



ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ



HAZIR GİYİM SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : 09.05.2025

Raporu Hazırlayan: Stuttgart Ticaret Ataşeliği

1. Almanya Pazarında Hazır Giyim Sektörü

1.1 Hazır Giyim Sektöründe Üretim

“Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi”, Almanya’nın ilk sanayi sektörlerinden biridir. Sektör giyim ve moda, ev tekstili ve teknik tekstil olmak üzere üç ana gruba ayrılmaktadır.. Tekstil ve giyim endüstrisi, sanayi devriminin öncüsü olmuştur. Üretimin, maliyetinin daha düşük olduğu ülkelere kaydırılması neticesinde sektörde bir yapı değişikliğine gidilmiştir. Günümüzde Almanya'daki imalat sanayi içinde ikincil bir rol oynamaktadır. Adidas, Puma ve Hugo Boss gibi büyük Alman giyim üreticileri hem kendi üretim tesisleri hem de dış kaynak kullanımı ile küresel tedarik zincirine başvurumaktadırlar. Kumaş ve giysilerin büyük çoğunluğu artık yurtdışında üretilmekte ve Almanya'ya ithal edilmektedir. En önemli ihracatçı ülkeler Çin, Bangladeş ve Türkiye’dir. Tekstil ve Hazır Giyim sektörü cirolarını yaklaşık 20 milyar Avro’ya çıkarmıştır. Bunun 12.4 milyar Avro’luk kısmını %62’lik pay ile “Tekstil Endüstrisi” ve 7.4 milyar Avroluk kısmını %38’lik pay ile “Hazır Giyim” endüstrisi oluşturmaktadır. 2024 yılı verilerine göre, Alman giyim sektöründeki işletme sayısı 183, tekstil endüstrisindeki işletme sayısı ise 689 olmak üzere toplam 872 firmadır. Alman moda markaları yüksek kalite, değer ve sürdürülebilirliği temsil ederken dünya çapında bir üne sahiptir.

Alman moda ve giyim üreticileri, tedarik zincirinin tamamında yenilikçi bakış açısının yanı sıra dijitalleşmeye de yatırım yaparak üretim ve satışı birçok alanda birbiriyle daha yakından bağlantılı hale getirmekte ve üreticilerin giderek mallarının perakendecisi olmasını sağlamaktadır. Burada özellikle odaklanılan nokta, müşteri isteklerinin bireyselleştirilmesidir. Hazır Giyim sektörü ile ilgili istatistiki tablolara aşağıda yer verilmektedir.

Hazır Giyim Sektörü Cirolarının Alt Branşlara göre Dağılımı

Sektör	Ciro 2022 (Milyon Avro)	Ciro 2023 (Milyon Avro)	Değişim (%)	İhracat Oranı 2023 (%)	Şirket Sayısı 2023	Çalışan Sayısı 2023
Giyim Endüstrisi	6.787,22	7.382,07	8,8	41,5	190	25.104
İş Kıyafetleri ve Giysileri	740,32	802,82	8,4	23,3	28	2.195
Diğer Dış Giyim	3.757,34	4.184,40	11,4	51	59	10.378
İç Çamaşırı	716,04	695,71	-2,8	22,2	31	3.753
Diğerleri Giyim ve giyim aksesuarları ,	585,63	645,18	10,2	39,8	43	-

başka yerde sınıflandırılmamış						
Çorap	807,87	877,26	8,6	32,1	14	5.054
Diğer Giyim	146,37	136,91	-6,5	29,1	12	755

Hazır Giyim Endüstrisinin Eyaletlere Göre Dağılımı

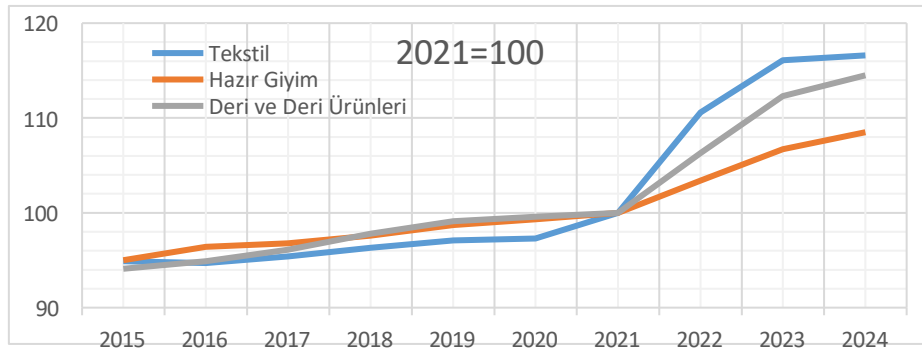
Eyalet	İşletme Sayısı	Çalışan Sayısı	Toplam Ciro 2023 (Milyon Avro)
Baden-Württemberg	38	9022	3.043
Bavyera	64	8057	1.861
Berlin	2	.	.
Brandenburg	-	-	-
Bremen	-	-	-
Hamburg	1	.	.
Hessen	6	.	.
Mecklenburg-Vorpommern	1	.	.
Aşağı Saksonya	10	1151	446
Kuzey Ren-Vestfalya	42	4834	1.510
Rheinland-Pfalz	4	.	.
Saarland		-	-
Saksonya-	19	.	.
Saksonya-Anhalt		-	-
Schleswig - Holstein	2	.	.
Thüringen	1	.	.

Rakamlar 20+ çalışanı bulunan şirketleri içermektedir.

. Veri Gizliliği ilkesi sebebiyle yayımlanmamıştır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Giyim ürünlerine ilişkin üretici fiyatları son yıllarda dalgalı bir seyir izlemiş ve 2024 yılında, giyim ürünlerine ilişkin üretici fiyatları, bir önceki yıla kıyasla yüzde %1.7 oranında artmıştır.



1.3 Hazır Giyim Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri / Derneklerine İlişkin Bilgiler

Satışlara göre önde gelen Alman giyim üreticileri sıralamasında Adidas, Puma ve Almanya’da lüks modanın öncüsü konumunda Hugo Boss ilk üç sırada yer almaktadır.

Adidas AG

Adi-Dassler-Str. 1

91074 Herzogenaurach

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

PUMA Europe GmbH

PUMA Way 1

91074 Herzogenaurach

<https://eu.puma.com/de/de/home>

HUGO BOSS AG

Holy-Allee 3

72555 Metzingen

<https://www.hugoboss.com/de>

FELIX W. RETAIL GmbH

Heilbronner Str. 326

70469 Stuttgart

<https://felixw.de/>

S.Oliver Sales GmbH & Co.KG

Ostring

D-97228 Rottendorf

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

Marc Cain GmbH

Marc-Cain-Allee 4

72411 Bodelshausen

<https://www.marc-cain.com/>

FALKE KGaA

Oststrasse 5

57392 Schmallenberg

<https://www.falke.com/>

Worst Behavior GmbH

Carl-Benz-Str. 17

89597 Munderkingen

<https://worst-behavior.com/eu/de/>

Etienne Aigner AG

Zielstattstraße 27

81379 München

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

Schumacher GmbH

Industriestraße 47

68169 Mannheim

<https://www.dorothee-schumacher.com/de/de>

Strellson AG (JOOP – Windsor)

Sonnenwiesenstrasse 21

8280 Kreuzlingen

Schweiz

<https://joop.com/de/de/>

RIANI GmbH

Riani Platz 1

73614 Schondorf

https://www.riani.com/de_de

Trigema W. Grupp KG

Josef-Mayer-Str. 31-35

72393 Burladingen

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

bugatti GmbH

Hansastraße 55

32049 Herford

<https://www.bugatti-fashion.com/de/>

ESCADA Online GmbH

Einsteinring 14-18

85609 Ascheim/München

<https://www.escada.com/de>

TOM TAILOR E-Commerce GmbH

Garstedter Weg 14

22453 Hamburg

<https://www.tom-tailor.de/>

Tchibo GmbH

Überseering 18

22297 Hamburg

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

TK Store-Management GmbH

Am Stadtholz 39

33609 Bielefeld

<https://www.seidensticker.com/de/de/>

Almanya Ticaret ve Sanayi Odaları'nın kendi sayfalarında yayınladığı firma veri tabanları üzerinden, sektörel olarak firma iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür. Firma Veri Tabanındaki (<https://www.bw-firmen.ihk.de/sites/fitbw/pubMap.aspx>) harita üzerine tıklayarak bölge/şehir seçimi yapıp ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı firma bilgilerine ulaşmak mümkündür. Sektör, firma büyüklüğü, firma hukuki formu, bölge gibi kombinasyonları ile Almanca ve İngilizce olarak arama yapmak imkan dahilindedir.

