

# FEDERAL ALMANYA PAZAR BİLGİLERİ



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

## İçindekiler

1.	DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI .....	3
2.	PAZARIN ÖZELLİKLERİ .....	23
3.	ÖNEMLİ SEKTÖRLER.....	31
4.	PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER .....	70
5.	ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER .....	74

# 1. DIŞ TİCARET POLİTİKASI VE UYGULAMALARI

## Dış Ticaret Politikası

Almanya Federal Cumhuriyeti (AFC) için dış ticaret büyük bir önem taşımaktadır. Uluslararası mal ve hizmet ticaretinde önde gelen ülkelerden biri olan Almanya, ihracatta %7'lik ve ithalatta %5,8'lik bir paya sahiptir. Alman ekonomisinin büyük bir bölümü büyük ölçüde ihracata bağımlıdır. Bu durum istihdama da yansımaktadır: her dört işten biri doğrudan ya da dolaylı olarak ihracata bağılıdır.

Almanya'nın dış ticaret politikası, Avrupa Birliği'nin ortak ticaret politikası çerçevesinde şekillenmekte olup, serbest ve kurallara dayalı küresel ticaret sisteminin korunması temel hedef olarak benimsenmektedir. Almanya, dış ticaret politikalarını büyük ölçüde Avrupa Birliği düzeyinde yürütmekte; ikili ve çok taraflı ticaret ilişkilerinde ise Avrupa Birliği kurumlarıyla yakın eşgüdüm içinde hareket etmektedir.

Almanya Federal Hükümeti, dış ticaret politikasını ekonomik büyümenin, istihdamın ve refahın temel unsurlarından biri olarak değerlendirmektedir. Bu kapsamda, uluslararası piyasalara engelsiz erişimin sağlanması, ticaretin serbestleştirilmesi ve adil rekabet koşullarının tesis edilmesi öncelikli hedefler arasında yer almaktadır. Almanya, çok taraflı ticaret sisteminin merkezinde bulunan Dünya Ticaret Örgütü kurallarının güçlendirilmesini ve reforme edilmesini desteklemekte, uluslararası ticarete öngörülebilirliğin ve hukuki güvenliğin artırılmasını savunmaktadır.

Almanya'nın dış ticaret politikasının önemli bir boyutunu, Avrupa Birliği tarafından müzakere edilen serbest ticaret ve yatırım anlaşmaları oluşturmaktadır. Bu anlaşmalar aracılığıyla, üçüncü ülkelerle ticaretin önündeki tarifelerin ve tarife dış engellerin azaltılması, kamu alımlarına erişimin kolaylaştırılması ve yatırımların korunması hedeflenmektedir. Almanya, bu süreçlerde çevre koruma, işçi hakları ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerinin ticaret politikalarına entegre edilmesine özel önem atfetmektedir.

Federal düzeyde dış ticaret politikasının koordinasyonu esas itibarıyla Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı tarafından yürütölmektedir. Bakanlık, Alman şirketlerinin uluslararası piyasalardaki rekabet gücünün artırılması, ihracatın çeşitlendirilmesi ve tedarik zincirlerinin dayanıklılığının güçlendirilmesi yönünde politikalar geliştirmektedir. Bu çerçevede, stratejik öneme sahip hammaddelere erişimin güvence altına alınması ve ekonomik bağımlılıkların azaltılması da dış ticaret politikasının temel unsurları arasında yer almaktadır.

Almanya, dış ticaretinde serbestlik ilkesini esas almakla birlikte, ulusal güvenlik ve kamu düzeni gerekçeleriyle belirli alanlarda ihracat kontrolleri ve yatırım denetimleri uygulamaktadır. Silah, çift kullanımlı ürünler ve hassas teknolojiler başta olmak üzere, bazı ürün gruplarının ihracatı izin ve denetime tabi tutulmaktadır. Ayrıca, stratejik sektörlerdeki yabancı yatırımlar, ekonomik güvenlik perspektifi çerçevesinde incelemeye konu olabilmektedir.

Sonuç olarak Almanya'nın dış ticaret politikası, açık piyasa ekonomisi ilkeleri ile stratejik çıkarların dengelenmesini amaçlayan, Avrupa Birliği odaklı ve çok taraflı ticaret sistemini

önceleyen bir yapı arz etmektedir. Serbest ticaretin desteklenmesi, sürdürülebilirlik hedeflerinin güçlendirilmesi ve uluslararası kurallara dayalı ticaret düzeninin korunması, Almanya'nın dış ticaret politikasının temel sütunlarını oluşturmaktadır (<https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Dossier/handelspolitik.html>).

AFC'nin dış ticaret uygulamalarının mevzuat temelini hem federal düzeyde uygulanan ulusal düzenlemeler hem de AB hukuku oluşturmaktadır. Ulusal düzeydeki düzenlemeler, Dış Ticaret ve Ödemeler Kanunu-Außenwirtschaftsgesetz-AWG) ve Dış Ticaret ve Ödemeler Yönetmeliği (Außenwirtschaftsverordnung-AWV)'ne tabidir ([https://www.gesetze-im-internet.de/englisch\\_awg/englisch\\_awg.html](https://www.gesetze-im-internet.de/englisch_awg/englisch_awg.html)).

Malların serbest dolaşımına ve küresel ticarete rağmen, belli mallar ithalat ve ihracatta kısıtlamalara tabidir. Dış ticaret yönelik yasaklamalar ve kısıtlamalar temelde aşağıda sıralanan alanlardaki hakların korunması için gerçekleştirilmektedir:

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

Bununla birlikte belirli mallara bazı ülkeler için kısıtlamalar uygulanmaktadır.

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

- Trade - European Commission - Import And Export Rules (<https://ec.europa.eu/trade/import-and-export-rules/>)
- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı – Dış Ticaret Mevzuatı ve Politikası ([https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Navigation/DE/Themen/themen.html?cl2Categories\\_LeadKey\\_word=au%C3%9Fenwirtschaftsrecht](https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Navigation/DE/Themen/themen.html?cl2Categories_LeadKey_word=au%C3%9Fenwirtschaftsrecht)) (<https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/EN/Dossier/trade-policy.html>)
- Gümrükler Genel Müdürlüğü ([https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Aussenwirtschaft-Bargeldverkehr/aussenwirtschaft-bargeldverkehr\\_node.html](https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Aussenwirtschaft-Bargeldverkehr/aussenwirtschaft-bargeldverkehr_node.html))
- GTAI-Germany Trade and Invest - Customs (<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/customs>)

## Avrupa Birliği Ortak Dış Ticaret Politikası

Avrupa Birliği (AB) üyesi ölkeler arasında tesis edilen Gümrük Birliği çerçevesinde, üye ölkeler üçüncü ölkelerden ithalatta ortak kurallar uygulamaktadır.

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

Bu doğrultuda:

AB üyesi ölkelerce ortak gümrük tarifesi ve ticari savunma araçları uygulanmakta olup, ürünlere uygulanan gümrük vergileri ve varsa, ürünler üzerinde bulunan ticari savunma araçlarına TARIC CONSULTATION veri tabanı üzerinden erişilebilmektedir.

TARIC veri tabanı ürün bazında faaliyet göstermektedir. TARIC görüntüleme sayfasında ürün kodu (good code) kısmına bilgi edinilmek istenen ürünün GTİP kodu, Geliş/Varış Ülkesi (Origin/Destination) kısmına ise ürünün ihrac veya ithal edilmek istendiği ülke yazılmak suretiyle söz konusu ürüne dair mevcut tüm uygulama ve tüzöklere ulaşılabilir. Ürünün GTİP kodunu bilmiyorsanız gelişmiş arama (advanced search) sekmesinden metin bazında da arama yapılabilir.

TARIC kullanılarak ne yapılabilir?

- Ürüne dair gümrük uygulamaları ve kotalarına, gümrük muafiyetlerine;
- Ürüne dair alınmış ticaret politikası önlemlerine (dampinge karşı uygulamalar, telafi edici önlemler vs.);
- Ürüne yönelik alınmış ithalat veya ihracat kısıtlamalarına ulaşılabilir.

TARIC veri tabanına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

[https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en)

Access2Market üye ölkelerin ve AB'nin 120'den fazla ticaret ortağının AB ile dış ticareti kapsamındaki;

- Gümrük vergilerine;
- Menş kurallarına;
- Yürürlükteki diğer vergilerine;
- İthalat prosedürlerine;
- Ürüne ilişkin teknik gerekliliklere;
- Dış ticaret istatistiklerine ilişkin detaylı bilgileri ihtiva eden bir veri tabanıdır.

Access2Market veri tabanına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilir:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>

AB dışı ölkelerin AB ile olan ticari anlaşmalarına ve yararlanabildikleri gümrük muafiyetlerine aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/non-eu-markets>

Üye ölkelerin pazar profillerine, ithalat prosedürlerine ve dış ticareti düzenleyen mevzuatı ile birlikte ticarete konu ürüne ilişkin teknik mevzuatına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-market-0#tocms>

Access2Market veri tabanında mal ticaretinin yanı sıra hizmet ticareti ve e-ticarete ilişkin veriler de yer almaktadır. Bu bilgilere aşağıdaki adresten erişim sağlanabilmektedir:

(<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/services>)

Access2Market veri tabanını daha etkin kullanmak adına Avrupa Komisyonunun organize ettiği sanal eğitim programlarına aşağıdaki adresten erişim sağlanabilir:

(<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/event>)

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

([https://policy.trade.ec.europa.eu/enforcement-and-protection/trade-defence\\_en](https://policy.trade.ec.europa.eu/enforcement-and-protection/trade-defence_en))

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

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

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

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

## Avrupa Yeşil Mutabakatı:

### Avrupa Yeşil Mutabakatı

İş insanlarımız tarafından Avrupa Birliği üyesi ülkelerin pazarına erişimde dikkate alınması gereken önemli bir husus da Avrupa Yeşil Mutabakatı çerçevesinde gerçekleşmekte olan ekonomik dönüşüm sürecidir.

Avrupa Birliği (AB), 11 Aralık 2019 tarihinde açıkladığı [Avrupa Yeşil Mutabakatı \(AYM\)](#)<sup>1</sup> ile 2050 yılında iklim-nötr ilk kıta olma hedefini ortaya koymuştur. AB, bu hedefe ulaşmak için yeni bir büyüme stratejisi benimseyeceğini ve tüm politikalarını iklim değişikliği ekseninde yeniden şekillendireceğini açıklamıştır. Sanayiden finansmana, enerjiden ulaşırmaya ve binalardan tarıma uzanan bir dizi alanda AB politikalarında kapsamlı değişiklikler öngören Yeşil Mutabakat, Tek Pazar'ın tesisinden bu yana AB'nin en büyük girişimlerinden birisidir.

<sup>1</sup> [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en)

Bu kapsamda, AB'nin iklim, enerji, arazi kullanımı, ulaşım ve vergilendirme politikalarının 2030 yılına kadar 1990'daki seviyesine kıyasla %55 emisyon azalımı sağlanacak şekilde gözden geçirilmesi için "[Fit for 55](#)" (55'e Uyum) mevzuat değişikliği paketi<sup>2</sup> Avrupa Komisyonu'nca 14 Temmuz 2021'de yayımlanmıştır.

Paketin uluslararası ticareti etkileyecek en önemli unsurlarından birisi [Sınırdaki Karbon Düzenlemesidir](#)<sup>3</sup> (SKDM/CBAM). AB'de 2005 yılından bu yana uygulanan Emisyon Ticareti Sisteminin (ETS) dış ticarete yansımaları olarak kurgulanan SKDM uygulaması kapsamında çelik, alüminyum, çimento, gübre, hidrojen ve elektriğin AB'ye ihracatından karbon emisyonları oranında bir mali yükümlülüğe tabi olması öngörülmektedir. 1 Ekim 2023 ile 31 Aralık 2025 tarihleri arasında sadece ilgili ürünlerdeki emisyonların raporlamasını gerektiren SKDM uygulaması 1 Ocak 2026 itibarı ile mali yükümlülükler açısından yürürlüğe girmiştir.

SKDM kapsamında yayımlanan tüm uygulama mevzuatı, detaylı bilgi notları ve son gelişmelere Bakanlığımız [Yeşil Mutabakat](#) sayfasından erişim sağlanması mümkündür.

Yeşil Mutabakatın ana unsurlarından bir diğeri ise döngüsel ekonomi mevzuatlarıdır. AB tarafından döngüsel ekonomiye geçişin sağlanması amacıyla, ham madde temini aşamasından ürünlerin üretimi, tüketimi ve atık yönetimine dair döngüsel bir yaklaşım ile yeni kurallar getirileceği açıklanmış, elektronik ve bilişim teknolojileri, piller ve araçlar, ambalaj, plastikler, tekstil, yapı ve inşaat, gıda, su ve besinler öncelikli sektörler olarak belirlenmiştir.

Bu çerçevede, [Batarya ve Batarya Atıkları Tüzüğü](#)<sup>4</sup>, [Gıda ile Temas Eden Geri Dönüştürülmüş Plastik Tüzüğü](#)<sup>5</sup>, [Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü](#)<sup>6</sup>, [Yapı Malzemeleri Tüzüğü](#)<sup>7</sup> yasalaşmış olup, [döngüsel araç tasarımı](#)<sup>8</sup> ilişkin mevzuatın yasama süreci devam etmektedir.

Öte yandan, Gümrük Birliği kapsamında ülkemizce uyum sağlanan ürün mevzuatında önemli değişiklikler getirecek olan ve 30 Mart 2022 tarihinde açıklanan Sürdürülebilir Ürün İnişiyatifi ile gıda, yem ve medikal ürünler haricinde tüm ürün grupları için sürdürülebilirliğin bir norm olarak belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu kapsamda 28 Haziran 2024 tarihinde AB Resmi Gazetesinde yayımlanarak yürürlüğe giren [Sürdürülebilir Ürünler İçin Eko-Tasarım Tüzüğü \(ESPR\)](#)<sup>9</sup> ile ürün bazlı geliştirilecek eko-tasarım kurallarının genel çerçevesi oluşturulmuş olup, söz konusu eko-tasarım kuralları ile AB pazarına girişte kaynak verimliliği, çevre ve su ayak izi, zararlı kimyasal kullanımından arılık, dayanıklı, tamir edilebilir, geri dönüştürülebilir olma gibi kriterlerin esas alınması, ürün özelliklerinin dijital ürün pasaportu ile tüm ekonomik operatörlerin erişimine açık olması amaçlanmaktadır. Bu itibarla, ihrac ürünlerimizin AB pazarına girişinde, eko-tasarım kurallarına uyum sağlaması, ilgili teknik kriterlere uyumun belgelendirilmesi zorunlu hale gelecektir.

<sup>2</sup> <https://www.consilium.europa.eu/en/policies/green-deal/fit-for-55-the-eu-plan-for-a-green-transition/>

<sup>3</sup> [https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism\\_en](https://taxation-customs.ec.europa.eu/carbon-border-adjustment-mechanism_en)

<sup>4</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal->

<content/EN/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.L.2023.191.01.0001.01.ENG&toc=OJ%3AL%3A2023%3A191%3ATOC>

<sup>5</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/1616/oj>

<sup>6</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2025/40/oj/eng>

<sup>7</sup> <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/3110/oj/eng>

<sup>8</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023PC0451>

<sup>9</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L.202401781>

Bu doğrultuda Tüzük kapsamında çıkarılacak eko-tasarım kurallarına dair [2025-2030 Dönemi Çalışma Programı](#)<sup>10</sup> 16 Nisan 2025 tarihinde açıklanmıştır. Ürün bazlı eko-tasarım kuralları için öngörülen takvim, demir-çelik için 2026, hazır giyim, lastik ve alüminyum için 2027, mobilya için 2028, döşekler için 2029 olarak belirlenirken; yatay olarak çıkarılacak mevzuat için takvim, tamir edilebilirlik için 2027, geri dönüştürülmüş içerik ve elektrikli aletlerin geri dönüştürülebilirliği için 2029 olarak belirlenmiştir. Ayrıca, halihazırda enerji-etiketlemesi mevzuatına tabi olan 16 elektronik cihaz için de 2030 yılına kadar eko-tasarım kurallarının belirlenmesi öngörülmüştür. Komisyon tarafından yetki devrine dayanan mevzuatlar ile çıkarılacak ürün bazlı kurallara uyum için 18 aylık geçiş süresi tanınması beklenmektedir.

Buna ek olarak, AB bir taraftan üçüncü ülkelere yönelik atık ihracatını kontrol altına almayı hedeflerken, AB içindeki mevcut atıkların da bir kaynak olarak ekonomiye kazandırılmasını amaçlamaktadır.

Bu itibarla, AB tarafından açıklanan [Atık Sevkiyatı Tüzüğü](#)<sup>11</sup> ile AB içinde toplanan atıkların öncelikli olarak AB içinde kullanılması amacıyla atık sevkiyatlarına kısıtlamalar getirilmesi öngörülmektedir. Bu çerçevede, 21 Mayıs 2027 tarihinden itibaren AB'den atık ithalatı yapan tesislerin atığı çevreye uygun koşullarda işlediğine yönelik üçüncü taraf denetimlerine tabi tutulması zorunlu hale gelecektir. Bu çerçevede, ilgili denetimden geçmemiş tesislerin atık ithalatı yapması mümkün olmayacak olup denetimlerde [AB'nin Endüstriyel Emisyonlar Direktifi \(2010/75\)](#) kapsamında atık işleme tesisleri için belirlemiş olduğu Mevcut En İyi Teknikler belgeleri başta olmak üzere mevzuatta listelenen AB mevzuatları ve uluslararası sözleşmelere uyum esas alınacaktır.

[Atık Çerçeve Direktifinin Revizyonu](#)<sup>12</sup> ile ise, AB içindeki atıkların kaynağında ayrı toplanması amacıyla Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (GÜS) uygulamasının tüm sektörlerde genişletilmesi amaçlanmış, bu çerçevede 2025 yılı itibarı ile AB üye ülkelerinde tekstil ve konfeksiyon atıklarının ayrı toplanmasının GÜS kapsamında gerçekleştirilmesine yönelik ortak kurallar düzenlenmiştir.

Öte yandan, [Ormansızlaşmanın Önlenmesi Tüzüğü \(EUDR\)](#)<sup>13</sup> ile 30 Aralık 2026 tarihi itibarıyla, büyük oranda ormansızlaşmaya sebep olan soya, sığır eti, palm yağı, ahşap/ağaç ürünleri, kakao, kauçuk, kahve ve bunlardan elde edilen belirli ürünleri üretimde girdi olarak kullanan çikolata, mobilya, lastik, deri gibi ürünlerin AB pazarına girişinde ormansızlaşmaya/orman bozulmasına yol açmadığı ve insan ve işçi haklarına uygun üretildiğine yönelik özen yükümlülüğü beyanı zorunlu hale getirilmiştir.

29 Ocak 2025 tarihinde yayımlanan [Rekabetçilik Pusulası](#)<sup>14</sup> ile iklim değişikliği ile mücadele sürecinde AB'nin rekabetçiliğini artıracak adımlar atılması, inovasyonun kolaylaştırılması, yatırım ortamının iyileştirilmesi, AB mevzuatlarının basitleştirilmesi amaçlanmıştır. 26 Şubat 2025 tarihinde açıklanan Temiz Sanayi Planı ile enerji maliyetlerinin düşürülmesi, yeni finansman kaynağı oluşturulması, ham madde tedarik güvenliğinin sağlanması, uluslararası işbirliklerinin artırılması, kamu alımlarında sürdürülebilir ürünlere talebin artırılmasına yönelik tedbirler belirlenmiştir. Bu doğrultuda, otomotiv sektörü eylem planı ile demir-çelik ve metaller eylem planları yayımlanmıştır.

Söz konusu politikalar arasında, otomotiv sektörünü kapsayan yeni sanayi, kamu alımları ve teşvik politikalarında **"AB önceliği"**, **"Made in EU"** gibi kriterler ile yerel ürünlere ayrıcalık tanınması, hurda

<sup>10</sup> [https://environment.ec.europa.eu/document/download/5f7ff5e2-ebe9-4bd4-a139-db881bd6398f\\_en?filename=FAQ-UPDATE-4th-Iteration\\_clean.pdf](https://environment.ec.europa.eu/document/download/5f7ff5e2-ebe9-4bd4-a139-db881bd6398f_en?filename=FAQ-UPDATE-4th-Iteration_clean.pdf)

<sup>11</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1157>

<sup>12</sup> [https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-targeted-revision-waste-framework-directive\\_en](https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-targeted-revision-waste-framework-directive_en)

<sup>13</sup> [EUR-Lex - 02023R1115-20251226 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](https://eur-lex.europa.eu/02023R1115-20251226-EN-EUR-Lex)

<sup>14</sup> [https://commission.europa.eu/document/download/10017eb1-4722-4333-add2-e0ed18105a34\\_en](https://commission.europa.eu/document/download/10017eb1-4722-4333-add2-e0ed18105a34_en)

demir-çelik ve alüminyum ihracatına kısıtlama getirilmesi gibi politikalar ülkemizce yakından takip edilmektedir.

“Made in EU” yaklaşımının kapsamını ve kriterlerini ortaya koyması beklenen [Sanayi Hızlandırma Yasası](#) taslağı 4 Mart 2026 tarihinde yayımlanmıştır. Son açıklanan taslakta AB tarafından öncelikli sektörlerde kamu alımları ve kamu destek politikalarında düşük karbonlu ve/veya “AB menşeli” olma şartı getirilmiş olup anılan taslakta Gümrük Birliği’nin “Birlik ile eşdeğer menşe” şartını karşılayabilmesine imkan veren hukuki zemine yer verilmiştir. Bu kapsamda ülkemiz pozisyonunun korunmasına ve güçlendirilmesine yönelik AB ile teknik ve üst düzey temaslar sürdürülecektir.

\*\*AB Yeşil Mutabakatı kapsamındaki güncel gelişmeler ve AB Kurumlarınca yayımlanan bilgi/belgeler hakkında özet bilgiye erişmek için Bakanlığımız web sitesindeki “[Yeşil Mutabakat](#)” bölümünü<sup>15</sup> takip ediniz.

## İthalat Rejimi

Almanya’nın ithalat rejimi, Avrupa Birliği’nin ortak ticaret politikası kapsamında uygulanmakta olup, temel esaslar Avrupa Birliği mevzuatı doğrultusunda belirlenmektedir. Bu çerçevede Almanya, üçüncü ülkelerden yapılan ithalatta Avrupa Birliği Ortak Gümrük Tarifelerini uygulamakta; gümrük vergileri, ticaret politikası önlemleri ve teknik düzenlemeler Birlik düzeyinde belirlenmektedir.

Almanya, ithalatta serbestlik ilkesini esas almakta olup, malların büyük çoğunluğu herhangi bir miktar kısıtlamasına tabi olmaksızın ülkeye giriş yapabilmektedir. Bununla birlikte, kamu güvenliği, insan sağlığı, çevrenin korunması ve uluslararası yükümlülükler çerçevesinde bazı ürün grupları için ithalat lisansı, izin veya denetim uygulamaları söz konusu olabilmektedir. Bu kapsamda özellikle silahlar, çift kullanımlı ürünler, belirli kimyasallar ve tarım ürünleri özel düzenlemelere tabidir.

İthal edilen ürünlerin, Avrupa Birliği teknik mevzuatına, ürün güvenliği standartlarına ve uygunluk değerlendirme süreçlerine riayet etmesi zorunludur. Ayrıca, menşe kuralları, gümrük kıymeti ve belge düzenine ilişkin hususlar, Birlik genelinde geçerli kurallar doğrultusunda uygulanmaktadır. Almanya, ticaretin kolaylaştırılması amacıyla elektronik gümrük sistemlerini yaygın biçimde kullanmakta ve gümrük işlemlerinin şeffaf, öngörülebilir ve kurallara dayalı şekilde yürütülmesini hedeflemektedir.

Sonuç olarak Almanya’nın ithalat rejimi, Avrupa Birliği ile uyumlu, büyük ölçüde serbest ticarete dayanan ve uluslararası ticaret kuralları çerçevesinde şekillenen bir yapı arz etmektedir. İthalatta uygulanan kısıtlamalar ve yasaklarla ilgili ayrıntılı bilgilere Gümrükler Genel Müdürlüğü internet sayfasından ulaşılması mümkündür ([http://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/restrictions\\_node.html](http://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/restrictions_node.html)).

Avrupa Komisyonu TARIC veri tabanı için:

([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?callbackuri=CBU-36&Lang=en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?callbackuri=CBU-36&Lang=en))

<sup>15</sup> <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/yesil-mutabakat>

## Gümrük Kontrolleri:

### AB Gümrük İşlemleri Başlığı

#### - İthalat Kontrol Sistemi 2 (ICS2) Sürüm 3

ICS2 sistemi, ekonomik operatörlerin AB'ye doğrudan veya AB'den transit şekilde üçüncü ülkelere gerçekleştirilecek sevkiyatlarına ilişkin bilgi ve verilerin yükleme öncesi kargo bilgisi (PLACI) ve varış öncesi giriş özet beyanları (ENS) aracılığıyla AB Gümrük İdareleri'ne sunulmasını gerekli kılan bir elektronik gümrük sistemidir.

Sistem ile kargo ve taşımaya ilişkin risk analizinin gerçekleştirilip güvenliğe ilişkin tehditlerin önlenmesi, uluslararası gümrük işlemlerinin kolaylaşması ve ekonomik operatörler ve AB Gümrük İdareleri arasındaki bilgi alışverişinin basitleşmesi amaçlanmaktadır.

Sistemden pek çok ticari aktör etkilenecek olup AB sınırları içinde ve dışında posta operatörleri, ekspres kargo taşımacılığı, havayolu kargo taşımacılığı, denizyolu, demiryolu ve karayolu taşımacılığı, AB sınırları dahilinde belirli son alıcılar, lojistik firmaları bu aktörler arasında yer almaktadır. Bu yönüyle, doğrudan AB'ye veya AB'den transit olarak başka bir ülkeye eşya gönderen Birlik dışındaki, Türkiye dahil, tüm ihracatçılar sistemden etkilenecektir.

Sistem kapsamında, AB'nin ihtiyaç duyduğu verilerin girilmemesi halinde, taşımaya ilişkin işlemler AB sınırında durdurulup eşyanın gümrük işlemleri yapılmayacak, yetersiz beyanlar reddedilecek ya da ticaret akışını sekteye uğratabilecek tedbirler söz konusu olabilecektir.

Sistem, sevkiyat kapsam ve şekline göre üç sürüm halinde uygulanmaktadır. Havayolu kargo taşımacılığı ön yükleme ve havayolu posta taşımacılığı ön yükleme için Sürüm 1, 15 Mart 2021 tarihi itibarıyla; havayolu genel kargo taşımacılığı ile havayolu taşımacılığı ve posta taşımacılığı için Sürüm 2 ise, 1 Mart 2023 tarihi itibarıyla; deniz yolu, karayolu ve demiryolu taşımacılıklarını kapsayan Sürüm 3 ise 1 Nisan 2025 tarihi itibarıyla uygulanmaktadır. Böylece, sistemin operasyonel süreci tüm taşımacılık modları için AB gümrüklerinde devreye alınmıştır.

Avrupa Komisyonu tarafından sistem sürümlerine ilişkin Türkçe broşürler yayımlanmaktadır. Buna ilâve olarak, sistemin tanıtımının yapıp kullanımına ilişkin bilgilerin sunulduğu eğitim videolarına Bakanlığımız girişimleriyle Türkçe dil seçeneği de eklenmiş olup, ilgili videolara ([https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs/customs-security/import-control-system-2\\_en#elearning-courses](https://taxation-customs.ec.europa.eu/customs/customs-security/import-control-system-2_en#elearning-courses)) adresinden erişim sağlanabilmektedir.

ICS2 sistemi kapsamındaki uygulamaya ilişkin diğer tüm bilgilere ve ekonomik operatörlere yönelik yayımlanan belgelere AB'nin [Import Control System 2 \(ICS2\) - European Commission \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/customs/ics2) adresindeki bağlantısından erişilebilmektedir.

#### - Pan-Avrupa-Akdeniz (PEM) Tercihli Menşe Kurallarına Dair Bölgesel Konvansiyona İlişkin Güncel Durum

PEM Tercihli Menşe Kurallarına Dair Bölgesel Konvansiyonu revize eden yeni PEM Konvansiyonu ülkemizde 19 Aralık 2025 tarihinde onaylanmış ve revize Konvansiyonun uygulama hükümlerine ilişkin "Pan-Avrupa-Akdeniz Tercihli Menşe Kurallarına Dair Bölgesel Konvansiyon Ortak Komitesinin 1/2023 Sayılı Kararı Kapsamı Tercihli Menşe Kuralları Hakkında Yönetmelik" 20 Aralık 2025 tarihli ve 33113 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

PEM bölgesinde yer alan ülkeler arasındaki tercihli ticarete kullanılan çapraz menşe kümülasyonu sayesinde, taraf ülkeler ithal edilen girdileri üretim süreçlerinde kendi ülkeleri menşeli ürünler olarak kullanılabilen ve bu sayede nihai ürün kolay bir şekilde ihracatçı ülke menşei kazanabilmektedir.

Bölge ülkeleriyle olan 16 tercihli düzenlemeden 14'ü için (AB Tarım, AKÇT, EFTA, Faroe Adaları, Filistin, Fas, Mısır, Sırbistan, Bosna-Hersek, Kosova, Kuzey Makedonya, Karadağ, Gürcistan, Moldova) revize menşe kuralları uygulamaya alınmış ve eski kural setine dayanan Tunus ve Arnavutluk STA'larımızın da revize kurallara geçişinin sağlanması için çalışmalar devam etmektedir.

1 Ocak 2026 tarihi itibarıyla ülkemiz ile PEM'e taraf ülkeler arasında uygulanan çapraz kümülasyon olanaklarına ilişkin güncel durum ve PEM kümülasyon olanaklarına ilişkin güncel gelişmeler Bakanlığımız internet sitesinin Duyurular (<https://ticaret.gov.tr/duyurular>) bölümünde ve (<https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/avrupa-birligi/pan-avrupa-akdeniz-tercihli-mense-kurallari>) sayfasında düzenli olarak yayımlanmaktadır.

## Gümrük Tarifeleri

Almanya Federal Cumhuriyeti Avrupa Birliği üyesi olması nedeniyle, diğer AB üyesi ülkelerde olduğu gibi AFC'nde de Ortak Ticaret Politikasının en önemli aracını Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) teşkil etmektedir. Avrupa Birliği'nde yürürlükte bulunan gümrük vergilerine;

- ([http://ec.europa.eu/taxation\\_customs/dds2/taric/taric\\_consultation.jsp?Lang=en](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.

1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı'nın kabulü ve 1 Ocak 1996 tarihinde Gümrük Birliği'nin yürürlüğe konulmasıyla, Türkiye ile AB arasında sanayi ürünleri ticaretinde gümrük vergileri sıfırlanmış ve Türkiye üçüncü ülkelere karşı Ortak Gümrük Tarifesi uygulamaya başlamıştır. Türkiye-AB Gümrük Birliği, sadece sanayi ürünlerini ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsamakta, geleneksel tarım ürünleri ise kapsam dışı bulunmaktadır. İşlenmiş tarım ürünlerinde gümrük vergileri tespit edilirken, tarım payı ile sanayi payı ayrılmakta ve sadece sanayi payı vergi muafiyetine tabi tutulmaktadır.

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

Ülkemize ve diğer ülkelere yönelik yürütülen

- ticaret politikası araçları oluşturmalarına; (<http://trade.ec.europa.eu/tdi/completed.cfm>),
- ÖTV ve ÖTV oranlarına;

([https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Steuern/Verbrauchsteuern/Grundsatzliche-Regelungen/Verbrauchsteuersaetze/verbrauchsteuersaetze\\_node.html](https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Steuern/Verbrauchsteuern/Grundsatzliche-Regelungen/Verbrauchsteuersaetze/verbrauchsteuersaetze_node.html)),

([https://ec.europa.eu/taxation\\_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy\\_en](https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy_en))

internet adreslerinden ulaşılabilir.

## Türkiye-AB Gümrük Birliği

Türkiye ile AB arasındaki Gümrük Birliği kapsamındaki ürünler için gümrük vergisi veya herhangi bir miktar kısıtlaması bulunmamaktadır. Gümrük Birliği 31 Aralık 1995 tarihinden beri yürürlükte olup, temeli 1963'te imzalanan Ankara Anlaşması ve 1970'de imzalanan Ek Protokol'e dayanmaktadır.

Gümrük Birliği, sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünlerini (sanayi payı itibarı ile) kapsamaktadır. Gümrük Birliği sınırlarında üretilen ve elde edilen mallar ya da Gümrük Birliği'nde serbest dolaşıma sunulan mallar bu gümrük statüsünün kanıtı olan A.TR Belgesi eşliğinde Gümrük Birliği topraklarında herhangi bir yerde serbestçe dolaşma hakkına sahiptir.

Yasal Dayanaklar:

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

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

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

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

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

Yasal Dayanaklar:

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

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

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

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

## Rekabet

### AB'nin Rekabeti Bozucu Yabancı Sübvansiyonlar Tüzüğu

Avrupa Komisyonunun Rekabeti Bozucu Yabancı Sübvansiyonlar Tüzüğu 23 Aralık 2022 tarihinde L 330 sayılı AB Resmi Gazetesinde EU 2022/2560 sayısıyla yayınlanmış olup, anılan Tüzük kapsamında, Avrupa Komisyonu'na üçüncü ülkeler tarafından verilen ve AB pazarında rekabeti bozan sübvansiyonlara karşı soruşturma yürütme ve gerekli durumlarda önlem alma yetkisi verilmektedir. Böylelikle, AB'nin katı rekabet kurallarına tabi AB'de yerleşik firmalar ile üçüncü ülke firmaları arasında eşit rekabet şartlarının sağlanmasının hedeflendiği açıklanmıştır.

Tüzük ile birlikte üçüncü ülkenin, doğrudan veya dolaylı olarak iç pazarda faaliyette bulunan bir veya daha fazla yüklenici veya sektöre fayda sağlayan mali katkı yabancı sübvansiyon olarak değerlendirileceği ifade edilmiştir.

Tüzük kapsamında, yüklenicilerin eşik değerlerin üzerinde kalan tüm satın alma ve birleşmeleri ile kamu alımlarına katılımlarının Komisyona ön bildirimini yapılması gerekmekte olup, ayrıca Komisyonun eşik değerler altında kalsalar dahi, piyasayı bozucu yabancı sübvansiyon şüphesi bulunan tüm piyasa hareketlerini soruşturma yetkisi bulunmaktadır. Tüzüğe (<https://eur-lex.europa.eu/eli/req/2022/2560/oj>) bağlantısından erişilebilmektedir.

Söz konusu Tüzük, 12 Temmuz 2023 tarihi itibarıyla uygulanmaya başlamış olup, 12 Ekim 2023 itibarıyla şirketlerin, yabancı mali katkıları içeren ve ilgili bildirim eşiklerini aşan şirket birleşmeleri ve kamu alımları hakkında bildirimde bulunmaları gerekmektedir.

Tüzük kapsamında Komisyonun soruşturması, üçüncü ülke tarafından sağlanan mali katkının iç pazarı bozan bir yabancı sübvansiyon niteliğinde olup olmadığı değerlendirildiği bir ön inceleme aşaması ile başlamaktadır. Komisyonun bu değerlendirmeye ulaşması halinde, yabancı sübvansiyon alan teşebbüse yönelik derinlemesine soruşturma başlatması mümkündür. Halihazırda, Komisyonun hem resen hem de bildirim yükümlülükleri çerçevesinde başlattığı çeşitli soruşturmalar bulunmaktadır.

Tüzük ile ilgili olarak 12 Temmuz 2023 tarihli AB Resmi Gazetesinde (EU) 2023/1441 sayılı Uygulama Tüzüğü yayınlanmıştır. Söz konusu Tüzükte birleşmelere ilişkin bildirimlerin ve kamu alımları prosedürlerinde yabancı mali katkı bildirimlerinin şekil, içerik ve usulü, Tüzüğe göre yapılması gereken sözlü açıklamaların usulüne ilişkin detaylar, ifşa, dosyalara ve gizli bilgilere erişim hakkındaki detaylı kurallar, şeffaflık gereklilikleri ve zaman kısıtlarının hesaplanması ve Tüzük kapsamındaki taahhütlere ilişkin zaman kısıtlarının detayları belirlenmiştir.

Uygulama Tüzüğüne [Implementing regulation - 2023/1441 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](https://eur-lex.europa.eu/eli/req/2023/1441/oj) adresinden ulaşılabilir.

## İç Vergiler

Almanya'da girişim ve yatırım faaliyetleri ile ilgili vergi çeşitleri gelir vergisi, kurumlar vergisi, ticari işletme vergisi ile katma değer vergisi-KDV'dir (<https://www.qtai.de/en/invest/investment-guide/corporate-taxation-in-germany>).

### Gelir Vergisi (Einkommensteuer):

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

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

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

Gelir vergisinden ayrı olarak elde edilen gelir üzerinden 1990 yılında Doğu ve Batı Almanya'nın birleşilmesi üzerine %5,5 oranında Dayanışma Zammı (Solidaritätszuschlag) kesilmekte (2021'den itibaren çoğu çalışan ve küçük gelir grubu için kaldırılmış olup, ancak yüksek gelir sahipleri ve şirketler için uygulanmaya devam etmektedir) ve bir de gelir vergisi mükellefleri, kiliseye de üye iseler, kilise vergisi ödenmektedir.

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

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

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

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

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

#### **Kurumlar Vergisi (Körperschaftsteuer):**

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

#### **Ticari ve Sınai İşletme Vergisi [Gewerbesteuer]:**

Almanya'da faaliyet gösteren her işletme, işletme vergisine tabidir. Burada, vergi yükümlüsü işletme sahibi, yani kendi hesabına firmayı işleten kişidir. Bu vergi tutarı, işletmenin mali gücü ve her belediyenin kendisine göre belirlediği orana göre değişmektedir. Buna uygun olarak da

işletme vergisi olarak belirlenmiş sabit bir vergi oranı bulunmamakta, bunun yerine ödenmesi gereken bu vergi tutarı, işletme kârı ile her belediyenin kendisine göre belirlediği orana göre değişmektedir. Belediyeden belediyeye değişen bu oran %13-20 arasında yer almaktadır.

### **Katma Değer Vergisi (Umsatzsteuer):**

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

### **Ürün Standartları ile İlgili Uygulamalar**

Almanya’da ürün standartları, ulusal ve Avrupa Birliği (AB) mevzuatı ile uyumlu olarak ticaretin şeffaflığını, ürün güvenliğini ve tüketici korumasını sağlamak üzere yapılandırılmıştır. Standardizasyon çalışmalarının merkezi, Alman Standartlar Enstitüsü (DIN – Deutsches Institut für Normung e. V.) olup, ulusal, Avrupa ve uluslararası düzeyde teknik norm ve gerekliliklerin geliştirilmesinden sorumludur.

Ürünlerin Almanya ve AB pazarında sunulabilmesi için, ilgili AB mevzuatına uygun olması zorunludur. Bu mevzuatın bir kısmı ürünlerde CE işaretini zorunlu kılan düzenlemelerdir. CE işareti, ürünün sağlık, güvenlik ve çevre koruma gerekliliklerine uygun olduğunu gösterir. Üretici, ürünün bu gereklilikleri karşıladığını belgelemekle yükümlüdür; üretici Avrupa Birliği dışından ise bu sorumluluk yetkili temsilci veya ithalatçıya geçer.

Ayrıca ürün güvenliği alanında, Ürün Güvenliği Yasası (ProdSG) ile uyumlu olması beklenen ürünler için piyasa gözetimi yürütülmekte; federal eyaletlerin yetkili otoriteleri, teknik ve güvenlik standartlarına uygunluğu denetleyerek gerektiğinde ürün toplatma, geri çağırma veya yaptırım uygulama yetkisine sahiptir.

Her bir AB üyesi devlet, CE işaretinin doğru bir şekilde kullanıldığından ve CE işaretli ürünlerin tüketiciler için gerçekten güvenli olduğundan emin olmak için piyasa gözetim birimleri oluşturmuştur. AFC’nde piyasa gözetimi ve denetiminden sorumlu kuruluşlar ve bu kuruluşlar arasında koordinasyon hakkında bilgiye

(<https://www.baua.de/EN/Topics/Monitoring-evaluation/Market-surveillance-and-product-safety/Market-surveillance/Competences.html>) adresinden ulaşılabilir.

Buna ilaveten, yasal zorunluluk dışında, Almanya’da bazı sektörlerde kalite ve güvenlik işaretleri (örneğin GS – “Geprüfte Sicherheit” testi geçmiş güvenlik işareti gibi) yaygın olarak kullanılmakta ve ürünlerin güvenilirliğini artırmaktadır. Bu tür işaretler, özellikle mekanik veya elektrikli ürünlerde talep edilmekte olup, pazarda rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

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

## Avrupa Birliği'nin Ürönlere Dair Teknik Mevzuatı

Bir ürünün Avrupa Birliği (AB) pazarına girebilmesi için AB'nin tüzük, direktif vb. olarak adlandırılan (EURLEX internet sayfasından ulaşılabilen) teknik mevzuata uygun olarak üretilmesi ve piyasaya arz koşullarını sağlaması gerekmektedir. AB'nin teknik mevzuatı, tüm ürünler için temel kuralları belirleyen yatay mevzuatın yanı sıra, ürönlere ilişkin teknik düzenlemelerden (örn: oyuncaklar, makineler, asansörler, tıbbi cihazlar, yapı malzemeleri, kimyasallar vs.) oluşmaktadır. Bunun haricinde, AB içinde ortak bir düzenlemeye tabi olmayan (kırtasiye ürünleri, mobilyalar, saatler vs.) ürönlere ilişkin üye ülkeler kendi düzenlemelerini yapmakta serbesttir.

Ülkemiz, Gümrük Birliği gereğince AB'nin ürönlere dair teknik mevzuatını ve sistemini uyumlaştırmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye AB'nin CE İşareti, onaylanmış kuruluşlar, piyasa gözetimi ve denetimi, AB'nin ortak bir düzenlemesi olmayan alanda karşılıklı tanımaya dair kurallarını ve ürönlere ilişkin (sektörel) mevzuatını ulusal mevzuatına aktarmıştır. Ülkemiz, AB'nin ürönlere ilişkin mevzuatındaki güncellemeleri de takip ederek bilahare ulusal mevzuatına yansıtmaktadır.

Ülkemizde, AB mevzuatı kapsamında atanmış onaylanmış kuruluşların listesi ise güncel olarak AB'nin Yeni Yaklaşım Onaylanmış Kuruluş Bilgi Sistemi'nde (NANDO- <https://webgate.ec.europa.eu/single-market-compliance-space/home>) yayınlanmaktadır.

Sonuç olarak, ortak bir AB mevzuatı bulunan ürünler yönünden ulusal mevzuatımızı uyumlaştırdığımız ölçüde veya düzenlenmemiş alanda yer alan ürünler yönünden Türk ürünlerinin AB'de ilave test/belgelendirmeye ihtiyaç olmaksızın AB menşeli ürünlerle eşit muameleye tabi tutulması ve malların serbest dolaşımı ilkesi kapsamında ithalat kontrollerine tabi tutulmaması gerekmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de üretilen ürünler, AB'de üretilmiş ürönlere eşdeğer güvenlik ve kalite düzeyini sağlamaktadır. Ülkemizce uyum sağlanan AB mevzuatı ve ilgili yetkili kuruluşların irtibat bilgileri "Türkiye Ürün Kuralları Veri Tabanı"nda yer almaktadır; anılan Veri Tabanına <https://urunkurallari.ticaret.gov.tr/> adresinden erişim sağlayabilirsiniz.

AB teknik mevzuatına ilişkin ayrıntılı bilgi edinmek için ([abteknik@ticaret.gov.tr](mailto:abteknik@ticaret.gov.tr)) adresinden irtibata geçilebilmektedir. Ayrıca, Avrupa Birliği'nce hazırlanan ve ürün kurallarının uygulanmasına ilişkin bilgiler içeren güncel Mavi Rehber, Bakanlığımız tarafından Türkçeye çevrilerek üreticilerimizin, ilgili Bakanlıklarımızın, sivil toplum kuruluşlarımızın ve ilgili tüm paydaşların hizmetine sunulmuştur.

Mavi Rehber'e aşağıda yer alan adres üzerinden erişilebilmektedir:

(<https://ticaret.gov.tr/data/5dc55af713b87654fc017421/MAV%C4%B0%20REHBER%202022,,.pdf>)

AFC'nde ürün güvenliği ile ilgili temel bilgilere Gümrük Genel Müdürlüğü-Ürün Güvenliği bölümünden ulaşmak mümkündür

([https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/Goods/Product-safety-and-product-compliance/product-safety-and-product-compliance\\_node.html](https://www.zoll.de/EN/Businesses/Movement-of-goods/Import/Restrictions/Goods/Product-safety-and-product-compliance/product-safety-and-product-compliance_node.html)).

AB ürün gereklilikleri ile ilgili bilgiler ise

([https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/index_en.htm)) internet sayfasından temin edilebilir.

## AB ve Ürün Standartları

Bazı ürünler menşesine bakılmaksızın Avrupa Birliği'nin getirdiği zorunluluklar sebebiyle birtakım mevzuatla sınırlandırılmıştır. Diğer taraftan, bütün Birlik ülkeleri için özellikle adil rekabeti destekleyici çeşitli garanti sistemleri bulunmaktadır. ISO 9000 serisi kaliteyi garantileyen ve rekabet faktörünü ön plana çıkaran bir uygulamadır. Çevre üzerine ISO 14000 serisi ve iş sağlığı ve güvenliği amacıyla ISO 45001 sistemi önem kazanmıştır. GLOBALGAP (eski adıyla EUREPGAP) sertifikasının alınması zorunlu olmamakla birlikte ürün satın almada tercih nedenidir.

AB kuralları gereğince bazı sanayi ürünlerinin AB pazarına girebilmesi için AB teknik mevzuatına uyumlu olması gerekmektedir. CE işareti bu kapsamdaki uygulamalardan biridir. Birçok sanayi ürününde CE işareti ([https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking\\_en](https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking_en)) bulunması zorunludur. Ürünlerin, CE işaretli olarak piyasaya sunulmasından imalatçı sorumludur. Ancak, eğer imalatçı ya da imalatçının yetkili temsilcisi Avrupa Birliği içinde değilse, bu sorumluluğu ithalatçı yerine getirmek zorundadır. Diğer bir anlatımla, ithalatçı ithal ettiği ürünlerin AB mevzuatına uygunluğunu temin etmek zorundadır.

Ürünlerin piyasaya arz edilmesine ilişkin akreditasyon ve piyasa gözetimi ve denetimi işlemleri AB'nin 765/2008/EC sayılı Tüzüğü ile 2019/1020/EU sayılı Tüzüğü'ne göre yürütülmektedir. Anılan mevzuat, AB gümrüklerinde kontrolleri, CE İşareti ve akreditasyonunun yanı sıra üye devletlerde piyasa gözetimi ve denetimine yönelik hükümler ihtiva etmekte olup, üye ülkeler tarafından işbirliği içinde uygulanmaktadır.

AB genelinde gıda ile ilgili genel prensiplerin ve temel düzenlemelerin çerçevesini belirleyen 178/2002/EC sayılı Tüzük doğrultusunda Genel Gıda Yasası uygulanmaktadır. 2002 tarihli düzenlemeyle, aynı zamanda, AB Gıda Güvenliği Otoritesi kurularak gıda güvenliği konusunda uygulanması zorunlu prosedürler belirlenmiştir. Genel Gıda Yasası, gıdaların izlenebilirliği konusunda da hükümler içermektedir ve düzenlediği ana başlıklar Ocak 2005 tarihinde uygulamaya girmiştir.

AB genelinde tarım ürünlerinin piyasaya arzına ilişkin ortak kuralları 1308/2013/EU ve 1379/2013/EU sayılı Tüzükler belirlemektedir.

Üçüncü ülkelerden ithal edilen taze meyve ve sebzelerin sevkiyatının AB pazarlama standartları ve diğer eşdeğer standartlara uygun olması gerekmektedir. Bu yönde, 2023/2429 sayılı Tüzük taze meyve ve sebze ithalatı ile ilgili genel ve spesifik pazarlama standartlarını belirlemektedir.

## Test Etme, Muayene ve Belgelendirme

Almanya'da uygulamada bulunan standartlar hakkında bilgiye Alman Standartlar Enstitüsü (DIN) internet sitesinden (<https://www.din.de/en>) ulaşılabilir.

DIN tarafından işletilen "Alman Teknik Kurallar Bilgi Merkezi (Deutsches Informationszentrum fuer technische Regeln-DITR) ise Almanya'daki teknik düzenlemeler ve standartlar hakkında bilgi sağlayan bir merkezdir (<https://www.dinsoftware.de/de/normeninformationen/ditr-datenbank>; <https://www.din.de/en>)

DITR e-posta: [postmaster@din.de](mailto:postmaster@din.de)

## Uygunluk Değerlendirme

### AB ve Uygunluk Değerlendirme

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

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

AB üyesi ülkelerin uygunluk değerlendirme kuruluşları listesi AB Komisyonu web sitesinde yer almaktadır (NANDO- <https://webgate.ec.europa.eu/single-market-compliance-space/home>).

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

## Ambalaj, Paketleme ve Etiketleme

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

Almanya'da "Ambalaj Yasası" 2019 yılı itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Anılan yasanın temel amacı, ambalajların çevreye verdiği zararı en aza indirmektir. Özellikle, ambalajlanmış ürün üreticileri ve distribütörleri ilgili yasadaki etkilenmektedir. Almanya Ambalaj Yasasına yönelik uygulamalar Avrupa Birliği'nin 94/62/EC sayılı Ambalaj Mevzuatına uygun bir biçimde kademeli olarak hayata geçirilmiştir. Bununla birlikte, ambalajlama ile ilgili AB'nin 94/62/EC sayılı Direktifini yürürlükten kaldıran 2025/40 sayılı Tüzük 22 Ocak 2025 tarihli AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanmış olup, 11 Şubat 2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Tüzük, belirli istisnalar dışında 94/62/EC sayılı Direktifi 12 Ağustos 2026 tarihinden itibaren yürürlükten kaldırmaktadır. Öte yandan, 3 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla AB mevzuatında yer alan "Tek Kullanımlık Plastik Mevzuatı" ((EU)2019/904) ve "Atık Çerçeve Mevzuatı" da (2008/98/EC-2018/851/EC) Almanya tarafından iç mevzuata aktarılmıştır.

Söz konusu Ambalaj Yasası kapsamında, 3 Temmuz 2021 tarihi itibarıyla, çevrede sıklıkla atıklarına rastlanan tek kullanımlık plastik ürünlerin kullanımına yasak getirilmiştir. Bu doğrultuda, genişletilmiş polistirenden oluşan tek kullanımlık bıçak, tabak, pipet, kulak pamuğu, balon çubuğu ve içecek kaplarının dolaşıma sürülmesine müsaade edilmemektedir. Kullanımına izin verilen ürünler arasında farklı içecek kapları, ıslak mendiller, hijyenik pedler ve filtreli tütün ürünleri yer almaktadır. Ancak, Tek Kullanımlık Plastik Etiketleme Yönetmeliği

çerçevesinde, anılan ürünlerin ambalajında uyarıcı bir etiket bulunması şartı getirilmiştir. Söz konusu etiketin, ilgili ürünün plastik oranı ve çevreye uygun olmayan bir biçimde imha edildiğinde doğacak sonuçlara yönelik bilgi içermesi beklenmektedir. Aynı zamanda belirtilen tarih itibarıyla nihai satıcıların, özel ve ticari nihai tüketicileri ambalajı iade etme seçeneklerine, anlamına ve önemine yönelik bilgilendirme yükümlülüğü bulunmaktadır.

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

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

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

1 Ocak 2023 tarihi itibarıyla ise, tek kullanımlık gıda ambalajlarına alternatif olarak, yeniden kullanılabilir ambalajların kullanılması şartı getirilmiştir. Anılan ambalajların üzerinde tüketiciyi uyarıcı etiketlerin bulunması gerekmekte olup, tek kullanımlık ürünlerin fiyat segmentinde sunulması öngörülmektedir. Buna karşın, 80 m<sup>2</sup> altında ve azami 5 çalışan istihdam eden işletmeler için yeniden kullanılabilir ambalaj sunma zorunluluğu bulunmamaktadır. Anılan türdeki işletmeler farklı alternatifler ile satışlarını sürdürebilmektedir.

Sonuç itibarıyla, Ambalaj Yasasının ana aktörleri üreticiler ve üretici olarak tanımlanan satıcı veya distribütörler olmaktadır. Bu çerçevede, üreticilerin ilgili yasa kapsamında birçok sorumluluğu yerine getirmesi beklenmektedir. Sorumluluklar arasında, Ambalaj Sicil kaydının ve sisteme katılımın sağlanması, ambalaj atıklarının geri alınması, geri dönüştürülmesi ve düzenli olarak ambalaj miktarlarının bildirilmesi yer almaktadır. Ambalaj Yasasının ihlal edilmesi durumunda, 200.000 avroya kadar para cezası öngörülmektedir. Ayrıca, üretici

yükümlülüklerine ilişkin olarak, sistem katılımını gerektiren ambalajlar (B2C) ile sistem katılımını gerektirmeyen ambalajlar (B2B, nakliye ambalajları ve diğer ambalajlar) arasında ayırım yapılmaktadır. Sistem katılımını gerektiren ambalajlara yönelik yerine getirilmesi gereken sorumluluklar diğer ambalaj türlerine göre daha yüksektir (<https://www.verpackungsregister.org/en/>).

Ürün etiketleme yükümlülüğü, Almanya ve Avrupa'da yasalarla güvence altına alınmıştır. Ürünlerin veya ambalajlarının üzerinde ürün özelliklerinin belirtilmesi, öncelikle insanların ve çevrenin korunmasına hizmet etmektedir. Aynı zamanda ürün etiketleme üreticinin kalite kontrolünü sağlamak, ürün sorumluluğunu garanti altına almak ve ticaretin önündeki engelleri azaltmak için kullanılır.

Avrupa Birliği'nde ve Almanya'da ürünlerin işaretlenmesi, etiketlenmesi ve ambalajlanmasına ilişkin çeşitli AB mevzuatı bulunmaktadır (<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/labelling-and-packaging>). Yasal gereklilikler, sektöre bağlı olarak değişen çok sayıda yönetmelikten oluşmaktadır.

### AB ve Ambalaj, Paketleme, Etiketleme

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

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

- Tüzük 2025/40/EC; Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü, AB pazarına arz edilen tüm ürünlerin ambalajlarına dair eko-tasarım kuralları,
- Tüzük 1272/2008/EC (CLP); madde ve karışımların sınıflandırması, etiketlenmesi ve ambalajlanması hakkında kurallar,
- Tüzük 2022/1616/EC; gıda ile temas eden geri dönüştürülmüş plastik materyallerin pazara giriş koşulları ve geri dönüşüm teknolojilerine ilişkin kurallar,
- Direktif 94/62/EC (OJ L-365 31/12/1994); paketleme ve paket artıklarına dair genel kurallar. *(Ambalajlama ile ilgili AB'nin 94/62/EC sayılı Direktifini **kademeli** olarak yürürlükten kaldıran 2025/40 sayılı Tüzük 22 Ocak 2025 tarihli AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanmış olup, 11 Şubat 2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 94/62/EC bazı hükümleri yönünden bir süre daha uygulanacaktır.)*
- Tüzük 1935/2004/EC (OJ L-338 13/11/2004); gıda maddeleriyle temas eden malzemelere dair özel kurallar.
- Tüzük 2016/2031 (OJ L 317, 23/11/2016); ağaç ve diğer bitkilerden yapılan paketlere uygulanacak bitki sağlığı kuralları.

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

AB, üye ülkelerde gönüllülük esasına bağlı olarak, 66/2010/EC sayılı Tüzük ile Çevre Etiketleri (Eco-label) düzenlemesi geliştirmiştir. Çevre Etiketleri ile ilgili bilgi ([https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel\\_en](https://environment.ec.europa.eu/topics/circular-economy/eu-ecolabel_en)) bağlantısından edinilebilir.

Ürün etiketlemesine ilişkin en bilinen ulusal ve uluslararası yasa ve yönetmelikler; “Gıda Bilgi Yönetmeliği, Elektromanyetik uyumluluğa ilişkin CE direktifi, Kozmetik Yönetmeliği, Tıbbi cihazlara ilişkin CE Tüzüğü, Ürün Güvenliği Yasası (ProdSG), Tekstil Etiketleme Yönetmeliği”dir.

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

Sözkonusu bilgiler, aşağıdaki internet adreslerinden temin edilebilir:

- EU Labels  
([https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/eu-labels\\_en](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/product-safety-and-requirements/eu-labels_en))
- Product Labelling and Packaging  
(<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/labelling-and-packaging>)
- Alman Paketleme Yasası VerpackG (<https://verpackungsgesetz-info.de/en/>)

### **Gıda Ürünlerinde Etiketleme:**

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

- Bundesverband der Lebensmittelkontrolleure Deutschlands-BVLK  
E-posta: [lebensmittelkontrolle@bvlk.de](mailto:lebensmittelkontrolle@bvlk.de)  
İnternet: <http://www.lebensmittelkontrolle.de>

### **Yeşil Nokta Sistemi:**

Ambalajların geri kazanılmasını sağlayan bir sistemdir. Yeşil Nokta işareti taşımayan nakliye ve tüketici ambalajlarının Almanya’ya ithali mümkün değildir. Almanya’da Yeşil Nokta sembolünün kullanılabilmesi için, üretici veya ithalatçının, ürünün paketleme türü ve miktarına bağlı olarak bir ücret ödemesi gerekmektedir. Konuya ilişkin olarak ihracatçılarımızın Almanya’daki ithalatçıları veya “Duales System Deutschland GmbH (DSD)” ile temasa geçmelerinde yarar bulunmaktadır ([www.gruener-punkt.de](http://www.gruener-punkt.de)).

### **Teknik Engeller**

Piyasaya arz edilen tüm ürünlerin güvenli ve kaliteli olmasını sağlamak ülkelerin en temel öncelikleri arasındadır. Bu amaçla, ürünlerin uyması gereken teknik kriterler (standartlar ve teknik düzenlemeler) ile ürünlerin bu kriterlere uygun üretildiğini belgeleyen uygunluk değerlendirmesi işlemlerine günümüzde daha fazla başvurulmaktadır. Standartlar, teknik düzenlemeler ve uygunluk değerlendirmesi prosedürleri, sınai, ekonomik ve ticari gelişmeye katkıda bulunan, insan can ve mal güvenliğini korumayı amaçlayan, modern ekonominin ve standardizasyon sisteminin temel taşlarıdır.

Bununla birlikte, standartlar, teknik düzenlemeler ve uygunluk değerlendirmesi işlemleri çoğu zaman insan sağlığı ve güvenliği gibi meşru amaçların ötesinde ticarete teknik engeller olarak adlandırılan ve uluslararası ticaretin serbest akışını olumsuz etkileyen engellere yol açmaktadır. Uluslararası kabul görmüş standartlardan farklı teknik kriterler belirlenmesi ve

gerektiğinden katı test ve belgelendirme işlemlerinin zorunlu kılınması bu alandaki en önemli sorunlardır. Şeffaf bir şekilde kabul edilmeyen ve uygulanmayan bu düzenlemeler ihracatçı firmalar açısından ek külfet ve maliyetlere de yol açmakta ve rekabet edebilirliklerini güçleştirmektedir. İhracatta karşılaştığımız ticarete teknik engellerin önlenmesi, sürdürülebilir ihracat artışının sağlanması açısından da önemlidir.

Bu kapsamda, T.C. Ticaret Bakanlığı Ürün Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürlüğü internet sayfasında konu ile ilgili ayrıntılı bilgi mevcuttur (<https://teknikenqel.ticaret.gov.tr/>). Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesi, ihracatçılarımızın ticarete teknik engeller alanında yararlanacağı ve etkin olarak kullanacağı temel bir platform olarak yapılandırılmıştır. Bu çerçevede; ihracata konu ülkenin ticarete teknik engeller uygulamaları hakkında bilgi sahibi olunabilmekte, ihtiyaç duyulan ülke mevzuat ve uygulamaları hakkında ilave bilgiler Bakanlığımızdan talep edilebilmekte ve ihracatta karşılaşılan ticarete teknik engeller interaktif olarak Bakanlığımıza bildirilebilmektedir. Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesine üyelik suretiyle ilgilenilen ülke ve ürün gruplarına ilişkin taslak düzenlemeler e-posta ile günlük olarak gönderilmektedir. Ayrıca, firmalarımız ihracatlarını olumsuz etkileyebilecek diğer ülke düzenlemelerini taslak aşamasında öğrenip yorum yapabilmektedir. Ticarete Teknik Engeller İnternet Sitesine üyelik ücretsizdir.

Almanya ile ilgili bilgilere, söz konusu sitenin (<https://teknikenqel.ticaret.gov.tr/almanya>) bağlantısından ulaşılması mümkündür.

## 2. PAZARIN ÖZELLİKLERİ

### Fikri ve Sınai Mülkiyet Hakları

Almanya Federal Cumhuriyeti'nde fikri mülkiyet sıkı bir biçimde koruma altına alınmıştır. Bu koruma fikri mülkiyet haklarının tescili ile gerçekleşir (Alman Patent Yasası; [Patentgesetz \(PatG\)](#) Patent Yönetmeliği; [Patentverordnung \(PatV\)](#)).

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

#### AB ve Fikri Sınai Mülkiyet Hakları

AB, fikri ve sınai mülkiyet haklarının etkin şekilde korunmasını sağlamak ve üye devletler arasında tutarlı bir uygulama tesis etmek amacıyla kapsamlı bir yasal çerçeve geliştirmiştir. 1 Haziran 2023 tarihinde yürürlüğe giren ve geliştirilmiş iş birliği kapsamında bir grup üye devleti kapsayan üniter patent sistemi ile, birden fazla AB ülkesinde patent korumasının tek ve sadeleştirilmiş bir prosedürle sağlanması mümkün hale gelmiştir.

([https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/patent-protection-eu/unitary-patent-system\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/industry/strategy/intellectual-property/patent-protection-eu/unitary-patent-system_en))

AB ayrıca, Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) üyesi olup, Ticaretle İlgili Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması (TRIPS) başta olmak üzere uluslararası fikri mülkiyet düzenlemelerinin tarafıdır. AB'nin akdettiği ticaret anlaşmalarında da fikri mülkiyet haklarına ilişkin kapsamlı hükümlere yer verildiği görülmektedir.

Avrupa Birliği Fikri Sınai Mülkiyet Hakları Ofisi-EUIPO, AB markaları, tescilli topluluk tasarımları, zanaat ve sanayi ürünlerine yönelik coğrafi işaretler ile fikri mülkiyet alanında Avrupa'da ve uluslararası arenada iş birliğini yönetmekten sorumlu bir AB kuruluşudur. Ayrıca, Fikri Mülkiyet Haklarının İhlallerine İlişkin Avrupa Gözlemevi'ni (European Observatory on Infringements of Intellectual Property Rights) yönetmekle görevlidir. Bu kuruluş, ulusal ve bölgesel faaliyet gösteren Fikri Sınai Mülkiyet Ofisleri, kullanıcı grupları, Avrupa Komisyonu, Avrupa Parlamentosu ve diğer uluslararası kuruluşlarla ortak çalışmaktadır (<https://euipo.europa.eu/>).

Almanya'da teknik ve ticari yenilikler ile ilgili fikri mülkiyet haklarının korunması, DPMA'ya yapılacak bir başvuru ile patent, faydalı model, marka ve dizayn şeklinde tescil ettirilebilir (Patent Application; <https://www.dpma.de/english/patents/application/index.html>).

Fikri mülkiyet haklarının tescilinde Almanlar ve yabancılar için aynı şartlar geçerlidir. Ancak, Almanya'da ikametgahı ve oturumu olmayanların başvurularının imzalanması için vekaleten bir patent avukatının bulunması gerekmektedir (Patent Avukatları Odası-Patentanwaltskammer; <http://www.patentanwalt.de>, Federal Patent Mahkemesi-Bundespatentgericht; <https://www.bundespatentgericht.de>).

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

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

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

## **Dağıtım Kanalları**

Almanya pazarına ihracat yapmak isteyen firmalar açısından, uygun dağıtım kanalının seçimi pazara giriş stratejisinin temel unsurlarından birini oluşturmaktadır. Almanya'da ithal ürünlerin dağıtımı; ithalatçılar, distribütörler, toptancılar, ticari acenteler, perakende zincirleri, elektronik ticaret platformları ile doğrudan satış veya yerel şirket kurulması gibi farklı kanallar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Kanal tercihi; ürünün niteliği, hedef müşteri kitlesi, fiyatlandırma politikası ve lojistik kapasiteye bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Başlıca dağıtım modelleri aşağıda belirtilmiştir:

### **İthalatçı veya Distribütör Ağı:**

Almanya'daki ithalatçılar ve distribütörler, yabancı menşeli ürünlerin pazarda dağıtımında kritik rol oynar. İhracatçı firmalar, yerel distribütörler ile anlaşarak ürünlerini bu firmaların mevcut tedarik zincirleri ve müşteri ilişkileri üzerinden Alman toptan ve perakende kanallarına ulaştırabilirler. Distribütörler, aynı zamanda gümrük, stok ve lojistik süreçlerinde de aracılık sağlarlar; bu nedenle distribütör seçimi pazara giriş stratejisinin temel unsurlarındandır.

### **Toptancılar:**

İthal ürünlerin ülke genelinde yaygın dağıtımında önemli bir rol oynamaktadır. Toptancılar, üretici veya ithalatçılardan temin ettikleri ürünleri perakendecilere, zincir mağazalara, kurumsal alıcılara ve zaman zaman sanayi kullanıcılarına ulaştırmaktadır. Bu yapı, özellikle pazara yeni giren ihracatçı firmalar açısından, mevcut dağıtım ağlarına hızlı erişim ve lojistik maliyetlerin azaltılması açısından avantaj sağlamaktadır.

### **Ticari Acenteler:**

Alman ticaret acenteleri (commercial agents), ihracatçılar adına pazarlama, satış ve müşteri ilişkileri faaliyetlerini yürütürler. Bu acenteler, genellikle yabancı üretici ile Alman alıcı arasında bağlantı kurarlar ve belirli bölgelerde özel veya gayri özel temsil yetkisi ile faaliyet gösterebilirler. Ticari acente ilişkileri, Alman Ticaret Kanunu kapsamında düzenlenmektedir ve ihracatçılara pazar penetrasyonunda esneklik sunar.

### **Doğrudan Perakende ve Zincir Mağazalar:**

Almanya'nın geniş perakende yapısı, ihracatçı firmalar için doğrudan satış imkanları da sağlar. Büyük perakende zincirleri ve süpermarket grupları, doğrudan üreticiden tedarik yapmayı tercih edebilmektedir; bu durum, aracı maliyetlerini azaltırken ihracatçıya ürün kontrolleri ve pazarlama süreçlerinde daha fazla söz hakkı verir.

### **E-Ticaret Platformları:**

Dijital satış kanalları, Almanya pazarına girişte giderek önem kazanmaktadır. Yerel veya uluslararası pazaryerleri (örneğin Amazon, eBay, Otto vb.), ihracatçı firmalara düşük giriş engeli ile doğrudan tüketiciye ulaşma olanağı sunar; bununla birlikte bu platformlarda satış yapabilmek için söz konusu platformların ticari ve lojistik gerekliliklerine uyum sağlanması zorunludur.

### **Kendi Dağıtım Ağı veya Şirketini Kurma:**

İhracatçı, Almanya'da doğrudan kendi lojistik ve satış ağını kurmayı seçebilir; bu, depolama, sevkiyat ve satış sonrası hizmetler üzerinde daha fazla kontrol sağlar ancak başlangıçta daha yüksek yatırım ve idari süreç gerektirir. Resmi düzenlemeler kapsamında, yabancı firmaların Alman pazarında faaliyet gösterebilmesi için gerekli ticari kayıt ve uyum süreçlerine riayet etmeleri zorunludur.

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

- Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V.-Federal Toptancı, Dış Ticaret ve Hizmetler Birliği:  
E-Posta: [info@bga.de](mailto:info@bga.de)  
İnternet: [www.bga.de](http://www.bga.de)
- Handelsverband Deutschland - HDE e.V.-Alman Ticaret/Perakendeciler Birliği:  
E-Posta: [hde@einzelhandel.de](mailto:hde@einzelhandel.de)  
İnternet: <http://www.einzelhandel.de/>
- Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE)-Alman Perakendecileri Dış Ticaret Birliği:  
E-Posta: [info@ave-intl.de](mailto:info@ave-intl.de)  
İnternet: <http://www.ave-international.de/>
- Centralvereinigung Deutscher Wirtschaftsverbände für Handelsvermittlung und Vertrieb CDH) e.V.- Alman Ticari Aracılar ve Satış Dernekleri Merkez Birliği:  
E-Posta: [centralvereinigung@cdh.de](mailto:centralvereinigung@cdh.de)  
İnternet: [www.cdh.de](http://www.cdh.de)
- Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)-Federal E-Ticaret Birliği:  
E-Posta: [info@bevh.org](mailto:info@bevh.org)  
İnternet: <https://www.bevh.org/>

## Tüketici Tercihleri

Almanya’da tüketici tercihleri; kalite, ürün güvenliği, fiyat-performans dengesi ve sürdürülebilirlik ilkeleri etrafında şekillenmektedir. Resmi kaynaklar ve pazar analizleri, Alman tüketicilerin uzun ömürlü, standartlara uygun ve güvenilir ürünlere öncelik verdiğini; ürünlerin yasal düzenlemelere, teknik standartlara ve etiketleme yükümlülüklerine uygunluğunun satın alma kararlarında belirleyici bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Pandemi döneminde artan tasarruf eğilimi, kısıtlamaların kaldırılmasıyla birlikte yerini tüketim harcamalarında artışa bırakmıştır. Bu süreçte özellikle seyahat, konaklama ve eğlence başta olmak üzere özel tüketim harcamalarında belirgin bir yükseliş gözlemlenmiştir. Bununla birlikte, hanehalkı gelirlerinin yarısından fazlası barınma, beslenme ve giyim gibi temel ihtiyaçlara ayrılmakta; ulaşım, serbest zaman ve çeşitli hizmet harcamaları da önemli bir pay oluşturmaktadır. Günlük yaşamda pratikliği nedeniyle otomobil kullanımı Alman tüketiciler için vazgeçilmez bir unsur olmayı sürdürmektedir.

Enerji maliyetleri ve çevresel hassasiyetler, tüketici tercihleri üzerinde giderek daha belirleyici hâle gelmektedir. Alman tüketiciler, ısınma ve enerji giderlerini azaltmaya yönelik çözümlere önem vermekte; bu kapsamda uzun vadede maliyet avantajı sağlayan, başlangıçta yüksek yatırım gerektiren yeni ısınma sistemlerine ve özellikle yenilenebilir enerji çözümlerine yönelmektedir. Rusya-Ukrayna savaşı sonrasında artan enerji ve gaz maliyetleri, hem kamu hem de özel sektörde tasarruf ve verimlilik odaklı tedbirlerin yaygınlaşmasına yol açmıştır.

Almanya’da haftalık veya aylık düzenli alışveriş alışkanlığı yaygın olmakla birlikte, pandemi sürecinde zorunlulukla artan e-ticaret kullanımı kalıcı bir davranış hâline gelmiştir. Bu gelişmenin sonucu olarak e-ticaretin toplam ticaret hacmi içindeki payı artmış ve sektör cirosu 100 milyar avronun üzerine çıkmıştır. E-ticaret, klasik perakendeye kıyasla daha hızlı büyümekte; bu durum, uluslararası zincirler, markalar ve düşük fiyatlı çevrim içi rakiplerle rekabet etmek zorunda kalan geleneksel perakendeciler ve büyük mağazalar üzerinde baskı oluşturmaktadır.

İnternet üzerinden alışverişte giyim, elektrikli ve telekomünikasyon ürünleri ile bilgisayar aksesuarları öne çıkarken; ayakkabı, kitap ve elektronik gibi bazı segmentlerde klasik perakendeciler, rekabet güçlerini artırmak amacıyla danışmanlık hizmetleri veya kişiselleştirilmiş ürünler sunmaya yönelmektedir. Buna karşılık, gıda, yapı ve bahçe malzemeleri ile mobilya gibi ürün gruplarında Alman tüketiciler, ürün kalitesini yerinde değerlendirme ihtiyacı ve satın alma sıklığı gibi nedenlerle hâlen ağırlıklı olarak geleneksel perakendeyi tercih etmektedir.

Dijitalleşme eğilimi, sabit perakende ile çevrim içi ticaret arasındaki entegrasyonu güçlendirmiştir. Çok kanallı satış modelleri, özellikle pandemi sonrasında yaygınlaşan “Click & Collect” uygulamalarıyla önem kazanmıştır. Ödeme alışkanlıkları da giderek dijitalleşmekte; self-checkout kasalar ile nakitsiz ödeme yöntemlerinin kullanımı artmaktadır. Bunun yanı sıra, perakende sektöründe elektronik fiyat etiketleri yaygınlaşmış olup, gıda perakendesindeki mağazaların büyük bir kısmı bu sistemi kullanmaktadır.

Sonuç olarak, Almanya pazarında başarılı olmayı hedefleyen firmaların, tüketici tercihlerinin temelini oluşturan kalite, güvenlik, şeffaflık, sürdürülebilirlik ve dijital uyum beklentilerini dikkate alarak ürün ve pazarlama stratejilerini şekillendirmeleri önem arz etmektedir.

## **Satış Teknikleri ve Satışı Etkileyen Faktörler**

Gerçek ve sanal dünyanın iç içe geçtiği günümüz koşullarında, pazarlama ve satış yöntemlerinin de bu koşullara göre şekillendirilmesi kaçınılmaz bir durumdur. Ürün pazarlarken tek bir dağıtım kanalı yeterli olmamakta, mağaza, sosyal medya, web sitesi, büyük pazar yerleri, fuarlar, franchise ve karşılaştırma siteleri gibi çeşitli kanalların kullanımı avantaj sağlamaktadır. Birkaç yıl öncesine kadar doğrudan satışlar çoğunlukla yüz yüze yapılırken, online satışlar, klasik satış anlayışını altüst etmektedir.

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

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

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

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

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

Almanya'da ithalatçı ve tüketicilerin özellikle ithal ürünlerde ürün kalite ve fiyat performansı yanında tedarik süreçlerinde devamlılığa ve satış sonrası servis sağlayabilen firmalara öncelik

verdikleri bilinmektedir. Bu sebeple hizmet kalitesinin yanında ürün garanti ve devamlılığının sağlanabilmesini teminen firmalarımızın Almanya’da şirket, şube ya da bayilik sistemi kurlmaları ve bu şekilde satış sonrası hizmet vererek hızlı bir şekilde müşteri taleplerine cevap verebilmelerinin hem firmalarımız hem de “Türk Malı” imajını sağlamlaştıracığı değerlendirilmektedir.

### **Hidrojen Stratejisi:**

İddialı enerji ve iklim hedefleri belirleyen AFC’de, bu hedeflere ulaşmak için enerji verimliliğini arttırmak amacıyla, 10 Haziran 2020 tarihinde Federal Hükümet tarafından iklim dostu hidrojen teknolojilerinin kullanımını sağlamak üzere, “Ulusal Hidrojen Stratejisi” kamuoyuna duyurulmuştur. Söz konusu strateji kapsamında Almanya, hidrojen teknolojilerinde küresel liderliği sağlayabilmeyi ve dünyanın en gelişmiş hidrojen teknolojisi tedarikçisi olmayı hedeflemektedir.

Temmuz 2023’te Federal Hükümet, Ulusal Hidrojen Stratejisini güncellemiştir. Buna ek olarak, hidrojen ve türevleri için Ulusal Hidrojen Stratejisini tamamlamak üzere İthalat Stratejisi açıklanmıştır (<https://www.bmwk.de/Navigation/EN/hydrogen/home.html>). Zira hidrojen ve türevlerine yönelik ulusal talebin 2030 yılına kadar 95 ila 130 TWh arasında olması ve hidrojen ürünlerinin yaklaşık %50 ila 70’inin (45 ila 90 TWh) ithal edilmesi beklenmektedir. İthalat oranının 2030 yılından sonra de artmaya devam edeceği varsayılmaktadır. Bu alandaki ithalat stratejisinin temel amacı Almanya’nın hidrojen ve türevlerine yönelik talebinin karşılanması ve tedarik zincirinin sürdürülebilirliği ve güvenliğinin sağlanmasıdır.

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

### **Dijitalleşme:**

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

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

Bu süreçte dijital dönüşüm sadece yeni ürün ve hizmetler sunmakla kalmamakta, aynı zamanda yeni cevaplar ve çözümler de talep etmektedir. Akıllı ağ oluşturma, güçlü bir veri altyapısı ve ekonomide mümkün olan en yüksek BT güvenliği gibi konular ön plana çıkmakta, dijital egemenlik ve sürdürülebilirlik, Alman ve Avrupa dijital politikasının ana motifleri haline gelmektedir. Bu kapsamda firmalarımızın da uluslararası rekabet koşullarına uyum sağlamasını teminen dijital altyapılarına yatırım yapmalarının önem arz etmektedir (<https://www.bmwk.de/Redaktion/EN/Dossier/digitalisierung.html>).

### **Tedarik Zincirleri:**

Federal Almanya'da "Tedarik Zinciri Özen Yükümlülüğü Yasası" 1 Ocak 2023 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Yasa, Alman firmalarına, küresel tedarik zincirlerinde insan haklarına ve çevresel standartlara saygılı olma sorumluluğu getirmektedir. Yasa sadece Alman firmalarını değil, Alman firmaları ile iş yapan ve tedarik zincirinde yer alan tüm firmaları etkilemektedir (<https://www.bmas.de/EN/Europe-and-the-World/International/Supply-Chain-Act/supply-chain-act.html>).

Yasa, küresel tedarik zincirlerinde insan hakları ve çevrenin korunmasını hedeflenmektedir. Çocuk işçiliğinin ve zorla çalıştırmanın yasaklanması gibi temel insan hakları standartlarının uygulanması ve aynı zamanda çevrenin korunması büyük önem arz etmektedir. Bu minvalde, Alman firmalarının kendi tedarik zincirlerine ilişkin sorumluluk üstlenmeleri ve çalışan haklarının korunmasına yönelik özen göstermeleri zorunludur. Buna göre, 2023 yılı Ocak ayından itibaren 3.000'den fazla çalışanı olan firmalar açısından yürürlüğe giren yasanın uygulama alanı, 2024 yılından itibaren 1.000'den fazla çalışanı olan firmayı kapsayacak şekilde genişletilmiştir.

Yasaya uyulup uyulmadığı Federal Ekonomi ve İhracat Denetim Kurumu (BAFA) ve yerleşik bir otorite tarafından kontrol edilmektedir ([https://www.bafa.de/EN/Supply\\_Chain\\_Act/Overview/overview\\_node.html](https://www.bafa.de/EN/Supply_Chain_Act/Overview/overview_node.html)).

İlgili kontroller şirket raporları ve intikal eden şikayetler çerçevesinde gerçekleştirilmekte ve anılan yasaya uyulmaması durumunda, firmalara para cezası uygulanmakta veya ilgili firmaların kamu alımlarına katılması kısıtlanabilmektedir.

### **Kamu İhaleleri**

Almanya'da kamu ihaleleri, hem Avrupa Birliği (AB) kamu alım mevzuatı hem de ulusal düzenlemeler çerçevesinde yürütülmektedir. Kamu alımları, rekabetin korunması, eşit muamele, şeffaflık ve kamu kaynaklarının verimli kullanımı ilkeleri doğrultusunda tasarlanmıştır; bu çerçevede hem federal hem de eyalet ve yerel düzeydeki idareler ürün, hizmet ve yapım işleri için açık ve rekabetçi süreçler uygulamakla yükümlüdürler.

Mevzuat sistemi, AB kökenli eşik değerlerin üzerinde kalan ihaleler için AB kamu alım direktifleri ile uyumlu prosedürleri öngörür; eşik değerlerin altında kalan alımlar için ise ulusal düzenlemeler geçerli olmaktadır. Bu çerçevede, yapım işleri, mal ve hizmet alımları ile sektörlere özgü tedarik sözleşmeleri farklı ihale yönetmelikleri ve yasal düzenlemeler tarafından ayrıntılı olarak düzenlenmektedir.

Almanya'da kamu ihalelerinde "e-ihale (eProcurement)" uygulamaları ülke genelinde yaygınlaşmıştır; özellikle AB eşik değerlerinin üzerindeki sözleşmelerde ihale ilanlarının ve tekliflerin tamamen dijital platformlar üzerinden yayımlanması ve sunulması zorunludur. Bu dijital dönüşüm, süreçlerin şeffaflığını ve erişilebilirliğini artırmakta ve hem ihale makamları hem de firmalar için etkinlik sağlamaktadır.

Kamu ihaleleri ekonomik açıdan önemli bir paya sahiptir; Alman Federal İstatistik Ofisi (Destatis) verilerine göre, 2024 yılında federal, eyalet ve yerel makamlar tarafından toplam

yaklaşık 199.334 kamu sözleşmesi verilmiş ve yaklaşık 135,2 milyar avro tutarında kamu alımı gerçekleştirilmiştir

([https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Oeffentliche-Finanzen/Vergabestatistik/\\_inhalt.html](https://www.destatis.de/DE/Themen/Staat/Oeffentliche-Finanzen/Vergabestatistik/_inhalt.html)).

Kamu alımlarına katılmak isteyen firmalar, ihale ilanlarına resmi portallar üzerinden erişebilir (başlıca platformlar için:

<https://ticaret.gov.tr/data/6597e3cd13b876fb4cb7703c/Almanya%20Federal%20Cumhuriyeti%20%C4%B0hale%20Portallar%C4%B1.pdf>).

Federal Konsey (Bundesrat), kamu ihale mevzuatını daha esnek, hızlı ve dijital hale getirmek amacıyla yeni bir kamu ihale hızlandırma yasasını 8 Mayıs 2026 tarihinde onaylamıştır. Bu düzenleme ile özellikle düşük tutarlı sözleşmeler için doğrudan sipariş sınırının artırılması gibi kolaylaştırıcı tedbirler getirmeyi, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) için daha dostane bir yapıyı hedeflemektedir:

1 Temmuz 2026 tarihinde yürürlüğe girecek olan “Kamu İhale Hızlandırma Yasası”, ekonomiyeye yılda yaklaşık 100 milyon Avro, kamu yönetimine ise 280 milyon Avro tasarruf sağlayacaktır. Belgelendirme gereklilikleri azaltılacak, ihale dokümanları sadeleştirilecek ve doğrudan sözleşmeler yoluyla bürokrasisiz alım yapılabilmesi için değer sınırları artırılabilecektir. Ayrıca, kamu kurumları arasındaki iş birliği de kolaylaştırılacaktır. Bu durum özellikle federal hükümet, eyaletler ve belediyeler arasında dijitalleşme alanındaki iş birliği açısından önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra, KOBİ'lerin ve start-up'ların kamu ihalelerindeki rekabet şansları da artırılabilecektir.

Yasaya ilişkin detaylı bilgilere aşağıda sunulan linklerden ulaşılabilir:

- (<https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Schlaglichter-der-Wirtschaftspolitik/2025/10/02-das-vergabebeschieunigungsgesetz.html>)
- (<https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/EN/Dossier/public-procurement.html>)
- (<https://www.bundeswirtschaftsministerium.de/Redaktion/DE/Pressemitteilungen/2025/08/20250806-bundesregierung-beschliesst-entwurf-fuer-vergabebeschieunigungsgesetz.html>)

### 3. ÖNEMLİ SEKTÖRLER

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

#### Tarım ve Hayvancılık

Federal Gıda, Tarım ve Yurt Bakanlığı tarafından yayımlanan 2024 yılı verilerine göre, Almanya topraklarının %50,3'ü tarım, %31,2'si ise ormancılık amacıyla kullanılmakta olup, zirai üretim, ormancılık ve balıkçılıktan oluşan genel tarım sektörü ülke GSYİH'sının %0,9'luk kısmını ve toplam istihdamın %1,2'sini oluşturmasına rağmen, özellikle pandemiden sonra, tüm dünyada olduğu gibi, gıda güvenliği kapsamında tarım sektörü daha da önemli hale gelmiştir.

Federal Gıda, Tarım ve Yurt Bakanlığının verilerine göre 2025 yılında ülkede yaklaşık 254.000 adet tarım işletmesi bulunmakta ve söz konusu işletmeler ülke topraklarının yaklaşık yarısına tekabül eden 16,56 milyon hektarlık bir tarım arazisini kullanmaktadırlar. Ülkedeki tarım işletmesi sayısı düzenli bir düşüş eğilimi göstermektedir (Örneğin 2020 yılında tarımsal işletme sayısı 263.000 adet idi). İşletme başına düşen tarım arazi miktarı da bu bağlamda düzenli olarak artış göstermektedir (halihazırda 70,5 hektar). Tarım sektöründe 2023 yılında 875.900 kişi istihdam edilmektedir. Bu da tüm çalışanların %1,2'sine tekabül etmektedir. 2024 yılı itibarıyla tarım ürünleri üretimi 32,4 milyar avrosu bitkisel, 39,3 milyar avrosu hayvansal ürünler kalanı da orman ürünleri ve balıkçılık olmak üzere toplam 81,4 milyar avroya ulaşmıştır.

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

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

Her ne kadar Almanya tarım alanlarının büyüklüğü anlamında 16,6 milyon hektar ile Avrupa Birliği'nin en büyük tarımsal arazilerine sahip olsa da ülkede tarım sektöründe çalışan kişi sayısı her geçen sene azalmaktadır. Federal Almanya İstatistik Kurumu tarafından hazırlanan raporda aile mensupları dışında tarım sektöründe çalışanların sayısı 2023 yılında yaklaşık

477.000 kişi olarak açıklanmıştır. Söz konusu rakam süregelen bir şekilde düşüş göstermektedir (örneğin 2020 yılında bu rakam 503.000 kişidir).

Federal Almanya İstatistik Kurumu'nun verilerine göre 2025 yılında Almanya'nın temel tarım ürünleri ihracatı 11,8 milyar avro, ithalatı ise 43,6 milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Almanya tarım ürünleri dış ticaretini genellikle Avrupa Birliği üyesi ülkelerden gerçekleştirmektedir.

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

- **ANUGA:** Genel gıda sanayi ve gıda ekonomisi alanında dünyadaki en önemli fuarlardan birisi olup, iki senede bir Köln'de düzenlenmektedir.
- **AGRITECHNICA:** Tarım ürünleri ve tarım makineleri sektörlerindeki Dünya'nın en büyük fuarlarından bir tanesidir. Hannover şehrinde her sene gerçekleştirilmektedir.
- **FRUIT LOGISTICA:** Meyve ve sebze sektörü ile kurutulmuş meyve, işlenmiş tarım ürünleri gibi alt kategorileri olan senede bir Berlin'de gerçekleştirilen bir fuardır.
- **ISM PROSWEETS COLOGNE:** Şeker ve şekerli ürünler ile tatlılar ve atıştırmalıklar konusunda her yıl gerçekleştirilen bir fuardır.
- **BIOFACH:** Gıda, organik gıda ve tarımsal ürünler konusunda her sene Nürnberg'de gerçekleştirilen bir fuardır.

Bunun yanı sıra, kaynakların ve çevrenin korunması hususunda önemli bir ekosistem haline gelen organik tarımın Federal Almanya tarım faaliyetleri arasındaki payı giderek artmaktadır. 2024 yılı itibariyle, tüm tarımsal işletmelerin %11,4 si yani 28630 işletmede, Almanya'daki tüm ekilebilir tarım arazilerinin %11,2'sine tekabül eden 1,853 bin Hektar alan ekolojik tarım için kullanılmaktadır. Bu arazilerin yaklaşık yarısı tahıl üretimi için, üçte biri hayvansal yem için kullanılmaktadır. 2025 yılında yaklaşık 17,5 milyar avro tutarında ciro gerçekleştirilen organik tarım sektörü, Avrupa Birliği'nin en büyük pazarı konumundadır. Almanya'daki tüm gıda sektörü satışı içerisinde ekolojik ürünlerin payı 2024 yılı itibariyle %6,3 seviyesinde olup, kişi başı ekolojik ürün tüketimi 191 avrodur.

#### **Gıda:**

Tarım ve hayvancılık sektörünün bir alt kırılımı ve türevi olarak da değerlendirilebilecek gıda sektörü de Almanya ekonomisinin en önemli yapı taşlarından biridir. Yaklaşık 85 milyon tüketiciye hitap eden gıda ve içecek sektörü 5,45 milyon çalışan ve 625.000 işletme ile Almanya ekonomisine %6,2'si oranında değer yaratmaktadır. Nitekim, 2024 yılında gıda ve içecek sektörü satışları 297 milyar avroya yükselmiştir. Gıda sanayi Almanya'daki tüm imalat sanayi işletmelerinin %12'sine, tüm istihdamın %10'una tekabül etmektedir.

Almanya 2025 yılında üretilen gıda ürünlerinin yaklaşık 1/3'ünü ihraç etmiştir. Resmi istatistiklere göre; 2025 yılında Almanya 105 milyar avro değerinde gıda ihracatı gerçekleştirmişken aynı ürünlerin ithalatı 135 milyar avro seviyesinde gerçekleşmiştir. Almanya gıda ürünlerinde dış ticaret açığı veren bir ülke konumundadır. 2024 yılı itibariyle Almanya dünya gıda ihracatında ABD, Brezilya ve Hollanda'nın ardından dördüncü, ithalatında ise ABD ve ÇHC'nin ardından üçüncü sıradadır. İhracat ve ithalat gerçekleştirilen ülkelere

bakıldığında Almanya'nın sektördeki ticari ortaklarının yoğunlukla AB üyesi komşu/yakın ülkeler (Hollanda, Fransa, Polonya, İtalya, İspanya vb) olduğu görülmektedir.

### **Hayvancılık:**

Federal Gıda ve Tarım Bakanlığı'nın verilerine göre 2023 yılında ülkedeki toplam tarım işletmelerinin %64'üne tekabül eden 161.700 işletmede hayvan yetiştirilmektedir. Hayvan türüne göre eyaletler arasında yoğunlaşma dikkati çekmektedir. Örneğin, inek yetiştiriciliğinde Bayern ve Aşağı Saksonya, kanatlılarda Aşağı Saksonya ve Kuzey Ren Vestfalya, domuz yetiştiriciliğinde Aşağı Saksonya ve Kuzey Ren Vestfalya, küçükbaş hayvanlarda ise Bayern ve Baden Württemberg Eyaletleri öne çıkmaktadır.

Hayvancılık ve hayvan ürünlerinin ticareti de tarım ürünlerinde olduğu gibi Almanya için oldukça önemlidir. Ülkenin hayvancılık sektöründe, 2024 yılı itibariyle 10,6 milyon büyükbaş hayvanın 3,7 milyonu süt üretimi için tahsis edilmektedir. 2024 yılında 167 milyon kanatlı varlığından yıllık bazda yaklaşık 1,5 milyon ton üzerinde kanatlı eti tüketime sunulmuştur.

2024 yılında Almanya 29 milyar avro hayvan ürünü ihracatı yapmış olup, ihracat gerçekleştirilen ülkelere bakıldığında genellikle Hollanda, İtalya, Avusturya ve Fransa gibi Avrupa Birliği ülkeleri ile ticaret gerçekleştirildiği görülmektedir. İthalatta ise ihracat rakamlarına benzer şekilde 2024 yılında 28 milyar avro tutarında hayvansal ürün ithal edilmiş olup, en çok ithalat gerçekleştirilen ülkeler Hollanda, Danimarka, Polonya ve Fransa olmuştur.

Almanya'daki tarımsal işletmelerden 19.190 adedi ekolojik nitelikte hayvan yetiştiriciliği yapmaktadır.

### **Sanayi**

Almanya, Avrupa ve dünya genelinde daima önde gelen bir sanayi merkezi olmuştur. Otomotiv üretimi, makine, kimya ve elektroteknik alanlarındaki köklü geçmişiyle Alman sanayisi, küresel ekonomiye önemli katkılar sağlamış ve bu katkılarını sürdürmeye devam etmektedir.

Ülkenin gelişmiş altyapısı, yüksek nitelikli iş gücü ve Alman işletmelerinin yenilikçilik kapasitesi, sanayinin Almanya'daki güçlü konumunu pekiştirmektedir. Ayrıca, kalite odaklı üretim anlayışı ve üretim süreçlerinin çevresel sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda dönüştürülmesi, Alman sanayisini uluslararası alanda örnek teşkil eden bir rol model hâline getirmektedir. Son yıllarda sanayi politikalarının odağı giderek Endüstri 4.0 ve sürdürülebilirlik konularına yönelmiş, böylece Alman sanayisinin küresel rekabet gücünün artırılması ve çevresel uyumluluğunun sağlanması hedeflenmiştir.

Üretim sektörü, Alman ekonomisinin temel yapı taşlarından biri olup ülkenin sanayi gücünün en önemli unsurlarından biri olarak öne çıkmaktadır. Alman şirketleri, kalite, hassasiyet ve yüksek verimlilikleriyle tanınmaktadır. En son teknolojilerin ve yenilikçi üretim süreçlerinin kullanımı sayesinde Almanya, son derece yüksek bir üretkenlik seviyesine ulaşmıştır.

Dijitalleşme ve otomasyon süreçlerinin temelini oluşturan Endüstri 4.0 kavramı, giderek daha büyük bir önem kazanmaktadır. Bilgi teknolojileri, yapay zeka ve Nesnelerin İnterneti'nin

Üretim süreçlerine entegre edilmesi sayesinde operasyonel verimlilik artırılmakta, üretim süreçlerinde esneklik sağlanmakta ve yüksek hacimli, kişiselleştirilmiş üretim mümkün hâle getirilmektedir.

Sanayi, Alman ekonomisinin kalbini ve çekirdek sektörünü oluşturmakla birlikte, çeşitli sektörlerle kurulan güçlü ağ sayesinde birçok inovasyon ve yenilikleri üreten en önemli sektördür. Almanya'daki toplam brüt katma değerin yaklaşık %25'i doğrudan imalat sanayi tarafından üretilmektedir. Sanayinin gücü özellikle özel sektör, niversite ve devlet arasında güçlü bir iş birliğinin olmasından kaynaklanmaktadır. Genellikle aileler tarafından işletilen küçük ve orta ölçekli endüstriyel şirketler "Alman iş modeli"nin önemli özelliklerinden birisidir.

Alman sanayisinin kamuoyundaki imajı, otomobiller ve kimyasallar, ilaçlar ve makineler ile karakterize edilmektedir. Bu dört sektörün yıllık cirosu 1,24 trilyon avro olup, bu sektörlerde toplamda yaklaşık 3,26 milyon kişi çalışmaktadır. Özellikle "Made in Germany/Alman Malı" markasının küresel düzeyde en önemli taşıyıcılarından birisi olan otomotiv sektörü Alman sanayisinin en önemli bileşenlerindedir.

2025 yılında Almanya'da inşaat sektörü de dâhil olmak üzere sanayi sektöründe yaklaşık 7,9 milyon kişi istihdam edilmektedir. Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis-Statistisches Bundesamt) verilerine göre 2024 yılı sonu itibariyle imalat sanayisinin toplam cirosu 2,9 trilyon avro olarak gerçekleşmiştir.

2025 başı verilerine göre, toplam sanayi üretimi hala 2019 yılı pandemi öncesi dönemin gerçekleşmelerinin yaklaşık %14 altındadır. şu an itibariyle sadece elektronik ve veri işleme cihazları sektörü pandemi öncesi seviyelerini korumayı başarmıştır. Otomotiv retimi, 2018-2019 zirve döneminin hala %20'den fazla gerisinde seyretmektedir.

Alman sanayi sektörünün (inşaat hariç üretim sanayisi), 2024 yılını bir önceki yıla kıyasla yüzde 4,5 oranında düşüşle tamamladığı görülmektedir. Enerji ve inşaat hariç sanayide düşüş daha keskin olup toplam düşüş bir önceki seneye göre %4,9 olarak ölçülmekte, en büyük düşüşün ise makine imalatı %-8,1 ve otomotiv sektöründe %-7,2 yaşandığı rapor edilmektedir. 2025 yılı ilk yarısında üretim verileri dalgalı bir seyir izlemiş, ancak 2025'in son çeyreği itibariyle özel tüketim ve artan iç talep sayesinde sanayi üretimi yeniden artıya geçmeye başlamıştır. Ekonomik analizler (Bundesbank ve Goldman Sachs verileri), 2026 yılında Alman ekonomisinin yaklaşık %1,1 büyüyeceğini ve sanayi üretiminin bu büyümeye pozitif katkı vereceğini öngörmektedir.

2025 yılında Almanya'nın en büyük şirketleri listesinde enerji krizinin etkisiyle Uniper ve E.ON gibi enerji devleri üst sıralara tırmanırken, teknoloji ve otomotiv devleri yerlerini korumaktadır. Cirolarına göre sanayi alanının başlıca en büyük şirketleri sırasıyla Volkswagen AG, BMW Group, Mercedes Group, Deutsche Telekom, Uniper SE, Allianz SE, E.ON SE, Robert Bosch GmbH, Siemens AG, BASF SE, Thyssenkrupp AG gelmektedir.

Alman sanayisini güçlü kılan kilit faktörlerden birisi sanayinin Avrupa tek pazarına yakın entegrasyonudur. Alman sanayi şirketlerinin kazandığı her bir avronun yaklaşık yedide biri (% 14-15) AB'den gelen ara ürünlerden oluşmaktadır. Almanya zellikle Polonya, Çekya ve Macaristan gibi komşu ülkelerle çok sıkı bir üretim ağına sahiptir. Otomotiv ve makine

parçaları bu ağın merkezindedir. Aynı zamanda AB, tüm ihracatın yarısından fazlasını oluşturarak Alman ihracatı için en önemli destinasyondur. Bu açıdan Almanya'nın bir sanayi merkezi olarak başarısı, AB'deki ekonomik ve siyasi entegrasyonla yakından bağlantılıdır. 2025 verileri, küresel korumacı politikaların (ABD ve Çin arasındaki ticaret gerilimleri) arttığı bir ortamda, Avrupa Tek Pazarı'nın Alman sanayisi için güvenli bir liman olma özelliğinin pekiştiğini göstermektedir. Alman sanayisinin başarısı, sadece "Alman Malı" kalitesine değil, bu kalitenin oluşmasını sağlayan "Avrupa Malı" ara ürün zincirine göbekten bağlıdır. Bu durum, Almanya'yı AB'nin ekonomik bütünleşmesinin hem en büyük yararlanıcısı hem de en önemli savunucusu yapmaktadır.

Alman sanayisi 2026 yılı itibariyle enerji maliyetleri, Çin ile rekabet ve bürokrasi kısıcından kurtulmak için ciddi bir yapısal reform sürecindedir. Alman hükümetinin Temmuz 2024'te duyurduğu ve 2025-2026 döneminde tam kapasiteyle uygulanmaya başlanan "Büyüme Girişimi" (Wachstumsinitiative), sanayideki yapısal tıkanıklıkları aşmayı hedefleyen ve verimliliği ön plana çıkaran 49 maddelik kapsamlı bir reform paketidir. Ekonomi enstitülerinin (ifo, KfW) Mart 2026 verilerine göre, bu paketin 2025 yılında ekonomiye 10 milyar avro, 2026 yılında ise 57 milyar avro tutarında bir itici güç sağlaması beklenmektedir.

İmalat sanayisinin alt sektörleri incelendiğinde, otomotiv sektöründe 2023'teki %11,8'lik büyük sıçramanın ardından, 2024 yılında üretim %7,2 oranında gerilemiştir. Bu sert düşüşte zayıf dış talep ve elektrikli araçlara geçişteki duraksama etkili olmuştur. