



HOLLANDA



TARIM SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih : Ekim 2025

Raporu Hazırlayan: Lahey Ticaret Müşavirliği

HOLLANDA TARIM SEKTÖRÜ RAPORU

1. Hollanda Pazarında Tarım Sektörü

1.1 Üretim

Hollanda, küçük yüzölçümüne rağmen tarımsal üretimde dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Ülke topraklarının yarıdan fazlası tarım ve bahçecilik faaliyetlerinde kullanılmaktadır. 2024 yılında ülkenin toplam tarımsal ihracatı 128,9 milyar Avro'ya ulaşmış,¹ bu değerle Hollanda, ABD'den sonra dünyanın ikinci büyük tarım ihracatçısı olmuştur. Hollanda aynı zamanda Avrupa'nın en büyük et ve süt ürünleri üreticilerindendir.

Üretim yapısının en belirgin özellikleri; ileri teknoloji kullanımı, yüksek verimlilik ve sürdürülebilirlik odaklı üretim yöntemleridir. Hollanda'nın tarımsal üretiminin bel kemiğini "sera ekonomisi" oluşturmaktadır. Özellikle Batı Hollanda'da yoğunlaşan, enerji verimliliği yüksek ve iklim kontrollü devasa cam seralar, yıl boyunca kesintisiz üretime olanak tanımaktadır. Bu sistemde domates, salatalık, biber gibi sebzelerin yanı sıra çiçek ve süs bitkileri üretimi yapılmaktadır. Seralar, su kullanımını minimize eden kapalı devre damlama sulama sistemleri, jeotermal enerji kullanımı ve entegre haşere kontrolü gibi sürdürülebilir uygulamalarla donatılmıştır. Bu sayede metrekaşe başına alınan verim, geleneksel tarıma kıyasla katlanarak artmakta olup, Hollanda dünyada patates ve soğanda bir numara, sebzede ise ikinci büyük ihracatçıdır.

Hayvancılık sektörü de Hollanda'nın tarımsal üretiminde ve ihracatında kritik bir rol oynamaktadır. Ülke, dünyanın en büyük peynir ihracatçılarından biri olmakla kalmayıp aynı zamanda yumurta, süt ürünleri ve işlenmiş et ihracatında da lider konuma gelmiştir. Modern ve son teknoloji çiftliklerde, hayvan refahı, hijyen ve verimlilik en üst düzeyde tutularak üretim yapılmaktadır. Süt ineklerinden (Holstein) alınan süt verimi, dünya ortalamasının çok üzerindedir. Ancak, bu yoğun hayvancılık, hayvan atıklarının yol açtığı azot krizi gibi çevresel zorlukları da beraberinde getirmiştir.

Hollanda tarım sektöründe üniversite-reel sektörü iş birliği ve bu alanda yapılan AR-GE çalışmaları, tarım sektöründe teknolojik üretimin esasını teşkil etmektedir. Bu çerçevede, Hollanda tarımının en önemli üretim merkezlerinden biri, Wageningen Üniversitesi ve Araştırma Merkezi (WUR) ile iş birliği içinde faaliyet gösteren "Food Valley" olup, bu merkez önemli bir AR-GE lokasyonudur. Bu bölge, tarım-gıda sektörü için bir inovasyon merkezi (agritech) işlevi görmektedir ve dikey tarım, hidroponik ve aeroponik sistemler, drone teknolojisi ile tarla izleme, topraksız tarım ve hassas tarım uygulamaları burada geliştirilip test edilmektedir. Bu AR-GE altyapısı, çiftçilere en yeni teknolojileri ve bilimsel bulguları hızla uygulama imkânı sağlayarak üretim süreçlerini sürekli iyileştirmektedir.

Hollanda'nın tarımsal üretimdeki başarısının temelinde ileri teknoloji kullanımı yatmaktadır. Hassas tarım (precision farming), sensör teknolojileri, uydu verileri ve yapay zekâ tabanlı karar destek sistemleri üretim süreçlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu teknolojiler sayesinde toprak, su ve gübre kullanımı optimize edilmekte, verimlilik artarken çevresel etkiler azaltılmaktadır. Örneğin, sera üretiminde iklim kontrol sistemleri ve otomatik sulama teknolojileri, bitki gelişimini sürekli izleyerek en uygun koşulların sağlanmasına olanak tanımaktadır.

¹ <https://www.cbs.nl/en-gb/news/2025/03/value-of-agricultural-exports-up-by-nearly-5-percent-in-2024>

Üretimde sürdürülebilirlik, Hollanda'nın öncelikli hedeflerinden birisidir. Pestisit ve gübre kullanımının azaltılması, enerji verimliliğinin artırılması ve karbon emisyonlarının düşürülmesi amacıyla inovatif yöntemler uygulanmaktadır. Hidroponik tarım, dikey tarım sistemleri ve robotik otomasyon hem bitkisel hem de hayvansal üretimde yaygınlaşmaktadır. Bu yaklaşımlar, Hollanda'nın tarımsal üretim modelini "geleceğin tarımı" olarak konumlandırmaktadır.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Hollanda tarım sektöründe dünyada önemli aktörlerinden birisidir. Bu nedenle, tarım ürünleri fiyatlandırması küresel piyasalardan, enerji maliyetlerinden ve son derece etkili lojistik açısından derinden etkilenmektedir. Özellikle enerji maliyetleri, Hollanda'nın enerji üretimi bakımından dışa bağımlı olması sebebiyle, ortalama üretici fiyatlarının yükselmesine yol açmakta ve dolayısıyla ortalama üretici fiyatları, genellikle Avrupa Birliği (AB) ortalamasının biraz üzerinde seyretmektedir. Ortalama üretici fiyatlarının görece yüksek olmasının diğer sebepleri arasında, mamul ürünün yüksek kalite olması, tarım üretiminde yapılan Ar-Ge çalışmaları sebebiyle ortaya çıkan maliyetler ve tarım sektöründeki işçilik ücretleri yer almaktadır.

Avrupa Komisyonu (Directorate-General for Agriculture and Rural Development)'nun oluşturduğu "*Fruit and vegetables prices*" başlıklı veritabanında², 2004 yılından bu yana, her bir AB üyesi ülke marketindeki belirli meyve ve sebzelerin fiyatlarına erişebilme imkânı bulunmaktadır. Örneğin elmaya ilişkin son veri olarak 2024 yılının 41. Haftası açıklanmış ve buna göre 100 kg elmanın ortalama market fiyatı 112 Avro olarak belirlenmiştir.

Belirli ürün grubu üreticilerinin oluşturduğu sektör kuruluşlarının ilgili ürünler için belirlediği fiyatlar da üretici fiyatlarının tespiti için muteber kabul edilebilir. Hollanda'daki süt ve süt ürünleri üreticilerinin yer aldığı ZuiveINL kuruluşu haftalık olarak belirli süt ürünleri için kotasyonları yayınlamaktadır. Raporun yazılış tarihi itibarıyla yayımlanan son fiyatlar, yılın Ekim ayına ve 40. Haftaya denk gelmekte olup şu şekildedir:³

- Tereyağı: 544 Avro/100 kg
- Süt Tozu: 372 Avro /100 kg
- Yağsız Süt Tozu: 217 Avro /100 kg
- Yağsız Süt Tozu Feed'i: 214 Avro /100 kg
- Peynir Altı Suyu Tozu: 90 Avro /100 kg

Ayrıca ZuiveINL, uluslararası süt fiyatlarını da karşılaştırmakta olup, süt üreticilerinin fiyatlarını ortaya koymaktadır. Buna göre Temmuz 2025 itibarıyla (100 kg standard süt, KDV hariç) en pahalı süt, FrieslandCampina tarafından 55,01 Avro'ya satılmakta iken; en ucuz süt, Saputo Dairy UK tarafından 44,91 Avro'ya satılmaktadır.⁴ Temmuz ayı fiyatları itibarıyla geçen 2 yıl boyunca süt fiyatları düzenli olarak artmış olup 2023 yılı Temmuz ayı ortalama süt fiyatı 41,99 Avro; 2024 yılı Temmuz ayı ortalama süt fiyatı 45,58 Avro; 2025 yılı Temmuz ayı ortalama süt fiyatı 50,12 Avro'dur.⁵

² <https://agridata.ec.europa.eu/extensions/DashboardFruitandVeg/FruitandVegetablePrices.html>

³ <https://www.zuivelnl.org/marktinformatie/zuivelnoteringen> (Fiyatlar her bir 100 kg için öngörölmüş olup KDV hariçtir.)

⁴ <https://www.zuivelnl.org/en/milkprices>

⁵ <https://www.zuivelnl.org/en/milkprices>

Sektördeki üretici fiyatlarına erişilebilecek bir diğer kaynak ise AGF Nederland ⁶ isimli Felemenkçe haber sitesidir. Söz konusu haber sitesi verilerini, Rotterdam Fruit Exchange ve Exchange of Antwerp verilerinin toplandığı ⁷ “fruit sales prices” isimli veri tabanından almaktadır. AGF Nederland, 2021 yılından bu yana hafta hafta farklı meyvelerin fiyatlarını halka sunmuş olduğu bir açık kaynak oluşturmuştur.⁸ AGF Nederland, örnek olarak 2025 yılının 36. Haftasında, lime, limon ve karpuz fiyatlarını ücretsiz olarak kamuoyuna sunmuştur.⁹

1.3 Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Hollanda, sektör kuruluşlarının en etkin kullanıldığı ülkelerin başında gelmekte olup, sektör birlik / dernekleri yoluyla sektör içerisinde iş birliğinin kurulması, iş dünyasında bir iş kültürü olarak yer edinmiştir. Hollanda’da tarım sektöründeki en önemli üretici birlikleri/dernekleri olarak şunlar sayılabilir:

LTO Nederland (Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland): Hollanda’nın en büyük ve en etkili tarım ve bahçecilik örgütü olup, 35.000’den fazla üyesiyle hükümet nezdinde ve AB’de sektörün çıkarlarını savunmaktadır.

Royal FloraHolland: 11.000’den fazla üreticiye ait bir kooperatif olup, dünya çiçek ticaretinin kalbi olarak kabul edilmektedir.

Groenten & Fruit Huis (Sebze ve Meyve Evi): Hollanda sebze ve meyve sektörünün tüm paydaşlarını (üreticiler, toptancılar, ihracatçılar) temsil eden bir birliktir.

NZO (Dutch Dairy Association): Hollanda süt ürünleri endüstrisinde faaliyet gösteren şirketleri temsil eden bir dernektir.

Plantum: Bitki ıslahı, tohum üretimi sektöründeki firmaları temsil eden bir dernek olup tohum ıslah materyali, üreme materyali ve ilgili faaliyetlere odaklanmıştır.

BoerenNatuur: Tarımsal doğa ve çevre koruma faaliyetlerine odaklanan, çiftçi kolektiflerini temsil eden bir dernek olup, tarla kenarı ekosistemler, çevre düzenlemeleri ve tarım-doğa entegrasyonu gibi konularla ilgilenmektedir.

Cosun: Yaklaşık 8.000 şeker pancarı üreticisi üyesi olan bu kooperatifin 125 yıllık geçmişi bulunmaktadır. Tarım sektöründe gerek ulusal gerek küresel ölçekte muteber bir seviyeye ulaşmış başlıca Hollandalı şirketler şunlardır:

FrieslandCampina: 15.000’den fazla Hollandalı ve Alman çiftçinin üyesi olduğu dev bir süt kooperatiftir. Aynı zamanda da dünyanın en büyük süt ürünleri şirketlerinden birisidir. Üyelerinden aldığı sütü, Campina, Chocomel, Fristi, Milner, Dutch Lady gibi global markalara dönüştürerek pazarlamaktadır.

AgriFirm: Binlerce Hollandalı çiftçi üyesi olan bu kooperatifin oldukça yüksek bir faaliyet hacmi bulunmaktadır.

⁶ <https://www.agf.nl/>

⁷ www.fruitsalesprices.com/

⁸ <https://www.agf.nl/content/marktprijzen/>

⁹ <https://agfstorage.blob.core.windows.net/misc/marktprijzen/2025/Week36summary.pdf?versionId=2025-09-08T08%3A33%3A53.6564813Z>

Vion Food Group: Hollanda'nın en büyük et işleyicisi ve Avrupa'nın önde gelen et şirketlerinden birisidir. Sığır, domuz ve tavuk kesimi ile işlenmiş et ürünleri üretmekte olup Hem Hollanda pazarına hem de uluslararası marketlere (özellikle Almanya) hizmet vermektedir.

Nutreco: Dünyanın önde gelen hayvan yemi ve su ürünleri yetiştiriciliği yemi üreticisidir. Skretting ve Trouw Nutrition gibi markalara sahiptir.

Alhold Delhaize: Esasında bu şirketi bir tarım şirketi olarak kabul etmek mümkün değildir. Zira bünyesinde e-ticaret (Bol.com)'dan Kozmetik (Etos)'e kadar birçok pazar yerinde faaliyet gösterdikleri markaları mevcuttur. Lakin Albert Heijn gibi Hollanda'danın en kaliteli market zincirine sahip olması, Alhold Delhaize'yi çok ciddi bir tarım sektörü şirketi haline getirmektedir.

