

FEDERAL ALMANYA PAZAR BİLGİLERİ



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

Nisan - 2024

İçindekiler

1.	DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI	3
2.	PAZARIN ÖZELLİKLERİ	15
3.	ÖNEMLİ SEKTÖRLER	22
4.	PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER.....	51
5.	ŞİRKET KURULUŞU ve İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER	56

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

Dış Ticaret Politikası

Almanya Federal Cumhuriyeti için dış ticaret büyük bir önem taşımaktadır. Almanya toplam küresel ticarete yüzde 6,4'lük bir paya sahiptir. Alman ekonomisinin büyük bir bölümü büyük ölçüde ihracata bağımlıdır. Bu durum istihdama da yansımaktadır: her dört işten biri doğrudan ya da dolaylı olarak ihracata bağlıdır. İhracat oranı - yani mal ve hizmet ihracatının gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYH) içindeki payı - yüzde 50,9 civarındadır.

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

Serbest pazarların teşvik edilmesinin yanı sıra, Avrupa Birliğı (AB) dışındaki üçüncü ülkelerde rekabeti bozucu ticaret ve sübvansiyon uygulamalarının Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) ve AB'nin ticaret savunma araçları ile ele alınması önemlidir. Anti-damping, anti-sübvansiyon ve koruyucu tedbirler ile devlet tarafından yönlendirilen doğrudan yatırımlara yönelik ortak Avrupa kurallarının yanı sıra kamu ihale piyasalarına yönelik yeni araç ve iç pazarı bozan üçüncü ülke sübvansiyonlarına ilişkin yeni düzenleme, Avrupalı şirketleri ve sanayi bölgelerini haksız rekabet durumlarına karşı daha etkin bir şekilde korumayı amaçlamaktadır.

AB dışındaki ülkelere gelen yatırımcıların şirket satın almalarının artan sayısı ve karmaşıklığı göz önüne alındığında Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı, ulusal düzeyde uygun bir dizi denetim araçlarını gündeme getirmiş olup, 19 Aralık 2018'de Federal Kabine, yatırım denetimi için yeni düzenlemeler getirmiştir. Yatırım taraması hakkında daha fazla bilgiye [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Ticaret politikasının belirlenmesi, Avrupa Birliğı'nin (AB) Topluluk yetkilerinden biridir. Bunu öncelikle uluslararası ticaret ve ortaklık anlaşmaları yoluyla şekillendirir (tek tek ülkeler veya bölgelerle olduğu kadar çok taraflı anlaşmalar yoluyla kapsamlı olarak).

Avrupa Komisyonu ticaret politikasını üye ülkelerle istişare halinde düzenler. Avrupa Birliğı Konseyi tarafından atanan Ticaret Politikası Komitesi, özellikle Dünya Ticaret Örgütü (WTO) çerçevesinde tek tip bir dış yaklaşım sağlamak için haftalık olarak toplanır.

Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı - BMWK, Federal Hükümet bünyesinde Almanya'nın ticaret politikasına ilişkin tutumunu formüle etmekten sorumludur ve bunu Avrupa düzeyinde ve uluslararası düzeyde temsil etmektedir.¹

Almanya Federal Cumhuriyeti (AFC)'nin dış ticaret uygulamalarının mevzuat temelini hem federal düzeyde uygulanan ulusal düzenlemeler hem de AB hukuku oluşturmaktadır. Ulusal düzeydeki düzenlemeler, Dış Ekonomik Faaliyetler Yasası-Außenwirtschaftsgesetz-AWG) ve Dış Ekonomik Faaliyetler Yönetmeliğı (Außenwirtschaftsverordnung-AWV)'ne

¹ <https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/trade-policy.html>

tabidir. Dış ticaret yönelik kısıtlamalar ilgili AB düzenlemeleri ilgili elektronik gümrük tarifesinde bulunabilir.

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

- Kamu düzeninin korunması,
- Çevrenin korunması,
- İnsan sağlığının korunması,
- Hayvanların korunması,
- Bitkilerin korunması,
- Sınai mülkiyet haklarının korunması,
- Kültürel mirasın korunması.

Bununla birlikte belirli mallara bazı ülkeler için kısıtlamalar uygulanmaktadır.

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

- Trade - European Commission - Import And Export Rules
(<https://ec.europa.eu/trade/import-and-export-rules/>)
- Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı – Dış Ticaret Mevzuatı ve Politikası
(https://www.bmwk.de/Navigation/DE/Themen/themen.html?cl2Categories_LeadKeyword=au%C3%9Fenwirtschaftsrecht)
(<https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/trade-policy.html>)
- Gümrükler Genel Müdürlüğü
(https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Aussenwirtschaft-Bargeldverkehr/aussenwirtschaft-bargeldverkehr_node.html)
- GTAI-Germany Trade and Invest - Customs
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/customs>)

Avrupa Birliği Ortak Dış Ticaret Politikası

Avrupa Birliği (AB) üyesi ülkeler arasında tesis edilen Gümrük Birliği çerçevesinde, üye ülkeler üçüncü ülkelere ithalatta ortak kuralları uygulamaktadır.

Bu çerçevede, ticaret politikası münhasıran Avrupa Birliği'nin yetki alanına girmekte ve "Ortak Ticaret Politikası (OTP)" olarak adlandırılmaktadır. OTP, ortak gümrük tarifeleri; çok taraflı, bölgesel ve ikili ticaret anlaşmaları; üçüncü ülkelere uygulanan tek taraflı tavizler ve ticari savunma araçlarını kapsamaktadır. OTP çerçevesinde, mal ticaretinin yanı sıra hizmetler, ticaretle bağlantılı fikri mülkiyet hakları ve doğrudan yabancı yatırımlar AB'nin münhasır yetki alanında yer almaktadır.

Bu doğrultuda:

AB üyesi ülkelerce ortak gümrük tarifesi ve ticari savunma araçları uygulanmakta olup, ürünlere uygulanan gümrük vergileri ve varsa, ürünler üzerinde bulunan ticari savunma araçlarına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en).

Ayrıca, AB tarafından üçüncü ülkelere karşı yürütülen ve tamamlanan dumping, sübvansiyon ve korunma önlemleri soruşturmalarına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir

<https://trade.ec.europa.eu/tdi/index.cfm>).

AB, ikili ticaret anlaşmaları bağlamında aktif bir ticaret politikası izlemektedir. AB tarafından yeni nesil Serbest Ticaret Anlaşmaları (STA) ile mal ticaretinin yanı sıra, hizmetler, kamu alımları, fikri mülkiyet hakları, sürdürülebilir kalkınma gibi ticaret ile ilgili alanları da içeren kapsamlı STA'lar müzakere edilmekte ve akdedilmektedir. AB'nin STA'ları hakkında detaylı bilgiye aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

<https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/negotiations-and-agreements/>).

AB, Genelleştirilmiş Tercihler Sistemi (GTS) kapsamında Gelişme Yolundaki Ülke ve En Az Gelişmiş Ülkelere (EAGÜ) belirli dönemler için geçerli olacak şekilde tek taraflı olarak vergi tavizleri sağlamaktadır. Halihazırda uygulanan GTS Rejimi, düşük ve düşük orta gelirli ülkeler için gümrük tarifelerini tamamen ya da kısmen kaldıran Standart GTS Rejimi; sürdürülebilir kalkınma ve iyi yönetişiminin sağlanmasını teşvik etmek üzere GTS Rejimi ekinde sayılan Uluslararası Konvansiyonları onaylamaları ve uygulamaları şartıyla gelişmekte olan ülkeler için tarifeleri sıfırlayan GTS + ve silah ve mühimmat hariç olmak üzere en az gelişmiş ülkelere gelen diğer malların vergisiz ve kotasız olarak AB pazarına girmesine imkan tanıyan Silahlar Hariç Her Şey (Everything But Arms-EBA) düzenlemelerini içermektedir. Güncel GTS yararlanıcısı ülkelerin listesine aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

<https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/development/generalised-scheme-of-preferences/>).

İthalat Rejimi

Bazı üçüncü ülkelere gelen tekstil, çelik ve tarım ürünleri genellikle ithalat kotaları ile kısıtlanmakta ve ithalat lisansı gerektirmektedir. Lisanslarla ilgili daha fazla bilgi, ilgili prosedürlerden sorumlu olan Federal Ekonomi ve İhracat Denetimi (Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle-BAFA) web sitesinde mevcuttur. Örneğin; sağlık, silah veya nesli tükenmekte olan bitki ve hayvan türleri gibi insan sağlığı, kamu güvenliği veya çevre koruma açısından risk oluşturabilecek ürünlere özel ithalat kontrol düzenlemeleri uygulanır.

Herhangi bir ithalat yönetmeliğine veya lisansına bakılmaksızın, ithalatçıların ürünle ilgili kurallar hakkında bilgi sahibi olmaları gerekmektedir, çünkü Almanya'daki ticari işlemlere rehberlik eden yasal işlemler ve idari prosedürler, ithalatın yapıldığı ülkedeki yasalardan farklı olabilir. İthalatta uygulanan kısıtlamalar ve yasaklarla ilgili ayrıntılı bilgiler Gümrükler Genel Müdürlüğü internet sayfasında belirtilmiştir:

http://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/restrictions_node.html).

Avrupa Komisyonu TARIC veri tabanı için:

https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?callbackuri=CBU-36&Lang=en).

Gümrük Tarifeleri

Avrupa Birliği üyesi olması nedeniyle, diğer AB üyesi ülkelerinde olduğu gibi Almanya Federal Cumhuriyeti'nde de Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) teşkil etmektedir.

Türkiye-AB Gümrük Birliği Anlaşması

Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği anlaşmasında yer alan ürünler için gümrük vergisi veya herhangi bir limit kısıtlaması bulunmamaktadır. Gümrük Birliği Anlaşması 1996 yılından beri yürürlükte olup, bu anlaşmanın temeli 1963'te imzalanan Ankara Anlaşması ve 1970'de imzalanan Ek Protokol'e dayanmaktadır.

Gümrük Birliği, sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamaktadır. Gümrük Birliği sınırlarında üretilen ve elde edilen mallar ya da Gümrük Birliği'nde serbest dolaşıma sokulan mallar bu gümrük statüsünün kanıtı olan ATR Belgesi eşliğinde Gümrük Birliği topraklarına herhangi bir yerde serbestçe dolaşma hakkına sahiptir.

Yasal Dayanaklar:

- AT-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin Gümrük Birliği'nin son aşamasının uygulanmasına ilişkin 1/95 sayılı ve 22 Aralık 1995 tarihli kararı:

(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:21996D0213%2801%29&rid=2>)

- AT-Türkiye Gümrük İşbirliği Komitesi'nin 1/2006 sayılı ve 26 Eylül 2006 tarihli AT-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 sayılı kararının uygulamasına ilişkin ayrıntıları düzenleyen karar:

(<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:265:0018:0038:en:PDF>)

Gümrük Birliği, Amsterdam Anlaşması EK 1'de belirtilen tarım ürünleri ile Avrupa Kömür ve Çelik Anlaşması'nın kapsadığı kömür ve çelik ürünlerini kapsamamaktadır. Bu ürünler indirimli fiyatlardan yararlanabildikleri zaman bir menşe ispat belgesi ibraz edilmesi gerekmektedir (Movement Certificate-Dolaşım Belgesi-EUR.1 ve fatura beyanı).

Yasal Dayanaklar:

- AT-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 25 Şubat 1998 tarihli ve 1/98 sayılı kararı ile tarım ürünleri ticaret rejimi hakkında 3 no.lu Protokol değiştirilir

(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:L:1998:086:TOC>).

- Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu ile Türkiye Cumhuriyeti arasındaki anlaşma uyarında Anlaşmanın 1. Protokolünü değiştiren 8 Temmuz 1991 tarihli Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nu kuran Anlaşma kapsamındaki ürünlerin ticaretiyle ilgili düzenlenen Ortak Komite'nin 2/99 sayılı kararı:

(<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=uriserv:OJ.L.2009.143.01.0001.01.ENG>)

Avrupa Birliği'nde yürürlükte bulunan gümrük vergilerine, (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en) veya (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home#my-trade-assistant>) web adreslerinden ulaşmak mümkün bulunmaktadır. Söz konusu bağlantı, eşya tanımı veya gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) bazında arama yapılmasına olanak tanımakta, ayrıca söz konusu ürüne ilişkin başka kısıtlamalar varsa onları da göstermektedir.

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

Türkiye-AB Gümrük Birliği, sadece sanayi ürünlerini ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamakta, geleneksel tarım ürünleri ise kapsam dışı bulunmaktadır. İşlenmiş tarım

ürünlerinde gümrük vergileri tespit edilirken, tarım payı ile sanayi payı ayrılmakta ve sadece sanayi payı vergi muafiyetine tabi tutulmaktadır.

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

Ülkemize ya da diğer ülkelere karşı uygulanan anti dumping vergilerine (<http://trade.ec.europa.eu/tdi/completed.cfm>) adresinden, ÖTV oranlarına (https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy_en) adresinden ulaşılabilir.

İç Vergiler

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

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

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

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

Gelir vergisinden ayrı olarak elde edilen gelir üzerinden 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesi üzerine %5,5 oranında Dayanışma Zammı (Solidaritätszuschlag) kesilmekte ve bir de gelir vergisi mükellefleri, kiliseye de üye iseler, kilise vergisi ödenmektedir.

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

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

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

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

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

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

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

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

Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar

Avrupa Birliği 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. CE, “Communauté Européenne” (Avrupa Topluluğu) anlamına gelir ve ilgili tarafın mallarının Avrupa güvenlik standartlarına uygun olarak başarılı bir şekilde üretildiğini gösterir.

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

Her bir AB üyesi devlet, CE işaretinin doğru bir şekilde kullanıldığından ve CE işaretli ürünlerin tüketiciler için gerçekten güvenli olduğundan emin olmak için “piyasa gözetimi” birimleri oluşturmuştur. F. Almanya’da yetkili kurum Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin’dir (https://www.baua.de/EN/Home/Home_node.html).

Avrupa Birliği’nin Ürünlere Dair Teknik Mevzuatı

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

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

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

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

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

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

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

AFC’de ürün güvenliği ile ilgili temel bilgilere Gümrük Genel Müdürlüğü – Ürün Güvenliği bölümünden ulaşmak mümkündür:

(https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/Goods/Product-safety/product-safety_node.html).

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

AB ve Ürün Standartları

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

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

Ürünlerin pazarlanmasına ilişkin akreditasyon ve piyasa gözetimi işlemleri AB'nin 765/2008 sayılı Tüzüğü'ne göre yürütülmektedir. Anılan mevzuat, AB gümrüklerinde kontrolleri, CE uygunluk işaretleri ve akreditasyonunun yanı sıra üye devletlerde piyasa gözetiminin minimum etkilerine yönelik hükümleri düzenlemekte olup üye ülkeler tarafından işbirliği içinde uygulanmaktadır.

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

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

Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

Almanya'da uygulamada bulunan ve federal hükümet, yerel hükümetler veya diğer kuruluşlarca düzenlenen standartlar, teknik düzenlemeler ve belgelendirme sistemi konusunda kural koyma yetkisi Alman Standartlar Enstitüsü (DIN) ile Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi'ndedir.

Deutsches Informationszentrum fuer technische Regeln (DITR)

(Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi)

E-posta: postmaster@din.de

İnternet Sayfası: <https://www.dinsoftware.de/de/normeninformationen/ditr-datenbank>;
<https://www.din.de/en>

Uygunluk Değerlendirme

AB ve Uygunluk Değerlendirme

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

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

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

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

Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

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

Almanya'da Ambalaj Yasası 2019 yılı itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Anılan yasanın temel amacı, ambalajların çevreye verdiği zararı en aza indirmektir. Özellikle, ambalajlanmış ürün üreticileri ve distribütörleri ilgili yasadaki etkilenmektedir. Alman Ambalaj Yasasına yönelik uygulamalar Avrupa Birliği'nin 94/62/EG sayılı Ambalaj Mevzuatına uygun bir biçimde kademeli olarak hayata geçirilmiştir. 3 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla AB mevzuatında yer alan Tek Kullanımlık Plastik Mevzuatı ((EU)2019/904) ve Atık Çerçeve Mevzuatı (2008/98/EG) Alman yasasına göre uyarlanmıştır.

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

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

Bunun devamında, 1 Ocak 2022 tarihi itibarıyla üretici ve distribütörler tüm ambalajlara yönelik geri alma ve geri dönüşüm gerekliliklerini yerine getirdiklerini kanıtlamak

zorundadır. Her yıl 15 Mayıs tarihine kadar bir önceki yıl içerisinde dolaşıma sürülen, iadesi kabul edilen ve geri dönüşümü gerçekleşen ambalajların malzeme türü ve kütlesine göre belgelenmesi gerekmektedir, ancak belgeleme zorunluluğu sadece üreticiye ve distribütöre fiilen iade edilen ambalajlar için geçerlidir. Bununla birlikte, 0,1 ila 3,0 litre arası tek kullanımlık plastik içecek şişelerine depozito uygulama zorunluluğu getirilmiştir. Bu çerçevede, içecek türüne göre değil, şişe türüne göre hareket edilmektedir. Hali hazırda 01 Ocak 2022 tarihine kadar dolaşıma sürülmüş ürünlerden oluşan stoklara yönelik 01 Temmuz 2022 tarihine kadar depozitosuz satış izni verilmiştir. Süt ve süt ürünleri ambalajlarının geçiş süreci daha uzun tutulmakta olup, anılan ürünlerin depozitosuz satışına 01 Ocak 2024 tarihine kadar müsaade edilecektir.

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

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

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

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

Söz konusu bilgiler aşağıdaki internet adreslerinden temin edilebilir:

- EU Labels
(https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/eu-labels_en)
- Product Labelling and Packaging
(<https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/consumers/0905.html?root=0905>)

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

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

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

E-posta: lebensmittelkontrolle@bvlk.de

İnternet: <http://www.lebensmittelkontrolle.de>

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

Duales System Deutschland GmbH (DSD)

İnternet: www.gruener-punkt.de

AB ve Ambalaj, Paketleme, Etiketleme

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

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

- Direktif 94/62/EC (OJ L-365 31/12/1994); paketleme ve paket artıklarına dair genel kurallar.
- Yönetmelik (EC) 1935/2004 (OJ L-338 13/11/2004); gıda maddeleriyle temas eden malzemelere dair özel kurallar.
- Direktif 2000/29/EC (OJ L-169 10/07/2000); ağaç ve diğer bitkilerden yapılan paketlere uygulanacak bitki sağlığı kuralları.

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

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

Teknik Engeller

T.C. Ticaret Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü internet sayfasında konu ile ilgili ayrıntılı bilgi mevcuttur: (<https://www.teknikenqel.gov.tr/#/ulke/almanya>).

Ticarette Teknik Engeller web sitesi, kullanıcıların teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede, söz konusu siteden ülkeler itibariyle ticarette teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ülkelerin mevzuat ve uygulamaları hakkında Bakanlığımızdan bilgi talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Söz konusu siteye ücretsiz olarak üye olunabilmektedir. Sitenin üyelerine ilgilendikleri ülke ve ürün gruplarına ilişkin düzenlemeler günlük olarak e-posta ile gönderilmektedir.

2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ

Fikri, Sınai Mülkiyet Hakları

[Patentgesetz \(PatG\)](#) – Patent Yasası

[Patentverordnung \(PatV\)](#) – Patent Yönetmeliği

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

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

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

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

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

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

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

DPMA: (<https://www.dpma.de/english/index.html>)

Patent Application: (<https://www.dpma.de/english/patents/application/index.html>)

Bundespatentgericht (Federal Patent Mahkemesi): <https://www.bundespatentgericht.de>

Patentanwaltskammer (Patent Avukatları Odası): <http://www.patentanwalt.de>

AB ve Fikri Sınai Mülkiyet Hakları

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

Dağıtım Kanalları

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

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

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

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

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

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

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

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

- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e. V.-Federal Toptancı, Dış Ticaret ve Hizmetler Birliği
E-Mail: info@bga.de
İnternet: www.bga.de
- Handelsverband Deutschland - HDE e.V.-Alman Ticaret/Perakendeciler Birliği
E-Mail: hde@einzelhandel.de

İnternet: <http://www.einzelhandel.de/>

- Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE)-Alman Perakendecileri Dış Ticaret Birliği
E-Mail: info@ave-intl.de
İnternet: <http://www.ave-international.de/>
- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb CDH) e.V.- Alman Ticari Aracılar ve Satış Dernekleri Merkez Birliği
E-Mail: centralvereinigung@cdh.de
İnternet: www.cdh.de
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)-Federal E-Ticaret Birliği
E-Mail: info@bevh.org
İnternet: <https://www.bevh.org/>

Tüketici Tercihleri

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

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

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

Genelde Alman toplumunda haftada veya ayda birkaç kez alışveriş yapma alışkanlığı yaygındır. Ancak pandemi döneminde zorunluluktan kaynaklanan e-ticaretin de alışkanlığa dönüştüğü gözlemlenmektedir. Dolayısıyla e-ticaretin genel ticaret içindeki payı yaklaşık % 15'e ulaşarak 100 milyar Avronun üzerine çıkmıştır. İnteraktif ticaretin öneminin artması aynı zamanda sektörün makro eğilimidir. E-ticaretteki ciro, bir bütün olarak klasik perakende sektöründen çok daha hızlı artmaktadır. Uluslararası zincirler, dikey markalar ve düşük fiyatlı çevrimiçi rekabet arasında kendilerini kanıtlamak zorunda kalan klasik perakendeciler ve büyük mağazalar bu gelişmeden zarar görmektedir.

Almanya'da giderek daha fazla insan internet üzerinden mal ve hizmet siparişi vermekte olup, giyim, elektrikli ve telekomünikasyon ürünleri ve bilgisayar aksesuarları en

popüler ürünlerdir. Bu gelişme, klasik ticaretin bazı segmentlerinde (özellikle ayakkabı, giyim, kitap ve elektronik perakendeciliğinde) salt satış yerine tavsiye veya karmaşık ürün çeşitleri gibi güçlü yönlerine odaklanma göreviyle karşı karşıya bırakmaktadır. Ancak diğer segmentlerde, özellikle de gıda, yapı ve bahçe malzemeleri ile mobilya satın alırken, Alman tüketiciler hala ezici bir çoğunlukla geleneksel perakendeyi online mağazalara tercih etmektedir. Bu sektörlerdeki ürünler için kalite değerlendirmesi ve yüksek satın alma sıklığı (örneğin gıda) gibi faktörler önemli bir rol oynamaktadır.

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

Hidrojen Stratejisi

Almanya Federal Cumhuriyeti tarafından 3 Haziran 2020 tarihinde yeni koronavirüs salgınının ekonomik etkilerinin hafifletilerek ekonomi ve ticari hayatın iyileştirilmesini teminen kapsamlı bir "Konjonktür Paketi" yayımlamıştır. Bunu 10 Haziran 2020 tarihinde Federal Hükümet "Ulusal Hidrojen Stratejisi" olarak kamuoyuna duyurmuştur. Söz konusu strateji kapsamında Almanya, hidrojen teknolojilerinde küresel liderliği sağlayabilmeyi ve dünyanın en gelişmiş hidrojen teknolojisi tedarikçisi olmayı hedeflemektedir.

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

Dijitalleşme

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

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

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

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

Tedarik Zincirleri

Federal Almanya'da uzun zamandır tartışma konusu olan Tedarik Zinciri Yasasına ilişkin mutabakat nihayet 2021 yılının Mart aylarında sağlanmış; Federal Hükümet, Tedarik Zinciri Özen Yükümlülüğü Yasası tasarısı 11 Haziran 2021 tarihinde Federal Meclis tarafından onaylanmıştır. Bu çerçevede onaylanan yasaya uyum sağlanmasını teminen firmalara süre tanınmış olup yasa 1 Ocak 2023 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiştir.

Anılan yasanın yürürlüğe girmesi ile birlikte, küresel tedarik zincirlerinde insan haklarının korunması hedeflenmektedir. Çocuk işçiliğinin ve zorla çalıştırmanın yasaklanması gibi temel insan hakları standartlarının uygulanması büyük önem arz etmektedir. Bu minvalde, Alman firmalarının kendi tedarik zincirlerine ilişkin sorumluluk üstlenmeleri ve çalışan haklarının korunmasına yönelik özen göstermeleri zorunlu olacaktır. Buna göre, 2023 yılından itibaren 3.000'den fazla çalışanı olan firmalar açısından yürürlüğe giren yasanın uygulama alanı, 2024 yılından itibaren 1.000'den fazla çalışanı olan firmayı kapsayacak şekilde genişletilecektir.

Yasaya uyulup uyulmadığı Federal Ekonomi ve İhracat Denetim Kurumu (BAFA) ve yerleşik bir otorite tarafından kontrol edilecektir. İlgili kontroller şirket raporları ve intikal eden şikâyetler çerçevesinde gerçekleştirilecektir. Anılan yasaya uyulmaması durumunda, firmalara para cezası uygulanabilecek veya ilgili firmaların kamu alımlarına katılması kısıtlanabilecektir.

Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler

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

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

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

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

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

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

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

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

Kamu İhaleleri

Almanya Federal Cumhuriyetinde kamu alımları ekonomi için çok önemli bir sektör olmakla beraber, her yıl yüz milyarlar değerinde kamu alımı gerçekleşmektedir.

Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı, Kamu İhale Kanunundan sorumludur ve Almanya'daki kamu alımları için ilkeleri ve yasal çerçeveyi şekillendirmekle yetkilidir. Kamu İhale Kanunu'nun öncelikli hedefi, bütçe kaynaklarının ekonomik kullanımı yoluyla kamu ihale ihtiyaçlarını karşılamaktır. Almanya'da kamu alımları, halen Bonn şehrinde Federal İçişleri Bakanlığı bünyesinde faaliyet gösteren Tedarik Dairesi (Beschaffungsamt des

Bundesministeriums des Innern / <http://www.bescha.bund.de>) tarafından yarı merkezi bir yapıda gerçekleştirilmektedir.

AFC'de üçüncü ülkelerin mal ve hizmet sektörlerinde kamu alımları ihalelerine katılmalarında herhangi bir kısıtlama yoktur. Alman kamu ihale hukukunda, isteklilerin uyuşu ve kullanılan malların menşinden bağımsız olarak eşit muamele ve ayrımcılık yapmama ilkeleri hakimdir.

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

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

Yeni düzenlemelere aşağıdaki web sayfasından erişim imkanı mevcuttur:

[\(BMWK - Federal Ministry for Economic Affairs and Energy - Public Procurement\)](#).

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

3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

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

Tarım ve Hayvancılık

Almanya topraklarının %50'si tarım, %31'i ise ormancılık amacıyla kullanılmaktadır. Dünya Bankası rakamlarına göre tarım sektörü ülke GSYİH'sinin sadece %0,75'lik kısmını oluşturmasına rağmen özellikle pandemiden sonra, tüm dünyada olduğu gibi, gıda güvenliği kapsamında tarım sektörü daha da önemli hale gelmiştir. Federal Gıda ve Tarım Bakanlığının verilerine göre 2022 yılında ülkede yaklaşık 262.000 adet tarım işletmesi bulunmakta ve söz konusu işletmeler ülke topraklarının yaklaşık yarısına tekabül eden 16,6 milyon hektarlık bir tarım arazisini kullanmaktadırlar. İşletme başına düşen tarım arazisi 63 hektardır. Tarım sektöründe 2020 yılında 937.000 kişi istihdam edilmektedir. 2023 yılı itibariyle tarım ürünleri üretimi 37,3 milyar Avro'su bitkisel ve 35, 3 milyar Avrosu hayvansal ürünler olmak üzere toplam 76,3 milyar Avro'ya ulaşmıştır.

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

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

Her ne kadar, Almanya tarım alanlarının büyüklüğü anlamında 16,6 milyon hektar ile Avrupa Birliği'nin en büyük tarımsal arazilerine sahip olsa da ülkede tarım sektöründe çalışan kişi sayısı her geçen sene azalmaktadır. Federal Almanya İstatistik Kurumu tarafından hazırlanan raporda aile mensupları dışında tarım sektöründe çalışanların sayısı 2022 yılında yaklaşık 504.000 kişi olarak açıklanmıştır. Söz konusu rakam süregelen bir şekilde düşüş göstermektedir. Nitekim, 1990'lı yıllarda 1.220000 kişi tarım sektöründe çalışmakta idi.

Federal Almanya İstatistik Kurumu'nun verilerine göre 2023 yılında Almanya'nın tarım ürünleri ihracatı 12,6 milyar Avro, ithalatı ise 39,8 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir. Almanya tarım ürünleri dış ticaretini genellikle Avrupa Birliği üyesi ülkelere gerçekleştirmektedir.

Almanya'da, uluslararası ticaret fuarları yeni ticari işbirliklerinin kurulmasının yanı sıra ihracat ile ithalata yönelik firmalar ile iletişime geçilmesi konusunda oldukça önemli bir yere sahiptir.

Bu bağlamda, Almanya'da tarım ve hayvancılık sektörlerindeki önemli fuarların listesi aşağıda sunulmaktadır:

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

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

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

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

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

Bunun yanı sıra, kaynakların ve çevrenin korunması hususunda önemli bir ekosistem haline gelen organik tarımın Federal Almanya tarım faaliyetleri arasındaki payı giderek artmaktadır. Halihazırda iktidarda bulunan koalisyon hükümeti tarafından 20. Yasama döneminde organik tarım alanlarının oranının artırılması konusunda mutabakata varılmış ve 2030 yılında organik tarım alanlarının toplam tarım alanı içerisindeki payının %30'a yükseltilmesi kararlaştırılmıştır. 2023 yılında yaklaşık 16 milyar Avro tutarında ciro gerçekleştirilen organik tarım sektörü, Avrupa Birliği'nin en büyük pazarı konumundadır.

Gıda: Tarım ve hayvancılık sektörünün bir alt kırılımı olarak da değerlendirilebilecek gıda sektörü de Almanya ekonomisinin en önemli yapı taşlarından biridir. Yaklaşık 83 milyon tüketiciye hitap eden gıda ve içecek sektörü 5,45 milyon çalışan ve 625.000 işletme ile Almanya ekonomisine yaklaşık %6 oranında değer yaratmaktadır.

Almanya 2023 yılında üretilen ürünlerin yaklaşık 1/3'ünü ihraç etmiştir. Resmi istatistiklere göre; 2023 yılında Almanya 81 Milyar Avro değerinde bitkisel ve hayvansal kökenli gıda ihracatı gerçekleştirmişken aynı ürünlerin ithalatı 95 Milyar Avro seviyesinde gerçekleşmiştir. İçecek ihracatı bakımından ise ise ithalat ve ihracat dengeli olup 2023 yılında 7 Milyar Avro seviyesindedir. İhracat ve ithalat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında Almanya'nın sektördeki ticari ortaklarının yoğunlukla AB üyesi komşu ülkeler olduğu görülmektedir.

Hayvancılık: Fedaral Gıda ve Tarım Bakanlığının verilerine göre 2020 yılında ülkedeki toplam tarım işletmelerinin %64'üne takabül eden 168.833 işletmede hayvan yetiştirilmektedir. Hayvancılık ve hayvan ürünlerinin ticareti de tarım ürünlerinde olduğu gibi Almanya için oldukça önemli bir sektördür. Ülkenin hayvancılık sektöründe, 11,2 milyon büyükbaş hayvanın %34'ü süt üretimi için tahsis edilmekte, 3,6 milyon kanatlı varlığından yıllık bazda yaklaşık 1,6 milyon ton tavuk tüketime yönelik yetiştirilmektedir.

2023 yılında Almanya 29,2 milyar Avro hayvan ürünü ihracatı yapmış olup, ihracat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında genellikle Hollanda, İtalya, Avusturya ve Fransa gibi Avrupa Birliği ülkeleri ile ticaret gerçekleştirildiği görülmektedir.

İthalatta ise F. Almanya ihracat rakamlarına benzer şekilde 2023 yılında 28,3 milyar Avro tutarında hayvansal ürün ithal etmiş olup, en çok ithalat gerçekleştirilen ülkeler Hollanda, Danimarka, Polonya ve Fransa olmuştur.

Sanayi

Sanayi, Alman ekonomisinin kalbini ve çekirdek sektörünü oluşturmakla birlikte, çeşitli sektörlerle kurulan güçlü ağ sayesinde birçok inovasyon ve yenilikleri üreten en önemli sektördür. Almanya'daki toplam brüt katma değer beşte biri doğrudan imalat sanayi tarafından üretilmektedir. Sanayinin güçlü olmasında özellikle özel sektör, üniversite ve devlet arasında güçlü bir iş birliğinin olmasından kaynaklanmaktadır. Genellikle aileler tarafından işletilen küçük ve orta ölçekli endüstriyel şirketler "Alman iş modeli"nin önemli özelliklerinden birisidir.

Alman sanayisinin kamuoyundaki imajı, otomobiller ve kimyasallar, ilaçlar ve makineler ile karakterize edilmektedir. Bu dört sektörün yıllık cirosu yaklaşık 1,2 trilyon Avro olup, bu sektörlerde toplamda yaklaşık 3 milyon kişi çalışmaktadır. Özellikle "Made in Germany/Alman Malı" markasının küresel düzeyde en önemli taşıyıcılarından birisi olan otomotiv sektörü Alman sanayisinin en önemli bileşenlerindedir.

2022 yılı itibarıyla Almanya'nın gayrisafi milli hasılasının %23,4'ü sanayi sektöründen gelmektedir. Sektörde yaklaşık 8 milyon kişi istihdam edilmekte olup, Alman ekonomisi içerisindeki brüt katma değeri 2021 yılı itibarıyla 963 milyar avrodur. Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis-Statistisches Bundesamt) verilerine göre 2020 yılı için imalat sanayisinin toplam cirosu 2,1 trilyon avro olarak gerçekleşmiştir. Alman şirketleri Avrupa imalat şirketlerinin yüzde 10'unu temsil etmekle beraber, toplam cironun da %31'ni gerçekleştirmektedir. Almanya'nın toplam mal ihracatının %94'ü sanayi ürünlerinden oluşmaktadır. 2020 yılında, ciro bazında sanayi alanının başlıca en büyük şirketleri sırasıyla Volkswagen AG, Mercedes, BMW, Uniper SE, Robert Bosch GmbH, E.ON SE, Siemens AG, BASF SE, Thyssenkrupp AG gelmektedir.

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

Bir diğer önemli husus ise sanayinin entegre değer zincirlerine sahip olmasıdır. Almanya'da sadece nihai ürünler değil, aynı zamanda bileşenler ve hammaddeler de üretilmekte olup, özellikle coğrafi yakınlık değer zinciri boyunca yakın iş birliğini desteklemektedir. Örneğin, plastik veya metal üreticileri, gerektiğinde katkı maddeleri ve alışımlar ekleyerek malzemelerinin özelliklerini değiştirebilmektedir. Hammadde tedarikçileriyle kurulan bu yakın iş birliği, şirketlere tasarım ve ürün geliştirme ve yeni

inovasyon konusunda daha fazla özgürlük ve avantaj sağlamaktadır. Bu anlamda büyük şirketler ile KOBİ'ler, katma değer zincirindeki bağımlılıkları ve ekonominin farklı sektörlerinde yaygın olarak dağıtılmış üretim aşamaları nedeniyle birbirleriyle yakından bağlantılı olup, aynı nihai ürün üzerinde birlikte çalışabilme imkanına sahip bulunmaktadır.

Öte yandan, rakamsal olarak incelendiğinde Ocak-Eylül 2022 döneminde sanayi üretimi bir önceki yıla göre bir miktar gerilemiştir. Sektör bazında bakıldığında üretimde en fazla büyüme gösteren sektörler, diğer taşıtlar sektörü (%6,5), elektronik sektörü (%4,2) ve ilaç sektörü (%3,8) olmuştur. Taşıtlar üretimi, bir önceki yılda %3'ün biraz üzerinde bir düşüşün ardından %1,3 artış göstermiştir. Makine üretiminde kayda değer değişiklik olmamıştır (%-0,3). Döngüsel olarak çok hassas olmayan gıda ve içecek sektörü ise %1,5 gibi bir büyüme kaydetmiştir. Enerjinin yoğun kullanıldığı sektörlerde ise üretimde hissedilir derecede düşüş görülmüştür. 2022 Eylül ayı itibarıyla metal üreten ve işleyen şirketlerin üretiminde %2,3, kauçuk ve plastik eşya imalatçılarının üretiminde yüzde 3,7 ve kimya sanayisinin üretiminde %8,2 gibi önemli bir düşüş kaydedilmiştir.

2023 yılında ise Almanya sanayi sektörü küçük bir büyüme ile başlamıştır. İmalat sektöründeki üretim (inşaat hariç) 2023'ün ilk çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 0,4 artmış, enerji üretimi ve enerji yoğun endüstrilerdeki keskin düşüş, araç yapımındaki güçlü genişleme ve makine mühendisliği ile elektrik endüstrisindeki artan faaliyetlerle dengelendiği görülmüştür. Diğer taraftan ikinci çeyrekte faaliyetler durma noktasına geldiği gözlemlenmiştir. Özellikle otomotiv endüstrisinde tedarik darboğazlarındaki iyileşmeye rağmen, sanayi faaliyetleri yüzde 0,2 oranında düşmüştür. Üçüncü çeyrekte, otomotiv sektörü hariç araç yapımı ve diğer araç yapımı dışında neredeyse tüm sektörler bir yıl öncesine göre daha az üretim yapmıştır. Sonuç olarak, 2023 ilk dokuz ayında sanayi üretimi geçen yılın aynı dönemine kıyasla %-1 bir oranında düşmüştür.

İmalat sektöründe, Ocak-Eylül 2023 döneminde üretim takvim ve mevsimsel etkilerden arındırılmış bazda yıllık %0,2 oranında arttığı görülmektedir. Bireysel olarak bakıldığında sektörel olarak araç yapımı ve diğer araç yapımı yüzde 14,4 ile en güçlü büyümeyi kaydetmiştir. Diğer taraftan enerji yoğun sektörler üretimlerini önemli ölçüde azaltmıştır. Kimya endüstrisi, kağıt endüstrisi ve cam ve seramik üreticilerinin her biri Eylül ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 14'ün üzerinde daha az üretim yapmıştır.

Öte yandan, her ne kadar büyük küresel markalarıyla biliniyor olsa da, Alman sanayisinin omurgasını küçük ve orta ölçekli firmalar oluşturmaktadır. Firmaların %90'ı 250'den az çalışanı olan KOBİ'lerden oluşmakta, sanayi sektör cirosunun %34'ü KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu anlamda Almanya KOBİ ve gizli şampiyonların "Hidden Champion" ülkesi olarakta bilinmektedir².

