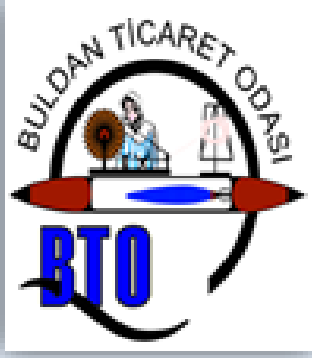


BULDAN TİCARET ODASI



ALMANYA ÜLKE RAPORU

2019



İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	1
TABLO LİSTESİ	3
KISALTMALAR	3
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	4
1. GENEL BİLGİ	5
1.1. COĞRAFİ KONUM	6
1.2. SİYASİ VE İDARİ YAPI	6
1.3. NÜFUS VE İŞGÜCÜ YAPISI	6
1.4. DOĞAL KAYNAKLAR VE ÇEVRE	7
2. GENEL EKONOMİK DURUM.....	8
2.1. EKONOMİK YAPI	8
2.2. EKONOMİ POLİTİKALARI.....	8
2.3. EKONOMİK PERFORMANS	9
3. EKONOMİ'DE ÖNE ÇIKAN SEKTÖRLER.....	9
3.1. TARIM VE HAYVANCILIK	9
3.2. SANAYİ.....	10
3.3. MADENCİLİK	10
3.4. İNŞAAT	11
3.5. TURİZM.....	12
3.6. ULAŞTIRMA VE TELEKOMÜNİKASYON ALTYAPISI	12
3.7. ENERJİ	12
3.8. BANKACILIK	13
4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR	13
4.1. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN GÖRÜNÜMÜ	13
4.2. ÜLKEDE İŞ KURMA MEVZUATI	13
4.3. ALMANYA'DA ŞİRKET KURMANIN AŞAMALARI	14
5. DIŞ TİCARET	14
5.1. ALMANYA'NIN İHRACATI	15
5.2. ALMANYA'NIN İTHALATI	16
6. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE VERGİLER.....	17
6.1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI	17
6.2. TARİFELER VE DİĞER VERGİLER	17
7. TÜRKİYE İLE TİCARET	18
8. BULDAN İLÇESİNİN ALMANYA İLE DIŞ TİCARETİ	20

9.	İKİ ÜLKE ARASINDAKİ ANLAŞMA VE PROTOKOLLER	20
10.	PAZAR İLE İLGİLİ BİLGİLER.....	20
10.1.	AMBALAJ, PAKETLEME VE ETİKETLEME	20
11.	İŞADAMLARININ PAZARDA DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR	21
11.1.	GENEL BİLGİLER	21
11.2.	PARA KULLANIMI	23
11.3.	PASAPORT VE VİZE İŞLEMLERİ	23
11.4.	RESMİ TATİLLER VE ÇALIŞMA SAATLERİ	23
11.5.	YEREL SAAT.....	23
11.6.	İKLİM	23
12.	SWOT ANALİZİ	24
13.	YARARLI ADRESLER	25
14.	KAYNAKÇA	26

TABLO LİSTESİ

Tablo 1: Almanya'nın Dış Ticareti (Milyon Dolar)	14
Tablo 2: Almanya'nın İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (\$ 1.000)	15
Tablo 3: Başlıca Ülkeler İtibari ile İhracatı (\$ 1.000)	15
Tablo 4: Almanya'nın İthal Ettiği Başlıca Ürünler (\$ 1.000)	16
Tablo 5: Başlıca Ülkeler İtibari ile İthalatı (\$ 1.000).....	16
Tablo 6: Türkiye'nin Almanya ile Dış Ticareti (\$ 1.000).....	18
Tablo 7: Türkiye'nin Almanya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (\$ 1.000.000).....	19
Tablo 8: Türkiye'nin Almanya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (\$ 1.000.000).....	19

KISALTMALAR

GTIP: Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu

USD: United States Dollar (Amerikan Doları)

OECD: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)

GSYİH: Gayrisafi Yurt İçi Hasıla

STA: Serbest Ticaret Anlaşmaları

B.A.E: Birleşik Arap Emirlikleri

AR-GE: Araştırma Geliştirme

AB: Avrupa Birliği

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

KDV: Katma Değer Vergisi

SGK: Sosyal Güvenlik Kurumu

SITC/USTS: Uluslararası Standart Ticaret Sınıflandırılması (Standard International Trade Classification)

TOBB: Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

SWOT: Güçlü ve Zayıf Yönler, Fırsatlar ve Tehditler (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats)

vs: vesaire

vb. ve benzeri

YÖNETİCİ ÖZETİ

- Almanya, 357 bin km²'lik yüzölçümü ve 82 milyonu geçen nüfusuyla, Avrupa'nın en büyük ülkelerindedir. Ülke, nüfus bakımından Avrupa Ülkeleri arasında Rusya Federasyonu'ndan sonra ikinci sırada, AB Ülkeleri arasında ise ilksıradadır.
- Yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesidir. Ülke 82,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.
- Almanya UNDP İnsani Gelişim Endeksinde 4., Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksinde 5., Dünya Bankası Kolay İş Yapılabilirlik Sıralamasında 17., The Heritage Foundation Ekonomik Serbestlik Endeksinde de 26. sırada yer almaktadır.
- 2017 yılında Almanya'nın toplam ihracatı 1,448 trilyon dolar, ithalatı ise 1,167 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin dış ticaret hacmi 2,615 trilyon, dış ticaret fazlası ise 281 milyar dolardır.
- Almanya'nın en fazla ihracat yaptığı ülkeler sırasıyla ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda, Çin, İtalya ve Avusturya'dır.
- Almanya'nın en fazla ürün ithal ettiği ülkeler Çin, Hollanda, Fransa, ABD, İtalya, Polonya, İsviçre, Çek Cumhuriyeti ve Avusturya'dır.
- En büyük ticari ortağımız olan Almanya ile ikili ticaretimiz, istisnai yıllar haricinde sürekli açık vermektedir. 2018 yılının ilk 8 aylık verilerine göre Almanya ile dış ticaret açığımız yaklaşık 2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 ilk 8 aylık geçici dış ticaret verilerine göre Almanya'ya ihracatımız bir önceki yılın aynı dönemine göre %16 artarak 6 milyar doların üzerine çıkmıştır.
- 2017 yılında Almanya'ya ihracatımız bir önceki yıla göre %5 artarak 18 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aynı sene içerisinde Almanya'dan ithal ettiğimiz ürün değeri ise 24.4 milyar dolardır.
- Almanya'ya ihracatımız %90 oranında sanayi mamullerinden, yaklaşık %10 oranında tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.
- Türkiye'nin 2017 yılında, Almanya'dan gerçekleştirdiği toplam ithalatta binek otomobilleri ve esas itibarıyla insan taşımak üzere imal edilmiş diğer motorlu taşıtlar ve Karayolu taşıtları için aksam, parça ve aksesuarlar ilk sıralarda yer almaktadır.
- 2018 yılının ilk 8 ayında, Bursa ilinden Almanya'ya 1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirilirken, Almanya'dan ithal ettiğimiz ürünlerin değeri 725 Milyon dolar olmuştur. Bursa ili, İstanbul'dan sonra Almanya'ya en fazla ihracat yapan il konumundadır.
- 2018 Ocak ayı baz alındığında, Bursa'da Almanya sermayeli 141 firma bulunmaktadır.
- Uludağ İhracatçı Birlikleri'nin 2017 yılı verilerine göre ise Bursa'dan Almanya'ya ihracat yapan firmaların sayısı 1104'dür.

