

GLOBAL

Turkishtime

EXPORT

HAZİRAN 2014

HSBC BANK A.Ş.'nin katkılarıyla hazırlanmıştır.



AVRUPA'NIN EN BÜYÜK EKONOMİSİ ALMANYA

Güçlü ekonomisi ve teknolojik altyapısı ve Avrupa Birliği içerisindeki liderlik konumuyla Almanya, dünya ekonomisi ve siyasetinin kilit aktörlerinden biri... Türkiye dış ticaretinin en büyük partneri.

ÜLKENİN İHRACATININ ARTMASI BEKLENİYOR

Mart 2014 tarihli HSBC Küresel Bağlantılar Almanya raporuna göre Alman ekonomisinin bu yıl, ticarete olan güvendeki genel yükseliş ve ihracattaki artış beklentisi sayesinde güçlenmesi bekleniyor.

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.globalconnections.hsbc.com



MUNTAZAM SANAYİ, DAYANIKLI EKONOMİ

Alman ekonomisinin kalbini imalat sanayi ve ilgili hizmet sektörleri oluşturuyor. En önemli imalat sektörleri sanayi makineleri, otomotiv ve kimya sanayi iken son yıllarda telekomünikasyon sektörü de önde gelen faaliyet alanlarından biri haline geldi. Fakat Ruhr bölgesindeki çelik imalat sektörü, ciddi biçimde küçülürken tarım da önemini giderek yitiriyor. Diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'da da hizmetler sektörünün önemi giderek artıyor.

Avrupa'da etkili olan krizden etkilenen Alman ekonomisi, beş yıl önce son 60 yılın en büyük gerilemesini yaşayarak yıllık

bazda yüzde 5 oranında küçüldü. Büyüme hızındaki gerilemenin önemli bir kaynağı özel tüketimdeki düşüş olarak gösterildi.

İhracatın 2009 yılında yüzde 14,3 azalması, 1950'den bu yana yıllık bazda yaşanan en büyük düşüş oldu. İhracattaki gerileme aynı zamanda 2003'ten bu yana dünya ihracatında ilk sırada yer alan Almanya'yı 2009 yılında Çin'in ardından ikinci sıraya düşürdü.

Alman ekonomisi bu zorlu yılın hemen ardından, 2010'da toparlanmaya başladı ve aynı yıl, ekonomide yüzde 3,6'lık büyüme sağladı. Bu oran 1990'da Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesinden sonra

gerçekleşen en yüksek oran olarak kayıtlara geçti. 2013 yılında Almanya yüzde 0,4 oranında büyüdü. Euro bölgesine göre kayda değer bir büyüme oranı olarak bu büyümenin yanında, kamu borçlarında azalma olurken bütçe açığının hemen hemen sıfırlanmış olması geçen yılın ekonomideki artı yanlarıydı. Federal İstatistik Dairesi'nin verilerine göre bütçe açığı 1,7 milyar euro'ya, oran olarak da GSYİH'nin binde birine düştü. Almanya'nın 2014 yılını da denk bütçe ile kapatması bekleniyor.

Türkiye'nin ticaretteki en büyük partneri olan Alman ekonomisine daha detaylı notlarla bakalım...

ALMANYA PROFİLİ

Nüfus	: 81,5 milyon
Dil	: Almanca
Yüzölçümü	: 356.970 km ²
Başkent (nüfus)	: Berlin (3.461 bin)
Başlıca Şehirleri (nüfus)	: Hamburg (1.786 bin), : Münih (1.353 bin), : Köln (1.007 bin), : Frankfurt/Main (680 bin), Stuttgart (606 bin)
Yönetim Şekli	: Federal Parlamenter Cumhuriyet
Cumhurbaşkanı	: Joachim Gauck
Başbakan	: Angela Merkel
Para Birimi	: Euro (€)

ÜRETİMİN HER ALANINDA

Almanya, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayisine sahip. Ülke, 80.5 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumunda.

Editör: Ali Afatoğlu
aliafatoglu@turkishtimedergi.com

Almanya ekonomisinin belkemiğini halen GSYİH içindeki payı hizmetler sektörü karşısında giderek küçülmekte olsa da imalat sanayi oluşturuyor. Hizmetler sektöründe faaliyet gösteren çok sayıda firma, şu ya da bu şekilde imalat faaliyetiyle ilişki içinde. Sanayi sektörü, Almanya GSYİH'sinin yüzde 30.5'lik kısmını oluşturuyor.

Öte yandan Ruhr bölgesindeki çelik imalat sektörü, ciddi biçimde küçülürken tarım da önemini giderek yitiriyor. Diğer sanayileşmiş ülkelerde olduğu gibi Almanya'da da hizmetler sektörünün önemi giderek artıyor. Hizmetler sektörü, ekonominin yüzde 69'luk kısmını oluşturuyor.

Küresel ticaretin en güçlü şirketleri

Dünyanın ABD, Çin ve Japonya'dan sonra dördüncü büyük ekonomisi olan Almanya'da neredeyse tüm sanayi mallarının üretimi yapılmakla beraber ülkenin sanayideki gücü ağırlıklı olarak taşıtlar, sermaye malları, kimyasallar ve beyaz eşya sektörlerinden geliyor. Buna karşılık havacılık ve bilgisayar donanım sanayi daha az gelişmiş olan Almanya'da, ileri teknoloji ürünlerinin üretimi ve ihracatı diğer önde gelen sanayileşmiş ülkelere kıyasla daha küçük pay alıyor. Tabii bu durum Almanya'nın ekonomide yansıdığı ABD ve Japonya gibi ülkelerle kıyaslandığında geçerli. Türkiye ve birçok Avrupa Birliği ülkesine kıyasla Almanya'nın teknolojik ve katma değerli ürün üretimi üst seviyede.

Ülkenin imalat sanayinde uluslar arası düzeyde tanınmış pek çok firması bulunuyor. Orta ölçekli firmalar hem imalat sanayinin hem de Almanya ekonomisinin bel kemiği olarak nitelendiriliyor. Genel olarak 500'den az sayıda çalışanı olan ve aile şirketi şeklinde faaliyet gösteren bu firmalar batı eyaletlerinde daha yaygın.

Ülkenin doğu eyaletlerindeki başlıca imalat sanayi sektörleri ise elektrik mühendisliği ve elektronik, kimyasallar, taşıtlar, cam ve seramik sektörleri olarak sıralanıyor.

Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesinin ardından Doğu Almanya'daki sanayi işletmeleri büyük ölçüde kapandı. Bununla beraber bazı Batı Alman büyük ve orta ölçekli firmalar ile yabancı yatırımcılar tarafından gerçekleştirilen yeni, bazı büyük yatırımlar da bulunuyor. Bu yatırımlar arasında Volkswagen, Opel ve BMW (otomobil), Daimler-Benz (kamyon), Siemens ve AMD (yan iletkenler) firmaları öne çıkıyor. Sanayinin itici güçlerinden biri olan otomotiv sektörü, Alman ekonomisi içinde önemli bir yere sahip.

Modern madenciliğin anavatanı

En önemli doğal kaynağı kömür olan Almanya, dünyanın en büyük kömür üreticisi konumunda bulunuyor. Ülkede 2,5 milyar ton taş kömürü ve 40,5 milyar ton linyit rezervi bulunuyor. Almanya, elektrik üretimi için kok kömüründen ziyade linyite ağırlık vermesi bakımından diğer pek çok gelişmiş ülkeden farklı bir yapı sergiliyor. Ülkede linyit toplam iç enerji üretiminin yüzde



38,5'ini ve birincil enerji tüketiminin yüzde 11,7'sini oluşturuyor. Elektriğin yüzde 25'i linyitten elde ediliyor.

2011 yılı taş kömürü üretimi 189 milyon ton ve linyit üretimi 176 milyon ton civarında. 2012 yılı taş kömürü üretimi de artarak 197 milyon tona ulaştı. Almanya'nın taşkömürü ve linyit talebi AB toplamının yaklaşık üçte birini oluşturuyor. 2013 yılında yaklaşık 5.300 mw'lık kömür santrali eklenmesi planlanırken, taş kömürü madenlerinin 2018 sonuna kadar kapatılması kararı nedeniyle taş kömürü üretimi düşürülüyor.

Madencilik alanında ileri teknoloji kullanımı ön planda olan ülkede, büyük kömür kaynaklarından az işçi ve ileri teknoloji kullanılarak kahverengi kömür denilen kömürler çıkarılıyor. 7 Şubat 1962 tarihinde Saar Eyaleti'ndeki Luisenthal'da meydana gelen büyük kazadan bu yana, son 50 yıl içerisinde Almanya, meydana gelebilecek kazalarda iş güvenliğini ön plana çıkaran yapılanmaları ile örnek teşkil ediyor.

Almanya, madenlerde uyguladığı teknolojik yapılanma ve iş güvenliği neticesinde,

son 25 yılda ciddi can kayıpları yaşamadı. Son 25 yılın tek ölümlü maden kazası ise 1 Ekim 2013'te karbondioksit gazı sızıntısı sonucu 3 kişinin ölümüyle sonuçlanan kazaydı. 2018 yılına kadar tüm taş kömürü maden ocaklarının kapatılması kararı da bu kazanın ardından alındı.

Yenilenebilir enerji kullanımı durmaksızın artıyor

Almanya'nın fosil yakıtlar bakımından kaynakları sınırlı. Bu açıdan büyük ölçüde dışa bağımlı bir görünüm sergiliyor. Bununla birlikte, yurtiçi tüketiminin dörtte birini karşılayabilecek düzeyde doğalgaz kaynaklarına, ayrıca geniş kömür (kok ve linyit) kaynaklarına sahip. Ülke, kullandığı enerjinin yüzde 60'ını diğer ülkelere ithal ediyor. Enerji kaynaklarına göre birincil enerji tüketimi şu şekilde: Petrol yüzde 33,4, doğal gaz yüzde 21, taş kömürü yüzde 12,4, linyit yüzde 12,2 ve nükleer enerji yüzde 8. Ülkede enerji üreten kuruluşlar ağırlıkla özel sektör kuruluşlarından oluşuyor.

Alman hükümeti karbondioksit (CO2)

salınımını 2020 yılı itibarıyla 270 milyon ton azaltmayı ve yenilenebilir kaynaklardan üretilen enerjilerin kullanımını yaygınlaştırmayı hedefliyor. Ülkenin "yenilenebilir enerjiler ve kaynaklar sektörü" ile ilgili göze çarpan veriler şu şekilde: Fotovoltaik enerji (PV-güneş ışığından doğrudan elektrik üretimi) ve rüzgar enerjisi sektöründe dünyada birinci ülke. Üretilen elektrikte yenilenebilir enerjinin payı yüzde 20'den fazla.

İnşaat sektörü Avrupa zirvesinde

Almanya, Avrupa inşaat piyasasında yüzde 21'lik pazar payıyla birinci sırada geliyor. Alman ekonomisinde önemli bir yere sahip olan inşaat sektörü, Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü'nün (Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung-DIW) hesaplamalarına göre 2011 yılında 307 milyar Euro'luk bir yatırıma sahne oldu. Bununla, inşaat sektörü yatırımları toplam tesis yatırımlarının yüzde 55'ine denk düşen bir pay içeriyor ve bu payın yüzde 19'unu ise yeni eyaletlerdeki yatırımlar oluşturuyor. 2012-

2013 yıllarında inşaat yatırımlarında genel olarak beklentilere paralel olarak belirgin bir büyüme gözlemlenmedi. Batı Almanya'ya göçlerin hala sürdüğü bir ortamda özellikle Doğu Almanya konut piyasasında ki arz fazlası sektörün önemli bir sorunu olmayı sürdürüyor. Avrupa'da yaşanan krizin bu durumda oldukça etkisi var. Yatırımlara ayrılan bütçelerin önümüzdeki yıllarda yavaş yavaş büyümesi bekleniyor.

Tüm olumsuzluklara rağmen Almanya'daki inşaat sektörü, Avrupa ülkeleri arasındaki en büyük pazar. AB'de inşaat sektörü; 1,3 milyar Euro'yu aşan değeri ile GSYİH'nın yüzde 10,4'ünü, 16,3 milyon çalışan ile toplam istihdamın yüzde 7,6'sını ve sanayideki istihdamın ise yüzde 30'unu oluşturuyor.

Ticari fuarların gözdesi

Turizm, Alman ekonomisinde önemli sektörlerden biri. Yılda yaklaşık 70 milyon yabancı Almanya'yı ziyaret ediyor. Daha çok Avrupalı turist ziyaret ettiği Almanya, en çok ziyaretçiyi Hollanda'dan çekiyor. Yurt

içinden gelen ziyaretçilerin gecelik konaklama sayısı ise 350 milyon kişiyi buluyor.

Ülkenin en önemli turizm bölgeleri: Batı'da Bavyera, Baden-Württemberg ve Ren Vadisi, Doğu'da Berlin, Dresden, Thüringen ve Harz Dağları olarak sıralanıyor. Dünya'nın en önemli bilgi teknolojileri (IT) fuarı olan Cebit'e ev sahipliği yapan Hannover ve Frankfurt, hem ticaret fuarları hem de diğer iş hayatı faaliyetleri ile küresel iş dünyası için cazibe merkezi konumundalar.

Lojistik merkezi

Avrupa'nın tam merkezinde bulunan Almanya, Avrupa'da lojistik alanında birinci sırada yer alıyor. Bu ülkede, ileri seviyedeki enerji ve haberleşme ağı ile yoğun ve geniş çaplı ulaşım alt yapısı biraraya gelince zamanında ürün teslimi ve başarı garanti altına alınabiliyor.

Almanya'da yük taşımacılığı büyük ölçüde karayolu taşıtları ile yapılıyor. 2012 yılında karayolları ile 3,4 milyar ton yük taşınırken, iç sularda 223 milyon ton, demiryolları ile 366 milyon ton yük taşımacılığı yapıldı.

Güçlü sanayiye rağmen tarım yok sayılmıyor

Halen ülke GSYİH'sinin sadece yüzde 0,8'lik kısmını oluştursa da tarım, ormancılık ve balıkçılık Almanya'nın sosyal yapılanması bakımından önemini koruyor. Sektör ülkenin sosyal dokusu bakımından belirgin bir öneme sahip ve Almanya gıdada yüzde 70 oranında kendine yetiyor.

Özellikle doğu ve batı ayrımı olmak üzere ülkenin bölgeleri arasında tarımsal yapılanma ciddi farklılıklar gösteriyor. Batı Almanya'da aileler tarafından işletilen çiftlikler hakim durumdayken, Doğu Almanya'da eski sosyalist kooperatiflerin devamı niteliğindeki büyük tarım işletmeleri ön plana çıkamıyor. Bunun bir sonucu olarak Doğu Almanya'daki tarımsal toprakların yüzde 93'lük kısmı yüzölçümü 100 hektarı aşan çiftlikler tarafından kullanılırken, ortalama çiftlik büyüklüğü; 188,2 hektar. Bu ortalama Batı Almanya'da sadece 31,2 hektar.

Gerek ekolojik ürünlere tüketicilerin gösterdiği talep artışı gerekse devlet desteklerinin etkisi ile organik tarımın payı hızla yükseliyor. Almanya'da 16 bin 532 adet organik çiftlik mevcut. Ülkenin tarım politikası AB'nin Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde şekilleniyor.



HSBC KÜRESEL BAĞLANTILAR ALMANYA RAPORU MART 2014

Mart 2014 tarihli HSBC Küresel Bağlantılar Almanya raporuna göre Alman ekonomisinin bu yıl, ticarete olan güvendedeki genel yükseliş ve artan ihracat beklentisi sayesinde güçlenmesi ve dolayısıyla yatırımların artışını teşvik etmesi bekleniyor.

Almanya, Avrupa'nın merkezindeki konumuyla son derece gelişmiş bir altyapı ve nispeten dengeli ekonomiye sahip olan bir ülke. Ekonomisi yüksek seviyede sanayileşmiş, hizmet ve üretim-sektörlerine eşit derecede odaklanmış durumda. AB içindeki en büyük iç piyasaya sahip ve yatırımcılar için önemli ve dengeli bir müşteri tabanı oluşturuyor.

Mart 2014 tarihli HSBC Küresel Bağlantılar Almanya raporuna göre Alman ekonomisinin bu yıl, ticarete olan güvendedeki genel yükseliş ve artan ihracat beklentileri sayesinde güçleneceği ve dolayısıyla yatırımların artışını teşvik etmesi bekleniyor. Ayrıca, düzenli gelir artışının da desteğiyle, tüketici harcamalarındaki yükselişin süreceği tahmin ediliyor. Orta

vadede Almanya'daki büyümenin Euro Bölgesi ortalamasını geçeceği tahmin ediliyor. HSBC tarafından gerçekleştirilen Dış Ticaret Güven Endeksi anketi katılımcılarının üçte ikisi ticaretin artacağı yönünde görüş bildirdi. Buna dayanarak, önümüzdeki altı ay içerisinde ticaret koşullarının iyileşeceği bekleniyor. Yeniden artan küresel talebin ve daha yayılcı iş stratejilerinin önümüzdeki altı ayda ihracatın artmasına katkı sağlayacağı tahmin ediliyor. Almanya'nın yüksek teknoloji ihracat mallarındaki rekabet gücünün, sahip olduğu nitelikli iş gücünden ve Araştırma ve Geliştirmeye (Ar-Ge) yapılan büyük miktardaki özel harcamadan fayda sağlayarak artması bekleniyor. Gelişen pazarlar ihracatçılara en iyi büyüme fırsatlarını sağlıyor olsa da, Avrupa ile, yapılan tica-

ret toplam hacim açısından bakıldığında daha büyük bir öneme sahip.

Büyümeye hazırlanmak Teknoloji neden önemli

Gelişen piyasaların yüksek teknoloji sektöründe değer zincirini ölçeklendirmek için Ar-Ge yatırımlarına yöneliyor oluşu, gelişmiş ekonomilerin rekabet güçlerini koruyabilmek için yeniliğe yatırım yapmasını gerektiriyor.

Almanya yüksek seviyede Ar-Ge yatırımına sahip; güneş panelleri gibi yeşil teknolojiler dâhil pek çok yüksek teknoloji sektöründe önde gelen bir ihracatçı konumunda. Ayrıca yerel şirketlerin otomotiv gibi bazı sektörler için çeşitli yüksek teknoloji ara mal üretiyor olması, pek çok farklı Alman endüstrisinin rekabet gücünü kalite yönünde destekliyor. Orta vadede gelişen piyasalarda hızla artmakta olan talep, Almanya'daki teknoloji odaklı mal ihracatçılarına büyük fayda sağlayacak bir fırsat doğuruyor.

Şirketler ve teknik üniversiteler arasındaki güçlü bağlantılar Alman yüksek teknoloji endüstrisinin yenilikler getirmesine yardımcı oluyor. Ancak Almanya kişi başına düşen patent seviyesiyle, dünyanın ilk 10 ülkesi arasında yer alsa da, hâlâ Kore, Japonya ve ABD gibi pek çok önemli gelişmiş ekonominin gerisinde.

Devletin son yıllarda Ar-Ge'ye verdiği destek arttı, ancak Almanya'nın yüksek teknoloji mal ihracatçısı olarak önde gelen konumunu koruyabilmesi için devletin önümüzdeki yıllarda daha fazla destek vermesi gerekiyor.

Kısa vadeli görünüm

HSBC tarafından gerçekleştirilen Dış Ticaret Güven Endeksi anketine katılanların üçte ikisi önümüzdeki altı ayda ticaret hacimlerinin artacağını düşünüyor. Bu durum, altı ay önce yapılan son ankete göre beklentilerin yükselmiş olduğunu gösteriyor. Yükselen talep ve ticareti artırma stratejileri, beklenen iyileşmenin ana sebepleri olarak gösteriliyor.

HSBC Dış Ticaret Güven Endeksi (TCI)

Dış Ticaret Güven Endeksi, bir önceki ankette 101 olan seviyesine kıyasla keskin bir yükseliş göstererek 108 seviyesine

ulaştı. Kilit piyasalarda ve küresel seviye-
de artmakta olan talep endeksteki yükse-
liğin temel sebebi olmakla beraber şirket-
lerin ticareti artırmak için uyguladıkları
stratejiler de sebep olarak gösteriliyor.

Sınır ötesi ticaret

Euro Bölgesinde finansal streslerin ye-
niden alevlenme riskinin azalması, yakın
vadede ticareti destekleyecek şekilde
Avrupa'nın bütününde daha iyimser bir
havanın oluşmasına yol açtı. Dış Ticaret
Güven Endeksi anketi katılımcılarının üç-
te biri Avrupa'yı önümüzdeki altı ay için
ticarete en umut vadeditici bölge olarak
gösterdi. Diğer yandan, Asya ülkeleri
anket katılımcılarının önemli bir kısmı
tarafından (yüzde 40) ticari büyüme aç-
sından en fazla fırsatı sunan bölge ola-
rak gösterilmeye devam ediyor. Gelişen
piyasaların Alman ihracatının artması
bakımından oynadığı önemli role işaret
ediliyor.

Dış Ticaret fırsatları

Avrupa Birliği'ne üyelik ve ortak para
biriminin kullanılması Almanya'yı önü-
müzdeki dönemde komşu ülkelerle tica-
reti artırması açısından iyi bir konuma
getiriyor. Ancak gelişmekte olan ekono-
milerin bazı önemli Alman ürünlerine
yönelik artmakta olan talebi, uzun vade-
de ihracat artışı bakımından giderek daha
fazla önem kazanıyor.

Dış Ticarete tercih edilen koridorlar

Diğer Euro Bölgesi ülkeleri Alman tica-
reti için büyük bir rol oynamaya devam
ediyor, gelecekte de süreceği tahmin
ediliyor. Ortak para birimi, ticaret sınırla-
malarının az olması ve uyumlu hale geti-
rilmiş düzenleme ve yasa standartları bu
bölgeyi ticaret için tercih edilir kılıyor.

Para birimi dalgalanmaları anket ka-
tılımcılarının yüzde 40'ı tarafından tica-
retin önündeki en büyük engel olarak
gösteriliyor, yani Euro üyeliği Alman
mallarının diğer Euro Bölgesi ülkelerine
ihrac edilebilmesi için önemli bir avan-
taj durumunda.

Devletler tarafından getirilen düzen-
lemeler, muhtemelen AB dışındaki ül-
kelerle yapılan ticaret için geçerli bir
durum olsa da ticaretin önündeki bir di-



ğer önemli engel olarak gösteriliyor. Bu
da, sınırlamaların azaltılması yönünde
iki yönlü ve/veya çok yönlü görüşmeler
yapılması ve Alman ihracatçılarının hızla
büyüyen gelişen piyasalara giriş yolunun
daha fazla açılması gerektiğini gösteriyor.

Uzun vadeli görünüm

Kontrollü ücret artışı ve yapısal re-
formlar son on yıl içerisinde Alman eko-
nomisinin esnekliğini ve rekabet gücünü
artırdı. Makine ve elektrik alanlarındaki
mühendislik ürünleri Almanya'nın ana
ihracat mallarını oluşturuyor; bu durum

ülkenin hızla sanayileşen gelişen piyasa-
lardaki güçlü talebi karşılayabilecek bir
konumda bulunduğunu gösteriyor.

İzlenmesi gereken ticaret koridorları

Almanya'nın mal ihracatının yüzde
60'ından fazlası hâlâ diğer Avrupa eko-
nomilerine yapılıyor, buna bağlı olarak
Almanya'nın önümüzdeki yıllarda Av-
rupa içindeki ticaretin yeniden artma-
sında büyük katkı sağlaması bekleniyor.
Ancak orta vadede en hızlı artışın, Asya
ve Orta Doğu'daki gelişen ekonomilere

yapılan ihracatta yaşanacağı tahmin edi-
liyor. Çin ve onun ardından Hindistan'ın,
Alman ihracat malları bakımından hızla
önem kazanacağı öngörülüyor. Çin'in
şu anda Alman ihracat mallarında yüzde
5 olan seviyesini 2030 yılına kadar iki
katına çıkararak yüzde 10 seviyesine ge-
tireceği tahmin ediliyor.

Sektör bazında endüstriyel makine-
lerin ulaşım ekipmanları ve kimyasal
maddeler ile birlikte Almanya'nın önem-
li ihracat malları olmayı sürdürmesi bek-
leniyor. Yurt dışından alınan ara mallar
sebebiyle ithalatta da benzer sektörlerin

ağırlık kazanacağı, ayrıca Bilgi İletişim
Teknolojisinin de (ICT) önemli bir rol
oynayacağı tahmin ediliyor.

Teknolojiye Odaklanmak

Ar-Ge harcamalarının ekonomi içinde-
ki payı son yıllarda artış gösterdi ve şu
anda Almanya'nın GSYH'sinin yüzde 3'ü
seviyesinde, ki bu seviye OECD ülkeleri
arasındaki en yüksek seviyelerden birisi.
Ayrıca Almanya son derece yenilikçi bir
ticaret kültürüne sahip olmasıyla tanınan
bir ülke. Alman endüstrisi makine sektö-
rü gibi 'orta seviye teknoloji' sektörlerine

KAYNAK:

HSBC Global Connections
Almanya Raporu, Mart 2014
(Oxford Economics tarafından
HSBC Global Araştırma Makro
Verileri temel alınarak oluşturulan
tahmini veriler)

Ayrıntılı bilgi için lütfen aşağıdaki
adresini ziyaret edin:
www.globalconnections.hsbc.com

Bu doküman HSBC PLC.
tarafından yayınlanmış olup,
HSBC Bank A.Ş. tarafından
Türkiye'deki müşterilerini
bilgilendirmek üzere tercüme
edilmiştir.

odaklanmış durumda, ancak özellikle ye-
şil teknolojiler olmak üzere çeşitli yüksek
teknoloji mal sektörlerinde de öncü bir
konuma sahip. Toplamda Almanya'nın
ürettiği ihracat mallarının yaklaşık yüzde
11'i yüksek teknoloji/bilgi iletişim tek-
nolojisi (ICT) sektörlerinde ve bu oranın
orta vadede artması bekleniyor.

Yeşil teknolojilerin tüm dünyada gide-
rek artan önemdeki rolünün ve bu tekno-
lojilerin uygulanabileceği kapsamın ge-
nişliğinin bu segmentteki teknoloji bazı
ihracat mallarında güçlü bir artış sağlaya-
cağı bekleniyor. Bununla birlikte, Alman
şirketleri gelişen piyasalarda bu teknolo-
jiyi kopyalamaya ve pazar payı almaya
çalışacak olan düşük maliyetli üreticilerin
giderek artan rekabetiyle karşılaşacaktır.

Sonuç

Almanya kamu ve özel sektör Ar-Ge
yatırımında iyi bir gelişim gösteriyor ve
bu çabasının karşılığını yüksek kaliteli
ihracat malları sağlayarak alıyor. Ayrıca
Almanya'nın ihracat ürünleri karışımı,
ülkeyi hem gelişmiş ekonomilerde hem
de gelişen piyasalarda artmakta olan ta-
lepten yararlanabilmesi açısından iyi bir
konuma getiriyor. Bu durum, ihracattaki
güçlü artışın, Alman ekonomisinin Euro
Bölgesindeki komşularının çoğundan da-
ha hızlı büyümesini sağlayacağı yönünde-
ki tahminleri destekliyor.



DÜNYA İHRACATININ SÖZ SAHİBİ ÜLKESİ

2009 yılından önce dünyanın en çok ihracat yapan ülkesi olan Almanya, bugün ABD ve Çin'den sonra dünyanın en çok ihracat gerçekleştiren üçüncü ülkesi olarak konumlanıyor.

2003 yılından 2009 yılına kadar dünya ihracatında ilk sırada olan Almanya, 2009 ve 2010 yıllarında Çin'den sonra ikinci, 2011 yılında Çin ve ABD'den sonra üçüncü, 2012 yılında ise Çin'den sonra ikinci sırada yer aldı. 2013 yılında ise Çin ve ABD'den sonra üçüncü sırada yer alıyor.

2009 yılında ithalat büyüklüğü bakımından ABD'den sonra ikinci sırada olan Almanya 2013 yılında da önceki üç yılda olduğu gibi ABD ve Çin'den sonra üçüncü sırada geliyor.

Dış ticaret fazlası veriyor

2013 yılında Almanya'nın toplam ihracatı yüzde 2,58, ithalatı ise yüzde 1,23 ora-

nında artış gösterdi. Ülkenin ticaret fazlası ise bir önceki yıla göre yüzde 9 arttı.

Almanya'nın ihracat tutarı 1,45 trilyon dolar olurken ithalatı da 1,18 trilyon dolar seviyesinde gerçekleşti. Bu rakamlarla, 2,64 trilyon dolarlık dış ticaret gerçekleştiren Almanya, 265 milyar dolarlık ticaret fazlası dengesini yakaladı.

Ülkenin ticaret fazlası verdiği ülkeler arasında Fransa, ABD ve Çin başı çekiyor. Özellikle yüksek katma değerli ürünlere odaklanan Almanya, düşük ücret politikası izleyen ülkelere kaynaklanan rekabetten İtalya ve İspanya gibi diğer Avrupa ülkelerine kıyasla daha az etkileniyor.

Almanya'da ihracatın yarıdan fazlası-

nı sermaye malları oluşturuyor. İhracatta en büyük payı makineler, ulaşım araçları ve bunların parçaları alıyor. Bu ürünleri ilaç ihracatı izliyor.

İthalatta önemli mal grupları; makine-ler, ulaşım araçları ve bunların parçaları, petrol-doğalgaz ve ürünleri ve ilaçları.

Ülkenin ihracatında en önde gelen ticaret partneri Fransa iken ithalatında da Hollanda birinci sırada yer alıyor.

Sanayi devi

Deutsche Welle Türkçe'de yer alan haberlere göre Almanya ihracatta rekoru gidiyor. Almanya'nın kasım ayı ihracat rakamları beklendiğinden de iyi çıktı. İhracat, ay bazında aralıksız dördüncü kez artarak trilyon sıranı aştı. Federal İstatistik Dairesi'nin verilerine göre, 2013 yılının Ocak-Kasım döneminde Alman şirketleri yurtdışına bir trilyon euroluk satış yaptı. Geçen yılın on bir aylık döneminde Almanya 828 milyar euro tutarında mal ve hizmet ithal etti.

Böylece, ekonomik araştırma enstitülerinin yıl sonlarına doğru yayınladığı tahminler doğru çıkmış oldu. 2013 yılının ilk yarısında duraklayan ihracat öncelikle yılın son çeyreğinde yeniden hız kazandı. 2014'te de ihracattaki canlanmanın devam etmesi bekleniyor.

Şirketlerin beklentileri

Alman Sanayi ve Ticaret Odaları Birliği'nin anketine katılan bin şirketin yüzde 28'i 2014 yılında daha fazla ihracat yapmayı umuyor. Geçen yılın rakamlarına ulaşma umudu az olan şirketlerin oranı ise yüzde yedide kalıyor. Odalar Birliği geçen yıl yüzde birde kalan ihracat artış oranının 2014'te yüzde dördü bulmasını bekliyor.

Güvenin kaynağını Avrupa'nın resesyonu atlattığı olması, genç sanayi ülkelerinin istikrarı yakalaması ve ABD'deki hızlı ekonomik canlanma oluşturuyor. İhracatçı Alman şirketleri en çok Kuzey Amerika'dan umutlu. ABD ihracat ülkesi olarak Asya'nın yükselen piyasalarını bile geride bıraktı. İhracat imkânlarındaki en hızlı artışın beklediği bölge ise Avrupa.

Alman Dış Ticaret Odası da son derece iyimser. Oda'nın tahminlerine göre bu yıl Almanya'nın ihracatı yüzde üçlük artışla bir trilyon 142 milyar euroya çıkarak yeni bir rekor kırarak. İthalat sadece yüzde

bir oranında artarak 918 milyar europa kalacağı için Almanya 224 milyar euroluk ticaret fazlası rekoru kırarak. Dış Ticaret Odası Başkanı Anton Börner Almanya'nın dünya ticaretindeki yüzde 7,5'lik payını koruyacağını söylüyor.

İhracattaki artış muhtemelen Almanya'nın dış ticaret fazlasının dünya ekonomisinin dengesini bozup bozmadığı tartışmasını da yeniden başlatacak. Amerikan Maliye Bakanlığı'nın kasım ayında Kongre'ye sunduğu raporda, tüketim harcamalarının beklentilerin gerisinde kaldığı Almanya'nın ihracata olan bağımlılığının Euro Bölgesi'ndeki toparlanmayı frenlediği dile getirilmişti. Dış Ticaret Odası Başkanı Anton Börner bu eleştiriyi haksız buluyor:

“Sürekli eleştirilen ihracat fazlamızı Güney Avrupa ülkelerinin sırtından kazanmadığımıza dikkat çekmek isterim. Bize, ‘Onları sömürüyorsunuz, siz sürekli fazla elde ettiğiniz için onların durumu kötüleşiyor’ demek isteniyor. Oysa rakamlar böyle demiyor. İhracat fazlamızı Kuzey Amerika ve Asya ülkeleriyle yaptığımız ticarete elde ediyoruz.”

AB incelemesine tepkiler

Avrupa Birliği Komisyonu'nun Almanya'nın ticaret fazlasıyla ilgili resmi inceleme başlatmış olması branş temsilcilerini tedirgin etmiyor. Aksine bu incelemeyi, muhtemel krizleri önleyici erken uyarı sistemi yerine geçeceği için, Almanya da istemekteydi. Aynı zamanda İtalya gibi bir ülkenin neden son on yılda rekabet gücünü ve dünya ticaretindeki payının yarısını kaybettiğinin de sorulması gerekiyor.

Anton Börner, koalisyon hükümetinin 63 yaşında erken emeklilik gibi uygulamalar kararlaştırmış olması yüzünden uzun vadede bunun Almanya'nın da başına gelebileceğini söylüyor:

“Siyasi sorumlular, teknolojimiz var, inovasyon gücümüz ve yaratıcılığımız yerinde, iyi olduğumuz için önümüzdeki on yılda da bu böyle devam eder, siparişlere dikkat etmeliyiz ama bu o kadar önemli değil, derlerse, yanlış yolda olduklarını bilmeleri gerekir. Diğer ülkeler hızla arayı kapatıyor. Her yıl Çin'de ve Almanya'da ne kadar yüksek mühendisin diploma aldığına bakmak yeter. Çok çaba sarfetmek zorundayız.”



TÜRKİYE'NİN EN ÖNEMLİ PARTNERİ

Türkiye dış ticaretinin en önemli ülkesi Almanya. Türkiye'nin en fazla ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında Almanya ilk sırayı alırken, Türkiye'nin ithalatında ise üçüncü sırada bulunuyor.

Türkiye'nin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözleniyor. Almanya 2013 yılında, önceki yıllarda olduğu gibi, Türkiye'nin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatında Rusya ve Çin'in ardından üçüncü sırayı aldı.

Türkiye, en büyük ticari ortağı olan Almanya ile ikili ticaretinde, istisnai yıllar haricinde sürekli açık veriyor. 2013 yılında ise Almanya ile dış ticarete açık yaklaşık 10,5 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 Türkiye'nin ihracat artışında bir yavaşlamaya neden oldu. 2003 yılından itibaren Türkiye'nin bu ülkeye ihracatı tekrar artış trendine girdi. 2013 yılında küresel ekonomik canlanmanın etkisiyle ihracat, 2012 yılına kıyasla yüzde 4,4 artarak 13,7 milyar dolar olarak gerçekleşti. İthalat ise 24,1 milyar dolar seviyesinde gerçekleşti. Türkiye'de 5 binin üzerinde Alman firması faaliyetlerini sürdürüyor.

Almanya'da ise Türkiyeli yatırımcılardan daha çok oraya göç etmiş Türklerin yatırımları ağırlık kazanıyor. 2002-2008 yılları arasında Türkiye'de gerçekleşen 62.503 milyon dolarlık toplam yabancı doğrudan yatırım girişimlerinin 3.220 milyon doları Alman kaynaklı.

2009 yılında Almanya kaynaklı doğrudan yabancı yatırım girişi 1.298 milyon dolar olarak gerçekleşti. 2010 yılında Almanya'dan Türkiye'ye 592 milyon dolar, 2011 yılında 605 milyon dolar, 2012 yılında 532 milyon dolar yatırım girişi oldu.

Almanya'da ihraç potansiyeli ürünler

Almanya'da yayımlanan değerlendirmelerde; dijital elektronik eğlence aletleri sektörünün global krize rağmen, diğer sektörlerle karşılaştırıldığında daha iyi performans gösterdiği, gözlemleniyor. 2012 yılında toplam tüketici elektroniği sektörü 24 milyar Euro'ya ulaştı.

İnovasyon tüketici elektroniğinde tüm zamanlarda itici gücün anahtarı oldu. 3D teknolojisi Almanya'da satış değerini artırmak için etkili olan yeni teknoloji oldu. Tüketicilerin yeni teknolojilere daha fazla ödeme isteği gerek yerel üreticilerin gerekse uluslararası üreticilerin ve perakendecilerin iyi gelir elde etmelerini sağlıyor. Almanya'da 3D teknolojilerin yanında internet erişimi olan televizyonlar da satışlardan yararlanıyorlar.

LCD televizyonların fiyatları son yıllarda sürekli düşüş gösteriyor. Üreticiler düşüş trendine karşın birim fiyatları artırma amacıyla yeni çözümler üretiyor. Bu amaçla 3D teknolojisi ve internet erişimi gibi yeni eklenen teknolojiler başarılı oldu. En yüksek kalitede olan televizyonların çoğunda 3D teknolojisi mevcut olup, söz konusu televizyonların satışı

125 binden fazladır. 3D televizyonlar pazarda talep görüyor.

Sektörde internet satışlarının payı giderek artmakta olup, bu durum perakendeciler üzerinde baskı oluşturuyor. Büyük perakendeciler internet satışlarıyla mağaza satışlarını koordine ederek satışlarını artırma yolunu izliyor.

Sosyal medya ve bloglar tüketici sadakati oluşturmak için izlenen en güncel yöntemlerdir. Tüketici elektroniği satışlarında mağaza satışlarının payı azalmakla birlikte, söz konusu dağıtım kanalı iyi fiyat/ iyi kalite oranından yararlanarak hala önemini koruyor.

Tüketici elektroniğinin yaygınlaşması hükümeti ve toplumu enerji verimliliğiyle yüz yüze bıraktı. Kyoto Protokolü'ne göre iklim değişikliği ve küresel ısınmayı önlemede hedef enerji tüketiminin optimizasyonudur.

Ev içi tüketim toplam enerji tüketiminin yüzde 40'ıdır. Tüketici elektroniği sürekli gelişmekte ve günümüzde daha etkili televizyon ve monitörler, internette surf ve ev içi fazla sayıda elektronik aletlerin varlığı çevreyi olumsuz etkiliyor. Yeni teknolojilerin yanında hükümet tarafından alınan önlemlerin evlerde enerji tüketiminin azaltılması üzerinde olumlu etkisi bulunuyor.

Aralık 2010'da yürürlüğe giren yeni etiketleme düzenlemelerine göre düşük enerji tüketim seviyesi genişletilmiş ve yeni düşük enerjili televizyon gibi cihazların etiketlenmesi ön plana çıktı. Ayrıca TV'ler için etiketleme ölçeği 2014 yılı için A+, 2017 yılında A++ ve 2020 yılında A+++ olarak belirlendi. Bu durum düşük enerji tüketimi olan televizyonların gündemden düşmeyeceğinin göstergesidir. Tüketici elektroniği sektörü satış hacminin 2010-2015 döneminde sağlıklı bir şekilde büyümeye devam etmesi öngörülmüyor. Fiyat satışlarda belirleyici etken olmaya devam edecektir, ancak talep doğru ürün kombinasyonunda doğru fiyatlandırmadan etkilenecektir.

Alman yatırımcıların Türkiye'ye ilgisi daha çok

Özellikle 1980 yılından sonra Alman yatırımcılarının Türkiye'ye ilgisi büyük ölçüde arttı. Nitekim 1980 yılına kadar Türkiye'de sadece 24 Federal Alman firması faaliyet gösterirken, bu rakam 2012

yılı itibarıyla 5105'e yükseldi.

2011 yılında Türkiye'den Almanya'ya çıkan yatırım miktarı ise; 93 milyon dolar. Türkiye'den Almanya'ya yurtdışı yatırım stoku 2011 yılı itibarıyla 700 milyon dolar civarında. 2012 yılında Türkiye'den Almanya'ya 61 milyon dolar yatırım yapıldı. Türkiye'de faaliyette bulunan Alman menşeli firmaların sektörel dağılımına bakıldığında, hizmetler ve imalat sanayinin yatırımda en fazla tercih edilen sektörler olduğu görülüyor. İmalat sanayinde gıda, hazır giyim, kimyasal ürünler, elektrik-elektronik, makine imalat, taşıt araçları imalat ve taşıt araçları yan sanayii ön plana çıkıyor.

Hizmetler sektöründe ise Alman yatırımcıların ticaret, turizm, haberleşme, bankacılık ve yatırım finansmanı gibi alt sektörlerde yoğunlaştıkları görülüyor.

Almanya'ya göç eden Türkler artık girişimci

Diğer taraftan 1960'lı yıllarda Almanya'ya "misafir işçi" olarak giden Türk vatandaşları, özellikle 1980'li yıllardan itibaren girişimcilğe yönelerek kendi iş yerlerini kurdu ve işveren konumuna geldiler. Bugünkü eğilimlerin devam etmesi halinde, Almanya'daki Türk girişimcilerinin sayısının 2015 yılına kadar 160.000'e ulaşacağı, Türk işletmelerinde yaklaşık 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.

Bu rakamla ülkede faaliyet gösteren Türkiye kökenlilerin sosyal ve siyasi alandaki etkinlikleri üzerinde de önemli etkiye bulunuyor.

Almanya'da yaşanan son seçimlerin ardından parlamentoya daha önceki seçimlerde olduğu gibi birçok Türkiye kökenli milletvekili girdi. Bununla birlikte Alman kabinesinde Türkiye kökenli bakan da söz konusu. Tüm bu ortam Türkiye ile Almanya arasındaki ekonomik, siyasi ve sosyal ilişkilerin yoğunlaşmasına yol açıyor. Aynı zamanda iki ülke arasındaki kültürel ve turistik ilişkilerin de belli bir ivme kazandığını ifade etmek mümkün. Kısacası iki ülke arasında ilişkiler zaman zaman bazı gerilimler yaşasa da belli bir hacim gösteriyor.



ALMANYA PAZARINA GİRECEK GİRİŞİMCİLERE BİLGİLER

Almanya'da etkin bir ticaret için bu bilgileri dikkatle not etmek gerekiyor.

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 müşteriler 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 gurubu. 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. Dakiklik hem iş hayatında hem de sosyal hayatta son derece önem verilen bir konu. İş yaşamının odak noktasını, 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 işi 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'daki Teşvikler

- Federal Almanya, özellikle demir çelik gibi mono yapıdan çeşitlilik yapıya geçen bölgelerinde; Avrupa Birliği Sosyal Struktur fonundan 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 Westfalya Eyaleti yatırım kurumu bir "ayak bastı parası" veriyor ve yapılacak fizibilite çalışmalarının yüzde 80'ini ödeyebiliyor

Almanya'da 7 değişik formda iş kuruluması mümkün:

1. Şahıs şirketi (Einzalkaufmann)
2. Şube (Zweigniederlassung)
3. Limited Şirket: GmbH (Gesellschaft)



mit beschränkter Haftung)

4. Adil Ortaklık: oHG (offene handels-gesellschaft)

5. Komandit Ortaklık: KG (Kommandit-gesellschaft)

6. GmbH & Co. KG

7. Anonim Şirket: AG (Aktiengesellschaft)

Şuba, GmbH, GmbH&Co. KG ve AG için sınırlı sorumluluk esas. OHG'de ortaklar sınırsız sorumlu iken KG'de hem sınırlı hem de sınırsız sorumluluksöz konusu. Ayrıca, GmbH ve GmbH&Co. KG kurulması için 25.000 Euro, AG kurulması için 50.000 Euro sermaye konulması gerekiyor.

Almanya'da şirket kurmanın aşamaları:

1. Konuyla ilgili danışman/mali müşavir/ yasal konular için avukatlık hizmeti veren yetkili kişi ve kuruluşlarla temasa geçilmesi

2. Gerekli birlik/Dernek, temsil yetkisi ve diğer belgelerin hazırlanması

3. Kurulacak firma adının kabul edilebilir olup olmadığının noter veya Sanayi ve Ticaret Odası'ndan teyidi

4. Noter işlemler

5. Öngörülen sermayenin banka hesabına yatırılması

6. İlgili yerel mahkemede (Amtsgericht) Ticaret Siciline kayıt

7. Yerel Ticaret Dairesine (Gewerbeamt), firma kurma ve Kayıt Sertifikası (Gewerbean-

meldeschein) alımı için başvuru yapılması,

8. Belediye Ticaret Vergi Dairesi (Gewebesteueramt) ve yerel vergi daire-sine (Finanzamt) kayıt

9. Firma merkezinin olduğu yerdeki Ti-careit Odası'na kayıt

Tarifeler ve Diğer Vergiler

Avrupa Birliği üyesi bir ülke olarak Almanya, diğer üye ülkeler gibi Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını teşkil eden Ortak Gümrük Tarifesini (OGT) uygulamaktadır. OGT, halen 2658/87 sayılı Konsey Yönetmeliği çerçevesinde uygulanmakta, tarifeleri gösterir liste her yıl yenilenmektedir.

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

Ayrıca, bazı istisnalar (Topluluğun Ortak Tarım Politikasına dahil olmayan tarımsal ürünler, yaş meyve sebze ürünlerine ait toplam 11 adet tarife pozisyonu, iç ve kabuklu natürel fındık, domates salçaları ve diğer domates konservesi) dışında, Topluluğa ithal edilen Türkiye kaynaklı tarım ürünlerinde gümrük vergileri tama-

men kaldırılmış bulunmaktadır.

Avrupa Birliği'nde yürürlükte bulunan gümrük vergilerine, internet aracılığıyla (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en) adresinden ulaşmak mümkün bulunmaktadır. Söz konusu bağlantı, madde tanımı veya gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) bazında arama yapılmasına olanak tanımakta, ayrıca söz konusu ürüne ilişkin başka kısıtlamalar varsa onları da göstermektedir.

Katma Değer Vergisi

KDV mükellefi mal veya hizmet sağlayan Alman firmaları veya ithalatçılarıdır. Ancak, vergi nihai aşamada tüketiciye yansıtılmaktadır. Almanya'da standart KDV oranı %19'dır. Ancak bu oran, temel gıda ürünleri, kitap, gazete gibi kültürel yayınlar, bazı sağlık ürünleri gibi ürünlerde %7 olarak uygulanmaktadır. KDV tutarının faturalarda ayrıca belirtilmesi zorunlu olmakla birlikte 100 avro'ya kadar olan faturalarda sadece KDV oranının belirtilmesi mümkün bulunmaktadır.

Almanya, standartlar konusunda Avrupa'nın en önde gelen ülkesi konumundadır. Hatta öylesine ki Avrupa Birliği, Birlik çapında geçerli standartlar uygulamaya koydukça, mevcut Alman standardı AB standardına dönüşecektir denilebilir.

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.

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 etmektedir.

Diğer yandan Alman firmaları, yasal bir zorunluluk bulunmamasına karşın, Almanya'da verilen ilave bir takım performans veya kalite işaretleri talep edebilirler. Bunlardan özellikle, mekanik ürünler için GS (Geprüfte Sicherheit) işareti ve elektrikli ürünler için VDE işareti önem taşımaktadır.



Gelecekte, oyunun kralını nakit yönetimi belirleyecek.

Etkin Nakit Yönetimi, uzun dönemli hedeflerinize odaklanırken günlük hazine ihtiyaçlarınızı karşılayacak stratejiyi yaratabilmektir.

Tüm dünyada 70'ten fazla ülkede faaliyet gösteren HSBC Ödemeler ve Nakit Yönetimi ekipleri, yerel pazarlarda doğru hareket etmenize yardımcı olacak bilgi birikimine, erişebilirlik ve kontrol sağlayan teknolojilere ve küresel nakit yönetiminizi daha etkin hale getirecek bağlantılara sahiptir.

Berber çalışarak bir sonraki hamlenizi planlamanıza yardımcı olabiliriz.

HSBC Nakit Yönetimi hakkında daha fazlası için:
www.hsbc.com.tr



ULUSLARARASI PAZARLAR ÇOK YAKININIZDA.

HSBC ile uluslararası ticarete sınırlar kalkıyor.
Dünya çapında size özel hizmet veren Uluslararası Müşteri
Temsilcilerimiz sahip oldukları uzmanlık ve deneyimle uluslararası
pazarlarda iş yapmanıza yardım ediyor.

Gelin, fırsatları beraber değerlendirelim.

www.hsbc.com.tr/uluslararasıbankacilik



Dünyanın en iyi dış ticaret finansmanı bankası
Ortadoğu ve Kuzey Afrika'nın en iyi dış ticaret
finansmanı bankası