Dahası Almanya'da sanayi bölgeleri arasında geniş bir dağılım göstermektedir. KOBİ şirketleri ülkenin her yerinde bulunmakta ve şehirleri ve bölgeleri karakterize etmektedir. Ülkenin kuzeyinde, doğusunda, güneyinde ve batısında taşıtlar araçları, makine mühendisliği, uçak, kimyasal ürünler, elektrikli ekipman ve optik odaklı sanayi kümelenmeleri bulunmaktadır. Örneğin Doğu'da son zamanlarda yüksek teknoloji sektöründe bir dizi yeni yerleşim yeri kurulmuştur. Özellikle mikro çip alanında Avrupa'nın en büyük üretim tesisi burada kurulmuştur. Bu bölgede başka öncü yarı iletken yerleşim yerleri de planlanmaktadır. Yine aynı şekilde Münih ve Stuttgart metropol bölgeleri ağırlıklı olarak yüksek teknoloji ve

² https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Industrie/industriepolitik-in-der-zeitenwende.pdf?__blob=publicationFile&v=12

otomotiv sektörlerinin merkezleri iken, Rhein-Neckar bölgesi kimya ve IT sektörleri, Köln medya sektörü, Hamburg liman ve taşımacılık sektörü merkezleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bununla beraber inovasyon ve Ar&Ge Alman sanayisinin en önemli ve güçlü unsurlarından birisi olarak görülmektedir. Bu kapsamda Federal Almanya Eğitim ve Araştırma Bakanlığı söz konusu inovatif girişimleri desteklemek adına “Agentur für Sprunginnovation (SPRIND GmbH)”, “Deutsche Agentur für Transfer und Innovation (DATI)” gibi ajanslar kurmuştur. 2021 yılında araştırma ve geliştirme için Almanya, GSMH’sının %3’den fazlası olan 106 milyar avro bütçe ayırmıştır. İnovasyona verilen önem Almanya’nın patent başvuru sayısına bakıldığında daha iyi anlaşılmaktadır. 2020 yılında 62 binden fazla patent başvurusu ile Almanya Avrupa’nın en çok patent başvurusu yapılan ülkesi olmuştur³.

Diğer taraftan, Alman sanayisinin en önemli meydan okumalarından birisi dijital dönüşüm ve kavram olarak ilk defa Hannover Fair 2011 fuarında kullanılan 4. Sanayi devrimi olarak görülen Endüstri 4.0’a geçiş olduğu değerlendirilmektedir. Almanya bu dönüşümü sağlamak için geniş bant ve 5G mobil teknolojileriyle dijital alt yapı faaliyetlerine ciddi anlamda ağırlık vermektedir. Küresel rekabetin her geçen gün arttığı bir dönemde Almanya’nın, sanayisinin ekonomik alan kaybı yaşamaması, rekabetçiliğini arttırabilmesi ve sürdürülebilirliği için yeni dijital teknolojilere ve akıllı üretim modellerine geçmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu kapsamda Endüstri 4.0’ı birincil hedef olarak görmektedir. Acatech (Deutsche Akademie der Technikwissenschaften), Bitkom (Branchenverband der Deutschen Informations und Telekommunikationsbranche), VDMA (Der Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V.), Zvei e.V. (Verband der Elektro- und Digitalindustrie) gibi kuruluşlar Endüstri 4.0 alanında faaliyet yürüten kuruluşların başında gelmektedir.

Aynı şekilde Alman sanayisi cent/kWh birim ölçüğünde Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında en pahalı elektriği kullanmaktadır. Özellikle enerjinin yoğun kullanıldığı sanayi sektörü bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. 2021 yılında sanayi için ortalama elektrik fiyatları Avrupa bölgesinde 8,39 ct/kWh iken Almanya’da elektrik fiyatları 11,49 ct/kWh’dir.⁴

İlaveten, yaşlanan nüfus ve nitelikli iş gücü kaybı Alman sanayisi için orta ve uzun vadede bir tehdit oluşturmaktadır. Mevcut nitelikli iş gücü eksiği hem küçük, orta ve büyük çaplı şirketleri, hem de genelde ekonomideki sürdürülebilirliği tehdit etmektedir. Alman Ticaret ve Sanayi Odası’nın raporuna (Ocak 2023) göre iş gücü açığının farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin %85’ini olumsuz olarak etkileyeceği ifade edilmektedir. Rapordaki verilere göre Almanya’da iki milyon iş gücü açığı bulunmaktadır, bu da yaklaşık 100 milyar avro katma değer potansiyeli kaybı anlamına gelmektedir. İş Piyasası ve Meslek Araştırma Enstitüsü’nün (IAB) 2022 yılı Aralık ayında yayınladığı rapora göre Almanya’nın 2035’e kadar yedi milyona yakın iş gücünün azalacağını tahmin etmektedir.

- Tarım Makinaları Sektörü

Tarım işletmelerine ait işlenen tarım arazilerinin büyüklüğü, birçok Avrupa Birliği ülkesinde olduğu gibi Almanya’da da büyük ebat ve hacimlerde üretilen güçlü tarım makineleri ve ekipmanlarına ilgiyi arttırmaktadır. Bu büyüklük işletmelere ekim, dikim, sulama, ilaçlama

³ https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Publikationen/Industrie/industriepolitik-in-der-zeitenwende.pdf?__blob=publicationFile&v=12

⁴ <https://www.vci.de/die-branche/zahlen-berichte/daten-zur-bedeutung-der-industrie-und-zum-standortprofil-deutschlands.jsp>

ve hasat toplama gibi yapılan işlemlerde oldukça büyük enerji, yakıt, ve zaman tasarrufu kazandırmaktadır.

Yıllık ortalama 30.000 civarında yeni traktörün trafiğe kaydedildiği Almanya'da 2023 yılında trafiğe yeni kayıt olan büyük traktör markalarının arasında %20,2'lik oranla Fendt listenin başını çekmektedir. Hemen ardından %19,1'lik pay ile John Deere 2. sırayı, %8,2'lik pay ile Deutz-Fahr 3. sırayı, %6,9 pay ile Claas 4. sırayı ve %6,5'lik pay ile Kubota markası 5. sırayı almıştır. Bu markaları sırasıyla, Case IH+Steyr (%5,9), New Holland (%5,2), Massey Ferguson (4,5 %), Valtra(4,5 %), Iseki (1,8%), S+L+H (%1,2), Mercedes (%1,0) ve diğer markalar takip etmektedir.

Avrupa çapında 150.00 çalışana iş sağlayan sektörde Almanya'da 40.000 kişi istihdam edilmektedir. Almanya'da üretilen "tarım teknolojileri"nin (tarım makineleri, traktörler ve bunlara bağlı yazılım sistemleri) 2023 yılı cirosu 12 milyar avroya ulaşmıştır.

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

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

Ülke pazarına girişte, Alman Tarım Birliği (DLG) tarafından her iki yılda bir Almanya'nın Hannover şehrinde düzenlenen "AGRITECHNICA-Uluslararası Tarım Makineleri ve Teknolojileri Fuarı" önemli bir yer tutmaktadır. Fuarda traktör, biçer-döver gibi motorlu Tarım araçları ve aksamlarının yanı sıra, toprak hazırlama, işleme, ekim, tohumlama, gübreleme, sulama, ilaçlama, hasat ve balyalama makineleri gibi sektörün ihtiyacı olan mühendislik ürünleri sergilenmektedir. Bu fuar, dünya çapında 2.500'ün üzerinde şirketin katılımı ile yaklaşık 400.000 m² alan üzerinde gerçekleştirilmekte olup, alanında uzman 460.000'in üzerinde ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir.

Yine Alman Tarım Birliği (DLG)'nin her iki yılda bir Hannover şehrinde düzenlediği "EUROTIER-Uluslararası Hayvancılık Fuarı" da sektörde önemli etkinlikler arasındadır. Fuarda süt sağma makinelerinden, yem hazırlamaya ve kümes hayvancılığına ilişkin çeşitli makineler ve sektörde kullanılan ekipmanlar sergilenmektedir. EuroTier fuarına 2.500'ün üzerinde firma tarafından katılım sağlanmakta ve bu katılımın yaklaşık 1.500'ünü yabancı şirketler oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği ülkeleri harici 3. ülkelerde üretilen tarım makinelerinin Almanya'ya ihracatında öncelikli olarak AB normlarının ve sonrasında makinenin satışa ve kullanıma

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

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

- Kimya

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

2022 yılı itibarıyla sektörde doğrudan 477.000 kişi istihdam edilmekle, dolaylı etkiler de dikkate alındığında kimya endüstrisinin istihdam etkisini önemli ölçüde artırdığı ve toplamda 900.000 kişiye istihdam sağladığı belirtilmektedir. Almanya Ekonomi Enstitüsü'nün verilerine göre 1991'den 2017'ye kadar kimya sektöründe %48 reel büyüme gerçekleştiği ifade edilmektedir. Ancak sektör son beş yıl içerisinde üretim bağlamında yıllık ortalama %-1 büyümüştür. Alman Ekonomi Bakanlığının verilerine göre sektörde yaklaşık 2.100 firma faaliyet yürütmektedir. Yine Almanya'daki şirketlerin yurt dışındaki iştiraklerin sayısı yaklaşık 1.600'dür . Söz konusu sektördeki şirketlerin doğrudan brüt üretim değeri 2021'de 137,5 milyar avro olarak gerçekleşmiştir.

Kimya Endüstrisi Derneği'nin (Verband der Chemischen Industrie e.V./VCI) Ağustos 2023 yılında yayınladığı rapora göre Almanya kimya sektörü açısından Avrupa'da birinci sırada yer alırken, dünyada üçüncü sırada bulunmaktadır. Sektörün 2022 yılı cirosu 261 milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Bu cironun 105 milyar avroluk kısmını yurt içinden, 156,1 milyar avroluk kısmını yurt dışından elde etmiştir. Rakamlara bakıldığında bu cironun yaklaşık %60'ına yakınının yurt dışındaki yatırımlardan elde edildiği anlaşılmaktadır.

Alman Kimya endüstrisinin bu anlamda dünyanın birçok farklı bölgelerinde yatırımları ve faaliyetleri bulunmaktadır. 2022 yılı itibarıyla sektör Almanya dışında toplam 395 bin kişiye istihdam sağlamaktadır. Almanya Ekonomi Enstitüsü'nün 2022 yılında yayınladığı rapora göre, (Institut der Deutschen Wirtschaft) Almanya'nın toplam ihracatının %14,7'si ve yurt dışı yatırımların yüzde 7'ye yakını bu sektör tarafından gerçekleşmektedir. 2022 yılında sektör yaklaşık 9,4 milyar avro yurt içi, 11 milyar avro yurt dışı olmak üzere toplam 20,4 milyar avro

yatırım gerçekleştirmiştir. 2010 yılından itibaren yatırımların istikrarlı bir şekilde büyüdüğü görülmektedir. Rakamsal olarak kimya sektörünün yatırımları 2010 yılından itibaren yurt içinde ortalama % 4,4, yurt dışında % 6,7 oranında büyümüştür.

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

Bununla beraber yine Kimya Endüstri Derneği'nin yayınladığı dış ticaret raporuna göre Almanya'nın kimya ve ilaç sanayisi toplam 285,2 milyar Avro ihracat ve 221,7 milyar Avro ithalat gerçekleştirdiği belirtilmektedir. Bu rakamla Almanya kimya-ilaç sanayi sektörleri bakımından dünyanın en çok ihracat yapan ülke konumundadır. Sadece kimya sanayisi dikkate alındığında 2022 yılında 150 milyar Avro'luk ihracat rakamıyla Almanya Çin ve ABD'den sonra dünyanın en çok ihracat yapan 3.ülkesidir. Söz konusu ihracatının en önemli pazarı ise Avrupa bölgesidir. İhracatının yarısından fazlası (%52,3) sadece Avrupa bölgesine yapılmaktadır. Avrupa'nın dışında ise ABD (%13) ve Asya (%13,7) önemli diğer pazarların başında gelmektedir.

Bununla birlikte Kimya sanayisi araştırma ve geliştirme faaliyetlerine önem veren sektörlerin başında gelmektedir. Otomotiv ve elektronik sektörlerinden sonra Almanya'da Ar&Ge'ye en çok yatırım yapan sektör kimya sektörüdür. 2022 yılına bakıldığında gelirlerinin yüzde 6'dan fazlasını Ar&Ge'ye ayırarak toplam 5,3 milyar avro harcama yapmıştır. Sektörde istihdamın %10'u Ar&Ge biriminde çalışmaktadır . Yapılan ArGe harcamalarının ağırlıklı olarak iklim ve çevre (%39), sağlık (%29) ve malzeme teknolojisi (%23) alanlarına yapılmaktadır .

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

Her ne kadar Almanya kimya sanayisinde birçok büyük küresel markaya sahip olsa da sektörde yer alan şirketlerin %96'sı KOBİ'lerden (20 ile 1000 kişi arası istihdam sağlayan firmalar) oluşmaktadır. Söz konusu KOBİ'ler sektördeki toplam istihdamın % 48'ini (235.000), sektörel cironun ise % 38'ini gerçekleştirmektedir. Sektördeki yatırımların yarısı yine KOBİ'ler tarafından yapılmaktadır.

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

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

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

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

- Havacılık ve Uzay

Havacılık ve uzay, Almanya ve Avrupa'da tüm sektörleri geleceğe hazırlayan birkaç sektörden birisi olarak görülmekte olup bu anlamda Almanya'da bu sektöre özel bir önem atfedilmektedir. Planlanan iklim nötr uçak ZEROe ve geleceğin Avrupa hava muharebe sistemi FCAS gibi teknolojik kuantum sıçramalarıyla bu alandaki kabiliyetlerin önümüzdeki yıllarda daha da geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Aynı zamanda insanoğlunu yıllar sonra bu kez kalmak üzere yeniden Ay'a götürecek olan Artemis misyonunun teknolojik merkezi olan Avrupa Hizmet Modülü ESM de sektör için en önemli girişimlerden bir tanesi olarak görülmektedir.

Almanya'daki havacılık ve uzay endüstrisi 2022 yılından itibaren koronavirüs krizinin etkilerinden kurtulmaya başlamıştır. Sektörün en önemli çatı kuruluşu olan Federal Alman Havacılık Derneği'nin (Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie e.V.) son açıkladığı verilere göre 2022 yılında 39 milyar avroya ulaşan satışlar (AB havacılık ve uzay sektörünün toplam cirosu 239 milyar Avro'dur), 2021 yılındaki 31,4 milyar Avro'luk değer ile karşılaştırıldığında yüzde 19,4'lük önemli bir artışı temsil etmektedir. Bu olumlu gelişme kısmen Airbus uçak ailesinin artan teslimatlarından kaynaklanmaktadır. Yaklaşık yüzde 12 daha avantajlı ABD doları döviz kurunun da bu satışlarda etkisi de önemli olmuştur. Sektörde doğrudan çalışan sayısı 5.000 artarak 105.000'e yükselmiştir (2019: 114.000).

Sivil havacılık endüstrisi alanında 2022 yılında sektörün toplam cirosu 28 milyar Avro olarak gerçekleşmiştir (2021: 22 milyar Avro'dur). Sektörde doğrudan çalışan sayısı 73.000 olmuştur (2021: 69.000). Almanya ve Avrupa, iklim koruma ve sivil havacılık alanlarında lider konumda bulunmakta olup sektörün en önemli hedefi önümüzdeki yıllarda iklim nötr uçakların geliştirilmesini ilerletmek ve iklim nötr uçuş için küresel bir merkez haline gelmektir. Bu kapsamda öncelikli hedefler olarak iklim-nötr yakıtların altyapısını ve üretimini ilerletmek benimsenmiştir.

Alman hükümeti söz konusu alanda önemli destekler sağlamakta olup ayrıca BMWK ve BMDV'nin "İklim Nötr Havacılık Çalışma Grubu" da bu hedefe yönelik olarak sektörde koordinasyonu sağlamaktadır.

Askeri havacılık endüstrisi segmentinde satışlarda 2022 yılı genelinde 8,4 milyar Avro (2021: 7 milyar Avro) ile hafif bir artış kaydederken, istihdam da yüzde 5'lik bir artışla 23.000'e (2021: 22.000) ulaşmıştır.

Mevcut siyasi durumda Almanya ve Avrupa, savunma alanındaki konumlarını güçlendirmek için kendi yüksek performanslı ve rekabetçi askeri havacılık endüstrisine her zamankinden daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Bunu başarmak için, öncelikle projelerin yerli şirketler için somut siparişlere dönüştürülmesi hedeflenmektedir. Alman askeri havacılık endüstrisinin “görünürde uçmak” yerine, temelinde yetkinliklerin sürdürülebilir ve tutarlı bir şekilde daha da geliştirilmesinin mümkün olduğu bir teknoloji stratejisiyle birlikte sürdürülebilir bir endüstriyel stratejiye ihtiyacı olduğu vurgulanmaktadır.

Havacılık ve uzay sektöründeki ciro da 2022 yılında hafif bir artışla 2,6 milyar Avro'ya (2021: 2,4 milyar Avro) yükselmiştir. Buna karşılık, çalışan sayısı yüzde 3 azalarak 9.000'e düşmüştür (2021: 9.300). Bu durum özellikle Ariane 5'ten yeni Ariane 6 fırlatıcısına geçilecek olmasından kaynaklanmaktadır.

Sektör genelinde uzay yolculuğu artık tüm endüstrilerin ve ekonomik sektörlerin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Özellikle geçtiğimiz yıl "Alman malı" teknolojinin kilit bir rol oynadığı başarılı Artemis I görevi sektöre büyük moral vermiş, diğer Artemis misyonlarının birkaç yıl içinde Ay seyahatlerini gerçekleştirmeleri için çalışmalar ivme kazanmıştır.

Uzay yolculuğu Almanya'da “önemli bir kritik altyapı” olarak değerlendirilmektedir. 2022'nin sonundaki ESA Bakanlar Konseyi Konferansı'nda, planlanan Avrupa uydu takımıldızı IRIS2'yi hayata geçirmek ve uzun vadede uzaya otonom erişimi güvence altına almak hedeflenmiştir. Öte yandan, Almanya'nın, Avrupa ve uluslararası programlarda cazip bir ortak olarak kalabilmesi amacıyla Uzay ve İnovasyon Ulusal Programı'ndaki uzay bütçesinin yılda 500 milyon Avro'ya çıkarılması hedeflenmektedir. Bu stratejik öneme sahip hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için kapsamlı bir havacılık ve uzay sanayi stratejisi oluşturulmasına büyük önem verilmektedir.

Uzay ve havacılık sektörü, cirosu içerisinde AR&GE harcamalarının en yüksek olduğu sektörlerin başında gelmektedir. 2022 yılı için yaklaşık 3 milyar Avro'ya ulaşan AR&GE harcamaları, uzay ve havacılık sektörünün cirosunun yüzde 7'sine tekabül etmektedir.

Almanya'dan tedarikçiler ve hizmet sağlayıcılar, son derece uzmanlaşmış ürün ve hizmetleriyle dünya çapında büyük talep görmektedir. Katma değerinin yüzde 73'ü ihraç edilmektedir.

Havacılık ve uzay araçlarının olduğu 88 Fasil'da Almanya'nın 2023 yılındaki ihracatı bir önceki yıla göre yüzde 11,3 artarak 31 milyar 617 milyon Avro (2022: 28 milyar 50 milyon Avro), Almanya'nın ithalatı ise 2023 yılında bir önceki yıla oranla yüzde 10,5 artarak 12 milyar 134 milyon Avro (2022: 10 milyar 975 milyon avro) olarak gerçekleşmiştir. Anılan GTIP'te 2023 yılında Almanya'nın en önemli ihracat partnerleri sırasıyla Fransa, ABD, Çin, Hindistan ve Türkiye olurken en önemli ithalat partnerleri ise ABD, İngiltere, Fransa, İspanya ve Avusturya olmuştur. Söz konusu GTIP'te 2023 yılında Almanya'nın Türkiye'ye ihracatı 2 milyar 430 milyon Avro, Türkiye'den ithalatı ise 219 milyon Avro olarak gerçekleşmiştir.