1. GENEL BİLGİ



Resmi Adı	ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ
Yönetim Biçimi	FEDERAL PARLAMENTER CUMHURİYET
Başbakan	ANGELA MERKEL
Cumhurbaşkanı	FRANK-WALTER STEINMEIER
Başkent	BERLİN
Nüfus	82.838.000 (2018, IMF)
Yüz Ölçümü (km ²)	356.970
Dil	ALMANCA
Dini Yapı	HİRİSTİYANLIK
Para Birimi	EURO
GSYİH (Milyon \$)	4.211.631 (2018, IMF)
KBGSYİH (\$)	50.842 (2018, IMF)
Büyüme Oranı (%)	2,54 (2018, IMF)

1.1. COĞRAFI KONUM

Almanya coğrafi olarak Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, Lüksemburg ile Danimarka'dır.

Ülkenin Kuzey bölgesi ovalar, orta ve güney batı bölgesinde ihtiyar dağlar, güneyinde Alpler, tepeler ve Bavyera Alpleri ülkenin genel coğrafik yapısını oluşturmaktadır.

Almanya, coğrafi olarak Avrupa'nın tam ortasında yer almaktadır. Dokuz komşu ülke ile sınırı vardır. Kuzeyde Danimarka, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve Batıda ise Fransa bulunmaktadır. İsviçre ve Avusturya Güneyde, Çek Cumhuriyeti ve Polonya ise Doğu'daki komşularıdır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha bariz duruma gelmiştir.

Almanya, doğu ile batı ve İskandinav ile Akdeniz havzası arasında bir köprü durumundadır. Avrupa Birliği ve NATO üyelikleri ile orta ve doğu Avrupa ülkeleri arasında da etkin bir köprü rolünü üstlenmiş bulunmaktadır.

Kuzeyden Güneye hava hattı uzunluğu 876 km'dir. Batıdan Doğuya uzunluğu ise 640 km'dir. Rusya Federasyonu'ndan sonra Avrupa'nın en çok nüfusa sahip ülkesidir.

1.2. SİYASİ VE İDARİ YAPI

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

Federal Meclis iki ayrı meclisten oluşmaktadır. Bundestag (Federal Meclis) dört yıl için seçim bölgelerinin nüfusuna göre genel seçimlerle seçilir. Bundesrat ise senato mahiyetindedir ve nüfus sayısına bakılmaksızın her eyaletin iki temsilcisinden oluşur. Yasama yetkisi Federal Meclis'e aittir. Ancak Anayasanın Federal Meclis'e bıraktığı alanın dışında Eyalet Meclisleri de yasama yetkisine sahiptirler. Eyaletler, Federal Meclis'in yasama yetkisine giren bir alanda Federal Meclis bu yetkisini kullanmıyorsa yasal düzenleme yapabilirler.

Federal Cumhurbaşkanı beş yıllığına Federal Meclis Genel Kurulu tarafından kırk yaşını doldurmuş ve milletvekili seçilme hakkına sahip Almanlar arasından seçilir. Cumhurbaşkanı bir defa daha seçilebilirler. Cumhurbaşkanı ülkeyi temsil eder, yasa ile başka türlü düzenlenmedikçe federal yargıç ve memurları atar. Cumhurbaşkanı'nın özel af ve anayasaya aykırı oldukları iddiasıyla yasaların iptali için anayasa mahkemesine başvurma hakkı mevcuttur.

Yürütme yetkisi Federal Hükümete aittir. Hükümet Başkanı, Cumhurbaşkanı'nın önerisi üzerine Federal Meclis tarafından seçilir. Hükümet üyeleri ise, Başbakanın önerisi üzerine Cumhurbaşkanı tarafından atanır veya azledilirler.

1.3. NÜFUS VE İŞGÜCÜ YAPISI

Alman İstatistik Kurumu verilerine göre toplam nüfus 2016 yılı itibarıyla 82,8 milyondur. Nüfusun %49'u erkek (39,6 milyon), %51'i (41,2 milyon) kadındır. Beklenen yaşam süresi erkeklerde 76, kadınlarda 82'dir.

Nüfusun %8,8'i yabancılardan oluşmaktadır. Yabancı nüfusun yaklaşık %40'ını diğer AB üyesi ülkeler oluşturmaktadır. Yabancı nüfusun içindeki belli başlı milletler şunlardır: Türk (1.607 bin), İtalyan (520 bin), Polonyalı (468 bin), Yunan (284 bin), Hırvat (223 bin), Avusturyalı (176 bin), Bosna-Hersek'li (154 bin).

Ülkede 43 milyon işgücü bulunmaktadır. İşsizlik oranı 2015 yılında %4,6 olarak gerçekleşmiş olup, bu oranın 2016 yılı için %4,2 olduğu tahmin edilmektedir.

1.4. DOĞAL KAYNAKLAR VE ÇEVRE

Almanya geniş çayırlara ve ormanlara, verimli ovalara sahiptir. Tarımsal araziler yaklaşık 17 milyon hektar, ülkenin ormanlık arazisi ise 11 milyon hektardır. Tarımsal arazilerin 12,1 milyon hektarlık bölümünü ekilebilir araziler ve sürekli bitkiler 4,7 milyon hektarlık bölümünü de sürekli çayır ve otlaklar oluşturmaktadır.

Ülkenin ikibüyük akarsuyu, güneyden kuzeye akan Ren Nehri ve Çek Cumhuriyeti'nden gelip Hamburg Limanı yakınlarında denize ulaşan Elbe hem Almanya, hem de diğer Avrupa ülkeleri için geleneksel su yolları olarak büyük bir öneme sahiptirler. Ayrıca Ren Nehri'ni, kollarından biri olan Main Nehri vasıtasıyla, Almanya'da doğup Avusturya üzerinden Karadeniz'e dökülen Tuna Nehri'yle birleştiren bir kanal inşa edilmiştir.

Tarım, ormancılık ve balıkçılık, GSYİH'nin %1'ini oluşturmasına rağmen, sektör ülkenin sosyal dokusu bakımından belirgin bir öneme sahiptir. Almanya'nın gıda bakımından kendine yeterlilik oranı %70'ler düzeyindedir.

Almanya'nın gerek petrol gerekse maden cevheri bakımından kaynakları sınırlı olup, bu açıdan büyük ölçüde dışa bağımlıdır. Bununla birlikte, yurtiçi tüketiminin dörtte birini karşılayabilecek düzeyde doğalgaz kaynaklarına, ayrıca geniş taş kömürü, linyit kömürü ve tuz kaynaklarına sahiptir. Bunlar dışında ülke, önceki yıllarda eski Doğu Almanya'nın önemli üreticiler arasında olduğu potasyum ve küçük miktarlarda olmak üzere uranyum, kobalt, bizmut ve antimon –Güney sınırlarında Çek Cumhuriyeti ile ortak çıkarılmaktadır- gibi maden ve mineral kaynaklarına sahiptir. Ancak, ülke genel olarak metal-mineral kaynakları açısından yoksuldur.

Önemli linyit rezervleri Ren bölgesi, güney Brandenburg, Saksonya, Saksonya-Anhalt ve Aşağı Saksonya'nın doğusunda bulunmaktadır. Ekonomik olarak çıkarılabilir rezervlerin 40,5 milyar ton olduğu tahmin edilmektedir. Önemli taş kömürü rezervleri ise Ruhr bölgesinde (Kuzey Ren-Westfalya) ve Saarland'dadır. Rezerv büyüklüğü 2,5 milyar tondur. Ancak bu rezervlerin işletilmesinin ekonomik olmadığı düşünülmektedir.

1990'lara kadar Almanya'da (Saksonya ve Thüringen) önemli miktarda uranyum da çıkarılmıştır. Ancak nükleer santralleri işletmek için gerekli zenginleştirilmiş uranyum ithal edilmektedir.

Almanya yenilenebilir enerjiler alanında AB ülkeleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Ülkenin, dünyanın gelişmiş ekonomileri arasında ilk büyük yenilenebilir enerji ekonomisi olduğu ifade edilmektedir. Yeşil enerjiye geçişin temeli, "Birlik'90/Yeşiller" partisinin iktidar ortağı olduğu 1998-2005 yılları arasında gerçekleştirilen yasal düzenlemelere dayanmaktadır.

2. GENEL EKONOMİK DURUM

2.1. EKONOMİK YAPI

Yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracat ve ithalatında en büyük partner olma özelliği taşıyan Almanya Federal Cumhuriyeti, dünyanın ABD ve Japonya'dan sonra gelen en gelişmiş sanayi ülkesidir. Ülke 82,8 milyonluk nüfusuyla Avrupa Birliği'nin de en büyük ve en önemli pazarı konumundadır.

Almanya UNDP İnsani Gelişim Endeksinde 4., Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Edebilirlik Endeksinde 5., Dünya Bankası Kolay İş Yapılabilirlik Sıralamasında 17., The Heritage Foundation Ekonomik Serbestlik Endeksinde de 26. sırada yer almaktadır.

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

2.2. EKONOMİ POLİTİKALARI

Almanya ülkeler arası kıyaslamada, Avrupa Birliği'nin (AB) en büyük ekonomisi ve ABD, Çin ve Japonya'dan sonra dünyanın dördüncü büyük ekonomisi durumunda. Alman ekonomisi sahip olduğu yüksek rekabet gücünü ve içinde yer aldığı küresel ağı, ileri düzey yenilikçi gücüne ve ihracat odaklı olmasına borçlu. Otomotiv sanayisi, makine ve tesis üretimi sanayisi, kimya sanayisi ile tıp teknolojisi gibi yüksek cirolu sektörlerde elde edilen yıllık cironun yarısından epey fazlası ihracat gelirlerinden oluşuyor. 2014 yılında sadece Çin ve ABD, mal ihracatında Almanya'nın önünde yer aldı. Almanya araştırma-geliştirme (AR-GE) alanına yılda yaklaşık 80 milyar Avro yatırım yapıyor. Çok sayıda firma, üretim teknolojisinin ve lojistiğin dijitalleşmesi anlamına gelen sanayi 4.0 yolunda ilerliyor.

Almanya'da ekonominin dinamik bir seyir gösteriyor olması istihdamda da iyi bir gidişatı beraberinde getirdi. Almanya Avrupa Birliği ülkeleri arasında istihdam oranı bakımından en iyi durumdaki ekonomiler arasında ve gençlerdeki işsizlik oranlarının en düşük olduğu yer. Bu olumlu tablo da Almanya'da öteden beri uygulanan ve birçok ülkenin örnek alarak kendi koşullarına uyarladığı "ikili mesleki eğitim" sisteminin işe yararlılığını teyit ediyor. İhtiyaç duyulabilecek uzman elemanların kolayca bulunabilmesi, altyapı ve hukuk güvencesi gibi hususlar Almanya'nın uluslararası sıralamalarda önlere yer almasına katkı yapan diğer etkenler. Bugünkü koalisyon hükümetinde Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı'nın başında Başbakan Yardımcılığını da yürüten Sigmar Gabriel (SPD) var.

Sosyal piyasa ekonomisi modeli 1949 yılından beri Almanya'nın ekonomi politikasını belirliyor. Sosyal piyasa ekonomisi serbest ticari faaliyetlere imkan tanıırken diğer yandan sosyal dengeyi de gözetiyor. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ekonominin başına geçen ve İleriki yıllarda başbakanlık da yapan Ludwig Erhard tarafından geliştirilen bu konsept başarılı bir çizgi oluşturdu. Almanya, küreselleşmenin iyi bir çizgide gelişmesi için ve herkese adil imkanlar sunan, sürdürülebilir nitelikte küresel bir ekonomi sisteminin ortaya çıkması için özverili çabalar harcıyor.

Almanya 2002 yılında Avro'ya geçiş yapan on iki ülkeden biri. Yakın geçmişteki finans piyasaları krizi (2008'den itibaren) ve onu izleyen borçlanma krizi Almanya dahil bütün Avro bölgesini olumsuz etkiledi. Bunun üzerine Federal Hükümet ikili bir stratejiyle yeni borçlanmayı durdurdu ve yenilikçilik gücünün artırılması için önlemler getirdi. 1969'dan beri ilk olarak 2014 ve 2015 yıllarında federal bütçenin denk olması sağlanabildi.

Tüm firmaların yüzde 99'dan fazlasını oluşturan KOBİ'ler ekonominin yapısal belkemiği. KOBİ'ler, kıta Avrupasının en önemli finans merkezi durumundaki Frankfurt'taki borsa endeksi DAX'a kayıtlı büyük holdingleri tamamlıyorlar. Frankfurt/Main'da bulunan çok önemli -finans kuruluşlarından biri de, Avrupa Birliği -kurumu olan ve Avro'da fiyat istikrarını sağlayacak bir politika yürütmekten sorumlu olan Avrupa Merkez Bankası (ECB).

2.3. EKONOMİK PERFORMANS

Alman ekonomisi 2009 yılında, son 60 yılın en büyük gerilemesini yaşayarak yıllık bazda %5 oranında küçülmüştür. Büyüme hızındaki düşüşün önemli bir kaynağı özel tüketimdeki düşüş olarak gösterilmektedir. Bu düşüşün de, tüketicinin avronun tedavüle girmesiyle birlikte fiyatların hızlı bir şekilde artmakta olduğu düşüncesiyle tüketim harcamalarını kısması, ücret artışlarının yavaşlaması ve istihdamdaki olumsuz gelişmelerden kaynaklandığı ifade edilmektedir.

İhracatın 2009 yılında %14,3 azalması 1950'den bu yana yıllık bazda yaşanan en büyük düşüş olmuştur. İhracattaki gerileme aynı zamanda 2003'ten bu yana dünya ihracatında ilk sırada yer alan Almanya'yı 2009 yılında Çin'in ardından ikinci sıraya düşürmüştür. 2009 yılında yaşanan GSYİH daralması %4,7 olarak gerçekleşmiş olup, 2010 yılında toparlanan Alman ekonomisi yılı %3,9'luk büyümeyle tamamlamıştır. Bu 1990'da doğu ve batı Almanya'nın birleşmesinden sonra gerçekleşen en yüksek orandır.

Alman ekonomisi, 2011 yılında %3,7 büyüme oranıyla hem Avro Birliği ülkelerinin hem de ABD'nin iki katı hızla büyümüştür. 2012'de ekonomi Avro bölgesindeki borç krizi için bölgede alınan sıkı tasarruf tedbir kararlarının daraltacağı talepten etkilenerek yalnız %0,6 oranında büyümüştür. 2013'te de %0,3 büyüme gerçekleşmiştir. Ancak 2014 ve 2015 yıllarında sırasıyla %1,6 ve %1,7 büyüme göstermiştir.

Petrol fiyatlarının düşüşü nedeniyle diğer Avrupa ülkelerinde olduğu gibi Almanya'da da 2014 yılında enflasyon düşüşü göstermiştir. 2013 yılında %1,5 olan enflasyon değeri 2014 yılında %0,9'a düşmüştür. 2015 yılında enflasyondaki düşüş devam ederek %0,1 değerinde gerçekleşmiştir. 2016 yılında %0,4 civarında olan enflasyonun 2017 yılında yükselerek %2 oranında olması beklenmektedir..

3. EKONOMİ'DE ÖNE ÇIKAN SEKTÖRLER

3.1. TARIM VE HAYVANCILIK

Halen ülke GSYİH'sinin sadece %0,6'lık kısmını oluştursa da tarım, ormancılık ve balıkçılık Almanya'nın sosyal yapılanması bakımından önemini korumaktadır. Ülke gıdada %70 oranında kendine yeterlidir.

