



ALMANYA ÜLKE RAPORU 2018



YÖNETİCİ ÖZETİ

- Almanya, 357 bin km²'lik yüzölçümü ve 82 milyonu geçen nüfusuyla, Avrupa'nın en büyük ülkelerindendir. Ülke, nüfus bakımından Avrupa Ülkeleri arasında Rusya Federasyonu'ndan sonra ikinci sırada, AB Ülkeleri arasında ise ilk sıradadır.
- Yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesidir. Ülke 82,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.
- Almanya UNDP İnsani Gelişim Endeksinde dördüncü, Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksinde beşinci, Dünya Bankası Kolay İş Yapılabilirlik Sıralamasında on yedinci, The Heritage Foundation Ekonomik Serbestlik Endeksinde de yirmi altıncı sırada yer almaktadır.
- Bursa ile Almanya arasındaki ticarete bakıldığında, 2017 yılında 2,03 milyar USD olan ihracatımız 2018 yılında % 5 oranında azalarak 1,93 milyar USD olarak gerçekleşmiştir. Bursa ili ihracatında Almanya'nın payı % 14'tür.
- Bursa'dan Almanya'ya ihracat yapılan ilk 10 sektör şu şekildedir; Otomotiv Endüstrisi, Tekstil ve Hammaddeleri, Çelik, Makine ve Aksamları, Hazır Giyim ve Konfeksiyon, Kimyevi Maddeler ve Mamulleri, Mobilya-Kâğıt ve Orman Ürünleri, Demir ve Demir Dışı Metaller, İklimlendirme Sanayii.
- Alman ekonomisi, 2011 yılında % 3,7 büyüme oranıyla hem Avrupa Birliği ülkelerinin hem de ABD'nin iki katı hızla büyümüştür. 2012'de ekonomi Avro bölgesindeki borç krizi için bölgede alınan sıkı tasarruf tedbir kararlarının daralttığı talepten etkilenecek yalnız % 0,6 oranında büyümüştür. 2013'te de % 0,3, 2014, 2015 ve 2016 yıllarında sırasıyla %1,6, %1,7 ve %1,8 büyüme göstermiştir. Ekonomi 2017 yılında % 2,5 oranında büyümüştür.
- Almanya'ya ihracatımız % 90 oranında sanayi mamullerinden, yaklaşık %10 oranında tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.

1) BURSA İLE ALMANYA DIŞ TİCARETİ

Bursa-Almanya Dış Ticaret Deęerleri \$

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim
2015	1.867.825.216	1.496.111.044	3.363.936.260
2016	1.975.495.364	1.460.467.431	3.435.962.795
2017	2.041.862.568	1.412.989.854	3.454.852.422
2018-9 AY	1.562.805.734	1.023.388.086	2.586.193.820

Kaynak; TUIK

2) TÜRKİYE İLE ALMANYA DIŞ TİCARETİ

Türkiye-Almanya Dış Ticaret Deęerleri \$

Yıllar	İhracat	İthalat	Hacim
2014	15.147.423.285	22.369.476.421	37.516.899.706
2015	13.417.033.186	21.351.884.464	34.768.917.650
2016	13.998.653.115	21.474.989.265	35.473.642.380
2017	15.118.909.842	21.301.869.301	36.420.779.143
2018-9 AY	12.102.678.678	15.305.448.000	27.408.126.678

Kaynak; TUIK

Ülkemizin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözlenmektedir. Almanya 2017 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, ülkemizin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatımızda Çin'in ardından ikinci sırayı almıştır.

En büyük ticari ortağımız olan Almanya ile ikili ticaretimiz, istisnai yıllar haricinde sürekli açık vermektedir. 2018 yılı ilk 9 ay verilerine göre Almanya ile dış ticaret açığımız yaklaşık 3,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Alman firmalarının son yıllarda üretim ve ithalatlarını Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerine kaydırmaları ve bu ülkelere yönelik vergi ve kotaların kaldırılması 2000li yılların başlarında ihracat artışımızda bir yavaşlamaya neden olmakla beraber 2003 yılından itibaren bu ülkeye ihracatımız tekrar artış göstermektedir. 2015 yılında küresel ekonomik gelişmeler ve talep gerilemesi nedeniyle ihracatımız 2014 yılına kıyasla %11,4 azalarak yaklaşık 13,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında ise ihracatımız bir önceki yıla göre % 4,4 artarak yaklaşık 14 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı ilk 9 ay dış ticaret verilerine göre ihracatımız 12 milyar doların üzerine çıkmış olup yılsonunda 16 milyar doların üzerine çıkması beklenmektedir.

3) GENEL BİLGİLER

Almanya coğrafi olarak Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, Lüksemburg ile Danimarka'dır. Ülkenin Kuzey bölgesi ovalar, orta ve güneybatı bölgesinde ihtiyar dağlar, güneyinde Alpler, tepeler ve Bavyera Alpleri ülkenin genel coğrafi yapısını oluşturmaktadır.

Almanya, coğrafi olarak Avrupa'nın tam ortasında yer almaktadır. Dokuz komşu ülke ile sınırı vardır. Kuzeyde Danimarka, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve Batıda ise Fransa bulunmaktadır. İsviçre ve Avusturya Güneyde, Çek Cumhuriyeti ve Polonya ise Doğu'daki komşularıdır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha bariz 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. Kuzeyden Güneye hava hattı uzunluğu 876 km'dir. Batıdan Doğuya uzunluğu ise 640 km'dir. Rusya Federasyonu'ndan sonra Avrupa'nın en çok nüfusa sahip ülkesidir.

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

Alman İstatistik Kurumu verilerine göre toplam nüfus 2016 yılı itibarıyla 82,8 milyondur. Nüfusun %49'u erkek (39,6milyon), %51'i (41,2milyon) kadındır. Beklenen yaşam süresi erkeklerde 76, kadınlarda 82'dir. Nüfusun %8,8'i yabancılardan oluşmaktadır. Yabancı nüfusun yaklaşık %40'ını diğer AB üyesi ülkeler oluşturmaktadır. Yabancı nüfusun içindeki belli başlı milletler şunlardır: Türk(1.607bin), İtalyan(520bin), Polonyalı(468bin), Yunan(284bin), Hırvat(223bin), Avusturyalı(176 bin), Bosna-Hersek'li(154bin).

Ülkede 43 milyon işgücü bulunmaktadır. İşsizlik oranı 2015 yılında %6,3 – 2016 yılı için %6,0 – 2017 yılı için %5,4 olarak gerçekleşmiş olup, bu oranın 2018 yılı için %5,0 olduğu tahmin edilmektedir.

Alman ekonomisinin kalbini imalat sanayi ve ilgili hizmet sektörleri oluşturmaktadır. En önemli imalat sektörleri sanayi makineleri, otomotiv ve kimya sanayi iken son yıllarda telekomünikasyon sektörü de önde gelen faaliyet alanlarından biri haline gelmiştir. Diğer taraftan, Ruhr bölgesindeki çelik imalat sektörü ciddi biçimde küçülürken tarım da önemini giderek yitirmiştir. Diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'da da hizmetler sektörünün önemi giderek artmıştır. 2016 yılı itibarıyla hizmetler sektörü ekonominin %68,9'luk kısmını oluşturmaktadır.

4) DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN GÖRÜNÜMÜ

Almanya, doğrudan yabancı yatırımların (DYY) GSMH'ye oranı açısından çoğu kendisinden daha küçük ekonomiler olmak üzere diğer ülkelerden daha düşük bir orana sahipse de, DYY için dünyadaki en cazip ülkelerden biridir. 1990'lardaki yoğun DYY girişleri o dönemin genel küresel ve Avrupa ölçeğindeki DYY hareketlerinin özelliğini yansıtmaktadır. DYY hareketlerinde 2000'lerin başında yaşanan düşüşten sonra yatırım hareketleri 2003'ten itibaren artmaya başlamışsa da, DYY girişleri dünya ortalaması kadar artmamış ve toplam DYY stoku GSMH'nin çeyreği düzeylerinde kalmıştır. Ülkenin dış yönlü yatırım akışı tarihsel olarak her zaman iç yönlü yatırımları aştığından, dış yönlü yatırım stoku iç yönlü yatırımlar stokundan çok daha büyüktür.

UNCTAD (World Investment Report) verilerine göre 2017 yılında Almanya'ya giren doğrudan yabancı yatırımların miktarı 34,7 milyar dolar, doğrudan yabancı yatırım stoğu ise 931,3 milyar dolardır.

5) İŞADAMLARININ PAZARDA DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR

Alman iş kültürü, esnekliği çok az olan, sıkı kurallardan oluşmaktadır. Dakiklik, hem iş hayatında hem sosyal hayatta son derece önem verilen bir konudur. İş yaşamının odak noktasını, nesnel/objektif olgular ve görevler oluşturmaktadır.

İşadamları yanlarında bol miktarda kartvizit götürmelidir, çünkü Almanlar kartvizit değiştirmekten çok hoşlanmaktadır. Kartvizitte pozisyon ve konum mutlaka belirtilmelidir. Üniversite derecesi veya sahip olunan bazı özelliklerin de belirtilmesinde fayda vardır. Eğer çalışılan kuruluşun bilinen bir saygınlığı varsa, şirketin kuruluş tarihinin de yazılması uygun olur.

Alman tarafı toplantıya çok iyi hazırlanmış olarak gelecektir. Aynı davranış biçimini de karşı taraftan bekleyecektir. İş hayatlarında duygu ve hislere asla yer verilmemektedir. Ayrıca yeni fikir ve kavramlara da pek açık değildirler. Aynı organizasyon içinde bile bilginin serbestçe dolaşması uygun görülmemektedir. Alman iş insanı farklı birşey yapmak konusunda isteksizdir.

Toplantılara çok iyi organize olmuş, mantıklı ve dikkatlice planlama yaparak katılınmasında fayda vardır. Çok miktarda veri, kanıt ve teklifin destekleyici kanıtları ile birlikte götürülmesinde fayda vardır. Herhangi bir konuda yapılacak olan bir abartma tolere edilmemektedir. Tanıtım malzemesi hazırlığında bulunuluyorsa, Alman işadamlarının parlak reklamlardan, gösterilerden ve hatırlanabilir sloganlardan olumsuz etkilendiklerini unutmamak gerekir. Alman pazarı için hazırlanacak olan broşürlerde ciddi bir renk tonunun olmasına özen gösterilmelidir. Ayrıca uzun detayları da içermesinde de fayda vardır. Ürün ve hizmetler ile ilgili eksiklikleri doğrudan söyleyeceklerdir. Böyle bir durumda en doğru davranış eksikliklerden dolayı özür dileyerek, en kısa zamanda tamamlanacağını bildirilmesidir.

Alman kültüründe karar verme süreci yavaş sürmektedir, teklifler ciddi bir şekilde incelenmektedir. İlk görüşmelerde birçok kişi ile muhatap olmak zorunda kalınabilir, ancak karar verme sürecinde hiyerarşinin en üst kısmında bulunan kişi son kararı verecektir.

Kontratlar çok ciddi bir biçimde hazırlanmaktadır. Kabul edilen her madde garanti altına alınmaktadır. Ayrıca aynı şekilde kontrat içinde kabul edilen her maddenin yerine getirilmesi beklenmektedir. Alman kültüründe alınan her kural büyük bir ciddiyetle takip edildiğinden, uyulmayan konularda kınanma ile karşı karşıya kalınabilir. Bu yüzden Alman toplumu şekillendiren kurallara karşı duyarlı ve saygılı olunmasında fayda vardır. Almanlar kararlarını toplantı sırasında verirler, ancak yine de emniyetli bir şekilde davranırlar. Karar bir kez verildikten sonra değişiklikler kolay olmamaktadır.

Alman iş kültüründe zamanında bulunmanın önemini asla unutulmamalıdır. 2 veya 3 dakikalık bir gecikme bile kabalık olarak addedilecektir. Randevular önceden ayarlanmalıdır. Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az 2-3 ay, telefonla alınacak bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden alınmasında fayda vardır. Randevuya gecikilecekse, mutlaka önceden aranmasında fayda vardır. İlaveten uygun sebebin de hazırlanması gerekebilir. Görüşmeler için en uygun zaman dilimi öğleden önce 11:00 – 13:00 arası olurken, öğleden sonra ise 15:00 – 17:00 arasındadır. Randevuların Cuma öğleden sonrasına ayarlanmamasına özen gösterilmelidir, çünkü bazı ofisler Cuma günleri 14:00 veya 15:00'den sonra kapanabilir. Randevuların saatinin ve yerinin gereksiz bir şekilde değiştirilmesi kabul görmemektedir. İş görüşmeleri genelde şirket binasında yapılır.

Almanlar talep ettiklerini, zamanında almaya çok düşkünlüdürler. Siparişlerin vs. zamanında teslimi çok önemlidir. Gecikmeler için hemen cezai şartlar uygulanabilir (fiyat indirimi, malı teslim almama vb.). Firmalarımızdan istenenler (örneğin numune vb.) herhangi bir sebepten dolayı zamanında gönderilemiyorsa, hemen Alman tarafının e-mail vb. yollarla haberdar edilmesi gerekiyor. Verilebilecek olumsuz bir haberin dahi, haber vermemekten daha pozitif karşılanabilir.

İlk isimler aile üyelerine aittir. İlaveten Alman iş kültüründe yıllarca birlikte çalışılıp da birbirlerinin ilk isimlerini bilmeyen kişilere rastlamak mümkündür. Profesyonel unvanları olmayan kişilere soyadlarının önüne aşağıda verilen unvanları kullanarak hitap edebilirsiniz. Mr.="Herr" Mrs.(or Ms.)="Frau" .Dr. Martin Meyer yerine "Herr Doctor Meyer" diye de hitap edilebilmektedir.

Firmalarımız birlikte çalıştıkları Alman şirketini kendi mekânında (Almanya'da) ziyaret ediyor ve bizim onlar Türkiye'ye geldiklerinde gösterdiğimiz kadar ilgi ve misafirperverliği göremiyorlarsa; bunun yanlış anlaşılması ve hemen negatif değerlendirilmemesi gerekir. Bu, Alman iş kültüründe doğal karşılanabilecek bir durumdur.

Almanya'da bulunulan mevsime uygun giyinilmesi tavsiye edilmektedir. Örneğin yazın çok sıcak, kışın ise aşırı derecede soğuk ve rüzgârlı olabilir. Erkek veya kadın giyiminde resmiyet geçerlidir. Erkekler için koyu renk takım ve kravat, bayanlar için de uygun bluz tercih edilmelidir.

Almanya'daki tatil günleri için Feiertage.net internet sayfasına başvurulabilir.

Almanya'daki tüm şehirlerin hava durumuna ilişkin bilgiler Meteoroloji Kurumunun (DeutscherWetterdienst) "<http://www.dwd.de>" adresli web sitesinden temin edilebilir.

6) TEMSİLCİLİKLERİMİZ

T.C. ALMANYA ANKARA BÜYÜKELÇİLİĞİ

Adres: Atatürk Bulvarı 114 06690 Kavaklıdere - Ankara

Telefon: +90 312 4555 100 (santral)

Fax: +90 312 4555 100

E-posta: www.tuerkei.diplo.de

MUNİH TİCARET ATAŞELİĞİ

Adres: Generalkonsulat der Republik Türkei Goethe Strasse 10 80336 München /
DEUTSCHLAND

Telefon: 0049- 89 54344316

Fax: 0049- 89 54344317

E-posta: munih@ekonomi.gov.tr

BERLİN TİCARET ATAŞELİĞİ

Adres: Türkische Botschaft Handelsabteilung Tiergartenstr. 19-21 10785 BERLIN /
DEUTSCHLAND

Telefon: 00 49 30 / 278 98 030

Fax: 00 49 30 /278 98 040

E-posta: berlin@ekonomi.gov.tr

Alman - Türk Ticaret ve Sanayi Odası

Adres: Yeniköy Cad. No. 88 TR-34457 Tarabya - İstanbul

Telefon: +90 (212) 363 05 00

Faks:+90(212)3630560

E-posta: info@dtr-ihk.de

German Chambers of Commerce and Industry (DIHK)

Adres: Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. Breite Straße 29 / 10178 Berlin

Telefon: (61)(3) 9387 3177

Faks: (61)(3) 9387 3188

E-posta: bestellservice@verlag.dihk.de

Germany Federal Foreign Office

Adres: Auswärtiges Amt D-11013 Berlin

Telefon: +49-3018-17-2000

Faks: +49-3018-17-3402

Web: <http://www.auswaertiges-amt.de>

Kaynaklar; Ekonomi Bakanlığı, TÜİK ve UİB