Önemli bir havacılık ülkesi olan Almanya'da özellikle Hamburg Eyaleti, uçak geliştirme ve yapımında dünyanın en büyük üç merkezinden biridir. Hamburg merkezli havacılık ve savunma grubu Airbus'ın cirosunun 2023 yılında yaklaşık 65,45 milyar Avro olarak gerçekleştiği ve böylece bir önceki yıla göre yaklaşık 6,7 milyar Avro (yüzde 11,4) daha yüksek olduğu

açıklanmıştır. 2023 yılı itibarıyla Airbus ticari uçaklar segmenti 46,9 milyar Avro ile toplam gelirin yaklaşık yüzde 72'sini oluşturmuştur (2022: 40,81 Milyar Avro). Airbus Savunma & Uzay segmenti aynı yıl 11,3 milyar Avro ciroya ulaşırken (2022: 11,2 milyar Avro), helikopter segmenti ise 7,04 milyar Avro'luk bir ciro elde etmiştir (2022: 6,76 milyar Avro).

2023 yılında Almanya'nın 23 ana havalimanında yaklaşık 185,2 milyon yolcu seyahat etmiştir. Federal İstatistik Ofisi'ne (Destatis) göre bu rakam, koronavirüs pandemisinin yaşandığı 2022 yılına kıyasla yüzde 19,3'lük bir artış anlamına gelmektedir. Ancak, havalimanlarının tüm zamanların en yüksek seviyesi olan 226,7 milyon yolcuyla kaydedildiği 2019'a kıyasla kaydedilen yolcu hacmi yüzde 18,3 düşüktür. Ayrıca 4,6 milyon ton ile 2023 yılında Almanya'nın ana havalimanlarında 2022 yılına göre (4,9 milyon ton) yüzde 7,1 daha az yük taşınmıştır. Dolayısıyla, 2019'a (4,7 milyon ton) kıyasla hava taşımacılığı hacmi de yüzde 2,3 azalış kaydetmiştir.

Havacılık sanayi alanında Almanya'da önemli uluslararası fuarlar ve organizasyonlar düzenlenmektedir. Münih'te düzenlenen AIRTEC - Havacılık ve Uzay Endüstrisi İçin Uluslararası Ticaret Fuarı ve Kongresi, Hamburg'da düzenlenen CCH - Havacılık Endüstrisi İçin Uluslararası Ticaret Fuarı, yine Hamburg'da düzenlenen Aircraft Interiors Expo – Uçak İçi Ekipmanları için Uluslararası Ticaret Fuarı, Berlin'de düzenlenen ILA Berlin Air Show - Uluslararası Havacılık Fuarı, Nürnberg'de düzenlenen AACII - Havacılık ve Uzay Kongresi ve Fuarı bu alanda önde gelen organizasyonlar arasında yer almaktadır.

- Enerji

Dünyanın önde gelen sanayi ülkelerinden Almanya'da 2023 yılı itibarıyla enerji kaynaklarını %35,9 oranında mineral yağlar, %24,5 oranında doğal gaz, %19,6 oranında yenilenebilir enerji, %17,2 oranında kömür, %0,7 oranında nükleer enerji ve %2,1 oranında diğer türler oluşturur. Bu bağlamda ülke fosil yakıtlar bakımından sınırlı kaynaklara sahip olup, büyük ölçüde dışa bağımlıdır ve kullanılan enerjinin yarısından fazlasını diğer ülkelerden ithal etmektedir.

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

Buna müteakip hazırlanan enerji dönüşümü izleme raporlarında, uluslararası enerji işbirliği çabalarının ekonomik faaliyetleri destekleyeceği ve siyasi açıdan ülkeyi güçlendireceği belirtilmektedir. Enerji sektörüne ilişkin olarak ülkede yapılan çalışmalar kapsamında ayrıca, 2019 yılı itibarıyla Almanya genelinde 10 milyon adet ısınma sisteminin en az 10 yıllık olduğu tespit edilmiş olup, verimsiz olan ısınma sistemlerinin yenileri ile değiştirilmesi gündemde gelmiştir. Bu çerçevede, bahse konu yasa uyarınca, ev sahipleri ve kiracılar gibi hane halkının bile enerji dönüşümüne aktif katkı sağlaması amaçlanarak ülkede hane halkının güneş enerjisi kullanımını teşvik edilmeye başlanmıştır.

Bu itibarla, Federal Alman hükümetinin enerji konusunda aldığı tedbirler üretimde yenilenebilir enerjinin payının artırılması bağlamında ilk etapta olumlu sonuç doğurmaktadır. 2021 yılında toplam elektrik üretiminin yaklaşık %28,1'i kömürden elde edilirken, bu oranın 2022 yılında %31,3 seviyesinde, 2023 yılında ise %25,6 olduğu; bu kapsamda, yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin ise 2021 yılında %39,8 seviyesinde, 2022 yılında %44,1 seviyesinde, 2023 yılında ise iki yıl içerisinde %30,7'lik bir artışla %52 olduğu görülmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin kendi içindeki oranlarına bakıldığında rüzgar enerjisi %54,6 ile en büyük paya sahiptir. Yenilenebilir enerji üretiminde rüzgar enerjisini sırasıyla güneş (%20,9), biogaz (%16,6) ve su enerjisi (%8) takip etmektedir.

Bununla beraber, 2023 yılında Almanya'da toplam elektrik üretiminin enerji yoğun sektörlerde görülen yavaşlama, artan enerji fiyatları, Rus gazı ithalatındaki azalma ve yürütülen tasarruf politikasıyla birlikte bir önceki yıla göre %12'lik bir oranda düşerek 63,3 milyar kWh'lık bir gerilemeyle 514,6 milyar kWh'a düştüğü görülmüştür. Bu elektrik üretiminin %42,5'i geleneksel enerji kaynaklarından [Kömür (%25,6), Gaz (%15,5), Atom (%1,4)] sağlanmıştır. Geleneksel kaynaklardan enerji üretiminde bir önceki yıla oranla %28'lik bir azalma söz konusudur. Atom enerjisinin aldığı %1,4'lük pay, nükleer enerji santrallerinin 15 Nisan 2023 tarihinde kapatılmasına kadar üretilen enerji miktarının yılın tamamı içerisindeki oranını göstermektedir.

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

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

Düşük karbonlu üretime geçişin hızlandırılması hedefi doğrultusunda, doğal gazın yerini almak üzere hidrojen enerjisi kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla Almanya Hükümeti tarafından teşvikler hayata geçirilmektedir. Bu kapsamda, Almanya Ekonomi Bakanlığı tarafından hidrojene hazır gaz santrallerine sübvansiyon sağlama planı onaylanmış olup, hidrojene geçiş yapabilen gaz santrallerine sermaye ve işletme sübvansiyonları da dâhil olmak üzere toplam 16 milyar avroluk bir destek sağlanması planlanmaktadır. Hükümet tarafından yenilenebilir enerji ve düşük emisyonlu alternatiflere dair hayata geçirilen sübvansiyon planları, Almanya'nın enerji stratejisinde hâlihazırda gerçekleştirmekte olduğu dönüşümün önemli bir unsuru olarak ön plana çıkmaktadır.

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

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

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

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

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

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

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

Yakın geçmişte, yeşil elektriğin yaygınlaştırılması süreci çok yavaş işlemiştir. Uzun onaylama

süreçleri, tesis kurulacak alanın eksikliği, yerleşik halkın ve çevreci kuruluşların protestoları ve karşı davaları nedeniyle yeni rüzgar ve güneş parklarının yapımında sıkıntı yaşanmıştır.

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

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

- **Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi**

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

Almanya'nın tekstil ve hazır giyim endüstrisi, özellikle yüksek kaliteli ürünler ve yenilikçi tasarımlarla tanınır. Endüstri, özellikle teknik tekstiller, işlevsel giyim ve spor giyim gibi özel giyim türlerinde uzmanlaşmıştır.

Almanya'da bulunan bazı önde gelen tekstil ve hazır giyim şirketleri arasında Hugo Boss, Adidas, Puma, Birkenstock, Escada, S.Oliver, Tom Tailor, Gerry Weber ve Triumph yer almaktadır.

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

Almanya'nın tekstil ve hazır giyim endüstrisi, küresel ticarete önemli bir rol oynamaktadır. Ülke, tekstil ve hazır giyim ihracatında dünya genelinde en büyük 5 ülke arasında yer almaktadır.

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

Almanya tekstil ve hazır giyim endüstrisi küçük ve orta ölçekli yaklaşık 1400 şirketten oluşmaktadır. Tekstil ve hazır giyim endüstrisi, yurtdışında yaklaşık 120.000 çalışanı ile gıda endüstrisinden sonra en büyük ikinci tüketim malları sektörüdür. Almanya'daki tekstil ve hazır giyim endüstrisi, 1.400 çalışanı ile 16 tekstil araştırma enstitüsünün sunduğu hizmetlerden faydalanmaktadır. Alman firmaları, söz konusu sektörde yıllık yaklaşık 32 milyar avro civarında ciro yapmakta ve bunun % 60 tekstil, % 40'ı ise hazır giyim sektöründe gerçekleşmektedir. Ortalama % 40'lık ihracat kotası, Alman tekstil ve hazır giyim ürünlerinin uluslararası pazarlardaki yerini yansıtmakta ve dünya çapında önemli bir konumda olan firmalarının rekabet güçlerinin altını çizmektedir. Almanya'da tekstil ve hazır giyim endüstrisindeki büyümeyi tetikleyen en önemli faktörlerden biri, çok sayıda yüksek teknolojili üründe kullanılan teknik tekstillerdir.

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

Tekstil endüstrisinin cirosunun yaklaşık üçte biri moda ve hazır giyim sektöründe gerçekleşmektedir. Alman moda markaları yüksek kalite ve sürdürülebilirliğe büyük önem vermektedirler. Alman moda markaları dünyanın en yüksek çevresel ve sosyal standartlarına göre üretim yapmaktadırlar. Sürdürülebilirlik, Alman giyim üreticilerinin vazgeçilmez bir parçasıdır. Almanya'dan tasarlanan ve pazarlanan koleksiyonlar en yüksek standartları karşılamaktadırlar. AR-GE ve eğitime olan güçlü bağlılığı nedeniyle Almanya, sürdürülebilir malzemelerdeki yenilikler ve özel ek fonksiyonlar söz konusu olduğundan dünya çapında önde gelen ülkeler arasındadır. Geri dönüştürülmüş malzemelerden çok sayıda fonksiyonel ve dış mekan tekstili üretmektedirler.

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

Alman moda ve giyim üreticileri yenilikçi güçlerinin yanı sıra dijitalleşmeye de yatırım yapmaktadırlar. Dijitalleşme yatırımları sadece üretimi değil aynı zamanda tedarik zincirini de kapsamaktadır. Dijitalleşmenin bir sonucu olarak, üretim ve satış birçok alanda giderek daha yakından birbirine bağlı hale gelmekte ve üreticilerin giderek mallarının bayisi haline geldiği

birçok yeni iş modeli ortaya çıkmaktadır. Önümüzdeki birkaç on yıl boyunca burada birçok yeni gelişme gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

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

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

Tekstil ve hazır giyim sektörü, Almanya’da küreselleşmenin zorluklarıyla yüzleşen ilk endüstri kollarından biri olmuştur. 1970’lerden itibaren üretimin daha uygun maliyetli yabancı ülkelere - başlangıçta Güney Avrupa’ya, daha sonra Güney ve Doğu Asya’ya - taşınması, bugün hala sektörü karakterize eden yapısal bir değişimin habercisidir. Adidas, Hugo Boss ve s.Oliver gibi başlıca Alman giyim üreticileri, yurt dışında yerleşik kendi ve dış kaynaklı üretimi olan küresel tedarik zincirlerine güvenmektedir. Birçok şirketin yüksek derecede uluslararasılaşmış olması, yurtiçi ve yurtdışı satışların istatistiksel olarak kaydedilmesini zorlaştırmaktadır. Genel olarak, Almanya’nın tekstil ve giyim dış ticareti ithalat fazlası ile karakterize edilmektedir. En önemli ithalat ülkeleri Çin Halk Cumhuriyeti, Bangladeş ve Türkiye’dir.

2023 yılında tekstil ve hazır giyim dış ticaret verilerine bakıldığında, Almanya 39,32 milyar Avro ihracat ve 50,8 milyar Avro ithalat gerçekleştirmiş olup, bu sektörde yaklaşık 11,48 milyar Avro değerinde cari açık verdiği görülmektedir.

Almanya’nın 2022 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe en çok ihracat yaptığı ülke 4,58 milyar Avro ile Polonya’dır. Polonya’yı İsviçre (4,05 milyar Avro), Avusturya (4,00 milyar Avro), Hollanda (2,98 milyar Avro), Fransa (2,93 milyar Avro) ve İtalya (2,01 milyar Avro) takip etmektedir. AB dışında en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında birinci sırayı Birleşik Krallık (1,16 milyar Avro) ikinci sırayı ABD (986 milyon Avro) ve üçüncü sırayı Rusya (465 milyon Avro) almasına rağmen, bu iki ülke bu sektörde en çok ihracat yapılan on ülke arasına girememektedir. Almanya’nın Türkiye’ye ihracatı ise 421 milyon Avrodur. Söz konusu ihracat verileri değerlendirildiğinde AB’ndeki ülkelerin yapılan ihracatta açık ara önde oldukları tespit edilmektedir.

2023 yılında Tekstil ve hazır giyim sektöründe Almanya’nın gerçekleştirdiği ithalat verileri değerlendirildiğinde, en çok ithalat yapılan ülkeler arasında 10,38 milyar Avro ile Çin

Halk Cumhuriyeti olduğu görülmektedir. İkinci sırada 7,27 milyar Avro ile Bangladeş ve üçüncü sırada 5,37 milyar Avro ile Türkiye yer almaktadır. Yapılan ithalatta Türkiye'yi sırasıyla İtalya (2,39 milyar Avro), Hindistan (2,03 milyar Avro) ve Pakistan (1,96 milyar Avro) takip etmektedir. Almanya tekstil ve hazır giyim sektöründe net bir ithalatçıdır. Yerli tekstil ve hazır giyim sanayi üretimi talebin yalnızca küçük bir bölümünü karşılayabilmektedir. Bu sektördeki ihtiyaçların büyük bir bölümü Asya'daki düşük ücretli ülkeler tarafından karşılanmaktadır. Alman hazır giyim pazarı için 2023 yılında Çin, Bangladeş ve Türkiye en önemli tedarikçi ülkeler arasında başta gelmektedirler. Ancak teknolojik gelişmeler, üretim alanlarının 2025 yılına kadar Avrupa'ya geri taşınacağına işaret etmektedir.

- Madencilik

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

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

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

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

2021 yılında Almanya'da 126,3 milyon ton linyit kömürü (+%17,6), 1,81 milyon ton petrol (-%4,7), 6 milyar m³ doğalgaz (-%0,1) çıkarılmıştır. 309 milyon ton ile en önemli mineraller kumlar ve çakıllar olmuştur. 219 milyon ton ile doğal taşlar ikinci sırada gelmektedir ve bu ikisi Almanya'nın maden üretiminin %80'ine tekabül etmektedir. 2021 yılında ülke toplam ithalatının %17,6'sını (211,2 milyar avro) enerji hammaddeleri, metaller ve demir dışı metaller teşkil etmiştir. Bir önceki yıla göre bu rakam %51,1 oranında artmıştır. Bunun en önemli

nedenleri COVID-19 pandemisinin şiddetini kaybetmesi sonucu ekonominin rahatlaması ve enerji hammaddelerinde yaşanan fiyat artışları olarak değerlendirilmektedir. 2021 yılında doğal gaz ithalatının %35-40'lık payı Rusya'dan, %30-35 oranında da Hollanda ve Norveç'ten tedarik edilmektedir. Demir dışı metallerin %92'si Avrupa'dan temin edilmesine karşın, metallerin sadece %50'lik kısmı Avrupa menşelidir. Değer olarak en önemli ithalat ülkeleri Hollanda (23,2 milyar avro), Rusya (20,3 milyar avro), Belçika (11,1 milyar avro) ve ABD (10,6 milyar avro) olmuştur.

Petrol %32 ile Almanya'nın en önemli enerji kaynağı olmuştur.2021 senesinde petrol ithalat değeri 81 milyon avro olarak gerçekleşmiş olup, en çok Rusya, ABD, Kazakistan, Norveç ve İngiltere'den tedarik edilmiştir. Almanya'nın 16 milyon tonluk petrol yatakları bulunmakla birlikte, 44 adet petrol çıkarma tesisinde üretim yapılmaktadır. Doğalgaz %27 ile ülkenin ikinci büyük enerji kaynağıdır. Almanya'nın 20 milyar m³ doğal gaz rezervi bulunduğu düşünülmektedir ve %99'u Aşağı Saksonya eyaletinde bulunmaktadır. Ülkede 69 adet üretim tesisi bulunmaktadır.

Almanya 2021 senesinde 108,5 milyar avro değerinde mineral ve enerji hammaddeleri ihrac etmiştir (+%33,5). Bunların %69,4'ü metaller, %27,8'i enerji hammaddeleri ve %2,8'si demir dışı metallerden oluşmuştur.

%17,7 ile kömür Almanya'nın en önemli üçüncü enerji kaynağıdır. Almanya'nın 2022 yılı kömür ihracatı ise 361 milyon avro, ithalatı ise 12,3 milyar avro civarında gerçekleşmiştir. Sektörde istihdam edilen kişi sayısının ise hâlihazırda 20.000 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Günümüzde ise iklim değişikliği, hava kirliliği ve artan sağlık ve çevresel faktörler de kömür kullanımının azaltılmasını gerektirmiştir. Nitekim kömür ve linyitin ülkedeki karbondioksit gazı emisyonu içerisindeki payının %39 oranında olması, diğer ülkelerin yanı sıra Almanya'nın da bu sektöre ekonomik anlamda bağımlılığının azaltılması hususunu gündeme getirmiştir.

2018 yılında ülkede söz konusu yapısal değişimin ekonomi ve istihdama etkilerini azaltmak amacıyla bir Kömür Komisyonu kurulmuştur. Anılan komisyonun en önemli görevi, 2038 yılına kadar ülkenin kömür bağımlılığını azaltacak politikaların belirlenmesine yönelik kapsamlı bir yol haritası oluşturmak ve ülkenin kömür ekonomisinden yenilenebilir enerji ekonomisine geçişinin kolaylaştırılmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, Almanya'nın karbondioksit salınımına ilişkin olarak üstlendiği küresel sorumlulukların yanı sıra, 2030 yılında ülkede elektrik üretiminin saatte 630 teravata kadar yükselebileceği de tahmin edilmektedir. Öte yandan, linyit ve taş kömüründen sağlanan elektrik üretim kapasitesinin, söz konusu rakamın üçte birini bile karşılamayacağı hesaplanmakta olup bu açığın yenilenebilir enerji kaynakları olan rüzgar ve güneş enerjisi ile kapatılması ülke gündemindedir.

Diğer taraftan, Rusya Federasyonu ve Ukrayna arasında Şubat 2022'den bu yana devam eden savaş nedeniyle, Rusya Federasyonu'na enerji alanında bağımlılığı yüksek olan Almanya'da kömür ve linyit gibi enerji kaynaklarının yeniden kullanılması ya da bunların tamamen terkedilmesinin ertelenmesine yönelik tartışmalar yeniden başlamıştır. 01 Eylül 2022 itibarıyla Rusya'dan yapılan doğalgaz ithalatı tamamen durdurulmuştur. Bununla birlikte petrol ithalatı ise devam etmektedir.

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

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

- Otomotiv

800.000'den fazla çalışanı ile Alman otomotiv endüstrisi, ülke ekonomisinin kilit sektörüdür ve milli gelirden önemli paya sahiptir. Öte yandan, sektörün varlığı büyük ölçüde ihracata bağlıdır. Bu nedenle, ülke uluslararası pazarlardaki rekabetçi konumunu korumaya önem vermekte ve dünyanın lider otomotiv üreticisi olmayı hedeflemektedir. Bununla birlikte, alternatif güç aktarma organları ve bağlanabilirliğe (connectivity) yönelik gelişmeler sektörde radikal bir değişime yol açmaktadır. Değer zincirinin önemli bölümlerinin farklı ülkelerde üretilmesi, koronavirüs pandemisi ve küresel ticaretteki kırılganlığın bir sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik durgunluk, Alman otomotiv endüstrisini zorlamaktadır.