Özellikle doğu ve batı ayırımı olmak üzere ülkenin bölgeleri arasında tarımsal yapılanma ciddi farklılıklar göstermektedir. Batı Almanya'da aileler tarafından işletilen çiftlikler hakim durumdayken, Doğu Almanya'da eski sosyalist kooperatiflerin devamı niteliğindeki büyük tarım işletmeleri ön plana çıkmaktadır. Bunun bir sonucu olarak Doğu Almanya'daki tarımsal toprakların %93'lük kısmı yüzölçümü 100 hektarı aşan çiftlikler

tarafından kullanılırken, ortalama çiftlik büyüklüğü 188,2 hektardır. Bu ortalama Batı Almanya'da sadece 31,2 hektardır.

Gerek ekolojik ürünlere tüketicilerin gösterdiği talep artışı gerekse devlet desteklerinin etkisi ile organik tarımın payı hızla yükselmektedir. 16.532 adet organik çiftlik mevcuttur.

Ülkenin tarım politikası AB'nin Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde şekillenmektedir. OTP'nin temel ilkeleri tarımsal ürünlerin sağlık sebepleri hariç olmak üzere AB içinde serbest dolaşımının sağlanması ve iç piyasanın da dünya fiyatlarındaki dalgalanmalardan korunarak istikrarın sağlanmasıdır.

3.2. SANAYİ

GSYİH içindeki payı hizmetler sektörü karşısında giderek küçülmekte olsa da imalat sanayi halen Almanya ekonomisinin belkemiğini oluşturmaktadır. Hizmetler sektöründe faaliyet göstermekte olan çok sayıda firma, şu ya da bu şekilde imalat faaliyeti ile ilişki içindedir. 2015 yılında sanayi sektörü, Almanya GSYİH'sinin %30,4'lük kısmını oluşturmuştur. 2016 yılında da bu rakam hen hemen aynı orandadır (%30,5).

Dünyanın üçüncü en 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 gelmektedir. 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 almaktadır.

Ülkenin imalat sanayinde uluslararası düzeyde tanınmış pek çok firması olmakla beraber, orta ölçekli firmalar hem imalat sanayinin hem de Almanya ekonomisinin belkemiği olarak görülmektedir. Genel olarak 500'den az sayıda çalışanı olan ve aile şirketi şeklinde faaliyet gösteren bu firmalar batı eyaletlerinde daha yaygındır.

Ülkenin doğu eyaletlerindeki başlıca imalat sanayi sektörleri ise elektrik mühendisliği ve elektronik, kimyasallar, taşıtlar, cam ve seramik sektörleridir. Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesinin ardından Doğu Almanya'daki sanayi işletmeleri büyük ölçüde kapanmıştır. Bununla beraber bazı Batı Alman büyük ve orta ölçekli firmalar ile yabancı yatırımcılar tarafından gerçekleştirilen yeni bazı büyük yatırımlar da bulunmaktadır. Bu yatırımlar arasında Volkswagen, Opel ve BMW (otomobil), Daimler-Benz (kamyon), Siemens ve AMD (yarı iletkenler) firmalarının yatırımları ön plana çıkmaktadır. Sanayinin itici güçlerinden biri olan otomotiv sektörü, Alman ekonomisi içinde önemli bir yere sahiptir.

3.3. MADENCİLİK

Almanya'nın en önemli doğal kaynağı kömürdür. Almanya dünyanın en büyük kömür üreticisidir. Ülkede 2,5 milyar ton taş kömürü (teknik olarak ulaşılabilir miktar- toplam 82,961 milyar ton) ve 40,4 milyar ton linyit rezervi bulunmaktadır. Bunun dışında önemli enerji kaynağı bulunmamaktadır.

Uluslararası Enerji Ajansı'na (IEA) verilerine göre 2016 yılı toplam kömür üretimi 176 milyon tondur. İthalatı ise 53 milyon tondur.

Linyit büyük çoğunlukla ülkenin batı ve doğusunda, özellikle Kuzey Ren Vestfalya, Saksonya ve Branderburg eyaletlerinde çıkarılır. Linyiti uzak mesafelere taşımak ekonomik olmadığından önemli miktardaki linyit, santrallerde elektrik üretmek üzere yakılmaktadır. Dolayısıyla tesisler linyitin çıkarıldığı alanın yakınında konumlandırılmıştır. Taşkömürü Kuzey Ren Vestfalya ve Saarland'de çıkarılmaktadır. Taşkömürüyle çalışan

tesislerin çoğu ithal ürün kullandığından tesisler ülke geneline yayılmış durumdadır. Bunun nedeni ülkedeki taşkömürü yataklarının oldukça derin ve karmaşık jeolojik konumundan dolayı çıkarılmasının Dünya pazarıyla kıyaslandığında çok pahalı olmasıdır (Almanya'da bir ton taş kömürü çıkarmanın ortalama maliyeti 180 avro; ithal taşkömürünün ortalaması ton başına 79 avro).

1990 yılında 357 milyon ton civarında seyreden linyit kömürü üretimi de 1999 yılına gelindiğinde 161 milyon tona gerilemiş, 2003 yılında 180 milyon tona yükselmiş, 2004, 2005 ve 2006 yıllarında bu düzeyde seyretmiştir. Almanya, elektrik üretimi için kok kömüründen ziyade linyite ağırlık vermesi bakımından diğer pek çok gelişmiş ülkeden farklı bir yapı sergilemektedir. 2009 yılında linyit üretimi 169,8 milyon ton iken, 2011 yılında 176 milyon tondur. 2013 yılında ise 182,7 milyon tondur. Bugün taş kömürünün aksine linyit madenleri hala karlıdır. Ulusal Yer Bilimleri ve Doğal Kaynaklar Enstitüsü'ne göre linyit madenlerinde 2013 yılında 16.410 kişi istihdam edilmektedir. Uluslararası Enerji Ajansı'na (IEA) verilerine göre 2014 yılı linyit üretimi 178,2 milyon tondur.

Taş kömürü üretimi 2013 yılında 1956 yılında göre %5 oranında azalmıştır. Hükümet sektöre 2014 yılında 1,65 milyar avro destek sağlamıştır. Bununla beraber 2018 yılına kadar desteklerin sona erdirilmesi planlanmaktadır. Kuzey Ren Vestfalya'da üç tane taş kömürü madeni kalmıştır. 2013 yılında taş kömürü madenlerinde 14.500 kişi çalışırken, 2014 yılında 12.104 kişi çalışmaktadır. 1990'ların başındaki rakam ise 130 bin kişidir.

2016 yılında sadece iki adet taş kömürü madeninin açık kalması ve 2018 yılına kadar tüm taş kömürü madenlerinin kapatılması planlanmaktadır. 2012 yılı taş kömürü üretimi 10,8 mt, 2013 yılında 7,55mt, 2014 yılında 7,64mt olmuştur. Koklaşabilir taşkömürü üretimi ise 4,8 milyon tondur.

Kömür Almanya'nın elektrik üretiminde halen önemli bir yere sahiptir. Almanya'daki enerji santralleri artan yenilenebilir enerji kaynaklarındaki dalgalanmaları destekleyebilmek için modifiye edilmektedir.

Ülkede üretilen diğer başlıca mineraller arasında potasyum ile az miktarda üretilen nadir minerallerden uranyum, kobalt, bizmut ve antimuan ön plana çıkmaktadır. Ancak genel olarak ülkenin metalik mineral kaynakları çok kısıtlıdır.

