

FEDERAL ALMANYA PAZAR BİLGİLERİ



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

İçindekiler

1.	DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI	3
2.	PAZARIN ÖZELLİKLERİ	13
3.	ÖNEMLİ SEKTÖRLER.....	18
4.	PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER.....	43
5.	ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER	39

1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

Dış Ticaret Politikası

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 Yönetmeliği (Außenwirtschaftsverordnung-AWV)'ne 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 gerçekteőtirilmektedir:

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

Bununla birlikte belirli mallara bazı ölkeler 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 Enerji Bakanlığı – Dış Ticaret Mevzuatı
(<https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Artikel/Aussenwirtschaft/aussenwirtschaftsrecht.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 ülkelerden ithalatta ortak kurallar 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 ülkelere 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 yönetişimin sağlanmasını teşvik etmek üzere GTS Rejimi ekinde sayılan Uluslararası Konvansiyonları onaylamaları ve uygulamaları şartıyla gelişmekte olan ülkeler için tarifeleri sınırlayan 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 farklıdır.

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 anlaşmasının 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 (<http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/>) 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 etmektedir.

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 tanımayla 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/>) yayınlanmaktadır.

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 (Geprüfte Sicherheit) işareti ve elektrikli ürünler için VDE (Verband Deutscher Elektrotechniker) işareti önem taşımaktadır. Bu işaretlerin kullanımı yalnızca belli durumlarda zorunlu olup, genelde yasal bir zorunluluk yoktur.

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

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.

Bütün ürünleri kapsayan genel bir ambalajlama, paketleme ve etiketleme mevzuatı mevcut değildir. Her ürün için farklı bir düzenleme söz konusudur. 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 paketlenme 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.teknikengel.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 (araçlar 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 % 13,3'e ulaşarak 100 milyar Avro 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 bırakılmaktadır. 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 ödemelerin (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 ve 2024 yılından itibaren ise 1.000'den fazla çalışanı olan firmaların, anılan yasaya uyması planlanmaktadır.

Bununla birlikte, yasaya uyulup uyulmadığı Federal Ekonomi ve İhracat Denetim Kurumu 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 gerçekleştirilmektedir.

Federal Ekonomi ve Teknoloji 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 (Beschaffungssamt 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 ayırmıcılık yapmama ilkeleri hakimdir.

AB dışı ülkelerin Almanya'daki ihalelere katılımlarını 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:

([BMWİ - 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 değerinin 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

Dünya Bankası rakamlarına göre tarım sektörü ülke GSYİH'sının sadece %0,75'lik kısmını oluşturmasına rağmen özellikle pandemiden sonra gıda güvenliği kapsamında tarım sektörü daha da önemli hale gelmiştir. Ülkede yaklaşık 270.000 adet tarım işletmesi bulunmakta ve söz konusu işletmeler ülke topraklarının yaklaşık yarısına tekabül eden 17 milyon hektarlık bir tarım arazisini kullanmaktadırlar. 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, 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 dünyanın 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 17 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 tarım sektöründe çalışanların sayısı 2021 yılında yaklaşık 550 bin kişi olarak açıklanmıştır. Söz konusu rakam süregelen bir şekilde düşüş göstermekte olup 1990'lı yıllarda 1.220 bin kişinin tarım sektöründe çalıştığı gözlemlenmiştir.

Federal Almanya İstatistik Kurumu'nun verilerine göre tarım ürünleri ihracatı Almanya'nın toplam ihracatının (2022- 13 milyar ABD Doları) yaklaşık %0,7'sini oluşturmaktadır. Yine toplam ithalatın (2022- 43,44 milyar ABD Doları) %2,76'sı ise tarım ürünlerinden oluşmaktadır. Almanya tarım ürünleri ithalatını genellikle Avrupa Birliği üyesi ülkelere gerçekleştirilmektedir.

F. Almanya'da, uluslararası ticaret fuarları yeni ticari işbirliklerinin kurulmasının yanı sıra ihracat ile ithalata yönelik firmalar ile iletişime geçilmesi noktasında oldukça önemli bir yere sahiptir. Tarım ve hayvancılık sektörlerindeki önemli fuarların listesi aşağıda sunulmaktadır:

- **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.

- **PROSWEETS COLOGNE:** Şeker ve şekerli ürünler ile tatlılar ve atıştırmalıklar konusunda her yıl gerçekleştirilen bir fuardır.

- **BİOFACH:** Gıda, organik gıda ve tarımsal ürünler konusunda her sene Nürnberg’de gerçekleştirilen bir fuardır.

Bunun yanı sıra, kaynakların ve çevrenin korunması noktasında önemli bir ekosistem haline gelen organik tarımın Federal Almanya tarım faaliyetleri arasındaki payı giderek artmaktadır. Hâlihazırda iktidarda bulunan koalisyon hükümeti tarafından 20. Yasama döneminde organik tarım alanlarının oranının artırılması noktasında mutabakata varılmış ve 2030 yılında organik tarım alanlarının toplam tarım alanı içerisindeki payının %30’a yükseltilmesi kararlaştırılmıştır. 2022 yılında yaklaşık 15,3 milyar AVRO tutarında ciro gerçekleştirilen organik tarım sektörü, Avrupa Birliği’nin en büyük pazarı konumundadır.

Gıda Sektörü

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 ekonomisinin %6,2’si oranında değer yaratmaktadır.

Almanya 2022 yılında üretilen ürünlerin yaklaşık 1/3’ünü ihraç etmiştir. 2022 yılında 81.26 milyar Dolar değerinde gıda ürünü ihracatı gerçekleştirmiş bunun yanı sıra 98.44 milyar ABD Doları değerinde ithalat yapılmıştır. İhracat ve ithalat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında Almanya’nın sektördeki ticari ortaklarının yoğunlukla AB üyesi ülkeler olduğu görülmektedir.

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

2022 yılında Almanya’da trafiğe yeni kayıt olan büyük traktör markalarının arasında %21’lik oranla John Deere markası 2021 yılında olduğu gibi listenin başını çekmektedir. Hemen ardından 2. sırayı %17,5’luk pay ile Fendt markası, %7,8’lik pay ile Deutz-Fahr 3. sırayı almıştır. Bu markaları, Claas, New Holland, MF, Iseki, Valtra, S+L+H, Mercedes, ve pazara 2012 ve 2013 yıllarında giren Kukje(Kore), Foton(Çin) markaları takip etmektedir. Dünyaca ünlü önde gelen markalar arasında yer alan CLAAS, Mercedes, Fendt, New Holand, 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.

Söz konusu satış kanalları aracılığıyla gerçekleştirilen satışlar neticesinde Alman tarım makineleri endüstrisi 2022 yılını rekor bir sonuçla kapatmıştır. Alman Mühendislik Federasyonu'na (VDMA) bağlı

Tarım Makineleri Birliği'nin açıkladığı verilere göre, birlik bünyesindeki tarım makineleri üreticileri, traktörler ve ilgili yazılım sistemleri üreticileri, tüm segmentlerde yerli üretimden elde ettikleri satışlarını 2021 yılına kıyasla %18 artıarak 12 milyar Avro'nun üzerine çıkar mıştır.

lke pazarına girişte, Alman Tarım Birliği (DLG) tarafından her iki yılda bir Almanya'nın Hannover şehrinde düzenlenen "AGRITECHNICA-Uluslararası Tarım Makineleri ve Teknolojileri Fuarı" nemli bir yer tutmaktadır. Fuarda traktör, biçer-dver gibi motorlu tarım araçları ve aksamalarının yanı sıra, toprak hazırlama, işleme, ekim, tohumlama, gübreleme, sulama, ilaçlama, hasat ve balyalama makineleri gibi sektörün ihtiyaı olan mühendislik ürünleri sergilenmektedir. Bu fuar, dünya çapında 2.500'n 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'n üzerinde firma tarafından katılım sağlanmakta ve bu katılımın yaklaşık 1.500'n yabancı şirketler oluşturmaktadır.

Avrupa Birliği lkeleri harici 3. lkelerde 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.

Pazara girişe yönelik normların belirlenmesinde önemli rol oynayan mühendislik bilim, teknoloji onay kurumlarından birisi de Almanya'nın köklü kuruluşlarından olan Alman Makine rticileri 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.

Hayvancılık

Hayvancılık ve hayvan ürünlerinin ticareti de tarım ürünlerinde olduğu gibi Almanya için oldukça önemli bir sektördür. Ülkenin hayvancılık sektörü incelendiğinde, 10,9 milyon büyükbaş hayvanın %34,6'sının süt üretimi için tahsis edilmekte, yıllık bazda yaklaşık 1,6 milyon ton tavuk tüketime yönelik yetiştirilmekte ve 1,5 milyar yumurta da organik olarak üretilmektedir.

2020 yılında Almanya 24,4 milyar ABD doları hayvan ürünü ihracatı yaparak dünyanın en büyük 3'nc ihracatçısı olmuştur. İhracat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında genellikle Hollanda, İtalya, Avusturya ve Fransa gibi Avrupa Birliği lkeleri ile ticaret gerçekleştirildiği görülmektedir.

İthalatta ise F. Almanya'nın ihracat rakamlarına benzer şekilde 2020 yılında 23 milyar ABD doları tutarında hayvansal ürün ithal ederek dünyadaki en büyük 3'nc ithalatçı konumunda yer aldığı gözlemlenmektedir. En çok ithalat gerçekleştirilen lkeler Hollanda, Danimarka, Polonya ve Fransa olmuştur.

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 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 2022 yılında trafiğe yeni kayıt olan büyük traktör markalarının arasında %21'lik oranla John Deere 2021 yılında olduğu gibi listenin başını çekmektedir. Hemen ardından %17,5'lik pay ile Fendt 2. sırayı, %7,8'lik pay ile Deutz-Fahr 3. sırayı, %7,0 pay ile Case IH+Steyr 4. sırayı ve %6,5'lik pay ile Claas markası 5. sırayı almıştır. Bu markaları sırasıyla, Kubota, New Holland, Massey Ferguson, Solis, Valtra ve diğer markalar takip etmektedir. 2022 yılı sonuna gelindiğinde Almanya'daki üretilen Tarım Teknolojilerinin (Tarım Makineleri, Traktörler ve bunlara bağlı yazılım sistemleri) cirosu 2021 yılına göre %18'lik bir artışla 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 aksamalarının 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.

Sanayi

Sanayi, Alman ekonomisinin kalbini ve çekirdek sektörünü oluşturmakla birlikte, çeşitli sektörlerle kurulan güçlü ağ sayesinde birçok inovasyon ve yenilikleri üreten en önemli sektördür. Özellikle özel sektör, üniversite ve devlet arasında güçlü bir iş birliği bulunmaktadır. Genellikle aileler tarafından işletilen küçük ve orta ölçekli endüstriyel şirketler "Alman iş modeli"nin önemli özelliklerinden birisidir. Bilinen en önemli sanayi sektörlerini sıraladığımızda başta otomotiv, makine, elektrik/elektronik, kimya gelmektedir. Özellikle "Made in Germany/Alman Malı" markasının küresel düzeyde en önemli taşıyıcılarından birisi olan otomotiv sektörü Alman sanayisinin en önemli bileşenidir.

2022 yılı itibarıyla Almanya'nın gayrisafi milli hasılasının %23,4'ü sanayi sektöründen gelmektedir. Sanayinin Alman ekonomisi içerisindeki brüt katma değeri 2021 yılı itibarıyla 963 milyar avrodur. Sanayi sektöründe 6,2 milyon kişi istihdam edilmektedir. Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis-Statistisches Bundesamt) verilerine göre 2020 yılı için imalat sanayisinin toplam cirosu 2,1 trilyon avro olarak gerçekleşmiştir. Sektörde 7,5 milyon insan istihdam edilmektedir. 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.

(<https://www.destatis.de/EN/Themes/Economic-Sectors-Enterprises/Industry-Manufacturing/Tables/key-data-manufacturing.html>)

Diğer taraftan, Alman endüstrisindeki ekonomik toparlanma 2021 yılı sonu/2022 yılı başında yeniden bir daralma sürecine girmiştir. Endüstri alanındaki (inşaat haricinde) üretim, yüksek sipariş yığılması olmasına rağmen 2022'nin ilk çeyreğinde geçen yılın aynı dönemine göre %1 azalmıştır. İkinci çeyrekte üretim bir önceki yıla göre yine %1,3 azalmıştır. 2022 yılının üçüncü çeyreğinde ise, otomotiv endüstrisindeki tedarik sıkıntısının azalması, makine ve elektronik endüstrisindeki güçlenme sayesinde endüstride toparlanma görülmüştür. Ancak bu büyüme, yılın ilk yarısındaki zayıflığı tamamen telafi etmeye yetmemiştir. Sonuç olarak, endüstrideki üretim 2022 yılının ilk dokuz ayında geçen yılın aynı dönemine göre yüzde %0,2 azalmıştır.

Sanayi alanında Ocak-Eylül 2022 döneminde üretim bir önceki yıla göre bir miktar gerilemiştir. Sektör bazında bakıldığında üretimde en fazla büyüme gösteren sektörler ise, diğer taşıtlar sektörü (%6,5), elektronik sektörü (%4,2) ve ilaç sektörü (%3,8) olmuştur. Taşıt 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.

Öte yandan, her ne kadar büyük küresel markalarıyla biliniyor olsa da, Alman sanayisinin omurgasını küçük ve orta ölçekli firmalar oluşturması bakımından Almanya bir KOBİ ülkesi olarak tanımlanmaktadır. Firmaların %99'u KOBİ'lerden oluşmakta, sanayi sektör cirosunun %34'ü KOBİ'ler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Alman sanayisi çeşitli ekonomi merkezlerine ayrılmış bulunmaktadır. Örneğin, Münih ve Stuttgart metropol bölgeleri ağırlıklı olarak yüksek teknoloji ve otomotiv sektörlerinin merkezleri iken, Rhein-Neckar bölgesi kimya ve IT sektörleri, Köln medya sektörü, Hamburg liman ve taşımacılık sektörü, Doğu Almanya yüksek teknoloji 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. 2020 yılında araştırma ve geliştirme için Almanya, GSMH'sinin %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 olmuştur.

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 sürdürebilmesi 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 kullanması nedeniyle, özellikle enerjinin yoğun kullanıldığı sanayi sektörünü olumsuz etkilemektedir.

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 beklenmektedir. 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.

https://www.bmbf.de/bmbf/de/forschung/dati/deutsche-agentur-fuer-transfer-und-innovation_node.html

https://www.bmbf.de/bmbf/de/forschung/agentur-fuer-sprunginnovationen/agentur-fuer-sprunginnovationen_node.html

<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/unternehmen/fachkraeftemangel-arbeitsplaetze-offene-stellen-101.html>

<https://www.destatis.de/EN/Themes/Economic-Sectors-Enterprises/Industry-Manufacturing/Tables/key-data-manufacturing.html>

<https://bdi.eu/publikation/news/industriepolitik-dossier-11-2022-welthandel-exporte-wachstum>

<https://www.vci.de/ergaenzende-downloads/industrieland-deutschland-daten-fakten-bedeutung-deutsche-industrie.pdf>

<https://www.tagesschau.de/wirtschaft/fachkraefteeinwanderung-huerden-unternehmen-ihk-101.html>

<https://www.make-it-in-germany.com/en/living-in-germany/discover-germany/economy>

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

<https://www.plattform-i40.de/IP/Navigation/EN/Home/home.html>

<https://www.bitkom.org/>

<https://www.produktion.de/wirtschaft/das-sind-die-10-groessten-industrieunternehmen-in-deutschland-571.html>

Kimya

Kimya sanayi Almanya'nın birçok farklı sektörünün tedarikçisi ve ana madde üreticisi olması nedeniyle Almanya ekonomisinin temel direklerinden birini oluşturmaktadır. Kimya endüstrisi Almanya'nın otomotiv ve makine üretiminden sonra gelen üçüncü en büyük, istihdam yaratmada altıncı en büyük sanayisidir. Söz konusu sektördeki şirketlerin doğrudan brüt üretim değeri 2021'de 137,5 milyar avro olarak gerçekleşmiştir.

2019 yılı itibarıyla sektörde doğrudan 216.100 kişi istihdam edilmekle beraber, dolaylı etkiler de dikkate alındığında kimya endüstrisinin istihdam etkisini önemli ölçüde artırdığı ve toplamda 787.000 kişiye istihdam sağladığı ifade edilmektedir. Almanya Ekonomi

Enstitüsü'nün verilerine göre 1991'den 2017'ye kadar kimya sektöründe %48 reel büyüme gerçekleştiği ifade edilmektedir. Sektör son beş yıl içerisinde üretim bağlamında her yıl ortalama %0,2 büyümüştür.

Kimya Endüstrisi Derneği'nin (Verband der Chemischen Industrie e.V./VCI) raporuna göre Almanya kimya sektörü Avrupa'da birinci sırada yer alırken, dünyada dördüncü sırada bulunmaktadır. Sektörün 2021 yılı cirosu 227 milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Bu cironun 87,6 milyar avroluk kısmını yurt içinden, 139,5 milyar avroluk kısmını yurt dışından elde ettiği ifade edilmektedir. 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. Yurt 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 gerçekleştirilmektedir. 2020 yılında sektör 8,4 milyar avro yurt içi, 9 milyar avro yurt dışı olmak üzere toplam 17,4 milyar avro yatırım gerçekleştirmiştir.

Bununla beraber Alman Ticaret ve Yatırım Ajansı'nın verilerine bakıldığında Almanya'nın kimyevi ürünlerde toplam 236,5 milyar dolar ihracat gerçekleştirerek bu sektörde dünyada en çok ihracat yapan ülke olduğu görülmektedir.

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. 2020 yılına bakıldığında gelirlerinin yüzde 7'den fazlasını Ar&Ge'ye ayırarak toplam 13,6 milyar avro harcama yapmıştır. Sektörde istihdamın %10'u Ar&Ge biriminde çalışmaktadır.

2020 yılından itibaren ciro bazında sektördeki en güçlü şirketler sırasıyla BASF SE (59 milyar avro/110 bin istihdam), Bayer AG (41,4 milyar avro/99 bin istihdam), Fresenius SE & Co. KGaA (36,2 milyar avro/316 bin istihdam), Boehringer Ingelheim (19,5 milyar avro/51 bin istihdam), Henkel AG & Co. KGaA (19,2 milyar avro/52 bin istihdam) bulunmaktadır.

Her ne kadar Almanya kimya sanayisinde birçok büyük küresel markaya sahip olsa da sektörde yer alan şirketlerin %92'si KOBİ'lerden (500 kişiden az çalışanı olan firmalar) oluşmaktadır. Rakamsal olarak bakıldığında KOBİ'lerin sektörün toplam cirosu içerisindeki payı %27 iken, sektördeki istihdam içerisindeki payı %36'dır. Toplamda 10.499 KOBİ firması bu sektörde faaliyet göstermektedir.

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 üçte ikisi ise kimya endüstrisi içerisinde kullanılmaktadır. Bununla beraber üretimin %21'i plastik sektörü, %15'i otomotiv sektörü, %14'ü inşaat sektörü, %13'ü çelik ve metal sektörü, %11'i mobilya sektörü, %5'i tekstil sektöründe değerlendirilmektedir.

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.

(<https://www.vci.de/hessen/downloads-hessen/dokumente/branchenportraet-2021.pdf>)

<https://www.iwkoeln.de/studien/jan-buechel-helen-hickmann-juergen-matthes-adriana-neligan-thilo-schaefer-dirk-werner-branchenportrait-der-chemischen-industrie-in-deutschland.html>

<https://www.destatis.de/EN/Themes/Economic-Sectors-Enterprises/Industry-Manufacturing/Tables/key-data-manufacturing.html>

<https://www.gtai.de/de/trade/deutschland/specials/deutsche-wettbewerbsposition-in-der-chemischen-industrie-858810>

<https://chemicalparks.com/>

https://www.gtai.de/resource/blob/686860/41221e6729bb71ea7300fb8dbab8343c/Economic_Overview_Germany_2021_GTAI.pdf

Otomotiv

Almanya'nın en fazla ihracat gerçekleştiren sektörü olan otomotiv sanayi; 800.000 kişiye sağladığı istihdam, diğer sektörlerle olan tedarik ilişkisi ve ürettiği katma değer ile Alman ekonomisinin temel direklerinden birini oluşturmaktadır. Sektör, küresel otomotiv endüstrisinin önemli ve ayrılmaz bir parçasıdır. Bu manada, Alman otomotiv şirketleri yurt dışında Almanya'da ürettiğinden daha fazla araç üretmektedir. Sektörde yer alan şirketlerin büyük çoğunluğu KOBİ'lerden oluşmakta ve katma değerinin %70'i tedarikçiler tarafından üretilmektedir.

Alman otomobil markaları, Brand Finance Global 500'ün 2021 sıralamasına göre 201,8 milyar ABD doları marka değerine sahiptir. Mercedes, Volkswagen, BMW, Porsche ve Audi ile dünyanın en değerli 10 otomobil markası arasında yer almaktadır. İlk 10'daki Alman şirketlerinin toplam marka değeri 197,2 milyar ABD doları olup bu tutar, en değerli 10 otomobil markasının %54,7'sine tekabül etmektedir.

2021 yılında Almanya %11,6 artışla 209,4 milyar avro değerinde motorlu taşıtlar ve parçaları ihracatı gerçekleştirmiştir. Sektör, %15,2 payla ülke ihracatında ilk sırada yer alırken,

ithalatında ise %9,5 payla (113,8 milyar avro) üçüncü sırada yer almaktadır. 95,7 milyar avro dış ticaret fazlası veren sektör, en yüksek ihracatı 27,5 milyar avro ile Çin Halk Cumhuriyeti'ne gerçekleştirmektedir. Bu ülkeyi sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri, Birleşik Krallık, Fransa ve İtalya takip etmektedir. Türkiye, Almanya'nın motorlu taşıtlar ve parçaları ihracatında 3,8 milyar avro ile 18. sırada yer almaktadır.

Almanya'nın motorlu taşıtlar ve parçaları ithalatında, Çek Cumhuriyeti 10,3 milyar avro ile ilk sırada yer almakta olup Fransa, İspanya, Macaristan ve Polonya sırasıyla ilk beşte yer alan diğer ülkelerdir. Ülkemiz 2021 yılında %22 artışla 2,8 milyar avro değerinde ihracat gerçekleştirerek, Almanya'nın ithalatında 15. sırada yer almıştır.

Sektör, 2021 yılında %10 oranında küçülürken, tedarik darboğazı sebebiyle üretim baskı altında bulunmaktadır. 2021 yılı Aralık ayında, Almanya'da %27 azalışla 227.600 yeni araç kaydedilmiştir. Söz konusu azalışta, üretimde yaşanan ciddi gerilemenin satışlara yansımaları da etkili olmuştur. Üretim, ara malların özellikle de yarı iletkenlerin eksikliğinden ötürü olumsuz etkilenmiştir. 2021 yılında pazar 2,6 milyon araçlık bir hacme ulaşmış, ancak, bu rakam ilk pandemi yılı olan 2020'nin %10 gerisinde kalmıştır.

Yeni elektrikli araç kaydı 2021 yılı Aralık ayında %2'lik azalışla 81.200 olarak gerçekleşmiştir. Hibrit araç kaydı %16 oranında gerilerken, aynı dönemde bataryalı araçların kaydı ise %11 oranında artış kaydetmiştir. 2021 yılı Ocak-Aralık döneminde %73 artış ile 681.900 yeni elektrikli araç kaydı yapılmıştır. Bu bağlamda, 2021 yılında elektrikli araçların payı %26 olarak gerçekleşirken, elektrikli araç pazarının %65'i, Alman grup markalarının araçlarından müteşekkildir.

2021 yılı Aralık ayında, Alman otomotiv üreticileri ülke içinden geçen yılın aynı ayına kıyasla %32 daha fazla sipariş alırken, 2021 yılının tamamında ülke içinden talep %6 oranında artış göstermiştir. Yurt dışı siparişler ise 2021 yılı Aralık ayında %20 azalırken, 2021 yılının tamamında %2 oranında artmıştır. Almanya'da, 2021 yılında 3,1 milyon araç üretilmiş olup söz konusu rakam, 1975 yılından bu yana ülkenin en düşük üretim hacmi olmuştur. 2021 yılının tamamında Alman otomotiv ihracatı adet bazında %10 azalışla 2,4 milyon olarak gerçekleşmiştir.

Alman otomotiv sektörü üreticileri ve tedarikçilerinin, 2022-2026 yılları arasında elektromobiliteye (batarya teknolojisi, dijitalleşme ve diğer araştırma alanları dâhil) 220 milyar avrodan fazla yatırım yapması beklenmektedir. Bu süreçte, yıllık 44 milyar avro yatırım yapacak olan sektör, ekonomi ve enerji için toplam 10,6 milyar Avro ayıran federal bütçeden daha fazla kaynak aktarmayı planlamaktadır.

Otomotiv sanayi, sektördeki küresel pozisyonunu koruyabilmek için üretim ağı, çalışanların eğitimi ve niteliği, üretim ve istihdamda esneklik, üretim sistemleri ve siber güvenlik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik gibi konularda çalışmalar yürüterek, bu alanlarda küresel konjonktürün gerektirdiği değişikliklere hızlı bir şekilde uyum sağlamayı ve özellikle, teknolojik gelişmelerde öncü konumda yer almayı hedeflemektedir.

Havacılık ve Uzay

Hava-uzay araçları ve yedek parçalarının Almanya dış ticaretine ilişkin 2015 – 2021 yılları verilerine bakıldığında sektörde dış ticaret fazlası verildiği görülmektedir. Ancak, korona

pandemisi akabinde uygulamaya konulan seyahat yasakları nedeniyle havacılık sektöründe sipariş sayısını azaltma, öteleme ve hatta iptaller nedeniyle oluşan daralmanın 2020 yılına kıyasla daha az olmakla birlikte 2021 yılında da hala devam ettiği görülmektedir.

Sektördeki ticaret hacmi 2019 yılında 60 milyar dolar iken, bu tutar 2020 yılında 42 milyar dolara, 2021 yılında ise 39 milyar dolara gerilemiştir. Söz konusu ticaret hacminin 27,3 milyar dolarını Almanya'nın ihracatı, 11,7 milyar dolarını Almanya'nın ithalatı oluşturmaktadır. Sektör 105.000 kişiye istihdam yaratmakta olup, cirosunun %71'i sivil havacılık, %22'si askeri havacılık ve %7'si ise uzay çalışmaları alanlarından gelmektedir. Korona pandemisinden en fazla etkilenen sektörlerden sivil havacılık sektöründe 2020 yılında 8.200 kişi işini kaybetmiş olup, kısa çalışma ödeneği sayesinde işten çıkarmalar sınırlar dâhilinde tutulabilmesine rağmen, istihdamdaki daralmanın 2021 ve 2022 yıllarında da sürmesi beklenmektedir.

Almanya'nın havacılık ve uzay sektöründe gerçekleştirdiği ihracat incelendiğinde, 2021 yılında 4,6 milyar dolar ile en fazla ihracatın Çin Halk Cumhuriyetine gerçekleştirildiği, Fransa (3,9 milyar dolar) ve Hindistan'ın (2,2 milyar dolar) en fazla ihracat yapılan ikinci ve üçüncü ülkeler olduğu görülmektedir. Almanya'nın Türkiye'ye gerçekleştirdiği ihracat tutarı ise 678 milyon dolar olup, Türkiye anılan sıralamada onuncu ülkedir. Almanya'nın havacılık ve uzay sektöründe gerçekleştirdiği ithalat incelendiğinde ise, 2021 yılında 3,3 milyar dolar ile en fazla ithalatın ABD'den yapıldığı, İngiltere (2,8 milyar dolar) ve Fransa'nın (2,2 milyar dolar) ikinci ve üçüncü sırada oldukları görülmektedir. Almanya'nın bu sektör itibarıyla Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat 202,5 milyon dolar olup, Türkiye anılan sıralamada sekizinci ülkedir.

Almanya'da havacılık ve uzay sektörü, ülke çapında sadece belirli bölgelerde toplanmayıp, ülke geneline yaygın bir dağılım göstermektedirler. Sektörün belli başlı merkezleri, Kuzey Almanya'da Hamburg, Bremen, Hannover şehirleri ile Güney Almanya'da Münih, Stuttgart, Orta ve Doğu Almanya'da Berlin ve Dresden ve Batı Almanya'da Köln, Bonn ve Aachen şehirleridir. Bunun yanı sıra, sektörün işleyişinin büyük ve uluslararası firmaların tedarikçisi olan küçük ve orta ölçekli, ancak uzmanlaşmış firmalar şeklinde olduğu gözlemlenmektedir. Almanya'da bulunan "Tedarik Zinciri Mükemmeliyeti İnisiyatifi " verilerine göre, Almanya'da havacılık ve uzay sektöründe yaklaşık 2.000 adet tedarikçi firma faaliyet göstermektedir. Sektörün rekabet gücünü koruyabilmesi için yurtdışına açılması ve yurtdışından tedarikçiler bulması zorunludur. Alman firmaları ilk önce Almanya, Avusturya ve İsviçre'de tedarikçilere yönelmekte olup, Fransa ve Güney Avrupa ülkeleri önemli tedarikçiler olarak ön plana çıkmaktadır. Avrupa dışında ise Alman firmalarının tercihleri ABD'dir.

Almanya'da havacılık ve uzay sektöründe araştırma ve geliştirme faaliyetlerine ayrılan tutar, 2020 yılında 2,9 milyar avro olarak gerçekleşmiş olup, bu tutar sektörün toplam cirosunun %9,3'üne tekabül etmektedir. Ar-Ge faaliyetleri 21. yüzyılda karbondioksit salınımı düşük ve daha az gürültülü uçakların üretilmesi olmasına odaklanmış olup, sektörde araştırma ve geliştirmeye ayrılan bütçenin %90'ı bu hedefe ulaşmak amacıyla kullanılmaktadır. Bir diğer hedef ise, elektrik motorlu hibrit uçakların üretilmesidir. Ayrıca, kerosin ihtiyacının en aza indirilmesi amacıyla hali hazırda yürütülen çalışmalarda biyoyakıt (yosunların kullanılması ile ilgili çalışma yürütülmektedir) ve güneş enerjisinin (solar kerosin) kullanılması konuları da araştırılmaktadır. Bununla birlikte, uçak içi kabin uygulamalarında da yenilikçi yaklaşımlar ortaya koyulmakta ve kabin tasarımlarına önem atfedilmektedir. Hamburg'da her yıl düzenlenen Aircraft Interiors Expo fuarında yer alan "Crystal Cabin Award" yarışması büyük ilgi çekmekte ve anılan yarışmada ödül kazanan tasarımlar yatırımcı bularak tasarımların uçak üreticilerine tanıtılabilmesi mümkün olmaktadır.

Enerji

Dünyanın önde gelen sanayi ülkelerinden Federal Almanya'da 2022 yılı itibarıyla enerji kaynaklarını %35,2 oranında mineral yağlar, %23,8 oranında doğal gaz, %19,8 oranında kömür, %17,2 oranında yenilenebilir enerji, %3,2 oranında nükleer enerji ve %0,8 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 yasada, 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 kullanımı teşvik edilmeye başlanmıştır.

Bu itibarla, Federal Alman hükümetinin enerji konusunda aldığı tedbirler ilk etapta olumlu sonuç doğurmaktadır. 2021 yılında toplam elektrik üretiminin yaklaşık %30,2'si kömürden elde edilirken, %4 artışla 2022 yılında bu oranın %31,4 seviyesine yükseldiği; bu kapsamda, yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin ise 2021 yılına oranla %10,6 yükseldiği ve toplam elektrik üretiminin %43,9'unu oluşturduğu tespit edilmiştir. Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin, %22'si Rüzgar, %7,5'i biogaz, %10,4'ü güneş ve %2,9'u su'dan elde edilmiştir. 2022 yılında Almanya'da bir önceki yıla göre 7,6 milyar kWh gerilerek 576,6 milyar kWh'a düştüğü görülmüştür. Bu elektrik üretiminin %56,1'i geleneksel enerji kaynaklarından [Kömür (%31,4), Atom (%6,5), Gaz (13,3)] sağlanmıştır. Yetkililer tarafından, 2025 yılına kadar enerji tüketiminin %40-45 arasında yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanmasına yönelik çalışmaların sürdürüleceği belirtilmektedir.

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 itibarıyla 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 yanısıra modern, düşük maliyetli ve verimli enerji dönüşümü amaçlanmaktadır.

Bahse konu Yasada, diğer unsurların yanısıra, güç dağıtım şebekelerinin dijitalleştirilmesini teminen rüzgar tribünlerinin ve güneş sistemlerinin yaygınlaştırılmasının hızlandırılması öngörülmektedir. Kanunun yeni haliyle, güneş, biyokütle ve karada ve denizde rüzgar 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.

Rüzgar tribünlerinin daha fazla kabul görmesini teminen vatandaşlar ve belediyelere yönelik olarak devlet yardımlarının artırılması planlanmaktadır. Bu kapsamda, rüzgarın 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, on 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 Rüzgar Yasası, artan ihale hacimlerini (açık deniz rüzgar oluşumunu hızlandıran) ve yeniden tasarlanmış sübvansiyon kurallarını içerir hale getirilmiştir.
- Karada Rüzgar Yasası ise, Almanya'nın kara alanının %2'sini rüzgar enerjisi için kullanılabilir hale getirme yükümlülüğu getirmiş ve bu gereksinimine göre Federal Bina Yasasını değişirmiştir.

- 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.

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 Federal Almanya 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 ülkelere 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'luk 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 ihraç 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/>)

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, 230.082 km'lik toplam yol ağının 13.200 km.'lik kısmını oluşturan otoban uzunluğu ile Avrupa'nın en uzun otoban ağına sahip ülkesidir. Suyollarının uzunluğu 7.675 km. ve demiryollarının uzunluğu (işletilen hatların uzunluğu) 37.775 km.'dir. İleri seviyedeki enerji ve haberleşme ağı ile yoğun ve geniş çaplı ulaşım altyapısı bir araya gelince zamanında ve hızlı ürün teslimatı garanti altına alınabilmekte olup, bu özelliği ile Almanya lojistik alanında Avrupa'da gösterdiği üstün performansını küresel düzeyde de sürdürebilmektedir. Nitekim Dünya Bankası tarafından yayımlanan "Uluslararası Lojistik Performans Sıralaması - Logistics Performance Index-LPI-2018 "nı oluşturan hemen hemen bütün ölçütlerde (gümrükleme, alt yapı, uluslararası yükleme, lojistik yetkinlik, yükü takip ve iz sürme ve zamana uyuma) Almanya birinci sırada yer almaktadır.

Almanya'daki en büyük lojistik firmalarının Kuzey Ren-Vestfalya, Bavyera ve Baden-Württemberg eyaletlerinde toplandığı görülmektedir. 3 milyon kişilik istihdam yaratan lojistik sektöründe, büyük firmaların yanı sıra küçük ve orta ölçekli firmaların ağırlıklı olarak yer aldığı, yaklaşık 60.000 firmanın lojistik sektöründe faaliyet gösterdiği görülmektedir. Bununla birlikte Almanya'nın en önemli lojistik şehri olan Hamburg'da, yaklaşık 315.000 kişi lojistik sektöründe çalışmaktadır. Hamburg limanı, Avrupa'nın ikinci büyük limanı ve Almanya'nın en aktif lojistik merkezidir.

Diğer ulaşım sektörleri pandemiden olumsuz etkilenirken, lojistik sektörünün işlem hacmi ve gelirleri tüm dünyada olduğu gibi Almanya'da da artış göstermiştir. 2021 yılında sektör cirosu bir önceki yıla göre %5 artarak 293 milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Sektörün 2022 cirosunun ise 310 milyar avro olarak gerçekleşmesi beklenmektedir.

Pandeminin etkisiyle tüm dünyada olduğu gibi Almanya'da da e-ticaret hacmi 2021 yılında artarak (%19) 99 milyar avro tutarında gerçekleşmiştir. Almanya'nın en büyük havayolu şirketi olan Lufthansa'nın hava kargo biriminin, 2021 yılı vergi öncesi karı bir önceki yıla göre iki kat artarak 1,49 milyar avro ile rekor kırmıştır. Deutsche Post DHL AG'nin 2021 geliri 81,7 milyar avro tutarında gerçekleşmiş olup, firmanın işletme faaliyetlerinden elde ettiği vergi öncesi kârı (EBIT) rekor kırarak 7,9 milyar avro tutarında gerçekleşmiştir. Gemicilik sektöründe faaliyet gösteren Hapag-Lloyd AG firması 2020 yılında %60 artışla 1,3 milyar avro tutarında vergi öncesi kâr (EBIT) elde ederken, firmanın 2021 yılı vergi öncesi kârı yaklaşık 7 kat artarak 9,4 milyar avroya ulaşmıştır.

Almanya'da birkaç kez uzatılan kısıtlamalar neticesinde Deutsche Bahn Grubu 2021'in ilk altı ayını 975 milyon avroluk işletme zararı ile kapatmış olup, korona kısıtlamalarının gevşetilmesiyle birlikte, uzun mesafeli taşımacılıkta 2021 Nisan ayından bu yana artan talep neticesinde 2020'nin ilk yarısıyla karşılaştırıldığında, kaybın önemli ölçüde azaldığı

gözelemlenmektedir. Daha iklim dostu bir büyüme için DB Grubu, pandemiye rağmen rekor düzeyde yatırım yapmaya devam etmekte olup, Alman Hükümeti ile birlikte önümüzdeki 10 yıl boyunca 86 milyar avro tutarında yatırım yapmayı taahhüt etmiştir. Firmanın demiryolu taşımacılığı iştiraki DB Cargo, iklim dostu tedarik zincirlerine yönelik artan talep sayesinde, 2020'nin ilk yarısına kıyasla taşıma performansını yüzde 12,6 artırarak 43 milyar ton kilometreye çıkarmıştır. Küresel olarak aktif lojistik yan kuruluşu DB Schenker, istikrarlı küresel lojistik zincirlerine yönelik yüksek talep sayesinde 2020'nin ilk yarısına kıyasla kazancını iki katından fazla artırarak 627 milyon avroluk işletme karı ile 2021'de tarihinin en iyi yarı yıl rakamına ulaşmıştır.

Turizm

Almanya, Avrupa'nın en çok ziyaret edilen ülkelerinden biridir. Doğa, mimari, tarih ve kültür açısından farklılık gösteren on altı eyaletin her biri hem ülke içi hem de uluslararası varışlar için çeşitli seyahat rotaları ve aktivite seçeneklerine sahiptir.

Orta ölçekli işletmelerin ağırlıkta olduğu sektörde; 2.300'den fazla tur operatörü, yaklaşık 4.000 otobüs şirketi ve yaklaşık 11.000 seyahat acentesi bulunmaktadır. Ayrıca 42.000 konaklama işletmesi ve 165.000'den fazla yemek hizmeti işletmesi dahil olmak üzere 222.000'den fazla ağırlama işletmesi bulunmaktadır.

Turizm, konaklama işletmelerine ek olarak, perakende ve tüm yerel tedarik zinciri olmak üzere ülke ekonomisi için önem arz etmektedir. Alman Turizm Derneği tarafından paylaşılan bilgilere göre, sektör yaklaşık 2,9 milyon kişiye istihdam sağlamakta ve toplam işgücünün %6,8'i turizm sektöründe istihdam edilmektedir.

Almanya'yı 2021 yılında 31 milyon turist ziyaret etmiştir. Yurt dışından gelen ziyaretçilerin en sık geldiği ülkeler sırasıyla Hollanda, İsviçre ve Polonya olurken, ülkenin turizm destinasyonunda ilk beş şehri sırasıyla Berlin, Münih, Hamburg, Frankfurt am Main ve Köln olmuştur.

Turizm sektörü, 2021'de de Kovid-19 pandemisinden ağır şekilde etkilenmiş olmakla birlikte, pandeminin ilk yılı olan 2020'ye kıyasla bir miktar toparlanmıştır. Konaklama işletmeleri, 2021 yılında ülke içi ve yurt dışından %2,7'lik artışla 310,3 milyon gecelik ziyaretçi ağırlamıştır. Öte yandan, söz konusu rakam 2019 yılının %37,4 oranında gerisindedir.

Alman Seyahat Birliği tarafından, Alman vatandaşlarının 2021 yılında toplam 28,8 milyar avro seyahat harcaması yaptığı, pandemi öncesi 2019 yılında ise bu rakamın neredeyse 70 milyar avroya ulaştığı belirtilmektedir. Almanların en çok tercih ettiği seyahat destinasyonları Avusturya, İtalya, İspanya, Yunanistan ve Türkiye olmuştur. Diğer taraftan, söz konusu seyahat harcamalarında ülke içi tatil ve iş gezileri de yer almakta olup 83,2 milyon nüfusuyla, Avrupa Birliği'nin en kalabalık ülkesi olan Almanya'nın ülke içi turizm hacmi de yüksek potansiyele sahiptir.

Almanya'da giderek artan sayıda insan tatillerini internet üzerinden rezerve etmektedir. Seyahat ve turizmin gelişimi için dijitalleşme ve ekolojik sürdürülebilirlik gündemdeki en önemli konulardır. Bu manada, çevrimiçi pazardaki en fazla büyüme potansiyelinin, akıllı

telefonlar ve mobil cihazlar kullanılarak seyahat ve eğlence hizmetlerinin aranması, bilgilendirilmesi ve rezervasyonunda olduğu değerlendirilmektedir.

Bilişim ve İletişim Teknolojileri

Almanya, bilgi ve iletişim teknolojileri (ICT) sektöründe Avrupa'nın en büyük pazarlarından biridir ve dünya genelinde önde gelen teknoloji şirketlerine ev sahipliği yapmaktadır. Almanya'da bu sektör, donanım, yazılım, telekomünikasyon ekipmanları ve hizmetleri gibi birçok ürün ve hizmeti içeren geniş bir pazar sunmaktadır. Ülke dünya pazarında ABD, Çin, Japonya ve Birleşik Krallık'tan sonra beşinci sırada yer almaktadır. BIT sektörü, Almanya'nın gerek güçlü endüstriyel üretiminde gerekse dış ticaretinde büyük bir rol oynamaktadır.

Almanya'nın bilişim ve yazılım sektörü, birçok uluslararası şirketin yanı sıra yerel küçük ve orta ölçekli işletmelere de ev sahipliği yapmaktadır. 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 sahiptirler. Almanya'da bulunan telekomünikasyon şirketleri arasında Deutsche Telekom, Vodafone ve Telefonica Germany gibi şirketler yer almaktadır.

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.

2022 yılında bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü % 4,0 oranında büyüyerek, yaklaşık 100 bin firma, 1.307 bin çalışanı ve 196,1 milyar avroluk bir ciro ile Almanya'da dijitalleşmenin temel itici güçlerinden biridir. 2022 yılındaki cironun 118,9 milyar Avroluk kısmı bilişim teknolojileri (büyüme oranı: %6,3), 68,9 milyar Avroluk kısmı telekomünikasyon (büyüme oranı: % 1,3) ve 8,2 milyar Avroluk kısmı da tüketici elektroniği (büyüme oranı: %-8,2) alanlarında gerçekleşmiştir. BIT servis sağlayıcıları cironun %65'lik bir kısmını oluştururken, donanım üreticileri %35'lik kısmını oluşturmaktadır.

Son derece yenilikçi yapısıyla bilgi ve iletişim teknolojisi sektörü, Almanya'da genel ekonomik büyümeye ortalamasının üzerinde katkı sağlayan sektörlerden biridir. Almanya'da AR-GE harcamalarının en çok yapıldığı ilk üç sektörden biri BIT sektörüdür. Genel olarak yıllık elde edilen cironun %5'i AR-GE harcamalarına ayrılmaktadır.

Dünyadaki diğer ülkelerin pazar payları karşılaştırıldığında, bilgi ve iletişim teknolojisi sektöründe gerçekleştirilen cironun yaklaşık %4,2'si Almanya tarafından yapıldığı görülmektedir. İlk sırada %35,7'lik bir pay ile ABD, 2. sırada %11,7'lik bir pay ile Çin Halk Cumhuriyeti, 3. sırada % 5,7'lik bir pay ile Japonya, 4. sırada %4,5'lik bir pay ile Birleşik Krallık ve ardından Almanya gelmektedir.

Almanya'nın, 2021 yılında, bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet ihracatı 34,5 milyar Avro iken hizmet ithalatı 41,7 milyar avro civarındadır. BIT hizmet ihracatının 31,1 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi ve 3,5 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi oluşturmaktadır. BIT hizmet ithalatının 38,0 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi ve 3,7 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi oluşturmaktadır. 2021 yılı BIT hizmet dış ticareti verileri 2020 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %15 oranında, ithalatta ise %14 oranında bir artış olduğu

görülmektedir. BIT hizmet sektörü dış ticaretinde gerçekleşen bu artışın %18 oranındaki kısmı bilgi teknolojileri ihracatından, %16 lık kısmı ise bilgi teknolojileri ithalatından kaynaklanmaktadır. İletişim teknolojileri ihracatında % 7 ve ithalatında ise %1 oranında bir azalma olmuştur.

Bilgi ve iletişim teknolojisi ile tüketici elektroniği donanım (ürün - hardware) ihracat ve ithalat verilerine bakıldığında, 2021 yılında toplamda 45,4 milyar avro ihracat gerçekleşirken, 76,8 milyar avro tutarında ithalat gerçekleşmiştir; Donanım ihracatının 23,5 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 15,9 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 6,0 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. Donanım ithalatının 38,2 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 26,9 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 11,8 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. 2021 yılı donanım dış ticareti verileri 2020 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %10 ve ithalatta %8 oranında bir artış olduğu görülmektedir. Bilgi teknolojisi donanımları ihracatında %17 ve ithalatında %12 oranında, iletişim teknolojisi donanımları ihracatında %1 ve ithalatında %1 oranında artış gerçekleşmiştir. Tüketici elektroniği ihracatında %15 ve ithalatında %12 oranında bir artış gerçekleşmiştir.

Almanya'nın, BIT donanımı ve tüketici elektroniği ithalatında Çin Halk Cumhuriyeti ilk sırada yer alırken, onu Vietnam ve Çek Cumhuriyeti izlemektedir. İhracat söz konusu olduğunda, Fransa, Polonya ve Çek Cumhuriyeti Almanya'nın en büyük ticaret ortakları olarak ortaya çıkmaktadırlar.

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 Boegl, Strabag ve Ed. Züblin yer almaktadır.

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.

Almanya'da inşaat sektörü, küresel ölçekte de faaliyet göstermektedir. 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.

Sektörün tüm bileşenleriyle birlikte toplam 2,5 milyon çalışanı ve 444 milyar avroluk nominal inşaat hacmiyle (DIW, 2021), 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.

Almanya’da 2021 yılında toplam brüt katma değer yaklaşık % 5,9’u inşaat sektörü tarafından sağlanmış olup, brüt katma değer sektörel sıralamasında 6. sırada yer almaktadır. 2021 yılında, gayri safi yurtiçi hasılanın % 11,6’sını oluşturan yaklaşık 444 milyar Avro inşaat sektörüne yapılan yatırımlardan oluşmaktadır. İnşaat yatırımları değerlendirildiğinde, Almanya 2021 yılında Avrupa karşılaştırmasında ilk sırada yer almaktadır. Almanya’yı Fransa, Birleşik Krallık ve İtalya takip etmektedir. İnşaat sektöründe çalışanların sayısı toplam istihdamın % 5,8’ini oluşturmaktadır. İnşaat sektöründe yapılan yatırımların % 62,2’si konut, % 20’si ticari üstyapı, % 6,2’si ticari altyapı, % 4,2’si kamu üstyapı ve % 7,4’ü kamu altyapı alanlarına yapılan yatırımlardan oluşmaktadır.

Almanya’daki ana inşaat sektörü küçük firmalar tarafından domine edilmektedir. Şirketlerin neredeyse % 88’inde 20 kişiden daha az çalışan bulunmaktadır ve bu şirketler toplam cironun % 30,1’ini gerçekleştirmektedirler. Bu firmalar ağırlıklı olarak konut yapımı ile iştigal etmektedirler. Buna karşın, büyük cirolar % 10’luk dilimdeki büyük firmalar tarafından yapılmaktadır. Şirketlerin büyüklüğü arttıkça, konut yapımına olan ilgi de azalmaktadır. Konut yapımının % 7,9’u 200’den fazla çalışanı bulunan firmalar tarafından yapılırken, bu oran 20’nin altına çalışanı bulunan firmalarda % 52,2’yi bulmaktadır. Ticari inşaat faaliyetlerinin % 27,1’i ve kamu inşaatlarının % 25,1’i, 200’den fazla çalışanı bulunan firmalar tarafından gerçekleştirilmektedir.

2021 yılında Almanya’da ana inşaat sektöründe iştigal eden 80.200 firmanın (toplam 913.000 çalışanıyla) gerçekleştirdiği toplam ciro bir önceki yıla göre % 1,2’lik nominal bir artışla 145 milyar Avro’ya ulaşmıştır. Sektörün toplam cirosunun % 38,25’ini konut inşaatları, % 35,19’unu ticari inşaatlar ve % 26,55’ini kamu inşaatları oluşturmaktadır. 2021 yılında gerçekleşen cironun yaklaşık 28,4 milyar Avro’su Bavyera (% 19,6), 24,25 milyar Avro’su Kuzey Ren Vestfalya (%16,74) ve 20,18 milyar Avro’su ise Baden Württemberg (%13,93) eyaletlerinde yerleşik inşaat firmaları tarafından gerçekleştirilmiştir.

İnşaat şirketleri, inşaat üretiminin gittikçe daha az bir bölümünü kendileri gerçekleştirmektedir. İnşaat işlerinin büyük bir kısmı taşeron firmalar tarafından yerine getirilmektedir.

Bu verilerle inşaat sektörü hem üretimde hem de istihdamda F. Almanya’nın en önemli sektörleri olan otomotiv, makina ve kimya gibi önemli endüstriyel sektörlerin önünde yer almaktadır. Bu itibarla, inşaat sektörü F. Almanya için önemli bir sektör olmaya devam etmektedir.

Almanya Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü

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.

Almanya tekstil ve hazır giyim endüstrisi küçük ve orta ölçekli yaklaşık 1400 şirketten oluşmaktadır. Tekstil ve hazır giyim endüstrisi, yurtiçinde yaklaşık 124.000 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 29 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 teknoloji 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 F. 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.

2022 yılında tekstil ve hazır giyim dış ticaret verilerine bakıldığında, Almanya 38,71 milyar Avro ihracat ve 59,21 milyar Avro ithalat gerçekleştirmiş olup, bu sektörde yaklaşık 20,5 milyar Avro değerinde cari açık verdiği görülmektedir.

Almanya'nın 2022 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe en çok ihracat yaptığı ülke 4,29 milyar Avro ile Polonya'dır. Polonya'yı Avusturya (4,25 milyar Avro), İsviçre (3,92 milyar Avro), Fransa 2,99 milyar Avro, Hollanda(2,98 milyar Avro) ve İtalya (2,01 milyar Avro) takip etmektedir. AB dışında en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında birinci sırayı ABD (978 milyon Avro) ve ikinci sırayı Rusya (423 milyon Avro) ve üçüncü sırayı Çin Halk Cumhuriyeti (422 milyon Avro) almasına rağmen, bu iki ülke bu sektörde en çok ihracat yapılan on ülke arasına girememektedir. Almanya'nın Türkiye'ye ihracatı ise 369 milyon Avrodur. Söz konusu ihracat verileri değerlendirildiğinde AB'ndeki ülkelerin yapılan ihracatta açık ara önde oldukları tespit edilmektedir.

2022 yılında Tekstil ve hazır giyim sektöründe Almanya'nın gerçekleştirdiği ithalat verileri değerlendirildiğinde, en çok ithalat yapılan ülkeler arasında 13,62 milyar Avro ile Çin Halk Cumhuriyeti olduğu görülmektedir. İkinci sırada 9,06 milyar Avro ile Bangladeş ve üçüncü sırada 5,99 milyar Avro ile Türkiye yer almaktadır. Yapılan ithalatta Türkiye'yi sırasıyla Hindistan (2,45 milyar Avro), Pakistan (2,44 milyar Avro) ve İtalya (2,43 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 2022 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.

Sağlık ve Medikal Sektörü

Federal Almanya sağlık sisteminde; yerel h k metlerin kontrolündeki hastaneler, belediye hastaneleri,  niversite hastaneleri, dini vakıfların (kilise) hastaneleri ve bağımsız özel hastaneler olmak üzere beş farklı hastane türü bulunmakta olup ve ülke düzenlemelerine göre bunlardan son ikisinin “ zel hastane” tanımına karşılık geldiği anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan, F. 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 “ zel 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 istisnalar olarak kabul edilmesi yerinde olacaktır.

Federal Almanya 2021 yılında OECD kişi başına düşen sağlık harcamaları istatistiklerinde ABD’den sonra 2’nci ülke olarak yer almaktadır. 2020 yılında kişi başına düşen sağlık harcamaları konusunda gerisinde kalmış olduğu İsviçre ve Norveç’i geride bırakan Almanya’da 2021 yılında kişi başına düşen yıllık sağlık harcaması 7.383 ABD dolarıdır. Bu tutarın 6.351 ABD doları olan kısmı devlet harcaması 1.032 ABD doları olan kısmı ise kişilerin özel harcamaları olarak gerçekleşmiştir.

Sağlık sektörü, sağlık hizmetinin temini ve medikal mal ticareti olarak 2 ana koldan oluşmaktadır. Almanya 1900’  aşkın hastane sayısıyla yurtdışından gelen hastalara sağlık hizmeti verilmesi noktasında oldukça iyi bir konumda bulunmaktadır. 2021 yılında toplamda 16,7 milyon hastaya sağlık hizmeti verilen ülkede sağlık hizmeti alan yabancı sayısı yaklaşık 200.000 kişi olarak gerçekleşmiş ve hastane doluluk oranı %68,2 olarak kaydedilmiştir. Sağlık turizmi konusunda gerek Almanya’da ikamet eden vatandaşlarımızın gerekse de Almanya’da ikamet eden yabancı kişilerin ülkemizde sağlık hizmeti alması noktasında Almanya oldukça önemli bir ülke konumundadır.

Sağlık sektörünün bir alt kırılımı olarak değerlendirilen eczacılık ürünlerinin ticaretinde Almanya dünyanın en büyük ülkelerinden bir tanesi konumundadır. 2022 yılında 124 milyar ABD Doları tutarında eczacılık ürünü ihraç eden F. Almanya, 79,5 milyar ABD doları eczacılık ürünü ithalatı gerçekleştirmiştir. Eczacılık  r nleri konusunda Türkiye’nin en çok ithalat gerçekleştirmekte olduğu ülke de yine F. Almanya durumundadır. COVID pandemisinin de süregelen etkisiyle 2022 yılında Türkiye’nin Almanya’dan gerçekleştirdiği ithalatın yaklaşık %18’i eczacılık ürünlerinden oluşmaktadır.

4. PAZARDA D KKAT ED LMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE D ĞER B LGİLER

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 gelirler. 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 toplumunu 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 yaygın 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, yoğunlukla 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/2023>)
- (<https://www.timeanddate.com/holidays/germany/>)
- (<https://publicholidays.de/2023-dates/>)
- (<https://www.holidays-info.com/germany/school-holidays/2023/>)

Yerel Saat

F. 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’den 03.00’a ayarlanır. Kış saati her yıl Ekim ayının son Pazar günü başlar. Saatler 03.00’den 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 gerekmemektedir. 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 (Gewerbesteueramt) 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 şekildir.

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.

2022 yılı sigorta prim oranlarının dağılımı, aşağıdaki gibidir:

Sigorta Prim Oranlarının Brüt Ücret İçerisindeki Oranı 2022

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**	3,05	1,525	1,525
-------------------	------	-------	-------

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

**::Çocuksuz kişiler için 0,35ek prim ile 3,4 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.

F. 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 Ärztebank 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 yabancıнын hedefleriyle ilgili düşüncelerini kısa bir rapor şeklinde sunarlar.

Ancak başvuruyla 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.existenzgruender.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 Konsolosluktan 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 formüllerini ibraz etmesi ve bir nüshasının firma dosyasında muhafaza edilmesi gerekmektedir. Ancak, son 1 (bir) yıl içerisinde 30 günlük prim ödeme süresi tamamlanmadığından AT/11 formülleri 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 oturma-ve çalışma izni, bulunan bir kişi bulunmaması durumunda, Türk firması oturma-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 heasbına 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 bildirim yapılabilir (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 “kişiyeye ait belgeler”:

- İstisna akdi çerçevesinde sözleşmeli işçi kartı (Werkvertagsarbeitnehmerkarte),
- 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 LİEFERT 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 işgal 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.

F. Almanya'daki Türk Firmalarına İlişkin Veri Tabanları

F. 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>

F. 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, "nexxt-change" her iki grup için en iyi çözümü sunmaktadır.

F. Almanya'da Şirket Kuruluşu, Yatırım ve Teşvik Sistemi Bilgi Kaynakları

- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı-Şirket Kuruluşu Portalı (Türkçe) (<http://www.existenzquender.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 işadama 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 sistematığımızda ihracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma olmak üzere üç olgunluk seviyesi bulunmaktadır.

F. Almanya'daki Noter/ Mali Müşavir/Avukat Odaları

F. Almanya'daki Noterler

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

F. 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>

F. Almanya'daki Barolar

- Avukat Odaları <https://www.brak.de/die-brak/rechtsanwaltskammern/>
- Patent Avukatları Odası: [https://www.patentanwaltsregister.de/\(X\(1\)S\(cc4cs045eu3dlnqqb350ksiz\)\)/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.patentanwaltsregister.de/(X(1)S(cc4cs045eu3dlnqqb350ksiz))/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1)

Almanya'da Türkçe Hizmet Veren Avukatlar Portalı

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

F. 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 Konradinallee 9, 65189 Wiesbaden www.hessen-trade-and-invest.com	Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH Schlossgartenallee 15, 19061 Schwerin www.qfw-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 Holzhofstrasse 4, 55116 Mainz www.isb.rlp.de	Saarland Economic Promotion Corporation Franz-Josef-Roeder-Strasse 17, 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	State Development Corporation of Thuringia Mainzerhofstrasse 12, 99084 Erfurt T. +49 (0)361 56 03 146 www.leq-thuringen.de

www.wtsh.de

Kaynak: T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği