

Turkishtime

GLOBALEXPORT

HSBC BANK A.Ş.'nin katkılarıyla hazırlanmıştır.

Almanya

Almanya Türk yatırımcısına büyük fırsatlar sunuyor

Otomotiv ve yan sanayii,
demir-çelik ve gıda gibi
sektörler Almanya'da
Türk girişimcilere
fırsatlar sunan alanların
başında geliyor.



HSBC-OXFORD ECONOMICS:

"Türkiye'nin Almanya'ya
ihracatı yüzde 6 artacak"

HSBC





Gelecekte, dış ticarete küresel tedarik yönetimi yön verecek!

Tedarik zinciri çok daha rekabetçi ve uluslararası bir hale geliyor. Peki, oluşan bu yeni rekabetçi dünyadaki fırsatları işiniz için nasıl değerlendireceksiniz?

Gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomilerde bulunan HSBC Dış Ticaret Ekipleri'miz, siz büyük resme odaklanmaya çalışırken yerel pazarlarda size yol gösteriyor.

Birlikte fırsatları değerlendirmeye başlayalım.

Uluslararası ticaretteki en son gelişmeler için:
www.hsbc.com/globalconnections

Arayın 444 0 424
Tıklayın www.hsbc.com.tr
Ziyaret edin HSBC Bank Şubeleri

HSBC Bank A.Ş. tarafından yayımlanmıştır.

HSBC 

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK İHRACAT PAZARI

TURKISHTIME-HSBC işbirliğinde hazırlanan Global Export ekinin ikinci durağı Almanya. Uzun yıllardır Türkiye'nin ihracatında aslan payına sahip olan Almanya ile 1980'lerde başlayan sıkı bir ticari ilişki söz konusu. 5 bine yakın Alman firma Türkiye'de faaliyet yürütürken son dönemlerde Almanya pazarına yatırımcı olarak giren Türk firmalarının sayısı da artıyor. Bugüne kadar 300'e yakın Türk firmasının yatırım yaptığı Almanya, ihracatın dışında ülkede yatırım ve üretim yapmak isteyen Türk firmalarının ilgisine daha fazla maruz kalıyor. Türkiye'nin yabancı ülkeler-

le olan ekonomik ilişkilerinde en yüksek pay Almanya'ya ait. Almanya 2012 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, Türkiye'nin ihracatında birinci sırada yer aldı. İthalatta ise Rusya'nın ardından ikinci sırada bulunuyor. 2012 yılında küresel ekonomik canlanmanın etkisiyle Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı 2011 yılına kıyasla yüzde 5,9 azalarak 14 milyar dolar olarak oldu.

Öte yandan, Türkiye'nin en büyük ticari ortağı olan Almanya ile ikili ticarete, açık veriliyor. 2012 yılında Almanya ile dış ticaret açığı 8 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Alman firmalarının son yıllarda üretim ve ithalatlarını merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerine kaydırmaları ve bu ülkelere yönelik vergi ve kotaların kaldırılması, 2000'li yılların başlarında ihracat artışında bir yavaşlamaya neden olmakla beraber 2003 yılından itibaren Türkiye'nin bu ülkeye ihracatını tekrar artırdı. Global Export Almanya ekinde Türkiye ile Almanya arasındaki ekonomik ilişkilerin tam bir dökümünü bulacaksınız. Bununla birlikte Almanya'da Türk şirketlerini bekleyen fırsatları da çalışmamızın en önemli ayağını oluşturuyor.

Başarılı bir ay geçirmeniz dileğiyle...



1960'larda Türklerin "misafir işçi" olarak gittiği, 1980'lerde ise ticari ilişkilerin ivme kazandığı Almanya, uzun yıllardır ihracatın da bir numarası. Şimdiye kadar birçok Türk firmasının yatırım yaptığı AB'nin ekonomi devlerinden Almanya sunduğu ihracat ve yatırım fırsatlarıyla daha fazla girişimci tarafından yakın markaj altında...

EDİTÖR: ALİ ÖKSÜZ



Fırsat ve yatırımlar için mercek altında

ALMANYA



Uzun yıllardır Türkiye'nin ihracatındaki aslan payına sahip olan Almanya ile 1980'lerden beri yoğun bir ticari ilişki söz konusu. 5 bine yakın Alman firma Türkiye'de faaliyet yürütürken son dönemler-

de Almanya'da faaliyet yürüten Türk firmalarının sayısı da artıyor. Bu güne kadar 300'e yakın Türk firmasının yatırımına sahne olan Almanya, ihracatın dışında ülkede yatırım ve üretim yapmak isteyen Türk firmalarının ilgisine daha fazla maruz kalıyor. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde politik tavırlarıyla eleştirilere maruz kalan Alman hükümetinin ötesinde ekonomik faaliyetler bakımından daha hızlı bir süreç yaşanıyor. Birçok Türk firması Avrupa pazarına daha fazla açılmak için bölgedeki potansiyellerden faydalanmak ve hatta "Made in Germany" baskılı Türk markalarına ait ürünlerin üretimi için girişimlerde bulunuyor.

Alman firmalarının Türkiye'ye ilgisinin arttığı 1980'lerde, Almanya cephesinde de farklı gelişmeler yaşanıyordu. 1960'larda Almanya'ya "misafir işçi" olarak giden Türk vatandaşları, 1980'lerde girişimciliğe yönelmeye başladı ve kendi işyerlerini kurarak işveren konumuna geldiler. Bugünkü eğilimlerin devam etmesi halinde, Almanya'daki Türk girişimcilerinin sayısının 2015 yılına kadar 160 bine ulaşacağı, Türk işletmelerinde 720 bin kişiye iş imkanı sağlanacağı, yatırım hacminin 15 milyar Euro'ya ulaşacağı ve bu firmaların yıllık toplam cirolarının 66 milyar Euro civarında gerçekleşeceği tahmin ediliyor.

Yani, Türkiye'nin Almanya ile ticari ilişkileri diğer Avrupa ülkelerine nazaran, sadece Türk firmalarının ihracat ve yatırımıyla değil, bölgedeki Türk kökenli nüfusun varlığından dolayı daha farklı ve özel bir yere oturmuş durumda.

İHRACATIMIZIN EN TEPESİNDE

Türkiye'nin yabancı ülkelerle olan ekonomik ilişkilerinde en yoğun pay Almanya'nın. Almanya 2012 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, Türkiye'nin ihracatında birinci sırada yer aldı. İthalatta ise Rusya'nın ardından ikinci sırada bulunuyor.

2012 yılında küresel ekonomik can-

"Türk nüfusunun avantajları"



FARUK ŞEN - TAVAK Başkanı

"Türk nüfusu Almanya'da 3 milyon sınırını aştı. Bu da ülke nüfusunun yüzde 4'ünü oluşturuyor. Türkler özellikle Kuzey Ren-Vestfalya eyaletinde, Baden-Württemberg eyaletlerinde yoğun olarak yaşıyorlar. Yalnız Berlin'de 180 bin Türk kökenli göçmenin yaşadığı tahmin ediliyor. Bu açıdan Türkiye'den gidecek şirketler bu kitlenin istemini dikkate alarak hizmetler sundukları takdirde başarı kazanabilirler. Almanya'daki Türk girişimcilerinin 125 ayrı sektörde yatırımı var. Almanya'da yatırım yapacak olan küçük Türk şirketleri birçok alanda pazar olabilirler. Bu konuda Türk Alman Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) ve TAVAK'ın yan kuruluşu olan REMA da yatırımcılara yardımcı olabilir. Özellikle Almanya'ya yönelik yatırım yapan firmalar aynı zamanda 500 milyonluk AB pazarına da girmiş bulunuyor. AB sınırları içerisinde 5 milyon 200 bin Türk göçmenin bulunduğundan hareket edersek bu yatırımcılar hizmet sektöründen tutun her branşta başarılı olabilir bahsedebiliriz."



