FEDERAL ALMANYA
PAZAR BİLGİLERİ

T.C.
Ticaret Bakanlığı
Uluslararası Anlaşmalar ve Avrupa Birliği
Genel Müdürlüğü

Nisan - 2025

İçindekiler

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI 3
2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ 14
3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER 21
4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER..... 599
5. ŞİRKET KURULUŞU ve İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER 63

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

Dış Ticaret Politikası

Almanya Federal Cumhuriyeti (AFC) için dış ticaret büyük bir önem taşımaktadır. Uluslararası mal ve hizmet ticaretinde önde gelen ülkelerden biri olan Almanya, ihracatta % 7,2'lik ve ithalatta % 6,1'lik bir paya sahiptir. Alman ekonomisinin büyük bir bölümü büyük ölçüde ihracata bağımlıdır. Bu durum istihdama da yansımaktadır: her dört işten biri doğrudan ya da dolaylı olarak ihracata bağlıdır.

Serbest ticaret ve adil rekabet ortamı ekonomik büyüme ve istihdam için önemli bir ivme sağlamaktadır. Bu nedenle Alman hükümeti serbest pazarlardan, adil uluslararası rekabetten ve ticaretin açık, öngörülebilir ve çok taraflı olarak koordine edilen kurallar temelinde serbestleştirilmesinden yanadır.

Serbest pazarların teşvik edilmesinin yanı sıra, diğer ülkelerin rekabeti bozucu ticaret uygulamaları ve sübvansiyonları ile mücadele edilmesi ve Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ile AB'nin ticaret savunma araçlarının düzenli olarak güncellenmesi önem taşımaktadır.

Ticaret politikasının belirlenmesi, Avrupa Birliği'nin (AB) Topluluk yetkilerinden biridir. Avrupa Komisyonu ticaret politikasını üye ülkelerle yakın istişare halinde belirlemektedir.

Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı - BMWK, Federal Hükümet bünyesinde Almanya'nın ticaret politikasına ilişkin tutumunu belirlemekten ve gerek Avrupa düzeyinde gerekse uluslararası alanda Alman hükümetini temsil etmekten sorumludur[1].

AFC'nin dış ticaret uygulamalarının mevzuat temelini hem federal düzeyde uygulanan ulusual düzenlemeler hem de AB hukuku oluşturmaktadır. Ulusal düzeydeki düzenlemeler, Dış Ticaret ve Ödemeler Kanunu-Außenwirtschaftsgesetz-AWG) ve Dış Ticaret ve Ödemeler Yönetmeliği (Außenwirtschaftsverordnung-AWV)'ne tabidir[2].

Malların serbest dolaşımı genel uygulama olmakla birlikte, belli mallar ithalat ve ihracatta kısıtlamalara tabidir. Dış ticarete yönelik yasaklamalar ve kısıtlamalar temelde aşağıda sıralanan alanlardaki hakların korunması için gerçekleştirilmektedir:

- Kamu düzeninin korunması,

- Çevrenin korunması,

- İnsan sağlığının korunması,

- Hayvanların korunması,

- Bitkilerin korunması,

- Sınai mülkiyet haklarının korunması,

- Kültürel mirasın korunması.

Bununla birlikte belirli mallara bazı ülkeler için kısıtlamalar da uygulanmaktadır.

[1] https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/trade-policy.html
[2] https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_awg/englisch_awg.html

Dış Ticaret Mevzuatı ile ilgili AFC ve AB düzeyindeki ayrıntılı bilgilere aşağıdaki internet sayfaları üzerinden ulaşılabilir:

- Trade - European Commission - Import And Export Rules (https://ec.europa.eu/trade/import-and-export-rules/)

- Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı – Dış Ticaret Mevzuatı ve Politikası (https://www.bmwk.de/Navigation/DE/Themen/themen.html?cl2Categories_LeadKeyword=au%C3%9Fenwirtschaftsrecht)
(https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/trade-policy.html)

- Gümrükler Genel Müdürlüğü (https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Aussenwirtschaft-Bargeldverkehr/aussenwirtschaft-bargeldverkehr_node.html)

- GTAI-Germany Trade and Invest - Customs (https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/customs)

İthalat Rejimi

AFC'de ithalatı düzenleyen çok sayıda mevzuat mevcuttur. Gümrük ve dış ticaret mevzuatının yanı sıra insan sağlığı ve güvenliği, çevrenin korunması amacıyla bazı yasaklamalar ve kısıtlamalar da mevcuttur. En önemli yasal çerçeve Birlik Gümrük Kodu, Gümrük Kodu Uygulama Hükümleri, Dış Ticaret ve Ödemeler Kanunu ile Dış Ticaret ve Ödemeler Yönetmeliğidir. Dış Ticaret ve Ödemeler Kanununa göre, Kanunda ve Yönetmelikte belirtilen kısıtlamalar haricinde diğer ülkelerle ürünlerin, hizmetlerin, sermayenin ve ödemelerin serbestliği söz konusudur.

İthalat lisansları ve gözetim uygulamaları hakkında bilgiye, ilgili prosedürlerden sorumlu olan Federal Ekonomi ve İhracat Denetimi (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle-BAFA) internet sitesinden ulaşılması mümkündür[3]. Örneğin; söz konusu Kurum tarafından çelik sektöründe ithalat lisansları düzenlenmekte, miktar ve fiyat kontrolü yapılmaktadır.

Öte yandan, silahlar, atıklar, kimyasallar, gıda ve yem gibi insan sağlığı, kamu güvenliği veya çevrenin korunması açısından risk oluşturabilecek ürünlere özel ithalatta denetim düzenlemeleri bulunmaktadır. İthalatta uygulanan kısıtlamalar ve yasaklarla ilgili ayrıntılı bilgilere Gümrükler Genel Müdürlüğü internet sayfasından ulaşılması mümkündür.
(http://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/restrictions_node.html).

Avrupa Komisyonu TARIC veri tabanı için:
(https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?callbackuri=CBU-36&Lang=en).

[3] https://www.bafa.de/EN/Foreign_Trade/Import_Restrictions/import_restrictions_node.html

Gümrük Tarifeleri

AB üyesi olması nedeniyle, diğer AB üyesi ülkelerde olduğu gibi AFC'de de Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) teşkil etmektedir.

AB'de yürürlükte bulunan gümrük vergilerine, (*http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en*) veya (*https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home#my-trade-assistant*) web adreslerinden ulaşmak mümkün bulunmaktadır. Söz konusu bağlantılar, eşya tanımı veya gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) bazında arama yapılmasına ve ayrıca söz konusu ürüne ilişkin diğer kısıtlamalara ulaşılmasına imkan sağlamaktadır.

Öte yandan, 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nın kabulü ve 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği'nin yürürlüğe konulmasıyla, Türkiye ile AB arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi uygulamaya başlamıştır.

Türkiye-AB Gümrük Birliği, sadece sanayi ürünlerini ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamakta, geleneksel tarım ürünleri ise kapsam dışı bulunmaktadır. İşlenmiş tarım ürünlerinde gümrük vergileri tespit edilirken, tarım payı ile sanayi payı ayrılmakta ve sadece sanayi payı vergi muafiyetine tabi tutulmaktadır.

KDV mükellefi mal veya hizmet sağlayan Alman firmaları veya ithalatçılarıdır. Ancak, vergi nihai aşamada tüketiciye yansıtılmaktadır. Almanya'da standart KDV oranı %19'dur. Ancak bu oran, temel gıda ürünleri, kitap, gazete gibi kültürel yayınlar, bazı sağlık ürünleri gibi ürünlerde %7 olarak uygulanmaktadır. KDV tutarının faturalarda ayrıca belirtilmesi zorunludur.

Ülkemize ve diğer ülkelere yönelik yürütülen ticaret politikası araçları soruşturmalarına (*http://trade.ec.europa.eu/tdi/completed.cfm*) adresinden,
ÖTV[4] oranlarına (*https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy_en*) adresinden ulaşılabilmektedir.

İç Vergiler

Almanya'da girişim ve yatırım faaliyetleri ile ilgili vergiler; gelir vergisi, kurumlar vergisi, ticari işletme vergisi ile katma değer vergisi-KDV'dir.

Gelir Vergisi (Einkommensteuer): Alman Gelir Vergisi Kanunu, verginin konusu içerisine giren gelir unsurlarını; ziraat ve ormancılık gelirleri, ticari kazançlar, serbest meslek kazançları, ücretler, sermaye gelirleri, kiralama ve leasing gibi gelirler ve diğer gelirler (Örneğin; emekli aylıkları, spekülasyon karları vb.) olmak üzere yedi gruba ayırmıştır.

[4] https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Steuern/Verbrauchsteuern/Grundsaetzliche-Regelungen/Verbrauchsteuersaetze/verbrauchsteuersaetze_node.html

Gelir vergisi tarifesi mükelleflerin kişisel özelliklerini dikkate alan artan oranlı bir yapıya sahiptir. Tarife oranları %0'dan %45'e kadar değişmektedir. Vergi tarifesinde belli bir tutara kadar gelire %0 oranı uygulanarak vergi dışı bırakılmakta ve kişilerin gelirlerine uygulanacak olan vergi oranı sahip oldukları gelir seviyesine ve medeni durumlarına göre değişmektedir.

Mevzuata göre evli çiftlerin gelirleri isteğe bağlı olarak birleştirilir ve bir beyanname vermek suretiyle vergiye tabi tutulur. Ancak eşler ayrı olarak vergilendirmeyi isteme hakkına da sahiptirler. Bakıma muhtaç, örgün ve mesleki eğitimde bulunan (25 yaşına kadar) ve 18 yaşını doldurmamış çocukların gelirleri anne veya babanın geliri ile birlikte vergilendirilir.

Gelir vergisinden ayrı olarak elde edilen gelir üzerinden 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesi üzerine %5,5 oranında Dayanışma Vergisi-Solidaritatzuschlag (2021'den itibaren, çoğu çalışan ve küçük gelir grubu için kaldırılmıştır, ancak yüksek gelir sahipleri ve şirketler için uygulanmaya devam etmektedir.) kesilmekte ve bir de gelir vergisi mükellefleri, kiliseye de üye iseler, kilise vergisi ödemektedir.

İkametgahı ya da meskun bulunduğu yer Almanya olan her kişi, geniş anlamda gelir vergisi yükümlüsüdür. Bununla birlikte ikametgahı ya da meskun olduğu yer Almanya dışında olan şahısların, Almanya içinde elde ettikleri gelirler hakkında sınırlı bir biçimde (dar anlamda) vergi yükümlülükleri vardır.

Gelir vergisinde elde edilen kazançlar şu şekilde hesaplanır. Elde edilen gelirlerden bu gelirlerle bağlantılı olan giderler çıkartılır (vergi kanununda belirtilen durumlarda). Bu miktardan bazı farklı ve özel olan giderler belli bir miktarda düşülür (örneğin bazı sigortalar) ve kalan miktardan kişisel gelir vergisi ödenmek zorundadır.

Özellikle giderler Türk ve Alman vergi sistemlerinde farklı olabilmektedir. Özellikle giderlerin tanınması için Almanya´da birçok detaya dikkat etmek gerekebilir. Türkiye´de gider olmayan ödemeler, Almanya´da kişisel gelir vergi beyannamesinde gider olarak düşülebilir.

Almanya´da ücretler yıl bazında hesaplanarak aylık stopajlar ödenir. Bu yüzden gerçek kişiler ücret dışında başka gelirleri olduğu takdirde yıllık gelir vergi beyannamesi vermek zorundadırlar. Ücretten başka kazancı olmayan bir vatandaş için gelir vergisi beyannamesi verilmesi zorunlu değildir ancak bazı giderleri düşebilmek adına avantajlı olabilmektedir.

24 Ocak 2012 tarih ve 28183 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan ve 1 Ağustos 2012 tarihinde yürürlüğe giren Almanya ve Türkiye arasında yapılan "Çifte Vergilendirmeyi Önleme Anlaşması" gereğince mükellef iki ülkede de vergi ödediği takdirde, bu vergiyi ikamet edilen ülkede belirli şartlar altında vergiden düşebilmektedir.

Kurumlar Vergisi (Körperschaftsteuer): Kurumlar vergisi, tüzel kişilerden alınmakta olup ödenmiş ve dağıtılmış kârın %15'ine karşılık gelmektedir. Sermaye şirketlerine yapılan kâr dağıtımları, kurumlar vergisi kapsamında değildir. Gerçek kişilere (kişiler ve şahıs şirketleri hissedarları) yapılan dağıtımlarda ise çifte vergilendirmenin önlenmesi amacıyla yarım gelir usulü (Halbeinkünfteverfahren) uygulanarak dağıtılan kârın sadece yarısı vergilendirilir. Zira bu tutar üzerinde, daha önce dağıtılmış kâr payı olarak kurumlar vergisi tahakkuk etmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Ticari ve Sınai İşletme Vergisi [Gewerbesteuer]: Almanya'da faaliyet gösteren her işletme, işletme vergisine tabidir. Burada, vergi yükümlüsü işletme sahibi, yani kendi hesabına firmayı işleten kişidir. Bu vergi tutarı, işletmenin mali gücü ve her belediyenin kendisine göre belirlediği orana göre değişmektedir. Buna uygun olarak da işletme vergisi olarak belirlenmiş sabit bir vergi oranı bulunmamakta, bunun yerine ödenmesi gereken bu vergi tutarı, işletme kârı ile her belediyenin kendisine göre belirlediği orana göre değişmektedir. Belediyeden belediyeye değişen bu oran %13-20 arasında yer almaktadır.

Katma Değer Vergisi (Umsatzsteuer): Bir işletmenin faaliyetleri çerçevesinde belirli bir bedel karşılığında ifa ettiği mal üretimi ve hizmetlerden katma değer vergisi alınmaktadır. İşletme, kendisine faturada belirtilmiş olan katma değer vergisini ön vergi olarak, kendi vergi borcundan mahsup edebilir. Buna müsaade etme yetkisi ise vergi idaresindedir. Almanya'da katma değer vergisi oranı %19'dur. İndirimli oran (%7), gıda maddeleri, kitap ve gazete, otel, bilim ve sanat alanında kullanılan mal ve hizmetler için geçerlidir.

Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin Almanya'ya (veya herhangi bir AB ülkesine) ihraç edilebilmesi için üzerinde CE işareti bulunması zorunludur. Bu işareti taşıması gerektiği halde taşımayan bir ürünün AB üyesi ülkelere ihracatı mümkün değildir. CE işareti, ürünlerin AB teknik düzenlemelerine uygun olarak üretildiğini gösterir.

Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından üretici sorumludur. Ancak, eğer üretici ya da üreticinin yetkili temsilcisi Avrupa Birliği içinde değilse, bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorundadır. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB mevzuatına uygun olduğunu garanti etmek zorundadır.

Her bir AB üyesi devlet, CE işaretinin doğru bir şekilde kullanıldığından ve CE işaretli ürünlerin tüketiciler için gerçekten güvenli olduğundan emin olmak için "piyasa gözetimi ve denetimi" birimleri oluşturmuştur. Almanya'da piyasa gözetimi ve denetiminden sorumlu kuruluşlar ve bu kuruluşlar arasında koordinasyon hakkında bilgiye *(https://www.baua.de/EN/Topics/Monitoring-evaluation/Market-surveillance-and-product-safety/Market-surveillance/Competences.html)* adresinden ulaşılabilir.

Avrupa Birliği'nin Ürünlere Dair Teknik Mevzuatı

Bir ürünün Avrupa Birliği (AB) pazarına girebilmesi için regülasyon ve direktiflerden oluşan ve AB'nin Resmi Gazetesi olan EURLEX'de yayımlanan teknik mevzuata uygun olarak üretilmesi ve piyasaya arz koşullarını sağlaması gerekmektedir. AB'nin teknik mevzuatı, temel kuralları belirleyen genel mevzuatın yanı sıra, ürünlere ilişkin teknik kurallarını ortak bir şekilde düzenlediği regülasyonlar ve direktifler (örn: oyuncaklar, makineler, asansörler, tıbbi cihazlar, yapı malzemeleri, kimyasallar vs.) ile ortak bir düzenlemenin bulunmadığı üye ülkelerin kendi düzenlemelerini yaptığı mevzuattan (kırtasiye ürünleri, mobilyalar, saatler vs.) oluşmaktadır.

Ülkemiz, 1996'da yürürlüğe giren Gümrük Birliği gereğince AB'nin ürünlere ilişkin teknik mevzuatını ve sistemini uyumlaştırmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye AB'nin CE işareti, onaylanmış kuruluşlar, piyasa gözetimi ve denetimi, AB'nin ortak bir düzenlemesi olmayan alanda karşılıklı tanımaya dair kurallarını ve sektörel mevzuatını ulusal mevzuatına aktarmıştır. Ülkemiz, AB'de yenilenen sektörel mevzuatı da takip etmekte ve iç mevzuatına aktarmaktadır.

Ülkemizde, AB mevzuatı kapsamında atanmış onaylanmış kuruluşların listesi ise güncel olarak AB'nin Yeni Yaklaşım Onaylanmış Kuruluş Bilgi Sistemi'nde (NANDO-https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/) yayınlanmaktadır.

Sonuç olarak, Türkiye'nin AB ile uyum sağladığı veya düzenlenmemiş alanda yer alan sektörlere ilişkin olarak Türk ürünlerinin ilave test/belgelendirmeye ihtiyaç olmaksızın AB menşeli ürünlerle eşit muameleye tabi tutulması ve malların serbest dolaşımı ilkesi kapsamında ithalat kontrollerine tabi tutulmaması gerekmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de üretilen ürünler, AB'de üretilmiş ürünlere eşdeğer güvenlik ve kalite düzeyindedir.

AB teknik mevzuatına ilişkin ayrıntılı sorular için (abteknik@ticaret.gov.tr) adresinden irtibata geçilebilir.

Diğer yandan Alman firmaları tarafından, yasal bir zorunluluk bulunmamasına karşın, Almanya'da verilen ilave bir takım performans veya kalite işaretleri talep edilebilir. Bunlardan özellikle, mekanik ürünler için GS (Gepruefte Sicherheit) işareti ve elektrikli ürünler için VDE (Verband Deutscher Elektrotechniker) işareti önem taşımaktadır. Bu işaretlerin kullanımı yalnızca belli durumlarda zorunlu olup, genelde yasal bir zorunluluk yoktur.

GS işaretine ilişkin standartlar, Alman Standartlar Enstitüsü DIN (Deutscher Industrie Normenausschuss) tarafından derlenmektedir. VDE işaretine ilişkin standartlar ise, VDE Verlag GmbH firmasından veya VDE Birliği'nden temin edilebilmektedir.

AFC'de ürün güvenliği ile ilgili temel bilgilere Gümrük Genel Müdürlüğü – Ürün Güvenliği bölümünden ulaşmak mümkündür:
(*https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/Goods/Product-safety-and-product-compliance/product-safety-and-product-compliance_node.html*).

AB ürün gereklilikleri ile ilgili bilgiler ise (*https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/index_en.htm*) internet sayfasından temin edilebilir.

AB ve Ürün Standartları

Bazı ürünler menşeine bakılmaksızın Avrupa Birliği'nin getirdiği zorunluluklar sebebiyle birtakım mevzuatlarla sınırlandırılmıştır. Diğer taraftan, bütün Birlik ülkeleri için özellikle haklı rekabeti destekleyici çeşitli garanti sistemleri bulunmaktadır. İSO 9000 serisi ve HACCP kaliteyi garantileyen ve rekabet faktörünü ön plana çıkaran bir uygulamadır. Çevre üzerine İSO 14000 serisi ve OHSAS 18001 teknik özelliklerine göre iş kazalarını önleme sertifikası da her geçen gün daha önem kazanmıştır. GLOBALGAP (eski adıyla EUREPGAP) sertifikasının alınması zorunlu olmamakla birlikte ürün satın almada tercih nedenidir.

AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin AB pazarına girebilmesi için AB teknik mevzuatına uyumlu olması gerekmektedir. CE işareti bu kapsamdaki uygulamalardan biridir. Birçok sanayi ürününde CE İşareti (*https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en*)bulunması zorunludur. Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından üretici sorumludur. Ancak, eğer üretici ya da üreticinin yetkili temsilcisi Avrupa Birliği içinde değilse, bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorundadır. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB normlarına uygun olduğunu garanti etmek zorundadır.

Ürünlerin pazarlanmasına ilişkin akreditasyon ve piyasa gözetimi işlemleri AB'nin 765/2008 sayılı Tüzüğü'ne göre yürütülmektedir. Anılan mevzuat, AB gümrüklerinde kontrolleri, CE uygunluk işaretleri

ve akreditasyonunun yanı sıra üye devletlerde piyasa gözetiminin minimum etkilerine yönelik hükümleri düzenlemekte olup üye ülkeler tarafından işbirliği içinde uygulanmaktadır.

AB genelinde gıda ile ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen EC 178/2002 sayılı düzenleme ile Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 yılı içerisinde yürürlüğe giren bu düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurulmuş ve gıda güvenliği konusundaki uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Düzenleme genel olarak Genel Gıda Yasası olarak bilinmekte olup, gıdaların izlenebilirliği konusunda da düzenlemeleri içermektedir (Madde 18). Genel Gıda Yasası'nın belirlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir.

Üçüncü ülkelerden ithal edilen taze meyve ve sebzelerin sevkiyatının AB pazarlama standartları ve diğer eşdeğer standartlara uygun olması gerekmektedir. 543/2011 sayılı EU Komisyon Uygulaması Yönetmeliği taze meyve ve sebze ithalatı ile ilgili genel ve spesifik pazarlama standartlarını belirlemektedir.

Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

Almanya'da uygulamada bulunan standartlar hakkında bilgiye Alman Standartlar Enstitüsü (DIN) internet sitesinden (https://www.din.de/en) ulaşılabilir. DIN tarafından işletilen Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi ise Almanya'daki teknik düzenlemeler ve standartlar hakkında bilgi sağlayan bir merkezdir.

Deutsches Informationszentrum fuer technische Regeln (DITR)
(Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi)
E-posta: postmaster@din.de
İnternet Sayfası: *https://www.dinsoftware.de/de/normeninformationen/ditr-datenbank; https://www.din.de/en*

Uygunluk Değerlendirmesi

AB ve Uygunluk Değerlendirme

Standartlara uygunluk değerlendirme adımı AB mevzuatına uygunluğun sağlanmasında zorunlu bir adımdır. Burada amaç üretimin her aşamasında gerekli koşullara uyumun sağlanması ve nihai ürünün kabulünün kolaylaştırılmasıdır.

AB ürün mevzuatı üreticilere ürünlerinin kullanımı sırasında oluşabilecek risk düzeyine göre uygunluk değerlendirme aşamasında bir miktar seçme hakkı sunmaktadır. Bu seçenekler öz sertifikasyon, tip inceleme ve ürün kalite kontrol sistemi, tam kalite güvencesi olabilmektedir.

AB üyesi ülkelerin uygunluk değerlendirme kuruluşları listesi AB Komisyonu web sitesinde yer almaktadır (**NANDO**-*http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/nando/*).

Nihai ürünün pazara girişini kolaylaştırmayı sağlayan bazı zorunlu olmayan değerlendirme programları da bulunmaktadır. Bunlar hakkında bilgi CEN (Avrupa Standardizasyon Komitesi), CENELEC-Avrupa Elektroteknik Standardizasyon Komitesi (*https://www.cencenelec.eu/*) ve ETSI-Avrupa Telekomünikasyon Standartları Kurumu'ndan (*https://www.etsi.org/*) temin edilebilir.

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

Paketleme ve etiketleme işlemleri yapılırken, ürünlerle ilgili yasal gerekliliklerin yanı sıra, tüketici güvenliği ve çevrenin korunması gibi talepler de göz önünde bulundurulmalıdır. Avrupa Birliği'nde ve AFC'de tüketicinin korunması ve bilgilendirilmesi büyük önem taşıdığından, ürünlerin etiketlenmesi konusunda kesin düzenlemeler vardır.

Almanya'da Ambalaj Yasası 2019 yılı itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Anılan yasanın temel amacı, ambalajların çevreye verdiği zararı en aza indirmektir. Özellikle, ambalajlanmış ürün üreticileri ve distribütörleri ilgili yasadan etkilenmektedir. Alman Ambalaj Yasasına yönelik uygulamalar Avrupa Birliği'nin 94/62/EC sayılı Ambalaj Mevzuatına uygun bir biçimde kademeli olarak hayata geçirilmiştir. Bununla birlikte, ambalajlama ile ilgili AB'nin 94/62/EC sayılı Direktifini yürürlükten kaldıran 2025/40 sayılı Tüzük 22 Ocak 2025 tarihli AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanmış olup, 11 Şubat 2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Tüzük, belirli istisnalar dışında 94/62/EC sayılı Direktifi 12 Ağustos 2026 tarihinden itibaren yürürlükten kaldırmaktadır. Öte yandan, 3 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla AB mevzuatında yer alan Tek Kullanımlık Plastik Mevzuatı ((EU)2019/904) ve Atık Çerçeve Mevzuatı da (2008/98/EC-2018/851/EC) Almanya tarafından iç mevzuata aktarılmıştır.

Bu çerçevede, Ambalaj Yasası kapsamında 3 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla çevrede sıklıkla atıklarına rastlanan tek kullanımlık plastik ürünlerin kullanımına yasak getirilmiştir. Bu doğrultuda, genişletilmiş polistirenden oluşan tek kullanımlık bıçak, tabak, pipet, kulak pamuğu, balon çubuğu ve içecek kaplarının dolaşıma sürülmesine müsaade edilmemektedir. Kullanımına izin verilen ürünler arasında farklı içecek kapları, ıslak mendiller, hijyenik pedler ve filtreli tütün ürünleri yer almaktadır. Ancak Tek Kullanımlık Plastik Etiketleme Yönetmeliği çerçevesinde, anılan ürünlerin ambalajında uyarıcı bir etiket bulunması şartı getirilmiştir. Söz konusu etiketin, ilgili ürünün plastik oranı ve çevreye uygun olmayan bir biçimde imha edildiğinde doğacak sonuçlara yönelik bilgi içermesi beklenmektedir. Aynı zamanda belirtilen tarih itibarıyla nihai satıcıların, özel ve ticari nihai tüketicileri ambalajı iade etme seçeneklerine, anlamına ve önemine yönelik bilgilendirme yükümlülüğü bulunmaktadır.

Ayrıca, 2019 yılından bu yana geçerli olan LUCİD Ambalaj Siciline (Registration in LUCID (verpackungsregister.org) kayıt olma zorunluluğuna yönelik yeni bir düzenleme getirilmiş olup, yurtdışında faaliyet gösteren ve Almanya'da şubesi bulunmayan üreticilere vekil tayin etme kolaylığı sunulmuştur. Bu minvalde vekil tayin edilen kişi, LUCİD Ambalaj Siciline kayıt olma işlemi haricinde, üreticinin Ambalaj Yasası çerçevesinde diğer sorumluluklarını yerine getirebilecektir. Vekâletin yazılı ve Almanca dilinde hazırlanması öngörülmekte olup, yetkili tayin edilecek kişinin Almanya'da yerleşik bir tüzel kişilik olması gerekmektedir.

Bunun devamında, 1 Ocak 2022 tarihi itibarıyla üretici ve distribütörler tüm ambalajlara yönelik geri alma ve geri dönüşüm gerekliliklerini yerine getirdiklerini kanıtlamak zorundadır. Her yıl 15 Mayıs tarihine kadar bir önceki yıl içerisinde dolaşıma sürülen, iadesi kabul edilen ve geri dönüşümü gerçekleşen ambalajların malzeme türü ve kütlesine göre belgelenmesi gerekmektedir, ancak belgeleme zorunluluğu sadece üreticiye ve distribütöre fiilen iade edilen ambalajlar için geçerlidir. Bununla birlikte, 0,1 ila 3,0 litre arası tek kullanımlık plastik içecek şişelerine depozito uygulama zorunluluğu getirilmiştir. Bu çerçevede, içecek türüne göre değil, şişe türüne göre hareket edilmektedir. Hali hazırda 01 Ocak 2022 tarihine kadar dolaşıma sürülmüş ürünlerden oluşan stoklara yönelik 01 Temmuz 2022 tarihine kadar depozitosuz satış izni verilmiştir. Süt ve süt ürünleri ambalajlarının geçiş süreci daha uzun

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

tutulmakta olup, anılan ürünlerin depozitosuz satışına 01 Ocak 2024 tarihine kadar müsaade edilecektir.

Öte yandan, 1 Temmuz 2022 tarihinde başlamak suretiyle, elektronik pazaryerleri ve sipariş karşılama hizmeti sağlayıcıları (fulfillment service provider) üreticilerin kayıt ve sisteme dahil olma yükümlülüklerini yerine getirip getirmediği hususunda kontrol sağlamak durumundadır. Uygulamaya riayet edilmemesi durumunda, satış yasağı getirilebilir. Aynı zamanda anılan tarih itibarıyla, Ambalaj Siciline kayıt olma zorunluluğu genişletilmiş olup, bazı üretici ve distribütörleri de kapsamaktadır.

1 Ocak 2023 tarihi itibarıyla ise, tek kullanımlık gıda ambalajlarına alternatif olarak, yeniden kullanılabilir ambalajların kullanılması şartı getirilmiştir. Anılan ambalajların üzerinde tüketiciyi uyarıcı etiketlerin bulunması gerekmekte olup, tek kullanımlık ürünlerin fiyat segmentinde sunulması öngörülmektedir. Buna karşın, 80 m² altında ve azami 5 çalışan istihdam eden işletmeler için yeniden kullanılabilir ambalaj sunma zorunluluğu bulunmamaktadır. Anılan türdeki işletmeler farklı alternatifler ile satışlarını sürdürebilmektedir.

Sonuç itibarıyla, Ambalaj Yasasının ana aktörleri üreticiler ve üretici olarak tanımlanan satıcı veya distribütörler olmaktadır. Bu çerçevede, üreticilerin ilgili yasa kapsamında birçok sorumluluğu yerine getirmesi beklenmektedir. Sorumluluklar arasında, Ambalaj Sicil kaydının ve sisteme katılımın sağlanması, ambalaj atıklarının geri alınması, geri dönüştürülmesi ve düzenli olarak ambalaj miktarlarının bildirilmesi yer almaktadır. Ambalaj Yasasının ihlal edilmesi durumunda, 200.000 Avro'ya kadar para cezası öngörülmektedir. Ayrıca, üretici yükümlülüklerine ilişkin olarak, sistem katılımını gerektiren ambalajlar (B2C) ile sistem katılımını gerektirmeyen ambalajlar (B2B, nakliye ambalajları ve diğer ambalajlar) arasında ayrım yapılmaktadır. Sistem katılımını gerektiren ambalajlara yönelik yerine getirilmesi gereken sorumluluklar diğer ambalaj türlerine göre daha yüksektir (General information (verpackungsregister.org)).

Ürün etiketleme yükümlülüğü Almanya ve Avrupa'da yasalarla güvence altına alınmıştır. Ürünlerin veya ambalajlarının üzerinde ürün özelliklerinin belirtilmesi, öncelikle insanların ve çevrenin korunmasına hizmet etmektedir. Aynı zamanda ürün etiketleme üreticinin kalite kontrolünü sağlamak, ürün sorumluluğunu garanti altına almak ve ticaretin önündeki engelleri azaltmak için kullanılır.

Avrupa Birliği'nde ve Almanya'da ürünlerin işaretlenmesi, etiketlenmesi ve ambalajlanmasına ilişkin çeşitli AB mevzuatı[5] bulunmaktadır. Yasal gereklilikler, sektöre bağlı olarak değişen çok sayıda yönetmelikten oluşmaktadır.

Ürün etiketlemesine ilişkin en bilinen ulusal ve uluslararası yasa ve yönetmelikler; Gıda Bilgi Yönetmeliği, Elektromanyetik uyumluluğa ilişkin CE direktifi, Kozmetik Yönetmeliği, Tıbbi cihazlara ilişkin CE Tüzüğü, Ürün Güvenliği Yasası (ProdSG), Tekstil Etiketleme Yönetmeliği'dir.

Bununla birlikte, ürünler açısından ilave düzenlemeler de söz konusu olabilir. Özellikle gıda ürünleri, tekstil, elektrikli ve elektronik ekipmanlar, kimyasal ürünler, kozmetik, oyuncak gibi ürünler bunlardan birkaçıdır.

Söz konusu bilgiler aşağıdaki internet adreslerinden temin edilebilir:

[5] https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/labelling-and-packaging

- EU Labels
  (*https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/eu-labels_en*)

- Product Labelling and Packaging
  (*https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/labelling-and-packaging*)

- Alman Paketleme Yasası VerpackG
  (*https://verpackungsgesetz-info.de/en/*)

Gıda Ürünlerinde Etiketleme: Almanya'ya gıda ürünleri ihraç etmek isteyen ihracatçılarımızın, etiketleme ve ürünün gerek Alman gerekse AB düzenlemelerine uygunluğunun belirlenmesi açısından, bu ülkedeki bir gıda laboratuvarına başvurmaları yararlı olabilecektir. Gıda laboratuvarları ile temasa geçmek bakımından Alman Federal Gıda Kontrolörleri Birliğinin adresi aşağıda verilmiştir.

Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands (BVLK)
(Alman Federal Gıda Kontrolörleri Birliği)
E-posta: lebensmittelkontrolle@bvlk.de
İnternet: *http://www.lebensmittelkontrolle.de*

Yeşil Nokta Sistemi: Ambalajların geri kazanılmasını sağlayan bir sistemdir. Yeşil Nokta işareti taşımayan nakliye ve tüketici ambalajlarının Almanya'ya ithali mümkün değildir. Almanya'da Yeşil Nokta sembolünün kullanılabilmesi için, üretici veya ithalatçının, ürünün paketleme türü ve miktarına bağlı olarak bir ücret ödemesi gerekmektedir. Konuya ilişkin olarak ihracatçılarımızın Almanya'daki ithalatçıları veya Duales System Deutschland GmbH (DSD) ile temasa geçmelerinde yarar bulunmaktadır.

Duales System Deutschland GmbH (DSD)
Internet: *www.gruener-punkt.de*

AB ve Ambalaj, Paketleme, Etiketleme

Tüketicinin korunması göz önünde tutularak, AB içerisinde sadece AB etiketleme mevzuatına uyan ürünlerin pazarlanmasına izin verilmektedir. AB etiketleme mevzuatı, gıda, ev gereçleri, ayakkabı, tekstil vb. sektörler için zorunlu etiketleme standartları koymaktadır.

Paketleme ve ambalajlama, tüketici sağlığı ve çevrenin korunması amacıyla, AB tarafından belirlenen kurallara uygun yapılmak zorundadır. Paketleme ve ambalajlamaya ilişkin temel AB mevzuatı şunlardır:

•Direktif 94/62/EC (OJ L-365 31/12/1994); paketleme ve paket artıklarına dair genel kurallar.

•Yönetmelik (EC) 1935/2004 (OJ L-338 13/11/2004); gıda maddeleriyle temas eden malzemelere dair özel kurallar.

•Direktif 2000/29/EC (OJ L-169 10/07/2000); ağaç ve diğer bitkilerden yapılan paketlere uygulanacak bitki sağlığı kuralları.

AB içerisinde pazarlanan ambalajlar, çevrenin korunmasına yönelik konulan genel kuralların yanı sıra tüketici sağlığı için herhangi bir riski önlemek amaçlı özel hükümleri yerine getirmelidir (EU Labels: *https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/eu-labels_en*).

AB, üye ülkelerde henüz zorunlu tutmamakla birlikte, Çevre Etiketi (Eco-label) düzenlemesi geliştirmiştir. Çevre Etiketi ile ilgili bilgi (*http://ec.europa.eu/environment/ecolabel/*) linkinden edinilebilir.

Teknik Engeller

Ticaret Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü tarafından ihracatçılarımızın hedef pazarlarla ilgili güncel bilgiye ulaşabilmesini teminen yenilenen Ticarette Teknik Engeller internet sitesi üzerinden ülkeler itibariyle ticarette teknik engel uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmektedir. Almanya ile ilgili bilgilere söz konusu sitenin (*https://teknikengel.ticaret.gov.tr/almanya*) bağlantısından ulaşılması mümkündür.

2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

Patentgesetz (PatG) – Patent Yasası
Patentverordnung (PatV) – Patent Yönetmeliği

Almanya Federal Cumhuriyeti'nde fikri mülkiyet sıkı bir biçimde koruma altına alınmıştır. Bu koruma fikri mülkiyet haklarının tescili ile gerçekleşir.

Fikri mülkiyet haklarının korunmasında Almanya'da en önemli kuruluş, marka ve patentlerin tescil edildiği Alman Patent ve Marka Dairesi'dir (Deutsches Patent-und Markenamt-DPMA). DPMA idari birim olarak Federal Adalet Bakanlığı'na bağlıdır. Merkezi Münih'te bulunan kuruluşun ayrıca Berlin ve Jena'da da ofisleri bulunmaktadır.

Almanya'da teknik ve ticari yenilikler ile ilgili fikri mülkiyet haklarının korunması, Alman Patent ve Marka Dairesi (Das Deutsche Patent- und Markenamt -DPMA)'ne yapılacak bir başvuru ile patent, faydalı model, marka ve dizayn şeklinde tescil ettirilebilir.

Fikri mülkiyet haklarının tescilinde Almanlar ve yabancılar için aynı şartlar geçerlidir. Ancak Almanya'da ikametgahı ve oturumu olamayanların başvurularının imzalanması için vekaleten bir patent avukatının bulunması gerekmektedir.

Türk firmalarının Avrupa'daki ticari faaliyetleri, özellikle de Türkiye – Almanya arasında gittikçe artan ithalat ve ihracat ilişkileri, Türk markaların uluslararası düzeyde korunmasını gerektirmektedir. Markanın Almanya ve Avrupa Birliği ülkelerinde korunması farklı tescil prosedürleri ile mümkündür.

Marka Alman Patent ve Marka Dairesi'ne yapılacak başvuru ile ulusal düzeyde korunabileceği gibi, Almanya dışında başka ülkelerde de korunmak isteniyorsa Alman Patent ve Marka Dairesi aracılığıyla Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı'na yapılacak başvuru ile uluslararası olarak tescil ettirilebilir.

Tescilli marka korumasından sadece Almanya ve birkaç ülke ile sınırlı kalmadan tüm Avrupa Birliği ülkelerinde yararlanılmak isteniyorsa Avrupa Birliği İç Pazar Uyum Ofisi'ne Topluluk Markası başvurusu yapılabilir. Türk vatandaşlarının da topluluk markası için başvuru hakkı bulunmaktadır.

DPMA: (*https://www.dpma.de/english/index.html*)
Patent Application: (*https://www.dpma.de/english/patents/application/index.html*)
Bundespatentgericht (Federal Patent Mahkemesi): *https://www.bundespatentgericht.de*
Patentanwaltskammer (Patent Avukatları Odası): *http://www.patentanwalt.de*

AB ve Fikri Sınai Mülkiyet Hakları

Avrupa Birliği Fikri Sınai Mülkiyet Hakları Ofisi-EUIPO, AB patentinden ve kayıtlı Avrupa Birliği tasarımlarından sorumlu AB kuruluşudur. Bu kuruluş, ulusal ve bölgesel faaliyet gösteren Fikri Sınai Mülkiyet Ofisleri, kullanıcı grupları, Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu ve diğer uluslararası kuruluşlarla ortak çalışmaktadır (*https://euipo.europa.eu/*).

Dağıtım Kanalları

Dağıtım kanalı seçimi için çeşitli olasılıklar vardır. Bütçe ve maliyetler, ürünlerin niteliği, pazarın durumu ve şirketin büyüklüğü dağıtım kanallarının seçiminde belirleyici faktörlerdir.

Almanya'da yürürlükte bulunan kanunlar, ülkedeki ithal mallarını dağıtmak için kullanılan araçlara herhangi bir kısıtlama getirmemektedir. Yabancı işletmeler, ürünleri için en uygun dağıtım kanallarını kendileri belirleyebilmektedirler.

En yaygın dağıtım kanalları toptancılık, perakendecilik, ticari acenteler ve distribütörlerdir. Ayrıca, son zamanlarda artan bir ivmeyle şirketler, ürünlerinin diğer şirketlere ve son tüketiciye satışını e-ticaret yöntemiyle gerçekleştirmektedirler. Tüketiciden tüketiciye satış gibi yeni satış türleri de yaygınlaşmaktadır. Bunun yanısıra, Almanya'da şirket kurarak ve/veya temsilcilik ile pazara girerek ürünlerini satan firma sayısı da artmaktadır.

Birçok şirket çeşitli avantajları olan doğrudan satış yöntemini (onlineshop, perakende, posta ile satış, etkinlik/fuar vb.) tercih etmektedir. Bu dağıtım kanalı, ürünlerin veya hizmetlerin ne kadar iyi karşılandığını, müşterilerin neyi sevip neyi sevmediğini ilk elden öğrenebilme imkanı sunmaktadır.

Doğrudan satışın diğer avantajları ise marka üzerindeki egemenlik (aracılar örneğin fiyat promosyonları yoluyla imajı çizebilir) ve satış aracıları için herhangi bir maliyetin olmaması olarak sıralanabilir.

Ancak avantajlar dezavantaja da dönüşebilir: Şirket, satış sürecinin her adımıyla kendisi ilgilenmek ve son müşteriyle teması sürdürmek zorundadır, bu da çok fazla kaynak gerektirebilir. Bu durumda dolaylı satış kanalları tercih edilebilmektedir.

Pazarların küreselleşmesi ve dijitalleşmenin ilerlemesi, dolaylı satış kanallarının (toptancı, distribitör, amazon gibi online pazar yerleri, sosyal medya vb.) izlediği yolu da değiştirmektedir. Üretici firma ile tüketici arasında bir tüccarın bulunduğu aracılık sistemi, dolaylı satış kanalı için bir örnek teşkil etmektedir. Bu onlarca yıldır süregelen bir sistemdir ancak online ticaret nedeniyle artık çok tercih edilmemektedir. Birçok müşteri B2C ve B2B kanalları üzerinden, mal ve hizmetlerini internet üzerinden doğrudan üreticiden veya hizmet sunucusundan satın almaktadır. Dolaylı satış kanalları için bir başka örnek ise franchising sistemidir. İşleyen ve çekici bir iş modeline sahip olan firmalar ürünlerin marka ve pazarlama güçlerini bu iş modeli üzerinde kullanarak ürünlerini veya hizmetlerini pazarlayabilmektedir.

Konuya ilişkin olarak irtibat kurulmasında yarar görülen ilgili Birlik ve Dernekler aşağıda verilmektedir:

- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e. V.-Federal Toptancı, Dış Ticaret ve Hizmetler Birliği
  E-Mail: info@bga.de
  İnternet: *www.bga.de*

- Handelsverband Deutschland - HDE e.V.-Alman Ticaret/Perakendeciler Birliği
  E-Mail: hde@einzelhandel.de
  İnternet: *http://www.einzelhandel.de/*

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

- Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE)-Alman Perakendecileri Dış Ticaret Birliği
  E-Mail: info@ave-intl.de
  İnternet: *http://www.ave-international.de/*

- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb CDH) e.V.- Alman Ticari Aracılar ve Satış Dernekleri Merkez Birliği
  E-Mail: centralvereinigung@cdh.de
  İnternet: *www.cdh.de*

- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)-Federal E-Ticaret Birliği
  E-Mail: info@bevh.org
  İnternet: *https://www.bevh.org/*

Tüketici Tercihleri

Alman halkının tüketim davranışları incelendiğinde, pandemi döneminde artan tasarruf eğilimi, kısıtlamaların kaldırılmasıyla birlikte, tüketim harcamalarında artışa dönüşmüştür. Dolayısıyla, seyahat, konaklama, eğlence başta olmak üzere özel tüketim harcamalarında artış kaydedildiği gözlemlenmektedir.

Kişi gelirlerinin yarısından fazlası; barınma, beslenme ve giyecek gibi temel ihtiyaçlara harcanmaktadır. Ulaşım, serbest zaman ve diğer hizmetler için harcanan para, temel ihtiyaçlar kadar olmasa da harcamaların başında gelmektedir. Günlük hayatta birçok açıdan pratik çözümler getiren otomobil, Almanlar için vazgeçilmez bir alışkanlıktır.

Almanlar enerji tasarrufu sağlayarak ısıtma maliyetlerini mümkün olduğunca düşürme eğilimindedirler. Bu nedenle çoğu Alman yeni bir ısınma yöntemine bir defaya mahsus olmak üzere yüksek bütçeli yatırım yaparak, ısıtma maliyetlerini azaltma eğilimindedirler. Bu çerçevede, özellikle solar enerji yatırımlarına ağırlık verilmesi dikkat çekicidir. Öte yandan, Rusya Ukrayna savaşı ile birlikte, enerji ve ısınma maliyetinin artışından sonra, Almanya'da gerek kamu gerekse özel kesimde, enerji ve gaz maliyetlerini düşürmeye yönelik bir takım tedbirler hayata geçirilmiştir.

Genelde Alman toplumunda haftada veya ayda birkaç kez alışveriş yapma alışkanlığı yaygındır. Ancak pandemi döneminde zorunluluktan kaynaklanan e-ticaretin de alışkanlığa dönüştüğü gözlemlenmektedir. Dolayısıyla e-ticaretin genel ticaret içindeki payı artarak 100 milyar Avronun üzerine çıkmıştır. İnteraktif ticaretin öneminin artması aynı zamanda sektörün makro eğilimidir. E-ticaretteki ciro, bir bütün olarak klasik perakende sektöründen çok daha hızlı artmaktadır. Uluslararası zincirler, dikey markalar ve düşük fiyatlı çevrimiçi rekabet arasında kendilerini kanıtlamak zorunda kalan klasik perakendeciler ve büyük mağazalar bu gelişmeden zarar görmektedir.

Almanya'da giderek daha fazla insan internet üzerinden mal ve hizmet siparişi vermekte olup, giyim, elektrikli ve telekomünikasyon ürünleri ve bilgisayar aksesuarları en popüler ürünlerdir. Bu gelişme, klasik ticaretin bazı segmentlerinde (özellikle ayakkabı, giyim,

kitap ve elektronik perakendeciliğinde) perakendecileri sadece ürün satmaktan ziyade danışmanlık veya e-ticarette kolayca bulunmayacak kişiselleştirilmiş ürünler sunarak rekabet güçlerini artırmakla karşı karşıya bırakmaktadır. Ancak diğer segmentlerde, özellikle de gıda, yapı ve bahçe malzemeleri ile mobilya satın alırken, Alman tüketiciler hala ezici bir çoğunlukla geleneksel perakendeyi online mağazalara tercih etmektedir. Bu sektörlerdeki ürünler için kalite değerlendirmesi ve yüksek satın alma sıklığı (örneğin gıda) gibi faktörler önemli bir rol oynamaktadır.

Ayrıca, mobil cihazların artık sıklıkla kullanılıyor olması nedeniyle, sabit perakende mağazaları ile online ticaret arasındaki ilişki, örneğin çoklu, çok kanallı ve çapraz kanallı hizmetler şeklinde daha önemli hale gelmektedir. Bunun bir örneği, Korona krizinin ardından popülerlik kazanan Click & Collect hizmetleridir. Click & Collect prensibi ile ürünler online olarak sipariş edilmekte ve bir mağazadan teslim alınmaktadır. Ödeme yöntemleri de giderek dijitalleşmektedir. Hem self-checkout kasalarının sayısı hem de nakitsiz ödemenin (örn. girocard, akıllı telefon) önemi giderek artmaktadır. Ayrıca, dijitalleşme eğilimi raflardaki fiyat etiketlerinde de kendini göstermektedir. Gıda perakende sektöründeki mağazaların neredeyse yüzde 80'i halihazırda elektronik fiyat etiketleri kullanmaktadır. Aynı zamanda, sabit perakendecilikte dinamik fiyatlandırmanın kullanımı da giderek daha fazla tartışılmaktadır. Dinamik fiyatlandırmada, gösterilen fiyatlar örneğin bir ürüne olan talebe göre yapılmaktadır. Ancak dinamik fiyatlandırma kullanımı tüketiciler arasında hala yaygın bir şüpheyle karşılanmaktadır.

Hidrojen Stratejisi

İddialı enerji ve iklim hedefleri belirleyen AFC'de, bu hedeflere ulaşmak için enerji verimliliğini arttırmak amacıyla, 10 Haziran 2020 tarihinde Federal Hükümet tarafından iklim dostu hidrojen teknolojilerinin kullanımını sağlamak üzere, "Ulusal Hidrojen Stratejisi" kamuoyuna duyurulmuştur. Söz konusu strateji kapsamında Almanya, hidrojen teknolojilerinde küresel liderliği sağlayabilmeyi ve dünyanın en gelişmiş hidrojen teknolojisi tedarikçisi olmayı hedeflemektedir. Temmuz 2023'te Federal Hükümet, Ulusal Hidrojen Stratejisini güncellemiştir. Buna ek olarak, hidrojen ve türevleri için Ulusal Hidrojen Stratejisini tamamlamak üzere İthalat Stratejisi açıklanmıştır.[6] Zira hidrojen ve türevlerine yönelik ulusal talebin 2030 yılına kadar 95 ila 130 TWh arasında olması ve hidrojen ürünlerinin yaklaşık %50 ila 70'inin (45 ila 90 TWh) ithal edilmesi beklenmektedir. İthalat oranının 2030 yılından sonra de artmaya devam edeceği varsayılmaktadır. Bu alandaki ithalat stratejisinin temel amacı Almanya'nın hidrojen ve türevlerine yönelik talebinin karşılanması ve tedarik zincirinin sürdürülebilirliği ve güvenliğinin sağlanmasıdır.

Konuya ilişkin yapılan değerlendirmelerde hidrojenin özellikle çelik, kimya ve ulaşım sektörlerinin karbondan arındırılma amaçlı kullanıldığı ve iklim korumasına ilişkin hedeflerin tuturulması açısından önemli olduğu belirtilmektedir. Bu minvalde, yetkililerin hidrojen teknolojilerinin Almanya'nın ihracat stratejisinin temel taşlarından biri olacağı yönünde açıklamaları bulunmaktadır.

[6] https://www.bmwk.de/Navigation/EN/hydrogen/home.html

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Dijitalleşme[7]

Almanya, son dönemde pandeminin de etkisiyle ortaya koyduğu normalleşme paketlerinde ve uyguladığı tedbirlerde önümüzdeki yıllarda dijitalleşmeye ağırlık verileceğini duyurmuştur. Bu çerçevede, tarımdan sağlığa, otomotivden lojistiğe pek çok sektörün dijitalleşmeye gideceği ve bu sektörlerin birbirleriyle bağlantısının da online olarak kurulacağı açıklanmıştır.

Ekonominin dijitalleşmesi çok hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir: 3D yazıcılar makine parçaları üretmekte, robotlar bunları monte etmekte ve satışlar giderek dijitalleşmektedir. Özellikle yapay zeka, endüstri ve iş dünyasındaki süreçleri temelden değiştirme potansiyeline sahiptir.

Bu süreçte dijital dönüşüm sadece yeni ürün ve hizmetler sunmakla kalmamakta, aynı zamanda yeni cevaplar ve çözümler de talep etmektedir: Akıllı ağ oluşturma, güçlü bir veri altyapısı ve ekonomide mümkün olan en yüksek BT güvenliği gibi konular ön plana çıkmaktadır. Dijital egemenlik ve sürdürülebilirlik, Alman ve Avrupa dijital politikasının ana motifleri haline gelmektedir.

Bu kapsamda firmalarımızın da uluslararası rekabet koşullarına uyum sağlamasını teminen dijital altyapılarına yatırım yapmalarının önem arz etmektedir.

Tedarik Zincirleri[8]

Federal Almanya'da Tedarik Zinciri Özen Yükümlülüğü Yasası 1 Ocak 2023 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yasa, Alman firmalarına, küresel tedarik zincirlerinde insan haklarına ve çevresel standartlara saygılı olma sorumluluğu getirmektedir. Yasa sadece Alman firmalarını değil, Alman firmaları ile iş yapan ve tedarik zincirinde yer alan tüm firmaları etkilemektedir.

Yasa, küresel tedarik zincirlerinde insan hakları ve çevrenin korunmasını hedeflenmektedir. Çocuk işçiliğinin ve zorla çalıştırmanın yasaklanması gibi temel insan hakları standartlarının uygulanması ve aynı zamanda çevrenin korunması büyük önem arz etmektedir. Bu minvalde, Alman firmalarının kendi tedarik zincirlerine ilişkin sorumluluk üstlenmeleri ve çalışan haklarının korunmasına yönelik özen göstermeleri zorunludur. Buna göre, 2023 yılı Ocak ayından itibaren 3.000'den fazla çalışanı olan firmalar açısından yürürlüğe giren yasanın uygulama alanı, 2024 yılından itibaren 1.000'den fazla çalışanı olan firmayı kapsayacak şekilde genişletilmiştir.

Yasaya uyulup uyulmadığı Federal Ekonomi ve İhracat Denetim Kurumu (BAFA) ve yerleşik bir otorite tarafından kontrol edilmektedir.[9] İlgili kontroller şirket raporları ve intikal eden şikâyetler çerçevesinde gerçekleştirilmekte ve anılan yasaya uyulmaması durumunda, firmalara para cezası uygulanmakta veya ilgili firmaların kamu alımlarına katılması kısıtlanabilmektedir.

[7] https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/digitalisierung.html
[8] https://www.bmas.de/EN/Europe-and-the-World/International/Supply-Chain-Act/supply-chain-act.html
[9] https://www.bafa.de/EN/Supply_Chain_Act/Overview/overview_node.html

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

Gerçek ve sanal dünyanın iç içe geçtiği günümüz koşullarında, pazarlama ve satış yöntemlerinin de bu koşullara göre şekillendirilmesi kaçınılmaz bir durumdur. Ürün pazarlarken tek bir dağıtım kanalı yeterli olmamakta, mağaza, sosyal medya, web sitesi, büyük pazar yerleri, fuarlar, franchise ve karşılaştırma siteleri gibi çeşitli kanalların kullanımı avantaj sağlamaktadır. Ürünlerin mümkün olduğunca rahat bir şekilde, zaman ve mekan kısıtlamaları olmadan farklı satış kanalları üzerinden gerçekleştirilen bir strateji, müşteri memnuniyeti çözüm stratejisi olarak kullanılmaktadır. Birkaç yıl öncesine kadar doğrudan satışlar çoğunlukla yüz yüze yapılırken, online satışlar, klasik satış anlayışını altüst etmektedir.

Veri (Big Data) çağımızın altın madeni olarak değerlendirilmektedir. Verilerin toplanıp analiz edilmesi ve kullanılması müşterilerin isteklerini doğru tahmin etmekte büyük rol oynamaktadır. Veri değerlendirme yazılımlarının entegrasyonu, müşterilerin her zamankinden daha iyi anlaşılmasını sağlamaktadır. Yapısal olarak ilk aşamada, interaktif pazarlama platformlarının (arama motoru, sosyal medya, blog siteleri vb.) kullanılması, tanıtım faaliyetlerine katkı sunarak satış süreçlerinin daha sorunsuz işlemesini sağlayabilmektedir.

Firma ile müşteri arasındaki iletişim artık fiziksel bir ortam ve insan sesi ile sınırlı kalmamaktadır. Müşteri sorunlarında sohbet robotlarının kullanımı, zaman kaybı olmadan klasik sorunların hızlı çözümüne katkıda bulunarak müşteri memnuniyetini arttırmaktadır. Sohbet robotlarının kullanımı müşteri hizmetlerini rahatlatarak müşteriye en uygun danışmanlık hizmetini sunmaktadır. Bu hizmet ise ürün satışında pozitif bir etki yaratmaktadır. Satın alma işleminden sonra, müşteri ile temas halinde (haber bültenleri, web seminerleri veya sadık müşteriler için indirim kampanyaları yoluyla) olunmasının da şirketin diğer müşterilere tavsiye edilmesine katkı sağlamaktadır.

İnsanları satış sürecinden tamamen dışlamak aslında sadece çok az sektörde düşünülebilir. Tavsiyenin yanı sıra güven, bir satış görüşmesinin en önemli bileşenlerinden biridir. Bu nedenle, teknik yeniliklere rağmen, satış kanalları seçilirken „insan" bileşenini asla unutmamak gerekir.

İnsanlar başkalarından satın almayı ya da onların tavsiyelerini dinlemeyi tercih etmektedirler. Eskiden mağazadaki arkadaşlar, akrabalar ve satış personeli neyse artık günümüzde bu iş dijital meslektaşları: influencer'lar tarafından gerçekleştirilmektedir.

Bu kişiler YouTube, Facebook, Instagram, TikTok ve diğer tüm sosyal ağlarda bulunabilmektedir. Operatörler bu potansiyelin farkına varmışlar ve bu nedenle platformlarında alışveriş seçeneklerini giderek daha fazla uygulamaktadırlar. Dolayısıyla sosyal ticaretin, bugün ve önümüzdeki yıllarda bir satış kanalı olarak büyük ölçüde gelişeceği değerlendirilmektedir.

Almanya'da sürdürülebilir bir uluslararası ticaretin gerçekleşmesinde, güvenilirlik, fiyat, kalite, ve zamanında teslimat gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra dikkat edilmesi gereken diğer konular ise; ürünlerin üretiminin ve ticaretinin ekonomik, çevresel ve sosyal kriterlere uygun olarak gerçekleştirilmesidir. Zira, AB yeşil mutabakatı ve tedarik zincirleri yasası göz önünde bulundurulduğunda, en büyük ticaret ortaklarımızın bu kapsamda adımlar attığı görülmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Almanya'da ithalatçı ve tüketicilerin özellikle ithal ürünlerde ürün kalite ve fiyat performansı yanında tedarik süreçlerinde devamlılığa ve satış sonrası servis sağlayabilen firmalara öncelik verdikleri bilinmektedir. Bu sebeple hizmet kalitesinin yanında ürün garanti ve devamlılığının sağlanabilmesini teminen firmalarımızın Almanya'da şirket, şube ya da bayilik sistemi kurmaları ve bu şekilde satış sonrası hizmet vererek hızlı bir şekilde müşteri taleplerine cevap verebilmelerinin hem firmalarımızı hem de Türk Malı imajını sağlamlaştıracağı değerlendirilmektedir.

Kamu İhaleleri

AFC'de kamu alımları ekonomi için çok önemli bir sektör olmakla beraber, her yıl yüz milyarlar değerinde kamu alımı gerçekleşmektedir.

Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı, Kamu İhale Kanunundan sorumludur ve Almanya'daki kamu alımları için ilkeleri ve yasal çerçeveyi şekillendirmekle yetkilidir. Kamu İhale Kanunu'nun öncelikli hedefi, bütçe kaynaklarının ekonomik kullanımı yoluyla kamu ihale ihtiyaçlarını karşılamaktır. Almanya'da kamu alımları, halen Bonn şehrinde Federal İçişleri Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Tedarik Dairesi (Beschaffungsamt des Bundesministeriums des Innern /*http://www.bescha.bund.de*) tarafından yarı merkezi bir yapıda gerçekleştirilmektedir.

AB dışı ülkelerin Almanya'daki ihalelere katılımlarını kısıtlayan herhangi bir düzenleme bulunmamaktadır. AFC'de Alman ve Avrupa ülkelerine imtiyaz sağlayan özel bir düzenleme de bulunmadığından, AB dışı firmalar da Alman ve diğer Avrupa firmaları gibi Almanya'da ilan edilen ihalelere herhangi bir ayrım gözetilmeksizin katılabilirler. Alman Kamu İhale Yasaları açısından bir firmanın merkezinin nerede olduğu ve sermaye katılımlarının kimler tarafından sağlandığının bir önemi yoktur, önemli olan tek şey üstlenilen projenin firmalar tarafından mevzuata uygun bir şekilde uygulanmasıdır.

Yeni AB mevzuatı (2014/24/EU, 2014/25/EU ve 2014/23/EU) AFC'de kamu ihalelerinin yasal çerçevesini çizen büyük bir reform ile 18 Nisan 2016'da ulusal mevzuata aktarılmıştır. Söz konusu Reform, Alman Rekabet Kanunu'nun (Gesetz Gegen Wettbewerbsbeschränkung - GWB) 4. Bölümünün değiştirilmesi, yeni yönetmeliklerin yürürlüğe girmesi ve var olan yönetmeliklerde güncellemelerin yapılmasını gerektirmiştir. Mezkur yönetmelikler; Vergabeverordnung-VgV (Genel İhale Yönetmeliği), Sektorenverordnung-SektVO (Sektör Yönetmeliği), Konzessionsvergabeverordnung-KonzVgV (İmtiyaz Yönetmeliği) ve Vergabestatistikverordnung-VergStatVO (İhale İstatistik Yönetmeliği)'dir.

Yeni düzenlemelere aşağıdaki web sayfasından erişim imkanı mevcuttur:
(*https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/public-procurement.html*).

AB eşik değerleri altında kalan ihalelerde, AFC'de Sevkiyat, İnşaat ve Hizmet İhaleleri ve Sözleşmeleri Yönetmeliği (Vergabe- und Vertragsordnung) uygulama alanı bulmaktadır. Bu çerçevede, mal ve hizmet kamu ihalelerinde VOL/A 1. bölüm, inşaat ile ilgili kamu ihalelerinde ise VOB/A 1. bölüm kullanılmaktadır. Eşik değerin altındaki ihaleler için de eşitlik ilkesi gözetilmek zorundadır.

3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

Stratejik olarak dünyanın en önemli üretim ve ticaret bölgelerinden birinde yer alan Almanya'nın omurgasını imalat sanayi ve ilgili hizmet sektörleri oluşturmaktadır. En önemli imalat sektörleri sanayi makineleri, otomotiv ve kimya sanayi iken son yıllarda diğer gelişmiş ülkelerde olduğu gibi burada da hizmet sektörlerinin öne çıktığını görüyoruz. Özellikle telekomünikasyon, yazılım ve bilişim, gıda ve inşaat gibi sektörler bu anlamda sayılabilir.

Tarım ve Hayvancılık

2023 yılı verilerine göre, Almanya topraklarının %50'si tarım, %30'u ise ormancılık amacıyla kullanılmakta olup, tarım sektörü ülke GSYİH'sının sadece %0,9'luk kısmını ve toplam istihdamın %1,2'sini oluşturmasına rağmen, özellikle pandemiden sonra, tüm dünyada olduğu gibi, gıda güvenliği kapsamında tarım sektörü daha da önemli hale gelmiştir. Federal Gıda ve Tarım Bakanlığı'nın verilerine göre, 2024 yılında ülkede yaklaşık 255.000 adet tarım işletmesi bulunmakta ve söz konusu işletmeler ülke topraklarının yaklaşık yarısına tekabül eden 16,56 milyon hektarlık bir tarım arazisini kullanmaktadırlar. İşletme başına düşen tarım arazisi 70,5 hektardır. Tarım sektöründe 2023 yılında 875.900 kişi istihdam edilmektedir. Bu da tüm çalışanların %1,2'sine tekabül etmektedir. 2023 yılı itibariyle tarım ürünleri üretimi 37,3 milyar Avro bitkisel ve 35, 3 milyar Avrosu hayvansal ürünler olmak üzere toplam 76,3 milyar Avro'ya ulaşmıştır.

Ülkenin tarım politikası esas itibarıyla AB'nin Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde şekillenmektedir. OTP'nin temel ilkeleri tarımsal ürünlerin sağlık sebepleri hariç olmak üzere AB içinde serbest dolaşımının sağlanması ve iç piyasanın dünya fiyatlarındaki dalgalanmalardan korunarak istikrarın sağlanmasıdır. Bu çerçevede, yüksek teknoloji, etkin destek mekanizması ve ölçek ekonomisinin tesirleri ile bir mühendislik ve endüstri ülkesi olan Federal Almanya, aynı zamanda güçlü bir tarım ülkesi olarak da bilinmektedir.

Bu özelliği ile Almanya, dünyadaki en büyük dokuzuncu ve Avrupa Birliği'ndeki ikinci büyük tarım üreticisi ülke olmanın yanı sıra, ABD ve Hollanda'nın ardından dünyada en büyük üçüncü ihracatçı konumundadır. Ülkede üretilen tarımsal ürünlerin yaklaşık üçte biri ihraç edilmektedir. Ülkede esas olarak hayvansal ürünler, tahıllar, patates, şeker pancarı, yağlı tohumlar, meyve ve sebze yetiştirilmektedir. Ayrıca, tarım arazilerinin dörtte biri buğday yetiştiriciliği için kullanılmaktadır.

Her ne kadar, Almanya tarım alanlarının büyüklüğü anlamında 16,56 milyon hektar ile Avrupa Birliği'nin en büyük tarımsal arazilerine sahip olsa da, ülkede tarım sektöründe çalışan kişi sayısı her geçen sene azalmaktadır. Federal Almanya İstatistik Kurumu tarafından hazırlanan raporda aile mensupları dışında tarım sektöründe çalışanların sayısı 2023 yılında yaklaşık 477.000 kişi olarak açıklanmıştır. Söz konusu rakam süregelen bir şekilde düşüş göstermektedir.

Federal Almanya İstatistik Kurumu'nun verilerine göre 2023 yılında Almanya'nın temel tarım ürünleri ihracatı 12,6 milyar Avro, ithalatı ise 39,8 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Almanya tarım ürünleri dış ticaretini genellikle Avrupa Birliği üyesi ülkelerden gerçekleştirmektedir.

Almanya'da, uluslararası ticaret fuarları yeni ticari işbirliklerinin kurulmasının yanı sıra ihracat ile ithalata yönelik firmalar ile iletişime geçilmesi konusunda oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu bağlamda, Almanya'da tarım ve hayvancılık sektörlerindeki önemli fuarların listesi aşağıda sunulmaktadır:

- **ANUGA:** Genel gıda sanayi ve gıda ekonomisi alanında dünyadaki en önemli fuarlardan birisi olup, iki senede bir Köln'de düzenlenmektedir.

- **AGRITECHNICA:** Tarım ürünleri ve tarım makineleri sektörlerindeki Dünya'nın en büyük fuarlarından bir tanesidir. Hannover şehrinde her sene gerçekleştirilmektedir.

- **FRUIT LOGISTICA:** Meyve ve sebze sektörü ile kurutulmuş meyve, işlenmiş tarım ürünleri gibi alt kategorileri olan senede bir Berlin'de gerçekleştirilen bir fuardır.

- **ISM PROSWEETS COLOGNE**: Şeker ve şekerli ürünler ile tatlılar ve atıştırmalıklar konusunda her yıl gerçekleştirilen bir fuardır.

- **BİOFACH:** Gıda, organik gıda ve tarımsal ürünler konusunda her sene Nürnberg'de gerçekleştirilen bir fuardır.

Bunun yanı sıra, kaynakların ve çevrenin korunması hususunda önemli bir ekosistem haline gelen organik tarımın Federal Almanya tarım faaliyetleri arasındaki payı giderek artmaktadır. Halihazırda iktidarda bulunan koalisyon hükümeti tarafından 20. yasama döneminde organik tarım alanlarının oranının arttırılması konusunda mutabakata varılmış ve 2030 yılında organik tarım alanlarının toplam tarım alanı içerisindeki payının %30'a yükseltilmesi kararlaştırılmıştır. 2024 yılında yaklaşık 17 milyar Avro tutarında ciro gerçekleştirilen organik tarım sektörü, Avrupa Birliği'nin en büyük pazarı konumundadır.

Gıda:

Tarım ve hayvancılık sektörünün bir alt kırılımı ve türevi olarak da değerlendirilebilecek gıda sektörü de Almanya ekonomisinin en önemli yapı taşlarından biridir. Yaklaşık 85 milyon tüketiciye hitap eden gıda ve içecek sektörü 5,45 milyon çalışan ve 625.000 işletme ile Almanya ekonomisinin %6,2'si oranında değer yaratmaktadır. Nitekim, 2023 yılında gıda ve içecek sektörü satışları 297 milyar Avro'ya yükselmiştir.

Almanya 2024 yılında üretilen ürünlerin yaklaşık 1/3'ünü ihraç etmiştir. Resmi istatistiklere göre; 2024 yılında Almanya 99 milyar Avro değerinde gıda ihracatı gerçekleştirmişken aynı ürünlerin ithalatı 122 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir. Almanya gıda ürünlerinde dış ticaret açığı veren bir ülke konumundadır. Almanya dünya gıda ihracatında ABD, Brezilya ve Hollanda'nın ardından dördüncü, ithalatında ise ABD ve ÇHC'nin ardından üçüncü sıradadır. İhracat ve ithalat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında Almanya'nın sektördeki ticari ortaklarının yoğunlukla AB üyesi komşu/yakın ülkeler (Hollanda, Fransa, Polonya, İtalya, İspanya vb) olduğu görülmektedir.

Hayvancılık:

Federal Gıda ve Tarım Bakanlığı'nın verilerine göre 2023 yılında ülkedeki toplam tarım işletmelerinin %64'üne tekabül eden 161.700 işletmede hayvan yetiştirilmektedir. Hayvan türüne göre eyaletler arasında yoğunlaşma dikkati çekmektedir. Örneğin, inek yetiştiriciliğinde Bayern ve Aşağı Saksonya, kanatlılarda Aşağı Saksonya ve Kuzey Ren Vestfalya, domuz yetiştiriciliğinde Aşağı Saksonya ve Kuzey Ren Vestfalya, küçükbaş hayvanlarda ise Bayern ve Baden Württemberg Eyaletleri öne çıkmaktadır. Hayvancılık ve hayvan ürünlerinin ticareti de tarım ürünlerinde olduğu gibi Almanya için oldukça önemlidir. Ülkenin hayvancılık sektöründe, 2024 yılı itibariyle 10,6 milyon büyükbaş hayvanın 3,7 milyonu süt üretimi için tahsis edilmektedir. 2024 yılında 167 milyon kanatlı varlığından yıllık bazda yaklaşık 1,5 milyon ton üzerinde kanatlı eti tüketime sunulmuştur.

2024 yılında Almanya 29 milyar Avro hayvan ürünü ihracatı yapmış olup, ihracat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında genellikle Hollanda, İtalya, Avusturya ve Fransa gibi Avrupa Birliği ülkeleri ile ticaret gerçekleştirildiği görülmektedir. İthalatta ise ihracat rakamlarına benzer şekilde 2024 yılında 28 milyar Avro tutarında hayvansal ürün ithal edilmiş olup, en çok ithalat gerçekleştirilen ülkeler Hollanda, Danimarka, Polonya ve Fransa olmuştur.

Sanayi

Almanya, Avrupa ve dünya genelinde daima önde gelen bir sanayi merkezi olmuştur. Otomotiv üretimi, makine, kimya ve elektroteknik alanlarındaki köklü geçmişiyle Alman sanayisi, küresel ekonomiye önemli katkılar sağlamış ve bu katkılarını sürdürmeye devam etmektedir. Ülkenin gelişmiş altyapısı, yüksek nitelikli iş gücü ve Alman işletmelerinin yenilikçilik kapasitesi, sanayinin Almanya'daki güçlü konumunu pekiştirmektedir. Ayrıca, kalite odaklı üretim anlayışı ve üretim süreçlerinin çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda dönüştürülmesi, Alman sanayisini uluslararası alanda örnek teşkil eden bir model hâline getirmektedir.

Köklü bir sanayi geleneğine sahip olan Almanya, günümüzde dünyanın en önemli sanayi ülkelerinden biri konumuna ulaşmıştır. Gelişmiş üretim altyapısı, ileri düzeyde teknolojileri ve ekonomi ile bilim arasındaki güçlü entegrasyonu sayesinde Almanya, sanayi alanında önde gelen bir model olarak kabul edilmektedir. Son yıllarda sanayi politikalarının odağı giderek Endüstri 4.0 ve sürdürülebilirlik konularına yönelmiş, böylece Alman sanayisinin küresel rekabet gücünün artırılması ve çevresel uyumluluğunun sağlanması hedeflenmiştir.

Üretim sektörü, Alman ekonomisinin temel yapı taşlarından biri olup ülkenin sanayi gücünün en önemli unsurlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Alman şirketleri, kalite, hassasiyet ve yüksek verimlilikleriyle tanınmaktadır. En son teknolojilerin ve yenilikçi üretim süreçlerinin kullanımı sayesinde Almanya, son derece yüksek bir üretkenlik seviyesine ulaşmıştır. Dijitalleşme ve otomasyon süreçlerinin temelini oluşturan Endüstri 4.0 kavramı, giderek daha büyük bir önem kazanmaktadır. Bilgi teknolojileri, yapay zeka ve Nesnelerin İnterneti'nin üretim süreçlerine entegre edilmesi sayesinde operasyonel verimlilik artırılmakta, üretim süreçlerinde esneklik sağlanmakta ve yüksek hacimli, kişiselleştirilmiş üretim mümkün hâle getirilmektedir.

Sanayi, Alman ekonomisinin kalbini ve çekirdek sektörünü oluşturmakla birlikte, çeşitli sektörlerle kurulan güçlü ağ sayesinde birçok inovasyon ve yenilikleri üreten en önemli

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

sektördür. Almanya'daki toplam brüt katma değerin yaklaşık %25'i doğrudan imalat sanayi tarafından üretilmektedir. Sanayinin gücü özellikle özel sektör, üniversite ve devlet arasında güçlü bir iş birliğinin olmasından kaynaklanmaktadır. Genellikle aileler tarafından işletilen küçük ve orta ölçekli endüstriyel şirketler "Alman iş modeli"nin önemli özelliklerinden birisidir.

Alman sanayisinin kamuoyundaki imajı, otomobiller ve kimyasallar, ilaçlar ve makineler ile karakterize edilmektedir. Bu dört sektörün yıllık cirosu 1,26 trilyon Avro olup, bu sektörlerde toplamda yaklaşık 3 milyon kişi çalışmaktadır. Özellikle "Made in Germany/Alman Malı" markasının küresel düzeyde en önemli taşıyıcılarından birisi olan otomotiv sektörü Alman sanayisinin en önemli bileşenlerindendir.

2024 yılında Almanya'da inşaat sektörü de dâhil olmak üzere imalat sanayinin brüt katma değeri yaklaşık 1,11 trilyon Avro olmuştur. Sektörde yaklaşık 8,1 milyon kişi istihdam edilmektedir. Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis-Statistisches Bundesamt) verilerine göre 2022 yılı için imalat sanayisinin toplam cirosu 2,9 trilyon Avro olarak gerçekleşmiştir. Cirolarına göre sanayi alanının başlıca en büyük şirketleri sırasıyla Volkswagen AG, Mercedes, BMW, Uniper SE, Robert Bosch GmbH, E.ON SE, Siemens AG, BASF SE, Thyssenkrupp AG gelmektedir.

Alman sanayisini güçlü kılan kilit faktörlerden birisi sanayinin Avrupa tek pazarına yakın entegrasyonudur. Alman sanayi şirketlerinin kazandığı her bir avronun yaklaşık yedide biri AB'den gelen ara ürünlerden oluşmaktadır. Aynı zamanda AB, tüm ihracatın yarısından fazlasını oluşturarak Alman ihracatı için en önemli destinasyondur. Bu açıdan Almanya'nın bir sanayi merkezi olarak başarısı, AB'deki ekonomik ve siyasi entegrasyonla yakından bağlantılıdır.

Bir diğer önemli husus ise sanayinin entegre değer zincirlerine sahip olmasıdır. Almanya'da sadece nihai ürünler değil, aynı zamanda bileşenler ve hammaddeler de üretilmekte olup, özellikle coğrafi yakınlık değer zinciri boyunca yakın iş birliğini desteklemektedir. Örneğin, plastik veya metal üreticileri, gerektiğinde katkı maddeleri ve alaşımlar ekleyerek malzemelerinin özelliklerini değiştirebilmektedir. Hammadde tedarikçileriyle kurulan bu yakın iş birliği, şirketlere tasarım ve ürün geliştirme ve yeni inovasyon konusunda daha fazla özgürlük ve avantaj sağlamaktadır. Bu anlamda büyük şirketler ile KOBİ'ler, katma değer zincirindeki bağımlılıkları ve ekonominin farklı sektörlerinde yaygın olarak dağıtılmış üretim aşamaları nedeniyle birbirleriyle yakından bağlantılı olup, aynı nihai ürün üzerinde birlikte çalışabilme imkanına sahip bulunmaktadır.

Alman sanayi sektörü (inşaat hariç üretim sanayisi), 2023 yılına bir önceki çeyreğe kıyasla yüzde 0,8'lik küçük bir üretim artışıyla başlamıştır. Ancak, takip eden üç çeyrekte sanayi üretimi hem önceki çeyreğe hem de önceki yılın aynı dönemine kıyasla azalmıştır. Sonuç olarak, sanayi üretimi bir önceki yıla göre yüzde 1,7 oranında düşüş göstermiştir. Aynı dönemde imalat sanayisindeki daralma yüzde 0,5 ile nispeten daha sınırlı kalmıştır.

İmalat sanayisinin alt sektörleri incelendiğinde, 2022 yılına kıyasla en yüksek üretim artışı yüzde 11,8 ile otomotiv sektöründe gerçekleşmiştir. Bunun yanı sıra, yalnızca veri işleme cihazları üreticileri (yüzde 1,6 artış) ve diğer taşıt üreticileri (yüzde 6,2 artış) üretimlerini artırmayı başarabilmiştir. Buna karşılık, çift haneli üretim kayıpları özellikle enerji yoğun sektörlerde yaşanmıştır. Cam ve seramik üretimi yüzde 14'ün üzerinde azalırken, basım ve kâğıt sanayisinde üretim yüzde 12,9 oranında düşmüştür. Kimya sanayisi ise yüzde 10,6'lık bir üretim kaybı yaşamıştır. Üç yıl üst üste büyümenin ardından, ilaç sanayisinde üretim yüzde 3,9

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

oranında azalmıştır. Metal işleme sanayisinde üretim yüzde 3,6 oranında gerilerken, çelik ve metal üreticileri üretimlerini yüzde 4,1 oranında düşürmüştür. Alman makine üreticileri ise faaliyetlerini yüzde 1,3 oranında azaltmak zorunda kalmıştır. Gıda sanayisinde üretim yaklaşık yüzde 3 oranında gerilemiştir. 2023 yılının dördüncü çeyreğinde, imalat sanayisi üretimi, COVID-19 pandemisinin başlamasından önceki dönem olan 2019 yılı sonuna kıyasla yüzde 7'den fazla düşük seyretmiştir. Şu ana kadar yalnızca elektronik sanayi, ilaç sanayi ve diğer taşıt üreticileri kriz öncesi seviyelerine ulaşmış ya da bu seviyeyi aşmayı başarmıştır.

2024 yılının ilk iki ayı itibarıyla üretim, 2023 yılının dördüncü çeyreğine kıyasla ortalama yüzde 0,5 oranında artış göstermiştir. Bu durum, Alman sanayisinin en düşük seviyeyi geride bıraktığına dair bir işaret olarak değerlendirilebilir. Özellikle enerji yoğun sektörlerde üretimde kısmi bir toparlanma gözlenmekle birlikte, bu iyileşme oldukça düşük bir seviyede gerçekleşmektedir. İmalat sanayisine ilişkin satın alma yöneticileri endeksi (PMI), Temmuz 2023'te ulaştığı en düşük seviye olan 38,8 puandan yıl sonuna kadar 45,5 puana yükselmiştir. Ancak Şubat ve Mart aylarında endeks yeniden 41,9 puana gerileyerek, 50 puanlık eşik değerin (büyüme göstergesi) oldukça altında kalmıştır. Bununla birlikte, sanayi sektörü yeni yıla yüzde 3,1'lik istatistiksel bir dezavantajla başlamaktadır. 2024 yılı genelinde sanayi üretiminin önemli ölçüde toparlanması beklenmekle birlikte, yüksek istatistiksel baz etkisi ve sanayi sektöründeki birçok kuruluşun değerlendirmeleri doğrultusunda, yıl genelinde üretimde en az yüzde 1,5 oranında bir düşüş öngörülmektedir. Söz konusu toparlanmanın yılın ikinci yarısında gerçekleşmesi durumunda bu beklenti geçerli olacaktır. Ancak Avrupa'daki ekonomik toparlanmada yaşanabilecek herhangi bir gecikme, üretimde daha derin düşüşlere yol açabilecektir.

Öte yandan, her ne kadar büyük küresel markalarıyla biliniyor olsa da, Alman sanayisinin omurgasını küçük ve orta ölçekli firmalar oluşturmaktadır. Firmaların %99,3'ü KOBİ'lerden oluşmakta, sanayi sektör cirosunun %28,7'si KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu anlamda Almanya KOBİ ve gizli şampiyonların "Hidden Champion" ülkesi olarak da bilinmektedir.

Dahası Almanya'da sanayi bölgeler arasında geniş bir dağılım göstermektedir. KOBİ'ler ülkenin her yerinde bulunmakta ve şehirleri ve bölgeleri karakterize etmektedir. Ülkenin kuzeyinde, doğusunda, güneyinde ve batısında taşıt araçları, makine, uçak, kimyasal ürünler, elektrikli ekipman ve optik odaklı sanayi kümelenmeleri bulunmaktadır. Örneğin Doğu'da son zamanlarda yüksek teknoloji sektöründe bir dizi yeni yerleşim yeri kurulmuştur. Özellikle mikro çip alanında Avrupa'nın en büyük üretim tesisi burada kurulmuştur. Bu bölgede başka öncü yarı iletken yerleşim yerleri de planlanmaktadır. Yine aynı şekilde Münih ve Stuttgart metropol bölgeleri ağırlıklı olarak yüksek teknoloji ve otomotiv sektörlerinin merkezleri iken, Rhein-Neckar bölgesi kimya ve IT sektörleri, Köln medya sektörü, Hamburg liman ve taşımacılık sektörü merkezleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bununla beraber inovasyon ve Ar&Ge Alman sanayisinin en önemli ve güçlü unsurlarından birisi olarak görülmektedir. Bu kapsamda Federal Almanya Eğitim ve Araştırma Bakanlığı söz konusu inovatif girişimleri desteklemek adına "Agentur für Sprunginnovation (SPRIND GmbH)", "Deutsche Agentur für Transfer und Innovation (DATI)" gibi ajanslar kurmuştur. 2023 yılında araştırma ve geliştirme için Almanya, GSMH'sının %3,1'den fazlası olan 130 milyar Avro bütçe ayırmıştır. İnovasyona verilen önem Almanya'nın patent başvuru sayısına bakıldığında daha iyi anlaşılmaktadır. 2024 yılında 59.260 patent başvurusu ile Almanya Avrupa'nın en çok patent başvurusu yapılan ülkesi olmuştur.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Aynı şekilde Alman sanayisi cent/kWh birim ölçeğinde Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında en pahalı elektriği kullanmaktadır. Özellikle enerjinin yoğun kullanıldığı sanayi sektörü bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. 2023 yılında sanayi için ortalama elektrik fiyatları Avrupa bölgesinde 19,36 ct/kWh iken Almanya'da elektrik fiyatları 19,04 ct/kWh'dir.

İlaveten, yaşlanan nüfus ve nitelikli iş gücü kaybı Alman sanayisi için orta ve uzun vadede bir tehdit oluşturmaktadır. Mevcut nitelikli iş gücü eksiği hem küçük, orta ve büyük çaplı şirketleri, hem de genelde ekonomideki sürdürülebilirliği tehdit etmektedir. Alman Ticaret ve Sanayi Odası'nın raporuna göre iş gücü açığının farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin %85'ini olumsuz olarak etkileyeceği ifade edilmektedir. Rapordaki verilere göre Almanya'da iki milyon iş gücü açığı bulunmaktadır, bu da yaklaşık 100 milyar Avro katma değer potansiyeli kaybı anlamına gelmektedir.

Tarım Makinaları Sektörü

Tarım işletmelerine ait işlenen tarım arazilerinin büyüklüğü, birçok Avrupa Birliği ülkesinde olduğu gibi Almanya'da da büyük ebat ve hacimlerde üretilen güçlü tarım makineleri ve ekipmanlarına ilgiyi arttırmaktadır. Bu büyüklük işletmelere ekim, dikim, sulama, ilaçlama ve hasat toplama gibi yapılan işlemlerde oldukça büyük enerji, yakıt ve zaman tasarrufu kazandırmaktadır.

Yıllık ortalama 30.000 civarında yeni traktörün trafiğe kaydedildiği Almanya'da 2024 yılında toplam 29.292 traktör tescil edilmiştir. Traktör pazarında lider konumda yer alan markalarla ilgili en güncel verilere göre, Fendt %25,2 pazar payıyla birinci sırada yer almaktadır. Onu %15,9 ile John Deere, %7,6 ile Claas, %7,3 ile Kubota, %7,1 ile Deutz-Fahr ve %6,1 ile Case IH/Steyr takip etmektedir. İlk ona giren diğer markalar arasında New Holland, Sonalika, Massey Ferguson ve Valtra bulunmaktadır.

Avrupa çapında 150.00 çalışana iş sağlayan sektörde Almanya'da yaklaşık 45.000 kişi istihdam edilmektedir. Almanya'da üretilen "tarım teknolojileri"nin (tarım makineleri, traktörler ve bunlara bağlı yazılım sistemleri) 2024 yılı cirosu 12 milyar Avroya ulaşmıştır.

Dünyaca ünlü önde gelen markalar arasında yer alan CLAAS, Mercedes, Fendt, New Holland, John Deere ve Massey Ferguson gibi Alman ve yabancı traktör ve tarım makineleri üreticileri Almanya pazarında satışlarını temsilcilikleri aracılığı ile doğrudan gerçekleştirmektedirler.

Diğer taraftan, Almanya'da motorlu tarım araçları, tarım makineleri, tarım araçları/makineleri aksam ve parçaları alanında faaliyet gösteren AGRAVIS gibi pazarda büyük önemi haiz Almanya'nın hemen hemen her eyalet ve bölgesinde satış, bakım ve onarım faaliyetleri gerçekleştiren, doğrudan ve bayilikler aracılığı ile de coğrafi ve teknik anlamda ağlarını oluşturmuş büyük kuruluşların aracılığı ile de ünlü markaların satış, satış sonrası bakım ve servis hizmetleri faaliyetleri yürütülmektedir. Bunun yanı sıra, sektörde binek otomobil galerilerine benzer şekilde işleyen 2. el satış noktaları da yadsınamaz derecede önemli rol oynamaktadır. Almanya'da araç ve ekipmanları kiralama yöntemleri de sık rastlanır uygulamalardandır. Kooperatifler ve çiftçi dernekleri aracılığı ile toplu ve sıralı kullanıma yönelik uygulamalar mevcuttur. Bu sayede çiftçiler imece usulü zaman ve maliyetten tasarrufta bulunarak kendi tarım arazilerini en etkin şekilde işleyebilmektedirler.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Ülke pazarına girişte, Alman Tarım Birliği (DLG) tarafından her iki yılda bir Almanya'nın Hannover şehrinde düzenlenen ''AGRITECHNICA-Uluslararası Tarım Makineleri ve Teknolojileri Fuarı'' önemli bir yer tutmaktadır. Fuarda traktör, biçer-döver gibi motorlu tarım araçları ve aksamlarının yanı sıra, toprak hazırlama, işleme, ekim, tohumlama, gübreleme, sulama, ilaçlama, hasat ve balyalama makineleri gibi sektörün ihtiyacı olan mühendislik ürünleri sergilenmektedir. Bu fuar, dünya çapında 2.500'ün üzerinde şirketin katılımı ile yaklaşık 400.000 m² alan üzerinde gerçekleştirilmekte olup, alanında uzman 470.000'in üzerinde ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir.

Yine Alman Tarım Birliği (DLG)'nin her iki yılda bir Hannover şehrinde düzenlediği ''EUROTIER Uluslararası Hayvancılık Fuarı'' da sektörde önemli etkinlikler arasındadır. Fuarda süt sağma makinelerinden, yem hazırlamaya ve kümes hayvancılığına ilişkin çeşitli makineler ve sektörde kullanılan ekipmanlar sergilenmektedir. EuroTier fuarına 2.250'nin üzerinde firma tarafından katılım sağlanmakta ve bu katılımın yaklaşık 1.400'ünü yabancı şirketler oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği ülkeleri harici 3. ülkelerde üretilen tarım makinelerinin Almanya'ya ihracatında öncelikli olarak AB normlarının ve sonrasında makinenin satışa ve kullanıma sunulacağı ülkenin (Almanya'nın) şart koştuğu kendine münhasır olası normlarının sağlanması, yapılan ihracatta ürünün sorunsuz bir şekilde ülkeye girişi ve sonrasındaki satış ve kullanım süreçleri için büyük önem arz etmektedir. Sektörde pazara girişe yönelik normların belirlenmesinde önemli rol oynayan mühendislik bilim, teknoloji onay kurumlarından birisi de Almanya'nın köklü kuruluşlarından olan ve 3500'ün üzerinde Alman ve Avrupalı üyeye sahip Alman Makine ve Takım Tezgahları Üreticileri Derneği (VDMA)'dir. Dernek, ülkede ve uluslararası arenada geçerlilik açısından makinelere yönelik sertifikalandırma, belgelendirme ve yetkilendirme süreçlerinde önemli roller oynamaktadır.

Ayrıca, Almanya'ya ihracatlarda, gümrük vergisi haricinde bu tür ürünlerin alım-satımında her halükarda esas olan %19 oranında katma değer vergisi-KDV (MwSt: Mehrwertsteuer) uygulanmaktadır.

Kimya

Kimya sanayi Almanya'nın birçok farklı sektörünün tedarikçisi ve ana madde üreticisi olması nedeniyle Almanya ekonomisinin temel direklerinden birini oluşturmaktadır. Sektör Almanya'nın otomotiv ve makine üretiminden sonra gelen üçüncü en büyük, istihdam yaratmada altıncı en büyük sanayisidir. Yine aynı şekilde Alman sanayi cirosunun yaklaşık yüzde 10'unu kimya-ilaç sanayisi tarafından karşılanmaktadır. Bu anlamda Alman kimya endüstrisi birçok değer zincirinin temelini oluşturmakta ve diğer birçok sektörde inovasyonun önemli bir itici gücü olmaktadır. Bu da sektörü sadece en önemli sektörlerden biri değil, aynı zamanda Almanya ve Avrupa'daki en hayati ekonomik sektörlerden biri haline getirmektedir.

2023 yılı itibarıyla sektörde doğrudan 479.500 kişi istihdam edilmekte olup; bu rakam son 25 yılın en yüksek istihdam seviyesin, temsil etmektedir10. Almanya Ekonomi Enstitüsü'nün verilerine göre 1991'den 2017'ye kadar kimya sektöründe %48 reel büyüme

[10] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

gerçekleştiği ifade edilmektedir. Ancak Kimya Endüstrisi Derneği'nin (Verband der Chemischen Insutrie e.V./VCI) Temmuz 2024 raporuna[11] göre, sektörde son beş yıl içerisinde ortalama üretim düşüşü %3,3 olarak gerçekleşmiştir. Alman Ekonomi Bakanlığı'nın verilerine göre sektörde yaklaşık 2.100 firma faaliyet yürütmektedir. Yine Almanya'daki şirketlerin yurt dışındaki iştiraklerinin sayısı yaklaşık 1.600'dür[12]. Söz konusu sektördeki şirketlerin doğrudan brüt üretim değeri 2021'de 137,5 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir.

Kimya Endüstrisi Derneği'nin (Verband der Chemischen Insutrie e.V./VCI) Ağustos 2023 yılında yayınladığı rapora[13] göre Almanya kimya sektörü açısından Avrupa'da birinci sırada yer alırken, dünyada üçüncü sırada bulunmaktadır. Sektörün 2023 yılı cirosu 225 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir[14].

Alman Kimya endüstrisinin bu anlamda dünyanın birçok farklı bölgelerinde yatırımları ve faaliyetleri bulunmaktadır. 2022 yılı itibarıyla sektör Almanya dışında toplam 395 bin kişiye istihdam sağlamaktadır. Almanya Ekonomi Enstitüsü'nün 2022 yılında yayınladığı rapora göre, (Institut der Deutschen Wirtschaft) Almanya'nın toplam ihracatının %14,7'si ve yurt dışı yatırımların yüzde 7'ye yakını bu sektör tarafından gerçekleşmektedir. 2023 yılında sektör yaklaşık 9,2 milyar Avro yurt içi, 12 milyar avro yurt dışı olmak üzere toplam 20,4 milyar Avro yatırım gerçekleştirmiştir.

Öte yandan kimya sektörünün paydaşları Almanya'nın iklim nötr olma hedefi çerçevesinde bir yol haritası "Roadmap Chemie 2050"[15] belirlemiş ve bu kapsamında sektörün karbon salınımını azaltmak adına çeşitli altyapı, dijitalleşme, teknoloji vb. yatırımlar planlamıştır. Söz konusu dönüşümü gerçekleştirebilmek için 2050 yılına kadar 60 milyar Avro yatırım yapılması gerektiği ifade edilmektedir.

Bununla beraber yine Kimya Endüstri Derneği'nin yayınladığı dış ticaret raporuna göre 2023 yılında Almanya'nın kimya ve ilaç sanayisi toplam 142 milyar Avro ihracat ve 107 milyar Avro ithalat gerçekleştirmiştir. Bu rakamla Almanya kimya-ilaç sanayi sektörleri bakımından dünyanın en çok ihracat yapan ülkesi konumundadır. Sadece kimya sanayisi dikkate alındığında 2023 yılında 142 milyar Avro'luk ihracat rakamıyla Almanya, Çin ve ABD'den sonra dünyanın en çok ihracat yapan 3.ülkesidir. Söz konusu ihracatının en önemli pazarı ise Avrupa bölgesidir. İhracatının yarısından fazlası (%51,5) sadece Avrupa bölgesine yapılmaktadır. Avrupa'nın dışında ise ABD (%14,3) ve Asya (%13,7) önemli diğer pazarların başında gelmektedir.

Bununla birlikte Kimya sanayisi araştırma ve geliştirme faaliyetlerine önem veren sektörlerin başında gelmektedir. Otomotiv ve elektronik sektörlerinden sonra Almanya'da Ar&Ge'ye en çok yatırım yapan sektör kimya sektörüdür. 2023 yılı itibarıyla sektörde Ar.Ge harcamaları yaklaşık 15,5 milyar Avro'ya ulaşmıştır. 2023 yılına bakıldığında toplam sektör cirosunun %6'sı Ar&Ge çalışmalarına ayrılmıştır. Kimya ve İlaç firmalarının %80'inden fazlası Are.Ge faaliyetlerine katılmaktadır. Sektörde istihdamın %10'u Ar&Ge biriminde

[11] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf
[12] https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Branchenfokus/Industrie/branchenfokus-chemie-pharmazie.html#:~:text=Beschäftigung%202021,mit%20weniger%20als%20500%20Beschäftigten.
[13] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2023.pdf
[14] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf
[15] https://www.vci.de/vci/downloads-vci/publikation/2019-10-09-studie-roadmap-chemie-2050-treibhausgasneutralitaet.pdf

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

çalışmaktadır[16]. 2022 yılında yapılan ArGe harcamalarının ağırlıklı olarak iklim ve çevre (%39), sağlık (%29) ve malzeme teknolojisi (%23) alanlarına yapıldığı belirtilmektedir[17]. 2023 yılı için ise özellikle sürdürülebilirlik, döngüsel ekonomi, dijitalleşme ve yeni nesil malzemeler üzerinde yoğunlaşılmakta olduğu ifade edilmektedir[18].

2021 yılından itibaren ciro bazında sektördeki en güçlü şirketler sırasıyla BASF SE (78 milyar avro/110 bin istihdam), Bayer AG (44 milyar avro/99 bin istihdam), Fresenius SE & Co. KGaA (37,5 milyar avro/316 bin istihdam), Boehringer Ingelheim (20,6 milyar avro/52 bin istihdam), Henkel AG & Co. KGaA (120 milyar avro/52 bin istihdam) bulunmaktadır[19].

Her ne kadar Almanya kimya sanayisinde birçok büyük küresel markaya sahip olsa da sektörde yer alan şirketlerin %97'si KOBİ'lerden (20 ile 1000 kişi arası istihdam sağlayan firmalar) oluşmaktadır. Söz konusu KOBİ'ler, sektördeki toplam istihdamın % 59'unu (yaklaşık 280.000 kişi) oluşturmakta ve kimya ve ilaç sanayisinin sektörel cirosunun ise % 56'sını üretmektedir. Her kimya sektörü çalışanı, ülke ekonomisinde iki ek istihdam yaratmaktadır[20].

Alman kimya sektörü, 2025 yılında da birçok zorlukla karşı karşıya kalacaktır[21].

• Avrupa'daki ekonomik büyümenin yavaş olması nedeniyle sanayi talebi zayıf seyretmeye devam edecektir.

• Enerji fiyatları halen yüksek seviyelerde olup, sektörün üretim maliyetlerini olumsuz etkilemektedir.

• ABD'nin olası yeni ticaret vergileri ve Çin'in kendi kimya sanayisini geliştirme stratejileri, küresel rekabeti daha da zorlaştırmaktadır .

VCI, 2025 yılında sektörde herhangi bir büyüme beklememektedir[22].

• İlaç sanayisinin büyümesi, kimya sanayisindeki daralmayı bir miktar dengeleyebilir.

• Ancak genel sektörel ciroda %1'lik bir düşüş öngörülmektedir .

• 2026'dan önce belirgin bir toparlanma beklenmemektedir.

Diğer taraftan, Alman kimya sanayisinin en önemli ham maddesi arasında nafta gelmektedir. 2019 yılında 13,3 milyon ton (%69) nafta kimya sanayisinde kullanılmıştır. Bunu sırasıyla 3,2 milyon ton (%16) doğal gaz, 2,6 milyon ton (%13) yenilenebilir ham madde, 0,3 milyon ton (%2) kömür takip etmektedir.

Kimya Endüstrisi Derneği'ne göre yaklaşık toplam üretimin %21'i plastik sektörü, %7'si otomotiv sektörü, %17'ü inşaat sektörü, %9'u çelik ve metal sektörü, %10'u mobilya sektörü, % 6'i tekstil sektöründe değerlendirilmektedir.

[16] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2023.pdf
[17] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/standardfoliensatz-forschung-und-entwicklung-4.pdf
[18] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf
[19] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2023.pdf
[20] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf.
[21] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf.
[22] https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/branchenportraet-2024-3.pdf.

Küresel ölçekte değerlendirildiğinde Almanya'nın kimya sektöründe Çin (%40,4) ve ABD'den (%11,2) sonra dünyanın en çok üretim yapan 3. ülke (%4,2) konumunda olduğu görülmektedir.

Diğer taraftan, kimya şirketlerinin Almanya'nın 1990'lı yılların başında hayata geçirdiği "Kimyasal Park (Chemical Park)" konsepti etrafında kümelendiği ve ağırlıklı olarak bu bölgelerde üretim yapıldığı görülmektedir. Söz konusu parklar yatırımcılar ve üreticiler için uygun alt yapı koşulları oluşturma, ulusal regülasyon ve lisans prosedürlerinde destek, lojistik, enerji ve su tedariğinin sağlanması, sıvı ve diğer atıkların bertaraf edilmesi, yangın önlemleri, tesis ve çevresel güvenlik gibi birçok profesyonel hizmetleri sunmaktadır. Bu parklar aynı zamanda Almanya geneline yayılan boru hattı ağına entegre olması nedeniyle de hızlı bir şekilde hem ham madde ihtiyaçları karşılanabilmekte hem de kimyevi ürünlerin sevkiyatını kolaylaştırıp hızlandırmaktadır. Kimyevi ürünlerin üçte biri boru hatları üzerinden taşınmaktadır. Almanya genelinde toplam 34 "Kimyasal Park" bulunmaktadır.

Havacılık ve Uzay

Almanya havacılık endüstrisi, ülkenin teknolojik olarak en gelişmiş ve ekonomik açıdan en önemli endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Sektör, elektronik, robotik, malzeme mühendisliği ve yapay zeka gibi yüksek teknolojileri bir araya getirerek inovasyon ve ekonomik büyümenin motoru olarak merkezi bir rol oynamaktadır.

Alman havacılık endüstrisi 2025 yılı itibariyle, Korona salgınının zorluklarının ardından önemli ölçüde toparlanmıştır. Alman Havacılık ve Uzay Sanayii Derneği'nin (BDLI) verilerine göre, sektör 2023 yılında 46 milyar Avro'luk rekor satış gerçekleştirmiştir. Sektördeki satışların yaklaşık 90'ını havacılık branşı oluştururken, uydu teknolojisi ve Artemis görevi gibi uluslararası iş birlikleri sayesinde uzay branşının cirosu da 2023 yılı itibariyle yaklaşık 3 milyar Avro düzeyine ulaşmıştır. Ar-Ge harcamalarının sektörün cirosundaki payı yaklaşık yüzde 8 olup, sektör Almanya'da araştırmanın en yoğun olduğu sektörlerden biri olmaya devam etmektedir.

McKinsey'nin tahminlerine göre havacılık sektörü 2025 yılında dünya çapında yaklaşık 1.800 uçak teslimatıyla yeni bir rekora imza atacak olup bu teslimatların önemli bir kısmı Airbus gibi Alman tedarikçiler ve üreticilerden gelecektir. 2025 yılında satışların, ihracat ve sürdürülebilir teknolojilere olan talebin artmasıyla 50 milyar Avro sınırını aşması beklenmektedir.

Sektörde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı 2024 yılında yaklaşık 110.000'dur (2023 itibarıyla: 105.000). İklim nötr uçak ZEROe ve Geleceğin Savaş Hava Sistemi (FCAS) gibi yeni projeler nedeniyle bu sayı daha da artmaktadır.

Alman havacılık sanayisi, özellikle iklim nötrlüğü ve dijitalleşme alanlarında teknolojik inovasyonun ön saflarında yer almaktadır. Almanya geçtiğimiz yıllarda kendisine, CO_2-nötr uçuşlarda öncü olma hedefini koymuştur. Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı'nın (BMWK) havacılık araştırma programı, sürdürülebilir havacılık yakıtlarının (Sürdürülebilir Havacılık Yakıtları, SAF) kullanımı ve hibrit-elektrikli tahrik sistemlerinin geliştirilmesi gibi projeleri desteklemektedir. Airbus, 2035 yılına kadar iklim nötr uçak (ZEROe) üretmeyi planlamaktadır. Bu planda, Hamburg ve Bremen gibi Almanya'daki önde gelen havacılık merkezlerinin önemli bir rol oynaması beklenmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

İklim nötrlük hedeflerinin yanı sıra kentsel hava ulaşımı alanı (örneğin eVTOL – elektrikli dikey kalkış ve iniş yapabilen uçaklar) da giderek önem kazanmaktadır. Lilium gibi Alman şirketleri, 2025 yılında ilk ticari uçuşlarını gerçekleştirmeyi hedefleyen uçan taksiler üzerinde çalışmaktadır. Ancak sertifikasyon bu alandaki hala önemli bir zorluktur.

Alman Havacılık ve Uzay Merkezi (DLR), güneş enerjisiyle yakıt üretimi ve kuantum teknolojileri gibi projeleri ilerletmektedir. Almanya uzay araştırmalarındaki konumunu güçlendirmek için yıllık 1,4 milyar avroluk bütçeyle ESA'ya (Avrupa Uzay Ajansı) katılmakta olup bu alanda Fransa ile birlikte en önemli yatırımcı konumundadır. Airbus'ın Bremen'de geliştirdiği Artemis görevi için Avrupa Servis Modülü (ESM), Alman mühendisliğinin bir örneğidir.

Sektör, geliştirme sürelerini ve maliyetlerini azaltmak için yapay zeka destekli üretim sistemleri ve dijital ikizler gibi Endüstri 4.0 teknolojilerine giderek daha fazla güvenmektedir. Federal Hükümet, sektörü net bir havacılık stratejisi ve kapsamlı finansman programları aracılığıyla desteklemektedir. DLR'nin havacılık araştırmalarına her yıl 200 milyon avronun üzerinde kaynak aktarılmakta, ayrıca iklim nötr teknolojilere öncelik veren Havacılık Araştırma Programı (LuFo) ile de desteklenmektedir. Bunların yanı sıra Almanya, karbonsuzlaşmayı ilerletmek amacıyla Horizon Europe ve Clean Aviation gibi AB programlarına da katılmaktadır. Avrupa Havacılık Çevre Raporu 2025, SAF'a ve daha verimli teknolojilere daha fazla yatırım yapılmasını önermektedir.

Askeri havacılık alanında Fransa ve İspanya'nın işbirliğiyle yürütülen FCAS projesi, Avrupa'nın teknolojik egemenliğini güvence altına almayı amaçlamaktadır. Bu proje kapsamında ilk sonuçların 2025 yılında sergilenmesi beklenmektedir.

Sektör pandemissonrasında gerçekleştirdiği toparlanmaya rağmen halen bazı zorluklarla karşı karşıyadır. Bunlardan en önemlisi tedarik zincirlerinde yaşanan sorunlar ve sipariş birikimleridir. Dünya çapında 15.700 uçak siparişi (2024 itibarıyla) ile üreticiler, 13 yıla kadar sürebilecek bir üretim birikimiyle mücadele etmektedir. Bunun aşılması için Alman tedarikçilerin kapasitelerini artırmaları gerekmektedir.

Ayrıca sürdürülebilir havacılık yakıtları pahalıdır ve üretimi sınırlıdır. AB ReFuel Yönetmeliği, 2025 yılından itibaren asgari oranda SAF kullanılmasını öngörmekte ve bu da sektörde ek baskı yaratmaktadır. Yine jeopolitik belirsizlikler, çatışmalar sebebiyle bazı hava sahalarının kapatılması ve artan enerji maliyetleri de sektörde tedirginliğe sebep olmaktadır.

Bu belirsizliklere rağmen Alman havacılık sanayinin küresel liderlik rolünü genişletmek için iyi bir konumda olduğu değerlendirmesi yapılmaktadır. 2030 yılına kadar; SAF üretimi, devlet teşvikleri ve özel yatırımların desteğiyle artırılması, hidrojen tahriki ve insansız hava sistemleri gibi teknolojik gelişmelerin pazarı değiştirmesi, Artemis ve iklim araştırmaları için uydular gibi projelerle ARGE yatırımlarının artırılması ve pazarın büyümeye devam etmesi ve Almanya’nın sektörde dünya genelindeki etkinliğini artırması beklenmektedir.

Alman Havacılık ve Uzay Sanayii Derneği (BDLI) verilerine göre, Alman havacılık ve uzay sanayisinin cirosu 2023 yılında 46 milyar Avro’ya ulaşarak rekor kırmış, sektörün ihracat kotası ise yüzde 67 olmuştur. Diğer bir deyişle satışların yaklaşık 30,82 milyar Avrosu ihracattan

gelmiştir. Bu rakam, özellikle sivil uçaklar, uzay teknolojileri ve askeri sistemlere yönelik güçlü uluslararası talebi yansıtmaktadır. İhracat oranının 2022 yılında yüzde 73'ten 2023 yılında yüzde 67'ye gerilemesi, jeopolitik durumun (örneğin Ukrayna ihtilafı) ardından artan askeri siparişler nedeniyle iç pazarın önem kazandığını göstermektedir.

Almanya'nın sektördeki ihracatı içerisinde en büyük pay, koronavirüs salgını sonrası toparlanmanın ve Airbus'taki üretim artışının faydasını gören sivil uçak imalatından gelmektedir. Yaklaşık 3 milyar Avro'luk bir ciroya sahip olan uzay sanayi, toplam ciroya yaklaşık yüzde 6 oranında katkı sağlamış ve bunun önemli bir kısmı ihraç edilmiştir (örneğin uydular ve Artemis gibi uluslararası programlar için bileşenler). Askeri sektörde 8,4 milyar Avro'luk satış kaydedilirken, Geleceğin Savaş Hava Sistemi (FCAS) gibi uluslararası iş birlikleri aracılığıyla yapılan ihracat da bunda etkili olmuştur.

Sektöre ilişkin yapılan 2024 tahminlerinde özellikle sivil uçak inşasında sektörün sipariş defterlerinin dolu olması nedeniyle 2024 yılında daha fazla büyüme beklenmektedir. Analist tahminlerine (örneğin McKinsey) ve uçaklara olan talebin devam etmesine (dünya çapında 15.700 bekleyen sipariş) dayanarak, sektörün gelirinin 50 milyar Avro sınırını aşabileceği belirtilmektedir. Yüzde 67 civarında sabit bir ihracat kotasıyla bu, yaklaşık 33,5 milyar Avro'luk ihracata denk gelmektedir. Sürdürülebilir teknolojilere (örneğin Sürdürülebilir Havacılık Yakıtları, SAF) odaklanılması ve uluslararası uzay projelerine katılım sağlanması bu değeri daha da artırabilir.

Alman havacılık sanayisinin 2023 yılı ithalatına ilişkin doğrudan rakamlara ulaşılması mümkün olmamakla birlikte Statista'nın tarihsel verileri, 2011-2014 yılları arasındaki ithalatın (2012 itibarıyla) yaklaşık 28 milyar Avro olduğunu göstermektedir. Artan üretim ve küresel tedarik zincirleri göz önüne alındığında, uzmanlar, ithalatın ihracatın yaklaşık %50-60'ı, yani yaklaşık 15-18 milyar Avro değerinde olabileceğini tahmin etmektedir. İthal edilen mallar arasında hammaddeler, bileşenler (örneğin Rolls-Royce veya Pratt & Whitney motorları) ve elektronik bileşenler yer almaktadır.

İthalatın 2024'te de satış büyümesine paralel olarak 18-20 milyar Avro civarına çıkabileceği öngörülmektedir. Özellikle FCAS gibi büyük ölçekli projeler ve iklim açısından nötr teknolojilerin üretimi için uluslararası tedariklere duyulan ihtiyacın devam etmesi bu durumu desteklemektedir.

Almanya havacılık sektöründe önemli fuar ve etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. 2025 ve 2026'daki önemli ticaret fuarları ve etkinliklerden bazıları aşağıda sıralanmaktadır.

- **Alman Havacılık ve Uzay Kongresi (DLRK)**: DLRK, Alman Havacılık ve Uzay Merkezi (DLR) ve Alman Havacılık ve Uzay Topluluğu (DGLR) tarafından organize edilen, Almanya'daki sektördeki en önemli bilimsel konferanslardan biridir. Güncel gelişmeleri ve geleceğe yönelik vizyonları tartışmak üzere araştırma, sanayi ve siyaset dünyasından uzmanları bir araya getiren etkinliğin 23-25 Eylül 2025 tarihinde Augsburg Ticaret Fuarı Merkezi'nde gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Etkinlik araştırma, iklim nötrlüğü, uzay teknolojileri, havacılık yeniliklerine odaklanmaktadır.

- **AIRTEC:** Havacılık ve uzay tedarikçilerine yönelik, yeniliklere, yeni teknolojilere ve iş bağlantılarına odaklanan uluslararası bir ticaret fuarı olup özellikle tedarikçi sektörü açısından büyük önem taşımaktadır. 22-24 Ekim 2025 tarihinde Augsburg Ticaret Fuarı Merkezi'nde gerçekleştirilecek etkinlik havacılık teknolojileri, tedarik zincirleri, drone'lar, kentsel hava ulaşımına odaklanacaktır. Sanayi ve teknoloji alanında faaliyet gösteren profesyonel ziyaretçilere yönelik bir fuardır.

- **InterAirport Avrupa:** Havaalanı ekipmanları, teknolojileri ve hizmetlerine odaklanan ve havacılık altyapısı için dünyanın önde gelen etkinliklerinden birisi olan fuar 7-9 Ekim 2025 tarihinde Münih Fuar alanında gerçekleşecektir.

- **ILA Berlin Uluslararası Havacılık ve Uzay Fuarı:** Uluslararası Havacılık ve Uzay Fuarı (ILA), Almanya'nın en büyük havacılık fuarı ve dünyanın en eskilerinden biridir. Fuarlar, konferanslar ve halk günleri uçuş gösterileriyle birleşen etkinlik iki yılda bir düzenlenmektedir. Bir sonraki randevusu 10-14 Haziran 2026 tarihinde Berlin ExpoCenter Havaalanı, Schönefeld'de gerçekleşecek fuar sivil ve askeri havacılık, uzay seyahati, sürdürülebilirlik, yeniliklere odaklanmaktadır.

- **Avrupa Havacılık Teknolojisi Haftası (Aerospace Tech Week Europe):** Havacılık elektroniği, bağlantı ve test teknolojilerine odaklanan bir ticaret etkinliği olup, teknoloji sağlayıcılarını havacılık sektörüyle buluşturmaktadır. 2-3 Nisan 2025 tarihinde Münih'te düzenlenecek etkinlik aviyonik, dijital çözümler, test sistemlerine odaklanmaktadır.

- **AERO Friedrichshafen:** AERO, Avrupa'nın genel havacılık alanındaki önde gelen uluslararası ticaret fuarıdır ve odak noktası küçük uçaklar, helikopterler ve kentsel hava mobilitesidir. 9-12 Nisan 2025 (her yıl ilkbaharda) tarihinde Friedrichshafen Fuar Merkezi'nde düzenlenecek fuar genel havacılık, eVTOL, sürdürülebilir teknolojilere odaklanmaktadır.

- **Aircraft Interiors Expo (AIX):** Uçak kabin ürünleri ve çözümleri alanında dünyanın önde gelen ticaret fuarı olan AIX, her yıl Hamburg'da düzenlenmektedir. 8-10 Nisan 2025 tarihinde düzenlenecek olan ve havayolları, tasarımcılar, mühendisler ve tedarikçiler de dahil olmak üzere havacılık sektöründen uzmanların katıldığı fuarın odağında uçak iç mekanları, yolcu konforu, uçak içi eğlence (IFE), bağlantı, bakım (MRO) konuları yer almaktadır. Fuar paralelinde ayrıca Dünya Seyahat İkram ve Uçak İçi Hizmetleri Fuarı'nı (WTCE) da kapsayan Yolcu Deneyimi Haftası da düzenlenmektedir.

Enerji

Almanya'da fosil yakıtlara olan bağımlılığın azaltılmasına yönelik çalışmalar kapsamında 2017 yılında Yenilenebilir Enerji Kaynakları Yasası yürürlüğe konulmuştur. Enerji arzının yenilenebilir kaynaklara dayanması ve enerji kullanımının daha verimli olmasını teminen düzenlenen yasada, enerji dönüşümüne ilişkin temel prensipler belirlenerek maliyet verimliliğine, elektrik enerjisinin yenilenebilir enerji ile entegrasyonuna ve mevcut şebekelerin optimizasyonu sağlanarak modernize edilmesine özel önem atfedilmiştir.

Buna müteakip hazırlanan enerji dönüşümü izleme raporlarında, uluslararası enerji işbirliği çabalarının ekonomik faaliyetleri destekleyeceği ve siyasi açıdan ülkeyi güçlendireceği belirtilmektedir. Enerji sektörüne ilişkin olarak ülkede yapılan çalışmalar kapsamında ayrıca,

2019 yılı itibarıyla Almanya genelinde 10 milyon adet ısınma sisteminin en az 10 yıllık olduğu tespit edilmiş olup, verimsiz olan ısınma sistemlerinin yenileri ile değiştirilmesi gündemde gelmiştir. Bu çerçevede, bahse konu yasa uyarınca, ev sahipleri ve kiracılar gibi hane halkının bile enerji dönüşümüne aktif katkı sağlaması amaçlanarak ülkede hane halkının güneş enerjisi kullanımı teşvik edilmeye başlanmıştır.

Bu itibarla, Federal Alman hükümetinin enerji konusunda aldığı tedbirler üretimde yenilenebilir enerjinin payının arttırılması bağlamında ilk etapta olumlu sonuç doğurmaktadır. 2021 yılında toplam elektrik üretiminin yaklaşık %28,1'i kömürden elde edilirken, bu oranın 2022 yılında %31,3 seviyesinde, 2024 yılında ise %22,5 olduğu; bu kapsamda, yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin ise 2021 yılında %39,8 seviyesinde, 2022 yılında %44,1 seviyesinde, 2024 yılında %59,4 olduğu görülmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin kendi içindeki oranlarına bakıldığında rüzgar enerjisi %31,5 ile en büyük paya sahiptir. Yenilenebilir enerji üretiminde rüzgar enerjisini sırasıyla güneş (%13,8), biogaz (%11) ve su enerjisi (%4,7) takip etmektedir. Bu, yenilenebilir enerji kaynaklarının sürekli genişlemesi ve kömürle elektrik üretimindeki keskin düşüşün bir sonucudur. Alman elektrik karışımı, bugüne kadar hiç olmadığı kadar temiz ve düşük karbonlu hale gelmiştir.

Nükleer santrallerin kapatılması Almanya enerji sektörüne dair 2023 yılında yaşanan önemli bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. 2022 yılında Almanya'nın toplam elektrik üretiminin %6,5'inin yapıldığı nükleer enerji santralleri; yenilenebilir enerjiye geçiş ve çevre dostu üretim hedefleri kapsamında yıllar içerisinde azalmış olduğundan, ülkedeki son üç nükleer santralin reaktörlerinin devre dışı bırakılmasıyla birlikte Almanya'da nükleer enerji dönemi sona ermiştir. Bununla beraber, ülkede yer alan 30'a yakın nükleer santralin sökülmesi sürecinin yaklaşık 15 yıl sürmesi beklenmektedir. 2024, Almanya'da 1962'den bu yana nükleer enerjiden elektrik üretiminin olmadığı ilk tam yıl olmuştur.

Almanya'nın 2023 yılı karbon emisyonu; daha az kömür yakıtlı enerji kullanımının tercih edilmesi, yenilenebilir enerjinin üretimdeki payının artması ve enerji yoğun sektörlerde üretimin azalmasıyla birlikte 2023 yılında 673 milyon tona gerileyerek 2022 yılına kıyasla %10,1 oranında ve referans yılı olarak alınan 1990 yılına oranla %46 oranında azalarak 1950'lerden bu yana en düşük seviyeye inmiştir. Bu düşüş ile beraber, Almanya Hükümeti'nin 2023 yılı için belirlediği karbon emisyonun 722 milyon tona düşürülmesi hedefi başarılı olarak aşılmıştır. Yenilenebilir enerji kaynaklarının payının artması ve kömürle elektrik üretiminin azalmasıyla birlikte, Alman elektrik üretiminin CO_2 emisyonları 152 milyon ton seviyesine gerilemiştir. Bu, 1990'dan bu yana %58'lik bir düşüş anlamına gelmektedir. Almanya, sera gazı emisyonlarını 2030 yılına kadar 1990 yılına kıyasla %65 oranında düşürmeyi ve böylelikle, 2045 yılına kadar karbon emisyonunu sıfırlamayı hedeflemektedir.

Düşük karbonlu üretime geçişin hızlandırılması hedefi doğrultusunda, doğal gazın yerini almak üzere hidrojen enerjisi kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla Almanya Hükümeti tarafından teşvikler hayata geçirilmektedir. Bu kapsamda, Almanya Ekonomi Bakanlığı tarafından hidrojene hazır gaz santrallerine sübvansiyon sağlama planı onaylanmış olup, hidrojene geçiş yapabilen gaz santrallerine sermaye ve işletme sübvansiyonları da dâhil olmak üzere toplam 16 milyar Avro'luk bir destek sağlanması planlanmaktadır. Hükümet tarafından yenilenebilir enerji ve düşük emisyonlu alternatiflere dair hayata geçirilen sübvansiyon

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

planları, Almanya'nın enerji stratejisinde hâlihazırda gerçekleştirmekte olduğu dönüşümün önemli bir unsuru olarak ön plana çıkmaktadır.

Yenilenebilir enerji sübvansiyonları, Federal Hükümet tarafından kabul edilen Yeşil Yatırım Planı kapsamında yer verilen unsurlardan birisidir. Mezkûr plan kapsamında 2024 yılı için toplamda 57,6 milyar Avro'luk (2023 yılına oranla %60 oranında arttırılmıştır) bir bütçe ayrılmış olup bu miktarın yaklaşık 12,6 milyar Avro'su yenilenebilir enerji sübvansiyonlarına ayrılmıştır. Yeşil yatırım planı kapsamında yer alan diğer kalemler arasında yenileme ve yeni inşaat sübvansiyonları, ülkenin e-mobilite şarj altyapısını genişletme çalışmaları ve dönüşüm teknolojileri ve hammaddeler için yerel üretim kapasitesinin geliştirilme çalışmaları bulunmaktadır.

2050 yılına kadar ülkede enerji arzının %60'ının ve elektriğin de %80'inin yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilmesi gündemdedir. Bu bağlamda, Federal Almanya geleneksel petrol ve gaz ithalatını azaltacak, Paris Anlaşması ve Kyoto Protokolü ile üstlendiği yükümlülükleri yerine getirerek küresel sera gazı emisyon oranlarını düşürecektir. 2030 yılına gelindiğinde, tüm Almanya'daki elektriğin %65'inin yenilenebilir enerjiden elde edilmesi, 2050 yılı itibariyle ise, Almanya'da üretilen ve tüketilen tüm elektriğin iklim-nötr (climate-neutral) olması beklenmektedir.

Bu çerçevede, Alman hükümetinin 2006-2015 yılları arasında enerji araştırmaları için 6,4 milyar Avro harcadığı, bunun yanı sıra yüksek gerilimli iletim hatlarının (elektrikli otobanlar) inşası için 35 milyar Avro'nun üzerinde yatırım yapılmasının planlandığı ve otomobil endüstrisinden kimya endüstrisine kadar pek çok sektörde yaklaşık 300 Alman firmasının 2024 yılına kadar enerji yenilemesine yatırım için ayırdıkları bütçenin 2 milyar Avro'dan fazla olduğu tahmin edilmektedir.

Bunun yanı sıra, 2020 yılının son çeyreğinde revize edilen 2050 Yenilenebilir Enerji Kaynakları Yasası ile, yeşil elektriğin yaygınlaşmasını sağlamayı teminen Almanya çapında kullanılan tüm elektriğin 'climate neutral' (karbondioksit emisyonu sıfır) olması; bunun yanısıra modern, düşük maliyetli ve verimli enerji dönüşümü amaçlanmaktadır.

Bahse konu Yasada, diğer unsurların yanı sıra, güç dağıtım şebekelerinin dijitalleştirilmesini teminen rüzgar tribünlerinin ve güneş sistemlerinin yaygınlaştırılmasının hızlandırılması öngörülmektedir. Kanunun yeni haliyle, güneş, biyokütle ve karada ve denizde rüzgâr yoluyla elde edilen yıllık elektrik miktarlarının artırılması amaçlanmakta olup, konuya ilişkin olarak eyalet hükümetlerinin daha sıkı kontrol edilmesi beklenmektedir.

Her iki yılda bir, fiili elektrik tüketiminin yapısı esas alınarak hedefler kontrol edilmektedir. Biyogaz tesislerinin sayısının artırılmasına yönelik hedefler de güncellenmektedir. Bununla birlikte, elektrikli araçların elektrik kullanımına ilişkin talebi artırması kaçınılmaz bir süreç olacaktır.

Rüzgâr tribünlerinin daha fazla kabul görmesini teminen vatandaşlar ve belediyelere yönelik olarak devlet yardımlarının artırılması planlanmaktadır. Bu kapsamda, rüzgârın ve güneşin olmadığı zamanlarda da güç tesislerinde sürekliliğin sağlanması önem arz etmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Yakın geçmişte, yeşil elektriğin yaygınlaştırılması süreci çok yavaş işlemiştir. Uzun onaylama süreçleri, tesis kurulacak alanın eksikliği, yerleşik halkın ve çevreci kuruluşların protestoları ve karşı davaları nedeniyle yeni rüzgar ve güneş parklarının yapımında sıkıntı yaşanmıştır.

Son olarak, Almanya, özellikle doğal gaz konusunda Rusya'ya yüksek oranda bağımlı olması nedeniyle, ekonomisinin derin bir durgunluktan kaçınabilmesi için yeterli enerji edinebilmesini sağlamak adına yeni gaz ithalat altyapısı inşa etmesi ve kaynaklarını çeşitlendirmesi konusunda özel bir baskı altında bulunmaktadır. Bu kapsamda, 8 Temmuz 2022'de Alman hükümeti, son yılların en büyük enerji politikası değişikliğini kabul etmiştir. 593 sayfadan uzun olan paket, yenilenebilir enerjilerin yaygınlaşmasını hızlandırmak üzere 5 yasada yapılacak değişiklikleri içermektedir:

- Yenilenebilir Enerji Yasası ile yenilenebilir kapasite genişletme yolları ve bunlara ulaşmak için önlemler belirlenmiştir.
- Açık Deniz Rüzgâr Yasası, artan ihale hacimlerini (açık deniz rüzgar oluşumunu hızlandıran) ve yeniden tasarlanmış sübvansiyon kurallarını içerir hale getirilmiştir.
- Karada Rüzgâr Yasası ise, Almanya'nın kara alanının %2'sini rüzgar enerjisi için kullanılabilir hale getirme yükümlülüğü getirmiş ve bu gereksinimine göre Federal Bina Yasasını değiştirmiştir.
- Federal Doğa Koruma Yasası ile, özellikle rüzgar enerjisi projelerine daha hızlı izin verilmesini sağlamak için tür koruma değerlendirmeleri ile önlemlerini standartlaştıran ve basitleştiren bir düzenleme yapılmıştır.
- Enerji Endüstrisi Yasası, yenilenebilir enerjinin ulusal düzeyde entegrasyonunu iyileştirmek için acilen ihtiyaç duyulan şebeke genişlemesini hızlandırmak üzere düzenlemeler getirmiştir.

2024 yılı yasama döneminin sonunda, Federal Meclis (Bundestag), Almanya'nın enerji dönüşümü için büyük bir adım olarak kabul edilen önemli enerji yasalarını kabul etmiştir. En önemli kararlar şunları içermektedir:

- Kojenerasyon Yasası'nın (KWKG) Uzatılması: Bu, uzaktan ısıtmanın genişletilmesini güvence altına almakta ve yatırımlar için planlama güvenliği sağlamaktadır. Ancak bu sadece bir ilk adım olarak görülmekte olup, 2030'ların ortasına kadar temel bir revizyon ve uzatma talep edilmektedir.
- Enerji Ekonomisi Yasası'nda (EnWG) Yapılan Değişiklikler: Yenilenebilir enerji santralleri, fazla enerji durumlarına daha esnek bir şekilde yanıt verebilecektir. Bu, şebeke aşırı yüklenmelerini ve negatif enerji fiyatlarını önlemektedir. Doğrudan pazarlamanın basitleştirilmesi ve küçük ölçekli tesislerin kontrol edilebilirliği önemli ilerlemelerdir.
- Şarj Altyapısı: Ayrıştırılmamış şebeke operatörleri tarafından şarj noktalarının işletilmesi yasağı için geçiş süresi, Avrupa yönergelerinin uygulanmasına daha fazla zaman tanımak amacıyla 2026 sonuna kadar uzatılmıştır.
- Biyogaz Biyokütle Paketi: İhale hacmini ve esneklik katkısını artırarak biyogazın enerji arz güvenliğine katkısını güçlendirmektedir.
- Emisyon Ticareti (TEHG): Sera gazı emisyon ticareti yasasının hızlı bir şekilde uygulanması, enerji sektörü ve atık yönetimi için hukuki güvence sağlamaktadır.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Tekstil ve Hazır Giyim

Almanya, dünyanın önde gelen tekstil ve hazır giyim endüstrilerinden biridir. Almanya, yıllar boyunca tekstil üretimi, moda tasarımı ve perakende alanında birçok başarılı şirket ve markaya ev sahipliği yapmıştır.

Almanya'nın tekstil ve hazır giyim endüstrisi, özellikle yüksek kaliteli ürünler ve yenilikçi tasarımlarla tanınır. Endüstri, özellikle teknik tekstiller, işlevsel giyim ve spor giyim gibi özel giyim türlerinde uzmanlaşmıştır. Bu segmentin tartışmasız en büyük gelir kaynağı ise teknik tekstil üretimidir. Teknik tekstiller, başta sağlık sektörü ve otomotiv sanayisi olmak üzere çeşitli alanlarda kullanılmaktadır.

Almanya'da bulunan bazı önde gelen tekstil ve hazır giyim şirketleri arasında Hugo Boss, Adidas, Puma, Birkenstock, Escada, S.Oliver, Tom Tailor, Gerry Weber ve Triumph yer almaktadır. Günümüzde Adidas, Puma ve Hugo Boss gibi büyük Alman giyim üreticileri, kendi tesislerinin yanı sıra fason üretim merkezlerini de içeren küresel tedarik zincirlerinden faydalanmaktadır.

Almanya'nın tekstil ve hazır giyim endüstrisi, sürdürülebilirlik konusunda da öncü bir rol oynamaktadır. Yerel üretim, geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımı ve etik üretim uygulamaları gibi sürdürülebilirlik önlemleri, endüstri genelinde yaygın olarak benimsenmiştir.

Tekstil ve hazır giyim sektörü Almanya'daki en önemli hızlı tüketim sektörlerinden biridir. Bu üretim dalı tüm kumaşların, ipliklerin ve diğer tekstil malzemelerinin üretimini ve işlenmesini içerir. Sektör temel olarak üç alana ayrılır: giyim ve moda, ev tekstili ve teknik tekstiller. Ciro açısından, tekstil sektörü üçte iki ile sektörün en geniş payına sahiptir ve teknik tekstil üretimi bu segmentte tartışmasız satışların itici gücüdür.

Almanya tekstil ve hazır giyim endüstrisi küçük ve orta ölçekli yaklaşık 1400 şirketten oluşmaktadır. Tekstil ve hazır giyim endüstrisi, yurtiçinde yaklaşık 122.000 çalışanı ile gıda endüstrisinden sonra en büyük ikinci tüketim malları sektörüdür. Almanya'daki tekstil ve hazır giyim endüstrisi, 1.250 çalışanı ile 15 tekstil araştırma enstitüsünün sunduğu hizmetlerden faydalanmaktadır. Alman firmaları, söz konusu sektörde yıllık yaklaşık 32 milyar Avro civarında ciro yapmakta ve bunun % 65'i tekstil, % 35'i ise hazır giyim sektöründe gerçekleşmektedir. Ortalama % 40'lık ihracat kotası, Alman tekstil ve hazır giyim ürünlerinin uluslararası pazarlardaki yerini yansıtmakta ve dünya çapında önemli bir konumda olan firmaların rekabet güçlerinin altını çizmektedir. Almanya'da tekstil ve hazır giyim endüstrisindeki büyümeyi tetikleyen en önemli faktörlerden biri, çok sayıda yüksek teknolojili üründe kullanılan teknik tekstillerdir.

Alman tekstil firmaları, estetik ve dizaynın yanında, çevre ve enerji teknolojisinde cephe soğutma fonksiyonlarından ısıtma ve aydınlatma için kontrol sistemlerine kadar giderek daha önemli hale gelen işlevlere sahip birçok özel uygulama sunmaktadır. Kullanım alanına göre üretilen özel kumaşlar yüksek düzeyde yangından koruma veya hava koşullarına dayanıklı tekstil ürünlerinin üretilmesini sağlamaktadır.

Tekstil endüstrisinin cirosunun yaklaşık üçte biri moda ve hazır giyim sektöründe gerçekleşmektedir. Alman moda markaları yüksek kalite ve sürdürülebilirliğe büyük önem

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

vermekte, dünyanın en yüksek çevresel ve sosyal standartlarına göre üretim yapmaktadırlar. Sürdürülebilirlik, Alman giyim üreticilerinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Almanya'dan tasarlanan ve pazarlanan koleksiyonlar en yüksek standartları karşılamaktadırlar. AR-GE ve eğitime olan güçlü bağlılığı nedeniyle Almanya, sürdürülebilir malzemelerdeki yenilikler ve özel ek fonksiyonlar söz konusu olduğundan dünya çapında önde gelen ülkeler arasındadır. Geri dönüştürülmüş malzemelerden çok sayıda fonksiyonel ve dış mekan tekstili üretmektedirler.

Alman üreticiler aynı zamanda iş kıyafeti ve koruyucu kıyafet konusunda da dünyada önde gelen ülkeler arasında yer almaktadırlar. Ek işlevlere sahip son derece yenilikçi malzemeler, tüm dünyada itfaiye ve polis güçlerinin güvenliğini arttırmaktadır. Almanya, bu tür özel tekstillerle de Almanya'daki tekstil endüstrisini güçlendirmeyi ve bununla dünya çapında önemli bir üst konum sağlamayı başarmıştır. Tekstil alanında yapılan araştırmalar buna önemli bir katkı sağlamaktadır.

