo@germanfashion.net)

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

**Adres:** An Lyskirchen 14 50676 Köln  
**Tel:** 0221/921509-0  
**Faks** : 0221/921509-10  
**E-posta:** [info@bte.de](mailto:info@bte.de)  
**İnternet:** <http://www.bte.de>

***Bu Derneğe Üye Alt-Sektör Dernekleri:***

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

**Adres:** Postfach 290263 50524 Köln  
**Tel** : 0221/921509-0  
**Faks** : 0221/921509-10  
**E-posta:** [info@lederwareneinzelhandel.de](mailto:info@lederwareneinzelhandel.de)  
**İnternet:** <http://www.lederwareneinzelhandel.de>

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

**Adres:** Postfach 290263 50524 Köln  
**Tel:** 0221/92 15 09-0  
**Faks** : 0221/92 15 09-10  
**E-posta:** [augustin@bte.de](mailto:augustin@bte.de)  
**İnternet:** <http://www.bettinfo.de>

***Bölgesel Tekstil Dernekleri:***

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

**Adres:** Gewürzmühlstr. 5 80538 München  
**Tel:** +49 (0) 89 / 212 14 90  
**Faks** : +49 (0) 89 / 29 15 36  
**E-posta:** [vtb-muenchen@vtb-bayern.de](mailto:vtb-muenchen@vtb-bayern.de)

İnternet: <http://www.vtb-bayern.de>

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

**Adres:** Annaberger Straße 240 09125 Chemnitz

**Tel** : 0371 / 5 34 72 46

**Faks** : 0371 / 5 34 72 45

**E-posta:** [vti@vti-online.de](mailto:vti@vti-online.de)

**İnternet:** <http://www.vti-online.de>

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

**Adres:** Moltkestr. 19 48151 Münster

**Tel** : 0251 53 00 00

**Faks** : 0251 530 00 35

**E-posta:** [info@textil-bekleidung.de](mailto:info@textil-bekleidung.de)

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

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

**Adres:** Wettinerstraße 11 42287 Wuppertal

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

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

**E-posta** : [info@vbu-net.de](mailto:info@vbu-net.de)

**İnternet** : <http://www.vbu-net.de>

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

**Adres:** Kernerstraße 59 70182 Stuttgart

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

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

**E-posta** : [info@suedwesttextil.de](mailto:info@suedwesttextil.de)

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

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

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

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

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

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

**E-posta** : [info@verband-textil-bekleidung.de](mailto:info@verband-textil-bekleidung.de)

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

**Vereinigung der Textilindustrie von Berlin  
(Berlin Tekstil Sanayii Derneği)**

**Adres:** Wichmannstraße 20 10787 Berlin

**Tel** : 030 / 26 21 00 92

**Faks** : 030 / 262 10 00

**Ev Tekstili, Teknik Tekstil ve Tekstil-Giyim ile İlgili Dernekler:  
Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e.V.  
(Alman Ev Tekstili Sanayii Derneği)**

**Adres:** Hans-Böckler-Straße 205 42109 Wuppertal

**Tel** : 0202 / 75 97-0

**Faks** : 0202 / 75 97 97

**E-posta** : [info@heimtex.de](mailto:info@heimtex.de)

**İnternet** : <http://www.heimtex.de>

**Bundesverband Konfektion Technischer Textilien (BKTex)  
(Konfeksiyon Teknik Tekstil Federal Derneği)**

**Adres:** Parkstraße 60 41061 Mönchengladbach

**Tel** : 02161 / 29 41 81-0

**Faks** : 02161 / 29 41 81-1

**E-posta** : [info@bktex.de](mailto:info@bktex.de)

**İnternet** : <http://www.bktex.com>

**Industrieverband Garne, Gewebe und Technische Textilien (IVGT)  
(İplik, Kumaş ve Teknik Tekstil Sanayii Derneği)**

**Adres:** Frankfurter Straße 10-14 65760 Eschborn

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

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

**E-posta** : [info@ivgt.de](mailto:info@ivgt.de)

**İnternet** : <http://www.ivgt.de/en/>

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

**Adres:** Moltkestraße 19 48151 Münster

**Tel** : 0251 / 53 00 00

**Faks** : 0251 / 53 00 35

**E-posta** : [info@textil-bekleidung.de](mailto:info@textil-bekleidung.de)

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

**Adres:** Mevissenstraße 15 50668 Köln

**Tel** : 0221/77 44 - 135

**Faks** : 0221/77 44 - 137

**E-posta:** [tuchverband@bbi-online.de](mailto:tuchverband@bbi-online.de)



## VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Eurostat, AB Resmi İstatistik Kurumu Veri Sayfası
- Alman Tekstil Perakendecileri Federal Derneği, [www.bte.de](http://www.bte.de)
- Almanya İş Kùltürü- İGEME
- Almanya'da Ticaret, İhracat ve Pazarlama Stratejileri , Hamburg Business Development Corporation
- CIA The World Factbook, Country Profiles, Germany.
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group
- Gesamtverband der Deutschen Textil- und Modeindustrie, [www.textil-mode.net](http://www.textil-mode.net)

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