2023 yılında Almanya %10,6 artışla 274 milyar Avro değerinde motorlu taşıtlar ve parçaları ihracatı gerçekleştirmiştir. Sektör, %17 payla ülke ihracatında ilk sırada yer alırken, ithalatında ise %11 payla (147 milyar Avro) 3. sırada yer almaktadır. 126 milyar Avro dış ticaret fazlası veren sektör, en yüksek ihracatı 34 milyar Avro ile Amerika Birleşik Devletleri'ne gerçekleştirmiştir. Bu ülkeyi sırasıyla Çin Halk Cumhuriyeti, Birleşik Krallık, Fransa ve Hollanda takip etmektedir. Türkiye, Almanya'nın motorlu taşıtlar ve parçaları ihracatında 7 milyar Avro ile 12. sırada yer almaktadır.

Almanya'nın motorlu taşıtlar ve parçaları ithalatında, Çek Cumhuriyeti 14 milyar Avro ile ilk sırada yer almakta olup İspanya, İtalya, Polonya ve Amerika Birleşik Devletleri sırasıyla ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir. Ülkemiz 2023 yılında 4,6 milyar Avro değerinde ihracat gerçekleştirerek, Almanya'nın ithalatında 15. sırada yer almıştır.

Almanya'da 2023 yılında bir önceki yıla göre %18 artışla 4,1 milyon binek araç üretilirken, üretim rakamları halen koronavirüs pandemisi öncesi rakamların %12 oranında gerisindedir. 2023 yılında ihracat 2022 yılına kıyasla, %18 artarak 3,1 milyon adede ulaşmıştır. Ülke içi talep 2023 yılında %18 gerilerken, ihracat talebi ise (adet olarak) %5 oranında azalış göstermiştir.

2023 yılında, Almanya'da bir önceki yıla göre %7 artışla toplam 2,8 milyon araç tescil edilmiş; %16 azalışla 700.200 adet elektrikli araç trafiğe kaydedilmiştir. Söz konusu gerilemede, elektrikli araçlara yönelik desteklerdeki azalış etkili olmuştur.

2024 yılı Ocak-Şubat aylarında %12 artışla 430.941 adet binek araç tescil edilmiş olup, bu araçlardan 78.935 adedi elektrikle çalışmakta ve 295.838 adedi Alman ticari markalarından

oluşmaktadır. Aynı dönemde, Almanya'da %5 azalışla 674.900 adet araç üretilmiş ve 489.600 araç ihraç edilmiştir.

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

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

Hizmet Sektörleri

Çoğu gelişmiş ülkede olduğu gibi, hizmet sektörü Alman ekonomisinin de temel yapıtaşlarından birisidir. Ülkenin GSYİH'sına yıllık katkısı yaklaşık yüzde 70 olup ayrıca işgücünün %72'si hizmet sektöründe istihdam edilmektedir. Şirketlerin %80'i ise hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Geçtiğimiz yıllardaki büyüme esas olarak işle ilgili hizmetlere yönelik güçlü bir talepten kaynaklanmıştır.

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

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

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

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

Dünya Ticaret Örgütü verilerine göre 2021 yılında Almanya 386,7 milyar dolar hizmet ihracatı ve 386,03 milyar dolar hizmet ithalatı gerçekleştirerek, dünya hizmet ihracatında %6,2'lik ve dünya hizmet ithalatında %6,9'luk bir paya sahip olmuştur. Bu kapsamda, Almanya 2021 yılı hizmet ihracatında dünyada 4 üncü sırada ve hizmet ithalatında ise dünyada 3 üncü

sırada yer almaktadır. En fazla küresel ulaşım ve turizm sektörlerinde faaliyet gösteren Almanya, %14,2 oranında ABD'ye, %9,1 oranında İsviçre'ye ve %9 oranında İngiltere'ye hizmet ihracatı, %12,5 oranında ABD'den, %8,8 oranında İngiltere'den ve %4,7 oranında İsviçre'den hizmet ithalatı gerçekleştirmiştir.

Alman Federal İstatistik Ofisi (DESTATIS) tarafından açıklanan verilere göre 2022 Ekim verilerine göre Almanya'da hizmet sektörü cirosu (geçici, takvim ve mevsim etkilerinden arındırılmış) bir önceki aya göre -%0,7 (reel olarak) ve -%0,9 (nominal olarak) azalmıştır. Bununla birlikte bir önceki yılın aynı ayına göre +%7,7 (reel olarak ve +%12,1 (nominal olarak) artış göstermiştir.

Covid-19 pandemisi hizmetler sektöründe oldukça asimetrik bir etki göstermiştir. Temas yoğun perakendecilik, konaklama ve gastronomi sektörleri süreçten negatif etkilenirken, uzaktan yürütülebilen ya da pandeminin etkisiyle talebin artış gösterdiği sağlık ve lojistik gibi hizmetlerde bu durum söz konusu olmamıştır.

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

- Lojistik

Almanya, 2023 yılı verilerine göre, yaklaşık 39.200 kilometrelik işletilen uzunluk ile Avrupa'nın en uzun demiryolu hattı uzunluğuna, 13.200 km.'lik otoban hattı ile de Avrupa'nın en uzun ikinci otoban ağına (toplam yol ağı 230.082 km) sahiptir. Almanya'nın iç taşımacılığında önemli bir rol üstlenen su yollarının uzunluğu ise 7.476 km.'dir. Yaklaşık 962 kilometre uzunluğuyla A7, Almanya'nın en uzun otoyolu ve aynı zamanda Avrupa'nın ikinci en uzun ulusal otoyoludur. Kuzey Almanya'daki Flensburg yakınlarındaki Handewitt'te Danimarka sınırından başlayarak altı federal eyaletten geçen bu otoyol ve Avusturya sınırındaki Füssen'de sona ermektedir.

Dünya Bankası tarafından son olarak yayımlanan "Uluslararası Lojistik Performans Sıralaması - Logistics Performance Index-LPI-2023" endeksinde Almanya, 139 ülke içerisinde Singapur ve Finlandiya'nın ardından üçüncü sırada yer almaktadır. AB'nin coğrafi merkezi olan Almanya, Avrupa'nın açık ara en büyük lojistik pazarına ve Avrupa'daki 500 milyondan fazla tüketiciye kolay erişim sağlayan en gelişmiş taşımacılık altyapısına sahiptir.

Lojistik şirketleri genel itibarıyla nakliye, taşıma, depolama, elleçleme ve paketleme alanlarında faaliyet göstermektedir. Lojistik, otomotiv endüstrisi ve perakende ticaretinden sonra Almanya'daki en büyük ekonomik sektördür ve ağırlıklı olarak orta ölçekli şirketlerden oluşmaktadır. Almanya'da sağlanan lojistik hizmetlerin yalnızca yarısından biraz azı, malların hizmet sağlayıcılar tarafından genel olarak görünür şekilde hareket ettirilmesinden

oluşmaktadır. Diğer yarısı ise şirketlerin planlama, kontrol ve uygulama süreçlerinde gerçekleşmektedir.

Lojistik, otomotiv endüstrisi ve ticaretten sonra Almanya'daki en büyük ekonomik sektördür. Elektronik endüstrisi ve makine mühendisliğinin önünde yer alır. 2023 yılında lojistik sektöründe yaklaşık 327 milyar Avro ciro elde edilmiştir (2022: 319 milyar avro). Bu, 2022 yılına kıyasla yaklaşık yüzde 2,5'lik bir büyümeye tekabül etmektedir ve bu da tedarik zincirleri boyunca artan maliyetlerden kaynaklanmaktadır. Avrupa lojistik pazarının 1.180 milyar Avro (2021) tutarında olduğu düşünüldüğünde Almanya bu pazarda yaklaşık yüzde 25 ile büyük bir paya sahiptir. Bu durumun Avrupa'nın ortasında olmasından kaynaklanan coğrafi konumu kadar Almanya altyapı kalitesi ve lojistik teknolojisinde de kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Lojistik hizmetleri sektöründe 70.000'den fazla şirket faaliyet göstermekte olup ve bunların çoğu orta ölçekli şirketlerden oluşmaktadır. Sektörde çalışanların sayısı da 2023 yılı itibariyle 3,35 milyon kişiye yükselmiştir (2021: 3,30 milyon kişi).

Almanya'daki en büyük lojistik firmalarının Kuzey Ren-Vestfalya, Bavyera ve Baden-Württemberg eyaletlerinde bulunduğu görülmektedir. Bununla birlikte Elbe ve Hamburg Limanı üzerinden ulusal ve uluslararası pazarlara karayolu, demiryolu, iç suyolları ve havayolu modlarıyla bağlı olan Hamburg Almanya'nın en önemli lojistik şehridir. Hamburg metropol bölgesinde yaklaşık 320.000 kişi lojistik sektöründe istihdam edilmektedir. Hamburg limanı, Avrupa'nın ikinci büyük limanı ve Almanya'nın en aktif lojistik merkezidir.

Federal Motorlu Araçlar Taşımacılık Kurumu (Kraftfahrt-Bundesamt (KBA), verilerine göre 2022 yılında Almanya'da demiryolları ile bir önceki yıla göre yüzde 0,4 artış ile 358.858 bin ton, iç suyolları ile yüzde 6,5 azalış ile 182.448 bin ton, denizyolu ile yüzde 3,5 azalış ile 274.886 bin ton ve iç karayolları ile yüzde 1,5 azalış ile 3.060.939 bin ton yük taşınmıştır.

Elde ettikleri cirolar bakımından Almanya'nın en büyük lojistik firmalarına bakıldığında Deutsche Post (DLH), Deutsche Bahn (DB Schenker, DB Cargo), Hapag-Lyoyd, Rhenus, Dachser, Hellmann, Hermes, Kühne + Nagel, Fiege ve HHLA'nın ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Kuehne+Nagel 2022 yılında yaklaşık 4,4 milyon ton deniz yükü elleçleyerek diğer tüm yük nakliyecilerinden daha fazla yük taşımıştır. Yaklaşık 3,3 milyon tonluk bir kargo hacmi elleçleyen Deutsche Post (DHL) ikinci sırada yer almıştır.

2023 yılında Almanya'daki hava taşımacılığının ağırlığı genel olarak düşmüş ve 4,7 milyon ton ile 2019 rakamının yüzde 2,1 altında kalmıştır. Frankfurt Havalimanı'ndaki hava yükü hacmi 2023 yılında yaklaşık 1,87 milyon ton olmuştur. Leipzig/Halle ve Köln/Bonn Havalimanları sırasıyla yaklaşık 1,4 ve 0,9 milyon tonluk hava yükü hacimleriyle ikinci ve üçüncü sırada yer almıştır.

Deniz taşımacılığı sektöründe kuzey eyaletlerindeki limanlar sayesinde önemli bir büyüklüğe sahip olan ve Dünyanın ilk 10 denizcilik ulusundan birisi olarak kabul edilen Almanya, son yıllarda bu alanda negatif büyüme eğilimi göstermektedir. Buna rağmen Alman Armatörler Birliği'nin (Verband Deutscher Reeder) verilerine göre 2022 yılında Almanya yüzde 10,7 pay ile konteyner gemileri bakımında Dünyada ilk sırada, Dünya ticaret filosu bakımından

ise yedinci sırada yer almaktadır. Almanya genelinde toplam 294 deniz nakliyat şirketi bulunmakta olup bunların yüzde 83'ünün filosu 10'dan az gemiden, yüzde 14'ünün filosu 10 ila 29 gemiden, yüzde 2'sinin filosu 30 ila 49 gemiden ve yüzde 1'inin filosu ise 50'den fazla gemiden oluşmaktadır.

Merkezi Hamburg'da bulunan Hapag-Lloyd, dünyanın ilk beş deniz taşımacılığı şirketinden biridir ve 114 ülkede faaliyet göstermektedir. Beklendiği gibi, Hapag-Lloyd 2023 mali yılında kazançlarında önemli bir düşüş kaydetmiştir. Ön ve denetlenmemiş rakamlara göre, Grup FAVÖK'ü (faiz, amortisman ve vergi öncesi kar) 4,8 milyar ABD Doları (4,5 milyar Avro) olarak gerçekleşirken, Grup FVÖK'ü (faiz ve vergi öncesi kazanç) bir önceki yıla göre düşüş göstererek 2,7 milyar ABD Doları (2,5 milyar Avro) olmuştur. Bu durum büyük ölçüde küresel tedarik zincirlerinin normalleşmesinden kaynaklanan düşük navlun oranlarına bağlanabilir. Gelirler, özellikle 1.500 USD/TEU'luk (2022: 2.863 USD/TEU) daha düşük ortalama navlun oranı nedeniyle 19,4 milyar USD'ye (17,9 milyar EUR) gerilemiştir. Bir bütün olarak 2023 yılı taşıma hacmi yüzde 0,5 artışla 11,9 milyon TEU'ya (2022: 11,8 milyon TEU) yükselmiştir. Bununla birlikte, Kızıldeniz'deki çatışma, gemilerin Ümit Burnu etrafında yeniden yönlendirilmesinin sefer sürelerini uzatması nedeniyle yıl sonunda taşıma hacimlerini olumsuz etkilediği değerlendirilmektedir.

Demiryolu taşımacılığı da hem yük hem de yolu taşımacılığı bakımından Almanya için özel öneme sahiptir. Almanya'da en büyük ağ operatörü yaklaşık 33.400 km ile Deutsche Bahn'dır (DB Netz AG). Grup tarafından en son açıklanan 2022 yılı rakamlarına göre Alman devletine ait Deutsche Bahn işletmesinin satışları 56,3 milyar Avro milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Firma 2022 yılında yan kuruluşları ile birlikte 15,3 milyar Avro brüt, 6,7 milyar Avro net yatırım gerçekleştirmiştir.

Deutsche Bahn firmasının iştirakleri olan DB Cargo, Avrupa içi yük taşımacılığı gerçekleştirmekte, DB Schenker ise global lojistik hizmetleri vermektedir. Her iki şirket Almanya endüstrisini Avrupa ve global ölçekteki ekonomik merkezlere bağlayarak Alman sanayisine ve dış ticaretine önemli kazanımlar sağlamaktadır. Avrupa üretim ağı ile desteklenen, pan-Avrupa varlığına sahip Avrupa'daki tek demiryolu taşımacılığı şirkettir. Yaklaşık 30.000 çalışanı, sınır ötesi taşımacılık operasyonlarının verimli, müşteri odaklı ve çevre dostu bir şekilde yönetilmesini sağlamaktadır. DB Cargo'nun taşımacılık hizmetlerinin neredeyse yüzde 60'ı Avrupa genelinde sağlanmaktadır. Firma son dönemde dijitalleşme ve karbon salınımını azaltmaya yönelik yeşil projelere ağırlık vermektedir.

DB Schenker olarak da bilinen Schenker AG, Deutsche Bahn AG'nin yüzde 100 bağlı kuruluşu olup uluslararası bir lojistik hizmet sağlayıcısıdır. DB Schenker'in lojistik iş birimi, yaklaşık 76.000 çalışanı ve 17.050 milyar avroluk ciroyuyla sektörde dünyanın önde gelen hizmet sağlayıcılarından biridir. Karayolu taşımacılığı alanında Avrupa'da 1 numara olan firma 430'dan fazla noktada yaklaşık 21.500 çalışanıyla hizmet vermektedir. Hava taşımacılığı ve deniz taşımacılığında yaklaşık 13.000 çalışanı bulunan firma dünya çapında 800 noktada faaliyet göstermekte olup dünya çapında 3 numaralı hizmet sağlayıcılardan biridir. Sözleşmeli lojistik alanında ise DB Schenker, tüm kıtalarda yaklaşık 750 noktada 24.500'den fazla çalışanıyla sanayi ve ticaret için özelleştirilmiş lojistik çözümleri sunmaktadır. DB Schenker kontrat lojistiğinde dünya çapında 5. sırada yer almaktadır.

Büyük ölçekli lojistik firmalarına sahip olan Almanya, lojistik sektöründe aralarında Fruit Logistica (Berlin), CeMAT (Hannover), LogiMAT (Stuttgart), Transport Logistic / Air Cargo EUROPE (Münih), Logistics & Automation'un (Dortmund / Hamburg) da bulunduğu önemli uluslararası fuarlara ev sahipliği yapmaktadır.

- **Turizm**

Ekonomik büyümenin ve istihdamın önemli unsurlarından biri olarak değerlendirilen turizm sektörü, DESTATIS (Federal İstatistik Ofisi) tarafından yapılan hesaplamalara göre pandemi krizi öncesinde yaklaşık 124 milyar Avro gelir yaratarak Almanya'daki katma değerın %4'ünü oluşturmuştur. Diğer taraftan, 2020 ve 2021 yıllarında, pandemi sebebiyle gecelik konaklama sayısı yaklaşık 300 milyon iken, 2023 yılında bu rakam 487,2 milyona ulaşmış; seyahatler için yılda yaklaşık 330 milyar Avro harcanmıştır.

2024 yılı Ocak ayında konaklama işletmelerinde 25,3 milyon geceleme yapılmış olup konaklayanların 4,4 milyonu yabancı turistlerden oluşmaktadır. Bu rakam, 2020 yılı Ocak ayı için kaydedilen 26,9 milyon geceleme sonrası ilk en yüksek rakam olmuştur.

Turizm sektörü için 2023 yılı, pandemi öncesi rakamların oldukça üzerinde kapanan ilk seyahat sezonu olup harcamalar yaklaşık %27 artarak 79 milyar Avro'ya ulaşmıştır. Paket tatiller, gemi turlarının yanı sıra tur operatörü satışları 37,3 milyar Avro'ya yükselmiştir Berlin şehri, 12 milyon turistle en çok ziyaret edilen şehir olurken, bu şehri sırasıyla Münih ve Hamburg takip etmektedir.

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

2023 yılında yerli misafirlerin geceleme sayısı %6,2 artışla 406,3 milyona yükselmiş olup, pandemi öncesi rakamlara geri dönmüş; 80,9 milyon yabancı turistın gecelik konaklama sayısı 2022 yılına kıyasla %18,9 oranında artış göstermiştir. Ayrıca 2023 yılında otel konaklamaları %9 ve kamp alanlarında konaklama ise % 13 oranında artmıştır.

Turizmde en yüksek paya paket tatiller sahip olmakla birlikte, yerli ve yabancı ziyaretçiler tarafından dört büyük online platform olan AirBnB, Booking.com, TripAdvisor ve Expedia üzerinden Almanya'daki tatil evleri ve apartman dairelerine toplam 38,6 milyon geceleme rezervasyonu yapılmıştır. Avrupa'nın en fazla ziyaretçi çeken ülkelerinden bir olan Almanya'da 2028 yılında seyahat ve turizm pazarındaki toplam gelirin %82'sinin çevrim içi satışlardan elde edilmesi beklenmektedir.

- **Bilişim ve İletişim Teknolojileri**

Almanya'nın bilgi ve iletişim teknolojileri (BIT) pazarı, Avrupa'nın en büyük pazarlarından biridir. Almanya dünya pazarında ise ABD, Çin, Japonya ve Birleşik Krallık'tan sonra beşinci sırada yer almaktadır. BIT sektörü, Almanya'nın güçlü endüstriyel üretiminde ve dış ticaretinde büyük bir rol oynamaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler hem inovasyonun itici gücü hem de BIT ve güvenlik sektörlerinde uluslararası pazarlarda "Made in Germany" markası ile yenilikçilik, kalite ve

güvenilirlik alanlarında iyi bir algıya sahiptir. Her geçen gün daha fazla uluslararası şirket Almanya'ya yerleşmeye karar vermektedir. Microsoft, Apple, Dell, Adobe, IBM, Oracle ve SAP gibi uluslararası firmalar Almanya'da büyük pazar paylarına sahiptir.

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

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü 2022 yılında, 96.675 firma, yaklaşık 1,35 milyon çalışan ve 196,1 milyar avroluk ciro ile (2023 tahmini verilerine göre 203,4 milyar Avro) Almanya'da dijitalleşmenin temel itici güçlerinden biridir. Almanya'da BIT sektör cirosunun %60,6'lık kısmını bilgi teknolojileri, %35,1'lik kısmını iletişim ve %4,2'lik kısmını da tüketici elektroniği oluşturmaktadır.

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

2022 yılında dünyadaki diğer ülkelerin pazar payları karşılaştırıldığında ise, bilgi ve iletişim teknolojisi sektöründe gerçekleştirilen cironun yaklaşık %4,2'sinin Almanya tarafından yapıldığı görülmektedir. İlk sırada %36'lık bir pay ile ABD, 2. sırada %11,3'lük bir pay ile Çin Halk Cumhuriyeti gelmektedir.

Almanya'nın, 2022 yılında, bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet ihracatı 40,1 milyar avro iken, hizmet ithalatı 51,3 milyar avro civarındadır. BIT hizmet ihracatının 36,8 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi ve 3,3 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi oluşturmaktadır. BIT hizmet ithalatının 47,6 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi ve 3,7 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi oluşturmaktadır. 2022 yılı BIT hizmet dış ticareti verileri 2021 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %16 oranında, ithalatta ise %23 oranında bir artış olduğu görülmektedir. BIT hizmet sektörü dış ticaretinde gerçekleşen bu artışın %18 oranındaki kısmı bilgi teknolojileri ihracatından, % 25'lik kısmı ise bilgi teknolojileri ithalatından kaynaklanmaktadır. İletişim teknolojileri ihracatında %5 oranında bir azalma olurken ithalattında %2 oranında bir artış olmuştur.

Bilgi ve iletişim teknolojisi ile tüketici elektroniği donanım (ürün- hardware) ihracat ve ithalat verilerine bakıldığında, 2022 yılında toplamda 46,4 milyar avro ihracat gerçekleşirken, 81,0 milyar avro tutarında ithalat gerçekleşmiştir; donanım ihracatının 23,3 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 14,3 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 8,8 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. Donanım ithalatının 38,1 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 29,1 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 13,8 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. 2022 yılı donanım dış ticareti verileri 2021 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %2 ve ithalatta %5 oranında bir artış olduğu görülmektedir. Bilgi teknolojisi donanımları ihracatında %1 azalma olurken ithalatında herhangi bir değişim görülmemiştir. İletişim teknolojisi donanımları ihracatında %10 azalma ve ithalatında %8 oranında artış gerçekleşmiştir. Tüketici elektroniği ihracatında % 47 oranında artış olurken ithalatında % 17 oranında bir artış gerçekleştiği görülmektedir.

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

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

Almanya'da ICT sektörü, aynı zamanda işletmeler ve bireyler için birçok fırsat sunmaktadır. Ülkede birçok girişimci, yenilikçi teknolojilerin geliştirilmesi ve ticarileştirilmesi için çalışmaktadır. Bunlar arasında yazılım geliştirme şirketleri, siber güvenlik şirketleri, mobil uygulama geliştiricileri ve yapay zeka uzmanları yer almaktadır.

- **Müteahhitlik**

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

Almanya'da inşaat sektörü, ülke genelinde binlerce küçük ve orta ölçekli işletmenin yanı sıra, birkaç büyük inşaat şirketine de ev sahipliği yapmaktadır. Bu büyük şirketler arasında Hochtief, Bilfinger, Zueblin, Max Bögl, Strabag ve Ed. Züblin yer almaktadır. Almanya'daki inşaat şirketlerinin % 88,4'ünde 20 kişiden daha az çalışan bulunmaktadır ve bu şirketler cironun % 29,7'lik kısmını gerçekleştirmektedir.

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

İnşaat sektörü 2020 ve 2021 koronavirüs yıllarında genel ekonomiyi desteklemiş, ancak 2022 yılında Ukrayna'daki savaş nedeniyle yavaşlamıştır. Malzeme kıtlığı ve hızla yükselen inşaat malzemesi fiyatları inşaat faaliyetlerinde düşüşe yol açmıştır. Bununla birlikte, genel ekonomik önem yüksek kalmaya devam etmiştir.

Sektörün tüm bileşenleriyle birlikte toplam 2,5 milyon çalışanı ve 565 milyar avroluk nominal inşaat hacmiyle (DIW, 2023), inşaat sektörü Alman ekonomisinin önemli bir sektörüdür. Diğer birçok endüstri ve zanaatla yakından bağlantılıdır ve enerji, iklim,

dijitalleşme ve vasıflı işçi ihtiyacı gibi başlıca konular inşaat sektörünü doğrudan etkilemektedir.

2022 yılında inşaat sektörü ekonominin toplam gayrisafi katma değerine %6,0 oranında katkıda bulunmuştur. İnşaat yatırımları için kullanılan gayrisafi yurtiçi hasıla oranı ise %12,3 tür. İnşaat sektörünün toplam istihdamdaki payı ise %5,8 olmuştur. Bu, inşaat sektörünün 2022 yılında hem üretim hem de istihdam açısından makine ve kimya endüstrisi gibi önemli Alman sanayi sektörlerinin önünde olduğu anlamına gelmektedir. Mevcut ekonomik zayıflığa rağmen inşaat sektörü Almanya için kilit bir sektör olmaya devam etmektedir.

Konut inşaatı uzun yıllardır en önemli inşaat branşı olmuştur ve 2022 yılında tüm inşaat yatırımlarının %61,6'sını oluşturmuştur. Kamu inşaatlarının önemi uzun vadede önemli ölçüde azalmış ve inşaat faaliyetlerinin sadece %11,9'unu oluşturmuştur. Ticari inşaatın payı yıllar içinde %26,5 ile nispeten sabit kalmıştır. Ana inşaat sektörü 2022 yılında açık ara en büyük üretici grubu olmuştur. Tamamlayıcı ticaret ile birlikte ana inşaat sektörü bir bütün olarak inşaat yatırımlarının %62,9'unu oluşturmuştur. Geri kalanı ise imalat hizmetleri ve diğer inşaat hizmetlerinden oluşmakta olup, bunlar arasında özel hanehalklarının kendi işleri ve beyan edilmemiş işler de yer almaktadır.

2022 yılında ana inşaat sektöründeki 82.700 şirkette yaklaşık 927.000 kişi veya toplam işgücünün yüzde altısı istihdam edilmiştir. Bu şirketlerin toplam 160 milyar avro civarında ciro gerçekleştirmişlerdir, ancak 2023 yılında tüm inşaat segmentlerinde bir düşüş görülmesi beklenmektedir.

2021 yılında konut inşaatında 55,4 milyar avro, ticari inşaatla yaklaşık 53,3 milyar avro ve kamu inşaatında 38 milyar Avroluk bir ciro elde edilmiştir. Bu sıralama, inşaat hacmine, yani binaların inşası ve bakımına yönelik tüm hizmetlerin toplamına bakıldığında daha da netleşmektedir: 2022 yılı için toplam inşaat hacmi, Alman Ekonomik Araştırma Enstitüsü (DIW) tarafından geçici olarak 540 milyar avronun biraz altında tahmin edilmiştir; bunun 312 milyar avrosu konut inşaatına, 156 milyar avrosu ticari inşaatla ve yaklaşık 72 milyar avrosu kamu inşaatına atfedilmektedir. 2023 yılında ise 323,8 milyar Avro konut inşaatı, 162,5 milyar Avro ticari inşaat ve 79 milyar Avro kamu inşaatı olmak üzere toplamda nominal inşaat hacminin 565 milyar Avro civarında olacağı tahmin edilmektedir.

İnşaat sektöründe uzun yıllar süren pozitif gelişmelerin ardından 2013 yılından bu yana ilk kez gerilemiştir. Arz darboğazları, önemli ölçüde yükselen faiz oranları ve malzeme ve inşaat fiyatlarındaki zaman zaman fahiş artışlar sektör üzerinde baskı oluşturmuştur. Sadece inşaat hizmetleri fiyatları Şubat 2023'te bir önceki yıla kıyasla yaklaşık yüzde 16 oranında artmıştır. Hatta çimento, kireç ve alçı ürünleri fiyatları yüzde 46 oranında artışı gözlemlenmektedir..

İnşaat sektöründeki brüt katma değer 2022 yılında reel olarak yüzde 2,3 oranında düşmüştür. Buna karşın, enerji tasarruflu yenilemeler gibi mevcut konut inşaatı tadilatlarının dengeleyici bir etkisi olmuştur. İnşaat hacminde 2023 yılı için reel olarak yüzde 1,8'lik bir düşüş daha öngörülmektedir. Ancak Federal İmar, Şehircilik ve Mekânsal Gelişim Araştırma Enstitüsü (BBSR) uzmanları, yeni konut inşaatı faaliyetlerinin 2024 yılı gibi erken bir tarihte yeniden canlanmasını bekliyor.

Aynı durum ticari inşaat için de geçerlidir: 2023 yılında yatırım faaliyetlerinde bir düşüş beklenmektedir. Ekonomik toparlanmanın başlamasıyla birlikte, bu alanın 2024 yılında yeniden canlanması beklenmektedir. Kamu inşaatında, planlanan inşaat projelerinin erteleneceği anlaşılmaktadır, bu da bu segmentte inşaat hacminde bir düşüş beklendiği anlamına gelmektedir. Ancak tahminlere göre bu alanın da ilerleyen yıllarda toparlanması beklenmektedir. Genişbantın genişletilmesi, gündüz bakım merkezlerinin inşası ve iklim korumanın teşvik edilmesi gibi projelere önemli yatırımlar yapılması muhtemeldir.

- Sağlık ve Medikal Sektörü

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

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

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

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

2022 yılı resmi istatistiki verilerine göre Almanya’da yaklaşık 500 Milyar Avro seviyesinde sağlık harcaması gerçekleştirilmiş olup, bu meblağ GSMH’nin yaklaşık %13’üne takabül etmektedir Federal Almanya, OECD 2022 yılı kişi başına düşen sağlık harcamaları istatistiklerinde ABD ve İsviçre’den sonra 3 üncü ülke olarak yer almaktadır. 2022 yılında Almanya’da kişi başı ortalama sağlık harcaması 8011 ABD Doları seviyesinde gerçekleşmiştir.

Sağlık sektörü, sağlık hizmetinin temini ve medikal mal ticareti olarak 2 ana koldan oluşmaktadır. Almanya, 2022 yılı istatistiklerine göre, 1893 hastane sayısı ile yurtdışından gelen hastalara sağlık hizmeti sunulması bakımından oldukça iyi bir konumda bulunmaktadır. 2022 yılında toplamda 16,8 milyon hastaya sağlık hizmeti verilen ülkede sağlık hizmeti alan yabancı sayısı yaklaşık 165.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Sağlık turizmi konusunda gerek Almanya’da ikamet eden vatandaşlarımızın gerekse de Alman ve/veya Almanya’da ikamet

eden kişilerin ülkemizde sağlık hizmeti alması açısından Almanya oldukça önemli bir ülke konumundadır.

Sağlık sektörünün bir alt kırılımı olarak değerlendirilen eczacılık ürünlerinin ticaretinde Almanya dünyanın en büyük ülkelerinden biri konumundadır. 2023 yılında 110 milyar Avro tutarında eczacılık ürünü ihraç eden F. Almanya, 68 milyar Avro tutarında da eczacılık ürünü ithalatı gerçekleştirmiştir. Eczacılık ürünleri konusunda Türkiye'nin en çok ithalat gerçekleştirmekte olduğu ülkelerden birisi de yine F. Almanyadır. 2023 yılında Türkiye Almanya'dan 761 milyon Avro eczacılık ürünü ithalatı yapmıştır.

- E-Ticaret

E-ticaret terimi, internet üzerinden mal ve hizmet ticaretini ifade eder. Ticaret yapan katılımcıya bağlı olarak B2B (işletmeden işletmeye), B2C (işletmeden tüketiciye) ve C2C e-ticaret (işletmeden tüketiciye) arasında bir ayırım yapılır. Almanya e-ticaret alanında Avrupa'nın pazar lideri konumunda olup, uluslararası online perakendeciler ve hizmet sağlayıcılar için önemli fırsatlar sunmaktadır.

Almanya e-ticaret hacmi bakımından, 2023 yılı itibariyle AB içinde birinci, sırasıyla Çin, ABD, İngiltere, Japonya ve Güney Kore'nin ardından dünya genelinde ise altıncı sırada olup Hindistan'ın önünde yer almaktadır. Yıllar süren sürekli büyümenin ve koronavirüs pandemisi sırasında yaşanan patlamanın ardından Almanya e-ticareti, tüketici harcamalarındaki durgunluk ve enflasyon nedeniyle son dönemde bir gerileme yaşamıştır. Alman Federal E-Ticaret ve Posta Siparişi Ticaret Birliği (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland – bevh) verilerine göre tüketicilerin azalan harcama isteği, 2023 yılında Alman e-ticaretindeki toplam satışlarda bir kez daha önemli bir düşüşe neden olmuştur. Statista verilerine göre 2023 yılında Almanya'da online ticaret yaklaşık yüzde 12 azalarak 79,7 milyar Avroluk mal satışı gerçekleştirmiştir (2022: 90,4 milyar Avro). Almanya perakende pazarında online satışların payı halihazırda yüzde 17,3'tür ve 2028 yılına kadar ortalama yüzde 5,5 artarak yüzde 21,4'e yükselmesi beklenmektedir.

Almanya'da online perakendede en çok satılan ürün grupları giyim, elektronik ve telekomünikasyondur. Giyim segmenti, B2C e-ticaretteki toplam satışların yaklaşık beşte birini oluşturmaktadır.

Alman e-ticaret pazarının en büyük oyuncusu amazon.de'dir. Amazon.de, 2023 yılında 16,9 milyar ABD dolarının üzerinde net satış gerçekleştirerek Almanya'da en çok satış yapan çevrimiçi mağaza olmuştur. Onu, yaklaşık 5,5 milyar ABD doları yıllık satışla otto.de önemli bir farkla takip etmiştir. Üçüncü sırada 2,7 milyar ABD doları satış ile zalando.de, dördüncü sırada 2,3 milyar ABD dolarlık satış ile mediamarkt.de ve beşinci sırada 1,6 milyar ABD dolarlık satış ile ikea.com bulunmaktadır.

Almanya, 16 yaş üstü Alman nüfusunun yüzde 84'ünü oluşturan 58 milyon kişinin düzenli olarak internetten alışveriş yapmasıyla, Avrupa'da en çok internet kullanıcısına sahip olmanın yanı sıra en büyük e-ticaret müşteri potansiyeline de sahiptir. Yapılan bir tahmine göre, Almanya'daki e-ticaret kullanıcılarının sayısı 2025 yılında yaklaşık 68,4 milyona ulaşacaktır. Almanya'daki e-ticaret kullanıcılarının en büyük bölümünü yüzde 24 ile 50 yaş üstü kişiler

oluşturmaktadır. 18 ila 24 yaşındakiler (yüzde 12) hariç, diğer yaş grupları bu oranı yakından takip etmektedir. Almanlar online alışveriş için sıklıkla akıllı telefonlarını kullanmaktadır. İnternet kullanıcılarının yüzde 40'ından fazlası ayda en az bir kez online alışveriş yapmaktadır.

DACH bölgesinde (Avrupa'da Almanca konuşulan ülkeler Almanya, Avusturya, İsviçre) 214 adet B2C pazar yeri bulunmaktadır - bu sayı, yalnızca Amazon ve eBay'in gerçek bir öneme sahip olduğu 2015 yılına kıyasla üç kat daha fazladır. Neredeyse tüm kategoriler önemli bir sağlayıcı çeşitliliği göstermektedir. Toplam 214 pazar yerinden yetmiş ikisi sürdürülebilirliğe odaklanmakta ya da ikinci el ürünler sunmaktadır.

Daha iyi fiyat koşulları, daha geniş bir ürün yelpazesi ve daha yüksek konfor sayesinde online pazar yerleri Almanya'daki tüketiciler arasında giderek daha popüler hale gelmektedir. Sendcloud tarafından kısa süre önce yapılan bir araştırma, Alman tüketicilerin yüzde 87'sinin düzenli olarak çevrimiçi pazar yerlerinden alışveriş yaptığını ve yüzde 38'inin dijital pazar yerlerindeki satın alma yoğunluk seviyelerini artırmayı planladığını ortaya koymuştur.

Teslimat seçenekleri müşteri tercihleri açısından çok önemli bir rol oynamaktadır. Müşterilerin yüzde 60'ı, tercih ettikleri teslimat seçeneğinin mevcut olmaması durumunda bir pazar yerindeki sipariş sürecini iptal etmekte, yüzde 40'ı, en popüler Amazon Prime olmak üzere bir teslimat abonelik hizmetine kaydolmayı tercih etmektedir.

Tüm online perakendecilerin yüzde 85,4'ünün kullandığı DHL, 2022 yılında Almanya e-ticaret pazarında hakim kargo hizmeti sağlayıcısı konumundadır. DPD, online perakendecilerin yüzde 24,5'i tarafından kullanılarak uzak ara ikinci sırada yer almaktadır. UPS (United Parcel Service), GLS ve Deutsche Post gibi diğer kargo hizmeti sağlayıcıları, çevrimiçi perakendecilerin önemli ölçüde daha küçük bir kısmı tarafından kullanılmaktadır.

Sunulan ödeme yöntemleri açısından 2022 yılında Almanya e-ticaret pazarı birkaç sağlayıcı tarafından domine edilmektedir. PayPal'in kontrol edilen tüm çevrimiçi mağazaların yüzde 93,1'i ile en büyük payı aldığı görülmektedir. Almanya e-ticaret pazarında 2022'de sunulan diğer ödeme yöntemleri yüzde 82,2 ile VISA (Kartlar), yüzde 82,1 ile Mastercard (Kartlar) ve yüzde 77,3 ile Banka havalesi / peşin nakit (Banka havalesi) olarak görülmektedir. Sofortüberweisung (Banka havalesi) yüzde 53,0 ile PayPal'a (E-cüzdan) kıyasla önemli ölçüde daha küçük bir kapsama alanına sahiptir.

Business Insider tarafından yayınlanan ankete göre 2022 yılı için Almanya'da tüketiciler tarafından en sevilen Pazar yerleri sırasıyla Amazon, Otto, Zalando, Media Markt, Apple, Ikea, Lidl, H&M, Saturn ve About You olmuştur.

4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER

İş Kültürü

Avrupa'nın merkezindeki konumu Almanya'yı dünya piyasalarına açılmasında önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bunun yanında eğitimli nüfusu, ülkenin marka değeri, güçlü lojistik

altyapısı, yüksek performanslı karayolu, demiryolu ve telekomünikasyon ağı yurtdışından gelen yatırımcılar için ülkeyi cazibe merkezi haline getirmektedir.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Para Kullanımı

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

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

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

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

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

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

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

Pasaport ve Vize İşlemleri

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

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

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

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

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

Almanya Schengen Vizesi

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

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

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

Almanya Vize Çeşitleri

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

Almanya Konsolosluğu tarafından verilen vize çeşitleri aşağıdaki gibidir:

- Almanya Kısa Süreli (C Tipi) Vize: Almanya'ya resmi, turistik, ticari, gelir getiren faaliyet, eğitim, tedavi, ziyaret, gönüllü faaliyet, araştırma, konferansa katılma, spor veya kültürel etkinliğe katılmak amacıyla seyahat etmek isteyen kişileri kapsayan Schengen vizesi "C Tipi" vize kategorisine girmektedir.
- Almanya Ulusal (D Tipi) Vize: Almanya'da kesintisiz olarak 90 günden fazla konaklamak isteyen kişilere (öğrenci, aile birleşimi, çalışma amaçlı) ikamet için verilen vize tipidir. Almanya Ulusal Vizesi (D Tipi vize) başvuruları yalnızca Almanya Konsolosluğu'na ve Almanya Büyükelçiliği'ne birebir başvuru yapılarak alınabilir.
- Almanya Transit Vize (A Tipi Vize): Türkiye'den hareket edip Almanya üzerinden üçüncü bir ülkeye transit geçiş yapacak Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Havaalanı Transit Vize başvurusunda bulunmalıdır. A Tipi Vize sahipleri, havalimanında uluslararası transit bölümünü terk etmeden ve pasaport kontrolünden geçmeden aktarma yapmak suretiyle seyahat ederler

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

Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

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

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

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

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

- (<https://www.officeholidays.com/countries/germany/2024>)
- (<https://www.timeanddate.com/holidays/germany/>)
- (<https://publicholidays.de/2024-dates/>)
- (<https://www.holidays-info.com/germany/school-holidays/2024/>)

Yerel Saat

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

5. ŞİRKET KURULUŞU ve İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

Şirket Türleri

Şirket Kurma Prosedürleri

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

Almanya'da işletmeler hukuki açıdan üç farklı şekilde kurulabilmektedir;

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

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

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

Sermaye şirketlerine örnek olarak GmbH, UG (Unternehmer-Gesellschaft-sınırlı sorumlu), Limited &Co. KG ve AG (Aktiengesellschaft) verilebilir. Diğer sermaye şirketleri olarak, sermayesi paylara bölünmüş komandit şirkete (Kommanditgesellschaft auf Aktien), kısa adıyla „KgaA“ tarzı şirketleri anmak gerekir.

Şahıs şirketlerini sermaye şirketlerinden ayıran ortak özellik, oluşacak zararların şahsi mal varlığıyla ödenmesidir. Her halükarda şirketi açacak olan şahsın asgari bir sermaye ile başlaması gerekmektedir. Tek kişilik şahıs şirketlerini, birden fazla ortaklı şahıs

şirketlerinden ayıran temel özellik ise, tek kişilik şirket sahibinin aynı zamanda şirketin yöneticisi olmasıdır.

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

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

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

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

Almanya'da Şirket Kurmanın Aşamaları:

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

Almanya'da Bir Limited Şirket (GmbH) Kurulması:

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

Limited Şirket (GmbH) Kuruluş Şartları:

- Anasermaye en az 25.000,- € olmalıdır.
- Şirket sözleşmesi noter tarafından tasdik edilmelidir.
- Ticaret siciline kayıt yaptırma zorunludur.

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

Şube Açma Şartları:

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

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

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

Sosyal Güvenlik Uygulamaları

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

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

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

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

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

2024 yılı sigorta prim oranlarının dağılımı, aşağıdaki gibidir:

Sigorta Prim Oranlarının Brüt Ücret İçerisindeki Oranı 2024

Sosyal Sigorta	Toplam Prim Oranı (%)	İşçi Payı Sigorta Prim Oranı	İşveren Payı Sigorta Prim Oranı

Hastalık Sigortası	14,60 + X*	7,30 +X/2	7,30+X/2
Emeklilik Sigortası	18,60	9,30	9,30
Kaza Sigortası	-	-	işin risk derecesine göre değişmektedir.
İşsizlik Sigortası	2,60	1,30	1,30
Bakım Sigortası**	3,40	1,70	1,70

*:Ek prim ortalaması 1,1 (Sigorta Kurumlarının insiyatifindedir)

**::Çocuksuz kişiler için 0,6 ek prim ile 4,0 oranındadır.

Kaynak: <https://www.lohn-info.de/beitragsberechnung.html>

Sonuç itibarıyla, F. Almanya’da iş kurmak isteyen restoran, broker, vb. firmalar, firma kuruluşlarına ilişkin standartların belirlenmesi aşamasında ve yerel otoritelere kayıt sırasında bir ticaret izni almak durumundadır. Ancak bu iznin gerekmediği hallerde, firmaların yerel ticaret ofislerinde ticaret lisansı temin etmesi ihtiyacı hasıl olmaktadır. Bu bildirim prosedürü, aynı zamanda Federal sosyal sigorta ve sağlık kurumu gibi ülke nezdinde yetkili otoritelere kayıt formalitelerinin yerine getirilmesi açısından önemlidir.

Ayrıca, firmaların ilgili sektör açısından yetkili birliklere kayıt yaptırması zorunluluğu bulunmaktadır. Söz konusu birlikler ülkede mesleki kaza sigortası temsilciliğini üstlenmiş durumdadır. Söz konusu kayıt, firmanın kuruluş tarihinden itibaren bir haftalık süre zarfında yaptırılmalıdır.

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

Bankacılık Mevzuatı

Federal Almanya’nın güçlü sektörlerinden olan finans sektörü, ekonominin bel kemiği olarak değerlendirilmektedir. 2018 yılı itibarıyla Alman bankacılık endüstrisinin toplam varlığı 7 trilyon 927 milyar avro olarak gerçekleşmiştir.

Ülkede bankacılık sektörü üç ana sütun üzerinde kurgulanmıştır: ticari bankalar (Deutsche Bank, DZ Bank, KfW Bank, Commerzbank, Unicredit Bank), kamu bankaları (Sparkassen ve Landesbanken) ve kooperatif bankaları (Volks- ve Raiffeisenbanken). Almanya’nın en büyük özelliklerinden biri, özel bankacılığın Alman pazarının sadece küçük bir kısmını kapsamasıdır. 2018 yılı baz alındığında, Almanya’da faaliyet gösteren 1.823 adet bankanın sadece 267’si özel bankadır.

2017 yılı itibarıyla, Deutsche Bank 1.474 milyar avro tutarındaki toplam varlığı ile ticari bankalar arasında birinci sırada yer almıştır. Hamburger Sparkasse ise kamu bankaları arasında 46 milyar avroluk toplam varlığı ile birinci sırada yer almıştır. Deutsche Apotheker- und Ärztbank eG ise 46 milyar avro tutarındaki toplam varlığı ile en önemli kooperatif bankasıdır. Bu dönemde bankacılık sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 570.000’in üzerindedir.

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

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

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

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

Vizeler

Girişimciler İçin Oturma İzni

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

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

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

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

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

Konuya ilişkin detaylı bilgilere Aşağıdaki internet adresleri üzerinden ulaşılabilir:

- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı – Şirket Kuruluşu Portalı (Türkçe)
(<http://www.existenzquender.de/TR/Home/inhalt.html>)

- Almanya Ticaret Ve Yatırım Ajansı GTAI - Şirket Kuruluşu
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/company-set-up>)

Diğer Faydalı Bilgiler

Türk Firmaları İşçilerinin İstisna Akdi Çerçevesinde İstihdamına İlişkin Anlaşma

Türkiye ve Almanya'nın ekonomik işbirliğini teminat altına almak, Türk firmalarına Alman pazarına giriş olanağı sağlamak, işgücü piyasasının ihtiyaçları da gözetilmek suretiyle, Türk işgücüne istihdam olanağı yaratmak amacıyla; Türk Hükümeti ile Almanya Federal Cumhuriyeti Hükümeti arasında "Türk Firmaları İşçilerinin İstisna Akdi Çerçevesinde İstihdamına İlişkin Anlaşma" 18 Kasım 1991 günü imzalanmış ve imzalandığı tarihten yürürlüğe girmek üzere 20.12.1991 günlü Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

Bu Anlaşmanın uygulama usul ve esaslarını belirleyen ve 17.04.1992 tarih ve 21202 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren Tebliğ çerçevesinde de çalışmalara başlanılmış olup, çalışmalar halen 24.04.2004 tarih ve 25442 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan Tebliğ çerçevesinde yürütülmektedir.

Söz konusu anlaşma çerçevesinde AFC'de yerleşik firmalarla Türkiye'de yerleşik firmaların iş sözleşmesi yapmaları gerekmektedir. AFC'de yerleşik gerçek kişiler ve kamu kurumları bu anlaşma kapsamının dışındadır.

AFC'ne işçi götürmek isteyen Türk firmalarının Türkiye İş Kurumu'na (Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüğü) aşağıdaki belgelerle birlikte müracaat etmeleri gerekmektedir:

- a) Başvuru formu,
- b) Türkiye de mukim bir firma ile Almanya Federal Cumhuriyeti'nde mukim bir firma arasında, istisna akdine dayanarak, geçici bir iş yapmak üzere imzalanan, alınan işin süresi, işin maliyeti ve işin adresinin açıkça belirtildiği, Türk Ticaret Müşavirlikleri/Ataşelikleri tarafından onaylı iş sözleşmesi (nüshası) ve Türk Konsoloslüğundan veya yeminli tercüme bürosundan onaylı iş sözleşmesinin Türkçe çevirisi ile Almanca orijinali (Almanca orijinali, kota tahsisi yapıldıktan sonra fotokopisi alınarak kota ile birlikte firma yetkilisine iade edilir),
- c) Firma yetkililerinin noterden onaylı imza sirküleri örneği,
- d) Firmanın kuruluşuna ilişkin Ticaret Sicil Gazetesinin aslı veya noterden onaylı örneği (ilk kuruluş gazetesi ve değişiklik olmuşsa son hali),
- e) Alman firmasının kuruluş kaydını gösterir belgenin yeminli tercüme bürosundan onaylı Türkçe çevirisi, (bu belge, iş alınan Alman firması değişmediği sürece bir defaya mahsus alınır. Ancak Alman firmasının değişmesi halinde, yeni Alman firmasının kuruluş kaydı ilgili kota dosyasına konulmaktadır).

İl/şube müdürlüklerince, daha önce kota tahsisi yapılmış olan firmaların, sonraki kota taleplerinde sadece iş sözleşmelerine istinaden işlemleri yapılmaktadır.

Bu bilgi ve belgeler Kurumca incelendikten ve taahhüt altına girilen işin bedeli ile işin süresi göz önünde bulundurulduktan sonra, aynı gün veya bir gün sonra firmalara kota tahsisinde

bulunmaktadır. Kurumca düzenlenen kota tahsisi belgesi Alman Federal İş Kurumu tarafından "Kontingentbestätigung" olarak adlandırılmaktadır.

Çalışma ve İş Kurumu İl Müdürlüklerinde firmalar, işçilerle bireysel iş sözleşmesi imzalamadan önce, AFC'ye götürecekleri her bir işçi için 1.000 EURO tutarındaki teminat mektuplarını Sosyal Güvenlik Kurumu'na vermekte ve işçilerin sosyal güvenliklerini sağlayan, AT/1 ve AT/11 formülerlerini düzenlemektedirler.

Ön çalışma iznini ibraz eden firmanın işçileri için hizmet akdi düzenlemeden önce her bir işçi için SGK'ca düzenlenen AT/1 ve AT/11 formülerlerini ibraz etmesi ve bir nüshasının firma dosyasında muhafaza edilmesi gerekmektedir. Ancak, son 1 (bir) yıl içerisinde 30 günlük prim ödeme süresi tamamlanmadığından AT/11 formüleri hazırlanamayan işçiler için il/şube müdürlüklerince, 30 günlük prim ödeme süresi tamamlanıncaya kadar, özel sigorta şirketlerine yaptırılacak sağlık sigortasına dair poliçe ile işçinin sigortalılık süresini gösterir SGK'dan alınacak belge aranmaktadır. Poliçe ve SGK'dan alınacak sigortalılık süresini gösteren belgelerin birer nüshası firma dosyasında muhafaza edilmektedir. Yaptırılacak hastalık sigortasının işler bakımından yasal bir Alman hastalık sigortasıyla denk olması gerekmektedir.

Teminat mektubu yatırılan ve sosyal güvenlikleri sağlanan işçiler için İl Müdürlüğü nezdinde işçi ve işveren Kurumca hazırlanan tip iş sözleşmesi imzalatılmakta ve bir nüshası işçiye, bir nüshası işverene verilmekte ve bir nüshası da Kurumda saklanmaktadır).

Kota tahsisinde bulunulan firmaların, iş sözleşmesinin aslıyla birlikte yetkili Alman Federal Çalışma Kurumu'na (Bundesagentur für Arbeit (Nordbahnhofstrasse 3-34 (70191) Stuttgart)) aşağıdaki belgelerle birlikte müracaat etmeleri gerekmektedir:

- a) İş sözleşmesi ssli (Werkvertrag),
- b) Performans çizelgesi (Leistungsverzeichnis/Leistungsbeschreibung, her bir iş aşaması için gerekli malzeme miktarı/birim ve toplam bedel),
- c) Kota tahsis belgesi (Kontingentbestätigung),
- d) İş sözleşmesine ilişkin açıklayıcı belge (Erklärung zum Werkvertrag; über die Lohn- und Arbeitsbedingungen, çalışma ve ücret koşullarına ilişkin, 2 nüsha),
- e) Personel istihdam planı (Personaleinsatzplan, farklı sayıda işçinin farklı tarihlerde işe alınması ve iş süresi içinde mevcut işçilerin yenileri ile değiştirilmesi durumunda),
- f) İş ilişkileri hakkında bilgi beyanı (Auskunft über die betrieblichen Verhältnisse, işi veren Alman ve yüklenici Türk firması hakkında bilgileri içermektedir),
- g) İş veren Alman firmasının işletmesi hakkında bilgi beyanı (Selbstauskunft über die betrieblichen Verhältnisse des Auftragsgebers),
- h) İş veren Alman firmasına ait son sermaye durumunu gösteren ticaret kaydı (Handelsregisterauszug; Amtsgericht),
- i) İstihdam edilecek (Türk) işçi listesi,
- j) Vekaletname (Türk firmasının müracaatının ve iş takibinin Türk firması yetkilisi dışında başka bir kişi tarafından yapılması durumunda),
- k) İşletme bildirim (Belediye'ye-Stadt, yapılan bildirim, Gewerbeanmeldung, Türk firmasının Almanya'da kurulmuş bir şubesi ve bu şubede yetkilendirilmiş Almanya'da oturum-ve çalışma izni, bulunan bir kişi bulunmaması durumunda, Türk firması oturum-ve çalışma izni, bulunan bir kişiyi yetkilendirerek bu bildirimde bulunmak zorundadır).

(Yukarıda belirtilen belgelerden h,i,j ve k belgeleri Alman Federal İş Kurumu'nun İnternet sayfasında yayımlanan Gerekli Belgeler Listesi'nde yer almamakla birlikte Kurum tarafından talep edilmektedir. Hem Türkiye İş Kurumu'nun hem de Alman Federal İş Kurumu'nun yukarıda belirtilen belgeler dışında gerektiğinde açıklayıcı başka bilgi ve belge isteme hakkı bulunmaktadır. Başvuru Form Nüshaları her iki Kurumdan da temin edilebilmektedir.)

İşlem ücreti olarak 200 avronun, ayrıca her ay ve işçi başına 75 avronun Alman Federal İş Kurumu'nun ilgili hesabına yatırılması gerekmektedir. Müracaatın, "iş sözleşmesi"nde belirtilen işin başlama tarihinden en erken 3 ay, en çok 4 hafta öncesinde yapılabilmesi mümkündür.

Ücret koşulları ile ilgili olarak her bir iş türü itibariyle söz konusu takvim yılı için geçerli olan ve resmi çizelgelerle Alman Federal İş Kurumu tarafından da ibraz edilen saat başına asgari net ücretin ve ilaveten buna karşılık gelen sosyal sigorta katkısının Türk firması tarafından ödenmesi yasal zorunluluktur. Ayrıca, Türk firması Türkiye'den getirilen işçilerin yemek ve konaklamaları ücretsiz olarak karşılanmayacaksa, Almanya'da yasal karşılığı belirlenmiş olan parasal katkıyı sağlamak zorundadır. Ücretlerin (fiilen) avro cinsinden ödenmesi zorunlu değildir.

İşi alan Türk firmasının vergisel tüm işlemleri için "Finanzamt-Unna (Rennweg 1 (44143) Dortmund)" görevlendirilmiştir.

Ücret ve yasal zorunluluklara uymayan Türk firmalarına (ve diğer yabancı firmalara) bir daha kesinlikle izin verilmemektedir.

Yüklenilen işin süresi içinde ortaya çıkan yasal ihlallerde işin bitimi beklenmeden "izinler" iptal edilir.

Alman Federal İş Kurumu tarafından en fazla 2 yıl süre ile izin verilmektedir. İzin süresi ek olarak 6 ay, istisnai olarak en fazla 3 yıla kadar uzatılabilmektedir.

İşçilerin izin süreleri çalışma süresine dahil olarak değerlendirilmektedir.

Bir işçi Almanya'da İstisna Akdi Çerçevesinde 9 aydan daha az süre ile çalışmışsa 3 ay sonra tekrar aynı kapsamda çalışma amacıyla Almanya'ya giriş yapabilmektedir. 9 ay ile 2 yıl arasında çalışmışsa çalıştığı süre kadar bu kapsamda Almanya'ya giriş yapamaz.

Aynı iş kapsamında farklı adresler için de çalışma izni verilebilmektedir. Ancak, açıklayıcı bildirimde bulunulması zorunludur. Aynı iş sözleşmesi kapsamında 50 km çapında bir alanda en fazla 5 farklı adres bildirimini yapılabilmektedir (adres, bölge/mevki olarak değil, net olarak kapı numarası (Hausadresse) şeklinde tanımlanmaktadır. Ancak, telekomünikasyon alt yapısı çalışmalarında tüm "yol boyu" söz konusu olduğunda, işi veren tarafından yolların liste dökümü ve işi alan firmadan da yollar itibariyle işçi listesi talep edilmektedir).

Türk firması tarafından sözleşme kapsamında istihdam edilecek olan Türk işçi sayısının işi veren Alman firmasının işçi sayısının toplam kayıtlı işçi sayısının %30'unu aşmaması gerekmektedir (bu koşul başka ülke firmalarının İş Sözleşmesi kapsamında işçi getirmelerinde de söz konusudur).

Alman Federal İş Kurumu tarafından yapılan inceleme ve değerlendirme sonucunda “her bir işçi için “İş Sözleşmesi Kapsamında İşçi Kartı” (Werkvertragsarbeitnehmerkarte) düzenlenmektedir (bu belgeler Türkiye İş Kurumu tarafından “Ön Çalışma İzni” olarak nitelendirilmektedir).

Türk firması “İş Sözleşmesi Kapsamında İşçi Kartları” ile birlikte Alman Konsolosluklarına müracaat ederek, vize işlemlerini müteakip Türk işçilerini Almanya’ya götürebilmektedir.

Sözleşmeli işçi olarak vize almak isteyenlerin vize başvurularına şahsen gelmeleri beklenilmektedir. Gerekli belgeler şunlardır:

- a) Almanca dilinde eksiksiz doldurulmuş ve başvuru sahibi tarafından imzalanmış bir veya iki adet başvuru formu ve İkamet Yasası’nın 54. Maddesinin 2. fıkrasının 8. bendine göre gerekli ek belge (başvuru sahibi tarafından imzalanmış),
- b) Pasaport ,
- c) 2 adet vesikalık fotoğraf.

İstisna akdi çerçevesinde sözleşmeli olarak çalışacak “kişiye ait belgeler”:

- İstisna akdi çerçevesinde sözleşmeli işçi kartı (Werkvertargsarbeitnehmerkarte),
- Meslek eğitimini gösteren belge,
- “SGK İşe Giriş Bildirgesi” ile” SGK Hizmet Dökümü”,
- İkameti belgeleyecek kira kontratı ve elektrik/su/doğalgaz faturaları,
- Tam tekmil vukuatlı nüfus kayıt örneği (nüfus kayıt örneğinde “Düşünceler” bölümünün de eksiksiz doldurulmuş olması gerekmektedir),
- Sağlık sigortası belgesi (A/T 11).

İstisna akdi çerçevesinde sözleşmeli olarak çalışacak “şirket evrakları”:

- İmza sirküleri,
- Firmanın güncel “Ticaret veya Sanayi Odası Sicil Kayıt Sureti” (suret, 6 aydan eski olmamalıdır),
- Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi’nden şirketle ilgili bölümün fotokopisi,
- Vergi levhası.

Alman Firmalarına İlişkin Online Veri Tabanları

- **WER LIEFERT WAS** (<https://www.wlw.de/en/home>): F. Almanya’da en çok kullanılan firma adresi arama motorudur. Yaklaşık 550.000 toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı firma adres bilgisi mevcuttur. İngilizce ve Almanca arama yapmak mümkündür. Arama yaparken toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı ayrımı yapılarak hedef firmalara ulaşmak daha kolay hale getirilmiştir. Ayrıca posta kodu, bölge, firma ismi, sahip olunan sertifikalara göre de arama yapmak mümkündür. Bunun dışında sektörel olarak ticari aracılık yapan ajansların ve ithalatçı firmaların iletişim bilgilerine arama kısmı yardımıyla ulaşma imkanı bulunmaktadır.

- **WER ZU WEM** (<https://www.wer-zu-wem.de/firma/>): Bu firma adres kataloğu 110.000'den fazla firma adresi içermektedir. Toptan ve perakende ticaret yapan firmalar, hizmet sağlayıcıları, üreticiler vb. ana başlıklar adı altında firma hakkındaki bilgiler sektörel olarak listelenmiştir. Sadece Almanca arama yapmak mümkündür. Firma iletişim bilgileri dışında ayrıca çalışan sayısı, cirosu ve iştiğal alanı hakkında ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.
- **KOMPASS** (<http://tr.kompass.com/>): 5 milyondan fazla uluslararası ve yurt içi ticaret yapan alıcı ve/veya satıcı B-2-B firmalarını listelendiği, dünya çapında ve Türkçe dahil farklı dillerde hizmet veren kapsamlı bir veri tabanıdır.
- **EUROPAGES** (<http://www.europages.com.tr/>): 26 dilde yayınlanan Avrupa merkezli bir B2B platformudur. En başta üreticiler, hizmet sağlayıcılar, toptancılar ve distribütörler olmak üzere 3 milyon kayıtlı işletme bulunmaktadır. Her ay dünyanın her köşesinden gelen 2 milyondan fazla münferit ziyaretçi ürün, hizmet ve tedarikçi bulmak için bu platformu kullanmaktadır. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.
- **ITC-TRADE MAP** (<http://www.trademap.org/Index.aspx>): ITC Veri Tabanı'na ücretsiz üye olarak G.T.I.P. bazında ithalatçı ve ihracatçı firmaların iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür.
- **BDI-Alman Federal Sanayi Birliği Veri Tabanı** (<https://www.deutsche-exportdatenbank.de/eng/>): Alman üreticileri ve ihracatçıları veri tabanı (Almanca ve İngilizce).
- **IHK Firma Veri Tabanları** (<https://www.bw-firmen.ihk.de/sites/fitbw/pubMap.aspx>): F. Almanya Ticaret ve Sanayi Odaları'nın kendi sayfalarında yayınladığı firma veri tabanları üzerinden, sektörel olarak firma iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür. Harita üzerine tıklayarak bölge/şehir seçimi yapıp ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı firma bilgilerine ulaşabilirsiniz. Sektör, firma büyüklüğü, firma hukuki formu, bölge gibi kombinasyonları ile Almanca ve İngilizce olarak arama yapmak mümkündür.
- **Industrystock** (<https://www.industrystock.com/en>): Sanayi sektörü için 16 dilde 300.000'den fazla doğrulanmış şirket ve 3,1 milyondan fazla ürün için dünya çapında bir arama motoru sunuyor. Sanayi işletmelerindeki alıcılar için (IndustryStock.com) tüm dünyadan üreticilerin sonuçlarını sunan bir arama motorudur. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

Almanya'daki Türk Firmalarına İlişkin Veri Tabanları

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

- <http://mavirehber.de/>
- <http://www.turkisch.com/>
- <https://www.turk5.com>

Almanya Pazarına Yönelik Araştırmalar İçin Bilgi Kaynakları

- **GTAI** (<https://www.gtai.de/gtai-en>): F. Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı, Almanya'nın ve eyaletlerinin ekonomik profili, sektörler, şirket kuruluşu, yatırım danışmanlığı, vergi sistemi, teşvikler, ihaleler gibi konular hakkında ayrıntılı bilgiler sunar ve ücretsiz danışmanlık hizmeti verir.
- **DIHK** (<https://www.dihk.de/de>): Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği, Alman bölgesel (IHK) ve uluslararası (AHK) ticaret ve sanayi odalarının çatı kuruluşudur. F. Almanya'daki bölgesel olarak faaliyet gösteren tüm ticaret ve sanayi odalarına "IHK-Finder" üzerinden ulaşmak mümkündür.
- **TD-IHK** (<https://td-ihk.de/>): Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası, Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği (DIHK) ve Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) arasında imzalanan protokol sonucu Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası (TD-IHK) kurulmuştur. Merkezi Berlin'dedir.
- **AHK-Türkei** (<https://www.dtr-ihk.de/tr/>): Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası, AHK'lar 90 ülkede 130 merkezde deneyimlerini, irtibatlarını ve hizmetlerini Alman ve yabancı şirketlere sunuyor. AHK Türkiye, şirketlerin Türkiye ya da Almanya pazarına girme çalışmalarını başarılı şekilde yürütebilmeleri ve piyasada başarı kazanmaları için çok sayıda yardım olanağı sunar. Merkezi İstanbul'dadır.
- **IXPOS** (<https://www.ixpos.de/IXPOS18/Navigation/EN/Business/businessfinder.html>): Alman Dış Ticaret Portalı, Talep-Teklif Veri Tabanı üzerinden uluslararası teknik ve ticari işbirliği duyuruları yapılabilmektedir.
- **DESTATIS** (https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html): F. Almanya İstatistik Kurumu, Almanya hakkında her türlü istatistiki bilgi ve yayınların sunulduğu resmi istatistik kurumudur. Ayrıca, Genesis-Online veri tabanı üzerinden de dinamik sorgulama yapmak mümkündür.
- **AUMA** (<https://www.auma.de/en>): Alman Ticaret Fuarları Birliği, F. Almanya'da düzenlenen fuarlara ilişkin rapor ve istatistiki bilgilerin yayınlandığı bir bilgi platformudur. Yer, tarih ve sektör bazında arama yapılarak, Almanya'da düzenlenen fuarlara ilişkin bilgilere ulaşmak mümkündür.
- **Trade-Helpdesk** (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/de/home>): Ticaret Yardım Masası, GTIP ve ülkeler bazında Avrupa pazarına giriş koşulları, tarifeler, istatistikler, gümrük vergileri gibi konular hakkında dinamik sorgulama yapmayı mümkün kılan bir veri tabanıdır. Örneğin; herhangi bir GTIP numarası girilerek orjin ülke olarak Türkiye, hedef ülke olarak Almanya seçildiğinde, söz konusu ürünün Almanya'ya ihracatında gerekli olan bilgilere ulaşılabilir.
- **TARIC** (https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=de): AB Gümrük Tarifeleri, ticari ve tarımsal mevzuat ile ilgili orijin ülkeye göre GTIP bazında

ilgili tarifeler ve önlemler hakkında bilgiler içerir. Mal ithal ve ihraç edeceklere ne yapmaları hakkında net bir görünüm sağlar.

- **ZOLL** (https://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html): Merkez Gümrük Müdürlüğü, Gümrük hakkında çeşitli konular çerçevesinde ihtiyaç duyulan ayrıntılı bilgilerin bulunduğu ağ sayfasıdır.
- **ITC** (<https://www.intracen.org/>): *Uluslararası Ticaret Merkezi*; Ticaret, pazara giriş, standartlar, sektör analizleri ayrıntılı istatistikler, ithalatçı ve ihracatçı firma listeleri (GTİP'na göre), yatırım vb. konularda ayrıntılı bilgilerin tutulduğu ve dinamik sorgulama yapılabilen uluslararası bir veri tabanıdır. TRADE MAP, MARKET ACCESS MAP, INVESTMENT MAP, TRADE COMPETITIVENESS MAP, STANDARTS MAP gibi veri tabanları vardır.
- **Deutsches Verbände Forum** (<https://www.verbaende.com/>): F. Almanya'da faaliyet gösteren birlik ve derneklerin iletişim bilgilerinin bulunduğu bir platformdur. Yaklaşık 14.000 birlik/dernek adresinin mevcut olduğu platformda sektörel olarak arama yapmak (Adressensuche) mümkündür.
- **CBI** (<https://www.cbi.eu/>): AB Ülkeleri pazarına giriş koşulları ve sektörel raporların yayınlandığı bir veri tabanıdır. Sektörel olarak ithalatçı ve dağıtım kanalları, fuarlar, istatistikler, fiyat analizleri, hakkında önemli bilgiler mevcuttur. Özellikle "Market Information" kısmının incelenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.
- **KFW-Alman Kalkınma Bankası** (<https://www.kfw.de/kfw.de-2.html>): KfW Bankaları Grubu, Federal Birlik ve Eyaletlerin sahip olduğu bir kalkınma bankasıdır. KfW özellikle orta ölçekli işletmeler, iş kurma, çevre koruma, konut ekonomisi, alt yapı, eğitim teşviki, proje ile ihracat finansmanı ve kalkınma işbirliği alanında ekonomik, sosyal ve ekolojik hayat şartlarının sürdürülebilir olarak iyileştirilmesini desteklemektedir.
- **İşte Almanya** (<https://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/en>): F. Almanya hakkında politika, ekonomi, çevre, iklim, eğitim, kültür, yaşam tarzı gibi bilgilerin çeşitli dillerde yayınlandığı bir bilgi platformudur. Türkçe yayın da bulunmaktadır.
- **Handelsregister**(https://www.handelsregister.de/rp_web/normalesuche.xhtml):Almanya çapında firmaların ticari sicil kayıtları ile ilgili bilgilerin tutulduğu resmi bir veri tabanıdır. "Normal Search" kısmı üzerinden aradığınız firmanın sicil kaydı bulunup bulunmadığını bu site üzerinden tespit edebilirsiniz.
- **Make it in Germany** (<https://www.make-it-in-germany.info.tr/>): Almanya Ekonomi ve Enerji Bakanlığı "Make it in Germany" 'hoş geldin' portalı ile uluslararası kalifiye elemanlara Almanya'daki kariyer imkânları ve buranın niçin yaşamaya ve çalışmaya değer bir ülke olduğu hakkında bilgi vermektedir. F. Almanya'da yaşam, çalışma, vize, eğitim, sağlık vb. konularla ilgili bilgiler bulunmaktadır.
- **Şirket Devir Borsası** (<https://www.nexxt-change.org/DE/Startseite/inhalt.html>): Birçok serbest girişimci, ailesi veya çalışanları arasında işletmesini devralacak kimse olmadığı için,

işletmesini devredebileceği başka kişiler aramaktadır. Aynı zamanda azimli birçok işadami ve girişimci de halihazırda kurulu olan işletmeleri devralmak istemektedir. Şirket devir borsası ,“nexit-change” her iki grup için en iyi çözümü sunmaktadır.

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

- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı-Şirket Kuruluşu Portalı (Türkçe) (<http://www.existenzruender.de/TR/Home/inhalt.html>)
- Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği-Şirket Kuruluşu (<http://www.ihk.de/#ihk-finder>): F. Almanya’daki Ticaret ve Sanayi Odaları üzerinden şirket kuruluşu ile ilgili bilgiler temin edilebilir (Örnek: Berlin Ticaret ve Sanayi Odası: <https://www.ihk-berlin.de/English/en>).
- AB Ülkelerinde İş Yapmak İsteyen Firmalar İçin Pratik Rehber (<http://europa.eu/youreurope/business/>)
- Points of Single Contacts – Bütünleşik İletişim Noktası (https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact_en): AB ülkeleri hakkında girişimciler için bilgiler içeren bu sayfalar üzerinden ticari işletme, zanaat ve serbest meslek faaliyetlerinin yürütülmesi ile ilgili olarak bilgi edinme ve danışmanlık hizmetlerinin yanında kamu kayıtlarına ulaşabilme imkanı bulunmaktadır.
- Bütünleşik İletişim Noktası (EA Berlin)-Türkçe (<https://www.berlin.de/ea/tr/>): Berlin eyaletinde bütünleşik iletişim noktası (EA Berlin) Ekonomi, Teknoloji Ve Araştırma Senato İdaresi bünyesinde yer almaktadır.

EA Berlin aşağıdaki konularda sizin ilk danışma merkezinizdir:

- Berlin’de şirket kurma
- Zanaat işletmesi kurma
- Serbest meslek faaliyetinin kabulü
- Sınır aşırı hizmetler
- Mesleki eğitimin tanıtılması

EA Berlin sadece girişimcilerin sorularını ve işlemlerine yönelik bilgi ve danışma merkezi olmayıp aynı zamanda işlemlerin gidişatına eşlik eden de bir yapıdır. Formlarınızı ve evraklarınızı alıp yetkili makamlara iletmektedir. Böylece her şey bir arada ve koordineli şekilde ilerlemektedir. Özellikle Bilgi ve Danışmanlık kısmında girişimciler için ayrıntılı ve faydalı bilgiler mevcuttur.

- Germany Trade and Invest-Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı: Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı’nın bu kısmında yatırım, vize, şirket kuruluşu, teşvikler, vergi sistemi, çalışma ve sosyal sigortalar ve yasal çerçeveler hakkında bilgiler mevcuttur.
- Yatırım Rehberi: (<http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/investment-guide.html>)

- Vize İşlemleri: (<https://www.gtai.de/gtai-en/invest/investment-guide/coming-to-germany-visa-and-entry-regulations-558352>)
- Şirket Kuruluşu: (<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/company-set-up>)
- Teşvikler: (<http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/Investment-guide/incentive-programs.html>)
- Vergi Sistemi: (<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/corporate-taxation>)
- Çalışma ve Sosyal Güvenlik: (<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/employees-and-social-security>)
- Teşvik Veri Tabanı (<https://www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Home/home.html>): Förderdatenbank teşvik veri tabanı üzerinden Avrupa Birliği, F. Almanya ve Eyaletler düzeyinde verilen teşvik programları hakkında kapsamlı ve aktüel bilgiler temin edilebilir. Söz konusu veri tabanında alan, sektör, bölge, teşvik şekli nezdinde arama yapmak mümkündür.
- Şirket Devir Borsası (<https://www.nexxt-change.org>): Birçok serbest girişimci, ailesi veya çalışanları arasında işletmesini devralacak kimse olmadığı için, işletmesini devredebileceği başka kişiler aramaktadır. Aynı zamanda azimli birçok işadamı ve girişimci de halihazırda kurulu olan işletmeleri devralmak istemektedir. Şirket devir borsası ,“nexxt-change” her iki grup için en iyi çözümü sunmaktadır.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı- İhracat Destekleri (<https://kolaydestek.gov.tr/>): Bakanlığımız tarafından yürütülmekte olan ihracata yönelik devlet yardımları, yurtdışına açılma sürecinde firmalarımıza her safhada destek sağlanmasını amaçlayan bütünsel bir bakış açısıyla sürdürülmektedir. Yatırım-üretim-istihdam-ihracat değer zincirinin tüm halkalarına yönelik politikalar oluşturularak Ar-Ge, inovasyon, tasarım, markalaşma ve hedef pazara giriş konularında gelişme kaydedilmektedir. Destek sistematiğimizde ihracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma olmak üzere üç olgunluk seviyesi bulunmaktadır.

Almanya'daki Noter/ Mali Müşavir/Avukat Odaları

Almanya'daki Noterler

- Federal Alman Noterler Odası: <http://www.bnotk.de/en/index.php>
- Alman Noterler Birliği: <http://www.dnotv.de/>

Almanya'daki Mali Müşavirlik Odaları ve Birliği

- Alman Mali Müşavirler Birliği: <https://www.dstv.de/en/dstv-en>
- Federal Mali Müşavirlik Odası (Bundessteuerberaterkammer): <https://www.bstbk.de/de/index.html>

Almanya'daki Barolar

- Avukat Odaları <https://www.brak.de/die-brak/rechtsanwaltskammern/>

- Patent Avukatları Odası:

[https://www.patentanwaltsregister.de/\(X\(1\)S\(cc4cs045eu3dlngqb350ksiz\)\)/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.patentanwaltsregister.de/(X(1)S(cc4cs045eu3dlngqb350ksiz))/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1)

Almanya'da Türkçe Hizmet Veren Avukatlar Portalı

-Türk Avukat Rehberi: <https://avukat24.de/?lang=de>

Almanya Eyaletleri Hakkında Bilgi Kaynakları

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

- GTAI-Germany Trade and Invest, Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı: Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı Eyaletler kısmında F. Almanya Eyaletleri ile ilgili ekonomik ve ticari iletişim noktaları hakkında bilgiler mevcuttur (<https://www.gtai.de/gtai-en/invest/business-location-germany/federal-states>)
- Statistische Ämter Der Länder, Eyaletler İstatistik Ofisi: F. Almanya eyaletlerinin karşılaştırmalı olarak kapsamlı bir şekilde ekonomik verilerinin yayımlandığı bir veri tabanıdır. GSYİH, işsizlik oranları, nüfus, dış ticaret, ekonomik büyüklük, eğitim, sağlık vb. birçok konuda istatistiki bilgi sağlayan söz konusu veri tabanına (<https://www.statistikportal.de/de>) linkten ulaşabilirsiniz.
- -Make It In Germany: F. Almanya hakkında çeşitli faydalı bilgilerin mevcut olduğu bu portalda eyaletler hakkındaki bilgiye (<https://www.make-it-in-germany.com/en/living-in-germany/advisory/german-states>) linkten ulaşabilirsiniz.

Eyalet Bazlı Yatırım/Kalkınma Ajansları

Baden-Württemberg International Willi-Bleicher-Strasse 19, 70174 Stuttgart www.bw-invest.de	Invest in Bavaria Prinzregentenstrasse 22 , 80538 Muenchen www.invest-in-bavaria.de
Berlin Partner GmbH Fasanenstrasse 85, 10623 Berlin www.berlin-partner.de	Brandenburg Economic Development Board Steinstrasse 104-106, 14480 Potsdam www.zab-brandenburg.de
WFB Economic Development GmbH Langenstrasse 2-4, 28195 Bremen www.wfb-bremen.de	Hamburg Business Development Corporation Habichtstrasse 41, 22305 Hamburg www.hamburg-economy.de
Hessen Trade & Invest GmbH Konradinerallee 9, 65189 Wiesbaden www.hessen-trade-and-invest.com	Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH Schlossgartenallee 15, 19061 Schwerin www.gfw-mv.de
Invest in Niedersachsen Schillerstrasse 32, 30159 Hannover www.nds.de	NRW.INVEST GmbH Voelklinger Strasse 4, 40219 Duesseldorf www.nrwinvest.com
Investment and Economic Development Bank of Rheinland-Pfalz	Saarland Economic Promotion Corporation Franz-Josef-Roeder-Strasse 17,

Holzhofstrasse 4, 55116 Mainz www.isb.rlp.de	66119 Saarbruecken www.invest-in-saarland.com
Saxony Economic Development Corporation Bertolt-Brecht-Allee 22, 01309 Dresden www.invest-in-saxony.net	Investment and Marketing Corporation of Saxony-Anhalt Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg www.invest-in-saxony-anhalt.com
Business Development and Technology Transfer Corporation of Schleswig-Holstein Lorentzendamm 24, 24103 Kiel www.wtsh.de	State Development Corporation of Thuringia Mainzerhofstrasse 12, 99084 Erfurt T. +49 (0)361 56 03 146 www.leg-thueringen.de

Kaynak: T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği