

2. ALMANYA

GSMH: 4.4 trilyon \$

Kişi Başı Gelir: 53.209 \$

Büyüme Oranı: % 2,8

İhracat: 1,56 trilyon \$

İhracat Partnerleri: A.B.D. (%8,7), Fransa (%8), Çin (%7,1), Hollanda (%6,4), Birleşik Krallık (%6,2), İtalya (%5,3), Avusturya (%4,8), Polonya (%4,8), İsviçre (%4,1)

İthalat: 1,24 trilyon \$

İthalat Partnerleri: Hollanda (%13,2), Çin (%6,9), Fransa (%6,4), Belçika (%6), İtalya (%5,6), Polonya (%5,5), Çekya (%4,8), A.B.D. (%4,5), Avusturya (%4,2)

Nüfus: 80,5 milyon

Nüfus Artış Hızı: % -0,17

Savunma Sanayi Harcama Oranı: %1,6



Türkiye ile Toplam Ticaret:

Yıl	Türkiye'nin İhracatı (Bin USD)	Türkiye'nin İthalatı (Bin USD)
2020	15,980,400	21,732,800
2021	19,317,751	21,757,477
2022	21.144.909	24.032.738

İlgili Ürünlerin İthalat Verileri

Almanya İthalat GTİP:900580			
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	İthalat Artışı 2018-2022 (%)	Gümrük Vergisi
Çin	28.071	27	4,2
Japonya	4.440	23	4,2
İsviçre	2.744	27	0
Tayvan	1.803	30	4,2
A.B.D.	1.585	-27	4,2

Almanya İthalat GTİP:900590			
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	İthalat Artışı 2018-2022 (%)	Gümrük Vergisi
Çin	9.510	32	4,2
Japonya	3.374	12	4,2
İngiltere	2.894	167	0
Macaristan	2.778	93	0
Slovakya	1890		0

Almanya İthalat GTİP:930100			
Ülke	İthalat Rakamı (Bin USD)	İthalat Artışı 2018-2022 (%)	Gümrük Vergisi
Veriler Paylaşılmamıştır			

Türk Menşeli Ürünlere Uygulanan Gümrük Vergisi Oranı:

Ürün GTİP	Gümrük Vergisi Oranı
9005.80	0%
9005.90	0%

Pazar Bilgisi:

Almanya, yüksek oranda sanayileşmiş yapısı, çeşitlendirilmiş ve istikrarlı ekonomisi ile Türk ihracatçıları için uzun vadeli potansiyel sunmaktadır. Yüksek nüfusu, üretim ve alım gücüyle hem Türkiye hem de diğer dünya ülkeleri için güvenilir ve sürdürülebilir bir ticaret ortağıdır.

Almanya, 84 milyonluk nüfusu ile Avrupa Birliği'nin en yüksek nüfusa sahip ülkesidir. 2021 yılındaki 3,57 trilyon dolarlık GSYH büyüklüğü ile Avrupa Birliği'nde lider, dünyada ise 4. sırada yer almaktadır. Dünya ithalatındaki %6,5'lik payı ile ABD ve Çin'in ardından en çok ithalat yapan 3. ülke konumundadır. Uluslararası Para Fonu (IMF) verisine göre 2021 yılında yıllık reel olarak %2,8 oranında büyüyen Almanya ekonomisinin, 2022 yılında yıllık %2,1 oranında büyüyeceği öngörülmektedir.

Birleşmiş Milletler (UN) Comtrade verilerine göre, ülkemizden 2021 yılında gerçekleştirdiği 19,3 milyar dolarlık ithalat ile Almanya, Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülke statüsündedir. Türkiye'nin ihracat yaptığı ülkeler arasındaki lider pozisyonunu uzun yıllardır koruyan Almanya, toplam ihracatımız içerisinde 2017-2021 yılları arasında yıllık ortalama %10'luk sürdürülebilir bir paya sahip olan konumunu büyüterek devam ettirmektedir. Türkiye'nin Almanya'dan ithalatı verisine bakıldığında ise, 2021 yılındaki 21,7 milyar dolarlık ithalat ile Türkiye, toplam ithalatının %8'ini Almanya'dan yapmaktadır.

Askeri Durum:

Alman Ordusu "Bundeswehr"'in temel misyonu Almanya'nın ve onun NATO ortaklarının savunulmasıdır; kriz yönetimi, siber güvenlik, caydırıcılık, yurt güvenliği, insani yardım ve afet yardımı ve uluslararası barışı koruma ve istikrar operasyonları dahil olmak üzere çok çeşitli barış zamanı görevlerine de sahiptir. NATO ve AB'nin önemli bir üyesi olan Bundeswehr, genellikle bir koalisyon ortamında faaliyet gösterir ve yetenekleri büyük ölçüde NATO ve AB planlama hedeflerine ve ihtiyaçlarına dayanır. Avrupa, Afrika ve Asya'daki çeşitli NATO ve AB misyonlarının yanı sıra küresel deniz operasyonlarına katılmıştır; Bundeswehr'in Çekya, Fransa, Hollanda ve Romanya'nın yanı sıra İngiltere ve ABD dahil olmak üzere bir dizi AB ülkesiyle yakın ikili savunma bağları vardır; aynı zamanda BM barışı koruma misyonlarına da katkı sunmaktadır.

Bundeswehr 1955'te kuruldu; 1980'lerde Soğuk Savaş'ın zirvesindeyken yaklaşık 600.000 personeli, 7.000'in üzerinde tankı ve 1.000 savaş uçağı vardı; ayrıca diğer NATO ülkelerinden 400.000'den fazla asker (yaklaşık 200.000 ABD askeri personeli dahil) Batı Almanya'da konuşlandırıldı; Sovyetler Birliği'nin çöküşünü ve Soğuk Savaş'ın sona ermesini takip eden yıllarda Bundeswehr'in boyutu %60'tan fazla küçülürken (%90'ı tanklarda ve yaklaşık %80'i uçaklarda), finansman ise yaklaşık %3'lere düştü. 1980'lerin ortalarında GSYİH ve hükümet harcamalarının %4'ünden fazlası sırasıyla %1,2 ve %1,6'ya; 2010'lara gelindiğinde Bundeswehr'in bölgesel güvenlik taahhütlerini yerine getirme yeteneği kötüleşti; Rusya'nın 2014'te Kırım'ı ilhak etmesi ve 2022'de Ukrayna'ya geniş çaplı saldırı, Almanya'nın Avrupa savunması ve NATO'daki liderlik rolüne yeniden vurgu yapılmasına ve Bundeswehr'in hazır olma durumunu iyileştirmek, modernize etmek ve genişletmek için finansmanı artırma çabalarına yol açtı.

Savunma Sektörü Yapısı ve Öngörüler:

Alman Federal Silahlı Kuvvetleri envanteri, yurt içinde veya diğer Avrupa ülkeleriyle ortak üretilen silah sistemlerinden ve başta ABD olmak üzere Batı'dan ithal edilen silah sistemlerinden oluşmaktadır; son yıllarda ABD önde gelen yabancı tedarikçi olmuştur. Almanya'nın savunma sanayii, tüm hava, kara ve deniz askeri silah sistemlerini üretme kapasitesine sahiptir ve dünyanın önde gelen silah ihracatçılarından biridir.

Pazarlama Yöntemleri:

Alman şirketleri genellikle aile şirketleridir ve ortaklıklarında kişisel ilişkilere yüksek derecede önem vermektedirler. Şirketlerin büyük bir kısmının uzun dönem bakış açısına sahip olması, en iyi fiyata değil, uzun vadeli, sürdürülebilir ortaklıklara odaklanmalarına neden olmaktadır. Alman iş insanları, toplantılara çok hazırlıklı ve sunulan ürün ve hizmetlerle ilgili detaylı araştırmaya sahip olarak gelmektedirler. Bu yüzden, olası bir ortaklık durumunda karşı taraftan da aynı dikkat ve ön hazırlık beklenmektedir.

Acenteler ve distribütörler: Yerel acenteler veya distribütörler kullanmak, pazarın büyüklüğü nedeniyle Almanya'da varlık geliştirmenin etkili bir yoludur. Almancanın işletmelerin ana dili olması ve dilde akıcılığın yerel ortaklar kullanırken büyük bir avantaj yaratması bu opsiyonu çekici kılan temel faktördür.

Doğrudan satış: Coğrafi yakınlığa ve gümrük anlaşmasına sahip ülkeler için çekici bir seçenek olan doğrudan satış seçeneği, beraberinde Almanca dil bilme veya tercüman kullanma zorunluluğunu getirmektedir. Faaliyete geçilecek pazarın tüm alanlarının kapsanması zorluk oluştursa da yapılacak ihracattan en yüksek kar potansiyelini taşıyan pazara giriş yoludur.

E-ticaret: Diğer seçeneklere göre daha uygun fiyatlı ve ürünlerin Almanya'ya ulaşımı açısından daha kolay bir seçenektir. Büyüyen bir kanal olmakla birlikte, pazardaki değişimlere ve değişken tüketici isteklerine yanıt vermek bu yolun temel zorluğudur.

İthalata Yönelik Standartlar:

Standartlar konusunda Avrupa'nın en katı ülkesi olan Almanya, Avrupa Birliği üyesi diğer ülkeler için belirleyici rol oynamaktadır. AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin Almanya'ya ihraç edilebilmesi için ürünlerin üzerinde "CE" işareti bulunması zorunlu kılınmıştır, Türkiye gibi AB üyesi olmayan ülkeler için bu işaretin ürünlerde bulunması tamamen ihracatçı ülke sorumluluğundadır. CE işaretine ek olarak tüm AB ülkelerinde yürürlükte olan ve zararlı maddelerin kullanımını sınırlandıran RoHS (Restriction of Hazardous Substances) direktifi elektrikli ve elektronik araçların ihracatında gerekli görülmektedir.

Buna ek olarak, bazı Alman firmaları yasal bir zorunluluk bulunmasa da ilave performans ve kalite işaretleri talep etmektedirler. Bunlardan en önemli iki tanesi mekanik ürünler için Alman Standartlar Enstitüsü tarafından verilen GS (Geprüfte Sicherheit) ve elektrikli ürünler için VDE Verlag GmbH firmasından veya VDE Birliği tarafından verilen VDE (Verband Deutscher Elektrotechniker) işaretleridir.