1.4 Hazır Giyim Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Alman tekstil ve hazır giyim perakende sektörü, korona pandemisi sırasında müşteri kaybı ve buna bağlı olarak yaşanan ciddi ciro kayıplarıyla karşı karşıya kalmıştır. 2019 yılında tekstil ve giyim perakende sektöründe yaklaşık 37 milyar avroluk net ciro elde edilirken, bu rakam pandeminin ilk yılı olan 2020'de yaklaşık yüzde sekiz oranında düşmüştür. Günümüzde ise perakende sektörü yeniden toparlanmış ve kademeli bir ciro artışı eğilimine girmiştir. 2020 yılındaki ciddi düşüşün ardından, 2023 yılında 5,35 milyar Avro tekstil ve 33,65 milyar Avro hazır giyim olmak üzere toplamda perakende satışlarda 39 milyar Avro net ciro elde edilmiştir.

Almanya, hazır giyim ürünlerinde büyük ölçüde ithalat yapan bir ülkedir. Ülkedeki yerli üretim sınırlı olup, talebin büyük kısmı Asya'dan karşılanmaktadır. Çin, Türkiye ve Bangladeş, Almanya'nın en büyük tedarikçi ülkeleridir. Almanya'daki en büyük hazır giyim perakendecileri arasında C&A, H&M, Peek&Cloppenburg, TK Maxx (TJX Europe) ve Primark gibi markalar yer almaktadır. Ayrıca, e-ticaret de bu sektörde önemli bir rol oynamaktadır; çevrim içi satış platformları, özellikle hazır giyim ürünlerinde büyük bir artış göstermektedir. Zalando ve Otto Group gibi çevrimiçi perakendeciler, bu alanda önemli oyuncular arasında bulunmaktadır.

E-ticaretin yükselen rolü, Almanya'daki hazır giyim perakendeciliğinde de kendini göstermektedir. Pandemiyle birlikte önemli bir artış yaşamıştır. Çevrimiçi platformlar, geleneksel mağazaların sunduğu ürün çeşitliliğini evde arama imkanı sunarak tüketicilerin tercihlerini etkileyen önemli bir kanal haline gelmiştir.

Almanya'daki hazır giyim toptan ticareti, hem iç pazardaki perakendecilere hem de Avrupa genelindeki dağıtım ağlarına hizmet veren önemli bir sektördür. Almanya, güçlü lojistik altyapısı ve merkezi konumuyla Avrupa hazır giyim ticaretinde önemli bir rol oynamaktadır. Ülkedeki toptancı firmalar, genellikle düşük maliyetli üretim bölgelerinden – özellikle Asya'dan – ithal ettikleri ürünleri Almanya ve çevre pazarlara dağıtmaktadır. Çin, Bangladeş, Hindistan ve Türkiye, hazır giyim toptancılarının en sık çalıştığı tedarikçi ülkelerdendir.

Sektörde yer alan firmaların büyük bir kısmı küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakta olup, özellikle B2B (firma-firmaya) ilişkiler yoluyla faaliyet göstermektedir. Son yıllarda dijitalleşme ve tedarik zincirinde şeffaflık taleplerinin artması, Hazır giyim toptan ticaretinde de dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Geleneksel toptancılar, e-ticaret platformları üzerinden sipariş alma, stok yönetimi ve dağıtım gibi alanlarda dijital çözümlere yönelmektedir. Ayrıca sürdürülebilirlik konusundaki artan farkındalık, toptancıların da daha çevre dostu ve sertifikalı ürün gruplarına yönelmesine neden olmuştur.

Hazır giyim toptan ticareti, Almanya'da istihdam açısından da önemli bir alan olup, sektörde binlerce kişi çalışmaktadır. Ancak perakende sektörü gibi toptancılık da rekabet baskısı, dalgalanan hammadde fiyatları ve küresel tedarik zincirlerindeki kırılganlıklar nedeniyle zaman zaman zorlayıcı koşullarla karşı karşıya kalmaktadır. Yine de Almanya'nın yüksek tüketim potansiyeli, sanayi gücü ve ihracat odaklı yapısı, hazır giyim toptancılığı için güçlü bir temel oluşturmaktadır.

2. Almanya Hazır Giyim Sektörünün Dış Ticareti

2.1 Hazır Giyim Sektöründe Almanya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği ilk 10 Ülke (2024)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Miktar (ton)	Oran (%)
1	Çin	9.689.074	345.192,6	23,0
2	Bangladeş	8.469.772	418.001,0	20,1
3	Türkiye	4.561.641	142.275,2	10,8
4	Vietnam	2.109.785	46.255,7	5,0
5	Kamboçya	1.793.251	66.222,3	4,3
6	İtalya	1.606.459	18.424,9	3,8
7	Hindistan	1.603.202	57.298,0	3,8
8	Pakistan	1.522.249	86.663,4	3,6
9	Myanmar	981.368	52.016,8	2,3
10	Hollanda	680.644	13.359,1	1,6
	Toplam	42.160.172	1.436.217,6	100,0

Kaynak: Destatis

2.2 Hazır Giyim Sektöründe Almanya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği ilk 10 Ülke (2024)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Miktar (ton)	Oran (%)
1	Polonya	4.826.180	132.024,2	17,3
2	İsviçre	3.564.335	31.272,6	12,7
3	Avusturya	3.488.277	67.992,2	12,5
4	Hollanda	2.799.852	69.513,0	10,0
5	Fransa	2.295.581	48.301,0	8,2
6	İtalya	1.355.580	27.350,2	4,8
7	Belçika	1.320.279	33.005,5	4,7
8	İspanya	960.718	23.376,0	3,4
9	Çek Cumhuriyeti	886.304	26.894,1	3,2
10	Birleşik Krallık	611.699	9.320,2	2,2
	Türkiye	53.203	851,8	0,2
	Toplam	27.973.664	587.281,7	100,0

Kaynak: Destatis

2.3 Hazır Giyim Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
1	620240	Kabanlar ve diğerleri, dokuma, sentetik liflerden, kadın	1.673.255	19.918	1,19%
2	620140	Kabanlar ve diğerleri, dokuma, sentetik liflerden, erkek	984.169	12.313	1,25%
3	610230	Kabanlar ve diğerleri, kadınlar için, sentetik liflerden	382.487	11.999	3,13%
4	610220	Kabanlar ve diğerleri, kadınlar için, pamuktan	234.373	33.605	14,33%
5	610342	Pantolonlar, pamuktan, erkekler için	224.365	33.547	14,95%
6	620230	Kabanlar ve diğerleri, Kumaşlar, pamuklu, kadınlar için	202.784	12.704	6,26%
7	610120	Paltolar ve diğerleri, erkekler için, pamuktan	178.189	16.392	9,19%
8	610343	Sentetik liflerden pantolonlar, erkekler için	159.497	18.065	11,30%
9	620220	Paltolar ve diğerleri, kumaşlar, yün ve diğerlerinden, kadınlar için	149.440	6.869	4,60%
10	620130	Paltolar ve diğerleri, kumaşlar, pamuklu, erkekler için	134.701	6.720	4,98%

2.4 Hazır Giyim Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (Bin \$)	Türkiye'den İhracatının Payı (%)*
1	620240	Palto vb., dokuma, sentetik elyaftan, kadın	1.305.429	2.334	0,17%
2	620140	Palto vb., dokuma, sentetik elyaftan, erkek	633.207	2.746	0,43%
3	610230	Palto vb., kadın, sentetik elyaftan	306.771	1.038	0,33%
4	610220	Palto vb., kadın, pamuktan	253.263	1.937	0,76%

5	610120	Palto vb., erkek, pamuktan	148.606	191	0,12%
6	620230	Palto vb, Dokuma kumaştan, pamuklu, kadınlar için	134.101	121	0,09%
7	610342	Pamuktan pantolonlar, erkekler için	129.065	374	0,28%
8	620220	Paltolar ve diğerleri, dokuma kumaştan, yün ve diğerlerinden, kadınlar için	99.931	232	0,23%
9	620130	Paltolar ve diğerleri, dokuma kumaştan, pamuklu, erkekler için	97.186	423	0,43%
10	610343	Sentetik liflerden pantolonlar, erkekler için	92.015	292	0,32%

3. Hazır Giyim Sektöründe Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Hazır Giyim Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020 (\$)	2020 (kg)
1	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	287.380.956	11.598.747
2	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	261.816.189	10.433.240
3	610990	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	261.628.427	8.696.432
4	620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	211.961.564	6.533.032
5	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	159.837.022	6.270.322
6	620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	142.507.949	5.116.849
7	611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	140.458.858	10.153.521
8	610620	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek bluz;	56.370.012	1.966.709

		sentetik/suni liflerden (örme veya kroşe)		
9	620640	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar; sentetik veya suni liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	49.082.841	855.266
10	610443	Kadın/kız çocuk için elbise; sentetik liflerden (örme veya kroşe)	42.138.735	1.673.932

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2021 (\$)	2021 (kg)
1	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	363.372.981	14.314.087
2	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	345.740.729	13.541.479
3	620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	271.940.754	8.701.399
4	610990	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	249.181.328	7.917.502
5	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	183.681.416	6.947.429
6	611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	180.478.374	12.612.233
7	620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	157.656.820	6.043.711
8	610620	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek bluz; sentetik/suni liflerden (örme veya kroşe)	57.116.339	1.930.762
9	610462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı tulum, kısa pantolon ve şort; pamuktan (örme veya kroşe)	55.318.951	2.239.471

10	620640	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar; sentetik veya suni liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	47.434.818	1.158.199
-----------	--------	---	------------	-----------

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2022 (\$)	2022 (kg)
1	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	389.781.697	15.426.506
2	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	343.360.354	13.216.530
3	620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	318.814.179	10.270.494
4	610990	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	230.668.983	7.380.454
5	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	206.800.071	7.922.175
6	611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	195.048.590	13.284.485
7	620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	177.013.192	6.745.540
8	620640	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar; sentetik veya suni liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	64.684.548	1.876.233
9	610620	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek bluz; sentetik/suni liflerden (örme veya kroşe)	56.196.255	1.951.273
10	610510	Erkek/erkek çocuk için gömlek; pamuktan (örme veya kroşe)	52.067.545	1.294.106

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2023 (\$)	2023 (kg)
1	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	317.944.029	11.212.416
2	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	300.612.153	10.596.920
3	620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	242.121.084	6.881.201
4	610990	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	192.043.247	5.710.983
5	611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	164.050.679	10.280.330
6	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	158.397.493	5.089.761
7	620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	151.707.510	4.808.228
8	620640	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar; sentetik veya suni liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	55.462.098	1.050.321
9	610443	Kadın/kız çocuk için elbise; sentetik liflerden (örme veya kroşe)	54.620.803	2.094.772
10	610510	Erkek/erkek çocuk için gömlek; pamuktan (örme veya kroşe)	52.700.212	1.086.455

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2024 (\$)	2024 (kg)
1	610910	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; pamuktan (örme veya kroşe)	301.613.731	10.880.811

2	611020	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; pamuktan (örme veya kroşe)	297.953.326	10.718.358
3	610990	Tişört, fanila, atlet, kaşkorse vb. giyim eşyası; dokumaya elverişli diğer maddelerden (örme veya kroşe)	231.306.335	6.843.014
4	620462	Kadın/kız çocuk için pantolon, askılı ve üst ön parçalı tulumlar, kısa pantolonlar, şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	214.899.165	6.144.134
5	611595	Diğer çoraplar; pamuktan (örme veya kroşe)	179.290.072	11.482.700
6	611030	Kazaklar, süveterler, hırkalar, yelekler vb. eşya; sentetik veya suni liflerden (örme veya kroşe)	148.529.784	4.600.867
7	620342	Erkek/erkek çocuk için pantolonlar, kısa pantolonlar, tulumlar ve şortlar; pamuktan (örülmemiş veya kroşe olmayan)	128.386.356	4.250.347
8	620640	Kadınlar ve kız çocuklar için bluzlar, gömlekler ve gömlek-bluzlar; sentetik veya suni liflerden (örülmemiş veya kroşe olmayan)	48.067.830	939.256
9	610620	Kadın/kız çocuk için bluz, gömlek, gömlek bluz; sentetik/suni liflerden (örme veya kroşe)	43.741.975	1.236.155
10	610510	Erkek/erkek çocuk için gömlek; pamuktan (örme veya kroşe)	39.909.950	868.603

4. Hazır Giyim Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş

Almanya'daki hazır giyim pazarı, tüketici tercihleri, teknolojik gelişmeler ve çevresel dinamikler gibi çeşitli parametrelerden etkilenmektedir. Uygun fiyat, ürün kalitesi, tasarım estetiği ve sürdürülebilirlik gibi faktörler Almanya pazarında satın alma kararlarını etkilemektedir.

4.1 Hazır Giyim Sektörü için Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Almanya'ya hazır giyim ürünleri ihraç etmek isteyen firmalar için özellikle bazı bölgeler öne çıkmaktadır.

En başta gelen bölge Nordrhein-Westfalen (NRW) eyaletidir. Almanya'nın en kalabalık ve sanayisi gelişmiş bölgesi olan NRW; Düsseldorf başta olmak üzere, çok sayıda hazır giyim toptancıları ve ithalatçı firmalar açısından yoğunlaşmıştır. Ayrıca, lojistik altyapısı çok güçlü bir bölgedir.

Bavyera, lüks ve üst segment markalar burada yoğunlaşmıştır. Münih şehri moda ve tasarım alanında önemli bir merkezdir. Avusturya ve İsviçre pazarına yakınlığı da büyük bir avantaj sağlamaktadır.

Baden-Württemberg, ekonomik anlamda güçlü ve yüksek alım gücüne sahip bir eyalettir. Lojistik alt yapısı güçlü bir bölgedir. Schleswig Holstein eyaletindeki Hamburg şehri moda perakende zincirleri ve lojistik şirketler açısından yoğunluk göstermektedir. Büyük bir liman şehri olması, hem ithalat lojistiği hem dağıtım altyapısı nedeniyle hedef pazar seçimi açısından ön plana çıkmaktadır.

4.2 Hazır Giyim Sektöründe Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

2024 yılında Almanya'da en popüler işverenler sıralaması için moda sektöründe çalışanlarla yapılan anket sonucunda, Adidas yaklaşık % 46'lık bir endeks değeriyle ilk sırada yer almıştır.

Küreselleşme ve ticari kısıtlamaların sona ermesi, uluslararası tekstil endüstrisinde rekabeti ve maliyet baskısını önemli ölçüde artırmıştır. Güçlü bir şekilde dalgalanan talep ve kısa ürün yaşam döngüleri de fiyat ve rekabet baskısına katkıda bulunmaktadır. Alman tekstil üretiminde istihdam rakamları düşmüş ve artık daha çok arabalarda, uçaklarda, binalarda ve tıpta kullanılan teknik tekstillerin üretimine odaklanılmıştır. Alman pazarında bulunan giysilerin çoğu artık Almanya'da üretilmemekte Çin, Bangladeş, Hindistan veya Türkiye gibi ülkelerden gelmektedir. Küresel hazır giyim sektöründe 60 milyondan fazla insan çalışmaktadır. Ancak üretim yapılan bazı ülkelerde uluslararası çevresel ve sosyal standartlara uyulmamaktadır. Bu nedenle birçok Batılı alıcı, tedarikçilerini kontrol etmek ve sosyal ve çevresel standartlara uyumu teşvik etmek için izleme, belgelendirme ve denetim sistemlerini uygulamaya koymuştur. Birçok şirket, tedarikçileri ve çalışanlarıyla birlikte sürdürülebilirlik konusunda farkındalığı ve bilgiyi artıran ve önemli iyileştirmelere yol açan ileri eğitim ve öğretim kursları düzenlemektedir. Almanya hükümeti, sürdürülebilirlik standartlarının uygulamaya konulması konusunda partner ülkelerini desteklemekte ve diğer hususların yanı sıra hükümetlere çevresel ve sosyal yasaların oluşturulması ve daha iyi uygulanması konusunda danışmanlık yapmaktadır. İşverenler ve çalışanlar arasındaki

diyalog ve sendikalar ile derneklerin kurulması desteklenmektedir. Tekstil üretimi genellikle çevresel etkiyi en aza indirmenin zorluğuyla ilişkilendirilir. Pamuk ekimi çok fazla su tüketir ve pestisitler ve gübreler genellikle büyük ölçekte kullanılır, suyu ve toprağı kirletir ve işçilerin sağlığına zarar verir. Islak işlemler olarak adlandırılan süreçlerde de durum benzerdir. Boyama ve ağartma, sağlık ve çevre için kritik olan maddeler kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Tekstil sektöründeki düşük ücret seviyeleri veya yüksek çevre kirliliği mücadelede Alman Federal Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Bakanlığı (BMZ) 2014 yılında tekstil endüstrisi, sendikalar, sivil toplum ve uluslararası sürdürülebilirlik girişimleri ve standart kuruluşlarının temsilcileriyle birlikte Sürdürülebilir Tekstil Ortaklığı'nı başlatmış olup, tüm tekstil değer zinciri boyunca sosyal ve ekolojik standartlarda ortaklaşa somut iyileştirmeler getirmeyi sağlamaktadır.

Ayrıca, “Yeşil Düğme” 2019 yılında bir devlet tekstil etiketi olarak tanıtılmıştır. Alman Federal Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Bakanlığı tarafından Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit ile işbirliği içinde geliştirilen devlet etiketi, özellikle yüksek sosyal ve çevresel standartlara uygun olarak üretilen giysi, yatak çarşafı ve sırt çantası gibi tekstil ürünlerini tanımaktadır.