Rabobank: Doğrudan bir tarımsal ürün üreticisi olmayıp tarım sektörü dendiğinde ise görmezden gelinemeyecek bir diğer şirket de Rabobank'tır. Rabobank, kökeni tarım kooperatiflerine dayanan büyük bir Hollandalı bankadır. 19. yüzyılın sonunda çiftçilerin kendi aralarında kredi ve finansman ihtiyaçlarını karşılamak için kurduğu kooperatif yapılar zamanla birleşerek Rabobank'ı oluşturmuştur. Bugün hâlâ kooperatif temelli bir yapıya sahiptir ve hem Hollanda'da hem de dünya genelinde özellikle tarım, gıda ve sürdürülebilirlik odaklı projelerin finansmanında güçlü bir oyuncu olarak tanınmaktadır.

1.4 Tarım Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Hollanda, dünyanın en büyük tarım ihracatçılarından biri olarak yalnızca üretimde değil, toptan (groothandel) ve perakende (detailhandel) satış sistemlerinde de önemli bir konuma sahiptir. Gelişmiş lojistik altyapısı, müzayede sistemleri, kooperatif yapıları ve güçlü perakende zincirleri sayesinde tarım ürünleri hem yerel pazarda hem de küresel ölçekte verimli bir şekilde tüketiciye ulaştırılmaktadır.

Toptan Satış (Groothandel)

Toptan satış, Hollanda tarımının kalbi olup, üretici ile perakendeci/ihracatçı arasındaki en kritik köprüyü oluşturmaktadır.

Özellikle toptan satış, Hollanda'daki tarım ürünleri satışının en önemli ayağıdır. "Groothandelsmarkt" (Toptan Satış) adı altındaki, Rotterdam, Amsterdam ve Breda'daki büyük toptan pazarlar, Hollanda'nın Avrupa'ya açılan tarımsal dağıtım merkezleridir. Süpermarket zincirleri, yerel pazar esnafı ve uluslararası tüccarlar bu pazarların sürekli müşterileridir.

Ayrıca Albert Heijn gibi büyük perakendeciler ürünleri hasattan önce sabit fiyat ve miktar üzerinden doğrudan çiftçilerle sözleşmeli olarak üretmektedir. Bu model çiftçiye pazar ve fiyat güvencesi, perakendeciye ise kalite ve süreklilik sağlamaktadır.

Perakende Satış (Detailhandel)

Perakende satış, tarım ürünlerinin nihai tüketiciye ulaştığı son aşamadır. Hollanda'da çeşitli kanallar vesilesiyle perakende satış sağlanmaktadır.

- **Süpermarket Devleri:** Albert Heijn, Jumbo, Spar, Hoogvliet, Dirk, Lidl, Aldi gibi süpermarket zincirleri, tarım ürünleri perakende satışının büyük çoğunluğunu kontrol etmektedir. Ayrıca güçlü tedarik zincirleri ve merkezi dağıtım merkezleri sayesinde doğrudan

kooperatiflerden (ör. FrieslandCampina) ve toptancılardan da ürün tedarik etmek mümkündür.

- **Yerel Pazarlar (Weekmarkten):** Her şehirde haftanın belirli günlerinde kurulan açık hava pazarları, taze ve yerel ürünleri tüketiciye ulaştırmaktadır. Satıcılar genellikle doğrudan üreticiler ya da toptancılardan mal alan pazarcılar olup, alıcılar ise ilgili şehrin sakinleridir.
- **Çiftlik Satış Mağazaları (Boerderijwinkel):** Tüketicilerin doğrudan çiftlikten ürün aldığı model giderek popülerleşmektedir.
- **Online Platformlar (ör. Picnic, AH Online):** Tüketici ile yerel çiftçileri buluşturan yeni nesil dijital çözümler oldukça yaygınlaşmaktadır.

2. Hollanda'nın Tarım Sektörü Dış Ticareti

Hollanda'nın özellikle Rotterdam limanı ve gelişmiş lojistik altyapısı sayesinde dış ticaretinin temelini reeksport oluşturmaktadır. Hollanda İstatistik Kurumu (CBS) verilerine göre, 2024 yılı itibarıyla Hollanda'nın genel ihracatı içerisinde reeksportun payı yaklaşık %40 düzeyindedir. Yeniden ihraç edilen ürünler genellikle Hollanda üzerinden başka ülkelere "just in time-tam zamanında teslim" sistemiyle teslim edilen, depolama ve dağıtım avantajlarıyla aktarılan işlenmemiş veya hafif işlem görmüş mallardır.

Tarım sektörü geneli itibarıyla reeksportun payına bakıldığında toplam tarım ihracatının yaklaşık üçte ikisinin Hollanda'da üretilen ürünler olduğu, geri kalan üçte birlik kısmın ise reeksport olduğu görülmektedir. CBS verilerine göre 2024'te Hollanda'nın toplam tarım ihracatı yaklaşık 129 milyar Avro olup, bunun yaklaşık 45 milyar Avro'luk kısmı reeksporttur.

Reeksportun tarım sektörünün bazı alt ürün gruplarında daha yoğun olduğu görülmektedir. Tropikal ve subtropikal meyveler başta olmak üzere büyük miktarda meyve, Rotterdam limanı üzerinden ülkeye girdikten sonra genellikle neredeyse hiç işlenmeden diğer Avrupa ülkelerine transit edilmektedir. Bu nedenle meyve, Hollanda tarım ihracatında yerli üretimle doğrudan ilişkisi en az olan kalemlerden biridir.

Benzer şekilde, kakao çekirdekleri de ağırlıklı Batı Afrika gibi bölgelerden ithal edilip Amsterdam ve çevresindeki tesislerde işlenerek kakao yağı, kakao tozu veya çikolata gibi katma değerli ürünlere dönüştürüldükten sonra ihraç edilmektedir. CBS verilerine göre, Hollanda 2024 yılında kakao ve çikolata ürünlerinde, kötü yabancı mahsul koşulları nedeniyle fiyatların da etkisiyle, ihracat değeri bazında kayda değer bir artış yaşamış ve kakao ürünleri ülkenin en büyük dördüncü tarım ihracat kalemi olmuştur. Ancak bu ürün grubundaki ihracat başarısı da ithal hammaddeye dayalıdır; kakao hammaddesinin tamamı yurt dışından geldiğinden, çikolata ve kakao mamulleri ihracatı Hollanda'nın gıda sanayindeki işleme kapasitesini yansıtmakla birlikte, tarımsal üretim kaynağı olarak yeniden ihracat kategorisine girmektedir.

Tropikal ürünler, yağlı tohumlar ve bitkisel yağlar da benzer bir tablo karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Hollanda, ayçiçeği tohumu ve palm yağı gibi ürünleri yurt dışından temin edip rafine ederek veya doğrudan tekrar ihraç eden bir merkez konumundadır.

Öte yandan, tarım ihracatında yeniden ihracatın düşük olduğu alt sektörler de bulunmaktadır. Çiçekler, süs bitkileri, peyzaj bitkileri gibi Hollanda'nın küresel lider konumunda olduğu ürünler tamamen ülke içinde yetiştirilmekte ve ihracata konu olmaktadır. Örneğin, International Association

of Horticultural Producers ve Eurostat verilerine göre Hollanda, lale üretiminde küresel pazarın %70'ine, uluslararası ticaret hacminin ise %90'ına hakimdir. Benzer şekilde süt ürünleri, et, peynir gibi geleneksel Hollanda tarım/gıda ürünleri ağırlıklı olarak yerli üretime dayanmaktadır.

Tarımda yeniden ihracatın hacimsel önemi, Hollanda'yı dünya tarım ticaretinde benzersiz bir aktör haline getirmektedir. Yeniden ihracat sayesinde Hollanda, kendi coğrafi boyutunu ve tarımsal üretim kapasitesini aşan bir ihracat büyüklüğüne ulaşmıştır. Bu sayede, dünya çapında en büyük tarım ihracatçılarından biri olarak anılmakta, ancak bu başarıya kısmen başka ülkelerin ürünlerini uluslararası pazarlara ulaştırma kabiliyeti sayesinde erişmektedir. Bu benzersiz lojistik konum ve ticaret bağlantıları, Hollanda agro-gıda sektörünün uluslararası önemini artıran bir etkidir.

Raporun devam eden bölümünde Hollanda'nın genel ve ülkemiz ile ikili tarım sektörü dış ticaretine ilişkin bilgiler paylaşılacaktır. Tarım sektörü ürün yelpazesinin oldukça geniş olması sebebiyle, **bu sektör raporunda 1 ila 24. Fasıllar arasında yer alan ürünler dikkate alınmış olup, dış ticarete ilişkin tablolar buna göre hazırlanmıştır.**

2.1 Tarım Sektöründe Hollanda'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Tablo.1'den anlaşılacağı üzere, 2024 yılı ithalat verilerine bakıldığında tarım sektöründe Hollanda'nın en fazla ithalat gerçekleştirdiği ülkeler arasında en yüksek payı Almanya almakta olup, toplam ithalatın %18,3'ü bu ülkeye aittir. Belçika da %13,8'lik oranıyla ikinci sırada yer almakta ve Almanya ile birlikte toplam ithalatın üçte birinden fazlasını sağlamaktadır. Bu iki ülkeye yönelik yoğun bağımlılık, ithalatın Avrupa merkezli bir yapıda olduğunu ortaya koymaktadır.

Orta sıralarda ise Fransa (%5,9), İspanya (%4,0) ve Brezilya (%3,9) yer almaktadır. Bu ülkeler tek başlarına yüksek bir paya sahip olmasa da toplamda ithalatın yaklaşık %14'ünü oluşturarak dikkate değer bir rol oynamaktadırlar. Bunun dışında Polonya, İtalya, Fildişi Sahilleri ve ABD gibi ülkeler de %2–3 bandında seyreden oranlarla Hollanda'nın tarım sektörü ithalatında yer almaktadır. Türkiye ise %0,9'luk ithalat oranıyla Hollanda'nın tarım sektörü ithalatında 22'nci sırada bulunmaktadır.

Tablo 1. Ülke Bazında Hollanda'nın İthalatı (2024)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Milyon \$)	Oran (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Almanya	16.252	18,3
2	Belçika	12.285	13,8
3	Fransa	5.231	5,9
4	İspanya	3.561	4,0
5	Brezilya	3.500	3,9
6	Polonya	3.019	3,4
7	İtalya	2.603	2,9
8	Fildişi Sahilleri	2.490	2,8
9	ABD	2.296	2,6
10	Ukrayna	1.975	2,2
	Türkiye	822	0,9

Kaynak: ITC Trademap

2.2 Tarım Sektöründe Hollanda'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

Tablo 2'ye bakıldığında, 2024 yılı itibarıyla Hollanda'nın tarım sektöründeki ihracatında en yüksek payı %24,8 ile Almanya almaktadır. Almanya'yı %12,7 ile Belçika ve %8,4 ile Fransa takip etmektedir. Bu üç ülke toplamda ihracatın neredeyse yarısını oluşturmakta olup, Hollanda'nın tarım ürünleri ihracatında komşu/yakın ülkelerle olan güçlü ilişkisini göstermektedir.

Orta sıralarda Birleşik Krallık (%7,4), İspanya (%3,8), İtalya (%3,8) ve Polonya (%3,4) bulunmaktadır. Bu ülkeler, Hollanda için önemli pazarlar arasında yer almakta ve çeşitlilik açısından dengeli bir dağılım sağlamaktadır. ABD (%2,9) ve Çin (%2,2) gibi Avrupa dışındaki büyük ekonomiler de Hollanda'nın tarım sektörü ihracatında ilk 10 ülke arasında yer almaktadır. Hollanda'nın tarım sektöründe Türkiye'ye ihracatının bu sektördeki toplam ihracatı içerisindeki payı ise %0,5 seviyesindedir.

Tablo 2. Ülke Bazında Hollanda'nın İhracatı (2024)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Milyon \$)	Oran (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Almanya	33.425	24,8
2	Belçika	17.064	12,7
3	Fransa	11.347	8,4
4	Birleşik Krallık	9.922	7,4
5	İspanya	5.140	3,8
6	İtalya	5.112	3,8
7	Polonya	4.536	3,4
8	ABD	3.849	2,9
9	Çin	2.943	2,2
10	İsveç	2.731	2,0
	Türkiye	733	0,5

Kaynak: ITC Trademap

2.3 Tarım Sektöründe Hollanda'nın En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Tablo 3'te yer alan Hollanda'nın tarım sektöründe en fazla ithal ettiği ürünler listesine bakıldığında, en yüksek ithalat değeri 4,27 milyar \$ ile kakao çekirdeklerine aittir (%4,82). Kakao, işlenmiş yağlar, gıda müstahzarları ve fırın ürünleri gibi tarımsal hammaddeler ve işlenmiş gıda ürünleri listede öne çıkmaktadır.

Avokado, şarap, palm yağı, mısır ve soya fasulyesi gibi ürünlerin de her biri yaklaşık 1–1,3 milyar \$ seviyesinde ithalat hacmine sahiptir. Bu ürünler hem tüketim alışkanlıklarının hem de Hollanda'nın reeksport stratejisinin bir yansımasıdır.

Hollanda'nın en çok ithal ettiği ürünler arasında Türkiye'nin de payının yüksek olduğu ürün grubunun, gıda müstahzarları (38 milyon \$; %1,79) olduğu görülmektedir. Avokado, şarap, palm yağı ve soya gibi önemli kalemlerde ise beklenebileceği üzere Türkiye'nin payı yok denecek kadar azdır.

Tablo 3. Ürün Bazında Hollanda'nın İthalatı (2024)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (Milyon \$)	İthalat İçindeki Payı (%)	Türkiye'den İthalatı (Milyon \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
1	180100	Kakao çekirdekleri (bütün, kırık, çiğ veya kavrulmuş)	4.272	4,82	2	0,05
2	151800	Hayvansal veya bitkisel yağlar ve yağ fraksiyonları (işlenmiş)	2.233	2,52	2,5	0,11
3	210690	Gıda müstahzarları (diğerleri)	2.124	2,4	38	1,79
4	190590	Ekmek, hamur işleri, kekler, bisküviler ve diğer fırın ürünleri	1.534	1,73	11	0,72
5	080440	Taze veya kuru avokado	1.317	1,49	0,083	0,01
6	220421	Üzüm şarabı (sofra şarapları ve takviyeli şaraplar dahil)	1.302	1,47	0,065	0
7	151110	Ham palm yağı	1.263	1,42	0	0
8	100590	Mısır (tohumluk hariç)	1.213	1,37	0,6	0,05
9	120190	Soya fasulyesi (tohumluk hariç, kırılmış veya kırılmamış)	1.200	1,35	0	0
10	230400	Yağlı tohum küspe ve katı kalıntılar (preslenmiş veya öğütülmüş)	1.156	1,3	0,081	0,01

Kaynak: ITC Trademap

2.4 Tarım Sektöründe Hollanda'nın En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

Tablo 4'ten anlaşılacağı üzere, Hollanda, canlı bitkiler, gıda müstahzarları, peynir, kakao yağı, kesme çiçekler, hayvan yemi, patates, sebze tohumları, sığır eti ve bebek maması gibi ürünlerde önemli bir ihracat hacmine sahiptir. Verilen rakamlar, Hollanda'nın tarım ihracatında ne kadar çeşitli ve güçlü bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle canlı bitkiler ve yenilebilir ürünlerdeki yüksek ihracat değerleri dikkat çekicidir.

Türkiye'nin bu ürünler bazındaki ithalatı incelendiğinde, Hollanda'dan en fazla ithalat yapılan kalemlerin gıda müstahzarları (95 milyon \$), sebze tohumları (89 milyon \$), ve kakao yağı (45 milyon \$) olduğu görülmektedir.

Hollanda'nın ihracatının en yüksek olduğu ürün grupları genellikle yerli üretimde güçlü olduğu veya hammadde ihraç edip işlenmiş ürün olarak tekrar piyasaya sunduğu ürün gruplarından oluşmaktadır. İhracatında reeksportun öne çıktığı ürün grupları da gıda müstahzarları gibi işlenmiş gıda ürünleridir. Geri kalan ürünler zaten yerli üretimin oldukça güçlü olduğu kesme çiçek, peynir, patates gibi ürün gruplarıdır.

Tablo 4. Ürün Bazında Hollanda'nın İhracatı (2024)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (Milyon \$)	İhracat İçindeki Payı (%)	Türkiye'ye İhracatı (Milyon \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
1	060290	Canlı bitkiler (kökleriyle birlikte), mantar miseli (soğan, yumru vb. hariç)	5.013	3,73	23	0,46
2	210690	Gıda müstahzarları (diğerleri)	4.272	3,18	95	2,22
3	040690	Peynir (taze peynir hariç; peynir altı suyu peyniri, lor, işlenmiş peynir, küflü peynir vb.)	4.264	3,17	3,2	0,08
4	180400	Kakao yağı, kakao yağı türevleri	3.607	2,68	45	1,25
5	060319	Taze kesme çiçekler ve tomurcuklar (bukete/ süslemeye uygun olanlar)	2.802	2,09	1,4	0,05
6	230990	Hayvan yemi müstahzarları (kedi-köpek maması hariç)	2.776	2,07	26	0,94
7	200410	Patates (sirke/ asetik asit hariç yöntemlerle hazırlanmış veya dondurulmuş)	2.705	2,01	0,5	0,02
8	120991	Sebze tohumları (ekim için)	2.377	1,77	89	3,74
9	020130	Sığır eti (taze veya soğutulmuş, kemiksiz)	2.370	1,76	0	0
10	190110	Bebek maması için gıda müstahzarları (perakende ambalajlı)	2.243	1,67	9,3	0,41

Kaynak: ITC Trademap

3. Tarım Sektöründe Türkiye ile Hollanda Arasındaki Dış Ticaret

3.1 Tarım Sektöründe Türkiye'nin Hollanda'ya İhracatı (Değer Bazında)

Tablo 5'e göre, Türkiye'nin Hollanda'ya ihracatı 2020-2024 döneminde genel olarak istikrarlı bir artış eğilimindedir. Toplam ihracat değeri 2020'de 648,9 milyon dolardan 2024'te 920,3 milyon dolara yükselerek önemli bir büyüme kaydetmiştir. Bu rakam, beş yıllık dönemde yaklaşık %42'lik bir artışa işaret etmekte ve iki ülke arasındaki ticaret hacminin güçlendiğini göstermektedir.

İhracatın yapısı incelendiğinde, Türkiye'nin Hollanda pazarına büyük ölçüde geleneksel tarım ve gıda ürünleri sattığı görülmektedir. İlk sıraları balık filetosu, kuru üzüm, fındık ve işlenmiş fındık ürünleri ile diğer gıda müstahzarları gibi tarımsal ürünler almaktadır. Özellikle taze/soğutulmuş balık filetosu (%8,7) ve kuru üzüm (%8,5), 2024 yılında toplam ihracatın en büyük kalemlerini oluşturmuştur. Ayrıca, levrek ve çipura gibi yetiştiricilik ürünü balıklar ile kesme karanfil gibi süs bitkileri de ihracat sepetinde dikkat çeken diğer önemli ürünlerdir.

Tablo 5. Değer Bazında Türkiye'nin Hollanda'ya İhracatı (2024)

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020 (Bin \$)	2021 (Bin \$)	2022 (Bin \$)	2023 (Bin \$)	2024 (Bin \$)	2024 Toplam İçindeki Pay (%)
1	030449	Taze veya soğutulmuş balık filetosu (diğerleri)	55.274	57.919	65.294	67.162	79.947	8,7
2	080620	Kuru üzüm	53.218	50.140	51.690	66.273	77.956	8,5
3	200819	Fındık ve diğer tohumlar, karışımlar (belirli işlemler hariç hazırlanmış/ korunmuş)	53.159	52.967	43.118	47.262	66.992	7,3
4	210690	Gıda müstahzarları (diğerleri)	27.459	26.513	26.183	38.481	36.730	4,0
5	030285	Taze veya soğutulmuş çipura balığı (Sparidae)	24.959	26.112	25.046	29.294	31.477	3,4
6	200979	Elma suyu (fermente edilmemiş, Brix >20, şeker ilaveli/ilavesiz)	16.272	27.398	21.470	18.186	31.116	3,4
7	030284	Taze veya soğutulmuş levrek balığı (Dicentrarchus spp.)	24.397	21.735	23.852	25.103	31.067	3,4
8	170250	Saf fruktoz (katı halde)	13.063	15.497	10.311	23.408	25.535	2,8
9	060312	Taze kesme karanfiller ve tomurcuklar (süslemeye uygun)	24.089	37.394	30.300	24.426	25.097	2,7
10	200911	Dondurulmuş portakal suyu (fermente edilmemiş, şeker ilaveli/ilavesiz)	417	291	1.094	1.861	24.511	2,7
	TOPLAM		648.901	701.729	707.616	786.302	920.303	100,0

Kaynak: ITC Trademap

3.2 Tarım Sektöründe Türkiye'nin Hollanda'ya İhracatı (Miktar Bazında)

Tablo 6'ya göre, 2020-2024 döneminde genel olarak, birçok temel üründe ihracat miktarı dalgalı bir seyir izlemekle birlikte, genel bağlamda Türkiye ile Hollanda arasında istikrarlı bir tedarik zinciri olduğu anlaşılmaktadır.

İhracatın yapısı, değer bazındaki tabloyla benzerlik göstermekte ve tarım-gıda sektörünün ağırlığını doğrulamaktadır. En fazla miktarda ihraç edilen ürünler sırasıyla kuru üzüm, saf fruktoz ve balık filetosudur. Özellikle kuru üzüm, 2023'te 36 bin ton ile son beş yılın zirvesini görse de 2024'te 26,8 bin tona gerilemiştir. Benzer bir düşüş, elma suyu ve kesme karanfil ihracatında da gözlemlenmektedir.

Buna karşılık, fındık ve işlenmiş tohum ürünleri, dondurulmuş portakal suyu ve levrek balığı gibi ürünlerde 2024 yılında miktar bazında önemli artışlar kaydedilmiştir. Dondurulmuş portakal suyu, 2023'te 735 ton iken 2024'te 5.558 tona fırlayarak en dikkat çekici büyümeyi göstermiştir. Birim fiyat

açısından yapılacak değerlendirmede, balık filetosunun yüksek birim değere sahip olduğu ve sebeple Türkiye için stratejik bir ihracat kalemi olduğu değerlendirilmektedir.

Tablo 6. Miktar Bazında Türkiye'nin Hollanda'ya İhracatı

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020 (Ton)	2021 (Ton)	2022 (Ton)	2023 (Ton)	2024 (Ton)
1	030449	Taze veya soğutulmuş balık filetosu (diğerleri)	5.963	5.543	6.107	6.633	7.352
2	080620	Kuru üzüm	27.435	26.334	29.917	36.190	26.839
3	200819	Fındık ve diğer tohumlar, karışımlar (belirli işlemler hariç hazırlanmış/ korunmuş)	7.711	8.323	7.947	7.751	9.347
4	210690	Gıda müstahzarları (diğerleri)	3.186	3.214	3.373	3.984	3.889
5	030285	Taze veya soğutulmuş çipura balığı (Sparidae)	5.818	6.162	5.423	6.147	5.349
6	200979	Elma suyu (fermente edilmemiş, Brix >20, şeker ilaveli/ilavesiz)	11.215	19.932	14.155	9.228	14.493
7	030284	Taze veya soğutulmuş levrek balığı (Dicentrarchus spp.)	5.118	4.037	3.987	4.175	5.355
8	170250	Saf fruktoz (katı halde)	19.039	22.932	14.440	16.099	19.508
9	060312	Taze kesme karanfiller ve tomurcuklar (süslemeye uygun)	7.276	10.572	9.730	7.439	6.530
10	200911	Dondurulmuş portakal suyu (fermente edilmemiş, şeker ilaveli/ilavesiz)	421	233	594	735	5.558

Kaynak: ITC Trademap

3.3 Tarım Sektöründe Türkiye'nin Hollanda'dan İthalatı (Değer Bazında)

Tablo 7'ye göre, Türkiye'nin Hollanda'dan yaptığı ithalat, 2020-2024 döneminde sürekli artış göstermiş ve toplam ithalat değeri 412 milyon dolardan 603 milyon dolara yükselmiştir. Bu rakam, beş yıllık dönemde yaklaşık %46'lık bir artışa işaret etmektedir. İthalatın büyük kısmını işlenmiş tarım ve gıda ürünleri oluşturmaktadır. 2024 yılı itibarıyla en yüksek ithalat kalemleri sırasıyla işlenmiş tütün ürünleri (%15,5), alkolsüz içecekler (%11,4) ve kakao tozu (%11,2) olmuştur. Özellikle alkolsüz içeceklerde 2022 yılında yaşanan ani sıçrama dikkat çekicidir.

İthalatın sektörel dağılımı incelendiğinde, Türkiye'nin Hollanda'dan ağırlıklı olarak yüksek katma değerli ve belirli bir işleme tabi tutulmuş gıda ürünleri aldığı görülmektedir. Tütün, kakao ürünleri (toz, yağ, ezme), işlenmiş gıda müstahzarları, kavrulmuş kahve ve hayvan yemi gibi ürünler bu duruma örnektir. Ayrıca, tarımsal üretimin temelini oluşturan tohumluk patates ve canlı bitkiler gibi ara girdiler de ithalatta önemli bir paya sahiptir.

Tablo 7. Değer Bazında Türkiye'nin Hollanda'dan İthalatı

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020 (Bin \$)	2021 (Bin \$)	2022 (Bin \$)	2023 (Bin \$)	2024 (Bin \$)	2024 Toplam İçindeki Pay (%)
1	240399	Sarma tütünü, enfiye ve diğer işlenmiş tütün ürünleri ile tütün ikameleri	53.588	62.393	62.574	64.668	93.740	15,5
2	220299	Alkolsüz içecekler (su, meyve-sebze suları, süt ve bira hariç)	1.953	1.753	103.564	78.203	68.898	11,4
3	180500	Kakao tozu (şeker veya tatlandırıcı içermeyen)	29.579	31.341	31.439	44.810	67.606	11,2
4	180400	Kakao yağı, kakao yağı türevleri	22.188	29.914	25.322	28.358	46.568	7,7
5	210690	Gıda müstahzarları (diğerleri)	143.781	162.475	45.158	43.987	43.710	7,2
6	090121	Kavrulmuş kahve (kafeinsiz hariç)	13.211	20.325	27.897	34.499	30.904	5,1
7	060290	Canlı bitkiler (kökleriyle birlikte), mantar miseli (soğan, yumru vb. hariç)	15.452	16.789	14.293	16.973	23.075	3,8
8	180310	Kakao ezmesi (yağı alınmamış)	808	2.067	1.082	1.740	17.814	3,0
9	070110	Tohumluk patates	10.171	7.480	8.405	18.220	17.324	2,9
10	230990	Hayvan yemi müstahzarları (kedi-köpek maması hariç)	6.995	7.484	7.996	16.639	17.206	2,9
	TOPLAM		412.193	458.723	467.867	530.382	602.905	100,0

Kaynak: ITC Trademap

3.4 Tarım Sektöründe Türkiye'nin Hollanda'dan İthalatı (Miktar Bazında)

Tablo 8'e göre, 2024 yılı itibarıyla en fazla miktarda ithal edilen ürünler sırasıyla tohumluk patates (20,7 bin ton), alkolsüz içecekler (17,1 ton) ve kakao tozu (16,1 bin ton) olmuştur. Alkolsüz içeceklerde 2022 yılında yaşanan ani sıçrama (26 bin ton) dikkat çekici olsa da 2024'te bu miktar 17,1 bin tona gerilemiştir.

İthalatın yapısı, Türkiye'nin Hollanda'dan temel olarak işlenmiş tütün, kakao ürünleri, tohumluk patates ve bitkisel üretim girdileri (canlı bitkiler) gibi tarıma dayalı sanayi ürünleri aldığını göstermektedir. "Gıda müstahzarları" ithalatının 2021'de 41,4 bin ton iken 2024'te 10,3 bin tona düşmesi önemli bir değişimdir. Buna karşılık, tohumluk patates ithalatının 2023'te 23,4 bin ton ile

zirve yapması ve 2024'te de 20,7 bin ton gibi yüksek bir seviyede kalması da diğer dikkate çekici gelişmelerdir.

Tablo 8. Miktar Bazında Türkiye'nin Hollanda'dan İthalatı

	Gümrük Tarife Kodu	Ürün Adı	2020 (Ton)	2021 (Ton)	2022 (Ton)	2023 (Ton)	2024 (Ton)
1	240399	Sarma tütünü, enfiye ve diğer işlenmiş tütün ürünleri ile tütün ikameleri	6.942	7.889	8.867	8.487	10.125
2	220299	Alkolsüz içecekler (su, meyve-sebze suları, süt ve bira hariç)	819	61	26.013	19.382	17.171
3	180500	Kakao tozu (şeker veya tatlandırıcı içermeyen)	12.070	10.977	11.102	13.768	16.166
4	180400	Kakao yağı, kakao yağı türevleri	3.850	6.094	5.867	5.117	3.000
5	210690	Gıda müstahzarları (diğerleri)	38.410	41.406	12.594	10.043	10.300
6	090121	Kavrulmuş kahve (kafeinsiz hariç)	1.400	2.135	2.427	2.489	2.386
7	060290	Canlı bitkiler (kökleriyle birlikte), mantar miseli (soğan, yumru vb. hariç)	5.551	4.698	3.792	4.240	5.205
8	180310	Kakao ezmesi (yağı alınmamış)	198	513	296	368	1.615
9	070110	Tohumluk patates	13.974	10.438	12.041	23.439	20.729
10	230990	Hayvan yemi müstahzarları (kedi-köpek maması hariç)	4.219	3.703	3.390	7.403	7.482

Kaynak: ITC Trademap

4. İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Hollanda, dünyanın en büyük tarım ve gıda ihracatçılarından biri olmasının yanı sıra, Avrupa'nın lojistik merkezi konumundadır. Bu meyanda tarım sektöründe faaliyet gösteren ihracatçılarımız için başlıca hedef bölgeler/şehirlerin aşağıdaki gibi olabileceği değerlendirilmektedir:

Güney Hollanda (Zuid-Holland) Eyaleti:

- **Rotterdam:** Dünyanın en büyük limanlarından birine sahiptir. Buraya gelen ürünler, iç piyasaya ve Avrupa'nın geri kalanına kolayca dağıtılmaktadır. Birçok büyük distribütör, soğuk hava deposu ve lojistik firmanın merkezi buradadır.
- **Westland:** "Glass City" (Cam Şehir) olarak bilinmektedir. Dünyanın en yoğun seracılık bölgesidir. Buradaki firmalar hem üretici hem de büyük distribütörlerdir. Taze meyve-sebze ihracatı için buradaki firmalarla temas kurmak çok değerlidir.

Kuzey Hollanda (Noord-Holland) Eyaleti:

- **Amsterdam:** Schiphol Havalimanı, Avrupa'nın en büyük kargo havalimanlarından birisidir. Değerli, hızlı bozulabilir tarım ürünleri için havayolu lojistiği kritiktir. Ayrıca birçok uluslararası ticaret firmasının merkezi Amsterdam'dadır.
- **Alkmaar / Hollanda Kuzeyi:** Geleneksel peynir üretimi ve ticaretiyle ünlüdür. Süt ürünleri ve peynir ihracatı için önemli bir bölgedir.

Limburg Eyaleti:

- **Venlo Bölgesi:** Hollanda'nın en büyük taze ürün dağıtım merkezi olan Greenport Venlo bu bölgede yer almakta olup, Greenport yüzlerce şirketin yer aldığı dev bir merkezdir. Özellikle taze meyve ve sebze için en önemli hedef noktalardan birisidir.

Gelderland Eyaleti:

- **Wageningen:** Wageningen, Hollanda'nın "Food Valley" olarak bilinen tarım ve gıda inovasyon merkezidir. Dünyaca ünlü Wageningen Üniversitesi & Research, tarım teknolojileri ve sürdürülebilir üretimde öncü çalışmalar yürütmektedir. Bölge; seracılık, bitki ıslahı, gıda güvenliği ve inovatif tarım girişimleri için stratejik bir ekosistem sunmaktadır.

4.2 Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Tarım sektörü kapsamındaki ticari mallar, ilave bir yükümlülük olmadıkça, genel kurallar çerçevesinde Hollanda'ya ithal edilebilmektedir. Hollanda'ya ürün ithal ederken, uyulması gereken belirli kurallar ve temin edilmesi gereken belgeler bulunmaktadır. Bu belgeler, ürünlerin menşesine, türüne ve taşımacılık yöntemine bağlı olarak değişiklik gösterebilir. Temelde gerekli prosedürlere aşağıda yer verilmektedir¹⁰:

Gümrük Belgeleri

AB dışındaki ülkelerden Hollanda'ya ürün ithal ederken, Hollanda Gümrük İdaresi'ne bir ithalat beyannamesi sunulması gerekmektedir. Bu beyanname genellikle bir nakliye firması veya gümrük temsilcisi tarafından yapılmaktadır. Beyannamenin bizzat ithalatçı tarafından yapılmak istenmesi durumunda [Dutch Customs National Helpdesk](#) (Yardım Masası)'ndan yardım alınabilmektedir.

Menşe Belgeleri

Ürünlerin menşesini belirlemek ve bazı durumlarda ithalat vergilerinden muafiyet veya indirim elde etmek için aşağıdaki belgeler kullanılabilir:

- **Menşe Sertifikası (Certificate of Origin):**¹¹ Ürünün hangi ülkede üretildiğini göstermektedir.
- **EUR.1 veya EUR-MED Sertifikası:**¹² AB'nin belirli ülkelerle yaptığı anlaşmalar çerçevesinde ithalat vergilerinde indirim veya muafiyet sağlamaktadır.
- **ATR Sertifikası:**¹³ Türkiye'den ithal edilen çoğu ürün için gümrük vergisi muafiyeti sağlamaktadır. Bu sertifika, Türk tedarikçi tarafından Türk gümrüğünden alınmalıdır.
- **Fatura Beyanı:**¹⁴ 6.000 €'yu aşmayan gönderiler için EUR.1 veya EUR-MED sertifikasının yerine kullanılabilir ve ithalat vergilerinde indirim veya muafiyet sağlamaktadır.

¹⁰ business.gov.nl

¹¹ <https://business.gov.nl/international/import/statement-on-origin/>

¹² <https://business.gov.nl/regulation/cvo-eur1-document/>

¹³ <https://www.kvk.nl/en/international/turkiye-duty-free-import-with-an-atr-certificate/>

¹⁴ <https://www.kvk.nl/en/international/invoice-declaration-for-imports/>

Taşıma Belgeleri

Ürünlerin Hollanda'ya taşınmasında kullanılan yöntemle bağlı olarak, aşağıdaki taşıma belgeleri gereklidir:¹⁵

- **Karayolu Taşımacılığı:** CMR (Karayolu Taşıma Belgesi) *Convention Relative au Contrat de Transport International de Marchandises par Route* (CMR)
- **Denizyolu Taşımacılığı:** Bill of Lading (Konşimento)
- **Havayolu Taşımacılığı:** Air Waybill-AWB (Hava Yolu Taşıma Senedi)
- **Demiryolu Taşımacılığı:** CIM veya ISV. Demiryolu Taşıma Belgesi (Convention Internationale concernant le Transport des Marchandises par Chemin de Fer (CIM) veya Internationale Spoor Vrachtbrief (ISV))

Bu belgeler, taşımacılık sürecinin sorunsuz ilerlemesi ve malların doğru bir şekilde teslim edilmesi için gereklidir.

İthalat Lisansları ve Diğer Belgeler¹⁶

Bazı ürünlerin ithalatı için ek belgeler veya ithalat lisansları gerekebilir. Hollanda Gümrüğü, ithalatın güvenlik, sağlık, ekonomi ve çevre düzenlemelerine uygun olup olmadığını kontrol etmektedir.

Masraflar

Belirli belgelerin temini ek maliyetler doğurabilir. Örneğin, ithalat lisansları, sertifikalar veya taşıma belgeleri için ücretler söz konusu olabilir. Bu nedenle, ithalat sürecine başlamadan önce tüm potansiyel masrafların göz önünde bulundurulması önemlidir. İthalat sürecinde gerekli belgelerin doğru ve eksiksiz bir şekilde hazırlanması, olası gecikmeleri ve cezaları önlemek adına kritik öneme sahiptir.

4.3 Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Hollanda, tarım ve gıda teknolojileri konusunda dünya lideri olduğu için buradaki fuarlar sektörün global buluşma noktalarıdır. Hollanda'ya ihracat yapmak veya iş birliği geliştirmek isteyen girişimciler için önemli başlıca fuarlar şunlardır:

- **GreenTech Amsterdam-** Sera Teknolojileri, Dikey Tarım, Sulama, İklimlendirme, Otomasyon.

Küresel sera teknolojisi endüstrisinin en büyük fuarıdır. Yenilikçi teknolojiler, tohumlar, sensörler, yapay zekâ çözümleri ve sürdürülebilir üretim için tedarikçileri bir araya getirmektedir. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.

Tarih / Yer: 10-12 June 2025 / RAI Amsterdam

¹⁵ <https://business.gov.nl/international/international-transport/transport-documents/>

¹⁶ <https://www.kvk.nl/en/international/import-restrictions-and-regulations/>

- **HortiContact** - Sera Ekipmanları, Bahçecilik, Fide-Fidan, Yetiştirme Teknolojileri
Hollanda'nın en büyük bahçecilik fuarlarından birisidir.
Tarih / Yer: 25-26 Şubat 2025 / Gorinchem
- **IFTF - International Flower Trade Fair** - Kesme Çiçek, Süs Bitkileri, Fide, Soğanlı Bitkiler
Kesme çiçek sektörünün en büyük uluslararası fuarıdır. Dünyanın dört bir yanından çiçek üreticileri ile Hollandalı toptancılar, ihracatçılar ve perakendecileri buluşturmaktadır. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.
Tarih / Yer: 4-6 Kasım 2025 / Expo Greater Amsterdam
- **Royal FloraHolland Trade Fair** - Kesme Çiçek, Süs Bitkileri, Fide, Soğanlı Bitkiler
Dünyanın en büyük çiçek mezar alanında düzenlenmektedir. Süs bitkileri ve çiçek sektöründe global buluşma noktasıdır. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.
Tarih / Yer: 4-6 Kasım 2025 / Aalsmeer
- **Food Technology Expo** - Gıda işleme, paketlenme, tarımsal gıda teknolojileri.
Hollanda'da gıda ve tarım sektöründe işleme, üretim, otomasyon ve dijitalleşme teknolojilerine odaklanan bir fuardır.
Tarih / Yer: 20-21 Mayıs 2026 / 'S Hertogenbosch
- **The Amsterdam Coffee Festival**- Kahve
Kahve sektörünün önde gelen markalarını, kahve ekipmanlarını ve yeni trendleri bir araya getiren uluslararası festivaldir. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.
Tarih / Yer: 3 – 4 Nisan 2025 / Amsterdam
- **World Bulk Wine Exhibition (WBWE) 2025 – Şarap**
Amsterdam, şarap sektöründe toplu/ham (bulk) şarap üreticileri, alıcılar, ambalaj ve lojistik hizmet sağlayıcılarını bir araya getiren uluslararası bir ticaret fuarıdır. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.
Tarih / Yer: 24-25 Kasım 2025 / Amsterdam
- **Seed Meets Technology** - Tohum
Hollanda'nın her yıl düzenlenen, tohumculuk sektörüne odaklı uluslararası bir etkinliktir. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.
Tarih / Yer: 23-25 Eylül 2025 / Zwaagdijk-Oost
- **Potato Europe - Patates**
Avrupa patates endüstrisine odaklanan ve her yıl farklı bir ev sahibi ülkede düzenlenen uluslararası ihtisas fuarıdır. 2025 yılında bireysel katılım kapsamında desteklenmektedir.

Tarih / Yer: 3-4 Eylül 2025 / Lelystad

4.4 Sektörde Standartlar

Hollanda pazarına giriş yapabilmek için uluslararası kalite, güvenlik ve sürdürülebilirlik standartlarına uyum kritik öneme sahiptir. Başlıca standartlara aşağıda yer verilmektedir:

Gıda Güvenliği ve Hijyen Standartları

Gıda Güvenliği ve Hijyen Standartları, ürünün insan sağlığına zararlı olmadığını, hijyenik koşullarda üretildiğini ve işlendiğini garanti altına almaktadır.

- **GlobalG.A.P. (Good Agricultural Practice):** İyi Tarım Uygulamaları için dünyada en çok tanınan sertifikadır. Tarladan paketlenmeye kadar tüm süreçleri kapsamaktadır. En yaygın olanı GlobalG.A.P. Integrated Farm Assurance (IFA)'dır.
- **BRCGS (British Retail Consortium Global Standards) & IFS (International Featured Standards):** GlobalG.A.P. daha çok çiftlik/üretim aşamasını kapsarken, BRCGS ve IFS, ürünün işlendiği, paketlenildiği veya mamul hale getirildiği tesislerdeki gıda güvenliği ve kalite yönetim sistemlerini denetlemektedir.
- **HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points):** Bir sertifikadan ziyade, gıda güvenliği tehlikelerini analiz edip kontrol altına alan bir yönetim sistemidir. BRCGS ve IFS sertifikalarının temeli oluşturmaktadır.

İyi Tarım ve Üretim Uygulamaları

- **Entegre Mücadele (Integrated Pest Management- IPM):** Zararlılarla mücadelede kimyasal ilaçları son çare olarak kullanan, biyolojik ve çevre dostu yöntemlere öncelik veren bir tarım sistemidir. Hollandalı tüketiciler ve perakendeciler, pestisit kalıntısı konusunda aşırı hassas olduğundan IPM'in efektif kullanılması standardın tutturulması için elzemdir.

Sürdürülebilirlik ve Çevresel Standartlar

Hollanda, sürdürülebilirliği ticari bir stratejinin ötesinde bir ulusal politika olarak benimsemiştir.

- **Organik Sertifikasyon (EU Organic / EKO Tarım):** İlgili AB yönetmeliğine uygun organik üretimi onaylayan sertifikadır.
- **MPS (Milieu Programma Sierteelt):** Özellikle süs bitkileri ve kesme çiçek sektörü için geliştirilmiş bir çevresel sürdürülebilirlik sertifikasıdır.
- **Sedex/SMETA**
Sosyal sorumluluk ve işçi hakları denetimleri, Hollanda ithalatçıları tarafından talep edilmektedir.

Kalite ve Sınıflandırma Standartları

Ürünün pazarda hangi kategoride ve fiyat seviyesinde yer alacağını belirlemekte kullanılmaktadır.

- **EU Marketing Standards (AB Pazarlama Standartları):** AB, belirli tarım ürünlerinin (taze meyve-sebze, yumurta, kümes hayvanları, vs.) pazara sunulabilmesi için asgari kalite, boyut, paketlenme ve etiketleme kuralları getirmiştir.

- **ISO 9001 (Kalite Yönetim Sistemi):** Üretim süreçlerinin sürekli iyileştirildiği ve standart bir kalite seviyesinde ürün üretildiğini gösteren bir yönetim standardıdır.

Bütün bu bilgilere ilaveten, ihracatçılarımızın konuya dair en doğru ve güncel bilgiye ulaşabilmesi için Netherlands Food and Consumer Product Safety Authority (NVWA)'nın resmî web sitesini¹⁷ incelemeleri elzemdir.

4.5 Sektörde Etiketleme

Hollanda, AB'nin etiketleme ve ambalajlama ile ilgili düzenlemelerini titizlikle uygulamakta olup, bu düzenlemeler, ürünlerin güvenliğini, izlenebilirliğini ve tüketiciye doğru bilgi sunumunu sağlamayı amaçlamaktadır. Özellikle gıda ürünleri için bu kurallar çok daha katı bir şekilde uygulanmaktadır. Bu sebeple, AB'nin etiketleme mevzuatına uymayan ürünlerin pazarlanması yasaktır.

Bu alandaki en temel kuralları içeren düzenleme, 1169/2011 Sayılı AB Gıda Bilgileri Direktifidir. Bu Direktif, tüketicilere sunulan gıdaların etiketlenmesi, sunumu ve reklamı ile ilgili genel kuralları belirlemektedir.

Genel itibarıyla tarımsal üretim sonucu elde edilen mamul ürünün etiketinde asgari şu bilgiler bulunmalıdır:

Tarım ürünlerinin etiketlerinde bulunması gereken temel bilgiler şunlardır:

- Ürün Adı ve Tanımı
- Üretici Bilgileri
- Ürün Bileşimi
- Net Miktar
- Son Tüketim Tarihi veya Tüketim Süresi
- Saklama Koşulları
- Köken Bilgisi
- Besin Değeri Bilgileri
- İşletme Kayıt Numarası / İthalatçı Bilgisi
- Lot/Batch Numarası

Tüketiciye yönelik tüm zorunlu bilgiler Hollandaca olmalıdır. İngilizce veya Almanca ek bilgiler konulabilir, ancak zorunlu bilgilerin Hollandaca karşılığı mutlaka bulunmalıdır.

Ayrıca Hollanda perakende sektöründe etiketlemeye ilişkin cari olan belirli ilave uygulamalar bulunmaktadır. Örneğin, Bio (Organik), Fairtrade (Adil Ticaret) gibi sertifika logoları, ürünün değerini ve satış potansiyelini önemli ölçüde artırmakta ve tüketici nezdinde güven oluşturmaktadır. İlave olarak, hayvansal ürünlerde, hayvan refahı seviyesini gösteren "Beter Leven" Yıldız logosu ve Bazı Hollandalı süpermarket zincirleri tarafından uygulanan özellikle avokado, mango, kavun gibi meyvelerde olgunluk durumunu gösteren "Check je fruit!" (Meyveni Kontrol Et!) isimli olgunluk etiketleri, tüketici dostu uygulamalardır. Güncel bilgi için NVWA'nın resmi web sitesi¹⁸ incelenebilir.

¹⁷ <https://www.nvwa.nl/>

¹⁸ <https://www.nvwa.nl/>

4.6 Sektörde Ambalajlama

Hollanda'ya tarım ürünleri ihraç ederken dikkat edilmesi gereken başlıca ambalajlama standartlarına aşağıda yer verilmektedir:

- Tüm ambalajlar, AB'nin 94/62/EC sayılı Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Direktifi'ne uygun olmalıdır. Bu direktif, ambalajların:
 - Asgari ağırlık ve hacme sahip olması
 - Zararlı madde içeriğinin sınırlandırılmasını
 - Yeniden kullanım, geri dönüşüm veya geri kazanım imkânı olması gibi gereklilikleri içermektedir.
- **Ürün Güvenliği:** Ambalaj, içeriğini kirliletmemeli ve ürünün bozulmasına neden olmamalıdır. Gıda ile temas eden ambalajlar, ilgili yönetmelikler gereğince güvenlik testlerinden geçmiş olmalıdır.
- **Tüketici Güvenliği:** Ambalaj, özellikle çocuklar için tehlike yaratmamalıdır (örn.: kolay açılmayan kapaklar).
- **Gıda güvenliği ve hijyen:** Ambalaj, ürünün kontaminasyona uğramamasını sağlamalıdır. AB gıda güvenliği yönetmeliklerine uygun olmalıdır.
- **Dayanıklılık ve taşıma güvenliği:** Lojistik sırasında ürünlerin ezilmemesi veya bozulmaması için yeterli mukavemet sağlanmalıdır.
- **Boyut ve etiketleme standartları:** Etiketlerde ürünün kökeni, tarih bilgisi ve saklama koşulları net şekilde yer almalıdır.
- **Sürdürülebilirlik:** Hollanda, çevre dostu ambalaj çözümlerini teşvik etmektedir. Buna yönelik olarak özellikle likit ürünleri içeren ambalajların belirli özellikleri haiz olması halinde, geri dönüştürülmesi mümkün olmakta ve tüketiciye ilgili ambalajı geri dönüştürmesi durumunda mali bir karşılık verilmektedir.

Hollanda'da ayrıca genişletilmiş üretici sorumluluğu ve kayıt zorunluluğu gibi uygulamalar söz konusudur. Buna göre; "Kirliten öder" prensibi çerçevesinde ambalajın piyasaya girişine sebep olan firma, bu ambalajın toplanması, geri dönüştürülmesi ve bertarafının mali sorumluluğunu taşımak zorundadır. Bu çerçevede, Hollanda'da ambalajlı ürün satan tüm şirketler (yabancı ihracatçılar dahil), Hollanda Ambalaj Atığı Fonu'na (Stichting Afvalfonds Verpakkingen) kayıt olmalı ve ambalaj miktarlarını bildirerek buna uygun bir geri dönüşüm katkı payı (verwijderingsbijdrage) ödemelidir.

Buna ilave olarak, Hollanda'da belediyeler, işletmelere ambalaj atıklarının toplanması ve işlenmesi için bir vergi uygulayabilir. Bu vergi genellikle iş yerinin bulunduğu konuma bağlıdır.

4.7 Lojistik

Hollanda'nın lojistik ve dağıtım ağı, inovasyon ekosistemi ve Avrupa'nın en büyük pazarlarına yakınlığı Hollanda'yı çok kritik bir lojistik merkez haline getirmektedir. Bu yönüyle Hollanda, uluslararası ticarete ve Avrupa Birliği içerisindeki ticarete etkin konuma sahip bir ülke olması nedeniyle gerek lojistik bağlantılar gerek dağıtım kanallarına nüfuz bakımından önemli bir role

sahiptir. Bu kapsamda, Hollanda’da ve AB genelinde dağıtım kanalları mevcuttur. Dağıtım kanalları uluslararası ticaretteki yoğunluğunu Hollanda ve Avrupa içi ticarete de göstermektedir.

Hollanda’nın Amsterdam ve Rotterdam limanlarından Avrupa’nın %95’ine 24 saat içerisinde ulaşım mümkündür. Hollanda üzerinden 500 kilometrelik bir çevrede 170 milyon, 1.000 kilometrelik bir çevrede ise 245 milyon tüketiciye ulaşılabilir. Coğrafi bakımdan küçük sayılabilecek Hollanda’da Amsterdam Schiphol ve 4 diğer yerel havalimanı ve Rotterdam, Amsterdam ve Kuzey denizi olmak üzere 3 adet derin su limanı bulunmaktadır. Ülke geneli yüksek kalitede kara ve demir yolları ile örülüdür.

Nakliye süreleri, taşıma moduna, mesafeye ve güzergaha bağlı olarak değişmektedir. Referans noktası olarak Türkiye’den Hollanda’ya yapılan taşımalar esas alınır, taşımacılıkta geçen ortalama süreler açık kaynaklardan derlenen bilgilere göre aşağıdaki şekilde ele alınabilir.

Karayolu Taşımacılığı

Türkiye-Hollanda arasında en çok tercih edilen taşıma modudur. Ortalama 4-7 gün sürmektedir.

Güzergâh: Türkiye’den (İstanbul, İzmir, Bursa gibi şehirler) çıkan TIR’lar, Bulgaristan, Sırbistan, Macaristan, Avusturya ve Almanya üzerinden Hollanda’ya ulaşmaktadır.

Hollanda’nın özellikle karayolu açısından Avrupa için de önemli bir lojistik merkezi olması hasebiyle;

- Hollanda – Almanya arası A1, A12, A16 otoyolları;
- Hollanda – Belçika arası A16, A27 otoyolları;
- Hollanda – Fransa arası A16 ve A2 otoyolları

oldukça yoğun bir şekilde karayolu taşımacılığında kullanılmaktadır.

Denizyolu Taşımacılığı

Büyük hacimli ve ağır yükler için karayoluna göre daha uygun ve maliyet açısından daha ekonomiktir. Ortalama 7-14 gün sürmektedir.

Güzergâh: Türkiye’nin büyük limanları (İstanbul Ambarlı, İzmir, Mersin) ile genelde Hollanda’nın Rotterdam Limanı arasında seferler yapılmaktadır.

Havayolu Taşımacılığı

Yüksek değerli ürünler, elektronik eşyalar, tıbbi malzemeler, moda ürünlerinin taşımacılığında daha çok tercih edilmektedir. Taşımacılık süresi, 1-3 gün arasında değişmektedir.

Güzergâh: İstanbul Havalimanı veya Sabiha Gökçen’den Amsterdam Schiphol Havaalanı’na direkt uçuşlar mevcuttur.

Demiryolu Taşımacılığı

Otomotiv, kimyasal ürünler, dökme yüklerin taşımacılığında tercih edilmektedir. Taşımacılık süresi 10-15 gün arasında değişmektedir.

Güzergâh: Türkiye'den (Halkalı, Köseköy gibi terminaller) başlayan demiryolu taşımacılığı, Kapıkule, Bulgaristan, Romanya, Macaristan, Avusturya, Almanya ağı üzerinden Hollanda'ya ulaşmaktadır.

4.8 Dağıtım Kanalları

Hollanda'nın dış ticaretinde kullanılan başlıca dağıtım kanalları aşağıda yer almaktadır:

Limanlar ve Denizyolu Dağıtım Kanalları

- **Rotterdam Limanı:** Avrupa'nın en büyük limanı ve dünyanın en işlek limanlarından biridir. Asya, Amerika, Afrika ve diğer Avrupa ülkelerine açılan bir kapıdır. Konteyner taşımacılığı, dökme yükler ve sıvı yükler (petrol, kimyasallar) için oldukça idealdir. Hollanda'nın ihracat ve ithalatının büyük bir kısmı Rotterdam Limanı üzerinden gerçekleşmektedir.
- **Amsterdam Limanı:** Rotterdam kadar büyük olmasa da özellikle kısa mesafeli denizyolu taşımacılığı ve iç su yolu bağlantıları için önemli bir limandır. Daha çok tarım ürünleri, kimyasallar ve genel kargo taşımacılığında kullanılmaktadır.

Havayolu Dağıtım Kanalları

- **Schiphol Havaalanı:** Avrupa'nın en işlek hava kargo merkezlerinden birisidir. Dünya genelindeki büyük şehirlere direkt uçuşlar sunmaktadır. Yüksek değerli ürünler (elektronik, tıbbi malzemeler, moda ürünleri) genellikle bu kanal üzerinden taşınmaktadır.

Karayolu Dağıtım Kanalları

- **Avrupa Karayolu Ağı:** Bu ağ marifetiyle, Hollanda, Almanya (A1, A12, A16 otoyolları), Belçika (A16, A27 otoyolları), Fransa (A16 ve A2 otoyolları) ve diğer Avrupa ülkelerine kolay erişim sağlanmaktadır. Karayollarında TIR taşımacılığı yaygın olup Hollanda ticareti özelinde en fazla kullanılan dağıtım kanalıdır.

Demiryolu Dağıtım Kanalları

- **Avrupa Demiryolu Ağı:** Rotterdam ve Amsterdam'dan başlayan demiryolu hatları, Almanya, Belçika, Fransa, İtalya ve Doğu Avrupa'ya uzanmaktadır. Özellikle ağır yüklerin (kimyasallar, otomotiv, demir-çelik) taşımacılığında tercih edilmektedir.

İç Suyolu Dağıtım Kanalları

- **Ren Nehri ve Diğer Suyolları:** Ren Nehri, Hollanda'yı Almanya ve İsviçre'ye bağlamaktadır. İç su yolu taşımacılığı, daha çok ağır yükler ve dökme yüklerin taşımacılığında tercih edilmektedir.

4.9 Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat

4.9.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Hollanda, Avrupa'nın en gelişmiş e-ticaret pazarlarından birine sahiptir. Yüksek internet penetrasyon oranı, dijital altyapısı ve tüketicilerin online alışverişe olan ilgisi, Hollanda'yı e-ticaret için cazip bir

pazar haline getirmiştir. Hollanda'da hem yerel hem de uluslararası e-ticaret platformları yaygın olarak kullanılmaktadır. Hollanda e-ticaret pazarında öne çıkan pazar yerleri şu şekilde sıralanabilir:

- Bol.com: Hollanda'nın en büyük ve en popüler e-ticaret platformudur. Amazon benzeri bir yapıya sahiptir. Kitap, elektronik, ev eşyaları, giyim, oyuncak, spor malzemeleri ve birçok kategoride hizmet sağlamaktadır.
- Coolblue: Hollanda'nın önde gelen elektronik ve beyaz eşya perakendecisidir. Elektronik, ev aletleri, küçük ev aletleri, bilgisayarlar ve aksesuarların bulunabileceği bir platformdur.
- Wehkamp: Hollanda'nın köklü online alışveriş platformlarından birisidir. Giyim, ev tekstili, mobilya, elektronik ve kozmetik ürünlerinin bulunabileceği bir platformdur.
- Marktplaats: Hollanda'nın en büyük ikinci el ve yeni ürün pazar yeridir. İkinci el ürünlerden emlak ve araçlara kadar çok geniş bir yelpazeye sahiptir.
- Amazon.nl: Amazon'un Hollanda pazarına özel websitesidir. Elektronik, kitap, giyim, ev eşyaları ve çok daha fazlasını sunan bir platformdur.
- eBay.nl: Hollanda'da faaliyet gösteren eBay'in yerel sitesidir. İkinci el ürünler ve yeni ürünlerin piyasaya sunulduğu bir online alışveriş sitesidir.
- Zalando: Avrupa'nın önde gelen moda ve giyim e-ticaret platformu. Giyim, ayakkabı, aksesuar ürünlerinin bulunabileceği bir platformdur.

4.9.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.

2025 yılında Hollanda'da resmî tatiller:

- 1 Ocak 2025: Yılbaşı
- 18 Nisan 2025: İyi Cuma
- 20 Nisan-21 Nisan 2025: Paskalya
- 26 Nisan 2025: Kral Günü
- 5 Mayıs 2025: Kurtuluş Günü
- 29 Mayıs 2025: Yükseliş Günü
- 8 Haziran-9 Haziran 2025: Dini Bayram
- 25-26 Aralık 2025: Noel

Dikkate değer diğer bazı özel günler:

- 30 Mart 2025: Yaz saati uygulaması başlangıcı
- 1 Mayıs 2025: İşçi Bayramı
- 4 Mayıs 2025: Ulusal Anma Günü
- 11 Mayıs 2025: Anneler Günü
- 15 Haziran 2025: Babalar Günü
- 16 Eylül 2025: Bütçenin Açıklandığı Gün
- 26 Ekim 2025: Yaz saati uygulaması bitişi
- 5 Aralık 2025: Sinterklaas

4.9.3 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Hollanda'nın Avrupa Birliği (AB) üyesi olması nedeniyle, AB üyesi ülkelerle yapılan ticarette gümrük vergisi uygulanmamaktadır. AB içi ticarette KDV, malın teslim edildiği ülkenin oranlarına tabidir. Hollanda'da standart KDV oranı %21'dir (indirimli oranlar %9 ve %0 olarak uygulanabilir).

AB dışından yapılan ithalatlarda, ürünün türüne ve menşe ülkesine bağlı olarak gümrük vergisi uygulanmaktadır. AB dışından yapılan ithalatlarda, gümrük vergisine ek olarak %21 KDV uygulanmaktadır.

Hollanda, 150 Avro altındaki gönderiler için gümrük vergisini kaldırmıştır. Fakat 150 Avro altındaki gönderilerde KDV uygulanmaktadır.¹⁹

4.9.4 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Hollanda'da e-ticaret, hem Avrupa Birliği (AB) mevzuatı hem de ulusal düzenlemeler çerçevesinde regüle edilmektedir. Bu düzenlemeler, tüketici haklarını korumak, adil rekabeti sağlamak, vergilendirmeyi düzenlemek ve veri güvenliğini garanti altına almak amacıyla oluşturulmuştur. Hollanda'da e-ticarete yönelik başlıca düzenlemeler şu şekildedir:

Tüketici Hakları ve Sözleşmeler

Uzaktan Satış Sözleşmeleri: AB'nin Tüketici Hakları Direktifi (2011/83/EU)²⁰ kapsamında, e-ticaret işletmeleri, tüketicilere 14 gün içinde cayma hakkı sunmalıdır. Bu süre içinde tüketiciler, herhangi bir gerekçe göstermeden ürünü iade edebilir ve ödedikleri ücreti geri alabilir. Bunun yanında işletmeler, ürünlerle ilgili açık ve anlaşılır bilgiler (fiyat, teslimat süresi, ödeme yöntemleri vb.) sağlamalıdır. Ayrıca, tüketicilere sipariş onayı ve teslimat bilgisi gönderilmelidir.

Gizlilik ve Veri Koruma

GDPR (Genel Veri Koruma Tüzüğü): AB'nin GDPR (2016/679) ²¹düzenlemesi, Hollanda'da da geçerlidir. E-ticaret işletmeleri, kullanıcıların kişisel verilerini toplarken ve işlerken belirli kurallara uymalıdır.

Ürün Güvenliği ve Uygunluk

CE İşareti: AB pazarına sunulan ürünler, ilgili direktiflere uygun olmalı ve CE işareti taşımalıdır. Bu işaret, ürünün güvenli ve AB standartlarına uygun olduğunu göstermektedir.

Ürün Sorumluluğu: İşletmeler, satılan ürünlerin güvenli olmasından sorumludur. Kusurlu ürünlerden kaynaklanan zararlar için tüketicilere tazminat ödenmelidir.

¹⁹ [Düşük Değerli Gönderiler İçin Gümrük Vergisi Muafiyeti, https://www.belastingdienst.nl/bibliotheek/handboeken/html/boeken/HDU/2_het_in_het_vrije_verkeer_brengen.html](https://www.belastingdienst.nl/bibliotheek/handboeken/html/boeken/HDU/2_het_in_het_vrije_verkeer_brengen.html)

²⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/ALL/?uri=celex:32011L0083>

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02016R0679-20160504>

Ödeme Sistemleri ve Güvenlik

Ödeme Hizmetleri Direktifi (PSD2): AB'nin PSD2 düzenlemesi²², ödeme işlemlerinde güvenliği artırmak için iki aşamalı kimlik doğrulama zorunluluğu getirmiştir. E-ticaret işletmeleri, ödeme sistemlerini bu gerekliliklere uygun hale getirmelidir.

Çevrimiçi Platformlar ve Aracı Hizmet Sağlayıcılar

Dijital Hizmetler Yasası (DSA): AB'nin Dijital Hizmetler Yasası²³, çevrimiçi platformların şeffaflık ve hesap verebilirlik yükümlülüklerini artırmıştır. Bu yasa, özellikle büyük e-ticaret platformları için geçerlidir. Bu yasa çerçevesinde, e-ticaret platformları, üçüncü taraf satıcıların faaliyetlerinden sorumlu olabilir. Bu nedenle, platformlar, satıcıların yasalara uygun hareket ettiğinden emin olmalıdır.

4.9.5 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Hollanda, Avrupa'nın lojistik ve dağıtım merkezlerinden biri olarak kabul edildiğinden hızlı kargo ve sipariş karşılama (fulfillment) hizmetleri sunan birçok yerel ve uluslararası firma bulunmaktadır. Bu firmalar, e-ticaret işletmelerine depolama, paketleme, kargolama ve müşteri hizmetleri gibi çözümler sunmaktadır. Hollanda'da bu alanda hizmet veren önde gelen firmalar şu şekilde sıralanabilir:

PostNL:²⁴ Hollanda'nın ulusal posta ve kargo hizmeti sağlayıcısıdır. E-ticaret işletmelerine yönelik fulfillment hizmetleri, hızlı kargo seçenekleri ve uluslararası gönderim imkanları sunmaktadır.

DHL:²⁵ Uluslararası kargo ve fulfillment hizmetleri sunmaktadır. Hollanda'da e-ticaret işletmeleri için depolama, paketleme ve hızlı teslimat çözümleri sağlamaktadır.

UPS Netherlands:²⁶ Hollanda'da e-ticaret işletmelerine yönelik fulfillment ve lojistik hizmetleri sunmaktadır. Depolama, envanter yönetimi ve hızlı kargo seçenekleri mevcuttur.

FedEx Netherlands:²⁷ Hollanda'da e-ticaret işletmeleri için fulfillment ve hızlı kargo hizmetleri sunmaktadır. Express kargo ve uluslararası gönderim imkanları vardır.

Bol.com Fulfillment:²⁸ Bol.com, Hollanda'nın en büyük e-ticaret platformlarından biridir ve kendi fulfillment hizmetini sunmaktadır. İşletmeler, ürünlerini Bol.com'un depolarında depolayabilmekte ve platform üzerinden satış yapabilmektedir.

4.9.6 Tanıtım ve Pazarlama

Hollanda, e-ticarete tanıtım ve pazarlama konusunda oldukça gelişmiş bir ülkedir. Hollanda'da e-ticarete tanıtım ve pazarlama yapma yöntemleri dört ana başlıkta değerlendirilebilir:

²² <https://www.dnb.nl/innovatie-in-betalen-en-bankieren/veilig-betalen-en-innoveren-in-het-tijdperk-van-ai/wat-u-moet-weten-over-psd2/>

²³ https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act_en

²⁴ www.postnl.nl

²⁵ www.dhl.nl

²⁶ www.ups.com/nl

²⁷ www.fedex.com/nl

²⁸ <https://partnerplatform.bol.com/nl/diensten/logistiek-via-bol-com/>

Dijital Pazarlama: Özellikle Google Ads başta olmak üzere dijital pazarlama, Hollanda'da oldukça etkilidir. İşletmelere dijital pazarlama vesilesiyle yerel anahtar kelimelerle reklam kampanyaları oluşturarak, hedef kitleye ulaşmaktadır.

Sosyal Medya Pazarlaması: Hollanda'da influencer pazarlaması oldukça popülerdir. Özellikle Instagram ve YouTube'da yerel influencer'lar ile iş birliği yapmak, markaların geniş bir kitleye tanıtmanın etkili bir yolu olarak kabul edilmiştir. Ayrıca, işletmelerin sosyal medya hesaplarının etkin kullanımı, düzenli olarak içerik paylaşmak, etkileşimi artırmak ve müşterilerle iletişim kurmak, işletmelerin çokça tercih ettiği yöntemlerdendir.

Çevrimiçi Pazar Yerleri: Yeni ürünler için Bol.com ve amazon; ikinci el ürünler için Marktplaats'ın kullanımı, işletmelerin ve bireysel tüketicilerin bir araya gelmesini sağlamaktadır.

Yerel Etkinlikler ve Fuarlar: Hollanda, ülkede yapılan fuarların etkinliği itibariyle, özellikle Amsterdam RAI'nin etkisiyle, tam anlamıyla bir fuar ülkesidir. Hollanda'da düzenlenen ticaret fuarları ve etkinliklere katılmak birçok işletme için pazarlama açısından vazgeçilmez bir fırsat olarak görülmekte olup aynı fuara yıllarca katılan birçok marka ve işletme ile karşılaşmak mümkündür.

4.10 Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Hollanda tarım sektöründe tüketici ve alıcı tercihleri son yıllarda büyük bir değişim göstermektedir. Hollandalı tüketiciler artık yalnızca fiyat ve kaliteye değil, aynı zamanda ürünlerin çevresel etkilerine, üretim koşullarına ve izlenebilirliğine de dikkat etmektedir. Organik ürünlere olan talep istikrarlı şekilde artarken, özellikle yumurta, kahve, çay ve taze meyve-sebze gibi kategorilerde organik etiketli ürünler öne çıkmaktadır.

Bunun yanında bitkisel temelli (plant-based) alternatifler, tamamen etten vazgeçmeyen ancak tüketimini azaltmak isteyen “flexitarian” tüketiciler arasında hızla yayılmaktadır. Bu eğilim hem perakende zincirlerinde hem de Horeca (otel, restoran, kafe) sektöründe yeni fırsatlar yaratmaktadır.

Hollanda pazarı oldukça fiyat duyarlı bir yapıya sahiptir ve tüketicilerin önemli bir kısmı özel markalara (private label) yönelmektedir. Büyük perakende zincirleri olan Albert Heijn ve Jumbo, güçlü private label stratejileriyle pazara yön vermektedir. Bu durum, ihracatçıların kendi markalarıyla pazara girişte zorluk yaşamaları ihtimalini artırsa da private label üretim yoluyla pazara girme olasılığını da güçlendirmektedir.

Öte yandan, yüksek gelir grubundaki tüketiciler, çevre dostu, etik sertifikalı ve sürdürülebilir ürünlere daha fazla ödeme yapmaya razıdır. Bu nedenle ihracatçılar hem fiyat/kalite dengesi gözetken hem de premium segmenti hedefleyen farklı stratejiler geliştirmek zorundadır.

Alışveriş kanalları açısından bakıldığında, fiziksel süpermarketler hâlâ baskın olsa da online alışveriş ve hızlı teslimat hizmetleri giderek yaygınlaşmaktadır. Özellikle pandemi sonrası dönemde tüketiciler, gıdaya hızlı erişim ve pratik çözümleri daha fazla talep etmektedir. Bu durum, ambalajlama ve lojistikte inovatif çözümler geliştirmeyi zorunlu kılmaktadır. Ayrıca Hollanda tüketicileri, ambalajlarda çevre dostu malzeme kullanımına ve minimum atık üretimine büyük önem vermektedir. Dolayısıyla geri dönüştürülebilir veya biyobozunur ambalajlarla pazara giriş, ürünün raflarda tercih edilme olasılığını artıracaktır.

Hollandalı alıcılar ve perakendeciler, ürünlerde istikrarlı kalite ve düzenli tedarik sürekliliğini öncelikli kriter olarak görmektedir. Soğuk zincir lojistiği, tazelik ve izlenebilirlik belgeleri özellikle meyve-sebze ihracatında olmazsa olmazdır. Bunun yanında GlobalG.A.P., EU Organic, BRC veya IFS gibi uluslararası sertifikasyonlara sahip olmak, Hollanda pazarında güvenilirlik kazanmak için kritik önem taşımaktadır. Sertifikalar yalnızca yasal uyumu sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda tüketici nezdinde ürünün güvenilirliğini artırmaktadır. Bu nedenle ihracatçıların üretim ve ambalajlama süreçlerini bu standartlara uygun hale getirmeleri büyük bir avantaj sağlayacaktır.

Sonuç olarak, Hollanda tarım sektöründe tüketici ve alıcı tercihleri; sürdürülebilirlik, organik ve bitkisel ürünlere yönelim, özel markaların artan ağırlığı, pratik ve çevre dostu çözümler ile şekillenmektedir. İhracatçıların pazara girişte bu trendleri yakından takip etmesi, ürünlerini doğru segmentlere göre konumlandırması ve gerekli sertifikasyonları sağlaması başarı şansını büyük ölçüde artıracaktır.

4.11 Sektörde Vergiler

Hollanda tarım sektörüne yönelik vergi yapısı büyük ölçüde AB mevzuatına dayanmakta ve üçüncü ülkelerden yapılan ithalatlarda ortak gümrük tarifesi uygulanmaktadır. Bu kapsamda tarım ürünleri için gümrük vergisi oranları ürünün cinsine, işlenmiş olup olmamasına ve menşesine göre değişiklik göstermektedir. Bazı tarım ürünlerinde gümrük vergisi oldukça düşükken, AB'nin korunmak istediği ürün gruplarında daha yüksek oranlar uygulanabilmektedir. Ayrıca bazı ürünlerde tarife kotaları geçerli olup, belirli miktarlara kadar düşük vergi, kotayı aşan ithalatlarda ise yüksek vergi oranları devreye girmektedir.

Hollanda'da Katma Değer Vergisi (BTW) tarım ürünleri için önemli bir yükümlülük alanıdır. Gıda ürünlerinde genellikle düşük KDV oranı uygulanmaktadır. 2025 itibarıyla Hollanda'da temel gıda ürünlerinde KDV oranı %9'dur, diğer ürünlerde ise standart oran %21'dir.²⁹ Bu uygulama, tüketicilerin gıdaya erişimini kolaylaştırmayı ve tarım sektöründe tüketimi teşvik etmeyi amaçlamaktadır. İhracatçıları açısından bu durum, ürünün türüne göre fiyatlandırmada stratejik bir avantaj veya dezavantaj yaratabilmektedir.

Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) Hollanda'da genel tarım ürünlerine doğrudan uygulanmamaktadır. Ancak alkol, tütün veya şekerli içecekler gibi belirli ürün grupları bu kapsama girmektedir. Örneğin meyve suyu konsantrelerinde kullanılan şeker oranı yüksekse, sağlığa olumsuz etkileri nedeniyle ek vergiler söz konusu olabilmektedir. Ayrıca, çevreyi etkileyen ambalaj türlerinde de dolaylı vergi yükleri doğabilmektedir. Bu nedenle tarım ürünleri ihracatçıları ürün içerikleri ve ambalajlama biçimlerini belirlerken bu vergi uygulamalarını dikkate almak zorundadır.

AB ve dolayısıyla Hollanda, haksız rekabeti önlemek amacıyla anti-damping vergileri de uygulamaktadır. Eğer bir ülkenin tarım ürünü AB pazarına maliyetinin altında fiyatla giriyorsa veya devlet desteğiyle fiyat avantajı yaratılıyorsa, Avrupa Komisyonu tarafından anti-damping vergisi konulabilmektedir. Bu durum, özellikle sebze-meyve, pirinç, bal ve bazı işlenmiş gıda ürünlerinde zaman zaman gündeme gelmektedir. Türk ihracatçıları için bu risk, ihracat fiyatlandırmasının dikkatle yapılmasını zorunlu kılmaktadır.

²⁹ <https://business.gov.nl/regulation/vat-rates-exemptions/>

Son olarak, tarım ürünleri ticaretinde ilave gümrük vergileri ve koruma önlemleri de gündeme gelebilir. AB, kendi üreticilerini korumak amacıyla bazı dönemlerde geçici vergiler veya ithalat kısıtlamaları getirebilmektedir. Hollanda da bu önlemleri uygulamakla yükümlüdür. Bunun yanında çevresel sürdürülebilirlik ve karbon ayak izi gibi faktörler giderek daha fazla vergisel düzenlemelere konu olmaktadır. Yakın gelecekte karbon vergileri ve çevre odaklı ilave maliyetlerin tarım ürünleri ticaretinde daha önemli hale gelmesi beklenmektedir. Bu nedenle ihracatçıların sadece bugünkü vergilere değil, gelecekteki düzenlemelere de hazırlıklı olması kritik öneme sahiptir.

4.12 Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Hollanda, Avrupa Birliği'nin açık ticaret politikasını benimsemiş olmasına rağmen, tarım sektöründe tarife dışı engeller önemli bir rol oynamaktadır. Bu engellerin başında, AB'nin katı gıda güvenliği ve bitki sağlığı mevzuatı gelmektedir. Türkiye'den ihraç edilen taze meyve ve sebzeler, Hollanda gümrüklerinde sıkı kontrollere tabi tutulmaktadır. Pestisit kalıntı limitleri (MRL), mikotoksin seviyeleri ve zararlı organizma riski gibi teknik kriterler, uyum sağlanması gereken kritik bariyerlerdir. Özellikle AB'nin hızla değişen pestisit düzenlemeleri ve "çiftlikten çatala" stratejisi kapsamında daha da sıkılaştıran kurallar, ihracatçılar için sürekli bir uyum yükümlülüğü getirmektedir.

Bir diğer önemli engel, sürdürülebilirlik ve çevreyle ilgili özel şartlardır. Hollandalı büyük perakendeci ve distribütörler, genellikle yasal zorunlulukların ötesinde kendi özel standartlarını getirmektedir. GlobalG.A.P. gibi zorunlu sertifikalara ek olarak, su yönetimi, karbon ayak izi, biyolojik çeşitlilik ve işçi haklarını sorgulayan gönüllü sertifikasyon sistemleri (örneğin, SIZO, On the Way to PlanetProof) talep edilebilir. Ayrıca, plastik kullanımını sınırlayan ve geri dönüştürülebilir ambalaj zorunluluğu gibi çevresel politikalar, maliyeti artıran ve tedarik zincirini zorlaştıran unsurlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son olarak, pazar yapısından kaynaklanan ticari engeller de bulunmaktadır. Hollanda pazarı, son derece konsolide olmuş ve birkaç büyük perakende zinciri ile güçlü distribütörler tarafından domine edilmiştir. Bu oyuncularla çalışmak, küçük ölçekli ihracatçılar için zorlu bir süreçtir. Büyük miktarlarda, tutarlı kalitede ve kesintisiz tedarik talepleri, katı sözleşme koşulları ve uzun ödeme vadeleri, önemli bir pazar giriş engeli oluşturabilir. Bu nedenle, güvenilir ve ölçeklenebilir bir tedarikçi olmak, teknik uyum kadar önemli hale gelmiştir.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Hollanda, dünyanın en gelişmiş tarım ve gıda teknolojilerine sahip, ihracatta küresel bir dev olmasının yanı sıra, aynı zamanda Türkiye gibi ülkeler için de önemli bir ithalat pazarıdır. Bu durum, ihracatçılarımız için stratejik fırsatlar sunmaktadır. Hollanda'nın yüksek nüfus yoğunluğu ve gelir seviyesi, tüketicilerin kaliteli, çeşitlendirilmiş ve özgün gıda ürünlerine yönelik sürekli artan bir talebi beraberinde getirmektedir. Türkiye'nin zengin coğrafi işaretli ürünleri, organik sertifikalı gıdaları ve geleneksel lezzetleri, bu taleple bir uyum içindedir. Bu artan talep, ihracatçılarımız için pazarın kapısını aralayan en temel ve güçlü dinamiktir.

E-ticaretin ve dijital perakende kanallarının yaygınlaşması, bu fırsatı daha da büyötmüştür. Hollandalı tüketiciler, online marketler ve özel gıda platformları aracılığıyla dünyanın dört bir yanından ürün satın almaya son derece açıktır. İhracatçılarımızın, kendi e-ticaret sitelerini kurarak veya Hollanda'nın

yerleşik online perakende platformlarına dahil olarak, geleneksel distribütör ağının ötesine geçebileceği ve doğrudan nihai tüketiciye ulaşabileceği değerlendirilmektedir. Bu dijital dönüşüm, pazara giriş maliyetlerini düşürürken, marka bilinirliğini artırmak ve tüketici tercihlerini anlamak için de bir fırsat sunmaktadır.

Hollanda pazarındaki en belirgin fırsatlardan biri de tüketici tercihlerindeki çeşitliliktir. Özellikle büyük şehirlerde yaşayan, farklı kültürlerle açık ve deneyime önem veren bir tüketici kitlesi bulunmaktadır. Türk mutfağının dünya çapındaki popülaritesi, sadece Türk diasporasına değil, aynı zamanda yerel Hollandalı tüketicilere de hitap etmektedir. Zeytinyağları, kuru meyveler, fındık, kayısı, incir, şarküteri ürünleri, bal, geleneksel şekerlemeler ve donuk gıdalar, bu kapsamda yüksek potansiyele sahip ürünlerdir. Bu çeşitlilik, ihracatçılarımıza geniş bir ürün yelpazesiyle pazara girme esnekliği sağlamaktadır.

Hollanda'nın lojistik ve dağıtım altyapısı, dünyanın en gelişmiş ve verimli ağlarından biridir. Rotterdam Limanı ve Schiphol Havalimanı gibi küresel lojistik merkezler, Türkiye'den gelecek ürünlerin hızla ve tazeliğini koruyarak pazara ulaştırılmasını garantilemektedir. Soğuk zincir lojistiğindeki uzmanlık, özellikle taze meyve-sebze ve diğer bozulabilir gıdaların ihracatı için kritik bir avantajdır. İhracatçılarımız, bu birinci sınıf lojistik imkanlardan faydalanarak, ürünlerinin kalitesini pazara taşımakta zorluk çekmeyecektir.

Pazarın ihtiyaçlarını doğru analiz eden, kalite ve sürdürülebilirlik standartlarına uyum sağlayan, güçlü bir marka hikayesi oluşturan ve dijital pazarlama stratejilerini etkin kullanan ihracatçılarımız için Hollanda pazarında önemli fırsatlar bulunmaktadır. Ayrıca, ihracatçılarımızın Hollanda'yı sadece bir ihracat partneri değil, aynı zamanda Avrupa'ya açılan bir köprü olarak görmesi daha doğru olacaktır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Hollanda, tarım ve gıda teknolojisinde dünya lideri olmasının yanı sıra, küresel ihracatçılar için son derece rekabetçi bir pazardır. İhracatçılarımız, bu pazara girerken öncelikle yerel üreticilerin yanı sıra İspanya, İtalya, Fas gibi diğer büyük tedarikçilerle karşı karşıya kalmaktadır. Hollandalı üreticiler, verimlilik, inovasyon ve dağıtım ağlarının gücü konusunda çok ileri seviyededir. Bu yoğun rekabet ortamı, ihracatçılarımızın fiyat, kalite, pazara teslimat hızı ve özellikle ambalaj ve pazarlama stratejilerinde sürekli bir iyileştirme ve yenilik yapma zorunluluğu hissetmelerine neden olmaktadır. Bu rekabete ayak uyduramamak, pazar payı edinmeyi ve sürdürmeyi imkânsız hale getirebilir.

Hollanda, AB'nin katı ortak tarım politikası ve gıda güvenliği düzenlemeleri çerçevesinde hareket etmektedir. Bu durum, pazarı korumacı bir yapıya büründürmektedir. Ayrıca, yerel üreticileri korumak amacıyla uygulanan tarife dışı engeller, sübvansiyonlar ve "yerli malı" vurgusu, Türk menşeli ürünlerin pazara girişini zorlaştıran önemli tehditler arasındadır. Bu korumacı politikalar, ihracatçılarımızın ürünlerini fiyat ve erişilebilirlik açısından dezavantajlı bir konuma düşürebilir.

Hollandalı tüketicilerin tercihleri, geleneksel Türk pazarından önemli ölçüde farklılık gösterebilmektedir. Bu pazar, sürdürülebilirlik, organik üretim, hayvan refahı, düşük karbon ayak izi ("kilometre taşı" vurgusu) ve ambalajda minimalizm gibi konulara son derece duyarlıdır. İhracatçılarımız, ürünlerini yalnızca fiyat ve lezzet üzerinden değil, bu etik ve ekolojik değerler üzerinden de konumlandırmak zorundadır. Aksi takdirde, tüketicilerin beklentilerini anlayamama ve

onlara ulaşamama riskiyle karşı karşıya kalabilme tehlikesi altındadırlar. Bu farklılık, pazarlama ve iletişim stratejilerinin baştan aşağıya yeniden düşünülmesini gerektirmektedir.

Hollanda pazarındaki fırsatlar kadar tehditler de belirgin ve derindir. Bu tehditlerle başa çıkabilmek için ihracatçılarımız stratejik bir yaklaşım benimsemesi şarttır. Kalite ve sertifikasyon standartlarına mutlak uyum, Hollandalı tüketicinin değerlerine hitap eden etiketleme ve pazarlama, güçlü ve güvenilir distribütör ilişkileri kurma ve risklere karşı esnek ve çeşitlendirilmiş bir iş modeli geliştirme, bu zorlukların aşılmasında hayati öneme sahip olacaktır. Bu pazar, ancak uzun vadeli, sabırlı ve uyum sağlayabilen oyuncular için sürdürülebilir bir başarı vaat etmektedir.

7. Tarım Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Hollanda tarım sektörü, Avrupa'nın en rekabetçi ve en yenilikçi pazarlarından biri konumundadır. Bu pazara giriş yapmak veya mevcut pazar payını artırmak isteyen Türk firmalarının en önemli önceliği, Avrupa Birliği ve Hollanda'nın yasal standartlarına uyum sağlamaktır. GlobalG.A.P., BRC, IFS ve organik sertifikasyonlar yalnızca bir yatırım değil, uzun vadeli varlığın temel koşuludur. Bu sertifikalara sahip olmayan ürünlerin büyük perakende zincirlerinde raflara girmesi neredeyse imkânsızdır. Dolayısıyla sertifikasyon sürecini maliyetli bir yük olarak değil, ihracatın sürdürülebilirliği için gerekli bir altyapı yatırımı olarak görmek gerekmektedir.

Hollandalı tüketiciler ve alıcılar, sürdürülebilirlik ve şeffaflık konularında son derece bilinçlidir. Üretim aşamalarında kullanılan su miktarı, karbon ayak izi, enerji verimliliği, ambalajın geri dönüşüm oranı gibi göstergeler, ürünün tercih edilmesinde belirleyici olmaktadır. Türk firmaları bu verileri şeffaf biçimde paylaşarak ve pazarlama stratejilerinde öne çıkararak büyük bir avantaj elde edebilir.

İhracatçılarımızın başarılı olabilmesi için yalnızca ürün kalitesi değil, güçlü bir dağıtım ağı da kritik önemdedir. Hollanda pazarının işleyişini bilen yerel distribütörlerle iş birliği hem operasyonel risklerin azaltılmasını hem de ürünün doğru şekilde konumlandırılmasını sağlayabilir.

Hollanda'ya ihracatta sadece hammaddeye odaklanmak yerine, katma değerli ürünlerle farklılaşmak daha sürdürülebilir bir stratejidir. Türk mutfağına özgü soslar, kurutulmuş meyveler, organik baharatlar, coğrafi işaretli ürünler (örneğin Antep fıstığı, Aydın inciri) ve vegan/vegetaryen ürün çeşitleri Hollanda'da ilgi gören kategorilerdendir. Bu ürünlerle hem rekabetten sıyrılmak hem de niş pazarlarda liderlik konumu elde etmek mümkündür.

Bununla birlikte, ambalajlama ve etiketleme de Hollanda pazarında başarı için kritik faktörlerdir. Geri dönüştürülebilir, çevre dostu ve şık ambalajlar tüketici tercihlerinde önemli rol oynamaktadır. Etiketlerde ürünün menşei, ithalatçı bilgileri, lot numarası, besin değerleri ve alerjen bilgileri eksiksiz yer almalıdır. Hollanda dilinde hazırlanmış net etiketler, ürünün raflarda güvenle tercih edilmesini sağlayacaktır. Tüketicilerin giderek artan çevre duyarlılığı düşünüldüğünde, ambalajda sürdürülebilirlik vurgusu pazara girişte önemli bir farklılaştırıcı unsur olacaktır.

Dijitalleşme, modern ticaretin olmazsa olmazıdır. Dijital pazarlama ve e-ticaret kanallarının etkin kullanımı, Hollanda'da markalaşmayı hızlandırmaktadır. Firmalar yalnızca ithalatçılara ulaşmak için değil, son tüketiciye doğrudan temas edebilmek için de profesyonel web siteleri, sosyal medya kampanyaları ve online marketler (örneğin Picnic) aracılığıyla varlık göstermelidir. LinkedIn gibi

profesyonel platformlarda B2B bağlantılar kurmak, Instagram gibi mecralarda ise ürün hikâyesini görsel olarak aktarmak, marka bilinirliğini artırmanın etkili yollarındandır.

Hollanda pazarında fiyat rekabeti de göz ardı edilmemelidir. Ülke, özel markaların güçlü olduğu ve tüketicilerin fiyat konusunda hassasiyet gösterdiği bir pazardır. Bu nedenle firmaların hem uygun fiyatlı ürünler sunarak geniş tüketici kitlesine hitap etmesi hem de katma değerli ürünlerle premium segmentte yer alması gerekir. Çift yönlü bu strateji, ihracat hacimlerinin artmasına ve markanın pazarda farklı katmanlarda konumlanmasına imkân tanıyacaktır.

Ayrıca Hollanda'ya ihracatta firmalarımızın uluslararası lojistik ve sertifikasyon standartlarını titizlikle yerine getirmesi gerekmektedir. Soğuk zincir lojistiği, tazelik belgeleri ve gıda güvenliği raporları olmadan meyve-sebze gibi hassas ürünlerin pazarda tutunması mümkün değildir. GlobalG.A.P. ve EU Organic gibi belgeler yalnızca yasal gereklilik değil, aynı zamanda alıcılarla güven ilişkisini pekiştiren temel araçlardır. Bu nedenle ihracatçıların lojistik ve kalite yönetimine uzun vadeli yatırımlar yapması kritik öneme sahiptir.

8. Yararlı Adresler

- [Hollanda'da İş Yapma Kültürü](#)
- [Government of the Netherlands \(Hükümet ve Bakanlıklar\)](#)
- [Ministry of Foreign Affairs \(Dışişleri Bakanlığı\)](#)
- [Ministry of Economic Affairs and Climate Policy \(Ekonomik İşler ve İklim Politikası Bakanlığı\)](#)
- [Ministry of Finance \(Maliye Bakanlığı\)](#)
- [Customs Administration of the Netherlands \(Gümrük İdaresi\)](#)
- [Tax Administration for entrepreneurs not established in the Netherlands \(Yerleşik Olmayan İşletmeler için Vergi İdaresi\)](#)
- [National Institute for Public Health and the Environment-RIVM \(Ulusal Kamu Sağlığı ve Çevre Enstitüsü\)](#)
- [Food and Consumer Product Safety Authority-NVWA \(Gıda ve Tüketici Ürünleri Güvenliği Kurumu\)](#)
- [Netherlands Chamber of Commerce-KVK \(Hollanda Ticaret Odası\)](#)
- [Netherlands Enterprise Agency-RVO \(Hollanda Girişim Ajansı\)](#)
- [Dutch Accreditation Council-RvA \(Ulusal Akreditasyon Kurumu\)](#)
- [Statistics Netherlands-CBS \(Hollanda İstatistik Kurumu\)](#)
- [De Nederlandsche Bank-DNB \(Hollanda Merkez Bankası\)](#)
- [Center for the Promotion of Imports from Developing Countries-CBI \(GYÜ'lerden İthalatın Teşviki Merkezi\)](#)
- [The Confederation of Netherlands Industry and Employers-VNO-NCW \(Hollanda Sanayi ve İşverenler Konfederasyonu\)](#)
- [The Royal Association of MKB Nederland \(Hollanda KOBİ Derneği\)](#)
- [The Netherlands Foreign Investment Agency-NFIA \(Hollanda Yabancı Yatırım Ajansı\)](#)
- [Online Tendering System-TenderNed \(Hollanda Hükümeti Çevrimiçi İhale Sistemi\)](#)
- [Uluslararası Ticaret Merkezi İhracat Potansiyeli Haritası](#)
- [Uluslararası Ticaret Merkezi Pazara Giriş Haritası](#)
- [Dünya Bankası Ticaret Analiz Bilgi Sistemi-TRAINS](#)
- [AB Pazara Giriş Veritabanı](#)
- [Uluslararası Ticaret Merkezi Küresel Ticaret Yardım Masası](#)
- [Doing Business Veritabanı](#)
- [Dünya Bankası WITS Simülasyonu](#)
- [UNCTAD Tarife Dışı Önlemlerin Uluslararası Sınıflandırması](#)
- [DTÖ I-TIP Portalı](#)
- [Uluslararası Ticaret Merkezi Tarife Dışı Önlemler Araştırması](#)
- [Dutch Customs National Helpdesk](#)