3.4. İNŞAAT

İnşaat sektörü Alman ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Avrupa inşaat piyasasında 2016 yılında toplam %25'lik pazar payıyla (310 milyar avro) 1. sırada gelmektedir. 365 bin firmada 2,45 milyon kalifiye işçi istihdam edilmekte olup, sektörde daha çok küçük ve orta ölçekli firmalar hakimdir.

AB'nde inşaat sektörü 2015 yılı rakamlarına (FIEC'in) göre 1.241 milyar avroluk değer ile GSYH'nın %8,5'ini 14,2 milyon çalışan ile toplam istihdamın %6,4'ünü ve sanayideki istihdamın ise %30,9'unu oluşturmaktadır. Esasında, AB üyesi ülkelerde yaklaşık 42,3 milyon çalışanın doğrudan ve dolaylı olarak inşaat sektörü ile bağlantısı olduğu da ileri sürülmektedir. Ayrıca 3,2 milyon işletmenin %95'inin 20 kişiden az çalışanı olduğu da saptanmaktadır.

3.5. TURİZM

Turizm Alman ekonomisinde önemli sektörlerden biridir. 2016 yılında ülkeye gelen turist sayısı yaklaşık 35 milyondur. Ülke Seyahat ve Turizm Rekabetçilik indeksine göre dünyada 3. sırada yer almaktadır. Ülkenin en önemli turizm bölgeleri: Batı'da Bavyera, Baden-Württemberg ve Ren Vadisi, Doğu'da Berlin, Dresden, Thüringen ve Harz Dağları'dır. 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 konumdadırlar.

Almanya'da 10 veya daha fazla yataklı tesislerde gecelik konaklama sayıları aşağıdaki gibidir. Görüldüğü gibi Almanya daha çok Avrupalı turistler tarafından ziyaret edilen bir ülke konumundadır. Almanya her yıl en çok Hollandalı turistler tarafından ziyaret edilmektedir..

3.6. ULAŞTIRMA VE TELEKOMÜNİKASYON ALTYAPISI

Avrupa'nın tam merkezinde bulunduğu ileri sürülen Almanya, Avrupa'da lojistik alanında birinci sırada yer almaktadır. İleri seviyedeki enerji ve haberleşme ağı ile yoğun ve geniş çaplı ulaşım alt yapısı bir araya gelince zamanında ürün teslimi ve başarı garanti altına alınabilmektedir.

2016 yılında yol ağı (yerel ulaşım harici yollar) 230.082km, su yollarının uzunluğu 7.675km, demiryolu uzunluğu (işletilen hatların uzunluğu) 37.775km'dir.

Almanya'da yük taşımacılığı büyük ölçüde karayolu taşıtları ile yapılmaktadır. 2016 yılında karayolları ile 4,6 milyar ton yük taşınırken, iç sularda 113,6 milyon ton, demiryolları ile 375 milyon ton taşınmıştır.

3.7. ENERJİ

Almanya'nın gerek fosil yakıtlar bakımından kaynakları sınırlı olup, bu açıdan büyük ölçüde dışa bağımlıdır. Bununla birlikte, yurtiçi tüketiminin dörtte birini karşılayabilecek düzeyde doğalgaz kaynaklarına, ayrıca geniş kömür (kok ve linyit) kaynaklarına sahiptir. Ülke, kullandığı enerjinin %60'ını diğer ülkelerden ithal etmektedir. Ülkede enerji üreten kuruluşlar ağırlıklı özel sektör kuruluşlarıdır. Enerji ve su tedarik sektöründe 2016 yılında 240 bine yakın kişi istihdam edilmiştir.

2012 yılında elektrik sektörü kömür kullanımını %4,9 artırmıştır. Bunun nedeni 17 nükleer santralden 8'inin kapatılmış olmasıdır. 8 nükleer santralin kapatılmasından doğan elektrik arzındaki açık, öncelikle linyit kömür kullanan elektrik santralleri inşa edilerek doldurulmaktadır. Ülkenin tekrar kömüre yönelmesi Kyoto Protokolü gereği karbondioksit salınımını azaltma taahhütlerini sarsmaktadır.

Alman hükümeti karbon dioksit (CO₂) salınımı 2020 yılı itibarıyla 270 milyon ton azaltmayı ve yenilenebilir kaynaklardan üretilen enerjilerin kullanımını yaygınlaştırmayı hedeflemektedir.

2016 yılındaki toplam elektrik üretiminin %40'ı kömürden elde edilmiştir (liniyit %23,1, taşkömürü %17,2). Yenilenebilir enerji %29, doğal gaz %12,4, nükleer enerji ise %13 pay almaktadır.

3.8. BANKACILIK

Almanya'da bankacılık sektörü özel ticari bankalar, yardımcı bankalar ve kamu bankaları (Eyalet Bankaları ve tasarruf bankaları) olmak üzere üç gruba ayrılmaktadır. Kamu bankaları içinde bölgesel olarak örgütlenen tasarruf bankaları, Eyalet Bankaları tarafından denetlenmekte ve koordinasyonları sağlanmaktadır. Kamu bankaları ve yardımcı bankalar KOBİ'lere sağlanan finansman da dahil olmak üzere perakende bankacılık piyasasında hakim durumdadır.

Ülkenin en etkili ticari bankaları, Deutsche Bank, Commerzbank ve HypoVereinsbank'tır. Commerzbank 2008 yılında Dresdner Bank'ı da satın alarak ülkenin ikinci en büyük bankası haline gelmiştir.

Alman ekonomisinin bir karakteristik özelliği, uzun dönemli banka kredilerinin şirket finansmanında geleneksel olarak en fazla kullanılan yöntem olmasıdır. Bu durum kısmen Alman sanayinin yapısından kaynaklanmaktadır. Ülkede özellikle orta ölçekli işletmeler ekonominin belkemiğini oluşturmakta, bu firmalar doğrudan sermaye piyasası finansmanına ulaşmakta güçlük çekmektedir. Diğer taraftan yakın zamana kadar bankalar arasında yoğun rekabet 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 kredilerini kısıtlamaya gitmesiyle bu durum değişmektedir.

4. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLAR

4.1. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIMLARIN GÖRÜNÜMÜ

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

UNCTAD (World Investment Report 2017) verilerine göre 2016 yılında Almanya'ya giren doğrudan yabancı yatırımların miktarı 9,53 milyon dolar, doğrudan yabancı yatırım stoğu ise 771 milyon dolardır (sıralamada 10. ülke).

4.2. ÜLKEDE İŞ KURMA MEVZUATI

Almanya'da 7 değişik formda iş kurulması mümkündür:

- Şahıs şirketi (Einzelkaufmann),
- Şube (Zweigniederlassung),
- Limited Şirket: GmbH (Gesellschaft mit beschränkter Haftung),
- Adi Ortaklık: oHG (offene Handelsgesellschaft),
- Komandit Ortaklık: KG (Kommanditgesellschaft),
- GmbH & Co. KG
- Anonim Şirket: AG (Aktiengesellschaft)

Şube, GmbH, GmbH & Co. KG ve AG için sınırlı sorumluluk esastır. OHG'de ortaklar sınırsız sorumlu iken KG'de hem sınırlı hem de sınırsız sorumluluk söz konusudur. Ayrıca, GmbH ve GmbH & Co. KG kurulması için 25.000 Euro, AG kurulması için 50.000 Euro sermaye konulması gerekmektedir.

4.3. ALMANYA'DA ŞİRKET KURMANIN AŞAMALARI

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

5. DIŞ TİCARET

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 almaktadır. 2013 yılında ise Çin ve ABD'den sonra üçüncü sırada yer almaktadır. 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 gelmektedir. 2016 yılında tıpkı 2014 ve 2015 yılında olduğu gibi hem ithalat hem de ihracatta ABD ve Çin'in ardında üçüncü sırada yer almıştır.

2016 yılında Almanya'nın toplam ihracatı 1.334 trilyon dolar, ithalatı ise 1.055 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin ticaret fazlası ise 278 milyar dolardır.

2017 yılında Almanya'nın toplam ihracatı 1,448 trilyon dolar, ithalatı ise 1,167 trilyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin dış ticaret hacmi 2,615 trilyon, dış ticaret fazlası ise 281 milyar dolardır.

Özellikle yüksek katma değerli ürünlere odaklanan Almanya, düşük ücret politikası izleyen ülkelere kaynaklanan rekabetten İtalya ve İspanya gibi diğer Avrupa ülkelerine kıyasla daha az etkilenmektedir.

Tablo 1: Almanya'nın Dış Ticareti (Milyon Dolar)

	2013	2014	2015	2016	2017
İhracat	1.445.067	1.494.608	1.326.765	1.334.356	1.448.302
İthalat	1.181.233	1.207.041	1.051.392	1.055.718	1.167.035
Hacim	2.626.300	2.701.649	2.378.157	2.390.074	2.615.337

Denge	263.834	287.567	275.373	278.638	281.267
-------	---------	---------	---------	---------	---------

Kaynak: T.C. Ticaret Bakanlığı

5.1. ALMANYA'NIN İHRACATI

Almanya'da ihracatın yarısından fazlasını sermaye malları oluşturmaktadır. İhracatta en büyük payı ulaşım araçları ve bunların parçaları ve ilaçlar almaktadır. Bu ürünleri ilaç ihracatı izlemektedir. İthalatta önemli mal grupları makineler, ulaşım araçları ve bunların parçaları, petrol-doğalgaz ve ürünleri ve ilaçlardır.

Tablo 2: Almanya'nın İhraç Ettiği Başlıca Ürünler (\$ 1.000)

GTİP NO	GTİP TANIMI	2015	2016	2017
	Genel Toplam	1.326.765	1.334.356	1.448.302
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	153.155.547	151.920.841	156.584.732
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	53.742.455	56.380.083	62.203.121
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	48.774.957	48.602.880	52.618.636
8802	Diğer hava taşıtları, uzay araçları	34.699.567	35.128.048	30.862.965
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	21.986.157	22.819.695	24.512.602
8479	Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar	13.167.957	13.527.793	15.992.047
8542	Elektronik entegre devreler	12.045.692	12.223.533	15.041.594
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	12.631.331	12.165.208	14.878.186
9018	Tıp, cerrahi, dişçilik, veterinerlik alet ve cihazları	12.707.792	13.061.076	14.033.860
8536	Gerilimi 1000 voltu geçmeyen elektrik devresi teçhizatı	11.855.180	12.424.289	13.948.625

Almanya'nın başlıca ihraç pazarları arasında ABD, Fransa, İngiltere, Hollanda, Çin, İtalya ve Avusturya bulunmaktadır.

Tablo 3: Başlıca Ülkeler İtibari ile İhracatı (\$ 1.000)

ÜLKELER	2015	2016	2017
Dünya	1.326.765	1.334.356	1.448.302
ABD	126.565.882	118.604.735	125.946.884
Fransa	113.949.441	110.670.666	118.620.117
Çin	79.429.909	85.350.436	97.565.584
Birleşik Krallık	98.712.709	94.075.871	94.736.494
Hollanda	87.825.910	86.835.884	91.411.837
İtalya	64.360.574	67.282.567	73.891.224
Avusturya	64.512.479	65.391.038	70.306.979
Polonya	57.846.445	58.851.884	67.275.553
İsviçre	55.913.747	55.337.647	61.445.501
Belçika	45.351.173	45.770.876	49.837.550

Türkiye	29,002,370	25,663,750	24,796,825
---------	------------	------------	------------

Kaynak: Trade Map

5.2. ALMANYA'NIN İTHALATI

Tablo 4: Almanya'nın İthal Ettiği Başlıca Ürünler (\$ 1.000)

GTİP NO	GTİP TANIMI	2015	2016	2017
	Genel Toplam	1.051.392	1.055.718	1.167.035
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	46.075.628	51.274.590	57.654.414
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	34.443.663	37.533.562	41.222.759
2709	Ham petrol (petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar)	36.470.380	28.718.517	36.212.382
2711	Petrol gazları ve diğer gazlı hidrokarbonlar	32.345.822	23.265.665	28.213.441
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	24.589.804	25.977.780	25.915.292
8471	Otomatik bilgi işlem makineleri, üniteleri	21.287.701	20.754.038	22.959.951
3002	İnsan ve hayvankanı, serum, aşı, toksin vb. Ürünler	17.587.265	18.534.460	22.532.448
8517	Telli telefon-telgraf için elektrikli cihazlar	20.104.379	21.261.326	22.340.301
2710	Petrol yağları ve bitümenli minerallerden elde edilen yağlar	20.552.300	16.922.099	20.425.564
8542	Elektronik entegre devreler	13.518.004	13.629.321	17.214.267

Kaynak: Trade Map

Almanya'nın en fazla ürün ithalat gerçekleştirdiği ülkeler ÇHC, Hollanda, Fransa, ABD, İtalya, Polonya, İsviçre, Çek Cumhuriyeti ve Avusturya'dır.

Tablo 5: Başlıca Ülkeler İtibari ile İthalatı (\$ 1.000)

ÜLKELER	2015	2016	2017
Dünya	1.051.392	1.055.718	1.167.035
Çin	103.348.242	105.289.753	113.604.848
Hollanda	97.476.692	92.488.678	95.436.950
Fransa	74.160.720	72.918.636	72.399.399
ABD	68.423.395	65.815.687	68.915.533
İtalya	54.358.388	57.298.505	63.025.868
Polonya	49.594.142	51.481.976	57.675.326
Çek Cum.	43.476.874	46.918.963	52.166.896
İsviçre	47.827.929	49.643.686	52.061.769
Avusturya	41.196.922	42.502.366	46.140.253
Belçika	40.877.388	41.913.142	44.992.039

Türkiye	16,094,742	17,004,577	18,284,322
---------	------------	------------	------------

Kaynak: Trade Map

6. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE VERGİLER

6.1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI

Avrupa Birliği üyesi bir ülke olarak Almanya, diğer üye ülkeler gibi Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını teşkil eden Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) uygulamaktadır. Diğer yandan, 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.

6.2. TARİFELER VE DİĞER VERGİLER

6.2.1. GENEL OLARAK GÜMRÜK VERGİLERİ

Avrupa Birliği üyesi bir ülke olarak Almanya, diğer üye ülkeler gibi Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını teşkil eden Ortak Gümrük Tarifesi (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 tamamen 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 mümkündür. 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.

6.2.2. KDV VE DİĞER VERGİLER

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, yerel toplu taşıma ve otel konaklamaları gibi ürünlerde %7 olarak uygulanmaktadır. Bazı hizmetler (örneğin bankacılık ve sağlık hizmetleri veya toplum hizmetleri) vergiden muaftır. KDV tutarının faturalarda ayrıca belirtilmesi zorunlu olmakla birlikte 100 avro'ya kadar olan faturalarda sadece KDV oranının belirtilmesi mümkün bulunmaktadır.

6.2.3. ÜRÜN STANDARTLARI İLE İLGİLİ UYGULAMALAR

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 İşareti 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 etmek zorundadır.

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 (Verband Deutscher Elektrotechniker) işareti önem taşımaktadır. Bu işaretlerin kullanımı yalnızca belli durumlarda zorunlu olup, genelde yasal bir zorunluluk yoktur.

GS İşaretine ilişkin standartlar, Alman Standartlar Enstitüsü DIN (Deutscher Industrie Normenausschuss) tarafından derlenmektedir.

7. TÜRKİYE İLE TİCARET

Ülkemizin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözlenmektedir. Almanya 2016 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, ülkemizin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatımızda Çinin ardından ikinci sırayı almıştır.

En büyük ticari ortağımız olan Almanya ile ikili ticaretimiz, istisnai yıllar haricinde sürekli açık vermektedir. 2017 yılı verilerine göre Almanya ile dış ticaret açığımız yaklaşık 6,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Alman firmalarının son yıllarda üretim ve ithalatlarını Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerine kaydırmaları ve bu ülkelere yönelik vergi ve kotaların kaldırılması 2000li yılların başlarında ihracat artışımızda bir yavaşlamaya neden olmakla beraber 2003 yılından itibaren bu ülkeye ihracatımız tekrar artış trendine girmiştir.

2015 yılında küresel ekonomik gelişmeler ve talep gerilemesi nedeniyle ihracatımız 2014 yılına kıyasla %11 azalarak 14 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında ise ihracatımız bir önceki yıla göre %5 artarak 17 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

2018'in ilk 5 ayı geçici dış ticaret verilerine göre Almanya'ya ihracatımız %16 artarak 8 milyar doların üzerine çıkmıştır.

Tablo 6: Türkiye'nin Almanya ile Dış Ticareti (\$ 1.000)

	2013	2014	2015	2016	2017
İhracat	16,351,153	17,868,513	16,094,742	17,004,577	18,284,322
İthalat	29,002,370	25,663,750	24,796,825	24,886,055	24,414,942
Hacim	45.353,523	43.532,263	40.891,567	41.890,632	42.699,264
Denge	-12.651,217	-7.795,237	-8.702,083	-7.881,478	-6.130,620

Kaynak: Trademap

Almanya'ya ihracatımız %90 oranında sanayi mamullerinden, yaklaşık %10 oranında tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.

Tablo 7: Türkiye'nin Almanya'ya İhracatında Başlıca Ürünler (\$ 1.000.000)

GTİP NO	GTİP TANIMI	2015	2016	2017
	Genel Toplam	16,094,742	17,004,577	18,284,322
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	629.166	964.161	1.149.870
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	956.275	988.921	1.023.744
8708	Karataşıtları için aksam, parçaları	747.355	792.348	868.438
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme)	760.412	713.732	687.635
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya (örme)	331.358	373.467	456.760
8528	Televizyon alıcıları, video monitörleri ve projektörler	421.291	375.687	416.432
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	353.238	355.584	371.378
8702	Toplu halde yolcu taşımağa mahsus motorlu taşıtlar	270.184	307.727	342.910
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	279.114	352.602	317.014
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet, mutfak bezleri	327.395	309.874	301.561
2008	Başka yerinde belirtilmeyen meyve ve yenilen diğer bitki parçaları konserveleri	402.357	255.311	254.961
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs. (örme)	243.214	237.886	244.841
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler (örme)	207.676	224.073	220.889
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	193.952	214.282	215.851
8418	Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları	188.426	202.314	211.439

Kaynak: Trade Map

Diğer taraftan Almanya'dan ithalatımız %98 oranında sanayi mamullerinden, %2 oranında ise tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.

Tablo 8: Türkiye'nin Almanya'dan İthalatında Başlıca Ürünler (\$ 1.000.000)

GTİP NO	GTİP TANIMI	2015	2016	2017
	Genel Toplam	21.351.984	21.474.989	21.302.140
8703	Otomobil, steysin vagonlar, yarış arabaları	3.609.267	3.423.296	2.961.087
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	1.212.067	1.084.386	1.228.469
3004	Tedavide/korunmada kullanılmak üzere hazırlanan ilaçlar (dozlandırılmış)	474.700	486.135	496.439
7108	Altın (ham, yarı işlenmiş, pudra halinde)	275.694	292.921	393.306
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	313.161	260.402	371.763
8408	Dizel, yarı dizel motorlar (hava basıncı ile ateşlenen, pistonlu)	394.902	299.039	361.292
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	358.309	324.281	326.337

8541	Diotlar, transistörler vb. yarı iletkenler, piezo elektrik kristaller	151.134	201.435	324.108
8479	Kendine özgü fonksiyonlu makine ve cihazlar	369.715	270.583	303.620
3002	İnsan ve hayvan kanı, serum, aşı, toksin vb. ürünler	258.735	262.343	226.012

Kaynak: Trade Map

8. BULDAN İLÇESİNİN ALMANYA İLE DIŞTİCARETİ

2018 yılının ilk 8 ayında, Buldan İlçesinin Almanya'ya 1.1 milyar doların üzerinde ihracat gerçekleştirilirken, Almanya'dan ithal ettiğimiz ürünlerin değeri 735 Milyon dolar olmuştur. Bursa ili, İstanbul'dan sonra Almanya'ya en fazla ihracat yapan il konumundadır.

Tablo 9: Buldan İlçesinin Almanya ile Dış Ticareti (1000\$)

Yıl	İhracat	İthalat	Hacim	Denge
2015	1.867.825.216	1.496.111.044	3.363.936.260	371.714.172
2016	1.975.495.364	1.460.467.431	3.435.962.795	515.027.933
2017*	2.042.351.212	1.411.729.396	3.454.080.608	481.325.206
2018*(1-8.Ay)	1.135.436.243	725.789.760	1.861.226.003	409.646.483

Kaynak: TÜİK, 2017 ve 2018 verileri geçicidir.

9. İKİ ÜLKE ARASINDAKİ ANLAŞMA VE PROTOKOLLER

Anlaşma Adı	İmza Tarihi
Ticaret ve Ödeme Anlaşması	16.2.1952
Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşması	20.6.1962
Teknik İşbirliği Anlaşması	16.6.1970
KEK II. Dönem Toplantısı	12/13.12.1984
Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması	16.4.1985
Çevre Korunması Alanında İşbirliği Anlaşması	5.10.1992
İşbirliği Konseyi XI. Dönem Toplantısı, Ortak Protokolü	11.03.2005

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı, Anlaşmalar Genel Müdürlüğü

10. PAZAR İLE İLGİLİ BİLGİLER

10.1. AMBALAJ, PAKETLEME VE ETİKETLEME

Gıda Ürünlerinde Etiketleme:

Almanya'ya gıda ürünleri ihraç etmek isteyen ihracatçılarımızın, etiketleme ve ürünün gerek Alman gerekse AB düzenlemelerine uygunluğunun belirlenmesi açısından, bu ülkedeki bir Gıda Laboratuvarına başvurmaları yararlı olabilecektir. Gıda Laboratuvarları ile temasa geçmek bakımından Alman Federal Gıda Kimyacıları Birliği'nin adresi aşağıda verilmiştir.

Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands (BVLK)
(Alman Federal Gıda Kontrolörleri Birliği)

Herderstr, 1a
38350 Helmstedt, Germany
Tel.: (49-5351) 595301
Faks: (49-5351) 595302
E-posta: lebensmittelkontrolleure@t-online.de
İnternet Adresi: <http://www.lebensmittelkontrolle.de>

Yeşil Nokta Sistemi:

Ambalajların geri kazanılmasını sağlayan bir sistemdir. Yeşil Nokta işareti taşımayan nakliye ve tüketici ambalajlarının Almanya'ya ithali mümkün değildir. Almanya'da Yeşil Nokta sembolünün kullanılabilmesi için, üretici veya ithalatçının, ürünün paketlenme türü ve miktarına bağlı olarak bir ücret ödemesi gerekmektedir. Konuya ilişkin olarak ihracatçılarımızın Almanya'daki ithalatçıları veya DSD firması ile temasa geçmelerinde yarar bulunmaktadır. DSD firmasının adresi aşağıda verilmiştir.

Duales System Deutschland GmbH (DSD)
Frankfurter Strasse 720-726
D-51145 Koeln, Germany
Tel: (49-2203) 937-0
Fax: (49-2203) 937-190
İnternet: www.gruener-punkt.de

11. İŞADAMLARININ PAZARDA DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR

11.1. GENEL BİLGİLER

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

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

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

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

Kendiliğinden olan hareketler ve esnek davranış biçimleri Alman iş kültüründe yadırganmaktadır. Beyin fırtınası, risk alma ve meydan okuma gibi davranış biçimleri kabul edilmemektedir. Almanlar eleştirilme konusunda çok hassastırlar, bu yüzden onları utandıracak hareketlerden kaçınılmalıdır. Ayrıca toplantılara resmi bir hava vermekten de son derece memnun olurlar. Özel konularla ilgili konuşmaktan pek hoşlanmazlar. Her konuda mantık dahilinde hareket etmektedirler. Kolay kolay hiçbir konuda taviz vermemektedirler. Saldırgan bir davranış içine girmemeye özen gösterilmelidir.

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

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

Alman iş kültüründe zamanında bulunmanın önemini asla unutulmamalıdır. 2 veya 3 dakikalık bir gecikme bile kabalık olarak addedilecektir. Randevular önceden ayarlanmalıdır. Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az 2-3 ay, telefonla alınacak bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden alınmasında fayda vardır. Randevuya gecikilecekse, mutlaka önceden aranmasında fayda vardır. İlaveten uygun sebebin de hazırlanması gerekebilir. Görüşmeler için en uygun zaman dilimi öğleden önce 11.00-13.00 arası olurken, öğleden sonra ise 15.00-17.00 arasındadır. Randevuların Cuma öğleden sonrasına ayarlanmamasına özen gösterilmelidir, çünkü bazı ofisler Cuma günleri 14.00 veya 15.00'den sonra kapanabilir. Randevuların saatinin ve yerinin gereksiz bir şekilde değiştirilmesi kabul görmemektedir. İş görüşmeleri genelde şirket binasında yapılır.

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

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

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

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

11.2. PARA KULLANIMI

Alman markı 2002 yılında kaldırılmış ve Almanya Euro'ya geçmiştir.

11.3. PASAPORT VE VİZE İŞLEMLERİ

Almanya diplomatik pasaport (kırmızı), üst düzey memurlar için düzenlenen pasaport (yeşil) ve hizmet pasaportu (gri) hamili Türk vatandaşlarına 90 günü geçmemek kaydıyla vize uygulamamaktadır. Bunun dışında Türkiye'den Almanya'ya seyahatlerde turist pasaportları (lacivert) için vize alma zorunluluğu vardır. Vize Almanya'nın Türkiye'deki Başkonsolosluklarından temin edilebilir. Ayrıca iş gezilerinde davet mektubu talep edilmektedir.

Almanya'ya vize başvurusu için randevu sistemi uygulanmakta olup detaylı bilgiler, başvuru için gerekli belgeler, dökümanlar ve vize ücretleri için Almanya Federal Cumhuriyeti Büyükelçiliği'nin (<http://www.ankara.diplo.de/Vertretung/ankara/tr/Startseite.html>) adresli web sitesinden bilgi alınması mümkündür.

11.4. RESMİ TATİLER VE ÇALIŞMA SAATLERİ

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

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

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

11.5. YEREL SAAT

GMT (Greenwich mean time)'ın bir saat ilerisinde, yaz aylarında iki saat ileridedir. Almanya ulusal saati Türkiye saatinin bir saat gerisindedir.

11.6. İKLİM

Almanya ılıman bir iklime sahiptir. Frankfurt hava koşulları:

En sıcak ay : Temmuz (15-20 °C)

En soğuk ay : Ocak (-1-3 °C)

En kuru ay : Şubat (40mm aylık ortalama yağış)

En yağışlı ay : Haziran (7 mm aylık ortalama yağış)

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

12. SWOT ANALİZİ

<p style="text-align: center;">Güçlü Yanlar</p> <ul style="list-style-type: none">• Gelişmiş ekonomi (Dünya'da 3. Sırada, Avrupa Birliği ülkelerinde 1. Sırada)• Yüksek teknoloji ve İnovasyon• Lokasyon (Avrupa'nın merkezinde 9 farklı ülkeye sınırdaş olması)• Ulaşım - Transfer (Bir çok otoban, tren ve havayolu imkanı olması)• Personel ve çalışanların genel anlamda disiplinli ve iyi eğitilmiş olmaları• Düşük Yolsuzluk	<p style="text-align: center;">Zayıf Yanlar</p> <ul style="list-style-type: none">• Dünya'da en yüksek maaşlı çalışanların bulunduğu ülke• Oldukça yüksek vergi oranları• İş anlaşmalarında pazarlık konularında ve yeni fikirler hakkında çok az değişiklik yapılabilmesi• İthalat yerine ihracat odaklı olmaları
<p style="text-align: center;">Fırsatlar</p> <ul style="list-style-type: none">• Türk asıllı vatandaşların fazla olması ve Türk-Almanya iş birliğine dayalı kurum ve derneklerin var olması• Teknolojik ürünlerin üretiminde lider olmaları• Çok geniş ve açık pazara sahip olmaları• Yatırım yapılabilecek en iyi ülkeler arasında dünyada 5. Sırada olmaları (S&P kredi notu AAA)• Üretim ve teknoloji tecrübeli ve kalifiye olmaları	<p style="text-align: center;">Tehditler</p> <ul style="list-style-type: none">• Euro kaynaklı problemler• Avrupa Birliğinde gelişmekte olan diğer ülkelerin rekabetçi yapıları

13. YARARLI ADRESLER

— T.C. ALMANYA ANKARA BÜYÜKELÇİLİĞİ

Adres: Atatürk Bulvarı 114 06690 Kavaklıdere - Ankara

Telefon: +90 312 4555 100 (santral)

Fax: +90 312 4555 100

E-posta: www.tuerkei.diplo.de

— MUNİH TİCARET ATAŞELİĞİ

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

Telefon: 0049- 89 54344316

Fax: 0049- 89 54344317

E-posta: munih@ekonomi.gov.tr

— BERLİN TİCARET ATAŞELİĞİ

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

Telefon: 00 49 30 / 278 98 030

Fax: 00 49 30 /278 98 040

E-posta: berlin@ekonomi.gov.tr

— Alman - Türk Ticaret ve Sanayi Odası

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

Telefon: +90 (212) 363 05 00

Faks: +90 (212) 363 05 60

E-posta: info(at)dtr-ihk.de

— Almanya Ticaret ve Sanayi Odası (DIHK)

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

Telefon: (61)(3) 9387 3177

Faks: (61)(3) 9387 3188

E-posta: bestellservice@verlag.dihk.de

— Almanya Federal Dış İlişkiler Ofisi

Adres: Auswärtiges Amt D-11013 Berlin

Telefon: +49-3018-17-2000

Faks: +49-3018-17-3402

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

<https://www.wlw.de/>

Kullanıcıların istedikleri ürün gruplarını aratarak üreticileriyle irtibata geçirmesini sağlayan web sitesi.

14. KAYNAKÇA

1. Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi – www.ekonomi.gov.tr
2. Türkiye Cumhuriyeti Dışışleri Bakanlığı – www.mfa.gov.tr
3. Türkiye İstatistik Kurumu – www.tuik.gov.tr
4. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği – www.tobb.org.tr
5. Uludağ İhracatçılar Birliği – www.uib.org.tr/tr
6. Trademap – www.trademap.org
7. Expodatabase – www.expodatabase.com
8. World Meters – www.worldmeters.info/tr/
9. The Economy Intelligence Unit (EIU) – www.eiu.com