

**2015**

# **TEKSTİL SEKTÖRÜ AÇISINDAN ALMANYA**



**İTKİB GENEL SEKRETERLİĞİ**

**TEKSTİL, DERİ ve HALI ŞB.**

**AĞUSTOS 2015**

# TEKSTİL SEKTÖRÜ AÇISINDAN

## ALMANYA

### İÇİNDEKİLER

I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER .....	3
Giriş.....	3
Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler .....	4
Sanayi.....	6
Ekonomi.....	7
Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama .....	8
Almanya Tekstil ve Hazırgiyim Sanayii .....	11
Almanya’da Teknik Tekstiller .....	12
II. ALMANYA DIŞ TİCARETİ.....	13
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat .....	13
III. ALMANYA’NIN TEKSTİL DIŞ TİCARETİ .....	14
En Çok Tekstil İthalatı Yapılan Ülkeler .....	15
IV. ALMANYA’NIN ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TEKSTİL İTHALATI .....	17
Almanya’nın Elyaf Dış Ticareti .....	18
Almanya’nın İplik Dış Ticareti .....	19
Almanya’nın Dokuma Kumaş Ticareti .....	20
Almanya’nın Örme Kumaş Dış Ticareti.....	21
Almanya’nın Ev Tekstili Dış Ticareti.....	22
Almanya’nın Teknik Tekstil Dış Ticareti.....	23
V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ.....	24
Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti .....	24
Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalatın Seyri .....	26
Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti .....	29
Almanya’ya En Fazla İhraç Edilen Tekstil Mamulleri .....	30
Belli Başlı Ürün Grupları Bazında Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti.....	32
VI. FAYDALI ADRESLER .....	33
VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR .....	34

## I. ALMANYA HAKKINDA GENEL BİLGİLER

### Giriş

81 milyonluk nüfusu ve yıllık 1,5 trilyon doları aşan ihracat performansı ile ABD ve Japonya ile birlikte dünyanın en önemli sanayileşmiş ülkeleri arasında kabul edilen Almanya, Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, Lüksembourg ile Danimarka'dır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha güçlü duruma gelmiştir.

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

Almanya, Avrupa Birliği'nin lider ülkesi ve en büyük pazarı konumundadır. Ekonomideki bu performans özellikle dış ticaret sayesinde elde edilmiştir. Almanya, sahip olduğu bu ekonomik güç sayesinde Avrupa'daki siyasi, ekonomik ve ticari oluşumlarda daima kilit rol oynamıştır.

Almanya 'G8' diye adlandırılan ve dünyanın en zengin ülkelerinin liderlerini bir araya getiren topluluğun da üyesidir (ABD, Japonya, Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya, Kanada ve Rusya). Ayrıca, Almanya yüksek alım gücüyle ülkemiz ihracatındaki en önemli pazarlardan biri olma özelliğini de taşımaktadır.

Almanya, 16 eyaletten oluşan federatif bir yapıya sahiptir. Bu eyaletler Baden Württemberg, Bavyera, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Vorpommern, Aşağı Saksonya, Kuzey Ren-Vestfalya, Rhineland-Palatinate, Saarland, Saksonya, Saksonya-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen'dir.

Federal Meclis iki ayrı meclisten oluşmaktadır. *Bundestag* (Federal Meclis) dört yıl için seçim bölgelerinin nüfusuna göre genel seçimlerle seçilir. *Bundesrat* ise senato mahiyetindedir, nüfus sayısına bakılmaksızın her eyaletin iki temsilcisinden oluşur. Yasama yetkisi Federal Meclis'e aittir. Ancak Anayasa'nın Federal Meclis'e bıraktığı alanın dışında Eyalet Meclisleri de yasama yetkisine sahiptirler.

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

azledilirler. Federal Cumhurbaşkanı beş yıllığına Federal Meclis Genel Kurulu tarafından seçilir. Daha çok sembolik bir pozisyonda olan Federal Cumhurbaşkanı ülkeyi temsil eder ve yasa ile başka türlü düzenlenmedikçe federal yargıç ve memurları atar.

Türk-Alman ilişkilerinin tarihi, 16. yüzyıla kadar uzanmaktadır. 1500'lü yıllarda Kanuni Sultan Süleyman zamanında başlayan ilişkiler, 1761 yılında Osmanlı İmparatorluğu ile Prusya Krallığı arasında bir "Barış ve Dostluk Anlaşması" imzalanması ile pekiştirilmiştir.

19. yüzyıl ise, Türk-Alman ilişkilerinde yeni bir dönemin başlangıcı sayılır. Uzun bir geçmişe sahip olan ikili siyasi ilişkiler, bu dönemde askeri ve teknik işbirliğine dönüşmüş ve zamanla kültürel ve ticari alanlara da yayılmıştır.

30 Ekim 1961 tarihinde Almanya ile Türkiye arasında imzalanan "Türk işçilerinin Almanya Federal Cumhuriyeti'ne Gönderilmesine Dair Anlaşma" ile iki ülke arasındaki ilişkilerde yeni bir dönem başlamış ve Türk işçileri çalışmak üzere Almanya'ya gitmeye başlamışlardır. Akabinde 1964 yılında Sosyal Güvenlik Anlaşması imzalanmıştır. Türk işçileri 1973 yılına, yani Almanya'nın yurtdışından işçi alımını durdurduğunu açıklamasına kadar çalışmak üzere Almanya'ya gitmişlerdir. 1967 yılında Almanya'daki Türk nüfusu 150 bin civarında iken günümüzde bu rakam 1,9 milyona ulaşmış durumdadır.

## **Temel Ekonomik ve Sosyal Göstergeler**

Almanya Avrupa'nın en büyük sanayiine sahiptir. Gelişmiş ülkelerin çoğundan farklı olarak Alman ekonomisinin temeli, üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Sanayi sektörü Almanya milli gelirinin önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Almanya dünyanın en önemli çelik, çimento, kimyasal maddeler, makina, taşıt araçları ve elektronik ürünleri üreticilerindedir. Aşağıda verilen temel ekonomik göstergeler, Almanya ekonomisinin gücünü ortaya koymaktadır.

**Başkenti**

Berlin

**Yüzölçümü**

357,022 km<sup>2</sup>

**Nüfusu**

81 milyon (Temmuz 2015 tahmini)

<b>Ortalama Yaşam Süresi</b>	80,6 yıl
<b>Para Birimi</b>	Euro (€)
<b>GSYİH (s.a.p.)</b>	3,8 trilyon \$ (2014 tahmini)
<b>Kişi Başına Düşen GSYİH (s.a.p.)</b>	45.900 \$ (2014 tahmini)
<b>GSYİH Büyüme Hızı</b>	% 1,6 (2014 tahmini)
<b>İşsizlik Oranı</b>	% 5 (2014 tahmini)
<b>Sektörlere Göre GSMH</b>	Tarım % 0,9 Sanayi % 30,8 Hizmet % 68,4
<b>Sektörlere Göre İşgücü</b>	Tarım % 1,6 Sanayi % 24,6 Hizmet % 73,8
<b>Toplam İhracatı</b>	1,5 trilyon \$ (2014)
<b>Toplam İthalatı</b>	1,2 trilyon \$ (2014)
<b>Başlıca İhracat Ürünleri</b>	Makina, taşıt araçları, kimyasal ürünler, demir-çelik, gıda, tekstil.
<b>Başlıca İthalat Ürünleri</b>	Makina, taşıt araçları, gıda, demir-çelik, kimyasal ürünler, tekstil

### **Nüfus Yapısı**

Güncel verilere göre Almanya'da 81 milyon kişi yaşamaktadır. Bu nüfusla Almanya AB'nin en kalabalık ülkesi unvanını elinde bulundurmaktadır. Toplam nüfusun %21,5'i 65 yaşın üzerinde, %65,7'si 15-64 yaş, %12,9'u ise 0-14 yaş aralığındadır. Toplam nüfusun %75,3'ü şehirlerde ya da banliyölerde yaşamaktadır. Kilometrekarede 232 kişi yaşamaktadır. Almanya'da nüfusu 100 binin üzerinde olan

90 büyük şehir bulunmaktadır. Büyük şehirlerinden bazıları; Berlin, Hamburg, Münih, Frankfurt ve Köln'dür.

Almanya Federal İstatistik Dairesi'ne göre Almanya'da yaşlı ve genç nüfus arasındaki fark büyüyecektir. 2050 yılında nüfusun yarısından fazlası 48 yaşın üstünde, nüfusun üçte biri ise 60 yaşında ya da daha yaşlı olacaktır. Almanya'nın genel nüfusunun, diğer ülkelerden göçlere rağmen 2013 yılından itibaren azalması öngörülmektedir. Kadın başına 1,4 çocuk doğum oranı nedeniyle genç yaş grupları, örneğin 50 yaşına kadar olan nüfusun düşük seyredeceği tahmin edilmekte ve Almanya'da uzun yıllardan beri ölenlerin sayısının doğanlardan fazla olması, nüfusun azalmasındaki en büyük etken sayılmaktadır.

Şu an yönetimde olan Almanya Başbakanı Angela Merkel'in açıkladığı planları arasında, düşük doğum oranını yükseltmek ve doğum yapan kadınların çalışmaya devam etmelerini kolaylaştırmak için çocuk bakım merkezleri sayılarını hızlı bir biçimde arttırmak vardır. Ayrıca Almanya'da doğum yapan kadınlar son 12 ayda aldıkları ücretin belli bir oranını çalışmadan da alabilmektedir.

## Sanayi

Tüm Batılı sanayi ülkelerinde olduğu gibi Almanya'nın sanayii de yıllardır yapısal bir dönüşüm geçirmektedir. Sanayinin önemi eskiye oranla azalırken hizmet sektörü sanayinin yerini almaktadır. Yine de sanayi, Alman ekonomisinin en önemli sektörü olmayı sürdürmekte ve ABD gibi büyük sanayi ülkelerine göre daha geniş bir temel üzerinde yükselmektedir. Almanya'da çalışanların yaklaşık 20 milyonu sanayide istihdam edilmektedir. En önemli sanayi alt sektörleri, sırasıyla otomotiv, elektroteknik, makina sanayii ve kimya sanayiidir.

Geleneksel sanayi kolları arasında yer alan tekstil ya da demir-çelik sanayii gibi alanlarda son dönemlerde, pazarların küçülmesi ve düşük ücret uygulanan ülkelerin rekabeti dolayısıyla büyük gerilemeler kaydedilmiştir. Buna paralel olarak örneğin ilaç sanayiinde olduğu gibi, Alman kökenli firmaların yabancı firmalarla yaptıkları evliliklerle veya firmanın yabancılar tarafından satın alınmasıyla, mülkiyet kısmen veya tamamen yabancı firmalara geçmiştir.

Alman ekonomisinin uluslararası rekabet gücünü, sadece büyük kuruluşlar değil, bunlardan daha da önemlisi on binlerce küçük ve orta ölçekli işletme sağlamaktadır. Özellikle makina sanayii ve yan sanayide olduğu gibi gelecek vaat

eden ve çoklukla firma kümeleşmesi (cluster) olarak tanımlanan yapıda (aynı sektörde faaliyetlerde bulunan firmaların ve diğer kuruluşların aynı merkezde yoğunlaşması biçiminde) organize olan nanoteknoloji ve biyoteknoloji gibi alanlarda da orta ölçekli işletmeler ön plana çıkmaktadır. Orta ölçekli işletmeler, 20 milyondan fazla kişiyi istihdam ederek açık arayla en büyük işveren konumundadır. Sanayinin “amiral gemisi” niteliği kazanmış olan makina sanayiinde, firmaların çoğunluğu 200’den az çalışan istihdam etmesine karşın, Alman makina sanayii, dünyanın ihtiyaç duyduğu makina donanımlarını en yüksek kalitede üretmektedir.

Çin ve Hindistan gibi Asya’nın atılım halindeki ülkeleriyle Almanya arasındaki ticari ve ekonomik ilişkilerin önemi de her geçen gün artmaktadır. Günümüzde hızlı büyüyen bu ülkeler, zengin ülkelerle aralarındaki farkı kapatacak rekabet avantajlarına sahiptir. Alman dış ticaret politikası da bu olguyu dikkate alarak şekillenmektedir. Nitekim uluslararası ticari bağlantılarını güçlendirmeden, Almanya’nın modern bir sanayi ülkesi olma konumunu koruması mümkün değildir. Aynı zamanda bu gelişme Almanya’nın önüne yeni zorluklar da çıkarmaktadır. Bu bağlamda Alman ekonomisi, ekonomi politikasının yanı sıra ücret artışlarının sınırlandırılması sayesinde rekabet gücünü artırmayı başarmıştır.

Alman Merkez Bankası (Deutsche Bank) tarafından her yıl yayımlanan ‘Almanya Ekonomisinin ve Sektörlerin Görünümü’ raporunun son güncel versiyonunda, ihracata dayalı olan Alman sanayisinde Avrupa ülkelerinden gelen sipariş düşüşlerinin, Asya pazarındaki müşterilerden gelen yeni siparişlerle kapatılmaya çalışıldığı, ayrıca üretimi arttırmak için yeni reformlar yapılması gerektiğine vurgu yapılmaktadır.

## **Ekonomi**

En gelişmiş sanayi ülkelerinden biri olan Almanya, AB’nin en büyük ulusal ekonomisi konumunda olup, yüksek alım gücüne sahip 81 milyonluk nüfusuyla da Avrupa Birliği’nin (AB) en büyük ve en önemli pazarı konumundadır. Alman ekonomisinde ana rolü sanayinin lokomotifini olan yüksek ihracat gücü oynamaktadır. Diğer gelişmiş ülkelerin çoğundan farklı olarak Alman ekonomisinin temeli, üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Sanayi sektörü Almanya milli hasılasının önemli bir kısmını oluşturmaktadır.

Almanya’nın yüksek ihracat ve dış ticaret rakamları, bu ülke ekonomisinin günümüzün ekonomik gerçeği olan küresel ticarete çoğu ülkeden daha yoğun bir şekilde yöneldiğini ve dünya ekonomisiyle daha fazla iç içe geçtiğini göstermektedir.

Güncel gelişmeler çerçevesinde Almanya ekonomisi 2015 yılının ilk çeyrek döneminde geçen yılın aynı dönemine göre %1,1 büyüme kaydetmiştir. Almanya ekonomisi 2014 yılı genelinde ise %1,6 büyümüştür.

Almanya'da 2015 yılı başında %4,8 olan işsizlik oranı 2015 yılı Haziran ayında %4,7'ye gerilemiştir.

Öte yandan, ülke çapında perakende satışlar, Haziran ayında bir önceki yılın aynı ayına göre %5,1 artarken, yılın ilk ayında ortalama artış oranı %3,1 olarak gerçekleşmiştir.

2015 yılı Haziran ayında geçen yılın aynı dönemine göre %0,6 artan ülkenin sanayi üretimi, Ocak-Haziran döneminde ortalama %0,9 artış göstermiştir.

### **Almanya Pazarına Giriş ve Pazarlama**

Almanya pazarı, sanayileşmiş batı pazarları arasında en zorlu olanlarından birisidir. Yüksek alım gücü, geniş pazar potansiyeli, ithalatın kolaylığı, ithal mallardaki yoğun artış (özellikle de işlenmiş ürünlerde); gibi etkenler rekabet ortamını oldukça güçleştirmektedir. Bunun sonucu olarak da oldukça yıkıcı bir rekabet yaşanmaktadır.

Almanya'da derinlemesine düşünülmüş, planlanmış ve yazılı hale getirilmiş bir ihraç pazarlama stratejisine gerek duyulmaktadır. Bu strateji, Alman pazarının çeşitli bölgesel farklılıklarını içeren, tek tip olmayan, bir pazar olduğunu göz önünde bulundurmaya zorunluluğundadır.

Pazarlama için çok önemli olan bir nokta insanın gözünden kolaylıkla kaçabilir: Farklı bölgeler arasındaki tamamen farklı tüketim, yaşam ve farklı düşünce biçimlerinin varlığı, yabancı bir firmanın tüm mallarının dağıtım ve pazarlamasını tek firmaya vermesini engellemektedir. Genellikle yabancı firmalar, farklı bölgelerde çalışan ticari temsilcilikleri tercih etmektedir.

Temsilcilerin etkinlik alanları kesin olmamakla beraber, genellikle Alman Eyaletleri'nin sınırlarıyla belirlenir; bu arada ekonomik bölgeler de elbette göz önüne alınır. Federal Alman Eyaletleri'nin siyasi sınırları Almanya'nın ekonomik bölgeleriyle eş değildir. Ekonomik bölgeler daha çok endüstriyel etkinlikler, iş gücü, zanaat ve ticaretin yoğunluğuyla belirlenir. Genellikle Almanya'yı 4-6 farklı temsilcilik bölgesine bölme alışkanlığı olsa da, edinilen deneyimler bu temsilcilik bölgelerinin her firma için bireysel olarak belirlenmesinin daha doğru olduğunu



göstermiştir. Çünkü bu bölgeler, teslimat programı ve hedef tüketici kitle gibi farklı faktörlere göre belirlenmektedir.

Yabancı üreticilerin Federal Almanya'daki belirli dağıtım kanallarını kullanmaları zorunlu değildir. Ürün satışları firmanın tercihinine göre farklı yöntemlerle gerçekleştirilebilir. Örneğin:

- Geleneksel ithalat sektörü
- Toptancılar
- Doğrudan ithalat yapan toptancılar
- Perakende satış kurumlarının satınalma birlikleri
- Doğrudan ithalat yapan sanayi kurumları
- Tüccarlar ya da komisyonla çalışan temsilciler gibi araçlar.

İthalat yapan firmalar genellikle belirli ürünler ya da ülkeler üzerinde uzmanlaşırlar. Deneyimleri sayesinde bu tür ortaklar özellikle Alman pazarının kendine özgün koşullarını iyi tanımayan yabancı üreticilerin Almanya pazarına girişini kolaylaştırır. Bunun dışında ithal işlemleri perakendecilere, sanayiye ve el sanatları üreticilerine satış yapan toptancılar tarafından da yürütülür. Toptancılar genellikle belirli bir ürün ya da belirli sektörler üzerinde yoğunlaşırlar. Buldukları bölgede güçlü olan toptancılardan yalnızca birkaçı tüm Almanya genelinde temsil edilmektedir.

Genellikle ithalat yapan firmalar risk alarak ithalat yaparlar. Bu nedenle üretim yapan yabancı firma, temsilcisinin fiyatlandırma politikasına karışamaz ve ürününün son olarak kime satıldığını bilemez. Bu tür ithalat firmaları üretici ile Almanya kapsamında ya da önceden belirlenmiş satış alanları için özel satış sözleşmeleri imzalar. Bu sözleşmeler ithalatçıya sözleşme kapsamındaki alan içinde imtiyazlar tanıyan özel ticaret düzenlemeleridir. Bu nedenle, bu sözleşme uyarınca farklı alıcıların bu imtiyazlı temsilcinin bölgesine ürün getirmeleri bu sözleşmeyle engellenmelidir. Yine de pazarda güçlü bir konumu olan ticari kuruluşlar, üretici ile doğrudan temasa geçmek isterler. Bu nedenle temsilci bu yeni iş anlaşmasının kurulmasında hiç bir emeği olmasa da komisyonunu isteyebilir. İmtiyazlı dağıtıcının belirli bir satış seviyesini tutturması gerekir. Üretici için mallarının imtiyazlı dağıtıcı tarafından satılması, satın alma, kredi ve ödeme gibi risklerin artması anlamına gelir. Bu nedenle temsilci seçiminde çok dikkatli olunması gerekir.

İthalatçıların ya da aracı satıcıların aldıkları komisyonlar genellikle söz konusu ürüne bağlıdır ve değişir. Bu komisyon ortalama tüketiciye perakende satış

yoluyla ulaşan ürünlerde %20, kullanıcı sektöre işlenmek üzere doğrudan ya da yarı işlenmiş ürün satıcıları aracılığı ile ulaşan mallarda %25-33 arasındadır. Bu oranlar taraflar arasında her sektörün kendine özgü kuralları çerçevesinde belirlenir.

Alman tüketim malları sektöründe, doğrudan ithalat yapan perakendeciler, mağaza zincirleri, posta ile satış yapan kurumlar ve perakendeci satınalma birliklerinin, pazardaki konumları oldukça güçlenmiş bulunmaktadır. Almanya'ya ithal edilen tüketim mallarının %50'sinin doğrudan ya da el değiştirerek bu tür ticari kurumlar aracılığıyla tüketiciye ulaştırıldığı bilinmektedir. Yine aynı kurumlar, kendi ürün spesifikasyonları doğrultusunda ve kendi isimlerini taşıyan ürünleri, yurtdışında ürettirmektedirler.

Ticari temsilcilerden sonra, bağımsız temsilciler denilen ve yabancı firmaların dağıtım ortağı olan firmalar da, Almanya pazarında oldukça etkin bir şekilde faaliyet göstermektedirler. Almanya'da kendi dağıtım merkezleri olan, ancak ürünlerinin satışlarını kendi pazarlama elemanlarıyla yapmak istemeyen firmalar, bu tür bağımsız ticari temsilcilerle çalışırlar.

Bu temsilci başkaları adına kendisi hiç bir risk üstlenmeden mal satar. Bunun karşılığında da satış üzerinden komisyon alır. Bazı durumlarda bu temsilciye belirli bir ücret de ödenebilir. Eğer fatura karşılığında firma adına para tahsilatı yapıyorsa bu tahsilat için ve tediye makbuzu verme işlemini üstlenirse de bu işlem için komisyon alır.

Eğer ticari temsilciden firma adına yabancı bir pazara girmesi istenirse, bu işin kurulma aşamasında ortaya çıkabilecek beklenmedik masrafları ödemesi için kendisine önceden bir ödenek verilir.

Yapılan araştırmalar Almanya'daki sanayicilerin büyük bölümünün ticari temsilcilerle çalıştığını göstermektedir. Bu nedenle ticari temsilcilikler kendilerini temsil ettikleri firmayla birlikte bir rekabet ortamında bulmakta ve bunun gereği olarak da kendi satış teşkilatıyla ya da bir başka deyişle kendi mobil satış ekibiyle satışları yürütmeye çalışmaktadırlar. Brüt gelirleri tamamen performanslarına dayanan ticari temsilciliklerin bu alandaki verimliliği daha iyi, daha ucuz temsilcilik hizmeti sunmalarından ve farklı firmaları aynı anda temsil ettikleri için daha etkin olmalarından kaynaklanmaktadır. Yine de böyle bir ticari temsilcilikle çalışma kararını almadan önce şirket ve sektörde ürünle ilgili özel ve detaylı bir incelemenin yapılması gerekmektedir.

Almanya'da ticari temsilcilikler, diğer ülkelerden farklı olarak yasalarla daha iyi korunurlar. Kontratın sona erdirilmesi durumunda temsilci tazminat isteme

hakkına sahiptir ve bu komisyon son beş yılda alınan komisyon ortalaması üzerinden hesaplanır.

### **Almanya Tekstil ve Hazırgiyim Sanayii**

Avrupa'nın en büyük sanayi ve ekonomisine sahip olan Almanya'da, ekonominin temeli üretim ve üretime bağlı hizmetlerden oluşmaktadır. Genelde gelişmekte olan ülkelerde üretimin önemli bir ayağı olarak değerlendirilen tekstil sektörü Almanya için de önemli bir role sahiptir. Almanya'daki tekstil ve hazır giyim imalatında küçük ve orta büyüklükteki şirketler yer almaktadır. Son yıllarda Almanya tekstil ve hazırgiyim sektörü, Avrupa'daki diğer ekonomiler gibi hızlı bir değişim içerisine girmiştir. Bu değişim gerek sektörün üretim merkezlerinin Uzakdoğu Asya gibi daha ucuz emek gücüne sahip ülkelere kaymasından, gerekse de enerji ve vergilerdeki yüksek maliyetten kaynaklanmaktadır.

Almanya'daki tekstil ve hazırgiyim sektöründe esasen küçük ve orta ölçekli işletmeler mevcuttur. Almanya'da, toplam ciroları 500 milyon Euro'ya kadar olan ve toplam çalışan sayısı 250 kişiden az olan firmalar, KOBİ olarak kabul edilmektedir. Almanya tekstil sanayiinde faaliyet gösteren firmaların yaklaşık %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir. Hazırgiyim sektöründe de tablo buna benzerdir; işletmelerin %90'ı 250 kişiden az personel istihdam etmektedir ve KOBİ olarak sınıflanmaktadır.

Almanya tekstil ve hazırgiyim sanayii hızlı bir dönüşüm içerisindedir. 2010 yılı verilerine göre tekstil sektöründe faaliyet gösteren 732 firmada yaklaşık 80 bin, konfeksiyon sektöründe ise faaliyet gösteren 323 firmada yaklaşık 43 bin kişi çalışmaktadır. Bu verilere göre tekstil ve hazırgiyim sektörlerinde faaliyet gösteren toplam 1.055 firmada yaklaşık 123 bin kişi çalışmaktadır. Sözkonusu verilere göre tekstil sektöründe firma sayısı 2009 yılına göre %4,7 azalırken, hazırgiyim sektöründeki firma sayısı %9,5 azalmıştır. Bu dönüşümün arkasında, üretim merkezlerinin başta Uzakdoğu Asya olmak üzere daha düşük emek maliyetlerinin bulunduğu ülkelere kayarak, Almanya'daki pazar paylarını garanti altına almaları yatmaktadır.

Alman Merkez Bankası (Deutsche Bank) tarafından her yıl yayımlanan 'Almanya Ekonomisinin ve Sektörlerin Görünümü' raporunun son güncel versiyonuna göre, Alman tekstil ve teknik tekstil ihracatında geleneksel ihracat pazarlarından gelen siparişler miktar bazında azalmakta, stokların şişmesini engellemek amacıyla bir defada yüklü siparişler verilmemektedir. Bu çerçevede geçmiş dönemlerin verimli pazarları Rusya, Çin ve Hindistan'dan gelen siparişlerde de düşüşler olduğu kaydedilmektedir. Raporda Alman tekstil sanayisinin

güçlenmesi için yerli üretimin teşvik edilmesi ve yurtdışına kayan üretimin yeniden ülke içine yönelendirilmesi özellikle vurgulanmaktadır.

### **Almanya'da Teknik Tekstiller**

Global pazarlardaki büyük rekabet dolayısıyla, bugün 2,5 milyon kişinin tekstil ve konfeksiyon sektöründe istihdam edildiği AB ülkelerinde, konvansiyonel tekstil ve konfeksiyon ürünlerinden katma değeri daha yüksek olan, bilgi yoğun ve fonksiyonel teknik tekstillere ve nanoteknoloji ürünlerine doğru keskin bir yönelim sözkonusudur. Avrupa tekstil ve konfeksiyon sanayiinin geçirmekte olduğu değişim sebebiyle, 1995 yılından bu yana dünyada teknik tekstillerin üretimi artmaktadır ve 2015 yılı itibariyle artış trendi devam etmektedir. Sadece Avrupa'da 21 milyar doların üzerinde bir teknik tekstil pazarı sözkonusudur. Tıptan havacılığa ve uzay sanayisine, tarımdan otomotive, inşaattan nakliyeye, koruyucu giysilerden iş kıyafetlerine kadar çeşitli alanlarda kullanılan teknik tekstiller bugün insan hayatına çok yönlü olarak yerleşmiş durumdadırlar.

Örneğin karbon ve seramik lifler teknik tekstiller alanında en inovatif ve yeniliğe açık yüksek teknoloji kullanımlı ürünlerden birisi olup, yüksek mukavemet gücüne rağmen son derece hafif olmalarının getirdiği avantajla havacılık ve uzay sanayisinde kullanılmaktadır. Karbon ve seramik lifler son olarak Airbus A 380 modelinde de kullanılmışlardır. Teknik tekstiller medikal, otomotiv, havacılık, inşaat gibi insanların yaşam kalitesini ve konforunu doğrudan etkileyen alanlarda kullanıldıklarından, ortalama gelirin artması, sanayileşmenin zirveye çıkması ve sağlık harcamalarının yükselmesi gibi faktörler başta gelişmiş ülkeler olmak üzere teknik tekstiller harcamalarının ve üretiminin de artmasını sağlamaktadır.

Avrupa, ABD ile birlikte dünyada teknik tekstiller merkezi konumunda olup, küresel teknik tekstiller tüketiminde yaklaşık %20 paya sahiptir. Bugün gelişmiş Batı Avrupa ülkelerinde teknik tekstil materyallerinin pazarda ağırlığı %40'ı geçmiş durumdadır. AB'nin Birlik dışına yaptığı teknik tekstiller ihracatının %60'ını Almanya, İtalya, Fransa, İngiltere ve Belçika gerçekleştirmektedir.

Almanya gerek teknik tekstil üretimi ve kullanımı, gerekse bu konudaki bilimsel çalışmaları ile ABD, Japonya, İngiltere'nin yanısıra dünyanın önde gelen öncü ülkelerinden biri olup, tekstil sektörünün yıllık toplam cirosunun yarısından fazlasını teknik tekstil satışları oluşturmaktadır. 2012 yılı verilerine göre Almanya genelinde 370 civarında firma teknik tekstiller alanında üretim yapmaktadır.

Almanya'nın teknik tekstiller konusundaki iddiasına paralel olarak 1986 yılından bu yana iki yılda bir fuar organizatörü Messe Frankfurt tarafından teknik tekstil ve nonwoven fuarı düzenlenmekte, dünyanın dört bir yanından büyük

ziyaretçi kitlesi çeken bu fuarda Almanya'nın teknik tekstilde geldiği yüksek seviye açıkça görülebilmektedir.

Ülkede Denkendorf Tekstil Enstitüsü, Chemnitz Tekstil Enstitüsü, Dresden Teknik Üniversitesi, Aachen Tekstil Enstitüsü gibi bir çok üniversite, araştırma laboratuvarı ve enstitü, Karl Mayer gibi Alman tekstil makinası üreticileri münferit veya üniversite/enstitü –sanayi işbirliği ile teknik tekstiller ve nanoteknoloji gibi konularda uzun soluklu araştırmalar yapmakta ve bunları da uluslararası sempozyumlarda ortaya koymaktadırlar.

Tekstil yüzeylerine atmosferik plazma işlemleri uygulanması, az miktarda tozu dahi tutabilen filtreler, karbon ve cam liflerinin kullanımı, iki ve üç boyutlu tekstil üretim teknolojileri, kompozit lifler ile plastiklerin takviyesi, örme teknolojisi ile tekstil materyallerinin ön şekillendirilmesi, hafif, gürültü ve darbeye dayanıklı, enerji absorblayabilen, ısı yalıtımı sağlayabilen materyaller için çelik ve tekstil kombinasyonları gibi konular halen Alman bilim insanlarının üzerinde çalıştıkları konular olarak verilebilir.

## II. ALMANYA DIŞ TİCARETİ

### Yıllar İtibariyle Genel İhracat ve İthalat

ALMANYA'NIN GENEL DIŞ TİCARETİ				
Birim: 1.000ABD \$				
YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	977.131.972	-	779.819.058	-
2006	1.121.962.887	14,8%	922.213.393	18,3%
2007	1.328.841.354	18,4%	1.059.307.813	14,9%
2008	1.466.137.400	10,3%	1.204.209.300	13,7%
2009	1.127.839.900	-23,1%	938.363.080	-22,1%
2010	1.260.985.554	11,8%	1.056.552.638	12,6%
2011	1.474.837.619	17,0%	1.255.618.058	18,8%
2012	1.406.499.466	-4,6%	1.164.384.406	-7,3%
2013	1.452.880.590	3,3%	1.189.019.407	2,1%
2014	1.508.345.867	3,8%	1.216.259.145	2,3%

Kaynak: ITC Trade Map

### III. ALMANYA'NIN TEKSTİL DIŞ TİCARETİ

#### ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜNLERİ TİCARETİ

(Birim: 1.000 ABD \$)

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	13.189.942	-	8.726.872	-
2006	13.987.147	6,0%	9.297.076	6,5%
2007	14.913.482	6,6%	10.099.559	8,6%
2008	15.103.824	1,3%	10.217.168	1,2%
2009	11.950.163	-20,9%	9.423.607	-7,8%
2010	13.890.343	16,2%	9.675.800	2,7%
2011	16.039.434	15,5%	11.770.537	21,6%
2012	13.937.931	-13,1%	10.206.816	-13,3%
2013	14.332.832	2,8%	10.042.539	-1,6%
2014	14.579.957	1,7%	10.165.228	1,2%

Kaynak: ITC Trade Map

## En Çok Tekstil İthalatı Yapılan Ülkeler

### ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜNLERİ İTHALATI

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	1.608.915	1.647.907	2,4%	16,2%
ÇİN	946.363	976.168	3,1%	9,6%
HOLLANDA	742.824	820.569	10,5%	8,1%
BELÇİKA	610.266	634.849	4,0%	6,2%
AVUSTURYA	574.338	582.103	1,4%	5,7%
<b>TÜRKİYE</b>	<b>469.752</b>	<b>472.664</b>	<b>0,6%</b>	<b>4,6%</b>
İSVİÇRE	431.833	449.885	4,2%	4,4%
ÇEK CUMHURİYETİ	379.364	396.352	4,5%	3,9%
FRANSA	386.064	394.796	2,3%	3,9%
POLONYA	341.899	372.827	9,0%	3,7%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>6.491.618</b>	<b>6.748.120</b>	<b>4,0%</b>	<b>66,4%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>10.042.539</b>	<b>10.165.228</b>	<b>1,2%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın En Çok İthalatını Yaptığı Tekstil Ürünleri

**ALMANYA'NIN TEKSTİL ÜRÜNLERİ İTHALATI**  
**EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK ON ÜRÜN**

(Birim: 1.000 ABD \$)

MAL TANIMI	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
5603 -DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	1.018.612	1.080.089	6,0%	10,6%
5402-SENTETİK FİLAMENT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	866.667	934.987	7,9%	9,2%
5503-SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	767.100	790.313	3,0%	7,8%
5407-SENTETİK FİLAMENT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	544.938	566.425	3,9%	5,6%
5911-DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN TEKNİK İŞLERDE KULLANILMAYA MAHSUS ÜRÜNLER VE EŞYA	449.475	471.032	4,8%	4,6%
5208-PAMUKTAN DOKUNMUŞ MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇERENLER)(M2. AĞIRLIĞI 200 GR. I GEÇMEYEN)	420.877	416.907	-0,9%	4,1%
5903-PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA PLASTİKLE LAMİNE EDİLMİŞ	334.273	316.348	-5,4%	3,1%
5209-PAMUKTAN DOKUNMUŞ MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK	234.536	218.076	-7,0%	2,1%
5512-SENTETİK DEVAMSIZ LİFLERDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA %85 VEYA DAHA FAZLA SENTETİK DEVAMSIZ LİF İÇERENLER)	208.088	216.916	4,2%	2,1%
5509-SENTETİK DEVAMSIZ LİFLERDEN İPLİKLER (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	199.856	213.760	7,0%	2,1%
<b>TOPLAM</b>	<b>10.042.539</b>	<b>10.165.228</b>	<b>1,2%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map



## IV. ALMANYA'NIN ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TEKSTİL İTHALATI

### ALMANYA'NIN ÜRÜN GRUPLARI BAZINDA TEKSTİL İTHALATI

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜRÜN GRUBU	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
ELYAF	1.595.633	1.510.878	-5,3%	14,9%
İPLİK	1.971.227	2.037.623	3,4%	20,0%
DOKUMA KUMAŞ	2.266.157	2.286.750	0,9%	22,5%
ÖRME KUMAŞ	507.638	516.797	1,8%	5,1%
EV TEKSTİLİ (*)	3.293.459	3.515.332	6,7%	-
TEKNİK TEKSTİL (*)	7.210.738	7.652.850	6,1%	-
<b>TOPLAM TEKSTİL ÜRÜNLERİ</b>	<b>10.042.539</b>	<b>10.165.228</b>	<b>1,2%</b>	

(\*) Ev Tekstili ve Teknik Tekstil ürün gruplarının, tekstil ürünleri sınıflamasında yer almayan ürünleri içermesi nedeniyle, bu gruplarda pay hesaplanmamıştır.

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın Elyaf Dış Ticareti

### ALMANYA'NIN ELYAF DIŞ TİCARETİ

(Birim: 1.000 ABD \$)

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	1.643.739	-	1.150.154	-
2006	1.766.281	7,5%	1.245.042	8,3%
2007	1.900.774	7,6%	1.490.346	19,7%
2008	1.855.854	-2,4%	1.560.082	4,7%
2009	924.748	-50,2%	1.011.654	-35,2%
2010	1.548.220	67,4%	1.486.121	46,9%
2011	1.862.160	20,3%	2.034.070	36,9%
2012	1.515.991	-18,6%	1.634.514	-19,6%
2013	1.489.429	-1,8%	1.595.633	-2,4%
2014	1.443.171	-3,1%	1.510.878	-5,3%

Kaynak: ITC Trade Map

### ALMANYA'NIN ELYAF İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
BELÇİKA	255.050	260.580	2,2%	17,2%
ÇİN	174.003	166.312	-4,4%	11,0%
AVUSTURYA	113.174	117.005	3,4%	7,7%
KORE CUMHURİYETİ	92.079	100.382	9,0%	6,6%
DANİMARKA	86.713	96.431	11,2%	6,4%
İTALYA	64.828	71.903	10,9%	4,8%
HOLLANDA	53.965	55.323	2,5%	3,7%
ÇEK CUMHURİYETİ	47.006	49.854	6,1%	3,3%
HİNDİSTAN	62.126	49.575	-20,2%	3,3%
İRLANDA	47.145	48.533	2,9%	3,2%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>996.089</b>	<b>1.015.898</b>	<b>2,0%</b>	<b>67,2%</b>
<b>TÜRKİYE ( 17. sırada)</b>	<b>32.217</b>	<b>26.129</b>	<b>-18,9%</b>	<b>1,7%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>1.595.633</b>	<b>1.510.878</b>	<b>-5,3%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın İplik Dış Ticareti

### ALMANYA'NIN İPLİK DIŞ TİCARETİ

(Birim: 1.000 ABD \$)

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	2.609.648	-	1.838.578	-
2006	2.760.672	5,8%	1.989.141	8,2%
2007	3.113.659	12,8%	2.191.793	10,2%
2008	2.925.915	-6,0%	2.225.872	1,6%
2009	1.553.011	-46,9%	1.478.095	-33,6%
2010	2.196.099	41,4%	1.957.333	32,4%
2011	2.428.748	10,6%	2.325.048	18,8%
2012	2.024.318	-16,7%	1.894.292	-18,5%
2013	2.019.384	-0,2%	1.971.227	4,1%
2014	2.045.336	1,3%	2.037.623	3,4%

Kaynak: ITC Trade Map

### ALMANYA'NIN İPLİK İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	322.011	312.518	-2,9%	15,3%
HOLLANDA	233.304	291.437	24,9%	14,3%
ÇİN	173.908	200.176	15,1%	9,8%
POLONYA	127.275	142.106	11,7%	7,0%
<b>TÜRKİYE</b>	<b>103.461</b>	<b>101.163</b>	<b>-2,2%</b>	<b>5,0%</b>
ROMANYA	84.140	86.669	3,0%	4,3%
HİNDİSTAN	93.220	82.057	-12,0%	4,0%
SLOVAKYA	71.624	81.973	14,4%	4,0%
BELÇİKA	81.909	74.852	-8,6%	3,7%
İSPANYA	74.491	70.684	-5,1%	3,5%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>1.365.343</b>	<b>1.443.635</b>	<b>5,7%</b>	<b>70,8%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>1.971.227</b>	<b>2.037.623</b>	<b>3,4%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın Dokuma Kumaş Ticareti

### ALMANYA'NIN DOKUMA KUMAŞ DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	3.490.337	-	2.586.326	-
2006	3.530.834	1,2%	2.626.755	1,6%
2007	3.567.041	1,0%	2.722.125	3,6%
2008	3.504.725	-1,7%	2.521.867	-7,4%
2009	2.628.902	-25,0%	1.885.634	-25,2%
2010	2.769.641	5,4%	2.167.912	15,0%
2011	3.153.535	13,9%	2.549.969	17,6%
2012	2.758.154	-12,5%	2.191.473	-14,1%
2013	2.721.296	-1,3%	2.266.157	3,4%
2014	2.725.378	0,2%	2.286.750	0,9%

Kaynak: ITC Trade Map

### ALMANYA'NIN DOKUMA KUMAŞ İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	563.368	555.235	-1,4%	24,3%
ÇİN	312.714	304.849	-2,5%	13,3%
<b>TÜRKİYE</b>	<b>192.761</b>	<b>197.049</b>	<b>2,2%</b>	<b>8,6%</b>
İSVİÇRE	136.404	143.526	5,2%	6,3%
AVUSTURYA	141.543	136.113	-3,8%	6,0%
PAKİSTAN	130.234	125.403	-3,7%	5,5%
HOLLANDA	101.887	108.327	6,3%	4,7%
İSPANYA	81.302	79.610	-2,1%	3,5%
FRANSA	73.044	78.002	6,8%	3,4%
ÇEK CUMHURİYETİ	79.889	77.908	-2,5%	3,4%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>1.813.146</b>	<b>1.806.022</b>	<b>-0,4%</b>	<b>79,0%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>2.266.157</b>	<b>2.286.750</b>	<b>0,9%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın Örme Kumaş Dış Ticareti

### ALMANYA'NIN ÖRME KUMAŞ DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	1.052.310	-	461.461	-
2006	1.076.641	2,3%	497.053	7,7%
2007	1.154.133	7,2%	542.557	9,2%
2008	1.105.678	-4,2%	499.676	-7,9%
2009	881.109	-20,3%	403.460	-19,3%
2010	1.009.312	14,6%	474.890	17,7%
2011	1.178.719	16,8%	554.456	16,8%
2012	962.006	-18,4%	502.153	-9,4%
2013	993.053	3,2%	507.638	1,1%
2014	978.717	-1,4%	516.797	1,8%

Kaynak: ITC Trade Map

### ALMANYA'NIN ÖRME KUMAŞ İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
İTALYA	144.220	131.214	-9,0%	25,4%
AVUSTURYA	52.093	58.431	12,2%	11,3%
ÇİN	45.766	54.934	20,0%	10,6%
<b>TÜRKİYE</b>	<b>37.591</b>	<b>43.363</b>	<b>15,4%</b>	<b>8,4%</b>
İSVİÇRE	27.044	27.677	2,3%	5,4%
HOLLANDA	18.991	19.159	0,9%	3,7%
SLOVAKYA	17.566	19.001	8,2%	3,7%
FRANSA	17.581	18.980	8,0%	3,7%
ÇEK CUMHURİYETİ	15.024	16.987	13,1%	3,3%
KORE CUMHURİYETİ	15.808	16.407	3,8%	3,2%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>391.684</b>	<b>406.153</b>	<b>3,7%</b>	<b>78,6%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>507.638</b>	<b>516.797</b>	<b>1,8%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın Ev Tekstili Dış Ticareti

### ALMANYA'NIN EV TEKSTİLİ DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	824.490	-	2.311.495	-
2006	938.448	13,8%	2.378.229	2,9%
2007	1.050.693	12,0%	2.539.515	6,8%
2008	1.128.505	7,4%	2.657.625	4,7%
2009	1.192.104	5,6%	2.691.674	1,3%
2010	1.368.176	14,8%	3.063.017	13,8%
2011	1.729.939	26,4%	3.670.576	19,8%
2012	1.533.540	-11,4%	3.061.947	-16,6%
2013	1.613.407	5,2%	3.293.459	7,6%
2014	1.673.833	3,7%	3.515.332	6,7%

Kaynak: ITC Trade Map

### ALMANYA'NIN EV TEKSTİLİ İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
ÇİN	756.085	829.783	9,7%	23,6%
<b>TÜRKİYE</b>	<b>488.591</b>	<b>493.179</b>	<b>0,9%</b>	<b>14,0%</b>
POLONYA	410.567	450.348	9,7%	12,8%
PAKİSTAN	227.483	308.298	35,5%	8,8%
HİNDİSTAN	249.052	257.908	3,6%	7,3%
HOLLANDA	241.253	214.116	-11,2%	6,1%
ÇEK CUMHURİYETİ	88.869	115.982	30,5%	3,3%
BANGLADEŞ	116.716	111.576	-4,4%	3,2%
AVUSTURYA	88.492	81.818	-7,5%	2,3%
MACARİSTAN	62.558	68.435	9,4%	1,9%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>2.729.666</b>	<b>2.931.443</b>	<b>7,4%</b>	<b>83,4%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>3.293.459</b>	<b>3.515.332</b>	<b>6,7%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## Almanya'nın Teknik Tekstil Dış Ticareti

### ALMANYA'NIN TEKNİK TEKSTİLLER DIŞ TİCARETİ

Birim: 1.000ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2005	4.962.068	-	4.346.511	-
2006	5.635.143	13,6%	4.886.211	12,4%
2007	7.558.137	34,1%	6.123.149	25,3%
2008	8.358.713	10,6%	6.899.310	12,7%
2009	6.610.023	-20,9%	5.473.901	-20,7%
2010	7.675.088	16,1%	6.295.142	15,0%
2011	8.774.505	14,3%	7.501.043	19,2%
2012	8.078.496	-7,9%	6.814.022	-9,2%
2013	8.528.574	5,6%	7.210.738	5,8%
2014	9.071.314	6,4%	7.652.850	6,1%

Kaynak: ITC Trade Map

### ALMANYA'NIN TEKNİK TEKSTİLLER İTHALATI İLK 10 ÜLKE

(Birim: 1.000 ABD \$)

ÜLKELER	2013	2014	DEĞİŞİM	PAY
ÇİN	975.667	1.027.171	5,3%	13,4%
POLONYA	669.804	807.769	20,6%	10,6%
HOLLANDA	408.509	419.058	2,6%	5,5%
BELÇİKA	412.160	400.776	-2,8%	5,2%
ÇEK CUMHURİYETİ	341.545	364.978	6,9%	4,8%
İTALYA	254.047	307.332	21,0%	4,0%
ROMANYA	212.379	219.248	3,2%	2,9%
FRANSA	204.718	211.904	3,5%	2,8%
İSVİÇRE	159.078	174.435	9,7%	2,3%
İNGİLTERE	162.269	169.701	4,6%	2,2%
<b>İLK 10 ÜLKE</b>	<b>3.800.176</b>	<b>4.102.372</b>	<b>8,0%</b>	<b>53,6%</b>
<b>TÜRKİYE (14. SIRADA)</b>	<b>182.891</b>	<b>174.998</b>	<b>-4,3%</b>	<b>2,3%</b>
<b>TOPLAM</b>	<b>7.210.738</b>	<b>7.652.850</b>	<b>6,1%</b>	<b>100,0%</b>

Kaynak: ITC Trade Map

## V. TÜRKİYE – ALMANYA DIŞ TİCARET İLİŞKİLERİ

### Türkiye - Almanya Genel Dış Ticareti

Almanya, Türkiye'nin en yoğun dış ticaret ilişkisi içerisinde olduğu bir kaç ülkeden biridir. İki ülke arasındaki ticaret Almanya lehine gelişim göstermektedir ve 2014 yılında Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülke Almanya olmuştur.

Almanya ile Türkiye arasında 2014 yılındaki toplam dış ticaret hacmi (*ihracat + ithalat*) 37,5 milyar dolar seviyesindedir. Bu rakamın 15,1 milyar dolarlık kısmını Türkiye'den Almanya'ya ihracat oluştururken, 22,4 milyar dolarlık kısmını Almanya'dan yapılan ithalat oluşturmaktadır.

2014 yılında 157,6 milyar dolar değerinde gerçekleşen Türkiye genel ihracatında, Almanya'nın 15,1 milyar dolar ile %9,6'lık payı bulunmaktadır. 2014 yılında Türkiye'nin genel ihracatı 2013 yılına kıyasla %3,8 oranında artarken, Almanya'ya ihracat %10,6 oranında artmıştır. 2015 yılının Ocak-Haziran döneminde ise 2014 yılının Ocak-Haziran dönemine kıyasla Türkiye genel ihracatı %8,2 oranında düşüşle 80,1 milyar dolardan 73,5 milyar dolara gerilerken, Almanya'ya ihracat % 15'lik düşüş kaydederek 6,5 milyar dolar olmuştur.

Diğer yandan, 2014 yılında Almanya'dan 22,4 milyar dolarlık ithalat yapılmış olup, 242,2 milyar dolarlık Türkiye genel ithalatında Almanya'nın payı %9,2 olarak hesaplanmaktadır. 2014 yılında Türkiye ithalatı %3,8 oranında azalırken, Almanya'dan yapılan ithalat ise %7,5 oranında azalmıştır. Bu düşüş oranı, Almanya'nın Türkiye toplam ithalatından aldığı payı %9,6'dan %9,2'ye geriletmiştir. 2015 yılının Ocak-Haziran döneminde ise Türkiye genel ithalatı %10,9 oranında azalırken, Almanya'dan yapılan ithalat da %6,5 oranında düşerek 10,3 milyar dolara gerilemiştir.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticareti içerisinde, tekstil ve konfeksiyon ticaretinin önemli bir yeri bulunmaktadır. İki ülke arasındaki dış ticarete tekstil ve konfeksiyon ticaretinin payı 2014 yılında %12,8 ve 2015 Ocak-Haziran döneminde %11,6 olmuştur.

2014 yılında Türkiye'den Almanya'ya %1,4 artışla 450,6 milyon dolarlık tekstil ihracatı ve Almanya'dan %7,4 düşüşle 445,3 milyon dolarlık tekstil ithalatı yapılmıştır. 2015 yılının Ocak-Haziran döneminde ise tekstil ihracatı %17,3 düşüşle 192,5 milyon dolara gerilerken, tekstil ithalatı %16,7 oranında düşüşle 196,5 milyon dolara gerilemiştir.



Öte yandan, 2014 yılında Türkiye'den Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon mamulü ihracatı %5,4 artışla 3,9 milyar dolara yükselmiş, aynı yıl bu ürün grubunda Almanya'dan %13,6 artışla 38,7 milyon dolarlık da ithalat yapılmıştır. 2015 yılının Ocak-Haziran döneminde ise Almanya'ya hazır giyim ve konfeksiyon ihracatı %23,5 oranında azalarak 1,5 milyar dolara gerilemiş, yine aynı dönemde Almanya'dan hazır giyim ve konfeksiyon ithalatı ise %5,3 oranında artışla 17,7 milyon dolara yükselmiştir.

Türkiye'nin Almanya ile dış ticaretini, tekstil ve konfeksiyon ticareti ile birlikte değerlendiren bir tablo, aşağıda yer almaktadır.

TÜRKİYE -ALMANYA TİCARİ İLİŞKİLERİ						
Birim: ABD \$	2013 YILLIK	2014 YILLIK	DEĞİŞİM	2014 OCAK-HAZİRAN	2015 OCAK-HAZİRAN	DEĞİŞİM
<b>ALMANYA'YA İHRACAT</b>	<b>13.696.842.428</b>	<b>15.147.423.285</b>	<b>10,6</b>	<b>7.650.727.404</b>	<b>6.501.484.022</b>	<b>-15,0</b>
TÜRKİYE GENEL İHRACAT	151.802.637.087	157.610.157.690	3,8	80.067.181.290	73.512.171.390	-8,2
ALMANYA'NIN PAYI %	9,0	9,6		9,6	8,8	
<b>ALMANYA'DAN İTHALAT</b>	<b>24.182.421.733</b>	<b>22.369.476.421</b>	<b>-7,5</b>	<b>11.061.426.283</b>	<b>10.337.848.768</b>	<b>-6,5</b>
TÜRKİYE GENEL İTHALAT	251.661.250.110	242.177.117.073	-3,8	119.784.553.940	106.746.016.742	-10,9
ALMANYA'NIN PAYI %	9,6	9,2		9,2	9,7	
<b>ALMANYA'YA TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI</b>	<b>444.308.920</b>	<b>450.583.723</b>	<b>1,4</b>	<b>232.883.071</b>	<b>192.525.817</b>	<b>-17,3</b>
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İHRACATI	8.367.973.140	8.535.980.789	2,0	4.349.875.734	3.809.099.200	-12,4
ALMANYA'NIN PAYI %	5,3	5,3		5,4	5,1	
<b>ALMANYA'DAN TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI</b>	<b>480.672.264</b>	<b>445.318.518</b>	<b>-7,4</b>	<b>235.926.614</b>	<b>196.485.302</b>	<b>-16,7</b>
TÜRKİYE TEKSTİL VE HAMMADDELERİ İTHALATI	9.301.562.715	9.712.850.457	4,4	5.189.679.430	4.262.896.786	-17,9
ALMANYA'NIN PAYI %	5,2	4,6		4,5	4,6	
<b>ALMANYA'YA H.GİYİM ve KONFEKSİYON İHRACATI</b>	<b>3.672.551.501</b>	<b>3.871.051.213</b>	<b>5,4</b>	<b>2.017.244.353</b>	<b>1.542.809.767</b>	<b>-23,5</b>
TÜRKİYE H.GİYİM ve KONFEKSİYON İHRACATI	17.150.270.228	18.484.603.209	7,8	9.297.050.132	8.066.130.258	-13,2
ALMANYA'NIN PAYI %	21,4	20,9		21,7	19,1	
<b>ALMANYA'DAN H.GİYİM ve KONFEKSİYON İTHALATI</b>	<b>34.066.774</b>	<b>38.716.788</b>	<b>13,6</b>	<b>16.762.991</b>	<b>17.655.132</b>	<b>5,3</b>
TÜRKİYE H.GİYİM ve KONFEKSİYON İTHALATI	2.971.397.265	3.062.449.818	3,1	1.415.804.593	1.320.430.575	-6,7
ALMANYA'NIN PAYI %	1,1	1,3		1,2	1,3	

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015

## Yıllar İtibarıyla Genel İhracat ve İthalatın Seyri

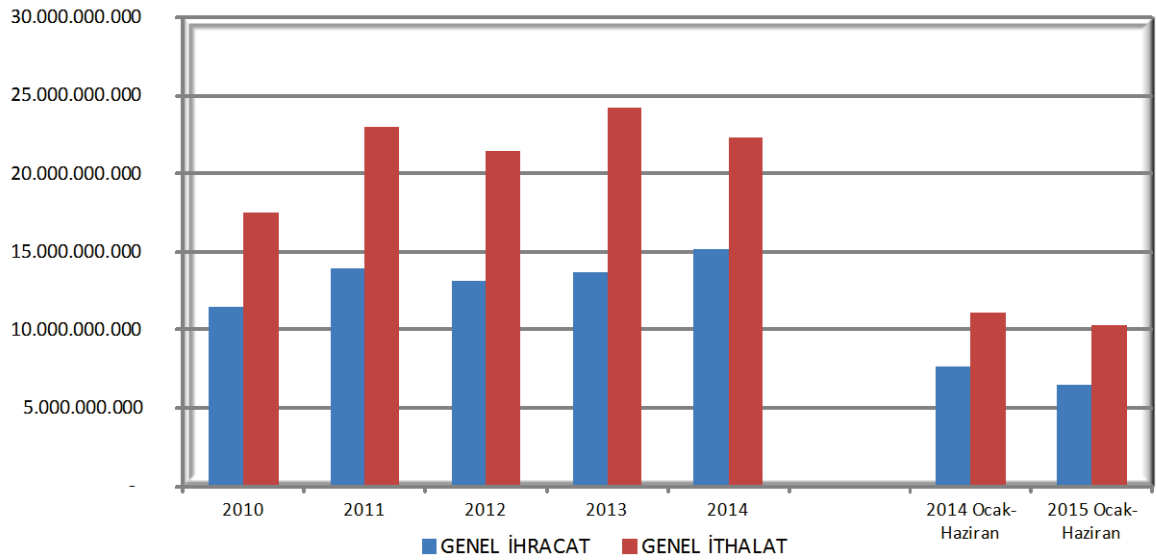
### TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ

Birim: ABD \$

YILLAR	GENEL İHRACAT	DEĞİŞİM	GENEL İTHALAT	DEĞİŞİM
2010	11.479.065.525	-	17.549.112.245	-
2011	13.950.825.467	21,5	22.985.566.776	31,0
2012	13.123.904.630	-5,9	21.400.613.808	-6,9
2013	13.696.842.428	4,4	24.182.421.733	13,0
2014	15.147.423.285	10,6	22.369.476.421	-7,5
2014 Ocak-Haziran	7.650.727.404		11.061.426.283	-
2015 Ocak-Haziran	6.501.484.022	-15,0	10.337.848.768	-6,5

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015

### TÜRKİYE - ALMANYA DIŞ TİCARETİ (Birim:ABD \$)



## Almanya'ya En Fazla İhraç Edilen Ürünler

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA GENEL İHRACATI EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim:ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2014 OCAK - HAZİRAN	2015 OCAK - HAZİRAN	DEĞİŞİM %	PAY %
8409	SADECE VEYA ESAS İTİBARIYLA 84.07 VEYA 84.08 POZİSYONLARINDAKİ MOTORLARIN AKSAM VE PARÇALARI	584.913.515	498.178.113	-15	7,7
6109	TİŞÖRTLER, FANİLALAR, A TLETLER, KAŞKORSELER VE DİĞER İÇ GİYİM EŞYASI (ÖRME)	595.071.600	432.933.332	-27	6,7
8708	KARA YOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	424.746.363	362.738.613	-15	5,6
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI DAHİL)	395.140.009	343.660.464	-13	5,3
2008	TARİFENİN BAŞKA YERİNDE BELİRTİLMİYEN MEYVE VE YENİLEN DİĞER BİTKİ PARÇALARININ KONSERVELERİ	119.603.114	176.094.891	47	2,7
6204	KADINLAR VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ELBİSE, ETEK, PANTOLON ETEK, VB.(YÜZME KIYAFETLERİ HARİÇ)	222.345.918	174.615.219	-21	2,7
8528	MONİTÖRLER VE PROJEKTÖRLER, TELEVİZYON ALICI CİHAZLARI	200.415.797	174.029.692	-13	2,7
8702	10 VEYA DAHA FAZLA KİŞİ TAŞIMAYA MAHSUS (SÜRÜCÜ DAHİL) MOTORLU TAŞITLAR	144.422.030	161.820.477	12	2,5
6302	YATAK ÇARŞAFI, MASA ÖRTÜLERİ, TUVALET VE MUTFAK BEZLERİ	183.928.606	154.952.426	-16	2,4
6104	KADIN VE KIZ ÇOCUK İÇİN TAKIM ELBİSE, TAKIM, CEKET, BLAZER, ETEK, PANTOLON, TULUM VE ŞORT (ÖRME)(YÜZME KIYAFETİ HARİÇ)	179.620.997	123.379.415	-31	1,9
<b>İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI</b>		<b>3.050.207.949</b>	<b>2.602.402.642</b>	<b>-15</b>	<b>40,0</b>
<b>ALMANYA'YA GENEL İHRACAT</b>		<b>7.650.727.404</b>	<b>6.501.484.022</b>	<b>-15</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %</b>		<b>40</b>	<b>40</b>		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ağustos 2015

## Almanya'dan En Fazla İthal Edilen Ürünler

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN GENEL İTHALATI EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN					
Birim: ABD \$					
GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2014 OCAK - HAZİRAN	2015 OCAK - HAZİRAN	DEĞİŞİM %	PAY %
8703	BİNEK OTOMOBİLLERİ VE ESAS İTİBARIYLA İNSAN TAŞIMAK ÜZERE İMAL EDİLMİŞ DİĞER MOTORLU TAŞITLAR (STEYŞİN VAGONLAR, YARIŞ ARABALARI DAHİL)	1.281.875.909	1.619.621.433	26	15,7
8708	KARAYOLU TAŞITLARI İÇİN AKSAM, PARÇA VE AKSESUARLAR	627.963.349	626.915.928	0	6,1
3004	TEDAVİDE VEYA KORUNMADA KULLANILMAK ÜZERE HAZIRLANAN İLAÇLAR (DOZLANDIRILMIŞ)	256.826.828	228.978.819	-11	2,2
8408	SIKIŞTIRMA YLA ATEŞLEMELİ İÇTEN YANMALI PİSTONLU MOTORLAR (DİZEL VE YARI DİZEL)	202.066.537	208.245.815	3	2,0
8409	SADECE VEYA ESAS İTİBARIYLA 84.07 VEYA 84.08 POZİSYONLARINDAKİ MOTORLARIN AKSAM VE PARÇALARI	185.734.426	185.840.547	0	1,8
8802	HELİKOPTERLER, UÇAKLAR VB; UZAY ARAÇLARI (UYDULAR DAHİL), UZAY ARAÇLARINI FIRLATICI ARAÇLAR VE YÖRÜNGE ALTI ARAÇLARI	36.914.594	175.351.319	375	1,7
8479	KENDİNE ÖZGÜ BİR FONKSİYONU OLAN DİĞER MAKİNALAR VE MEKANİK CİHAZLAR	108.922.878	166.174.235	53	1,6
7108	ALTIN (PLATİN KAPLAMALI ALTIN DAHİL) (İŞLENMEMİŞ VEYA YARI İŞLENMİŞ YA DA PUDRA HALİNDE)	212.717.790	139.152.787	-35	1,3
8704	EŞYA TAŞIMAYA MAHSUS MOTORLU TAŞITLAR	98.917.887	123.090.614	24	1,2
8702	10 VEYA DAHA FAZLA KİŞİ TAŞIMAYA MAHSUS (SÜRÜCÜ DAHİL) MOTORLU TAŞITLAR	96.742.367	122.715.211	27	1,2
<b>İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI</b>		<b>3.108.682.565</b>	<b>3.596.086.708</b>	<b>16</b>	<b>34,8</b>
<b>ALMANYA'DAN GENEL İTHALAT</b>		<b>11.061.426.283</b>	<b>10.337.848.768</b>	<b>-7</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %</b>		<b>28</b>	<b>35</b>		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi / Ağustos 2015

## Türkiye - Almanya Tekstil Dış Ticareti

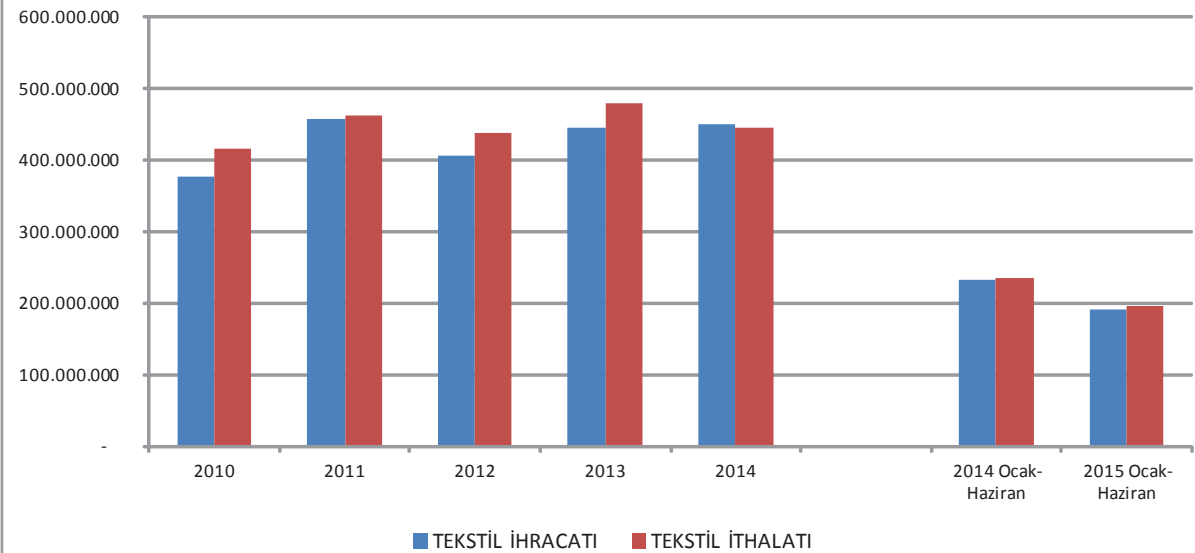
### TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ

Birim: ABD \$

YILLAR	İHRACAT	DEĞİŞİM	İTHALAT	DEĞİŞİM
2010	377.173.621	-	415.146.987	-
2011	457.851.579	21,4	462.883.287	11,5
2012	406.078.296	-11,3	436.850.382	-5,6
2013	444.308.920	9,4	480.672.264	10,0
2014	450.583.723	1,4	445.318.518	-7,4
2014 Ocak-Haziran	232.883.071	-	235.926.614	-
2015 Ocak-Haziran	192.525.817	-17,3	196.485.302	-16,7

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015

### TÜRKİYE - ALMANYA TEKSTİL TİCARETİ (Birim: ABD \$)



## Almanya'ya En Fazla İhraç Edilen Tekstil Mamulleri

### TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA TEKSTİL İHRACATI EN FAZLA İHRAÇ EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim: ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2014 OCAK - HAZİRAN	2015 OCAK - HAZİRAN	DEĞİŞİM %	PAY %
5407	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	26.691.295	22.007.910	-18	11,4
5209	PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇEREN VE M2 AĞIRLIĞI 200 GR. I GEÇE	18.790.911	16.588.886	-12	8,6
5205	PAMUK İPLİĞİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (AĞIRLIK İTİBARIYLA PAMUK ORANI >=%85 VE PERAKENDE OLARAK SATILACAK)	19.052.281	13.090.633	-31	6,8
5902	NA YLON, POLİAMİD, POLİESTER VE ESASLI İÇ VE DIŞ LASTİĞİ İÇİN MENSUCAT	14.738.605	12.281.681	-17	6,4
5202	PAMUK DÖKÜNTÜLERİ	7.178.907	10.230.950	43	5,3
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	9.464.891	10.018.172	6	5,2
5402	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARİÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	12.040.616	9.967.181	-17	5,2
5208	PAMUKLU MENSUCAT (AĞIRLIK İTİBARIYLA % 85 VEYA DAHA FAZLA PAMUK İÇERENLER)(M2. AĞIRLIĞI 200 GR. I GE	12.946.375	8.888.783	-31	4,6
6004	DİĞER ÖRME MENSUCAT (EN>30CM, ELASTOMERİK/KAUÇUK İPLİK=>%5)	7.483.193	8.492.015	13	4,4
6006	DİĞER ÖRME MENSUCAT	9.116.360	8.345.814	-8	4,3
<b>İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI</b>		<b>137.503.434</b>	<b>119.912.025</b>	<b>-13</b>	<b>62,3</b>
<b>ALMANYA'YA TOPLAM TEKSTİL İHRACATI</b>		<b>232.883.071</b>	<b>192.525.817</b>	<b>-17</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %</b>		<b>59</b>	<b>62</b>		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015

## Almanya'dan En Fazla İthal Edilen Tekstil Ürünleri

### TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN TEKSTİL İTHALATI EN FAZLA İTHAL EDİLEN İLK 10 ÜRÜN

Birim: ABD \$

GTİP BAŞLIĞI	KAPSAM	2014 OCAK - HAZİRAN	2015 OCAK - HAZİRAN	DEĞİŞİM %	PAY %
5503	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	46.838.319	43.951.493	-6	22,4
5501	SENTETİK FİLAMANT DEMETLERİ	46.085.229	34.736.493	-25	17,7
5603	DOKUNMAMIŞ MENSUCAT (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	33.834.879	31.240.929	-8	15,9
5402	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİ (DİKİŞ İPLİĞİ HARIÇ) (PERAKENDE OLARAK SATILACAK HALE GETİRİLMEMİŞ)	15.354.894	13.990.394	-9	7,1
5407	SENTETİK FİLAMANT İPLİKLERİNDEN DOKUNMUŞ MENSUCAT	5.303.527	6.733.103	27	3,4
5903	PLASTİK EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA PLASTİKLE LAMİNE EDİLMİŞ MENSUCAT	8.676.922	6.561.081	-24	3,3
5602	KEÇELER (EMDİRİLMİŞ, SIVANMIŞ, KAPLANMIŞ VEYA LAMİNE EDİLMİŞ OLSUN OLMASIN)	4.305.064	5.242.958	22	2,7
5911	DOKUMAYA ELVERİŞLİ MADDELERDEN TEKNİK İŞLERDE KULLANILMAYA MAHSUS ÜRÜNLER VE EŞYA	4.578.415	4.672.945	2	2,4
5506	SENTETİK DEVAMSIZ LİFLER (TARANMIŞ, İLERİ İŞLEM GÖRMÜŞ)	6.998.109	4.230.250	-40	2,2
5504	SUNİ DEVAMSIZ LİFLER (İŞLEM GÖRMEMİŞ)	13.269.135	4.138.019	-69	2,1
<b>İLK 10 ÜRÜN TOPLAMI</b>		<b>185.244.493</b>	<b>155.497.665</b>	<b>-16</b>	<b>79,1</b>
<b>İNGİLTERE'DEN TOPLAM TEKSTİL İTHALATI</b>		<b>235.926.614</b>	<b>196.485.302</b>	<b>-17</b>	<b>100,0</b>
<b>İLK 10 ÜRÜNÜN TOPLAMDA PAYI %</b>		<b>79</b>	<b>79</b>		

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015

## Belli Başlı Ürün Grupları Bazında Türkiye – Almanya Tekstil Dış Ticareti

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA						
İPLİK, DOKUMA VE ÖRME KUMAŞ İLE EV TEKSTİLİ İHRACATI						
Birim : ABD \$	2013	2014	%	2014	2015	%
	YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM	OCAK - HAZİRAN	OCAK - HAZİRAN	DEĞİŞİM
İPLİK ( İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik liflerden)	99.360.573	99.851.234	0	51.030.433	38.523.714	-25
DOKUMA KUMAŞ ( İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik lif ipliklerinden)	189.317.474	187.209.369	-1	96.343.814	74.886.902	-22
EV TEKSTİLİ	515.070.190	502.353.217	-2	245.026.276	204.760.807	-16,4
ÖRME KUMAŞ	33.473.152	39.759.945	19	19.897.663	19.414.968	-2
ELYAF	32.504.793	29.115.702	-10	14.634.183	15.794.934	8

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'DAN						
İPLİK, DOKUMA VE ÖRME KUMAŞ İLE EV TEKSTİLİ İTHALATI						
Birim : ABD \$	2013	2014	%	2014	2015	%
	YILLIK	YILLIK	DEĞİŞİM	OCAK - HAZİRAN	OCAK - HAZİRAN	DEĞİŞİM
İPLİK ( İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik liflerden)	53.067.338	58.210.309	10	30.363.663	25.344.364	-17
DOKUMA KUMAŞ ( İpek, yün, pamuk, diğer bitkisel lifler ile suni-sentetik lif ipliklerinden)	34.918.503	35.015.168	0	15.556.795	15.545.471	0
ÖRME KUMAŞ	18.404.574	10.926.772	-41	4.638.920	4.012.678	-13
EV TEKSTİLİ	3.777.061	3.010.425	-20	1.426.206	1.457.571	2
ELYAF	235.667.087	212.979.451	-10	121.337.109	90.910.909	-25

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi /Ağustos 2015



## VI. FAYDALI ADRESLER

### T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

**Adres:** Rungestr. 9, 10179 Berlin/Deutschland

**Tel. :** 0049-30/ 27 89 80 55

**Faks:** 0049-30/ 27 89 80 40

**E-posta:** [berlin@ekonomi.gov.tr](mailto:berlin@ekonomi.gov.tr)

### T.C. Hamburg Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

**Adres:** Mittelweg 13, 20148 Hamburg

**Tel.:** 0049-40/ 44 44 66, 410 56 89

**Faks:** 0049-40/ 44 01 47

**E-posta:** [hamburg@ekonomi.gov.tr](mailto:hamburg@ekonomi.gov.tr)

### T.C. Düsseldorf Başkonsolosluğu Ticaret Ataşeliği

**Adres:** Graf-Adolf-Str. 80, 40210 Düsseldorf

**Tel.:** 0049-211/ 355 81 13

**Faks:** 0049-211/ 355 82 10

**E-posta:** [dusseldorf@ekonomi.gov.tr](mailto:dusseldorf@ekonomi.gov.tr)

### Türk - Alman Ticaret ve Sanayi Odası (TATSO)

**(Türkisch Deutsche IHK)**

**Adres:** Im Mediapark 2, 50670 Köln/Germany

**Tel:** 0049-221-5402200

**Faks:** 0049-221-5402201

**E-posta:** info@tatso.org veya info@td-ihk.de

**Internet:** [www.tatso.org](http://www.tatso.org)

### Alman - Türk Ticaret ve Sanayi Odası

**Adres:** Muallim Naci Cad. 118/4 80840 Ortaköy-Istanbul

**Tel:** 0212-259 11 95/96 - 259 08 40

**Faks:** 0212-259 19 39

**E-posta:** [ahkturk@sim.net.tr](mailto:ahkturk@sim.net.tr)

**Internet:** <http://www.dtr-ihk.de>

## VII. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Ekonomi Bakanlığı Bilgi Sistemi
- ITC Trade Map Statistics Database.
- Almanya'da Ticaret, İhracat ve Pazarlama Stratejileri, Hamburg Business Development Corporation
- Country Briefings: Germany, The Economist, <http://www.economist.com/countries/Germany>
- Doing Business in Germany –Communicaid Group
- Almanya Ülke Raporu, Ebru Gülsoy, İGEME.
- <http://www.worldbank.org/en/country/germany>

*İTKİB Genel Sekreterliği*

*Tekstil, Deri ve Halı Ar-Ge ve Mevzuat Şubesi*

*Ağustos 2015*