4.2.1 İlgili Oda/Birlik /Dernek /STK’lar ve İletişim Bilgileri

Handelsverband Textil – Bekleidung – Schuhe – Lederwaren (BTE), Almanya’daki tekstil, hazır giyim, ayakkabı ve deri ürünleri perakendecilerini temsil eden sektör birliğidir. Merkezi Köln’de bulunan bu kuruluş, Almanya Perakendeciler Birliği (HDE) çatısı altında faaliyet göstermektedir. BTE, küçük ölçekli butiklerden büyük mağaza zincirlerine kadar geniş bir üye profiline sahiptir. Moda perakendeciliği alanında piyasa analizleri, mevzuat gelişmeleri, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik gibi konularda sektör temsilcilerine destek sunmakta, ayrıca tedarik zinciri sorumluluğu konusunda rehberlik sağlamaktadır. Kuruluş, Almanya moda ve tekstil perakendesinin gelişimi açısından önemli bir bilgi ve koordinasyon kaynağıdır.

Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V.(Alman Tekstil ve Moda Endüstrisi Merkez Birliği)

Almanya tekstil ve moda endüstrisinin çatı kuruluşu olan Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. (textil+mode), yaklaşık 1.400 şirketi ve 120.000’i aşkın çalışanı temsil etmektedir. Dernek, üyelerinin ekonomik, sosyal ve toplu iş sözleşmelerine ilişkin çıkarlarını siyasi karar vericiler ve kamu kurumları nezdinde etkin şekilde savunmaktadır. Ayrıca sürdürülebilirlik,

dijitalleşme, döngüsel ekonomi ve mesleki eğitim gibi alanlarda sektöre yönelik stratejik çalışmalar yürütmektedir. Textil+mode, Alman sanayisinin rekabet gücünün korunmasına katkı sağlamakta ve sektörün ulusal ve Avrupa düzeyindeki temsilinde kilit rol üstlenmektedir.

4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Alman Firmalarına İlişkin Online Veri Tabanları

WER LİEFERT WAS (<https://www.wlw.de/en/home>): Almanya’da en çok kullanılan firma adresi arama motorudur. Yaklaşık 650.000 toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı firma adres bilgisi mevcuttur. İngilizce ve Almanca arama yapmak mümkündür. Arama yaparken toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı ayırımı yapılarak hedef firmalara ulaşmak daha kolay hale getirilmiştir. Ayrıca posta kodu, bölge, firma ismi, sahip olunan sertifikalara göre de arama yapmak mümkündür. Bunun dışında sektörel olarak ticari aracılık yapan ajansların ve ithalatçı firmaların iletişim bilgilerine arama kısmı yardımıyla ulaşma imkanı bulunmaktadır.

WER ZU WEM (<https://www.wer-zu-wem.de/firma/>): Bu firma adres kataloğu 110.000’den fazla firma adresi içermektedir. Toptan ve perakende ticaret yapan firmalar, hizmet sağlayıcıları, üreticiler vb. ana başlıklar adı altında firma hakkındaki bilgiler sektörel olarak listelenmiştir. Sadece Almanca arama yapmak mümkündür. Firma iletişim bilgileri dışında ayrıca çalışan sayısı, cirosu ve iştiğal alanı hakkında ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.

KOMPASS (<http://tr.kompass.com/>): 5 milyondan fazla uluslararası ve yurt içi ticaret yapan alıcı ve/veya satıcı B-2-B firmalarını listelendiği, dünya çapında ve Türkçe dahil farklı dillerde hizmet veren kapsamlı bir veri tabanıdır.

EUROPAGES (<http://www.europages.com.tr/>): 26 dilde yayınlanan Avrupa merkezli bir B2B platformudur. En başta üreticiler, hizmet sağlayıcılar, toptancılar ve distribütörler olmak üzere 3 milyon kayıtlı işletme bulunmaktadır. Her ay dünyanın her köşesinden gelen 2 milyondan fazla münferit ziyaretçi ürün, hizmet ve tedarikçi bulmak için bu platformu kullanmaktadır. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

ITC-TRADE MAP (<http://www.trademap.org/Index.aspx>): ITC Veri Tabanı'na ücretsiz üye olarak G.T.I.P. bazında ithalatçı ve ihracatçı firmaların iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür.

BDI-Alman Federal Sanayi Birliği Veri Tabanı (<https://www.deutsche-exportdatenbank.de/eng>): Alman üreticileri ve ihracatçıları veri tabanı (Almanca ve İngilizce).

IHK Firma Veri Tabanları (<https://www.bw-firmen.ihk.de/sites/fitbw/pubMap.aspx>): Almanya Ticaret ve Sanayi Odaları'nın kendi sayfalarında yayınladığı firma veri tabanları üzerinden, sektörel olarak firma iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür. Harita üzerine tıklayarak bölge/şehir seçimi yapıp ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı firma bilgilerine ulaşabilirsiniz. Sektör, firma büyüklüğü, firma hukuki formu, bölge gibi kombinasyonları ile Almanca ve İngilizce olarak arama yapmak mümkündür.

Industrystock (<https://www.industrystock.com/en>): Sanayi sektörü için 16 dilde 300.000'den fazla doğrulanmış şirket ve 3,1 milyondan fazla ürün için dünya çapında bir arama motoru sunuyor. Sanayi işletmelerindeki alıcılar için (IndustryStock.com) tüm dünyadan üreticilerin sonuçlarını sunan bir arama motorudur. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

Almanya'da faaliyet gösteren Türk kökenli firmalara ilişkin bilgilere <http://www.turkisch.com> adresinden ulaşmak mümkündür.

4.3 Hazır Giyim İthalatında Zorunlu Belgeler

Türkiye-AB Gümrük Birliği, sanayi ürünleri ile işlenmiş tarım ürünlerini kapsamaktadır. Hazır Giyim ürünleri bu kapsama dâhildir. Bu çerçevede Türkiye'den Almanya'ya yapılan hazır giyim ürünleri ihracatında, gümrük vergileri, kotalar veya miktar sınırlamaları uygulanmamaktadır. Ancak AB mevzuatına, etiketleme, ürün güvenliği ve kimyasal madde düzenlemelerine uyum sağlamak zorunludur. Bu çerçevede, genel olarak AB pazarına ihracatta aşağıdaki belgelerin sunulması gerekmektedir.

Ticari Fatura (Commercial Invoice)

Paketleme Listesi (Packing List)

Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin)

A-TR Dolaşım Belgesi

Gümrük Beyannamesi (Export Declaration)

Taşıma Belgesi

Tekstil ürünlerinin Avrupa Birliğine ihracatında, etiketleme ve kimyasal içerik uygunluğu en kritik iki zorunluluktur. Bunlara uyum sağlandığını gösteren belgeler genelde; etiket örnekleri (Label sample / Etiketmuster) ve REACH Uyum Beyanı (Declaration of REACH compliance) şeklindedir. Ayrıca, zorunlu olmamakla birlikte, OEKO-TEX / GOTS / Ecolabel Sertifikaları genellikle Almanya ve Avrupa pazarlarında çevre dostu ve sağlık açısından güvenli tekstil ürünleri için talep edilebilir.

4.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

Türkiye'den Almanya'ya hazır giyim ihracatında, genel olarak yasal bir “sevk öncesi inceleme (pre-shipment inspection)” yaygın olarak kullanılmakta, ancak zorunluluk bulunmamaktadır. Yani Almanya ya da Avrupa Birliği mevzuatları, hazır giyim ürünleri için Türkiye çıkışında resmi bir gözetim şirketi tarafından kontrol yapılmasını zorunlu kılmaz.

Ancak bazı durumlarda alıcı firmaların talebiyle sevk öncesi inceleme yapılması gerekebilir. Bu durum tamamen ticari sözleşmeye bağlıdır. Bu kontroller; etiket uygunluğu, dikiş kalitesi, lif oranı, ambalajlama ve REACH/zararlı madde testleri gibi konuları kapsayabilir.

4.5 Hazır Giyim Sektöründeki Fuarlar ve Tarihleri

Münich Fabrik Start 2025-1/ 22.01.-22.01.2025

Münich Fabrik Start 2025-1 The Source /21.01.-22.01.2025

Heimtextil (Frankfurt) 14.01.2025-17.01.2025

INNATEX- 18.01.2025-20.01.2025

SUPREME KIDS- 24.01.2025-26.01.2025

FASHN ROOMS- 25.01.2025-27.01.2025

NEONYT-02.02.2025-04.02.2025

SUPREME BODY&BEACH-02.02.2025-04.02.2025

TECSTYLE VİSİONS- 13.02.2025-15.02.2025

VIEW PREMIUM SELECTION -24.06.2025-25.06.2025

ISPO MUNICH -02.12.2025-04.12.2025

ILM # 162 / 30.08.-01.09.2025/ Offenbach

İnfa / 11.10.-19.10.2025/Hannover

VeggieWorld /18.10.-19.10.2025/Hamburg

Bazaar Berlin /05.11.-09.11.2025/Berlin

VeggieWorld /08.11.-09.11.2025/Münih

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

4.7 Hazır Giyim Sektöründe İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile ilgili Bilgiler

Bundesverwaltungsamt <https://verwaltung.bund.de/portal/>

TED - Tenders Electronic Daily <https://ted.europa.eu/en/browse-by-place-of-performance>

Das Deutsche Vergabeportal <https://dtvp.de/>

4.8 Almanya'nın, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları

Almanya, serbest ticaret anlaşmalarını doğrudan kendisi değil AB (Avrupa Birliği) aracılığıyla yapmaktadır. Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı'nın aşağıdaki linkinin ilgili bölümünde AB'nin diğer ülkelerle gerçekleştirdiği ticaret anlaşmalarına yer verilmektedir.

<https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Aussenwirtschaft/freihandelsabkommen-der-eu.html>

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Ülkemiz ile AB arasındaki gümrük birliği kararının ve alt düzenlemelerinin ilgili hükümleri gereği; malların Birlik/Türkiye menşeli veya menşeli olmamakla birlikte serbest dolaşımda olduğunu ispat eden A.TR belgesi tevsiki halinde gümrük vergisi tahsilatı karşılıklı olarak söz konusu

bulunmamaktadır. Gümrük Birliği kapsamında öngörülen tarife avantajlarından yararlanabilmek için A.TR dolaşım belgesinin sunulması gereklidir. Bu zorunluluk, Avrupa Topluluğu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararının uygulanmasını düzenleyen ve detaylı hükümler getiren, AT-Türkiye Gümrük İşbirliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli 1/2006 sayılı kararında belirtilmiştir. Söz konusu karar metnine aşağıdaki internet sitesinden ulaşılması mümkündür.

https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2006.265.01.0018.01.ENG

4.10 Sektörde Standartlar

Almanya'daki giyim sektöründe, çeşitli düzeylerde düzenlenmiş çok sayıda standart bulunmaktadır. Bu standartlar, ürünlerin kalitesinin yanı sıra çalışma koşulları ve çevresel uyumlulukla da ilgilidir.

1. Kalite standartları

DIN standartları: Alman Endüstriyel Standartları (DIN), giyim endüstrisindeki malzemeler ve üretim süreçleri için önemli olan belirli kalite standartlarını tanımlar. Örneğin, kumaşların dayanıklılığı, boyama teknikleri veya tekstillerin güvenlik uygunluğu için standartlar vardır.

Oeko-Tex Standard 100: Bu standart, tekstil ve giyim ürünlerinde zararlı maddelerin bulunmamasıyla ilgilidir.

GOTS (Küresel Organik Tekstil Standardı): Organik liflerden yapılan tekstil ürünlerinin üretimi için ekolojik ve sosyal kriterleri tanımlayan uluslararası bir standarttır. Bu standardı karşılayan ürünler, hem malzeme hem de üretim koşulları açısından yüksek çevresel ve sosyal standartlara uygun olmalıdır.

2. Sosyal ve Çalışma Standartları

Fair Wear Foundation: Bu girişim, giyim üretimindeki çalışma koşullarını iyileştirmek için giyim markaları ve tedarikçilerle birlikte çalışmaktadır. Adil ücret ve çalışma süresi düzenlemeleri de dahil olmak üzere adil çalışma koşullarına odaklanır.

BSCI (Business Social Compliance Initiative): Adil çalışma koşullarının sağlanmasına yönelik bir başka sistemdir. BSCI, işçi haklarına saygı göstermeyi ve şirketleri çalışma koşullarını iyileştirme konusunda desteklemeyi amaçlamaktadır.

SA8000: Şirketleri, çalışanlarının çalışma koşullarını temel insan hakları ve çalışma standartlarına uygun olarak iyileştirmekle yükümlü kılan uluslararası bir sosyal sorumluluk standardıdır.

3. Çevre Standartları

Bluesign®: Giyim endüstrisindeki üretim süreçlerine odaklanan bir çevre sertifikasıdır. Bluesign standardı, tekstil üretiminde zararlı maddelerin ve enerji tüketiminin azaltılmasıyla ilgilidir.

Cradle to Cradle: Döngüsel ekonomiye odaklanan ve ürünleri, kullanım ömürlerinin sonunda biyolojik olarak parçalanabilir veya yeniden kullanılabilir olacak şekilde tasarlayan bir kavram ve standart. Bu standart, ekolojik ayak izini azaltmak amacıyla giyim sektöründe giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

4. Güvenlik Standartları

CE etiketi: Koruyucu giysiler gibi bazı giyim ürünleri için, ürünün AB sağlık ve güvenlik gerekliliklerine uygunluğunu sağlamak amacıyla CE etiketi gereklidir.

REACH Yönetmeliği: AB'nin REACH Yönetmeliği (Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması), üretimde tehlikeli kimyasalların kullanımını düzenlemek için tasarlanmıştır. Tekstil ve giysilerdeki kimyasal maddelerin güvenli olmasını ve insan sağlığı veya çevre için risk oluşturmamasını sağlar.

4.11 Hazır Giyim Sektöründe Etiketleme

Almanya'da Tekstil Etiketleme Yasası (TextilKennzG) tekstil ürünlerinin etiketlenmesini düzenlemektedir. Kanun, AB 1007/2011 sayılı Avrupa Tekstil Tüzüğü'nü uygulamakta ve üreticilerin, ithalatçıların ve perakendecilerin uyması gereken belirli gereklilikleri ortaya koymaktadır.

Avrupa Tekstil Tüzüğü (AB 1007/2011), tüketicilerin satın aldıkları ürünler hakkında doğru bilgiye sahip olabilmesini sağlamak amacıyla, tekstil ürünlerinin etiketlenmesini veya işaretlenmesini zorunlu kılmaktadır.. Etiketin dayanıklı, kolay okunabilir, görünür, erişilebilir olması ve ürünün satıldığı Avrupa ülkelerinin resmî dillerinde hazırlanması gerekmektedir.

Tekstil ürünlerine ilişkin yıkama, ütölme ve kurutma talimatları ve diğer bakım bilgileri için AB mevzuatında zorunlu bir sembol kullanımı öngörülmemektedir. Ancak, tüketicilerin ürün etiketi üzerinde bu tür bilgilere önem verdiği dikkate alındığında, üreticilerin [ISO 3758:2023](#) standardında yer alan tekstil bakım sembollerine uygun etiketleme yapmaları tavsiye edilmektedir.

4.12 Hazır Giyim Sektöründe Ambalajlama

Almanya'ya hazır giyim ihracatında ambalajlama hem ürünün korunması hem de yasal yükümlülükler açısından önemlidir. 2019'dan beri yürürlükte olan Ambalaj Yasası (Verpackungsgesetz) ambalaj malzemelerinin geri dönüştürülmesini zorunlu kılmaktadır. Anılan yasanın temel amacı, ambalajların çevreye verdiği zararı en aza indirmektir. Özellikle, ambalajlanmış ürün üreticileri ve distribütörleri ilgili yasadan etkilenmektedir. Alman Ambalaj Yasasına yönelik uygulamalar Avrupa Birliği'nin 94/62/EC sayılı Ambalaj Mevzuatına uygun bir biçimde kademeli olarak hayata geçirilmiştir. 3 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla AB mevzuatında yer alan Tek Kullanımlık Plastik Mevzuatı ((EU)2019/904) ve Atık Çerçeve Mevzuatı (2008/98/EC-2018/851/EC) Almanya iç mevzuatına aktarılmıştır.

22 Ocak 2025 tarihinde yayımlanan ve 11.02.2025 tarihinde yürürlüğe giren 2025/40 sayılı Tüzük ile 94/62/EC sayılı Direktifi belirli istinalar dışında 12.08.2026 tarihinden itibaren yürürlükten kaldırmaktadır.

Tüzük, AB pazarına arz edilecek tüm ambalajların etiketleme ve sürdürülebilirlik kurallarını belirlenmektedir.

Almanya'da şirketler, kullanılan ambalaj türüne göre "[Zentrale Stelle Verpackungsregister](#)" (ZSVR) kurumuna kayıt olmak ve ambalajlarının geri dönüşümünü organize etmek zorundadır. Aksi takdirde, para cezaları ve satış yasaklarıyla karşılaşılabilir. Ayrıntılı ithalatçı yükümlülükleri (kayıt, katılım, raporlama) hakkında bilgiler <https://www.verpackungsregister.org/en/knowledge-bases/imports> web sayfasında mevcuttur.

4.13 Lojistik

Almanya'ya mal ihracatında lojistik süreci ürünün güvenli, zamanında ve mevzuata uygun şekilde teslimi açısından büyük öneme sahiptir.

Türkiye’den Almanya’ya yapılan hazır giyim sevkiyatlarında en yaygın olarak tercih edilen taşıma yöntemi karayolu ile yapılan taşımacılıktır. Gümrükleme ve sınır geçişleri dahil olmak üzere transit süresi 5-8 gün arasında değişmektedir. Kapıdan kapıya ve düşük maliyetli olması nedeniyle tercih edilmektedir. Havayolu taşımacılığında ise bu süre 1-3 gün arasında değişmektedir. Acil ve yüksek değerli ürünler için idealdir. Ancak, maliyet açısından bakıldığında diğer yöntemlere göre daha pahalıdır.

Denizyolu+Kara/Demiryolu taşımacılığı ise büyük hacimli sevkiyatlar için ekonomiktir. Karayolu ve Demiryolu ile iç bölgelere sevkiyatların taşınması firmalar açısından maliyet avantajı sağlayacaktır.

4.14 Dağıtım Kanalları

Almanya’da en yaygın kullanılan dağıtım kanalları, toptancılık, perakendecilik, ticari acenteler ve distribütörlerdir.

Ayrıca, ürünlerini diğer şirketlere ve son tüketiciye satışını e-ticaret yöntemiyle gerçekleştiren şirketler de bulunmaktadır. Almanya’da şirket kurmak suretiyle ya da temsilcilik yoluyla pazara girerek ürünlerini satma imkanı da bulunmaktadır.

Bir diğer yöntem ise, doğrudan satış yapılmasıdır.(onlineshop, perakende, fuar vb)

Tüketiciler, artık B2C veya B2B yoluyla mal ve hizmetlerini internet üzerinden doğrudan üreticiden veya hizmet sunucusundan almaktadırlar.

Almanya hazır giyim sektöründe franchising modeli oldukça yaygın ve etkili bir dağıtım yöntemidir.

4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret / E-İhracat)

E-ticaret hazır giyim pazarı, dijital kanallar aracılığıyla giyim ve moda aksesuarlarının satışına odaklanan bir çevrimiçi perakende alanıdır.

Hazır giyim e-ticaret pazarı, tüketicilere rekabetçi fiyatlarla geniş bir ürün yelpazesi ve eve teslimat kolaylığı sunmaktadır. Buna ek olarak, markalar ve perakendeciler farklı coğrafi ve demografik bölgelerdeki müşterilere ulaşarak müşteri tabanlarını ve satış potansiyellerini yükseltmişlerdir.

E-ticaret giyim pazarı, çevrimiçi alışverişin artan popülaritesi, doğrudan tüketiciye yönelik markaların yükselişi ve evde daha fazla zaman geçirilmesine ve rahat ve gündelik kıyafetlere odaklanılmasına yol açan COVID-19 salgını gibi faktörlerin etkisiyle son yıllarda önemli bir büyüme yaşamıştır.

Başarılı e-ticaret giyim şirketlerine örnek olarak kadınlar ve erkekler için çok çeşitli moda ürünleri sunan ASOS ve ayakkabı ve aksesuar konusunda uzmanlaşmış Zappos verilebilmektedir. Buna ek olarak, Amazon ve Walmart gibi çevrimiçi pazar yerleri, tüketicilere en sevdikleri giyim ürünlerini çevrimiçi olarak sipariş etmeleri için daha fazla yol sunarak giyim tekliflerini genişletmişlerdir.

Pazardaki başlıca şirketler arasında Amazon, Taobao, JD, SHEIN, Target ve Asos yer almaktadır.

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Alman tüketicilerin daha geniş bir ürün yelpazesi sunması, konforu ve nispeten daha uygun fiyat seçenekleri nedeniyle, çevrimiçi pazar yerlerine olan taleplerinde önemli bir artış yaşanmıştır. Çevrimiçi perakentecilerden “amazon.de”, “otto.de” ve “zalando.de” en çok tercih edilen platformlar arasındadır.

4.15.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

Almanya 16 eyaletten oluşan federal parlamenter bir cumhuriyettir. Bununla birlikte, Almanya genelinde farklı bayramlar bulunmaktadır.(Neujahrstag – Yılbaşı, Karfreitag – Kutsal Cuma, Ostermontag – Paskalya Pazartesi, Pfingstmontag – Pentekost Pazartesi, Tag der Arbeit – İşçi Bayramı, Tag der Deutschen Einheit – Almanya'nın Yeniden Birleşme Günü, Erster Weihnachtstag – Noel'in Birinci Günü, Zweiter Weihnachtstag – Noel'in İkinci Günü). Ayrıca eyalet bazında ilave Bayram ve tatil günleri de mevcut bulunmaktadır. Almanya'daki resmi tatiller hakkındaki bilgiler aşağıdaki internet sayfası üzerinden temin edilebilir:

<https://www.dgb.de/service/ratgeber/feiertage/>

4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Instagram, Almanya'daki bayanlar açısından en çok tercih edilen sosyal medya platformudur. Bu durum, 2023 yılında yapılan bir ankete katılanların yaklaşık yüzde 42'si tarafından ifade edilmiştir. Facebook (yüzde 27) ile ikinci sırada yer alırken. Pinterest (yüzde 23) ve YouTube (yüzde 20) daha az popüler sosyal medya platformlarıdır.

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Avrupa Birliği tarafından, üye olmayan ülkelerden, 1 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla 22 avro olan KDV istisnası yürürlükten kaldırılmış ve işletmeden son tüketiciye (B2C) satışlarda, değeri 150 avroyu aşmayan sevkiyatlarda geçerli olacak IOSS (Import One-Stop Shop- Tek Noktadan İthalat Merkezi) adında yeni bir KDV sistemi kurulmuştur. 22 avroya kadar olan satışlarda KDV istisnası kaldırılarak 150 avroyu aşmayan sevkiyatlarda her AB üyesi ülke tarafından belirlenmiş oranda KDV tahsil edilme uygulamasına geçilmiştir. Nihai fatura bedeli 150 avroyu aşmıyorsa, ürün gümrük vergilerinden muaf tutulur. Ürünün nihai fatura bedeli 150 avrodan fazla ise vergiler gümrük tarifesine göre hesaplanır. Böylece, 1 Temmuz 2021'den itibaren, üçüncü bir ülkeden veya üçüncü bir bölgeden Almanya'ya ithal edilen tüm ticari mallar, değerlerine bakılmaksızın KDV'ye (yüzde 19) tabi olacaktır. Alkollü ürünler, tütün ürünleri, kavrulmuş kahve, çözünen kahve ve kahve içeren ürünler için tüketim vergisi (VSt) tahsilatı ve ödemesi satış değerinden bağımsız olarak tahsil edilmektedir.

1 Temmuz 2021 tarihinden itibaren, Avrupa Birliğinde gerçekleşen sınır ötesi B2C satışlar için OSS uygulaması başlamıştır. Bugüne kadar yürürlükte olan uygulamada, ürünlerini bir AB ülkesinden diğer üye ülkelerdeki alıcılara satan işletmeler, satışlarının belirli bir eşiği aştığı her bir üye devlette VAT (Value Added Tax- Katma Değer Vergisi) kaydı yaptırmakla yükümlüydü. Bu eşik ise ülkeden ülkeye değişmekteydi. Geçerli olan yeni uygulamada ise, AB genelinde e-ticaret için 10.000 Avro değerinde bir eşik değeri belirlenmiştir. Bu eşiğin üzerinde çevrim içi satış gerçekleştiren işletmeler, VAT yükümlülüklerini kayıt olacakları tek bir çevrim içi platform olan OSS üzerinden gerçekleştirebilecektir. Ödemeler, satış yapılan ülkenin KDV yüzdesine göre yapılacaktır. OSS sistemine kayıt işlemleri, firmanın yerleşik olduğu ülkede yapılabilecektir. Almanya'da bu işlemler ile ilgili yetkili kurum Bundeszentralamt für Steuern (BZSt-Federal Merkez Vergi Dairesi)'dir. AB genelinde belirlenen bu 10.000 Avro değerindeki eşiğin altındaki sınır ötesi satışlarda ise, VAT için getirilen iç kurallar uygulama alanı bulmaya devam edecektir. Böylece, AB'deki alıcılara ithal edilen malları satan tedarikçilerin ve elektronik ara yüzlerin, alıcının mallar teslim edildiği anda KDV'yi ödemesini sağlamak yerine, KDV'yi tahsil etmesine, beyan etmesine ve vergi makamlarına iletmesine olanak tanınacaktır. Bu uygulamanın e-ticaret yapan bütün firmaların AB içerisinde vergiye tabi olmasını sağlanacağı, AB'de KDV dolandırıcılığı ile mücadelede yardımcı olacağı ve dolayısıyla AB şirketleri arasında adil rekabeti sağlayacağı değerlendirilmektedir.

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Avrupa Birliği içinde uyumlaştırılmış yasal düzenlemelerin yanı sıra Almanya’da Medeni Kanun Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) kapsamındaki genel hüküm ve koşullara ilişkin düzenlemeler ile sözleşme hukuk kuralları başta olmak üzere;

- Haksız Rekabete Karşı Yasa (Gesetz Gegen Den Unlauteren Wettbewerb- UWG),
- Fiyat Teklifi Genelgesi (Preisangabenverordnung- PrAngV),
- Telemedya Yasası (Telemediengesetz- TMG),
- Gizlilik Yasası (Bundesdatenschutzgesetz- BDSG),
- Paketleme Yasası (Verpackungsgesetz- VerpackV),
- Tüketicuyu Koruma Yasası (Verbraucherschutz- BMUV),
- Yayın ve Elektronik Medyada İnsan Onurunun Korunması ve Küçüklerin Korunmasına İlişkin Anlaşma (Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien- JMStV),
- Menkul Kıymetler Yasası ve Mali Denetim Yasası (Wertpapierhandelsgesetz- WpHG),
- Ticari Marka İhlali Yasası (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen- Markengesetz- MarkenG) kapsamındaki düzenlemelere e-ticaret yaparken uyma zorunluluğu bulunmaktadır.

Almanya’da e-ticarete ilişkin yapılan en yaygın hatalar arasında; tüketicilerin cayma hakları konusunda uygun şekilde bilgilendirilmemesi, baskıda yanlış bilgi ve adil olmayan hüküm ve koşulların kullanılması, ürün etiketlemesi, fiyatlandırma ve nakliye maliyetleri ile çevrim içi anlaşmazlık sistemleri konusunda eksik bilgi verilmesi, telif haklarının ve ticari markaların ihlali yer almaktadır.

Bununla birlikte, ülkedeki e-ticaret sitelerinde ürünlerini sergilemek ve satmak isteyen firmaların vergi dairelerinden bir vergi kimlik numarası alması zorunluluğu bulunmaktadır.

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Almanya'da e-ticaret lojistiği hizmetleri sunan birçok büyük firma bulunmaktadır. Bu firmalar, e-ticaret mağazalarının ürünlerini depolamak, sipariş işleme, hızlı teslimat paketlemek, dağıtmak ve

müşterilere ulaştırmak için kapsamlı hizmetler sunmaktadır. Almanya’da faaliyet gösteren önemli firmalar şu şekilde sıralanmaktadır.

DHL eCommerce Solutions: DHL, e-ticaret lojistiği konusunda dünyanın önde gelen şirketlerinden birisidir. Almanya’da, hem ulusal hem de uluslararası dağıtım hizmetleri sunmaktadır. Paketleme, depolama, kargo takibi, dönüşüm hizmetleri ve hızlı teslimat çözümleri ile e-ticaret firmalarının lojistik ihtiyaçlarını karşılamaktadır.

Hermes: Almanya'da oldukça yaygın kullanılan bir lojistik firmasıdır. E-ticaret lojistiği için teslimat, paketleme ve depolama hizmetleri sunar.

FedEx: :Hem iç hem de uluslararası e-ticaret lojistiği için çeşitli hizmetler sunmaktadır. Hızlı teslimat, kargo takibi, depolama ve geri iade hizmetleri sağlar. Ayrıca, kişiye özel teslimat zamanları ve esnek çözümler de sunar.

TNT: Özellikle hızlı ve güvenilir uluslararası taşımacılık konusunda güçlüdür. E-ticaret firmalarına, paket teslimatı, izleme, uluslararası dağıtım ve gümrük hizmetleri gibi çözümler sunmaktadır.

Dynamic Parcel Distribution (DPD) Almanya'da ve Avrupa genelinde oldukça yaygın bir kargo firmasıdır. E-ticaret lojistiği alanında, hızlı teslimat, izleme, geri iade işlemleri ve depolama hizmetleri sunmaktadır. Ayrıca, kişiye özel teslimat zamanları ve mobil uygulamalar gibi esnek hizmetler de sağlamaktadır.

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Almanya’da hazır giyim sektöründe tanıtım ve pazarlama stratejileri, dijitalleşme sürdürülebilirlik ve müşteri deneyimi odaklı bir yapıya sahiptir.

Almanya’da dijital pazarlama kanalları oldukça yaygın kullanılmaktadır.

Google Ads, sosyal medya reklamları, arama motoru optimizasyonu (SEO) ve içerik pazarlaması yoluyla hedef kitleye ulaşmak gittikçe yaygınlaşmaktadır.

Özellikle genç tüketicilere ulaşmak için Influencer’lar ile (Youtube, Facebook, Instagram, Tıktok v.b.)işbirlikleri yapmak suretiyle satışlarını büyük ölçüde geliştirilebilecekleri değerlendirilmektedir.

Almanya, uluslararası sektörel fuarlar açısından son derece zengindir. Firmalarımızın bu fuarlara katılım sağlamaları potansiyel iş ortaklıkları kurabilmeleri, markalarının tanınırlığının sağlanması ve yeni pazarları tanımaları açısından büyük önem arz etmektedir.

Almanya’da satışa konu olan ürünlerle ilgili tedarik süreçlerinin devamı ve satış sonrası hizmet sağlayabilen firmalar tercih edilmektedir. Bu çerçevede, şube/bayilik sistemi kurmak suretiyle satış sonrası oluşabilecek müşteri taleplerine cevap vermeleri “Türk Malı” imajına olumlu katkıda bulunacağı değerlendirilmektedir.

4.17 Hazır Giyim Sektöründe Tüketici / Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Almanya’ da tüketici tercihleri ve trendler özellikle son yıllarda dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve kişiselleştirme eğilimiyle büyük ölçüde değişime uğramıştır.

Tüketiciler aynı zamanda üretim yeri, iş gücü koşulları gibi etik üretim süreçlerine ve sosyal sorumluluk kriterlerine çok önem vermektedirler.

Son zamanlarda organik pamuk, organik sertifikalı veya geri dönüştürülmüş malzemelerden üretilmiş hazır giyim ürünlerine yönelik talep artmıştır.

‘Daha az ve kaliteli’ alışveriş eğilimi ön plana çıkmaktadır.

Gösteriştan uzak kaliteli kumaş sade tasarım ve zamansız stil önemlidir.

Özellikle Z kuşağı arasında Unisex koleksiyonlar tercih edilmektedir.

4.18 Hazır Giyim Sektöründe Vergiler

Almanya’da hazır giyim sektöründe faaliyet gösteren firmalar ile hazır giyim ürünleri ithalatı ve satışı yapan şirketler, çeşitli vergi ve mali yükümlülöklere tabidir. Bunların başında Katma Değer Vergisi (Mehrwertsteuer) gelir. Almanya’da giyim ürünlerine uygulanan standart KDV oranı %19’dur.

Gümrük vergileri açısından Almanya, Avrupa Birliğı (AB) üyesi olduğı için AB Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) sistemi geçerlidir. Türkiye menşeli hazır giyim ürünleri, AB-Türkiye Gümrük Birliğı kapsamında gümrük vergisinden muaftır. Ancak AB dışındaki ölkelerden (örneğin Çin, Bangladeş veya Hindistan) ithal edilen ürünlerde, ürün türüne bağılı olarak değışen oranlarda (%8–%12 arasında) gümrük vergileri uygulanmaktadır.

Almanya’da hazır giyim ürünlerine yönelik ayrı bir özel tüketim vergisi (ÖTV) bulunmamaktadır. Ancak çevre koruma ve sürdürülebilirlik kapsamında bazı idari yükümlülükler mevcuttur. Özellikle ev tekstili ve kıyafet üreten veya ithal eden firmalar için Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (EPR) kapsamında, ambalaj atıklarının yönetimi ve kayıt altına alınması zorunluluğu bulunmaktadır.

Avrupa Birliği’nde yürürlükte bulunan gümrük vergilerine, (http://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en) veya (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home#my-trade-assistant>) web adreslerinden ulaşmak mümkün bulunmaktadır. Söz konusu bağlantılar, eşya tanımı veya gümrük tarife istatistik pozisyonu (GTİP) bazında arama yapılmasına ve ayrıca söz konusu ürüne ilişkin diğer kısıtlamalara ulaşılmasına imkan sağlamaktadır.

4.19 Hazır Giyim Sektörüne Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Almanya’ya hazır giyim ürünleri ihracatında, gümrük vergileri dışında ürün etiketleme, çevresel yükümlülükler, kimyasal madde sınırlamaları ve tüketici güvenliği kuralları gibi tarife dışı engeller bulunmaktadır.

AB yönetmeliği olan EU 1007/2011 uyarınca, tekstil ürünlerinde kullanılan liflerin içerikleri yüzde olarak belirtilmeli ve etiketleme Almanca dilinde yapılmalıdır. Ayrıca, REACH Tüzüğü kapsamında, zararlı kimyasal maddelerin (örneğin AZO boya ları, formaldehit vb.) kullanımına sınır getirilmiştir. Uyumun sağlanabilmesi için test raporları veya uygunluk beyanları talep edilebilmektedir.

Buna ek olarak, Almanya Ambalaj Yasası (Verpackungsgesetz) gereğince, ihracatçılar veya ithalatçılar piyasaya sürülen ambalajlar için geri dönüşüm sistemine kayıt yaptırmak ve yükümlülüklerini yerine getirmek zorundadır.

5. Hazır Giyim Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Almanya’nın AB’nin en büyük pazarı olması nedeniyle ihracatçılara geniş pazar potansiyeli ve çeşitliliği sunması,

Almanya’nın Türk hazır giyim üreticilerinin en fazla ihracat yaptığı ülke konumunda olması,

Almanya hazır giyim sektöründe iç tüketimin daha çok ithalata dayalı olması,

Alman tekstil sektörünün teknik tekstil alanında imalata yönelmiş olması,
Enerji ve vergilerdeki yüksek maliyet sebebiyle ucuz iş gücü ve üretim maliyetlerine sahip ülkeler ile ortak çalışmalar yürütmesi,
Alman vatandaşlarının yüksek alım gücüne sahip olması,
Farklı tüketim ve yaşam tarzlarını barındırması nedeniyle pazarı bölerek farklı gelir, yaş grubu ve farklı beden ölçülerine dayalı ihracata açık olması,
Kendine özgü koşulları olan Almanya hazır giyim pazarına girişi kolaylaştıran farklı dağıtım kanallarının mevcut olması (ithalatçı/toptancı, temsilci, perakendeci, distribütör vs.), nedenleriyle firmalarımız açısından Almanya pazarı çeşitli fırsatlar sunmaktadır.

6. Hazır Giyim Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yıkıcı rekabet koşulları sebebiyle Almanya'nın batı pazarları arasındaki en zorlu pazar olması ve farklı tüketici eğilimleri nedeniyle değişken pazar koşullarının mevcut olması,
Almanların üretim ve teknolojiye tecrübeli ve kalifiye olması,
Artan ithalattan rahatsız olan Alman hazır giyim üreticilerinin pazar paylarının arttırılması hususunda çalışmalar yapması,
Alman tüketicilerin yüksek meblağlar harcamayı tercih etmediği giyim pazarında fiyat hassasiyeti ve Asya merkezli düşük maliyetli üreticilerin fiyat politikaları,
Almanya pazarında başarılı olabilmek için mutlaka Almanca iletişim kurmak, ürün ve koleksiyonları alıcılara hızlı sunabilmek ve duyurabilmek için sosyal medya destekli bir showroom altyapısı kurmak ve müşteri ile kesintisiz birebir temas kurabilecek bir temsilci bulundurmak gerekliliği,
Almanya'daki tüketicilerin kalite, sürdürülebilirlik ve sertifikasyon konularındaki yüksek beklentileri,
AB mevzuatında sürdürülebilirlik ve izlenebilirlik alanlarda yapılan düzenlemeler, uyum yükümlüklerini artırmakta ve ihracatçı firmalarımızdan daha şeffaf, belgelenebilir üretim süreçleri talep edilmesi,
nedeniyle Almanya hazır giyim pazarı sunduğu fırsatlar yanında belirli risk ve tehditleri de beraberinde getirmektedir.

7. Hazır Giyim Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Almanya'ya ihracat yapmak isteyen firmalarımızın, Avrupa Birliği teknik mevzuatına ve ürün güvenliği standartlarına tam uyum sağlaması gerekmektedir. Reach düzenlemeleri gibi kimyasal içerik denetimlerine dikkat edilmelidir.

Ürünlerin ambalajları için Almanya'daki ambalaj yasası (VerpackG) kapsamında LUCID sistemine kayıt yapılması ve geri dönüşüm yükümlülüklerinin yerine getirilmesi gerekmektedir.

İthalatçı firmaların talepleri doğrultusunda, OEKO-Tex, GOTS , Cradle to Cradle gibi kalite ve sertifikasyon standartlarına sahip olması, ürünlerin tercih edilmesi noktasında büyük önem taşımaktadır.

Munic Fabric Start, Innatex ve Supreme Kids gibi sektörel fuarlara düzenli katılım firmalarımız açısından yeni iş bağlantıları kurma, rakiplerini tanıma ve strateji geliştirmelerine fayda sağlayacaktır.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Almanya'da marka satın almak ve bu marka altında ürünleri satışa çıkarmak, ürünlerin gerek Almanya gerekse AB'ne ihracat yoluyla pazara girişte firmalarımıza kolaylık sağlayacaktır.

Almanya'daki tüketiciler sosyal sorumluluk ve çevre dostu üretime büyük önem vermektedir. Başta adil çalışma koşulları, çalışan hakları ve çocuk işçiliğinin önlenmesi gibi kriterlerin yerine getirilmesi ürünlerin pazarda tercih edilmesi olasılığını arttırmaktadır.

9. Genel Değerlendirme

Türkiye, hazır giyim sektöründe Almanya pazarı için stratejik bir tedarikçi konumundadır. Yürürlükteki Gümrük Birliği anlaşması ile Türk menşeli hazır giyim ürünlerinin gümrük vergisine tabi olmaksızın Almanya'ya ihracatına imkan sağlamakta ve diğer üçüncü ülkelere kıyasla rekabet avantajı sunmaktadır.

Türkiye, Hazır Giyim sektöründeki güçlü konumu sayesinde, Almanya'daki pazar payını daha da arttırabilecek bir konumdadır. Bunun için firmalarımızın tüketici eğilimlerini yakından takip etmeleri ve ürünlerinde çevresel ve sosyal sorumluluk kriterlerine uyum sağlamaları, dijital ve e-ticaret alanlarında kendilerini geliştirmeleri büyük önem arz etmektedir.

10. Yararlı Adresler

Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı (BMWK) ise Hazır Giyim sektörüne yönelik teşvikler, dönüşüm stratejileri ve dijitalleşme gibi konularda önemli bilgiler sağlamaktadır.

<https://www.bmwk.de/Navigation/DE/Home/home.html>

Yatırımcılar ve ihracatçılar için ise Germany Trade & Invest (GTAI), 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.

<https://www.gtai.de/de/trade>

DESTATIS 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.

https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html

Handelsregister Ticaret sicili, yerel mahkemeler tarafından tutulan bir kamu sicilidir. Amacı, yasal işlemler için tek tüccarların ve ticari şirketlerin belirli gerçek ve yasal ilişkilerine dair tam ve güvenilir kanıt sağlamaktır.

https://www.handelsregister.de/rp_web/welcome.xhtml

AUMA Alman Ticaret Fuarları Birliği, F. Almanya'da düzenlenen fuarlara ilişkin rapor ve istatistiki bilgilerin yayınlandığı bir bilgi platformudur. 1907 yılında kurulan AUMA, bugün 70'e yakın üyesinin çıkarlarını ulusal ve uluslararası düzeyde temsil etmektedir.

<https://www.auma.de/en>

TARIC, "Avrupa Toplulukları Entegre Tarifesi" anlamına gelir ve Avrupa Birliği'nin çeşitli gümrük ve ticaretle ilgili önlemlerin ayrıntılı tanımlanması ve uygulanmasına yönelik bir araçtır. TARIC numarası esasen ithalat ve ihracat için malların sınıflandırılmasına yönelik sayısal bir koddur.

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

ZOLL web sitesinde şirketler, malların ithalatı, ihracatı ve transit geçişi için geçerli olan yasaklar ve kısıtlamalar hakkında gümrük web sitesinde önemli bilgiler bulabilirler. Özel şahıslar ise Posta ve Seyahat bölümünden tüm önemli yasaklar ve kısıtlamalar hakkında bilgi edinebilirler.

https://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html

11. Kaynakça

<https://textil-mode.de/de/>

<https://de.statista.com/>

<https://www.textil-bekleidung.de/>

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

<https://trade.ec.europa.eu/>

https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem/textiles-leather-fur_en

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

<https://www.ticaret.gov.tr/ihracat/fuarlar>

<https://www.bmwk.de/Navigation/DE/Home/home.html>

https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2006.265.01.0018.01.ENG

https://www.gesetze-im-internet.de/textilkennzg_2016/_4.html

[Ticaret Bakanlığı Verileri](#)