BİR BAKIŞTA ALMANYA

AB'NİN KİLİT AKTÖRÜ

Almanya, 357 bin km²'lik yüzölçümüyle Avrupa'nın en büyük ülkelerinden birisi. Ülke, nüfus bakımından Avrupa ülkeleri arasında Rusya Federasyonu'ndan sonra ikinci sırada, AB ülkeleri arasında ise ilk sırada. Almanya 16 eyaletten oluşan federal bir cumhuriyet. Ülke, AB içindeki liderlik konumu, güçlü ekonomik, sanai, ticari ve teknolojik yapısıyla dünya ekonomisi ve siyasetinde kilit aktörlerden birisi konumunda.

EKONOMİK BÜYÜKLÜK

Yüksek alım gücüyle Türkiye ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesi. Ülke 81,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumunda.

SEKTÖRLER

Alman ekonomisinin kalbini imalat sanayi ve ilgili hizmet sektörleri oluşturuyor. En önemli imalat sektörleri sanayi makineleri, otomotiv ve kimya sanayisi iken son yıllarda telekomünikasyon sektörü de önde gelen faaliyet alanlarından biri haline geldi. Diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'da da hizmetler sektörünün önemi giderek artıyor.

lanmanın da etkisiyle Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı 2011 yılına kıyasla yüzde 5,9 azalarak 14 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Öte yandan, Türkiye'nin en büyük ticari ortağı olan Almanya ile ikili ticarette, açık veriliyor. 2012 yılında Almanya ile dış ticaret açığı 8 milyar dolar olarak gerçekleşti.

Alman firmalarının son yıllarda üretim ve ithalatlarını Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerine kaydırmaları bu ülkelere yönelik vergi ve kotaların kaldırılması, 2000'li yılların başlarında ihracat artışında bir yavaşlamaya neden olmakla beraber 2003 yılından itibaren Türkiye'nin bu ülkeye ihracatını tekrar artırdı.

Almanya'ya ihracatın yüzde 90'ı sanayi mamullerinden yüzde 10'u da tarım ve gıda ürünlerinden oluşuyor. Diğer taraftan Almanya'dan ithalatta yüzde 98 oranında sanayi mamulleri, yüzde 2 oranında ise tarım ve gıda ürünleri ağırlık kazanıyor.

TÜRK FİRMALARI ALMANYA'DA

Alman yatırımcılarının Türkiye'ye olan ilgisi 1980'e kadar 24 Alman firmasıyla sınırlı iken 2011 yılında 4.779

Alman firmasının faaliyeti söz konusu. Almanya'nın Türkiye'deki faaliyeti kadar olmasa da 300'e yakın Türk firması da Almanya'da yatırım gerçekleştiriyor. Türk firmalarının Avrupa'da en aktif olduğu ülke Almanya.

2011 yılında Almanya'dan Türkiye'ye 605 milyon dolarlık yatırım girişimi olurken, Türkiye'den Almanya'ya giden yatırım miktarı ise 93 milyon dolar. Türkiye'den Almanya'ya yurtdışı yatırım stoku da 700 milyon dolar civarında.

NRW Invest Türkiye Temsilcisi Adem Akkaya'nın verdiği bilgilere göre, Türk firmalarının yatırımlarının yoğunlaş-

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN İTHALAT KALEMLERİ (Milyon dolar)

	2010	2011	2012
Otomobil	1,433	2,386	2,792
Kara taşıtları parçaları	734	1,051	1,153
İlaçlar	563	571	468
Kendine özgü fonksiyonlu cihazlar	164	210	424
Hava taşıtları ve uzay araçları	166	10	355
Dizel, yarı dizel motorlar	180	257	348
Altın	7	11	297
İçten yanmalı, pistonlu motor parçaları	134	198	269
Demir çelik hurda	133	333	252
Elektrojen ürün grupları	423	338	249

“Türk nüfusu network yaratıyor”



ADEM AKKAYA NRW Invest
Türkiye Temsilcisi

“Kuzey Ren Vestfalya'daki Türk nüfusunun varlığı Türk firmaları için bir avantaj. Bölgedeki Türkiye kökenlilerin nüfusu 900 bin olarak tahmin ediliyor. Hem mutlak hem de oransal açıdan önemli bir rakam bu. Sadece etnik pazarı dikkate alan firmalar açısından değil. Politikadan, yeminli mali müşavire, sağlık alanından, kamu yönetimine, özel sektörden spora, her alanda en üst düzeylerde rol alan Türk kökenli vatandaşlar, Kuzey Ren-Vestfalya'da güçlü bir topluluk yaratmış durumda. Türk firmaları burada çok çabuk networkler oluşturarak, çok rahat gelişebilirler. Nitekim biz eyalete ait bir kamu kurumu olarak iki ekonomi arasındaki karşılıklı ticaretin yanında yatırımların da artmasını istiyoruz. Hedefimiz, bir ticaret ve yatırım merkezi olarak eyaletimizi Türk İş Dünyası'na daha yakından tanıtarak Türk girişimcilerin Avrupa'daki faaliyet ve yatırımlarının merkezi olarak Kuzey Ren Vestfalya'yı tercih etmelerini sağlamak. Avrupa pazarlarının ortasında bir merkez kurmak isteyen bütün Türk firmalarını, faaliyet yeri olarak Kuzey Ren – Vestfalya'yı tercih etmeye davet ediyoruz. Türk firmalarının burada bir network bir lobi oluşturmalarını da arzu ediyoruz. Örneğin belirli aralıklarla Düsseldorf Endüstri Kulübü'nde yaptığımız 'Dialog Dinner' gibi etkinlikler ile Kuzey Ren-Vestfalya Türk iş dünyasını bir araya getiriyoruz. Türk firmaları Avrupa'da büyüyüp genişleyebilmek için, gerekli en iyi koşulları burada bulacaklar.”

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA İHRACAT KALEMLERİ (Milyon dolar)

	2010	2011	2012
İçten yanmalı, pistonlu motorların parçaları	405	507	849
Çeşitli örme giyim eşyaları	727	866	815
Kara taşıtları aksamaları	327	506	672
Otomobil	318	568	571
Televizyon alıcıları, video monitörleri	335	301	533
Kadın takım elbise ve ceket vs.	342	368	374
Bazı ev tekstil ürünleri	303	338	308
Örme kazak, hırka vs.	333	324	300
Kadın örme hazır giyim	206	279	295
Buzdolapları, soğutucular	138	141	237

KAYNAK: İHRACAT BİLGİ PLATFORMU ALMANYA ÜLKE RAPORU

tığı yer olan Kuzey Ren Vestfalya'da sermayesinin yarısı ve daha fazlası Türkiye'den gelen 300'ün üzerinde firma var.

Bu firmalar arasında pek çok tekstil ve hazır giyim firması bulunuyor. Bunları lojistik ve mobilya firmaları izliyor. Ancak sanayi üretimi yapıp ürünlerini Avrupa'da doğrudan pazarlamak veya burada ürünlerine değer katarak 'Made in Germany' ibaresi ile satmak için gelen pek çok firma da Almanya'da faaliyet yürütüyor.

Sarar ve Pierre Cardin gibi markaların yatırım yaptığı bölgede; Asil Çelik, Biota, Robotek, Özak Turnike, Kantarcı, Güllüoğlu, Sanimaks, Opkon, PMS Medikal, Tutku Çorap, ATT Medikal, Tureks, Anka Tekstil, MKUP Tekstil, Pamukkale Gıda, İnci Akü, DRS Elektronik, Medex geçen yıl ve önceki yıl kuruluşlarında NRW Invest'in yardımcı olduğu firmalardan birkaçı.

Bölgede ekonominin her alanından Türk firmaları bulunuyor. Genellikle belirli ürünler üzerinde uzmanlaşmış firmalar da dikkat çekiyor. Örneğin Tekso ve Ahmet Yar hipermarketlere buzdolabı ve soğutma sistemleri yapan firmalar. Nedex cam kimyasalları konusunda uzmanlaşmış bir başka firma. Uludağ zeytin sadece zeytin odaklı üretim yapıyor. Boydak, Alfa Möbel ve Çilek Germany gibi mobilya üreticileri, GTI Travel seyahat şirketi de son dönemdeki yatırımlarıyla dikkat çekiyorlar.

ALMANYA'NIN TÜRK GİRİŞİMCİLERİ

Türkiye-Almanya arasındaki ticari ilişkilerde özel bir boyut olduğunu ve bu durumun Almanya'da yaşayan Türk kökenli girişimcilerin varlığından kaynaklandığını belirtmiştik. Resmi olarak kayıtlara 1,9 milyon civarında Türkiye kökenlinin Almanya'da yaşadığı geçmiş durumda. Alman vatandaşlığını taşıyanlarla birlikte bu sayının 3 milyon civarında olduğu belirtiliyor. Ticari ilişkilerde bir avantaj olarak nitelendirilen bu duruma daha yakından bakacak olursak, Türk Alman Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK) Başkanı Faruk Şen'in verdiği bilgilere göre; Türkiye kökenli girişimcilerin, 78 bini aşan işletmesi Almanya'da 125 ayrı branşta faaliyet gösteriyor. Bunlar gıda maddeleri toptancılığından, bilişim sektörlerine kadar birçok alanda faaliyetlerini yürütüyor. Almanya'da faaliyet gösteren Türk kökenli göçmelerin oluşturduğu 78 bine yakın Türk firmada 350 bin kişi çalışıyor. Yatırımları 10 milyar Euro'yu geçen bu kuruluşların yıllık ciroları da 35 milyar Euro civarında.

1986'da sayıları sadece 22 bini bulan Türk girişimcilerinin eriştiği bu noktada, Türkiye'den bölgeye giden firmalar açısından da avantajlı pazar bilgileri ve girişimler doğuruyor. Türkiye kökenlilerin en çok rağbet gösterdiği iş kollarından birisi de restoran işletmeciliği. 16 bin Türkiye kökenli girişimci bu sektörde kendi işine sahip.

HSBC-OXFORD ECONOMICS:

“Türkiye’nin Almanya’ya ihracatı yüzde 6 artacak”

HSBC Grubu'nun Oxford Economics ile gerçekleştirdiği dış ticaret tahmin raporlarına göre 2016-2020 arasında Türkiye'nin Almanya'ya ihracatının yıllık yüzde 6 artması bekleniyor. Almanya'nın daha uzun yıllar Türkiye'nin en önemli dış ticaret ortaklarından biri olmayı sürdürmesi öngörülüyor.



Avrupa Birliği'nin kurucu üyelerinden Almanya, 2011 verilerine göre 3.6 trilyon dolar GSYİH ile dünyanın 4. büyük ekonomisi ve 81.8 milyon nüfusu ile Avrupa Birliği'nin en kalabalık nüfusa sahip ülkesi. Gelişmiş sanayi ve çeşitlendirilmiş hizmetler üzerine üretime dayalı bir ekonomiye sahip Almanya, coğrafi konumu itibarıyla da çevresindeki ülkeler için yatırım ve lojistik merkez konumunda. Makina mühendisliği, otomotiv, havacılık, lojistik, ilaç, nanoteknoloji, biyoteknoloji, medikal teknoloji ve kimya sektörlerinde gelişmiş olan Almanya aynı zamanda dünyadaki en büyük 2. ihracatçı ve 3. en büyük ithalatçı ülke konumunda. Almanya Federal

İstatistik Ofisi Destatis'in verilerine göre Almanya 2012 yılında 1.097 milyar Euro tutarında ihracat, 909 milyar Euro değerinde ürün ithal etti. Bu değerler 2011 yılına göre ihracatın yüzde 3.4, ithalatın ise yüzde 0.7 arttığını gösteriyor.

ALMANYA'NIN AVRUPA'YA İHRACATI BÜYÜYECEK

HSBC Grubu'nun Oxford Economics ile gerçekleştirdiği dış ticaret tahmin raporlarına göre 2013-2015 yılları arasında Almanya'nın Avrupa'ya ihracatının ortalama yıllık yüzde 5 artması, 2016-2020 yılları arasında ise bu oranın düşerek yıllık yüzde 3 artması bekleniyor. Euro cinsinden değerlendirildiğinde,

2016-2020 yılları arasında Almanya'nın Avrupa'ya ihracatının yüzde 6 artacağı öngörülüyor. Rapora göre 2030 yılına kadar Çin'in Almanya'nın ihracat partnerleri arasında Fransa'yı 2. sıraya iterek ilk sırayı alacağı tahmin ediliyor. Buna ek olarak Almanya'nın gelişmekte olan ekonomilere ihracatının da artmaya devam ederken bu ülkelerin Almanya'dan yaptıkları ithalatın da artması bekleniyor. Bu ülkeler; Çin, Hindistan, Vietnam ve Türkiye'dir. 2016-2020 arasında Türkiye'nin Almanya'ya ihracatının yıllık yüzde 6 artması bekleniyor. Almanya'nın daha uzun yıllar Türkiye'nin en önemli dış ticaret ortaklarından biri olmayı sürdürmesi öngörülüyor.



İHRACAT FAKTORİNGİ AÇIK HESAP İHRACATINIZA

Çözüm getiriyor

HSBC yaygın muhabir ağı ve uzman kadrosu ile Almanya'ya mal mukabili, açık hesap ihracatı olan müşterilerine ihracat faktoringinin sağladığı tüm avantajları sunabiliyor.

İhracat faktoringi, vadeli mal mukabili yapılan satışların alıcının finansal nedenlerden dolayı ödememe riskinin üstlenilmesi, alıcıdan tahsilatın takip edilmesi, bununla ilgili raporların ihracatçıya sunulması gibi alacak yönetim hizmetleri verilmesi ile birlikte, alıcısı tarafından belirli bir vadede ödenecek alacakların finansmanının sağlanması hizmetlerini bir arada verebilen tek ürün. İhracatçıların, ihtiyaçları doğrultusunda bu hizmetlerin hepsini bir arada almak ya da hizmetlerin bir ya da ikisinden yararlanmayı tercih etmeleri mümkün.

Türkiye'den yapılan ihracatların büyük bir yüzdesinin açık hesap ve vadeli ihracatlar olduğu, dünya ekonomisinin son dönemlerde içinde bulunduğu durum ve alıcının ihracatçıya herhangi bir garanti vermediği dikkate alındığında,

alıcının finansal nedenlerden ödememe riskinin faktoring tarafından üstlenilmesinin önemi açık. Aynı zamanda tahsilat takibinin de genellikle alıcının ülkesinde yerleşik alıcının finansal riskini üstlenen muhabir faktor tarafından takip edilmesi, ödemeleri disipline etmek için önemli bir etken olabiliyor. Ayrıca, faktoring kapsamındaki alacakların finansmanı, firmaların kendi bilançolarına, kendi kredi değerliliklerine göre finansman sağlamalarından daha kolay olabiliyor.

İHRACAT FAKTORİNGİNİN ÖNEMİ

İhracat faktoringi altında sunulan garanti hizmetinin ekonomideki değişimlerin bir sonucu olarak hergün daha önemli bir hal aldığını gözlemliyoruz. Firmalar vermiş oldukları hizmet ya da satmış oldukları ürünlerin karşılığı olan alacaklarını uluslararası faktoring kuralları çerçevesinde belirlenmiş kuralara istinaden ihtilafsız ve ilgili muhabir kuruluş tarafından belirlenmiş olan limitler çerçevesinde fatura tutarının yüzde 100'ünü alacak olmanın rahatlığı ile yeni ülke ve daha önce ticari ilişkileri bulunmayan firmalara satış ya-

pabilme imkanına sahip olurken, yeni pazarlara açılıp satışlarını güvenli bir şekilde artırabilme fırsatı yakalayabiliyor. Bu hizmetin rahatlığı ile büyük ölçekli firmalar yeni müşterileri ile tamamen satış odaklı ilişkilerini geliştirirken, küçük ölçekli firmalar ise faktoringin istihbarat ağı ve uzman kadrosunun bilgi ve donanımından faydalanabiliyor.

Bilindiği üzere Almanya, Türkiye'nin ihracat hacmi içinde ilk sırada yer alıyor. TÜİK tarafından yayınlanan geçici istatistik verilerine göre Türkiye'nin 2012 yılı toplam ihracatı 152 milyar dolar olarak gerçekleşti. Almanya'ya gerçekleştirilen ihracatın Türkiye'nin toplam ihracatı içindeki payı ise yüzde 8,6 oldu.

Uluslararası faktoring zinciri olan 'Factors Chain International' istatistiklerine göre 2012'de Türkiye'nin toplam 'ihracat faktoringi' hacmi 4,7 milyar dolar olarak gerçekleşti. Almanya'nın payı ise 650 milyon dolar ile yüzde 14 seviyesinde gerçekleşmiş. İhracat faktoringi işlemlerindeki Almanya ihracat hacmine ait payın toplam ihracat hacmine göre daha yüksek olmasında, Almanya'da bulunan muhabir faktoring şirketleri ile yaratılan sağlam işbirliği de etkili oluyor.



ALMANYA'DA FIRSATLAR

Hangi sektörler yatırım açısından daha cazip?

Dış yatırımlar, ihracat odaklı Türkiye ekonomisi ve Türk firmaları için artık çok büyük bir önem arz ediyor. Ciro sunun önemli bir kısmını Avrupa'ya ihracattan sağlayan ve belli bir sayının üstünde işçi çalıştıran bir firmanın Almanya pazarında yer alması kaçınılmaz hale geliyor. Otomotiv ve yan sanayi, demir-çelik ve gıda sektörleri Almanya'da Türk girişimcilerine fırsat yaratacak sektörlerin başında geliyor. İşte sektör sektör Almanya'ya ihracatta ve yatırımda öne çıkanlar, fırsatlar ve detayları...

Almanya, demir ve çelik, petrol ve petrolden elde edilen ürünler sektörleri dışındaki tüm sektörlerde Türkiye'nin ihracatında en temel pazar konumunda bulunuyor. Ancak 14 milyar dolarlık ihracatta Almanya pazarının büyük bir önemi bulunsa da 2012, iki ülke arasındaki ticari ilişkilerin gerilediği bir yıl olduğu notunu da düşelim. Türkiye ve Almanya 2011'de tarihi zirveyi görerek toplamda 36,93 milyar dolarlık bir ticaret hacmine ulaşmıştı. 2012'de toplam ticaret hacmi yüzde 6,5 geriledi ve 34,53 milyar dolar olarak gerçekleşti.

2013 yılı sonunda Almanya Türkiye'nin ticaretinde başı çeken ülke konumunu koruyacağı benziyor. Türk firmaları içinse, Almanya pazarı ihraç ürünleri bakımından fırsatlar doğuruyor.

MAKİNE PARÇALARI, OTOMOTİV YAN ÜRÜNLERİ VE GİYİM

Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracatın detaylarına bakıldığında 2011'de olduğu gibi 2012'de de teknolojik ürünlerin ağırlığı dikkat çekiyor.

İhracat Bilgi Platformu'nun Almanya Ülke Raporu'na göre, Türkiye 2012'de Almanya'ya en çok içten yanmalı, pistonlu motorların aksam ve parçalarını sattı. Rapora göre bu ürün grubunda Almanya'ya yapılan ihracat 849 milyon dolar oldu. Almanya'ya ihracatta ikinci sırayı 815 milyon dolarlık ihracatla örme giyim eşyaları alırken, üçüncü sırada 672 milyon dolarla kara taşıtları aksam ve parçaları geliyor.

Otomotiv sektöründe yoğun ilişki Bremen ve Münih gibi otomotiv sektörünün önemli şehirlerinde Türk otomotiv yan sanayisi şirketlerin lojistik şubeleri açması, benzer şekilde Alman otomotiv yan sanayisi şirketlerinin Türkiye'de faaliyet göstermeleri otomotiv sanayinde kullanılan ürünlerin ihracatında Almanya'nın bu denli ön planda olmasına vesile oluyor.

Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı oto-



motiv aksamaları ihracatı artarken, Almanya'dan bu aksamlarla üretilmiş otomobilleri satın aldığı görülüyor. İhracat Bilgi Platformu'nun Almanya Ülke Raporu'na göre, Türkiye 2012'de Almanya'dan en çok otomobil ithal etti. 2012'de Almanya'dan yapılan otomobil ithalatı 2011'e göre yüzde 17 artışla 2,7 milyar dolar oldu

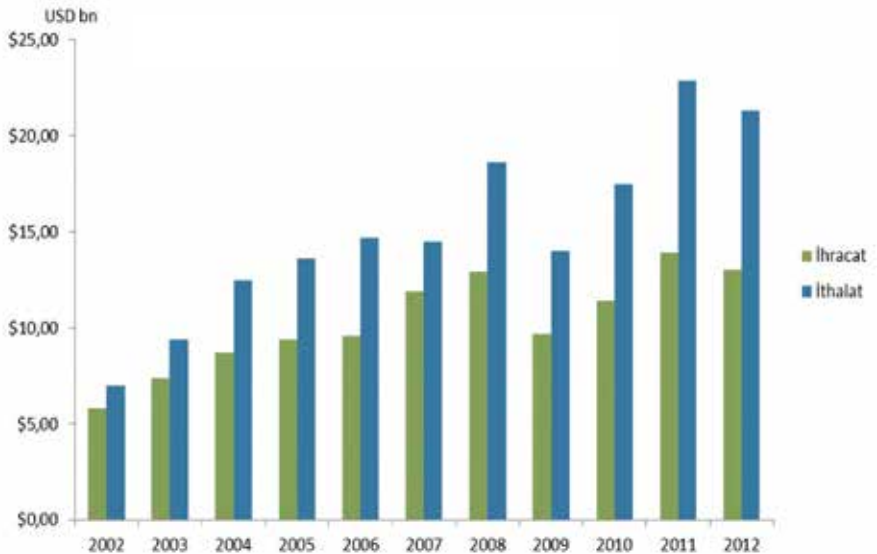
TEKSTİL VE HAZIR GİYİM DE FIRSATLAR ARASINDA

Türkiye'nin en temel ihracat kalemlerinin başında gelen giyim eşyası ve

bunların aksesuarları sektörüne ilişkin ihracat değerlerinde, Almanya'nın birçok sektörde olduğu gibi geleneksel üstünlüğünü sürdürdüğü gözlemleniyor.

Türkiye'nin ihracatı içerisinde stratejik sektörlerden birini oluşturan tekstil ürünleri ihracatında, dikkat çekici potansiyel taşıyan Almanya'ya daha fazla markalaşmış ürün yatırımları yapılabilir. Türkiye'nin bazı hazır giyim markalarının bu konuda Almanya'da yatırım ve pazar genişletme çalışmaları içinde olduğunu da belirtmiştik.

TÜRKİYE – ALMANYA 2002–2012 İTHALAT İHRACAT RAKAMLARI



GIDA ÜRÜNLERİNİN POTANSİYELİ BÜYÜK

Almanya, tarım ve gıda ürünleri dış ticaretinde dünyanın başlıca ülkeleri arasında yer alıyor. 2011 yılı verilerinde dünya tarım ürünleri ithalatında 101 milyar dolarlık ithalatla ABD'den sonra ikinci sırada, ihracatında ise 82 milyar dolarla gene ABD ve Hollanda'dan sonra üçüncü sırada. Almanya'nın tarım ve gıda ürünlerinde başlıca tedarikçileri olarak ilk sıraları AB ülkeleri alıyor. Türkiye Almanya'nın tarım ürünleri ithalatında 1,4 milyar dolarla 15. sırada yer alıyor. Bu oran Türk firmalarının organik ürünlere odaklanarak ve Almanya'daki etnik pazara yönelik çeşitli çalışmalarıyla daha da artırılabilir.

ORGANİK GIDALAR

Gerek ekolojik ürünlere tüketicilerin gösterdiği talep artışı gerekse devlet desteklerinin etkisi ile organik tarımın payı hızla yükseliyor. Tüm dünyada olduğu gibi Alman toplumunda da

"wellness" denen sağlıklı yaşam tarzı yayılıyor ve bu kavramın önemli bir bileşeni olan organik gıdaların tüketimi önem kazanıyor.

ETNİK PAZARIN GIDA TALEBİ

Almanya, 82 milyon nüfusuyla gıda ve tarım ürünleri açısından önemli bir potansiyel taşıırken nüfusun yüzde 12'sini oluşturan göçmenler-mülteciler gibi farklı etnik kökenden insanların gıda talebindeki çeşitlilik de dikkat çekici. Özellikle, resmi rakamlara göre, 1,9 milyon civarındaki Türk kökenli nüfus Türkiye'nin gıda-tarım ürünleri ihraç potansiyeli açısından önem taşıyor.

PERAKENDE SEKTÖRÜ

Almanya'da ailelerin gıda harcamalarına ayırdığı tutar Hollanda, Belçika ve Avusturya gibi komşu ülkelerle kıyaslandığında düşük kalıyor. İndirim mağazaları perakendeciliğin önemli bir bölümünü oluşturuyor. Almanya'da perakendecilik alanında rekabet oldukça yüksek ve Alman tüketicilerin fiyat odaklı eğilimi var. Almanya'da yapılan tüm gıda ve içecek satışlarının üçte ikisi indirim mağazalarından gerçekleşiyor.

KONSERVE VE MEYVE-SEBZE

Konserve Zeytinler: Türkiye'nin Almanya'ya 2011 yılındaki konserve zeytin ihracatı 26 milyon dolar seviyesinde.

Turşu-Salatalık ve Kornişon: Türkiye'nin Almanya'ya salatalık ve kornişon turşuları ihracatı 2009'da 20 milyon dolar, 2010'da 17 milyon dolar, 2011'de 10 milyon dolar seviyesinde gerçekleşti.

Kuru üzüm: Türkiye Almanya'ya 2011 yılında 104 milyon dolar değerinde kuru üzüm sattı.

Kuru İncir: Almanya 2011'de 34 milyon dolarlık kuru incir satın aldı bunun yüzde 83'ünü Türkiye'den aldı.

KUZEY REN VESTFALYA'DA FAALİYET GÖSTEREN TÜRK ŞİRKETLERİ

TEKSTİL

On-At, Yünsa, Jeel, Reha, Özdoğan, Tanatar Konfeksiyon, Kontex, Cipo, Saray Halı, Lagos Tekstil, Sarar, Eroğlu, Rodi Giyim, Eke Tekstil

SANAYİ ÜRETİMİ

Asil Çelik, TEKSO Soğutma Sistemleri, SAFKAR Taşıt Klima Sistemleri, ESCO Isıtma Cihazları, Sembol Ambalaj, Bekap Metal, Flormar, Nedex, Termikel, Sembol Ambalaj, Sünjüt, Kale Kilit, Koroza Ambalaj, Makine Takım, Egesim, İsbir

TIP TEKNOLOJİSİ

ATT Medikal Estetik ve Kozmetik PMS Medikal Ambalaj

MOBİLYA

Alfemo, Çilek, Büro Time, Boytaş, Gürkan

LOJİSTİK

Gökbora, İnci Lojistik, İkra Nakliyat, Omsan, Demirakça Nakliyat, Barsan Global Logistik, ABC Ulus, Turkon

TURİZM

GTI Travel, Onur Air

MEDYA

Pana Film, İsme Filmproduktion

DİĞER

- >Detrat Gayrumenkul,
- >Derkon Deri, Tureks (Nuca) Deri Kemer
- >EM Gıda (Çiğköftem), Kuru Bal, Nasifoğlu Tarım
- >Kitapyurdu, Ordu GmbH
- >Pado Mühendislik, Piramit Halı





Fındık: Almanya dünyanın en büyük fındık ithalatçısı konumunda. Türkiye'nin Almanya'ya kabuksuz fındık ihracatı 2011 yılında 287 milyon dolar oldu. Almanya'nın 2011 ithalat verilerinde Türkiye bu alanda yüzde 66'lık payla birinci sırada konumlanıyor. Türkiye'nin Almanya'ya işlenmiş fındık ihracatı ise 297 milyon dolar olarak gerçekleşti. Çikolata ve şekerleme üreticileri bu ürünlerin başlıca alıcıları arasında.

Kiraz: Almanya'ya 52 milyon dolarlık kiraz satıldı. Türkiye Almanya'nın taze kiraz ithalatında yüzde 27'lik payla birinci sırada bulunuyor.

MEYVE SUYU SEKTÖRÜ YATIRIMA AÇIK

Almanya'da meyve suyu ve üretimi yüksek düzeyde seyrediyor. Kişi başı meyve suyu ve nektarı tüketimi 35 litre. Almanya'da 183 adet meyve suyu üreticisi faaliyet yürütüyor. Yılda 800

bin ton meyve işlenerek 3,7 milyar litre meyve suyu üretiliyor. Sektörün yıllık cirosu 4 milyar Euro düzeyinde. Bu denli üretimi olmasına rağmen bu pazarda ithalat da 1,9 milyar dolar değerinde, yani Türkiye açısından önemli ihracat pazarı potansiyeli taşıyor.

Almanya'da son yıllarda konsantreden üretilmiş yüzde 100 meyve suları tüketiciler arasında rağbet görmeye başladı. Bu kategorideki meyve sularının pazar payının önümüzdeki dönem artmaya devam edeceği öngörülüyor.

KOBİ VE OBİ'LERİN ŞANSI

NRW Invest Türkiye Temsilcisi Adem Akkaya KOBİ ve OBİ'lerin şansını değerlendirirken; "Her sektörde şansları olabilir. Çünkü bugün girişimcilik ve bilgi, sermaye ve işçilik kadar önemli bir üretim faktörü konumunda. Göz gibi, diş gibi, saç ekimi gibi sağlık hizmetleri olabileceği gibi, moda gibi, gıda gibi alanlar da olabilir. Sanayi'ye mü-

hendislik hizmetleri veren firmalar olabilir" diyor.

Akkaya, KOBİ ve OBİ kapsamındaki Türk firmaları için yatırım ve Almanya'daki potansiyele dair dikkat çekici tespitlerini şöyle sıralıyor: "Ancak şu gelişmeye mutlaka dikkat çekmek istiyorum. Almanya araştırma ve geliştirme odaklı bir ekonomi haline geldi. Yeni malzemeler, yeni teknolojiler, yeni tasarım ve yöntemler bulup geliştirerek yeni ihtiyaçlar yaratıyorlar.

Geliştirilen ürün ve hizmetler hep 7 milyar kişilik dünya pazarını hedefliyor. 80 milyonluk bir ülke olan Almanya'nın 7 milyar insanın ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetleri tek başına yapması mümkün değil.

Bu yeni teknoloji ve malzemelerin uygulanarak insan ihtiyaçlarının giderilmesinde iş ortaklarına ihtiyaç var.

İşte bu noktada Almanya ekonomisinde yer almak, Ar-Ge yapan bu firmaların çözüm ortağı olmak ciddi önem taşıyor."

Almanya ve pazarın geleceği

Türkiye ve Almanya arasındaki ticari faaliyetlerin gelecekte de uzun dönem devam etmesi bekleniyor. Son yıllarda Almanya'ya yönelik Türk firmalarının girişim atakları bu pazarı daha da büyütebilir. 2013'le birlikte yeni fırsatların doğduğu, AB'nin en güçlü pazarı niteliğindeki Almanya'da yer almak, Türk firmalarının gelişim ve marka değeri açısından da önemli yer tutuyor.

Almanya pazarı Türkiye'nin ihracatında her zaman önemli bir pazar olarak kendini gösterdi. TAVAK Başkanı Faruk Şen, bu açıdan "Almanya'daki ticaretimiz önümüzdeki yıllarda da ilk sıraya konulmaya devam edecek" tespitinde bulunuyor. Şen, Almanya pazarının gelecek dönemlerde Türkiye'nin önemli girişim alanlarından birisi olarak kalacağını belirterek, öngörüsünde şu ifadeleri kullanıyor: "Her ne kadar son yıllarda Irak'la olan ticaretimiz artmasına Türkiye'nin Uzakdoğu ülkeleriyle ticareti gelişmesine rağmen Almanya ticaretteki önemli ülke konumunu koruyacak."

"POLİTİK DEĞİŞİMLER İLİŞKİLERE OLUMLU YANSIR"

TAVAK Başkanı, Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyelik sürecinde Alman hükümetinin tutumunun, Almanya'nın iç politik dengelerinde herhangi bir değişiklik ile yeni bir sürece girebileceğini, olumlu yeni bir sürecin de ekonomik ilişkileri daha da artıracığına vurgu yapıyor. Şen bu konudaki düşüncelerini şu ifadelerle aktarıyor: "Türkiye'nin beklentisi bu yıl Eylül ayında yapılacak seçimlerde Hristiyan Demokratların etkinliğini kaybederek Sosyal Demokratların iktidara ortak olması yolunda.



Türkiye'ye ve Türklere bu güne kadar oldukça negatif bakan Başbakan Angela Merkel'in koltuğunu bırakma olasılığı, Türk-Alman ilişkilerinde yeni bir ivme yaratabilir. Kültürel açıdan da Almanya, Türkiye için önemli bir faktör. Nihayet Almanya'ya yönelik iki üniversite de Türkiye'de faaliyete geçmek üzeredir. Devletin kuracağı Türk-Alman üniversitesinin yanında bir vakıf üniversitesi olarak Silivri'de kurulacak olan "Avrupa Üniversitesi" de Almanya'daki 8 üniversite ile işbirliği içerisinde olarak, Alman kültürüne, ekonomisine yönelik çalışmaları ileri taşıyabilecek."

"BİR AYAĞI ALMANYA'DA OLAN KAZANIR"

NRW Invest Türkiye Temsilcisi Adem Akkaya da, Almanya pazarında yer alacakların kazançlı olacağını aktararak, Almanya pazarının gelecek dönemler açısından daha da kıymetli olduğunu belirtiyor.

Akkaya, pazarda yer almanın avantajlarını da şu şekilde dile getiriyor: "Kuzey Ren-Vestfalya'da şirket kurarak gerek sınısal gerekse de kurumsal

müşterileri ile doğrudan temas sağlayanlar çok önemli bir avantaj elde ediyorlar. Bu firmalar Almanya pazarına uzaktan ihracat yapan tedarikçiler olmaktan çıkıyor ve çözüm ortağı olarak algılanmaya başlıyorlar. Müşterilerinin ihtiyaçlarını zamanında ve birinci elden öğreniyorlar. İhtiyaçlara göre ürün geliştirme ve hatta bu ihtiyaçlara etki etme şansına sahip oluyorlar. Alman ekonomisinin bir aktörü oluyorlar ve piyasa onlara çok daha önemli roller biçebiliyor. Bir ayağı ile Avrupa'nın ortasında olmak, firmalara yepyeni ufuklar açıyor."

ALMANYA'DAKİ TEŞVİKLER

Federal Almanya, özellikle demir çelik gibi mono yapıdan çeşitli yapılara geçen bölgelerinde; Avrupa Birliği Sosyal Struktur Fonu'ndan aldığı paralarla bu yatırımları destekliyor. İlk 3 yılı ödemesiz yılda yüzde 4 faizle 20 yıllık krediler verilebiliyor. Ayrıca, mahalli, idareler belediyeler kendi bölgelerine yapacakları yatırımlarda arsa tahsisinde bulunabiliyor. Türkiye'den gelenlere özellikle Kuzey Ren Vestfalya Eyaleti Yatırım Kurumu bir "ayak

bastı parası" veriyor ve yapılacak fizibilite çalışmalarının yüzde 80'ini ödeyebiliyor

UZMANLARDAN TAVSİYELER

> Almanya'da şirket kurarak gerek üretim, gerek satış yapmak ve/veya satış sonrası hizmet vermek isteyen firmaların iyi bir strateji oluşturmalarını ve başarının birkaç hafta içinde gelmeyebileceğini de hesaba katmaları gerekiyor. Çünkü Alman firma ve müşterilerin ikna edilmesi zor, kalite talebi yüksek.

> Almanya'da sorun yaşamamanın olmazsa olmaz koşulu iyi bir Yeminli Mali Müşavir (Steuerberater) ile çalışmaları. Bunlar kendi baroları olan, mesleki sorumluluk sigortaları olan ve bu alanda çalışan uzmanların en tepesinde yer alan meslek grubu. Yaptıkları işi, mali ve cezai sorumluluğunu da üzerlerine alarak yapıyorlar.

> Başarılı olan firmalar genellikle tecrübeli bir ekip ile kendi portföyüne sahip pazarlama ve satış elemanları ile çalışan firmalar arasından çıkıyor. Bu nedenle doğru ve uygun kadro kurmak büyük önem taşıyor.

> Alman iş kültürü, esnekliği çok az olan, sıkı kurallardan oluşuyor. Dakiklık hem iş hayatında hem de sosyal hayatta son derece önem verilen bir konu. İş yaşamının odak noktası-

nı, nesnel-objektif olgular ve görevler oluşturuyor.

> Almanya'da girişim faaliyetinde bulunacaklara bir önemli not olarak şunları ekleyebiliriz; Almanya'ya giden işadamları yanlarında bol miktarda kartvizit götürmeli zira Almanlar kartvizit değiştirmekten çok hoşlanıyorlar. Üniversite derecesi ve sahip olunan bazı özelliklerin de belirtilmesinde yara var.

> Alman iş yaşamında toplantılara ayrı bir önem veriliyor ve toplantılar aşırı bir ciddiyetle yönetiliyor. Yeni fikir ve kavramlara hemen adaptasyon sağlamıyorlar, detaycıdır, kolay kolay taviz vermezler.

> Alman kültüründe karar verme süresi yavaş sürüyor, teklifler ciddi bir şekilde inceleniyor. İlk görüşmelerde birçok kişiyle muhatap olmak zorunda kalınabiliyor. Genelde kararlar bir kez verildikten sonra vazgeçme olasılıkları düşüktür.

> Birçok randevulaşma teyit verme işlemleri yazılı olarak yapılır. Özellikle de Almanya'da belli bir girişim için muhataplarla görüşmelerde "her iş yapabiliriz, hallederiz" gibi cümleler güven sarsabilir.

> Bir önemli not daha; Almanya'da ilk isimler aile üyelerine aittir. Yıllarca birlikte çalışıp da birbirlerinin ilk isimlerini bilmeyen kişilere rastlamak mümkün.

ALMANYA'DA YATIRIM REHBERLİĞİ İÇİN BAŞVURULACAK KURUMLAR

NRW.INVEST TURKEY

NRW.INVEST GmbH firmasının İstanbul temsilcisi, Türkiye'deki şirketlere Kuzey Ren Vestfalya Ekonomi Bölgesi, yatırım yapılacak sektördeki iş ve yatırım ortamı, Almanya'daki hukuki ve sosyal çevre koşulları, Kuzey Ren Vestfalya'daki şehirler ve yatırım bölgeleri, fuarlar ve pazar olanakları hakkında bilgi vermektedir.

Temsilci, Kuzey Ren Vestfalya'da yatırım yapmayı düşünen Türk şirketlerin danışabileceği bir merci olup Kuzey Ren Vestfalya'ya yatırım yapmak isteyen firmalara fiilen yardımcı olur ve yerinde danışmanlık hizmeti verir.

TAVAK VAKFI

Türk-Alman Eğitim ve Bilimsel Araştırmalar Vakfı (TAVAK), Türkiye ve Almanya arasındaki ticari, sosyal ve kültürel ilişkileri kuvvetlendirmek ve akademik değişime eşlik etmek amacıyla kurulan bir Türk vakfıdır. Kurucuları arasında Almanya ve Türkiye'de ikili ilişkilere büyük katkılar vermiş, her biri konusunda uzman ve saygınlığını kanıtlamış 28 Türk ve Alman yer almaktadır.

REMA-EUROPE

Research, Events, Marketing & Analysis REMA, Research (Araştırma), Events (Organizasyon), Marketing (Pazarlama), Analysis (Analiz) konularında uzman kadrosu ile Türk markalarını Avrupa pazarına taşımak amacıyla kurulmuş bir marka ve imaj geliştirme şirkettir. REMA'nın amacı; küreselleşme doğrultusunda Avrupalı şirketlerin Türkiye'de, Türk şirketlerin Avrupa'da; marka konumlandırılmalarını sağlamaktır.



SEKTÖREL ANALİZLER, PAZAR KOŞULLARI VE KURALLARI...

Almanya pazarına yakın bakış



Almanya pazarı Türkiye için çok önemli, ama aynı zamanda çok da stratejik bir pazar. Alman pazarı kolay bir pazar değil ve kalite talebi yüksek. Ancak ürün ve hizmetlerini geliştirerek burada başarılı olan firmalar, burada kazandıkları prestij ve tecrübe ile başta Körfez, Afrika ve Asya pazarları olmak üzere bütün pazarlarda avantajlı duruma geçebilirler. 2003 ve 2010 yılları arasında

Almanya'da 2.929 yabancı firma, 3,925 yatırım projesine imza attı. Yeni yatırım projelerinin kaynaklandığı ülkelere bakıldığında ABD, tüm yatırım projelerinin yüzde 27'siyle, İngiltere yüzde 9'uyla ve İsviçre yüzde 7'siyle başı çekiyor. Yeni projelerin yoğunlaştığı alanlar bilgi ve iletişim teknolojileri ve finansal hizmet sektörleri. Otomotiv, makine-ekipman, tüketici malları ve kimya sanayileri de Almanya'da yabancı sermaye çeken sektörlerden.

PAZAR İLİŞKİLERİ AB ÜLKELERİ İLE DAHA YOĞUN

2011 yılında Almanya'nın toplam ihracatı yüzde 13,3, ithalatı yüzde 15 oranında artış gösterdi. Ülkenin ticaret fazlası ise bir önceki yıla göre yüzde 6 artış gösterdi. Ülkenin ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında Fransa, ABD, Hollanda ve Çin başı çekiyor.

Almanya'da ihracatın yansından fazlasını sermaye malları oluşturuyor. İhra-

Yüksek alım gücüyle Türkiye'nin ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesi. Ülke 81,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumunda.



catta en büyük payı makineler, ulaşım, araçları ve bunların parçaları, petrol-doğalgaz ve ürünleri ile ilaçlar oluşturuyor. Almanya'nın ihracatında en önde gelen ticaret ortağı Fransa iken ithalatında Hollanda birinci sırada yer alıyor.

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

Almanya, doğrudan yabancı yatırımların GSMH'ye oranı açısından çoğu kendenin küçük ekonomiler olmak üzere

re diğer ülkelerden daha düşük bir orana sahip olsa da, doğrudan yabancı yatırımlar için dünyadaki en cazip ülkelerden birisi. 1990'lardaki yoğun doğrudan yabancı yatırım girişleri o dönemin genel küresel ve Avrupa ölçeğindeki doğrudan yabancı yatırım hareketlerinin özelliğini yansıtıyor. Doğrudan yabancı yatırımlar hareketlerinde 2000'lerin başında yaşanan düşüşten sonra yatırım hareketleri 2003'ten itibaren artmaya başlamışsa da doğrudan yabancı yatırım girişleri dünya ortalaması kadar artmadı ve toplam doğrudan yabancı yatırımlar stoku GSMH'nin çeyreği düzeylerinde kaldı. Ülkenin dış yönlü yatırım akışı tarihsel olarak her zaman iç yönlü yatırımları aştığından, dış yönlü yatırım stoku iç yönlü yatırımlar stokundan çok daha büyük.

BANKACILIK

Almanya'daki bankacılık da bu sektördeki Türk firmaları yakından ilgilendiriyor. Almanya pazarındaki bu sektörü ayrı bir başlıkta incelemek ve girişimcilere ayrıntılarını vermekte yarar var. Almanya'da bankacılık sektörü özel ticari bankalar, yardımcı bankalar ve kamu bankaları (Eyalet bankaları ve tasarruf bankaları) olmak üzere üç gruba ayrılıyor. Kamu bankaları içinde bölgesel olarak örgütlenen tasarruf bankaları, Eyalet bankaları tarafından denetleniyor ve koordinasyonları sağlanıyor. Kamu bankaları ve yardımcı bankalar KOBİ'lere sağlanan finansman da dahil olmak üzere perakende bankacılık piyasasında hakim durumda.

Alman ekonomisinin bir karakteristik özelliği, uzun dönemli banka kredilerinin şirket finansmanında geleneksel olarak en fazla kullanılan yöntem olması. Bu durum kısmen Alman sanayinin yapısından kaynaklanıyor. Ülkede özellikle orta büyüklükteki işletmeler ekonominin bel kemiğini oluşturuyor, bu firmalar doğrudan sermaye piyasası finansmanına ulaşmakta güçlük çekiyor. Diğer taraftan bankalar yakın zamana kadar bankalar arasında yoğun re-

ALMANYA PROFİLİ

Nüfus	81,8 milyon
Yüzölçümü	356.970 km ²
Başkent	Berlin
Kişi Başına Düşen Milli Gelir	41.136 dolar
Büyüme Oranı (%)	%0,7 (2012)
Başlıca Şehirler	Berlin (3.461 bin), Hamburg (1.786 bin), Münih (1.353 bin), Köln (1.007 bin), Frankfurt/Main (680 bin), Stuttgart (606 bin)
Telefon Kodu	49

kabetin olması, sektörde kar amacı kısıtlı olan kamu bankalarının önemli bir yer tutması ve tasarruf oranının yüksek olması da banka kredileri yoluyla finansman sağlamayı ucuz ve elverişli kılan faktörler arasında sayılabilir. Ancak kamu bankalarının da giderek karlılığa odaklanması ve bankaların kendi bilançolarını iyileştirmek için kredileri kısıtlamaya gitmesiyle bu durum değişiyor.

ÜRÜN STANDARTLARINDA EN HASSAS ÜLKE

Almanya, standartlar konusunda Avrupa'nın en önde gelen ülkesi konumunda. Hatta öylesine ki AB, birlik kapsamında geçerli standartlar uygulamaya koydukça, mevcut Alman standardı AB standardına dönüşecek diyebiliriz.

AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin Almanya'ya ihraç edilebilmesi için, üzerinde CE işareti bulunması zorunlu. Bu işareti taşıması gerektiği halde taşımayan ürünün AB üyesi ülkelere ihracatı mümkün değil.

Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasa sürülmesinden üretici sorumlu. Ancak, eğer üretici ya da üreticinin yetkili temsilcisi Avrupa Birliği içinde değilse, bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorunda. Bir başka deyişle, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB normlarına uygun olduğunu garanti etmek zorunda.

Diğer yandan Alman firmaları, yasal bir zorunluluk bulunmamasına karşın, Almanya'da verilen birtakım performans ve kalite işaretleri talep edebilirler.

EN GÜNCEL FIRSAT:

Otobüs taşımacılığı

1 Ocak'tan itibaren yürürlüğe giren yeni kanun, Almanya'da şehirlerarası otobüs taşımacılığını serbest hale getirdi. Türk firmaları tecrübeli oldukları bu sektöre göz diktiler. Otogar ücreti olmayan Almanya'da yakıtın Türkiye'ye göre yüzde 25 daha ucuz olması pazarın cazibesini artırıyor.

Almanya'da şehirlerarası otobüs işletmeciliğine yeşil ışık yakıldı. Böylece Alman Demiryolları İşletmesi'ni (Deutsche Bahn) rekabete karşı koruyan düzenleme feshedilmiş oldu. Türkiye'de şehirlerarası ulaşımın en önemli araçlarından olan otobüsler, Almanya'da 1 Ocak 2013'ten itibaren sefere çıkabilecek. Bu sektörün önünün açılmasıyla otobüs işletmeciliği yapan Türk firmaları da pazarla yakından ilgilenmeye başladı.

TÜRK OTOBÜS FİRMALARI ALMANLARI TAŞIYACAK

Tren yolu ile yılda 140 milyon kişinin seyahat ettiği Almanya pazarına Türk firmaları Kamil Koç ve Ulusoy, toplamda 150 otobüsle adım atmaya hazırlanıyor. Toplamda ise Türk firmaları tarafından 500 araçlık bir yatırımın yapılması bekleniyor.

Türkiye Otobüsçüler Federasyonu (TOFED) Başkanı Mehmet Erdoğan, bu güncel yatırım fırsatına dair içinde bulundukları hazırlıkları ve bilgileri paylaşarak, konuya ilişkin şu açıklamaları yapıyor: "Almanya'da toplam 1.600 adetlik otobüs yatırımı olabileceği, bu konuda Metro, Ulusoy, Kamil Koç gibi Türk firmalarının temaslarda bulundukları haberlerini bizler de aldık. TOBB Başkanı Sayın Rifat Hisarcıklıoğlu ile bir görüşme yaparak, önümüzdeki günlerde Almanya'ya sektör mensupların-



dan oluşan bir heyetle gitmeyi ve burada Türkiye-Almanya İşbirliği Konseyi ile görüşmeyi planlıyoruz."

"KNOW-HOW İHRAÇ EDECEĞİZ"

Erdoğan, dünyada bu işin en iyi şekilde Türkiye'de yapıldığının kabul edildiğini, kurumsallık, kalite, tecrübe, işletmecilik anlayışı gibi faktörler Almanya pazarına açılacak Türk firmalarının önemli avantajları olacağını dile getiriyor. Erdoğan: "Almanya'ya nakdi sermayeden ziyade know-how ihraç edeceğimiz inancındayım" diyor.

TOFED Başkanı, bu pazarın Türk firmalarına, iç pazardaki daralma nedeniyle yeni yatırım alanları kazandırabileceğini ve mevcut bilgi, birikimlerini Almanya'da kullanarak kalite farkı yaratabileceklerini de sözlerine ekliyor.

OTOBÜS TAŞIMACILIĞI ALANINDAKİ AVANTAJLAR

- > Otobüs fiyatları daha ucuz, üstelik leasing de var.
- > Otobüs bilet fiyatları tren fiyatlarının çok altında olabilir. Buna dikkat edilmesi gerekiyor.
- > Otayollar ücretsiz ve her istikamette otoyol var. Amortisman giderleri daha az.
- > Mazot Türkiye'den daha ucuz
- > Öncelikle Hamburg, Berlin ve Münih gibi kentlerde otogar yapımı planlanmakta,
- > Yeni dinlenme tesisleri yapımı gündemde.



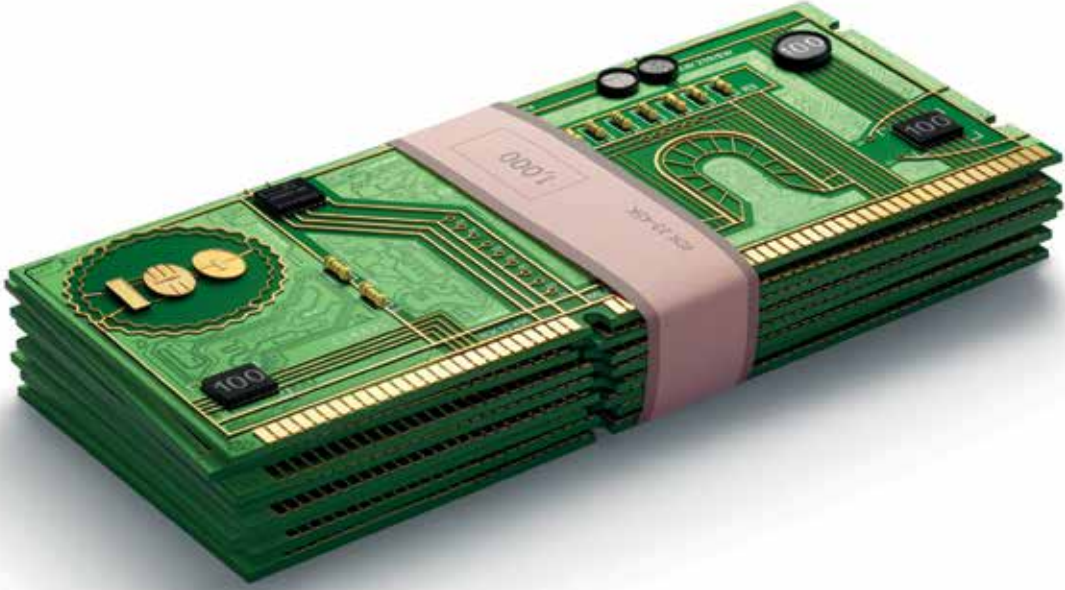
HSBC Faktoring'le kafanız rahat olsun!

HSBC'ye gelin, ihracat faktoring hizmetimizden yararlanın;
vadeli alacağınızı nakde çevirelim, uluslararası tecrübemiz ve
dünya çapında yaygın muhabir ağımla işleriniz tıkır tıkır yürösün.

Arayın 444 0 424
Tıklayın www.hsbc.com.tr
Ziyaret edin HSBC Bank Şubeleri

HSBC Bank A.Ş. tarafından yayımlanmıştır.

HSBC



Gelecekte, bilgi en değerli para birimi olacak.

Artık Dolar dijital, Sterlin silikon ve Renminbi kablosuz. İşlem bilgisinin piyasalar, zaman dilimleri ve para birimleri arasındaki hareketi her geçen gün artıyor ve hız kazanıyor.

HSBC'nin sunduğu teknoloji, küresel para akışını yönetmenize ve giderek karmaşıklaşan küresel nakit pozisyonunuzu belirlemenize yardımcı oluyor. 70'ten fazla ülkedeki global ağıımız, sahip olduğumuz teknoloji altyapısı ve data yönetim ekspertizi ile işletme sermayenizi en iyi şekilde kullanarak işinizi yönetmenize imkan sağlıyoruz.

Küresel nakit yönetimi hakkında daha fazlası için:
www.hsbc.com.tr

Arayın 444 0 424
Tıklayın www.hsbc.com.tr
Ziyaret edin HSBC Bank Şubeleri

HSBC Bank A.Ş. tarafından yayımlanmıştır.

HSBC 