Alman moda ve giyim üreticileri yenilikçi güçlerinin yanı sıra dijitalleşmeye de yatırım yapmaktadırlar. Dijitalleşme yatırımları sadece üretimi değil aynı zamanda tedarik zincirini de kapsamaktadır. Dijitalleşmenin bir sonucu olarak, üretim ve satış birçok alanda giderek daha yakından birbirine bağlı hale gelmekte ve üreticilerin giderek mallarının bayisi haline geldiği birçok yeni iş modeli ortaya çıkmaktadır. Önümüzdeki birkaç on yıl boyunca burada birçok yeni gelişme gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

Teknik tekstil deyince “estetik ve dekoratif özelliklerinden ziyade, öncelikle teknik performansları ve fonksiyonel özellikleri için üretilen tekstil malzemeleri ve ürünleri” anlaşılmaktadır. Teknik tekstil mamülleri çeşitli kimyasal malzemelere, hava şartlarına, ultraviyole ışınlarına, darbelere, küf, mantar ve bakteri gibi mikro organizmalara karşı koruyucu, yüksek mukavemet, yanmazlık, filtreleme, leke tutmazlık, buruşmazlık gibi üstün performans özelliklerine sahip ürünlerdir. Bu ürünler genellikle kimya, makina, tıp, elektrik-elektronik gibi çok disiplinli çalışmalar ile geliştirilirler ve tekstil dışında çok çeşitli yerlerde ve ürünlerde kullanım imkanı bulurlar.

Alman tekstil endüstrisinde teknik tekstiller ile etkileyici bir dönüşüm gerçekleşmiştir. Alman üreticiler teknik tekstil sektöründe çeşitli uygulama alanlarında sürekli yeni metotlar ve ürünler geliştirmektedirler. Mühendisler ülkesi olan Almanya, bu alanda da dünya lideri konumundadır. Teknik tekstiller birçok alanda yenilikçi çözümler sunmaktadır; en büyük futbol stadyumlarının üzerinde çadır çatılar, izolasyon için keçe, sağlık sektöründe yara pansumanı, kalp cerrahisinde stent, endüstriyel bir tesiste filtre, köprü yapımında hava yastığı ve yük taşıyıcı hafif bileşen, elektrikli araçlarda motor için koruyucu ceket, uçak kokpiti etrafındaki bileşen olarak kullanım alanları bulmaktadır.

2024 yılında tekstil ve hazır giyim dış ticaret verilerine bakıldığında, Almanya 40,25 milyar Avro ihracat ve 52,37 milyar Avro ithalat gerçekleştirmiş olup, bu sektörde yaklaşık 12,12 milyar Avro değerinde cari açık verdiği görülmektedir.

Almanya’nın 2024 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe en çok ihracat yaptığı ülke 5,4 milyar Avro ile Polonya’dır. Polonya’yı İsviçre (4,02 milyar Avro), Avusturya (3,92 milyar Avro), Hollanda (3,23 milyar Avro), Fransa (2,82 milyar Avro) ve İtalya (1,89 milyar Avro) takip

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

etmektedir. AB dışında en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında birinci sırayı Birleşik Krallık (1,02 milyar Avro) ikinci sırayı ABD (1,00 milyar Avro) ve üçüncü sırayı Rusya (367milyon Avro) almasına rağmen, bu iki ülke bu sektörde en çok ihracat yapılan on ülke arasına girememektedir. Almanya'nın Türkiye'ye ihracatı ise 364 milyon Avro'dur. Söz konusu ihracat verileri değerlendirildiğinde AB ülkelerinin ihracatta açık ara önde oldukları tespit edilmektedir.

2024 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe Almanya'nın gerçekleştirdiği ithalat verileri değerlendirildiğinde, en çok ithalat yapılan ülkeler arasında 10,62 milyar Avro ile Çin Halk Cumhuriyeti olduğu görülmektedir. İkinci sırada 7,68 milyar Avro ile Bangladeş ve üçüncü sırada 5,15 milyar Avro ile Türkiye yer almaktadır. İthalatta Türkiye'yi sırasıyla İtalya (2,17 milyar Avro), Pakistan (2,16 milyar Avro) ve Hindistan (2,06 milyar Avro) takip etmektedir. Almanya tekstil ve hazır giyim sektöründe net bir ithalatçıdır. Yerli tekstil ve hazır giyim sanayi üretimi talebin yalnızca küçük bir bölümünü karşılayabilmektedir. Bu sektördeki ihtiyaçların büyük bir bölümü Asya'daki düşük ücretli ülkeler tarafından karşılanmaktadır. Alman hazır giyim pazarı için 2024 yılında Çin, Bangladeş ve Türkiye en önemli tedarikçi ülkeler arasında başta gelmektedirler. Ancak teknolojik gelişmeler, üretim alanlarının Avrupa'ya geri taşınacağına işaret etmektedir.

Madencilik

Almanya petrol ve maden cevheri bakımından büyük ölçüde dışa bağımlı bir ülkedir. Ülke taş kömürü, linyit kömürü ve tuz kaynaklarına sahip olmakla birlikte, genel olarak metal-mineral kaynakları açısından yoksuldur.

Almanya'nın en büyük doğal kaynağı olan kömür uzun yıllar boyunca Federal Almanya endüstrisi için ekonomik büyüme ve kalkınmanın öncüsü olmuştur. Ancak Federal Almanya 2018 yılı sonunda son taş kömürü ocağını kapatıp üretimi durdurmuştur. Bu karar üretim maliyetlerinin ithalat maliyetleri ile kıyaslandığında çok yüksek kalmasından, konuya ilişkin devlet teşviklerinin giderek azalmasından ve taş kömürü çıkarılmasının doğaya verdiği zarardan kaynaklanmıştır.

Federal Alman Kömür Komisyonu'nun 2019 tarihli raporuna göre, kömür ve linyit ülkenin enerji kaynaklarının %20'sinden fazlasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda, Almanya, dünyanın en büyük linyit kömürü üreticisi konumundadır. Taş kömürüne oranla yüzeyde bulunan ve daha çok karbondioksit oranına sahip linyit kömürü, büyük çoğunlukla ülkenin batı ve doğusunda, özellikle Kuzey Ren - Vestfalya, Saksonya ve Brandenburg eyaletlerinde çıkarılmaktadır. Linyit kömürünü uzak mesafelere taşımak ekonomik olmadığından önemli miktarda linyit, santrallerde elektrik üretiminde kullanılmaktadır. Dolayısıyla tesisler ürünün çıkarıldığı alanın yakınında konumlandırılmıştır.

Ülkede çıkartılan taş kömürü ise daha çok Kuzey Ren - Vestfalya ve Saarland'da bulunmaktadır. Almanya'da halen 83 milyar ton taş kömürünün ve 36 milyar ton linyitin bulunduğu tahmin edilmektedir. Linyit yataklarına kıyasla taş kömürü yatakları daha derinde yer almaktadır ve taş kömürünün toprağın altından çıkartılma maliyeti malın ithalat maliyetinin üstündedir. Bu nedenle, rezerv açısından zengin olmasına rağmen taş kömürü artık tümüyle Rusya, ABD ve Avustralya gibi ülkelerden ithal edilmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

2023 yılında Almanya'da 102,1 milyon ton linyit kömürü (-%21,9), 1,6 milyon ton petrol (-%3,7), 4,8 milyar m³ doğalgaz ve petrol (-%12,2) çıkarılmıştır. 232 milyon ton ile en önemli mineraller kumlar ve çakıllar olmuştur. 203 milyon ton ile doğal taşlar ikinci sırada gelmektedir ve bu ikisi Almanya'nın maden üretiminin %80'ine tekabül etmektedir. Bu azalışın başlıca sebepleri inşaat sektöründeki durgunluk ve enerji fiyatlarındaki artışlar olarak görülmektedir. Buna rağmen 2023 senesinde Almanya, Çin'den sonra en büyük linyit kömür üreticisi konumundadır. Potasyum tuzu üretiminde de Almanya dünyada dördüncü büyük üretici konumundadır. 2023 yılında ülke toplam ithalatının %15,8'ini (216,2 milyar avro) enerji hammaddeleri, metaller ve demir dışı metaller teşkil etmiştir. Bir önceki yıla göre bu rakam %9,3 oranında düşmüştür. Enerji hammaddeleri bakımından %36 ile petrol birinci, doğalgaz %23,6 ile ikinci ve kömür %19,8 ile üçüncü sırada yer almaktadır.

2024 yılında Almanya doğalgaz ihtiyacının %96'sını ithal ederek karşılamıştır. Bunun %48'i Norveç'ten, %25'i Hollanda'dan ve %18'lik kısmı Belçika'dan ithal edilmiştir. Demir dışı metallerin %92,4'ü Avrupa'dan temin edilmesine karşın, metallerin sadece %51,6'lık kısmı Avrupa menşelidir. Değer olarak en önemli ithalat ülkeleri Hollanda (26,2 milyar Avro), ABD (15,6 milyar Avro), Belçika (14,1 milyar Avro) ve Norveç (10,2 milyar Avro) olmuştur. Rusya'dan ithalat değeri %90 azalarak 2,6 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir. Diğer taraftan, Hollanda ve Belçika gibi ülkeler yukarıdaki maddeleri Avrupa dışından ithal edip Almanya'ya ihraç ettiklerinden, bu ürünler aslında Avrupa menşeli değillerdir.

Petrol %36'lık pay ile Almanya'nın en önemli enerji kaynağı olmuştur. 2023 senesinde petrol ithalat değeri 95 milyar Avro olarak gerçekleşmiş olup, petrol en çok ABD (18,4), Norveç (17,9), Kazakistan (11,3) ve Libya'dan (11,4) tedarik edilmiştir. Almanya'nın 16 milyon tonluk petrol yatakları bulunmakta, 44 adet petrol çıkarma tesisinde üretim yapılmaktadır. Doğalgaz %23,6 ile ülkenin ikinci büyük enerji kaynağıdır. Almanya'nın 19,3 milyar m³ doğal gaz rezervi bulunduğu düşünülmektedir ve %99'u Aşağı Saksonya eyaletinde bulunmaktadır. Ülkede 69 adet üretim tesisi bulunmaktadır.

Almanya 2023 senesinde 114,2 milyar Avro değerinde mineral ve enerji hammaddeleri ihraç etmiş ve bir önceki seneye göre ihracatı %15,6 oranında azalmıştır. İhracatın %71,1'i metaller, %25,7'si enerji hammaddeleri ve %3,3'ü demir dışı metallerden oluşmuştur.

Kömür, %19,8'lik pay ile Almanya'nın en önemli üçüncü enerji kaynağıdır. Almanya'nın 2023 yılı kömür ihracatı 366,4 milyon Avro, ithalatı ise 12,3 milyar Avro civarında gerçekleşmiştir. Sektörde istihdam edilen kişi sayısının ise hâlihazırda 20.000 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Günümüzde ise iklim değişikliği, hava kirliliği, artan sağlık ve çevresel faktörler de kömür kullanımının azaltılmasını gerektirmiştir. Nitekim kömür ve linyitin ülkedeki karbondioksit gazı emisyonu içerisindeki payının %39 oranında olması, diğer ülkelerin yanı sıra Almanya'nın da bu sektöre ekonomik anlamda bağımlılığının azaltılması hususunu gündeme getirmiştir.

2018 yılında ülkede söz konusu yapısal değişimin ekonomi ve istihdama etkilerini azaltmak amacıyla bir Kömür Komisyonu kurulmuştur. Anılan komisyonun en önemli görevi, 2038 yılına kadar ülkenin kömür bağımlılığını azaltacak politikaların belirlenmesine yönelik kapsamlı bir yol haritası oluşturmak ve ülkenin kömür ekonomisinden yenilenebilir enerji

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

ekonomisine geçişinin kolaylaştırılmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, Almanya'nın karbondioksit salınımına ilişkin olarak üstlendiği küresel sorumlulukların yanı sıra, 2030 yılında ülkede elektrik üretiminin saatte 630 teravata kadar yükselebileceği de tahmin edilmektedir. Öte yandan, linyit ve taş kömüründen sağlanan elektrik üretim kapasitesinin, söz konusu rakamın üçte birini bile karşılamayacağı hesaplanmakta olup, bu açığın yenilenebilir enerji kaynakları olan rüzgâr ve güneş enerjisi ile kapatılması ülke gündemindedir.

Diğer taraftan, Rusya Federasyonu ve Ukrayna arasında Şubat 2022'den bu yana devam eden savaş nedeniyle, Rusya Federasyonu'na enerji alanında bağımlılığı yüksek olan Almanya'da kömür ve linyit gibi enerji kaynaklarının yeniden kullanılması ya da bunların tamamen terkedilmesinin ertelenmesine yönelik tartışmalar yeniden başlamıştır. 1 Eylül 2022 itibariyle Rusya'dan yapılan doğalgaz ithalatı tamamen durdurulmuştur.

Almanya fosil yakıtlı kömür santrallerini 2030 yılında kapatmayı planlamaktadır. Daha önce bu hedef en geç 2038 olarak belirlenmiştir. Kömür kullanımını azaltma Almanya'nın enerji sisteminde büyük değişiklikleri de beraberinde getirecektir. Ülkede, hâlihazırda elektriğin üçte birinden fazlası kömürden elde edilmektedir.

Bu kararla 280 milyon ton linyit kömürü ve aynı miktarda karbondioksit salınımından tasarruf edilmesi beklenmekte olup, Paris Anlaşması'nın uzun vadeli sıcaklık artışını 1,5 °C sınırlı tutmak için büyük bir adım olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte yenilenebilir enerji ve hidrojen projelerine destek miktarları arttırılacaktır. Diğer taraftan Almanya'nın enerji ihtiyacında Rusya-Ukrayna savaşı nedeniyle yaşanabilecek sıkıntıları önlemek amacıyla daha önce 2022 yılının sonunda kapatılması öngörülen iki adet 600 megawatlık linyit kömür santrallerinin 2024 yılına kadar kullanılması kararı alınmıştır ve halen kullanılmaktadır.

Otomotiv

2024 yılında Almanya otomotiv sektöründe (yan sanayi hariç) yaklaşık 773.000 kişi istihdam edilmiştir. Sektörün varlığı büyük ölçüde ihracata bağlıdır. Bu nedenle, ülke uluslararası pazarlardaki rekabetçi konumunu korumaya önem vermekte ve dünyanın lider otomotiv üreticisi olmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte, alternatif güç aktarma organları ve bağlanabilirliğe (connectivity) yönelik gelişmeler sektörde radikal bir değişime yol açmaktadır. Değer zincirinin önemli bölümlerinin farklı ülkelerde üretilmesi, koronavirüs pandemisi ve küresel ticaretteki kırılganlığın bir sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik durgunluk, Alman otomotiv endüstrisini zorlamaktadır.

Gergin ekonomik duruma rağmen otomotiv endüstrisi 2023 yılında yerli üretimden elde ettiği ciroyu 558,1 milyar Avro'ya yükseltmiştir. Toplam cironun % 70'i uluslararası, % 30'u Avro bölgesindeki satışlardan kaynaklanmıştır.

Cirodaki artış tüm üretici gruplarına yayılırken, motorlu taşıt ve motor üreticileri % 11'lik artışla 451,8 milyar Avro'ya ulaşarak en güçlü ciro artışını gerçekleştirmiştir. Araç gövdesi, üst yapı ve treyler üreticileri geçen yıl cirolarını 14,4 milyar Avro'ya yükseltmiştir. Tedarikçiler 2023 yılında bir önceki yıla kıyasla % 9'luk bir satış büyümesi kaydetmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Önceki yıllarda olduğu gibi 2024 yılında da motorlu taşıtlar ve motorlu taşıt parçaları 262 milyar Avro ve toplam Almanya ihracatındaki %16,9'luk pay ile Almanya'nın en önemli ihraç malları olmuştur.

2024 yılında Almanya ve ABD arasında 253 milyar Avro değerinde ithalat ve ihracat yapılarak, Federal İstatistik Ofisi'ne göre 2024 yılında Almanya'nın en önemli ticaret ortağı ABD olmuştur. İkinci ve üçüncü sırada 246 milyar Avroluk ticaret hacmiyle Çin Halk Cumhuriyeti ve 203 milyar Avroluk dış ticaret cirosuyla Hollanda yer almıştır.

2024 yılında Almanya'dan 135 milyar Avro değerinde yaklaşık 3,4 milyon yeni binek otomobil ihraç edilmiştir. 2023 yılına kıyasla bu miktar hacim açısından ihracatta %2,5'lik bir artışı temsil etmektedir. Federal İstatistik Ofisi'ne göre, en büyük alıcı ülke, ihraç edilen tüm yeni araçların %13,1'lik payıyla Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Birleşik Krallık (%11.3) ve Fransa (%7.4) ikinci ve üçüncü sırada yer almıştır.

2024 yılında Almanya'ya toplam 1,8 milyon yeni binek otomobil ithal edilmiştir. 2023 yılına göre ithalat hacmi bakımından %11,5 oranında azalmıştır. İthal araçların %40,3'ünü benzinli motor %24,4'ünü dizel motor %22,0' sini hibrit araçlar ve %13,3'ünü elektrikli araçlar oluşmaktadır.

Almanya binek otomobil pazarı 2023 yılında yüzde 7 oranında büyüyerek 2,8 milyonun biraz üzerinde yeni tescil ile pazar hacmine ulaşmıştır.

2025 yılı Şubat ayında tescil edilen yeni araç sayısı 203.434 adet ile geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık %6,4 oranında azalmıştır. Ocak ayı ile karşılaştırıldığında da düşüş eğilimi görülmekte olup, yaklaşık 4.000 daha az araç tescil edilmiştir. 19.534'ü plug-in hibrit olmak üzere 77.687 araç hibrit, 56.911 araç benzinlidir. Buna ek olarak, yeni tescil edilen dizel araç sayısı 32.116'dır. 2025 yılı Şubat ayında 35.949 adet elektrikli binek otomobil tescil edilmiş olup; bu rakam geçen yılın aynı ayına göre % 30.8 daha fazladır.

Uluslararası Motorlu Taşıtlar Üreticileri Örgütü'nün (OICA) verilerine göre, Almanya 2023 yılında dünya otomobil üretiminde Çin Halk Cumhuriyeti, Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Hindistan ve Güney Kore'den sonra 6 ncı sırada yer almaktadır. Otomobil satışlarında ise, Almanya Çin Halk Cumhuriyeti, Hindistan, Japonya ve Amerika Birleşik Devletleri'nden sonra 5 inci sırada bulunmaktadır.

Almanya e-mobilite pazarında ön saflarda yer almamaktadır. Gerek hükümet tarafından bütçe sorunları nedeniyle elektrikli araç üreticilerine ve tüketicilerine sunulan teşviklerin ertelenmesi ve kaldırılması gerekse üretim maliyetleri açısından Almanya'nın Çin'in otomobil endüstrisi ile rekabet etmesi mümkün değildir. Sektör tarafından hükümetin koyduğu elektrikli araç hedeflerine tereddütle yaklaşılmakta ve ülkenin pil teknolojisini geliştirme çabalarına rağmen, Tesla ve bazı Çinli üreticiler gibi küresel rakiplerin hızını yakalamanın ve dışa bağımlılığı azaltmanın kolay olmadığı değerlendirilmektedir.

Hizmet Sektörleri

Çoğu gelişmiş ülkede olduğu gibi, hizmet sektörü Alman ekonomisinin de temel yapıtaşlarından birisidir. Ülkenin GSYİH'sına yıllık katkısı yaklaşık %70,6 olup ayrıca işgücünün

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

%75,5'i hizmet sektöründe istihdam edilmektedir. Sektör, 2023 yılında yaklaşık 34,6 milyon kişiye istihdam sağlamıştır. Şirketlerin %80'i ise hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Geçtiğimiz yıllardaki büyüme esas olarak işle ilgili hizmetlere yönelik güçlü bir talepten kaynaklanmıştır.

Hizmet sektörü; inşaat sektörü, toptan ve perakende sektörü, lojistik sektörü, danışmanlık sektörü, finansal hizmetler, otel ve yemek sektörü, emlak sektörü, sağlık hizmetleri, yaratıcı sektör, eğitim ve kamu hizmetler gibi maddi olmayan mallarla ilgili tüm ticari faaliyetleri kapsamaktadır.

Özellikle bilgi odaklı hizmetler, Alman brüt katma değerinin yaklaşık yüzde 30'unu oluşturmakta ve Alman ekonomisi üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir. BT hizmetleri, araştırma ve geliştirme, lojistik ve iletişim endüstrileri daha fazla büyüme için yüksek bir potansiyele sahiptir. Yaratıcı endüstriler gittikçe önem kazanmakta ve Almanya'daki yaş yapısındaki demografik eğilim, hanehalkı desteği ve sağlık hizmetleri için güçlü bir talep gerektirmektedir.

Hizmet ticaretinin, ulusal ekonomilerin gelirlerine giderek daha fazla katkıda bulunmasına rağmen hizmetlerin sağlanması sürecinde yasal düzenlemeler hâkim olmaktadır.

Özellikle dil engelleri, ulusal kanunlar ve yönetmelikler, hizmet alanındaki uluslararası ticaretin önündeki başlıca engeller olmaya devam etmektedir. Bu nedenle, Alman Federal Hükümeti ikili anlaşmalar, Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) ve AB hizmetler direktifinin uygulanması yoluyla bu engellerin kaldırılmasını desteklemektedir.

Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre 2023 yılında Almanya 407 milyar dolar hizmet ihracatı ve 470 milyar dolar hizmet ithalatı gerçekleştirerek, dünya hizmet ihracatında %5,5'lik ve dünya hizmet ithalatında %7'lik bir paya sahip olmuştur. Avrupa Birliği içinde Almanya hem ihracat (%15,1) hem de ithalatta (%19,4) ilk sırada yer almaktadır. Bu kapsamda, Almanya 2023 yılı hizmet ihracatında dünyada üçüncü sırada ve hizmet ithalatında ise dünyada ikinci sırada yer almaktadır. En fazla küresel ulaşım ve turizm sektörlerinde faaliyet gösteren Almanya, 2022 verilerine göre hizmet ihracatını %18,4 oranında ABD'ye, %8,4 oranında İsviçre'ye ve %4,9 oranında Lüksemburg'a, hizmet ithalatını ise %12,5 oranında ABD'den, %5,8 oranında İrlanda'dan ve %4,9 oranında İsviçre'den gerçekleştirmiştir.

Alman Federal İstatistik Ofisi (DESTATIS) tarafından açıklanan verilere göre 2024 senesinde Almanya'da hizmet sektörü cirosu (geçici, takvim ve mevsim etkilerinden arındırılmış) bir önceki yıla göre reel olarak %0,1 nominal olarak ise %3 artmıştır.

Finansal hizmetler bakımından, Almanya birçok ülkeye kıyasla, birden fazla finansal merkeze ev sahipliği yapmaktadır. Bu çerçevede, Avrupa'daki en büyük pazar olan Almanya, Avrupa Birliği'ne giriş kapısı niteliği taşımaktadır. Avrupa Birliği sistemi, finansal hizmet sağlayıcılarının herhangi bir birlik ülkesinde yerleşik olması durumunda yaklaşık 450 milyon tüketicinin bulunduğu tüm üye ülkelere giriş kolaylığı sunmaktadır. Finansal hizmetler, yüksek sermaye yeterlilik oranı ve düşük seviyedeki batık ya da sorunlu krediler sebebiyle pandemide görece güçlü bir pozisyonda kalmıştır.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Lojistik

Lojistik sektörü Alman ekonomisinin temel direklerinden biri olup otomotiv sanayi ve ticaretinden sonra üçüncü büyük ekonomik sektör olarak kabul edilmektedir. Almanya, Avrupa'nın merkezinde yer alması, son derece gelişmiş bir altyapıya sahip olması ve lojistik teknolojisinde lider bir konumda bulunması sayesinde lojistik pazarını uluslararası alanda rekabetçi kılmaktadır. Sektör, 2023 yılında yaklaşık 327 milyar avro ciro elde ederken, 2024 yılı tahminleri bu rakamın 331 milyar avro civarına çıkacağını göstermektedir. Ekonomik duruma, jeopolitik gelişmelere ve sektörün daha fazla dijitalleşmesine bağlı olarak 2025 yılında yaklaşık 335-340 milyar avroluk ılımlı bir satış büyümesi beklenmektedir.

3,3 milyondan fazla çalışanı ile lojistik sektörü önemli bir istihdam kaynağıdır. Sektör, taşımacılık, nakliye, depolama, elleçleme ve paketleme gibi alanları kapsamaktadır. Sektörün cirosunun yaklaşık yarısı uzmanlaşmış lojistik hizmet sağlayıcıları tarafından üretilirken, geri kalan kısmı ise nakliye sektöründe (sanayi ve ticaret) faaliyet gösteren şirketler tarafından üretilmektedir.

Bu alanda en büyük paya ulaştırma sektörü sahipken, bunu depolama ve nakliye hizmetleri takip etmektedir. Satış büyümesinin itici güçleri olarak ise e-ticaret, küreselleşme, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik faktörleri ön plana çıkmaktadır.

Sektörün Almanya genelindeki durumuna bakıldığında, Almanya'nın ihracatının yüzde 16'sını, ithalatının ise yüzde 22'sini gerçekleştiren Kuzey Ren-Vestfalya'nın (NRW) lojistik sektöründe ön plana çıktığı görülmektedir. Kuzey Ren-Vestfalya ile birlikte, Bavyera ve Baden-Württemberg eyaletlerinin de önde gelen lojistik bölgeleri olduğu, bu eyaletlerin büyük lojistik şirketlerinin yaklaşık yarısına ev sahipliği yaptığı görülmektedir.

Almanya genelinde Deutsche Post (DHL), DB Schenker ve Dachser firmalarının bu sektörde büyüklükleri, küresel erişimleri ve yenilikçi güçleri ile öne çıktığı görülmektedir. Ayrıca, Rhenus ve Kühne + Nagel gibi orta ölçekli yapılar ve Otto Group'a ait e-ticarette güçlü lojistik firması Hermes, paket servis sağlayıcısı GLS Deutschland, gıda lojistiği uzmanı Logistics GmbH gibi firmalar da sektörü şekillendirmektedir.

Almanya lojistik sektöründe Dünyanın ileri gelen üyelerinden biri olması haricinde bu konuda ayrıca trend belirleyici ülkelerdendir. Dijitalleşme ve yapay zekanın iş süreçlerine dahil edilmesi, rota optimizasyonu, öngörücü bakım ve envanter yönetimi için yapay zekanın (YZ) kullanımı gittikçe artmaktadır. Ayrıca dijital platformlar ve arayüzler tedarik zincirinde şeffaflığı ve verimliliği artırmaktadır. Nitelikli işçi açığını kapatmak ve maliyetleri düşürmek için otomasyonlu depolar, otomasyon güdümlü araçlar (AGV'ler) ve envanter kontrolü için kullanılan dronlar sektörde giderek daha önemli hale gelmektedir.

Şirketler giderek daha fazla elektrikli ve hidrojenli araçlar gibi alternatif güç kaynaklarına ve yenilenebilir yakıtlara (örneğin nakliyede LNG) yönelmekte ve daha verimli rota planlaması yaparak maliyetleri azaltmaya çalışmaktadır. E-ticaretin perakende içerisindeki payının gittikçe artması ve hızlı teslimatlara olan talebin devam etmesi ile özellikle şehirlerde parsel lojistiği ve mikro lojistik alanında lojistik hizmetlerine olan talep de artmaya devam etmektedir. Bu

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

sebeple şirketler arasında dijital yük borsaları aracılığıyla kapasiteleri daha iyi kullanmak ve maliyetleri paylaşmak için iş birliği yapılması giderek daha önemli hale gelmektedir.

Teknoloji, Almanya'daki lojistik sektörünün geleceği için önemli bir faktördür. Nesnelerin interneti (IoT), blockchain, otonom sürüş, veri analitiği, talep tahminlerini iyileştirmeye ve tedarik zincirlerini dinamik olarak uyarlamaya yardımcı olan Big Data gibi uygulamalar firmalar için gittikçe önem kazanmaktadır

Almanya'daki lojistik sektörü uyguladığı yenilikler kadar son yıllarda bazı zorluklarla da karşı karşıyadır. Bu zorlukların başında nitelikli işgücü açığı gelmektedir. Nitelikli işgücü problemi, özellikle şoförler, sevk görevlileri ve BT uzmanlarında artan açık ve demografik değişim nedeniyle her yıl daha da kötüleşmektedir. Bunları bertaraf etmek için firmalar yapay zeka ve otomasyonu iş süreçlerine dahil etmeye ve personellerinin verimliliklerini artırmaya yönelik eğitimlere özel bir önem vermektedir.

Öte yandan, CO_2 vergisindeki artış (2025'te ton başına 45 avrodan 55 avroya) ve kamyonlar için geçiş ücretlerindeki artışlar, işletme maliyetlerini attırmakta, maliyetin müşterilere tam olarak yansıtılamaması nedeniyle firmaların kar marjları daralmaktadır. Ayrıca, özellikle karayolları ve demiryollarındaki ulaşım ağlarının eski veya sıkışık olması lojistik sektöründeki verimliliği düşürmektedir. Trafik sıkışıklığı, şantiyeler ve altyapıya yetersiz yatırım yapılması gerek ticaret gerekse lojistik sektörü firmalarınca yoğun şekilde eleştirilmektedir.

Son olarak, Tedarik Zinciri Durum Tespiti Yasası (LkSG) ve CO_2 azaltımına ilişkin AB direktifleri gibi daha sıkı çevre düzenlemeleri şirketlerin bürokratik yüklerini artırmaktadır. Son dönemde firmaların dijitalleşmeye yatırım yapmaları ile siber güvenlik açıkları da yeni bir tehdit olarak doğmuştur. Dijitalleşme arttıkça siber saldırı riski de artmaktadır ki pek çok küçük ve orta ölçekli işletmenin bu tehditlere karşı yeterli hazırlığının olmadığı gözlemlenmektedir.

Lojistik sektörünün özel bir alanı olan deniz lojistiği de, özellikle ülkenin güçlü ihracat odaklılığı nedeniyle Alman ekonomisinin merkezi bir bileşenidir. Yıllık cirosu yaklaşık 50 milyar avroyu bulan ve 400 bine yakın çalışanı bulunan denizcilik sektörü, Almanya'nın en önemli ekonomik sektörlerinden biridir. Sektör, deniz taşımacılığı, liman işletmeciliği, gemi inşa, lojistik hizmetleri ve deniz teknolojisi gibi alanları kapsamaktadır. Alman limanları, özellikle Hamburg, Bremerhaven ve Wilhelmshaven, küresel ticaretin önemli merkezleri olup her yıl milyonlarca ton malın elleçlendiği limanlardır.

Almanya'nın kuzeyinde bulunan limanlar ve nakliye şirketlerindeki doğrudan işlerin yanı sıra, sektör tedarikçi sektörlerinde, lojistik hizmetlerinde ve teknolojide çok sayıda dolaylı iş yaratmaktadır. Almanya'nın Avrupa'daki merkezi konumu ve Elbe ve Ren gibi iç su yollarına bağlantılar da dahil olmak üzere iyi gelişmiş altyapısı, deniz lojistiğinin küresel pazarlar ile Avrupa iç bölgeleri arasındaki bağlantı rolünü güçlendirmektedir.

Almanya'nın ihracat ve ithalatının yaklaşık yüzde 30'unun limanlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi deniz lojistiğini ekonominin omurgası haline getirmektedir. 2023 yılında Alman limanlarında yaklaşık 276 milyon ton yük elleçlenmiştir. Konteyner trafiğindeki artış ve e-ticaretin giderek önem kazanmasıyla birlikte 2025 yılında yaklaşık 280-285 milyon tona ılımlı bir büyüme beklenmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Almanya'da deniz lojistiğinde de genel lojistik sektöründeki gibi dijitalleşme, otomasyon, sürdürülebilirlik, intermodalite, e-ticaret ve konteyner lojistiği gibi çeşitli trendlerin ortaya çıktığı görülmektedir. Örneğin Hamburg Limanı, süreçleri optimize etmek amacıyla dijital platformlar ve arayüzler (örneğin Liman Topluluk Sistemleri), limanlar, nakliye şirketleri ve iç bölge taşımacılığı arasındaki koordinasyonu iyileştirmek üzere "smartPORT" sistemini hayata geçirmiştir. Yine Hamburg'daki Altenwerder Konteyner Terminalinde verimliliği artırmak ve personel eksikliğini telafi etmek amacıyla otomasyonlu terminaller ve liman tesislerini izlemek için dronların kullanımının giderek daha önemli hale geldiği görülmektedir. Hapag-Lloyd gibi nakliye şirketleri düşük emisyonlu gemilere ve alternatif yakıtlara önemli yatırımlar yapmaktadır. Ayrıca boş yolculukları azaltmak ve CO_2 dengesini iyileştirmek amacıyla deniz, demir ve kara yolu taşımacılığının birbirine bağlanmasının yoğunlaştırılması amacıyla Intermodalite uygulamaları yaygınlaştırılmaktadır. Öte yandan, artan çevrimiçi ticaret, konteyner taşımacılığına olan talebi arttırmaktadır. Bu, bir yandan Alman limanlarının iş hacmini artırırken, diğer taraftan şirketler kapasitelerini buna göre ayarlamak zorunda kalmaktadır.

Bu aşamada teknolojinin deniz lojistiğinin de temel itici gücü haline geldiği görülmektedir. Konteyner ve gemilerdeki sensörler gerçek zamanlı takip ve durum izleme olanağı sunarak tedarik zincirinde şeffaflığı artıran IoT (Nesnelerin İnterneti), yük belgelerini güvenli ve verimli bir şekilde yönetmek için giderek daha fazla kullanılan blockchain, kıyı taşımacılığı alanında yavaş yavaş test edilen otonom gemiler, rota planlamasını, terminal operasyonlarını ve yük yönetimini optimize eden AI uygulamaları, halihazırda AIDA gibi yolcu gemilerinde kullanılmaya başlanan alternatif tahrik uygulamaları bunlara ilişkin bazı örneklerdir.

Almanya'da deniz lojistiği, 2025 yılında verimliliği, rekabet gücünü ve sürdürülebilirliği etkileyen çeşitli zorluklarla de karşı karşıyadır. Lojistik sektörünün tamamında olduğu gibi, özellikle teknik mesleklerde (örneğin gemi teknisyenleri) ve BT sektöründe (örneğin dijital liman çözümleri için) nitelikli çalışan açığı bulunmaktadır. Demografik değişim bu sorunu daha da kötüleştirmektedir. Birçok liman, güncel olmayan altyapı ve sınırlı kapasiteyle boğuşmaktadır. Bazı limanları genişletmek yönünde çalışmalar olmakla birlikte (örneğin JadeWeserPort, Wilhelmshaven) iç bölgelerdeki bağlantılardaki (demiryolu ve karayolu) darboğazlar hala bir engel teşkil etmektedir. Ayrıca CO_2 vergisi (2025'te ton başına 55 avro) ve artan enerji maliyetleri nakliye şirketlerini ve liman operatörlerini zorlarken AB'nin CO_2 azaltımına yönelik hedefleri (Fit for 55) ve ulusal gereklilikler, sektörü düşük emisyonlu teknolojilere yatırım yapmaya zorlamaktadır. Bununla birlikte LNG (sıvılaştırılmış doğal gaz) veya hidrojen gibi alternatif yakıtlara geçiş maliyetli olup, altyapısı henüz tam olarak oluşturulmamıştır. Son olarak ABD ile Çin arasındaki gibi ticaret anlaşmazlıkları ve bölgesel krizler (örneğin Kızıldeniz'deki) küresel tedarik zincirlerini aksatmakta ve Alman nakliye şirketleri için belirsizliği arttırmaktadır.

Deniz lojistiği yalnızca ticari değil politik ve jeostratejik anlamda da Almanya için büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda, Federal Kabine tarafından 2017 yılında kabul edilen Denizcilik Gündemi 2025 stratejisi, Almanya'nın bir deniz lokasyonu olarak güçlendirilmesini

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

amaçlamakta, araştırma, dijitalleşme ve sürdürülebilir teknolojilerin teşvik edilmesi gibi tedbirleri içermektedir.

Son dönemde çıkarılan AB direktifleri ile de AB, örneğin 2024'ten bu yana nakliyeyi emisyon ticaret sistemine (AB ETS) entegre ederek karbonsuzlaştırmayı teşvik etmekte ve nakliye şirketlerinin filolarını dönüştürmeleri yönündeki baskıyı arttırmaktadır.

Almanya limanlarının altyapı sorunları son dönemde konunun tarafları bakımından sıkça dile getirilmektedir. Federal hükümet, 2030 yılına kadar limanların ve iç bölge bağlantılarının genişletilmesine yaklaşık 5 milyar avro yatırım yapmayı planlamaktadır. Elbe Nehri'nin derinleştirilmesi veya JadeWeserPort'un genişletilmesi gibi projeler de burada merkezi öneme sahiptir. Ancak bu yatırımların yeterli olmaktan uzak olduğu deniz lojistiği firmalarınca sıkça dile getirilmektedir.

Almanya deniz lojistiğinde, Almanya'nın en büyük limanının operatörü olan Hamburg Eyaleti'nin şirketi Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA), merkezi Hamburg'da bulunan, 2023'te yaklaşık 28 milyar avroluk satış rakamına ulaşacak dünyanın önde gelen konteyner nakliye şirketlerinden biri olan Hapag-Lloyd, Bremerhaven odaklı, otomotiv ve konteyner sektörlerinde güçlü bir lojistik hizmet sağlayıcısı Bremer Lagerhaus-Gesellschaft (BLG), Almanya'nın giderek önem kazanan tek derin su limanı JadeWeserPort büyüklük bakımından ilk sıralarda gelmektedir.

Almanya'da uluslararası intralojistik çözümleri ve süreç yönetimi fuarı olan 'LogiMAT' (Stuttgart), lojistik, mobilite, BT ve tedarik zinciri yönetimi alanında dünyanın lider ticaret fuarından olan 'transport logistic' (Münih), taşımacılık ve intra-lojistik alanında dijitalleşme ve inovasyona odaklanan ticaret fuarı ve konferansı 'Logistics Summit' (Düsseldorf), şirketlerin, kuruluşların ve enstitülerin kapılarını açarak lojistik süreçlerine ilişkin bilgi verdiği ülke çapında bir etkinlik olan 'Tag der Logistik' (Hamburg), Alman Lojistik Birliği'nin (BVL) fuar, konferans ve network fırsatlarını bir araya getiren yeni formatı 'BVL Supply Chain CX' (Berlin) lojistik alanındaki önemli önemli etkinlikler olarak öne çıkmaktadır.

Ayrıca konteyner taşımacılığı, liman lojistiği ve deniz taşımacılığı da dahil olmak üzere deniz lojistiğine odaklanan 'transport logistic' (Münih), deniz lojistiği, gemi inşa ve liman yönetimi fuarı 'Shipping Technics Logistics (STL)' (Kalkar), deniz lojistiği, liman yönetimi ve tedarik zinciri yönetimine odaklanan konferansların düzenlendiği 'Hamburger Logistiktage' (Hamburg), gemi inşa, makine mühendisliği ve deniz teknolojisi alanında dünyanın lider ticaret fuarı olan 'SMM Gemi İnşa, Makine ve Deniz Teknolojisi Fuarı' (Hamburg), BVL'nin konferanslar ve sergiler içeren, deniz lojistiğine de odaklanan yıllık etkinliği 'Alman Lojistik Kongresi' (Deutscher Logistik-Kongress - DLK) etkinlikleri de deniz lojistiği alanındaki önemli etkinliklerdir.

Turizm

Ekonomik büyümenin ve istihdamın önemli unsurlarından biri olarak değerlendirilen turizm sektörü, DESTATIS (Federal İstatistik Ofisi) tarafından yapılan hesaplamalara göre yaklaşık 124 milyar Avro gelir yaratarak Almanya'daki katma değerin %4'ünü oluşturmuştur.Turizmde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı 2,8 milyona ulaşmıştır ki bu da

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

istihdam edilen tüm kişilerin % 6'sından fazlasını kapsamaktadır. Diğer taraftan, 2020 ve 2021 yıllarında, pandemi sebebiyle gecelik konaklama sayısı yaklaşık 300 milyon iken, 2024 yılında bu rakam 496,1 milyona ulaşmış; seyahatler için yılda yaklaşık 330 milyar Avro harcanmıştır.

2024 yılında özellikle uzun mesafeli seyahatler ve gemi turları yeniden talep görmüş , harcamalar yaklaşık %6 artarak 83,4 milyar Avro'ya ulaşmıştır. 68,3 milyon kişi beş gün veya daha fazla süren uzun tatil seyahati gerçekleştirmiştir. Tüm seyahatlerin %77'si yurt dışı paket tatiller, gemi turlarının yanı sıra tur operatörü satışları %6,7 artış göstererek 39,8 milyar Avro'ya yükselmiştir. Berlin şehri, 12 milyon turistle en çok ziyaret edilen şehir olurken, bu şehri sırasıyla Münih ve Hamburg takip etmektedir.

Almanların yurt dışında en popüler seyahat güzergâhları Akdeniz'dedir. İspanya (özellikle Mayorka), İtalya ve Türkiye Alman tatilcilerin ilk üç favori güzergâhıdır.

Almanya'da yaklaşık bir milyon odaya sahip 30.000'e yakın otel bulunmaktadır. 2023 yılı sonunda odaların ortalama fiyatı (gecelik) 113 Avro ve ortalama doluluk oranı % 65,1'dir.

2024 yılında misafirlerin geceleme sayısı %1,8 artışla 496,1 milyona yükselmiş olup, 85,3 milyon yabancı turistin gecelik konaklama sayısı 2022 yılına kıyasla %23,4 oranında artış göstermiştir.

Turizmde en yüksek paya paket tatiller sahip olmakla birlikte, yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından özellikle dört büyük online platform olan AirBnB, Booking.com, TripAdvisor ve Expedia üzerinden 2024 yılında toplam 39,8 milyar Avro satış yapılmıştır. 22,0 milyar Avro değerinde seyahat rezervasyonu yapılmış olup, satışların % 31,4'ü iş seyahatlerinden kaynaklanmaktadır.

Bilişim ve İletişim Teknolojileri

Almanya'da bilişim ve iletişim teknolojisi (BİT) sektörü oldukça gelişmiş olup Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise en güçlü dijital ekonomilerinden biri olarak kabul edilir. Almanya dünya pazarında ABD, Çin, Japonya ve Birleşik Krallık 'tan sonra beşinci sırada yer almaktadır. BIT sektörü, Almanya'nın güçlü endüstriyel üretiminde ve dış ticaretinde büyük bir rol oynamaktadır. Ülke, yapay zeka (AI), büyük veri, bulut bilişim, nesnelerin interneti (IoT), siber güvenlik ve yazılım geliştirme gibi alanlarda önemli yatırımlar yapmaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler hem inovasyonun itici gücü hem de BİT ve güvenlik sektörlerinde uluslararası pazarlarda "Made in Germany" markası ile yenilikçilik, kalite ve güvenilirlik alanlarında iyi bir algıya sahiptir. Her geçen gün daha fazla uluslararası şirket Almanya'ya yerleşmeye karar vermektedir. Microsoft, Apple, Dell, Adobe, IBM, Oracle ve SAP gibi uluslararası firmalar Almanya'da büyük pazar paylarına sahiptir.

Almanya'nın bilişim ve yazılım sektöründe, yapay zeka da ön plana çıkmaktadır. Ülke, yapay zeka ve makine öğrenimi alanlarında araştırma ve geliştirme çalışmaları yürütmekte ve bu teknolojileri kullanarak endüstriyel süreçlerin verimliliğini artırmaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü 2024 yılında 99.900 firma, 1,48 milyon çalışan ve 222 milyar avroluk ciro ile Almanya'da dijitalleşmenin temel itici güçlerinden biridir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Almanya'da BİT sektör cirosunun 149 milyar Avroluk kısmını bilgi teknolojileri (tüketici elektroniği dahil), 73 milyar Avroluk kısmını ise iletişim teknolojileri oluşturmaktadır.

Son derece yenilikçi yapısıyla bilgi ve iletişim teknolojisi sektörü, Almanya'da genel ekonomik büyümeye ortalamanın üzerinde katkı sağlayan sektörlerden biridir. BIT sektöründe genel olarak yıllık cironun %5'i AR-GE harcamalarına ayrılmaktadır.

2025 tahmini verilerine göre dünyadaki diğer ülkelerin pazar payları karşılaştırıldığında, bilgi ve iletişim teknolojisi sektöründe gerçekleştirilen cironun yaklaşık %4,1'inin Almanya tarafından yapılacağı öngörülmektedir. İlk sırada %38,8'lık bir pay ile ABD, 2. sırada %11,0'lık bir pay ile Çin Halk Cumhuriyeti ve üçüncü sırada %4,6'lık Japonya gelmektedir.

Almanya'nın, 2023 yılında, bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet ihracatı 41,1 milyar avro iken, hizmet ithalatı 53,6 milyar avro civarındadır. BİT hizmet ihracatının 37,7 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi ve 3,4 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi oluşturmaktadır. BİT hizmet ithalatının 49,8 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi ve 3,8 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi oluşturmaktadır. 2023 yılı BİT hizmet dış ticareti verileri 2022 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %3 oranında, ithalatta ise %2 oranında bir artış olduğu görülmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojisi ile tüketici elektroniği donanım (ürün- hardware) ihracat ve ithalat verilerine bakıldığında, 2023 yılında toplamda 42,8 milyar avro ihracat gerçekleşirken, 72,9 milyar avro tutarında ithalat gerçekleşmiştir; donanım ihracatının 19,9 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 17,4 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 8,8 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. Donanım ithalatının 38,1 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 29,1 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 5,5 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. 2023 yılı donanım dış ticareti verileri 2022 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %6 ve ithalatta %10 oranında bir azalma olduğu görülmektedir.

BİT donanımı ve tüketici elektroniği ihracatının en çok yapıldığı ülkeler arasında Fransa birinci sırada yer alırken, onu ABD, Hollanda, Polonya ve Çin Halk Cumhuriyeti izlemektedir. İthalat söz konusu olduğunda, Çin Halk Cumhuriyeti 1. sırada yer alırken Vietnam, Tayvan, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan Almanya'nın en büyük ticaret ortakları olarak ortaya çıkmaktadır.

Üretimi otomasyon ve bağlantılı sistemler aracılığıyla yükseltmeye odaklanan Endüstri 4.0'a yönelik çalışmalar devam etmektedir. Siber suç ve siber casusluk tehdidi artmaktadır. Almanya'da siber güvenlik ile ilgili ilk şirketler 1980'li yılların sonunda kurulmaya başlamış, 1990'lu yıllarda ve 2000'li yılların başında Almanya'da siber güvenlik şirketlerinin kurulması hızlanmıştır. 2007-2009 yıllarında yaşanan kriz döneminde ise bu alanda aktif olan şirketlerin kurulması durmuş ve tekrar 2014 yılından sonra tekrar canlanmıştır. 2015 yılından itibaren bu alanda faaliyet gösteren pek çok şirket kurulmuş, yine 2015 yılında yürürlüğe giren BT Güvenlik Yasası piyasanın daha da canlanmasını sağlamıştır.

Almanya'da BİT sektörü, aynı zamanda işletmeler ve bireyler için birçok fırsat sunmaktadır. Ülkede birçok girişimci, yenilikçi teknolojilerin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

için çalışmaktadır. Bunlar arasında yazılım geliştirme şirketleri, siber güvenlik şirketleri, mobil uygulama geliştiricileri ve yapay zeka uzmanları yer almaktadır.

Müteahhitlik

Almanya, müteahhitlik sektöründe dünya genelinde önde gelen ülkelerden biridir. Ülkenin inşaat sektörü, yüksek kaliteli ve sürdürülebilir binaların inşa edilmesi konusunda uzmanlaşmıştır. Almanya'da inşaat sektörü, özellikle ticari binalar, konutlar, endüstriyel tesisler, enerji verimliliği projeleri ve altyapı projeleri alanında faaliyet göstermektedir.

Almanya'da inşaat sektörü, ülke genelinde binlerce küçük ve orta ölçekli işletmenin yanı sıra, birkaç büyük inşaat şirketine de ev sahipliği yapmaktadır. Bu büyük şirketler arasında Hochtief, Bilfinger, Zueblin, Max Boegl, Strabag ve Ed. Züblin yer almaktadır. Almanya'daki inşaat şirketlerinin % 88,3'ünde 20 kişiden daha az çalışan bulunmaktadır ve bu şirketler cironun % 29,3'lük kısmını gerçekleştirmektedir. Bu firmalar ağırlıklı olarak konut yapımı ile iştigal etmektedirler. Buna karşın, büyük cirolar % 10'luk dilimdeki büyük firmalar tarafından yapılmaktadır. Şirketlerin büyüklüğü arttıkça, konut yapımına olan ilgi de azalmaktadır. İnşaat sektöründeki şirketlerin %0,4'ü işgücünün %14'ünü istihdam etmekte ve cironun %21'ini üretmektedir.

Almanya'nın müteahhitlik sektörü, yüksek kaliteli işçilik, yenilikçi teknolojiler, çevre dostu uygulamalar ve sürdürülebilirlik konusunda öncüdür. Ülke, özellikle yeşil ve sağlam binaların inşası ve yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımı gibi konularda örnek teşkil etmektedir. Küresel ölçekte de faaliyet gösteren Alman müteahhitler, dünya genelinde birçok büyük inşaat projesine imza atmaktadır. Bunlar arasında yüksek binalar, köprüler, tüneller, havaalanları, limanlar ve endüstriyel tesisler gibi büyük projeler yer almaktadır.

Almanya'da inşaat sektörü çeşitli ekonomik faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri, 2023 yılında düşüş gösteren ve Almanya'yı resesyona sürükleyen GSYİH'dir. Alman ekonomisi ve dolayısıyla inşaat sektörü, COVID-19 pandemisi ve Ukrayna savaşı nedeniyle devam eden krizlerden etkilenmiştir. Tedarik sıkıntıları, hammadde eksikliği, artan enerji maliyetleri, yüksek faiz oranları ve kalifiye iş gücü sıkıntısı, maliyetlerin ciddi şekilde artmasına yol açmıştır. Son olarak, inşaat sektörü fiyatları 2023 yılında bir önceki yıla kıyasla yaklaşık yüzde 15 oranında artış göstermiştir. Sektörde fiyatların düşmesi beklenmemekle birlikte, en fazla enflasyon oranına uyum sağlanması öngörülmektedir.

Bunun yanı sıra, sektörde giderek daha fazla önem kazanan çevre ve sürdürülebilirlik unsurları, dijitalleşmenin artışı, teknolojik gelişmeler ve nüfus artışı gibi eğilimler de inşaat sektörünü etkilemektedir. Krizlerden ve bu gelişmelerden en çok etkilenen alan ise konut inşaatıdır. Geçtiğimiz yıl yaklaşık 250.000 yeni konut inşa edilmiştir. Böylece, Federal Hükümetin her yıl 400.000 yeni konut inşa etme hedefi, önceki yıl olduğu gibi yine gerçekleştirilememiştir.

Krizlere rağmen Almanya'daki inşaat sektörü son dönemde artan ciro ve sürekli büyüyen bir inşaat hacmi kaydetmeyi başarmıştır. Ancak uzmanlar, önümüzdeki dönemlerde ciro rakamlarının durağan seyredeceğini öngörmektedir. Avrupa kıyaslamasında Almanya, inşaat yatırımları açısından lider konumda olup, 2023 yılında inşaat sektörüne 486 milyar avronun

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

üzerinde yatırım yapmıştır. Şirketlerin yatırım yapma istekliliği, inşaat sektöründeki ekonomik gelişmelerin önemli bir göstergesidir ve artan inşaat talebi ile hafif bir rahatlama eğilimine işaret etmektedir.

2023 yılında Alman inşaat sektörü, yurtdışından yaklaşık 40 milyar avro değerinde sipariş almıştır. Olumlu bir diğer gelişme ise inşaat sektöründeki şirket sayısının artmaya devam etmesidir. Almanya'nın en önemli inşaat şirketi, 2023 yılında yaklaşık 27,8 milyar avroluk inşaat hacmine ulaşan Hochtief AG'dir.

İnşaat sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 2023 yılında bir önceki yıla kıyasla yalnızca hafif bir değişim göstererek yaklaşık 2,65 milyon seviyesinde gerçekleşmiştir. Böylece, Almanya'daki toplam istihdamın yaklaşık %5,8'i inşaat sektörüne ait olmuştur. Çalışanların büyük bir kısmı bina inşaatı alanında istihdam edilmiştir.

İnşaat sektöründe tam zamanlı çalışanların oranı yıllardır yavaş bir düşüş eğilimi göstermektedir. Son olarak, sektördeki çalışanların %87'si tam zamanlı istihdam edilmiştir. Kadın çalışan oranı ise yaklaşık %13 seviyesinde olup, diğer sektörlerle kıyaslandığında oldukça düşük kalmaktadır.

İnşaat sektörü, son yıllarda yaşanan krizlerin de etkisiyle kalifiye eleman sıkıntısı yaşamaktadır. Avrupa genelinde yapılan bir karşılaştırmaya göre, Alman şirketlerinin yaklaşık %40'ı iş faaliyetlerinin kalifiye iş gücü eksikliğinden etkilendiğini belirtmiştir. Bu oran, Almanya'yı AB ortalamasının üzerine çıkarmaktadır.

İnşaat faaliyeti, özellikle yeni konut inşaatlarında düşüş göstermektedir. Öte yandan, mevcut inşaat tadilatları hem konut hem de konut dışı inşaatlarda dengeleyici bir etki yaratmaktadır. Kamu inşaatlarına olan talep artmaktadır.

Alman Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü (DIW Berlin) tarafından yapılan hesaplamalara göre, 2023'teki inşaat hacmi, fiyatlara göre ayarlandıktan sonra yüzde bir oranında azalmıştır. Bu da inşaat faaliyetlerinin üst üste ikinci yıl düştüğü anlamına gelmektedir. Reel inşaat hacmi, inşaat fiyatlarındaki önemli artışın bir sonucu olarak 2022 yılında zaten %2,2 oranında düşmüştü.

Özellikle yüksek faiz oranları inşaat talebini baskılamaktadır. Bu durum özellikle konut inşaatlarını etkilemektedir. İnşaat ve malzeme fiyatlarındaki artışla birlikte, yüksek faiz oranları konut inşaatı için en büyük riski oluşturmaktadır.

Mevcut konut inşaatı projeleri dengeleyici bir etkiye sahiptir. Yeni inşaatlardaki düşüşün vasıflı işgücünün mevcudiyetini artırması muhtemeldir. Enerji fiyatlarındaki önemli artış, konut sahiplerini binalarını daha enerji verimli hale getirmek için yenilemeye teşvik etmektedir. DIW Berlin, 2023 yılı için yaptığı tahminlerde, mevcut konut inşaatlarında nominal olarak %7'lik bir artış öngörmektedir. Ancak reel anlamda, yüksek fiyat seviyesi %0,7'lik bir eksi ile sonuçlanacaktır.

Ticari inşaat yatırımları, zayıf genel ekonomik gelişme ve yüksek faiz oranlarından etkilenmeye devam etmektedir. Bu durum, ihracat odaklı Alman sanayisinde üretim ve depolama alanı talebini olumsuz etkilemektedir. Buna karşılık, demiryolu ağına yapılan

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

yatırımların ticari inşaat mühendisliğine olumlu bir ivme kazandırması beklenmektedir. Bu nedenle ticari inşaatın 2023 yılında durgunlaşması ve 2024 yılında hafif bir artış göstermesi beklenmektedir.

İnşaat fiyatlarındaki artış kamu inşaatları için oldukça sorunludur. Fiyat artışlarına kısa vadede tepki vermek neredeyse imkansızdır. Sonuç olarak, mevcut projelerin sonlandırılması ve planlanan projelerin iptal edilmesi gerekmiştir. Kamu inşaat hacminin yaklaşık %57'sini oluşturan yerel yönetimlerin bu durumdan özellikle etkilenmesi muhtemeldir. Bununla birlikte, ertelenen projelerin artık giderek daha fazla hayata geçirilmesi olasıdır. Belediye altyapısının 166 milyar avroluk bir yatırım açığı olduğu tahmin edildiğinden buna acilen ihtiyaç duyulmaktadır. Zorlu koşullara rağmen, kamu sektörünün reel inşaat hacminin 2024 yıllarında artması beklenmektedir.

Sağlık ve Medikal Sektörü

Alman sağlık sisteminde; yerel hükümetlerin kontrolündeki hastaneler, belediye hastaneleri, üniversite hastaneleri, dini vakıfların (kilise) hastaneleri ve bağımsız özel hastaneler olmak üzere beş farklı hastane türü bulunmakta olup ve ülke düzenlemelerine göre bunlardan son ikisinin “özel hastane” tanımına karşılık geldiği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan, Almanya’da mukim herkes için sağlık sigortası zorunludur ve genel prensip itibarıyla, sağlık sigortası kapsamındaki temel sağlık hizmetleri ücretsizdir. Zorunlu sağlık sigortası kuruluşları için genel olarak “sağlık sandığı” ve “sağlık sigortası kuruluşu” olarak tercüme edebileceğimiz “Krankenkasse” tabiri kullanılmaktadır. Bunun dışında, yüksek gelir grubundakiler için “özel sağlık sigortası” yaptırılması da mümkündür.

Ülkedeki bütün yerleşikleri kapsayan sağlık sigorta kuruluşu (Krankenkasse) uygulamasında, tüm temel sağlık giderleri bütün hastane tiplerinde, herhangi bir farklılık arz etmeksizin karşılanmakta, bu bağlamda bu kuruluşlarla anlaşması olan özel hastaneler ile kamu hastaneleri arasında herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

Sağlık sigortası kuruluşlarının her branşta ödemeyi uygun görmedikleri bazı kalemler bulunabilmekte, bu kalemler tedavi öncesi hastaya bildirilmekte, kapsam dışı olan tedavi yahut malzemelerin uygulanması ile ilgili karar hastaya bırakılmakta, kabul etmesi halinde hasta yalnızca bu uygulamadan doğan farkı ödemektedir. Öte yandan, sağlık sigortası kuruluşları ile anlaşması bulunmayan çok az sayıda özel hastane de bulunmakta, bu hastanelerdeki tedavi giderleri tamamen hastanın kendisi tarafından karşılanmaktadır. Ancak bu tür özel hastanelerin sistem içindeki istisna olarak kabul edilmesi yerinde olacaktır.

2024 yılı resmi istatistiklerinegöre Almanya’da yaklaşık 498 milyar avro seviyesinde sağlık harcaması gerçekleştirilmiş olup, bu meblağ GSMH’nın yaklaşık %12,8‘ine tekabül etmektedir Federal Almanya, OECD 2022 yılı kişi başına düşen sağlık harcamaları istatistiklerinde ABD ve İsviçre’den sonra 3. ülke olarak yer almaktadır. Pandemi koşullarındaki yoğun sağlık harcamaları akabinde, toplam sağlık harcamaları eski seviyelerine gerilemiş olup, 2024 yılında Almanya’da kişi başı ortalama sağlık harcaması 5939 avro seviyesinde gerçekleşmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Sağlık sektörü, sağlık hizmetinin temini ve medikal mal ticareti olarak 2 ana koldan oluşmaktadır. Almanya, 2024 yılı istatistiklerine göre, 1874 hastane sayısıyla yurtdışından gelen hastalara sağlık hizmeti sunulması bakımından oldukça iyi bir konumda bulunmaktadır. 2024 yılında toplamda 17,2 milyon hastaya sağlık hizmeti verilen ülkede sağlık hizmeti alan yabancı sayısı yaklaşık 175.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Sağlık turizmi konusunda gerek Almanya'da ikamet eden vatandaşlarımızın gerekse de Alman ve/veya Almanya'da ikamet eden kişilerin ülkemizde sağlık hizmeti alması açısından Almanya oldukça önemli bir ülke konumundadır.

Sağlık sektörünün bir alt kırılımı olarak değerlendirilen eczacılık ürünlerinin ticaretinde Almanya dünyanın en büyük ülkelerinden biri konumundadır. 2024 yılında 114 milyar avro tutarında eczacılık ürünü ihraç eden F. Almanya, 71,8 milyar avro tutarında da eczacılık ürünü ithalatı gerçekleştirmiştir. Eczacılık ürünleri konusunda Türkiye'nin en çok ithalat gerçekleştirmekte olduğu ülkelerden birisi de yine F. Almanya'dır. 2024 yılında Türkiye Almanya'dan 900 milyon avro eczacılık ürünü ithalatı yapmıştır.

E-Ticaret

Almanya'da e-ticaret sektörü son yirmi yılda ekonominin merkezi bir bileşeni haline gelmiştir. Almanya'da e-ticaret B2C (işletmeden tüketiciye), B2B (işletmeden işletmeye) ve C2C (tüketiciden tüketiciye) gibi çeşitli segmentleri kapsamakta olup ve satışların en büyük payı B2C sektöründen gelmektedir.

Almanya, yüksek internet yaygınlığına (yüzde 90'ın üzerinde), gelişmiş bir lojistik altyapısına ve büyük bir iç pazara sahiptir. Bununla birlikte ülke, 406.000 çevrimiçi mağazayla (2023 itibarıyla) Avrupa e-ticaretinde güçlü bir varlığa sahip olsa da İngiltere'nin (700.000 mağaza) ve ABD'nin (2,5 milyon mağaza) gerisinde kalmaktadır.

Küresel sıralamada satış hacimleri bakımından altıncı sırada yer alan Almanya, küresel e-ticarette önemli bir konuma sahip olmasına rağmen lider pazarlar olan Çin ve ABD'nin gerisinde kalmaktadır. Dünya çapındaki e-ticaret satışları 2023 yılı itibariyle yaklaşık 5,6 trilyon dolara ulaşmıştır (eMarketer). Bu rakamın 2025'te 6,9 trilyon doların, 2028'de ise 8 trilyon doların üzerine çıkması öngörülmektedir. Çin, Alibaba ve JD.com gibi devlerin yönlendirdiği 1 trilyon doların üzerinde bir satış hacmine sahipken (küresel e-ticaret satışlarının yaklaşık yüzde 40'ı), Amazon'un hakimiyeti altındaki ABD'de satışlar yaklaşık 904,9 milyar dolardır. E-ticaret cirosunda, Birleşik Krallık küresel satışların yaklaşık yüzde 4,8'ini (yaklaşık 268 milyar dolar), Japonya yaklaşık yüzde 3'ünü (yaklaşık 168 milyar ABD doları), Güney Kore yaklaşık yüzde 2,5'unu (yaklaşık 140 milyar ABD doları), Almanya ise yaklaşık yüzde 1,8-2'sini (yaklaşık 105 milyar ABD doları) temsil etmektedir (Statista, 2023).

Almanya e-ticaret sektöründe satışlar sürekli büyüme göstermektedir. Sektörde yalnızca yüksek enflasyon ve belirsizlikler nedeniyle 2022 ve 2023 yıllarında satışlarda düşüş görülmüştür (Federal E-Ticaret ve Posta Siparişi Ticareti Birliği'ne (bevh), göre 2023'te mal ticaretinde %11,8). 2023 yılı itibariyle B2C e-ticaret satışları yaklaşık 85,4 milyar avroya ulaşmış olup (Alman Perakendeciler Birliği, HDE), Federal E-Ticaret ve Posta Siparişi Ticareti Birliği (bevh), e-ticaret malları için farklı hesaplama yöntemlerinden (brüt ve net) dolayı biraz daha düşük bir değer olan 79,7 milyar avro olarak bildirmiştir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

2024 yılı itibariyle HDE tahminlerine göre e-ticaret sektöründeki satışlar yaklaşık yüzde 3,5'luk artış ile yaklaşık 88,4 milyar avroya yükselmiştir. HDE, 2025 yılı için satışlarda yüzde 3'lük nominal artış beklemekte ve B2C e-ticaret satışlarını yaklaşık 91 milyar avro olarak tahmin etmektedir. Statista gibi diğer kaynaklar ise tüketici güveninin gelişmesine ve teknolojik yeniliklere bağlı olarak bu miktarın 108 milyar ABD dolarına (döviz kuruna bağlı olarak yaklaşık 100 milyar avro) kadar çıkabileceğini öngörmektedir.

Almanya'da online perakendede en yüksek satışların yapıldığı kategoriler giyim (B2C satışlarının yaklaşık yüzde 20'si), elektronik ve telekomünikasyon (yaklaşık yüzde 22) olup, bunları ev eşyaları, gıda ve eğlence ürünleri takip etmektedir.

Almanya'nın tartışmasız en büyük online pazar yerleri, brüt mal hacmi (GMV) ve erişimlerine göre değerlendirildiğinde Amazon.de'dir. Amazon, 2023 yılında yaklaşık 15,8 milyar avroluk net satış geliriyle satışla pazara hakim konumdadır. Almanya'da e-ticaret satışlarının yaklaşık yüzde 60'ının Amazon (pazaryeri ve kendi satışları) üzerinden gerçekleştiği, platformun aylık ziyaret sayısının ise 400 milyon civarında olduğu bilinmektedir. Hamburg merkezli Otto.de, Amazon'a en büyük yerel alternatif konumundadır. Özellikle moda ve yaşam tarzı sektörlerinde güçlü olan Otto, 2023 yılında yaklaşık 4,2 milyar avroluk çevrimiçi satış gerçekleştirmiş ve aylık yaklaşık 59,8 milyon ziyaret kaydedilmiştir. Yaklaşık 7,5 milyar avroluk (2022) GMV ve 20 milyon aylık kullanıcıyla eBay, özellikle fırsat avcıları ve C2C işlemleri için önemini korumaktadır. Moda platformu Zalando.de ise 2023 yılında Almanya'da yaklaşık 2,51 milyar avroluk satış gerçekleştirmiştir ve aylık 34,5 milyon ziyarete sahiptir. Aylık 21,2 milyon ziyaretçi ile Etsy, el yapımı ürünler için niş bir pazar yeri olarak istikrarlı bir şekilde büyümektedir. Hood.de (10 milyondan fazla müşteri) gibi niş pazar yerleri de önemli alternatifler arasında yer almaktadır.

Almanya'da B2B e-ticaret de, şirketlerin tedarik ve satış için dijital platformları kullanmasıyla hızla büyümektedir. Bu kategoride Amazon'un işletmelere yönelik bir uzantısı olan Amazon Business'ın, küresel satışları 25 milyar doların üzerindedir (2023). Geniş ürün yelpazesi ve etkin lojistiği sayesinde Almanya'da da lider B2B pazaryeri konumundadır. Küresel B2B devi Alibaba.com, özellikle Asya'dan ithalat konusunda Almanya'da kendine yer edinmiştir. Şirketler için tedarik çözümlerine odaklanan en büyük Alman B2B platformu olan Mercateo (Unite) ofis malzemelerinden endüstriyel malzemelere kadar geniş bir ürün yelpazesi sunmaktadır. KOBİ'ler ve endüstriyel şirketler arasında popüler olan elektronik ve teknoloji ürünleri konusunda uzmanlaşan Conrad Electronic, moda, aksesuar ve sürdürülebilir ürünler alanında güçlüdür. Bağımsız markalar ve perakendeciler için bir B2B pazar yeri olan Ankorstore da diğer önemli B2B pazar yerleridir.

Statista'nın 2023 yılında yaptığı bir araştırmada Alman B2B şirketlerinin yüzde 35'inin kendi pazaryerlerini işlettiği ve yüzde 48'inin de bunu yapmayı planladığını ortaya koymuştur.

E-ticarette B2C alanında Amazon hemen hemen tüm kategorilerde mevcuttur ve çoğunlukla ilk temas noktasıdır, ancak Zalando (moda) veya Shop-Apotheke (ilaç) gibi uzmanlaşmış pazaryerleri, uzmanlıkları ve müşteri sadakati sayesinde kendi niş pazaryerlerinde avantajlara sahiptir. Almanya'da sektörel bazda güçlü pazar yerlerine bakıldığında Zalando.de'nin giyim ve ayakkabı; Otto.de'nin mobilya, moda ve aksesuar, geniş

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

yelpazede ev aksesuarları; Westwing.de'nin tasarım ve dekorasyon ürünleri; Amazon.de, Thalia.de ve Buch.de'nin kitap; Ikea.de uygun fiyatlı mobilya ve ev eşyaları; Hornbach.de, Obi.de ve Azamon.de'nin kendin yap ve hırdavat; Shop-Apotheke.de, DocMorris.de ve Apotheke.de'nin ilaç; Douglas.de, Flaconi.de ve Zalando.de'nin kozmetik ve güzellik kategorilerinde en güçlü oyuncular oldukları görülmektedir.

Alman e-ticaretinde tüketici davranışı, dijitalleşme, koronavirüs salgını ve enflasyon gibi ekonomik faktörlerin etkisiyle son yıllarda dinamik bir şekilde gelişmiştir. 2023 yılında internet kullanıcılarının internetten alışveriş yapan oranı yüzde 85 civarındadır (Statista). Özellikle pandemi sürecinde birçok tüketicinin davranışı fiziksel mağazalardan online alışverişe kaymıştır. Satın alma gücündeki artışa rağmen fiyat-performans oranı Alman tüketiciler için önemini korumaktadır. Deloitte'un (2024) yaptığı bir araştırmaya göre, Almanların yüzde 67'si özellikle gıda ve hızlı tüketim malları olmak üzere çevrimiçi alışveriş yaparken fiyata dikkat etmektedir. Sürdürülebilirlik de Alman tüketicileri önem verdiği bir başka konudur. Tüketicilerin yüzde 51'i sürdürülebilir ürünlere veya teslimat seçeneklerine değer vermektedir. (Manhattan Associates, 2023). Bölgesel e-ticaret ve çevre dostu ambalajlar tercih edilmektedir.

Amazon'un Alman online pazarında yüzde 50'nin üzerinde hakimiyeti olması daha küçük perakendecilerin rekabet etmesini zorlaştıran bir etken olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle moda endüstrisinde yüksek iade oranları kar marjlarını zorlamaktadır. Buna karşılık sektörde yapay zeka, chatbot'lar ve kişiselleştirilmiş teklifler müşteri deneyimini iyileştiren teknolojik uygulamalar, bölgesel ve sürdürülebilir e-ticaretin giderek önem kazanması, çevrim içi market gibi kategorilerin yakaladığı yüksek büyüme sektörde fırsat olarak görülmektedir.

Almanya'da mobil ticaretin çevirim içi ticaretteki payı her geçen yıl artmaktadır. Çevrimiçi alışverişlerin yüzde 50'sinden fazlası akıllı telefonlar aracılığıyla yapılmaktadır. Black Friday ve Cyber Monday gibi promosyon günlerinin (2023'te tahmini harcama: 5,8 milyar avro) öneminin artmaya devam ettiği görülmektedir.

Ayrıca birçok Alman tüketicinin, çevrimiçi ve çevrimdışı alışverişi birleştirdiği görülmektedir. Perakendecilerin yüzde 52'si tüketici esnekliğini yansıtan "mağazadan satın al, çevrimiçi iade et" seçeneğini sunmaktadır. (Metapack/Packlink, 2023).

İade Alman tüketiciler için oldukça hassas bir konudur. Özellikle moda sektöründe iade oranı oldukça yüksek seyretmektedir (yüzde 50'ye kadar). Alman tüketiciler iade kolaylığını oldukça önemli görmektedir. Ayrıntılı ürün açıklamaları ve boyut bilgileri süreci iadesiz şekilde yönetebilmenin anahtarı olarak görülmektedir (PwC, 2023).

Almanya'da e-ticaret kullanıcılarının ortalama yaşı, kaynağa ve bakış açısına bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bununla birlikte, ortalama yaş muhtemelen 40 civarındadır ve genç, teknoloji meraklısı kullanıcılardan, giderek daha fazla çevrimiçi alışverişe yönelen yaşlılara kadar geniş bir yelpazede yer almaktadır. Yapılan araştırmalar 16-24 yaş grubunun yüzde 91'inin internetten alışveriş yaptığını, 25–34 yaş grubunun yüzde 94 ile en fazla online alışveriş yapan grup olduğu, 35-44 yaş grubunun yüzde 90, 45-54 yaş grubunun yüzde 85, 55-64 yaş grubunun yüzde 74, 65+ yaş grubunun yüzde 50 online alışverişi tercih ettiği görülmektedir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Almanya’da e-ticarette tercih edilen ödeme yöntemlerine bakıldığında güven, kolaylık ve gelenekselliğin tercihleri biçimlendirdiği görülmektedir. Ödeme yöntemleri içerisinde PayPal, hesaba para yatırma ve otomatik ödeme yöntemleri öne çıkmakta olup, bunları kredi kartları ve banka havaleleri takip etmekte, dijital cüzdanlar giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

EHI ve Statista’nın 2023 yılında yayınladığı anketlere göre PayPal Almanya’da açık ara en popüler ödeme yöntemidir (Paypal E-ticaret Endeksi 2022). Tüketicilerin yüzde 57'si hız ve güvenlik nedeniyle PayPal’i tercih etmektedir (ecommerce-news). Hesaba dayalı satın alma yaklaşık 30, otomatik ödeme (SEPA) yüzde 18-20, daha pahalı alışverişler ve uluslararası alışverişler için popüler için tercih edilen kredi kartları (Visa/Mastercard hakim) yüzde 19, Klarna gibi ön ödeme veya anında transfer gibi seçenekler yüzde 28’lik pazar payına sahiptir.

Pazar yerlerinin de yönlendirmesiyle Apple Pay ve Google Pay' gibi e-cüzdanların payı ödeme yöntemleri içerisinde hızla artarken (e-ticarette bu yöntemi kullananların oranı yüzde 10-15 civarındadır), kapıda ödeme (yüksek ücretler) gibi geleneksel yöntemlerin gittikçe daha az tercih edildiği görülmektedir. Çevrimiçi mağazalar genellikle farklı hedef kitlelere hitap edebilmek için çok sayıda farklı ödeme yöntemini bir arada sunmaktadır.

Almanların nakliye tercihleri de büyük ölçüde kolaylık, maliyet ve hızdan etkilenmektedir. Manhattan Associates'e (2023) göre tüketicilerin yüzde 77'si eve teslimatın en önemli teslimat hizmeti olduğunu düşünmektedir. DHL bu alanda yüzde 50'nin üzerinde pazar payıyla paket taşımacılığında lider konumdadır. Tıkla ve Al seçeneği yüzde 27'lik paya sahiptir. Bu yöntem esnek ve genellikle ücretsiz olduğu için mağazadan teslim almak tüketicilerce tercih edilmektedir (PwC 2023). Yine DHL gibi Paket İstasyonları da özellikle popülerdir (yüzde 20-25 kullanım oranı), nitekim bunlara açılış saatlerinden bağımsız olarak erişilebilmektedir.

Bu alandaki trendlere bakıldığında ücretsiz kargonun (Amazon prime aboneliği gibi) tüketiciler açısından önemli bir faktör olduğu, birçok tüketicinin, asgari sipariş değeri aşıldığında bunu beklediği (kennersoft.de), acil alışverişlerde ekspres kargo seçeneğinin önem kazandığı, aynı gün teslimat ve CO_2-nötr teslimatlar, sürdürülebilir seçenekler gibi hususların giderek önem kazandığı görülmektedir. Müşterilerin kolay iade beklentisi nedeniyle iade yönetimi e-ticaret firmaları açısından büyük önem taşımaktadır. Teslimat yeri olarak eve teslimat ilk tercih olurken, bunu Click & Collect ve paket istasyonları takip etmekte, odak noktası ise ücretsiz ve esnek seçenekler olmaktadır.

Almanya’da e-ticaret faaliyetinde bulunmak için yasal gerekliliklere bakıldığında işletme kaydı zorunluluğu ön plana çıkmaktadır. Yabancı şirketler, Almanya'da "sürdürülebilir bir ekonomik faaliyet" yürütüyorlarsa, Almanya'da da bir işletme kaydı yaptırmak zorundadırlar (Ticaret Düzenleme Kanunu, Madde 14, GewO). Özellikle Almanya'ya yapılan düzenli teslimatlarda Amazon.de veya Otto.de gibi pazaryerleri üzerinden yapılan satışlar bu kapsama girebilmektedir. Kayıt işlemi Almanya'daki ilgili ticaret ofisinde, çoğunlukla malların ilk teslim edildiği şehirde (örneğin depolama yeri) gerçekleşir. Alternatif olarak, kayıt işlemi vergi temsilcisi aracılığıyla da yapılabilir. Ancak sabit bir yapısı olmayan tek seferlik veya aralıklı satışlar (örneğin özel satış) kayıt gerektirmez.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Telemedya Yasası'nın (TMG) 5. maddesine göre, yabancı şirketler Alman müşterilere hitap ediyorsa, web sitelerinde veya pazaryeri profillerinde bir baskı bilgisi sunmak zorundadır. Bu bilgiler şirket adı ve hukuki biçimi, şirketin adresi, iletişim seçenekleri (e-posta, telefon), varsa KDV Kimlik Numarası ve Alman tüketicilerin erişimine açık olması için baskının Almanca dilinde de mevcut olması gerekir.

AB içinde tüketicilere 14 günlük bir cayma süresi uygulanır (§ 355 BGB). (Kimi Pazar yerleri müşterilerine daha uzun süreli iade hakları tanımaktadır.) Yabancı şirketler Almanca iptal politikasını şart ve koşullarında ve web sitelerinde açıkça belirtmelidir. Bilgilendirme yükümlülüğü kapsamında şirketler KDV dahil fiyatlar, nakliye masrafları ve teslimat koşulları şeffaf bir şekilde belirtilmelidir (§ 246a EGBGB).

Ayrıca e-ticarete konu ürünlerin kendi özellikleri çerçevesinde Alman ve AB güvenlik standartlarına (örneğin CE işareti, Ürün Güvenliği Yasası) uygun olması gerekmektedir. Örneğin, AB'nin 2023/988 sayılı Genel Ürün Güvenliği Tüzüğü kapsamına giren bir ürünün e-ticarete konu edilmesi durumunda, ürünün imalatçısı AB'de yerleşik değilse, üründen sorumlu AB'de yerleşik bir iktisadi işletmecinin (sorumlu kişi) bulunması ve söz konusu kişinin iletişim bilgilerinin de, Tüzükte belirtilen ürüne dair diğer bilgi/uyarı/güvenlik talimatlarıyla birlikte, satış ilanında yer alması gerekmektedir. Özellikle tüketim malları için ambalaj ve talimatların Almanca olması gerekmektedir. Genel gereksinimler haricinde satış yapılacak pazar yerlerinin de özel gereksinimleri olabilmektedir. Örneğin Amazon'da satış için Satıcıların geçerli bir KDV Kimlik Numarasına sahip olması ve LUCID'e kayıt dahil olmak üzere "Ambalaj Yönetmeliği"ne (VerpackG) uyması gerekir. Otto'da satış yapmak için Alman yasal formuna ve Alman KDV numarasına ihtiyacı vardır, ancak küçük işletmeler (Bölüm 19 UStG) bunun istisnasıdır. eBay'de katı gereksinimler bulunmamakla birlikte Alman yasalarına uyum zorunlu olmaya devam etmektedir.

AB dışında bulunan şirketler, Alman müşterilere mal satmaları halinde Almanya'da katma değer vergisi (KDV) kaydı yaptırmak zorundadır. Bu durum özellikle bireysel müşterilere (B2C) yapılan mesafeli satışlar için geçerlidir. AB içinde bu, yıllık 10.000 avro (net) teslimat eşiği aşıldığı anda geçerlidir (2021'den beri AB KDV dijital paketi). AB dışındaki şirketler için İthalat Tek Noktadan Hizmet (IOSS), 150 avroya kadar olan mal teslimatları için KDV işlemlerini basitleştirir. Yine, AB dışındaki ülkelerden yapılan mal ithalatı, IOSS kullanılmadığı takdirde gümrük tarafından tahsil edilen ithalat KDV'sine tabidir.

Almanya'ya yapılan mal teslimatları gümrük kontrollerine tabidir. Değeri 150 avroya kadar olan mallarda gümrük vergisi alınmamakla birlikte, 150 Avro'dan itibaren gümrük tarifeleri ve belgelerin ibraz edilmesi (örneğin ticari fatura, menşe belgesi) gereklidir.

Ayrıca AB dışındaki şirketlerin genellikle Almanya'da KDV işlemlerinden sorumlu bir mali temsilcisi atamak zorunda kaldığı görülmektedir. Mali temsilci, yabancı bir şirketin KDV yükümlülüklerini üstlenen, Almanya'da yerleşik bir şirket veya vergi danışmanıdır. AB ile KDV anlaşması olmayan üçüncü ülkelerden (Türkiye dahil) gelen şirketler, Almanya'da bir mali temsilci atamak zorundadır. Mali temsilci şirket adına KDV beyanını yapar ve vergi yükümlülüklerini üstlenir. Almanya'nın karşılıklı idari yardım ve KDV anlaşması olan bazı üçüncü ülkelerdeki şirketlerin (örneğin Norveç, İngiltere ve İsviçre) mali temsilciye ihtiyacı

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

yoktur. Bir şirket Amazon (FBA), eBay veya Otto gibi platformlar üzerinden satış yapıyorsa ve platform vergiyi ödüyorsa, genellikle KDV'ye kayıt yaptırmaya gerek kalmaz; böylece mali bir temsilciye olan ihtiyaç da ortadan kalkar. Ancak şirket platformlar dışında da satış yapıyorsa veya mallarını Almanya'da depoluyorsa yine de kayıt gerekebilir. AB dışındaki bir şirket Almanya'ya mal ihraç ediyorsa (örneğin Türkiye'den veya ABD'den) ancak Almanya'da herhangi bir depolama veya doğrudan satış gerçekleştirmiyorsa, Alman KDV'sine tabi değildir. Bu durumda KDV Alman ithalatçı veya alıcı tarafından ödenir. Üçüncü ülkeden şirket, AB içindeki sınır ötesi satışlarına ilişkin KDV yükümlülüklerini merkezi olarak yönetmek için basitleştirilmiş bir prosedürdür olan Tek Noktadan Hizmet (OSS) prosedürünü kullanabilir.

2021 yılından bu yana Amazon gibi pazaryeri operatörleri, perakendecilerinin KDV kaçırmasından sorumlu tutulmaktadır. Bu nedenle yabancı satıcıların engellenmemek için belge (örneğin vergi levhası) sunması gerekmektedir. Amazon gibi pazar yerleri uyumluluğu kolaylaştırabilecek kendi programlarını (örneğin “KDV Hizmetleri”) sunmaktadır.

Almanya’da e ticarette başarılı olmak için lojistik ve ödeme süreçlerini iyi yönetmek elzemdir. Şirketler, Almanya'ya yapılacak teslimatların hızlı ve güvenilir olmasını sağlamalıdır. Alman müşteriler genellikle 1-3 günlük teslimat süreleri beklemektedir. Ayrıca iade süreçlerinin basit olması da zorunludur. Birçok pazaryeri Almanya'da bir iade adresi gerektirir ve bu da bir lojistik hizmetinin (örneğin Amazon FBA) kullanılmasını gerektirebilir.

Ödeme sistemleri bakımından Alman müşteriler PayPal'ı, hesaba ödemeyi, otomatik ödemeyi ve kredi kartlarını tercih ettiğinden yabancı şirketlerin rekabette öne geçebilmeleri için bu seçenekleri kendi sistemlerine entegre etmeleri gerekmektedir. Bunların yanı sıra Alman tüketiciler net iletişime değer verir ve Almanca konuşan müşteri hizmetleri esastır. Bu sorun dış kaynak kullanımı veya yerel ortaklarla çözülebilir.

Veri koruması AB’de büyük öneme sahiptir. Genel Veri Koruma Yönetmeliği (GDPR), AB vatandaşlarının verilerini işleyen tüm şirketler için geçerlidir. Almanca gizlilik politikası, çerez afişleri ve reklam izni zorunludur. Rekabet hukuku bakımından Haksız Rekabetin Önlenmesine Dair Kanun (HRM), yanıltıcı reklam veya fiyat bilgilerini yasaklamaktadır. Almanya'da rakiplerden gelen uyarı mektupları yaygın olduğundan, tüm bilgilerin doğru ve şeffaf olması gerekmektedir.

Almanya'ya ambalajlı ürün teslim eden şirketler Ambalaj Yasası (VerpackG) kapsamında LUCID ambalaj siciline kayıt yaptırmalı ve ambalajlarının ikili bir sistem (örn. The Green Dot) aracılığıyla bertaraf edilmesini sağlamalıdır.

Yine 2021 tarihinde yürürlüğe giren Tedarik Zinciri Yasası doğrultusunda 2023 yılından itibaren Alman tedarik zincirleriyle ilişkisi olan şirketler, tedarikçilerinin sosyal ve çevresel standartlara uymasını sağlamak zorundadır. Bu durum dolaylı olarak yabancı e-ticaret perakendecilerini de etkilediğinden firmalar bu yönde gelebilecek taleplere karşı hazır olmalıdır.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER

İş Kültürü

Avrupa'nın merkezindeki konumu Almanya'yı dünya piyasalarına açılma konusunda avantajlı kılmaktadır. Bunun yanında eğitimli nüfusu, ülkenin marka değeri, güçlü lojistik altyapısı, yüksek performanslı karayolu, demiryolu ve telekomünikasyon ağı yurtdışından gelen yatırımcılar için ülkeyi cazibe merkezi haline getirmektedir.

Ülkede Alman yatırımcı için geçerli olan hukuki düzenlemeler, yabancı yatırımcılar için de geçerlidir. Bir başka ifadeyle, yabancı yatırımcılara ilave yükümlülükler getirilmemiştir. Ülkenin sunduğu bu imkanlar, yatırım ve ticaret yapma konusunda yabancı işletmeler için teşvik unsuru olarak değerlendirilmektedir. Bu çerçevede Almanya'da iş yapıyor olmak ülkenin iş kültürü bakımından bazı hususların dikkate alınmasını da gerekli kılmaktadır.

Alman iş kültürü, disiplin ve bir takım ilkelerin ön planda olduğu, esnekliği çok az olan kurallardan oluşmaktadır. Hem iş hayatında hem sosyal hayatta randevu saatine riayet son derece önemlidir. Dolayısıyla, Almanlar katılımcıların toplantılara tam zamanında ve hazırlıklı olarak gelmesini beklerler. Toplantıya katılamayacak ya da geç katılacak kişilerin, bu durumlarını önceden bildirmeleri gerekmektedir.

İş hayatına yönelik planlamaların uzun süreli yapılması nedeniyle, gerek e-posta gerekse telefonla alınacak randevuların minimum birkaç hafta öncesinden ayarlanmasında fayda bulunmaktadır. Randevu talebinde bulunulurken tatil ve festival tarihlerinin dikkate alınması önemlidir.

Almanlar iş yaşamında genelde gündemdeki konuyla ilgili objektif fikir alışverişine önem verirler. İş yerindeki görüşmeler belli bir içeriğe odaklanır, kısa bir girizgahtan sonra asıl konuya gelinir. Teklif ve önerilerinizi destekleyecek mahiyette veri ve dokümanlarla toplantılara katılmanızda fayda vardır. Herhangi bir konuda yapılacak olan abartmalar hoşgörü ile karşılanmamaktadır.

İş bağlantılarına yönelik kontratlar çok ayrıntılı ve özenle hazırlanmaktadır. Kabul edilen her madde garanti altına alınmaktadır. Ayrıca aynı şekilde kontrat içinde kabul edilen her maddenin yerine getirilmesi istenecektir. Alman kültüründe alınan her kural büyük bir ciddiyetle takip edildiğinden, uyulmayacak her durumda kınanma ile karşı karşıya kalınabilir. Bu yüzden Alman toplumunu şekillendiren kurallara karşı duyarlı ve saygılı olmakta fayda vardır. Almanlar kararlarını toplantı sırasında verirler, ancak yine de emniyetli bir şekilde davranırlar. Karar bir kez verildikten sonra değişiklikler kolay olmamaktadır.

Almanya'da iş yapmak isteyenlerin dikkat etmeleri gereken bazı anahtar noktalar şunlardır:

Planlama ve Organizasyon: Almanlar işlerini genellikle titiz bir şekilde planlarlar ve zaman yönetimi konusunda oldukça hassastırlar. Bu nedenle, toplantılara zamanında gelmek ve projeleri zamanında teslim etmek oldukça önemlidir.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Temkinli Olmak: Almanlar genellikle ölçülü ve düşünceli bir şekilde davranırlar. Yüksek sesle ve agresif bir şekilde davranmak yerine, sabırlı ve saygılı bir şekilde davranmak daha uygun olacaktır.

İletişim: Almanya'da işletmelerde direkt iletişim kurmak önemlidir ve kanaat ve değerlendirmeler net biçimde ifade edilir. Almanlar, doğru bilgi ve gerçekçi beklentilerle çalışmaktan hoşlanırlar. İletişimde açık ve anlaşılır bir dil kullanmak önemlidir.

Dürüstlük: Almanya'da iş yaparken dürüstlük oldukça önemlidir. İşletmeler arasında açık bir şekilde konuşmak ve verilen sözleri tutmak, iş ilişkilerinde güveni artırır.

Hiyerarşi: Alman iş kültüründe hiyerarşi oldukça belirgindir. Kararlar genellikle üst yönetim tarafından alınır ve alt kademelerin fikirleri ve görüşleri sadece danışma amaçlı kullanılır.

Özel hayatın saygı görmesi: Almanya'da özel hayat oldukça saygı görür. İşletmeler, çalışanların özel hayatlarına saygı gösterirler ve iş saatleri dışında çalışanları rahatsız etmezler.

Almanya'da iş yapmak için bu anahtar noktalara dikkat etmek, işletme ve iş ilişkilerinde başarılı olmak için önemlidir.

Almanya'daki iş kültürü ile ilgili ayrıntılı bilgilere aşağıdaki internet sayfasından ulaşılabilir: (*https://businessculture.org/*).

Para Kullanımı

Almanya'da ödeme yöntemleri konusunda dikkat etmeniz gereken bazı noktalar şunlardır:

Nakit para: Almanya'da nakit para kullanımı oldukça yaygındır ve her yerde kabul edilir. Ancak, büyük alışverişlerde veya otellerde kredi kartı kullanmak daha uygun olabilir.

Kredi kartı: Almanya'da kredi kartı kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır ve birçok yerde kabul edilmektedir. Ancak, küçük işletmelerde veya marketlerde kredi kartı kabul edilmediği durumlar da olabilir.

Banka kartı: Almanya'da banka kartı (EC-Karte olarak da bilinir) kullanımı oldukça yaygındır ve her yerde kabul edilir. Banka kartı, ATM'lerden para çekmek ve alışveriş yapmak için kullanılabilir.

Ödeme uygulamaları: Almanya'da ödeme uygulamaları giderek yaygınlaşmaktadır. Bunlardan bazıları, Google Pay, Apple Pay, PayPal ve Alipay gibi uygulamalardır.

Çek: Almanya'da çek kullanımı yaygın değildir ve çoğu işletme tarafından kabul edilmez. Bu nedenle, çek kullanmak yerine nakit veya kredi kartı kullanmak daha uygun olacaktır.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

Almanya'da para kullanımı genellikle sorunsuzdur ve çoğu işletme farklı ödeme yöntemlerini kabul eder. Ancak, küçük işletmelerde veya kasaba dışındaki yerlerde nakit para kullanmak daha yaygın olabilir.

Pasaport ve Vize İşlemleri

Almanya seyahati için başvuru yapmak isteyen Pasaport sahibi Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarının ülkeye giriş yapabilmeleri için Almanya vize müracaatında bulunmaları gerekmektedir.

Firmalarımızın Almanya'yı ziyaretlerinde en sık karşılaştıkları sorunlardan bir tanesi de iş insanlarımızın vize temininde karşılaştıkları sorunlardır. Anılan husus Almanya'ya fuara katılmak için gelme talebinde bulunan firmalarımızı da etkilemektedir.

Bunun yanı sıra, vize başvurularında randevuların geç tarihe verilmesi, işlemlerde yaşanan gecikmeler ya da başvuruların zaman zaman reddedilmesi Almanya'ya gelen iş insanlarımızın sıkça karşılaştığı sorunlardandır.

Hususi Pasaport, Hizmet Pasaportu ve Diplomatik Pasaport Hamili Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları 180 gün içerisinde 90 günü aşmayan seyahatleri için Almanya vizesi başvurusundan muaf tutulmaktadır.

Uzun süreli (aile birleşimi, oturum izni, çalışma izni vb.) amaçlarla Almanya'ya seyahat etmek isteyen tüm Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları Almanya vize başvurusunda bulunmakla mükelleftirler. Almanya Schengen Bölgesi'ne üye ülkeler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla T.C. vatandaşları, Almanya vizesi sahibi oldukları takdirde seyahatlerini Almanya'dan başlatmak şartıyla diğer Schengen ülkelerine de Almanya Schengen vizesi ile seyahat edebilmektedirler. Almanya'ya seyahat etmek isteyen kişiler 90 güne kadar olan seyahatleri için Almanya Schengen Vizesi, 90 günden fazla olan seyahatleri için ise Almanya Ulusal Vizesi başvurusu yapmalıdır.

Almanya Schengen Vizesi

Avrupa Birliği (AB)'de 1995'te yürürlüğe giren Schengen Sözleşmesi ile bu Sözleşmeye taraf ülkeler arasında dolaşım serbestisi tanıyan bir bölge oluşturulmuştur. Bu sözleşmeyi imzalayan ülkeler, Schengen Bölgesi dışında kalan ülkelere ilişkin sınır geçişleri için ortak kurallar uygulamaya başlamıştır.

Toplamda 26 ülkeyi kapsayan Schengen Bölgesi; Almanya, Avusturya, Belçika, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa, Hollanda, İspanya, İsveç, İtalya, Liechtenstein, Macaristan, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Polonya, Portekiz, Slovakya, Slovenya ve Yunanistan'ı kapsamaktadır. İsviçre, İzlanda ve Norveç ise AB'ye üye olmadıkları halde özel bir anlaşma aracılığı ile Schengen Bölgesi'ne dahil olmuşlardır.

Schengen Bölgesi'ne üye ülkelere seyahat etmek isteyen kişiler, seyahatlerini vize başvurusunda bulundukları Schengen ülkesinden başlatmak kaydıyla diğer Schengen ülkelerine aynı vize ile seyahat edebilmektedir. Schengen vizesi 90 güne kadar olan seyahatler için geçerlidir.

Almanya Vize Çeşitleri

Almanya'ya seyahat etmek isteyen kişiler, gerçekleştirecekleri seyahatin amacına göre farklı vize türlerine başvurmalıdır. Almanya vizesi, ülkeye yapılacak seyahatlerin süresine göre de ayrı sınıflandırılmaktadır.

Almanya Konsolosluğu tarafından verilen vize çeşitleri aşağıdaki gibidir:

- Almanya Kısa Süreli (C Tipi) Vize: Almanya'ya resmi, turistik, ticari, gelir getiren faaliyet, eğitim, tedavi, ziyaret, gönüllü faaliyet, araştırma, konferansa katılma, spor veya kültürel etkinliğe katılmak amacıyla seyahat etmek isteyen kişileri kapsayan Schengen vizesi "C Tipi" vize kategorisine girmektedir.

- Almanya Ulusal (D Tipi) Vize: Almanya'da kesintisiz olarak 90 günden fazla konaklamak isteyen kişilere (öğrenci, aile birleşimi, çalışma amaçlı) ikamet için verilen vize tipidir. Almanya Ulusal Vizesi (D Tipi vize) başvuruları yalnızca Almanya Konsolosluğu'na ve Almanya Büyükelçiliği'ne birebir başvuru yapılarak alınabilir.

- Almanya Transit Vize (A Tipi Vize): Türkiye´den hareket edip Almanya üzerinden üçüncü bir ülkeye transit geçiş yapacak Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Havaalanı Transit Vize başvurusunda bulunmalıdır. A Tipi Vize sahipleri, havalimanında uluslararası transit bölümünü terk etmeden ve pasaport kontrolünden geçmeden aktarma yapmak suretiyle seyahat ederler

Kayanak: https://tuerkei.diplo.de/tr-tr/service/05-VisaEinreise?openAccordionId=item-2427628-4-panel

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

Almanya'da resmi kuruluşlarda mesai saatleri, genelde, hafta içi her gün sabah 08.00'den akşam 16.00 ya kadardır. Endüstriyel işletmelerin büyük bölümünde ilki 06.00-14.00 saatleri arası ve ikincisi ise 14.00-22.00 saatleri arası olmak üzere çift vardiyalı sistem uygulanmaktadır. Bazı büyük işletmelerde üç vardiyalı sistem de uygulanmaktadır (22.00-06.00).

Almanya'da mesai günleri Pazartesi-Cuma arası olmak üzere beş gündür. Çalışma saatleri ise, özellikle kamu kuruluşlarında değişmekte olup, hizmet binalarının giriş kapılarında, el kitaplarında, internet sayfalarında vb. hatırlatılmaktadır. Özel sektörün erken saatte işe başladığı (genellikle sabah 07.00-08.00) ve akşam saat 17.00 civarında mesainin sona erdirildiği görülmektedir.

Diğer taraftan, birçok firma ve kurum, saat 09.00-17.00 arasındaki katı iş günü yerine, çalışma saatlerini esnekleştirebilmektedir. Ancak, çoğunlukla yeterli sayıda elemanın işyerinde bulunmasının zorunlu olmasını sağlayan bir çekirdek iş saati bulunmaktadır.

F. Almanya'daki resmi tatiller hakkındaki bilgiler aşağıdaki internet sayfaları üzerinden temin edilebilir:

- (https://www.officeholidays.com/countries/germany/2025)
- (*https://www.timeanddate.com/holidays/germany/*)
- (https://publicholidays.de/2025-dates/ https://publicholidays.de/2022-dates/)
- (https://www.holidays-info.com/germany/school-holidays/2025/)

Yerel Saat

Almanya, Orta Avrupa saat diliminde yer alır (CET). Saat dilimi, Fransa veya İtalya gibi diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi, tüm Almanya'da geçerlidir. Almanya'da yaz ve kış saati uygulaması yapılır. Yaz saati ve kış saati uygulamaları arasında bir saatlik fark vardır. F. Almanya'da yaz saati her yıl Mart ayının son Pazar günü başlar. Saatler 02.00'dan 03.00'a ayarlanır. Kış saati her yıl Ekim ayının son Pazar günü başlar. Saatler 03.00'dan 02.00'a ayarlanır.

5. ŞİRKET KURULUŞU ve İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

Şirket Türleri

Şirket Kurma Prosedürleri

Yabancı yatırımcılar, Alman girişimciler gibi bireysel girişimcilik şeklinde şahıs veya sermaye şirketi kurarak veya şube kurarak Alman piyasasında faaliyetlerini yürütebilmektedirler.

Almanya'da işletmeler hukuki açıdan üç farklı şekilde kurulabilmektedir;

- Tek kişilik şahıs şirketi
- Birden fazla ortaklı şahıs şirketi
- Sermaye şirketi

Bir şirketin şekli; kişisel, maddi, vergisel ve hukuksal açılardan farklılıklar arz etmektedir. Alman yatırımcılar için geçerli olan hukuki düzenlemeler, yabancı yatırımcılar için de geçerlilik taşımaktadır. Bir başka deyişle, yabancı yatırımcıların hukuki durumunu düzenleyen ayrı bir kanunun yapılmasına gerek duyulmamıştır. Bununla birlikte yabancı yöneticiler, müdürler ve bireysel girişimciler işe alınma ve oturma izni konularında Yabancılar Hukuku hükümlerine tabi olduklarından, bazı kısıtlamalarla karşılaşmaları mümkündür.

Kendi işini kuran girişimcilerin işletme tarzı olarak sermaye şirketlerini tercih etmesinin en önemli nedeni, sermaye şirketlerinin, kişinin şahsi mal varlığını sorumluluk alanı dışında tutmasıdır. Ortaklar, ticari faaliyetlerde, şirkete ortaklık yaptıkları sermayeleri oranında sorumluluk almaktadır. Ortaklar veya kurucu üyeler sermayeyi temin etmekte olup, şirket yönetimine aktif olarak katılımları zorunlu değildir.

Sermaye şirketlerine örnek olarak GmbH, UG (Unternehmer-Gesellschaft-sınırlı sorumlu), Limited &Co. KG ve AG (Aktiengesellschaft) verilebilir. Diğer sermaye şirketleri olarak,

sermayesi paylara bölünmüş komandit şirkete (Kommanditgesellschaft auf Aktien), kısa adıyla „KgaA“ tarzı şirketleri anmak gerekir.

Şahıs şirketlerini sermaye şirketlerinden ayıran ortak özellik, oluşacak zararların şahsi mal varlığıyla ödenmesidir. Her halükarda şirketi açacak olan şahsın asgari bir sermaye ile başlaması gerekmemektedir. Tek kişilik şahıs şirketlerini, birden fazla ortaklı şahıs şirketlerinden ayıran temel özellik ise, tek kişilik şirket sahibinin aynı zamanda şirketin yöneticisi olmasıdır.

Bu tür, tipik tüccar işletmelerinin aksine, kolektif şirket gibi birden fazla ortaklı şahıs şirketlerinde tek kişi, yalnız başına karar vermez. Ticari bir işlem için karar alınması gerekiyorsa, bütün ortakların onay vermesi gerekir.

Hem şahıs şirketleri hem de birden fazla ortaklı şahıs şirketlerinde kişinin yıllık geliri 24.500 avro altında kalırsa kurumlar vergisi ödemesi gerekmez.

Her iki işletme türünde de asgari bir sermaye zorunluluğu yoktur. İşletme masrafı sermaye şirketlerine kıyasla oldukça düşüktür.

Birden fazla ortaklı şahıs şirketlerine örnek olarak GbR, KG, OHG, PartG ve GmbH & Co. KG. verilebilir.

Almanya'da Şirket Kurmanın Aşamaları:

1. Konuyla ilgili danışman/mali müşavir/(yasal konular için) avukatlık hizmeti veren yetkili kişi kuruluşlarla temasa geçilmesi.
2. Gerekli Birlik/Dernek, temsil yetkisi ve diğer belgelerin hazırlanması,
3. Kurulacak firma adının kabul edilebilir olup olmadığının noter veya yerel Sanayi ve Ticaret Odası'ndan teyidi,
4. Noter işlemleri,
5. Öngörülen sermayenin banka hesabına yatırılması, (Banka hesabı açılmasında yaşanan zorluklar şirket kurma sürecini uzatabilmektedir)
6. İlgili yerel mahkemede (Amtsgericht) Ticaret Siciline kayıt,
7.Yerel Ticaret Dairesine (Gewerbeamt), firma kurma ve Kayıt Sertifikası (Gewerbeanmeldeschein) alımı için başvuru yapılması, (Gıda, ilaç, imalat, finans ve taşımacılık gibi sektörler için özel lisanslar gerekmektedir.)
8. Belediye Ticaret Vergi Dairesi (Gewerbesteueramt) ve yerel vergi dairesine (Finanzamt) kayıt,
9. Firma merkezinin bulunduğu yerdeki Ticaret Odası'na kayıt.

Almanya’da Bir Limited Şirket (Gmbh) Kurulması:

Limited Şirketin (GmbH) hukuki durumu Limited Şirketler Kanunu’nda düzenlenmiştir. Limited Şirket, kuruluşunun ve yapısının basitliği bakımından, faaliyetlerinin riskini Almanya’da yatırdıkları sermaye ile sınırlı tutmak isteyen yabancı girişimciler için hukuki açıdan en uygun şirket şekildir.

Limited Şirket (Gmbh) Kuruluş Şartları:

- Anasermaye en az 25.000,- € olmalıdır.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

- Şirket sözleşmesi noter tarafından tasdik edilmelidir.
- Ticaret siciline kayıt yaptırma zorunludur.

Limited Şirketler kanunu, yönetici veya yöneticilerin Alman vatandaşı olmasını veya Almanya'da ikametgahlarının bulunmasını ya da Almanca bilmelerini şart koşmamaktadır. Ancak Almanca bilgisi denetim hukuku bakımından aranabilir.

Şube Açma Şartları:

Hukuken bağımsız işletme kurulması yanında bağımsız işletme kısımlarının (şubelerin) açılması da mümkündür.

Yasa tarafından düzenlenmemiş olan şube, işletme merkezinden ayrı bir yerde faaliyet gösterir; özel faaliyeti, muhasebesi, bilançosu ve mal varlığı bağımsızlığına işaret eder, kendi yerleşim biriminde faaliyet gösterir ve bağlı bulunduğu bir yetkili mahkeme vardır. Ancak hukuki (tüzel) kişiliği yoktur. Ticari ünvanın merkez işletme ünvanı ile aynı olması gerekmemekle birlikte aradaki ilişkinin anlaşılması mümkün olmalıdır.

Bir şube kurmak isteyen Türk şirketi (Limited Şirket), şubenin faaliyet göstereceği adresin bağlı bulunduğu belediyeye bunu bildirmelidir. Ayrıca şirket, şubeyi kuracağı bölge mahkemesinin ticaret siciline de beyanda bulunmalıdır.

Sosyal Güvenlik Uygulamaları

Alman Sosyal Güvenlik Sistemine ilişkin temel yasalar, toplam 12 kitaptan oluşan Sosyal Kanun'da (SGB-Sozialgesetzbuch/Sosyal Kanun Kitabı) derlenmiştir. Almanya'da sosyal sigortalar sistemi zorunluluk esasına dayanmakta olup devlet tarafından yürütülmektedir.

Almanya sosyal güvenlik sistemi; emeklilik sigortası, işsizlik sigortası, sağlık sigortası, kaza sigortası ve uzun dönem bakım sigortasını kapsamaktadır. Sosyal sigorta kollarının dışında, sosyal yardımlar, vergilerle karşılanan aile yardımları veya emekli ve işsizler için temel güvenceler de mevcuttur (anne-baba parası, konut parası, mesleki eğitim teşvikleri, işsizlik yardımları vb.).

Sosyal güvenlik ya da "sosyal koruma ağının" örgütsel yapısı ise; sigorta kollarının yönetildiği fonlar (kasalar) tarafından oluşmaktadır. Bu fonlar (yerel hastalık fonları, endüstriyel fonlar, kırsal fonlar, denizcilerin fonları, madencilerin fonları, zanaatkarların fonları vb.), "kendi kendine yönetim esasına" dayalı olarak hizmet veren ve yasalarla görevleri belirlenmiş sosyal güvenlik kurumlarıdır.

Ayrıca, sosyal güvenliğin genel olarak planlanmasından ve genel idaresinden sorumlu Bakanlıklar vardır. Bunlar; sağlık sigortası ve uzun dönem bakım sigortasından sorumlu olan Federal Sağlık Bakanlığı; emeklilik, kaza ve işsizlik sigortalarından sorumlu olan Federal Çalışma ve Sosyal İşler Bakanlığı ile aile yardımlarından sorumlu olan Federal Aile, Yaşlılar, Kadınlar ve Gençlik Bakanlığıdır.

Alman sosyal güvenlik sistemi işçi ve işverenden tahsil edilen primlerle finanse edilmektedir. Sadece İş Kazası Sigortası primleri tamamen işverenden tahsil edilmektedir. Bir çalışanın prim yükü, kazancının yaklaşık %20'sidir. Diğer sigorta primleri ise işveren ve işçi arasında yarı yarıya paylaşılmaktadır.

T.C. Ticaret Bakanlığı, 2025

2024 yılı sigorta prim oranlarının dağılımı, aşağıdaki gibidir:

Sigorta Prim Oranlarının Brüt Ücret İçerisindeki Oranı 2024

Sosyal Sigorta	Toplam Prim Oranı (%)	İşçi Payı Sigorta Prim Oranı	İşveren Payı Sigorta Prim Oranı
Hastalık Sigortası	14,60 + X*	7,30 +X/2	7,30+X/2
Emeklilik Sigortası	18,60	9,30	9,30
Kaza Sigortası	-	-	işin risk derecesine göre değişmektedir.
İşsizlik Sigortası	2,60	1,30	1,30
Bakım Sigortası**	3,60	1,80	1,80

***:**Ek prim ortalaması 2,5 (Sigorta Kurumlarının insiyatifindedir)
****:**Çocuksuz kişiler için 0,6 ek prim ile 4,2 oranındadır.
Kaynak: *https://www.lohn-info.de/beitragsberechnung.html*

Almanya'da firmaların çalışanlarına sağlık ve sosyal sigorta yaptırma zorunluluğu bulunmaktadır. Bu bağlamda, her çalışan kendi sağlık sigorta şirketini seçer ve işvereni bilgilendirir. Bunun üzerine, işveren çalışanını elektronik olarak sağlık sigorta sistemine kayıt ettirmek durumundadır.

Bankacılık Mevzuatı

Federal Almanya'nın güçlü sektörlerinden olan finans sektörü, ekonominin bel kemiği olarak değerlendirilmektedir. 2024 yılı itibarıyla Alman bankacılık endüstrisinin toplam varlığı 10 trilyon 912 milyar avro olarak gerçekleşmiştir.

Ülkede bankacılık sektörü üç ana sütun üzerinde kurgulanmıştır: ticari bankalar (Deutsche Bank, DZ Bank, KfW Bank, Commerzbank, Unicredit Bank), kamu bankaları (Sparkassen ve Landesbanken) ve kooperatif bankaları (Volks- ve Raiffeisenbanken). Almanya'nın en büyük özelliklerinden biri, özel bankacılığın Alman pazarının sadece küçük bir kısmını kapsamasıdır. 2023 yılı baz alındığında, Almanya'da faaliyet gösteren 1.403 adet bankanın yaklaşık 230'u özel bankadır.

2023 yılı itibarıyla, Deutsche Bank 1.312 milyar avro tutarındaki toplam varlığı ile ticari bankalar arasında birinci sırada yer almıştır. Landesbank Baden-Würtemmberg ise kamu bankaları arasında 333 milyar avroluk toplam varlığı ile birinci sırada yer almıştır. Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG ise 50,7 milyar avro tutarındaki toplam varlığı ile en önemli kooperatif bankasıdır. Bu dönemde bankacılık sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 538.000'in üzerindedir.

Almanya`daki bütün kredi kuruluşları Berlin`de bulunan Federal Bankacılık Denetim Ofisi tarafından denetlenmektedir. Ayrıca, Almanya`da faaliyet gösteren bankaların Alman Bankalar Birliği isimli bir çatı teşkilatı da bulunmaktadır.

Ayrıca, Almanya'da mukim bir firma bir Alman bankasında hesap açtırabilmesi için temel olarak aşağıda sıralanan belgelere sahip olmalıdır:

- Şirket yetkilisinin ve ortakların kimlik fotokopileri
- İkametgah belgesi (Alman vatandaşlığı yok ise)
- Ticaret Sicil Kaydı
- Kuruluş Sözleşmesi
- Ortaklık Yapısını gösteren belge veyahut sözleşme
- Şirketin vergi numarası
- Şirket yetkilisi ile ilgili borç kaydı bilgileri (Schufa-KKB sorgusu)
- 25.000 avro sermaye yatırılması durumunda kara para aklama kanunu kapsamında, paranın kaynağı talep edilebilir.

Yukarıda belirtilen belgeler haricinde, ilgili bankanın inisiyatifinde olmak suretiyle, ek belge talebi olabilir. Bu çerçevede, var olan bir hesaba ilişkin son üç aylık hesap ekstresinin veya kurulan şirkete dair iş planının söz konusu kuruma sunulması talep edilecek belgelerden biri olabilir.

Girişimciler İçin Oturma İzni

İkamet Kanunu Madde 21'de bir girişimci olabilmek için gereken oturma izni alınmasında aşağıdaki şartlar öngörülmektedir:

- Bir maddi menfaat veya bölgesel bir ihtiyaç,
- Faaliyetin ülke ekonomisine olumlu yansıması,
- Finansmanın bir öz sermaye ile veya krediyle garanti edilmiş olması.

Bu maddelerin değerlendirilmesi şu kriterlere göre yapılmaktadır; iş fikrinin sağlamlığı, iş tecrübesi, sermaye miktarı, istihdam ve mesleki eğitim katkısı ile yeniliğe ve AR-GE'ye katkıları.

Yukarıda belirtilen şartların yerine getirilip getirilmediği denetlenirken, yetkili makamlar tarafından yetkili odalara (sanayi ve ticaret odası, esnaf odası, mimarlar odası gibi) ve meslek icrasının izni için yetkili olan dairelere başvurulur. İlgili daireler yabancının hedefleriyle ilgili düşüncelerini kısa bir rapor şeklinde sunarlar.

Ancak başvuruyla ilgili son karar yabancılar şubesinin kendi takdirine kalmıştır. Odalar ait raporlarda bulunan ve bu karara etki edebilecek bilgiler yabancılar şubesi tarafından dikkate alınmak zorundadır.

Konuya ilişkin detaylı bilgilere Aşağıdaki internet adresleri üzerinden ulaşılabilir:

- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı – Şirket Kuruluşu Portalı (Türkçe) (*http://www.existenzgruender.de/TR/Home/inhalt.html*)
- Almanya Ticaret Ve Yatırım Ajansı GTAI - Şirket Kuruluşu (*https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/company-set-up*)

Diğer Faydalı Bilgiler

Alman Firmalarına İlişkin Online Veri Tabanları

- **WER LİEFERT WAS** (*https://www.wlw.de/en/home*)**:** F. Almanya'da en çok kullanılan firma adresi arama motorudur. Yaklaşık 650.000 toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı firma adres bilgisi mevcuttur. İngilizce ve Almanca arama yapmak mümkündür. Arama yaparken toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı ayrımı yapılarak hedef firmalara ulaşmak daha kolay hale getirilmiştir. Ayrıca posta kodu, bölge, firma ismi, sahip olunan sertifikalara göre de arama yapmak mümkündür. Bunun dışında sektörel olarak ticari aracılık yapan ajansların ve ithalatçı firmaların iletişim bilgilerine arama kısmı yardımıyla ulaşma imkanı bulunmaktadır.

- **WER ZU WEM** (https://www.wer-zu-wem.de/)**:** Bu firma adres kataloğu 140.000'den fazla firma adresi içermektedir. Toptan ve perakende ticaret yapan firmalar, hizmet sağlayıcıları, üreticiler vb. ana başlıklar adı altında firma hakkındaki bilgiler sektörel olarak listelenmiştir. Sadece Almanca arama yapmak mümkündür. Firma iletişim bilgileri dışında ayrıca çalışan sayısı, cirosu ve iştigal alanı hakkında ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.

- **KOMPASS** (*http://tr.kompass.com/*)**:** 5 milyondan fazla uluslararası ve yurt içi ticaret yapan alıcı ve/veya satıcı B-2-B firmalarını listelendiği, dünya çapında ve Türkçe dahil farklı dillerde hizmet veren kapsamlı bir veri tabanıdır.

- **EUROPAGES** (*http://www.europages.com.tr/*)**:** 26 dilde yayınlanan Avrupa merkezli bir B2B platformudur. En başta üreticiler, hizmet sağlayıcılar, toptancılar ve distribütörler olmak üzere 3 milyon kayıtlı işletme bulunmaktadır. Her ay dünyanın her köşesinden gelen 2 milyondan fazla münferit ziyaretçi ürün, hizmet ve tedarikçi bulmak için bu platformu kullanmaktadır. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

- **ITC-TRADE MAP** (*http://www.trademap.org/Index.aspx*)**:** ITC Veri Tabanı'na ücretsiz üye olarak G.T.I.P. bazında ithalatçı ve ihracatçı firmaların iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür.

- **BDI-**Alman Federal Sanayi Birliği Veri Tabanı (*https://www.deutsche-exportdatenbank.de/eng*)**:** Alman üreticileri ve ihracatçıları veri tabanı (Almanca ve İngilizce).

- **IHK Firma Veri Tabanları** (*https://www.bw-firmen.ihk.de/sites/fitbw/pubMap.aspx*)**:** F. Almanya Ticaret ve Sanayi Odaları'nın kendi sayfalarında yayınladığı firma veri tabanları üzerinden, sektörel olarak firma iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür. Harita üzerine tıklayarak bölge/şehir seçimi yapıp ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı firma bilgilerine ulaşabilirsiniz. Sektör, firma büyüklüğü, firma hukuki formu, bölge gibi kombinasyonları ile Almanca ve İngilizce olarak arama yapmak mümkündür.

- **Industrystock** (*https://www.industrystock.com/en*)**:** Sanayi sektörü için 16 dilde 585.000'den fazla doğrulanmış şirket ve 5,5 milyondan fazla ürün için dünya çapında

bir arama motoru sunuyor. Sanayi işletmelerindeki alıcılar için (*IndustryStock.com*) tüm dünyadan üreticilerin sonuçlarını sunan bir arama motorudur. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

Almanya'daki Türk Firmalarına İlişkin Veri Tabanları

Almanya'da faaliyet gösteren Türk kökenli firmalara ve iletişim bilgilerine aşağıda listelenen arama motorları üzerinden ulaşmak mümkündür:

- *http://www.turkisch.com/*
- *https://www.turk5.com*
- *https://reehber.de/categorien.php?lg=2*

Almanya Pazarına Yönelik Araştırmalar İçin Bilgi Kaynakları

- **GTAI** (*https://www.gtai.de/gtai-en*)**:** F. Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı, Almanya'nın ve eyaletlerinin ekonomik profili, sektörler, şirket kuruluşu, yatırım danışmanlığı, vergi sistemi, teşvikler, ihaleler gibi konular hakkında ayrıntılı bilgiler sunar ve ücretsiz danışmanlık hizmeti verir.

- **DIHK** (*https://www.dihk.de/de*)**:** Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği, Alman bölgesel (IHK) ve uluslararası (AHK) ticaret ve sanayi odalarının çatı kuruluşudur. F. Almanya'daki bölgesel olarak faaliyet gösteren tüm ticaret ve sanayi odalarına "IHK-Finder" üzerinden ulaşmak mümkündür.

- **TD-IHK** (*https://td-ihk.de/*)**:** Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası, Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği (DIHK) ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) arasında imzalanan protokol sonucu Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası (TD-IHK) kurulmuştur. Merkezi Berlin'dedir.

- **AHK-Türkei** (*https://www.dtr-ihk.de/tr/*)**:** Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası, AHK'lar 90 ülkede 130 merkezde deneyimlerini, irtibatlarını ve hizmetlerini Alman ve yabancı şirketlere sunuyor. AHK Türkiye, şirketlerin Türkiye ya da Almanya pazarına girme çalışmalarını başarılı şekilde yürütebilmeleri ve piyasada başarı kazanmaları için çok sayıda yardım olanağı sunar. Merkezi İstanbul'dadır.

- **German Business Portal** (*https://www.german-business-portal.info/en*)**:** Almanya Federal Cumhuriyeti'nin Resmi Dış Ticaret Tanıtım Platformu. Kurumların, Sektörel Birliklerin ve Firmaların listesine bu platform üzerinden ulaşmak mümkündür

- **DESTATIS** (*https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html*): F. Almanya İstatistik Kurumu, Almanya hakkında her türlü istatistiki bilgi ve yayınların sunulduğu resmi istatistik kurumudur. Ayrıca, Genesis-Online veri tabanı üzerinden de dinamik sorgulama yapmak mümkündür.

- **AUMA** (*https://www.auma.de/en*)**:** Alman Ticaret Fuarları Birliği, F. Almanya'da düzenlenen fuarlara ilişkin rapor ve istatistiki bilgilerin yayınlandığı bir bilgi platformudur. Yer, tarih ve sektör bazında arama yapılarak, Almanya'da düzenlenen fuarlara ilişkin bilgilere ulaşmak mümkündür.

- **Trade-Helpdesk** (*https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/de/home*)**:** Ticaret Yardım Masası, GTIP ve ülkeler bazında Avrupa pazarına giriş koşulları, tarifeler, istatistikler, gümrük vergileri gibi konular hakkında dinamik sorgulama yapmayı mümkün kılan bir veri tabanıdır. Örneğin; herhangi bir GTIP numarası girilerek orjin ülke olarak Türkiye, hedef ülke olarak Almanya seçildiğinde, söz konusu ürünün Almanya'ya ihracatında gerekli olan bilgilere ulaşılabilir.

- **TARIC** (*https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=de*): AB Gümrük Tarifeleri, ticari ve tarımsal mevzuat ile ilgili orijin ülkeye göre GTIP bazında ilgili tarifeler ve önlemler hakkında bilgiler içerir. Mal ithal ve ihraç edeceklere ne yapmaları hakkında net bir görünüm sağlar.

- **ZOLL** (*https://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html*): Merkez Gümrük Müdürlüğü, Gümrük hakkında çeşitli konular çerçevesinde ihtiyaç duyulan ayrıntılı bilgilerin bulunduğu ağ sayfasıdır.

- **ITC** (https://www.intracen.org/): *Uluslararası Ticaret Merkezi;* Ticaret, pazara giriş, standartlar, sektör analizleri ayrıntılı istatistikler, ithalatçı ve ihracatçı firma listeleri (GTİP'na göre), yatırım vb. konularda ayrıntılı bilgilerin tutulduğu ve dinamik sorgulama yapılabilen uluslararası bir veri tabanıdır. TRADE MAP, MARKET ACCESS MAP, INVESTMENT MAP, TRADE COMPETITIVENESS MAP, STANDARTS MAP gibi veri tabanları vardır.

- **Deutsches Verbände Forum** (*https://www.verbaende.com/*): Almanya'da faaliyet gösteren birlik ve derneklerin iletişim bilgilerinin bulunduğu bir platformdur. Yaklaşık 14.000 birlik/dernek adresinin mevcut olduğu platformda sektörel olarak arama yapmak (Adressensuche) mümkündür.

- **CBI (***https://www.cbi.eu/*)**:** AB Ülkeleri pazarına giriş koşulları ve sektörel raporların yayınlandığı bir veri tabanıdır. Sektörel olarak ithalatçı ve dağıtım kanalları, fuarlar, istatistikler, fiyat analizleri, hakkında önemli bilgiler mevcuttur. Özellikle "Market Information" kısmının incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

- **KFW-Alman Kalkınma Bankası** (*https://www.kfw.de/kfw.de-2.html*)**:** KfW Bankaları Grubu, Federal Birlik ve Eyaletlerin sahip olduğu bir kalkınma bankasıdır. KfW özellikle orta ölçekli işletmeler, iş kurma, çevre koruma, konut ekonomisi, alt yapı, eğitim teşviki, proje ile ihracat finansmanı ve kalkınma işbirliği alanında ekonomik, sosyal ve ekolojik hayat şartlarının sürdürülebilir olarak iyileştirilmesini desteklemektedir.

- **İşte Almanya** (*https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/de*)**:** Almanya hakkında politika, ekonomi, çevre, iklim, eğitim, kültür, yaşam tarzı gibi bilgilerin çeşitli dillerde yayınlandığı bir bilgi platformudur. Türkçe yayın da bulunmaktadır.

- **Handelsregister**(https://www.handelsregister.de/rp_web/welcome.xhtml)**:**Almanya çapında firmaların ticari sicil kayıtları ile ilgili bilgilerin tutulduğu resmi bir veri tabanıdır. “Normal Search” kısmı üzerinden aradığınız firmanın sicil kaydı bulunup bulunmadığını bu site üzerinden tespit edebilirsiniz.

- **Make it in Germany** (*https://www.make-it-in-germany.info.tr/*)**:** Almanya Ekonomi ve Enerji Bakanlığı “Make it in Germany“ 'hoş geldin' portalı ile uluslararası kalifiye elemanlara Almanya'daki kariyer imkânları ve buranın niçin yaşamaya ve çalışmaya değer bir ülke olduğu hakkında bilgi vermektedir. F. Almanya’da yaşam, çalışma, vize, eğitim, sağlık vb. konularla ilgili bilgiler bulunmaktadır.

- **Şirket Devir Borsası** (*https://www.nexxt-change.org/DE/Startseite/inhalt.html*)**:** Birçok serbest girişimci, ailesi veya çalışanları arasında işletmesini devralacak kimse olmadığı için, işletmesini devredebileceği başka kişiler aramaktadır. Aynı zamanda azimli birçok işadamı ve girişimci de halihazırda kurulu olan işletmeleri devralmak istemektedir. Şirket devir borsası ,‘‘nexxt-change’’ her iki grup için en iyi çözümü sunmaktadır.

Almanya’da Şirket Kuruluşu, Yatırım ve Teşvik Sistemi Bilgi Kaynakları

- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı-Şirket Kuruluşu Portalı (Türkçe) (*http://www.existenzgruender.de/TR/Home/inhalt.html*)

- Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği-Şirket Kuruluşu (*http://www.ihk.de/#ihk-finder*): F. Almanya’daki Ticaret ve Sanayi Odaları üzerinden şirket kuruluşu ile ilgili bilgiler temin edilebilir (Örnek: Berlin Ticaret ve Sanayi Odası: *https://www.ihk-berlin.de/English/en*).

- AB Ülkelerinde İş Yapmak İsteyen Firmalar İçin Pratik Rehber (*http://europa.eu/youreurope/business/*)

- Points of Single Contacts – Bütünleşik İletişim Noktası (*https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact_en*): AB ülkeleri hakkında girişimciler için bilgiler içeren bu sayfalar üzerinden ticari işletme, zanaat ve serbest meslek faaliyetlerinin yürütülmesi ile ilgili olarak bilgi edinme ve danışmanlık hizmetlerinin yanında kamu kayıtlarına ulaşabilme imkanı bulunmaktadır.

- Germany Trade and Invest-Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı: Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı’nın bu kısmında yatırım, vize, şirket kuruluşu, teşvikler, vergi sistemi, çalışma ve sosyal sigortalar ve yasal çerçeveler hakkında bilgiler mevcuttur.

- Yatırım Rehberi: (*http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/investment-guide.html*)

- Vize İşlemleri: (*https://www.gtai.de/gtai-en/invest/investment-guide/coming-to-germany-visa-and-entry-regulations-558352*)

- Şirket Kuruluşu: (*https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/company-set-up*)

- Teşvikler: (*https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/incentive-programs-in-germany*)

- Vergi Sistemi: (*https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/corporate-taxation*)

- Çalışma ve Sosyal Güvenlik: (*https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/employees-and-social-security)*

- Teşvik Veri Tabanı (*https://www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Home/home.html*): Förderdatenbank teşvik veri tabanı üzerinden Avrupa Birliği, Almanya ve Eyaletler düzeyinde verilen teşvik programları hakkında kapsamlı ve aktüel bilgiler temin edilebilir. Söz konusu veri tabanında alan, sektör, bölge, teşvik şekli nezdinde arama yapmak mümkündür.

- Şirket Devir Borsası (*https://www.nexxt-change.org*): Birçok serbest girişimci, ailesi veya çalışanları arasında işletmesini devralacak kimse olmadığı için, işletmesini devredebileceği başka kişiler aramaktadır. Aynı zamanda azimli birçok işadamı ve girişimci de halihazırda kurulu olan işletmeleri devralmak istemektedir. Şirket devir borsası ,‘‘nexxt-change’’ her iki grup için en iyi çözümü sunmaktadır.

- T.C. Ticaret Bakanlığı- İhracat Destekleri (*https://kolaydestek.gov.tr/*): Bakanlığımız tarafından yürütülmekte olan ihracata yönelik devlet yardımları, yurtdışına açılma sürecinde firmalarımıza her safhada destek sağlanmasını amaçlayan bütünsel bir bakış açısıyla sürdürülmektedir. Yatırım-üretim-istihdam-ihracat değer zincirinin tüm halkalarına yönelik politikalar oluşturularak Ar-Ge, inovasyon, tasarım, markalaşma ve hedef pazara giriş konularında gelişme kaydedilmektedir. Destek sistematiğimizde ihracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma olmak üzere üç olgunluk seviyesi bulunmaktadır.

Almanya'daki Noter/ Mali Müşavir/Avukat Odaları

Almanya'daki Noterler
- Federal Alman Noterler Odası: *https://www.bnotk.de/*
- Alman Noterler Birliği: *http://www.dnotv.de/*

Almanya'daki Mali Müşavirlik Odaları ve Birliği
- Alman Mali Müşavirler Birliği: https://www.dstv.de/
- Federal Mali Müşavirlik Odası (Bundessteuerberaterkammer): https://www.bstbk.de/de/

Almanya'daki Barolar
- Avukat Odaları https://www.brak.de/die-brak/rechtsanwaltskammern/

- Patent Avukatları Odası:
https://www.patentanwaltsregister.de/(X(1)S(cc4cs045eu3dlnqqb350ksiz))/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1

Almanya'da Türkçe Hizmet Veren Avukatlar Portalı
-Türk Avukat Rehberi: *https://avukat24.de/?lang=de*

Almanya Eyaletleri Hakkında Bilgi Kaynakları

Almanya'nın siyasi yapısı bir federasyondur. Federatif yapıyı oluşturan 16 eyaletin (Länder) kendi Başbakanları, Parlamentoları ve anayasaları bulunmaktadır. Federal hükümet ile parlamento temel yasaları çıkarmakta ve ekonomi politikasını belirlemektedir. Eğitim ve kültür konuları ise eyaletlerin uhdesine bırakılmıştır. Aşağıda F. Almanya'nın eyaletleri hakkında bilgi temin edebileceğiniz kaynakları bulabilirsiniz.

- GTAI-Germany Trade and Invest, Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı: Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı Eyaletler kısmında F. Almanya Eyaletleri ile ilgili ekonomik ve ticari iletişim noktaları hakkında bilgiler mevcuttur (*https://www.gtai.de/gtai-en/invest/business-location-germany/federal-states*)

- Statistiche Ämter Der Länder, Eyaletler İstatistik Ofisi: F. Almanya eyaletlerinin karşılaştırmalı olarak kapsamlı bir şekilde ekonomik verilerinin yayımlandığı bir veri tabanıdır. GSYİH, işsizlik oranları, nüfus, dış ticaret, ekonomik büyüklük, eğitim, sağlık vb. birçok konuda istatistiki bilgi sağlayan söz konusu veri tabanına (*https://www.statistikportal.de/de*) linkiten ulaşabilirsiniz.

- Make It In Germany: F. Almanya hakkında çeşitli faydalı bilgilerin mevcut olduğu bu portalda eyaletler hakkındaki bilgiye (*https://www.make-it-in-germany.com/en/living-in-germany/advisory/german-states*) linkinten ulaşabilirsiniz.

Eyalet Bazlı Yatırım/Kalkınma Ajansları

Baden-Württemberg International Willi-Bleicher-Strasse 19, 70174 Stuttgart *www.bw-invest.de*	***Invest in Bavaria*** Prinzregentenstrasse 22 , 80538 Muenchen *www.invest-in-bavaria.de*
Berlin Partner GmbH Fasanenstrasse 85, 10623 Berlin *www.berlin-partner.de*	***Brandenburg Economic Development Board*** Steinstrasse 104–106, 14480 Potsdam *www.zab-brandenburg.de*
WFB Economic Development GmbH Langenstrasse 2-4, 28195 Bremen *www.wfb-bremen.de*	***Hamburg Business Development Corporation*** Habichtstrasse 41, 22305 Hamburg *www.hamburg-economy.de*
Hessen Trade & Invest GmbH Konradinerallee 9, 65189 Wiesbaden *www.hessen-trade-and-invest.com*	**Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH** Schlossgartenallee 15, 19061 Schwerin *www.gfw-mv.de*
Invest in Niedersachsen Schillerstrasse 32, 30159 Hannover *www.nds.de*	***NRW.INVEST GmbH*** Voelklinger Strasse 4, 40219 Duesseldorf *www.nrwinvest.com*
Investment and Economic Development Bank of Rheinland-Pfalz Holzhofstrasse 4, 55116 Mainz *www.isb.rlp.de*	***Saarland Economic Promotion Corporation*** Franz-Josef-Roeder-Strasse 17, 66119 Saarbruecken *www.invest-in-saarland.com*
Saxony Economic Development Corporation Bertolt-Brecht-Allee 22, 01309 Dresden *www.invest-in-saxony.net*	***Investment and Marketing Corporation of Saxony-Anhalt*** Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg *www.invest-in-saxony-anhalt.com*
Business Development and Technology Transfer Corporation of Schleswig-Holstein	***State Development Corporation of Thuringia*** Mainzerhofstrasse 12, 99084 Erfurt

Lorentzendamm 24, 24103 Kiel *www.wtsh.de*	T. +49 (0)361 56 03 146 *www.leg-thueringen.de*

Kaynak: T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği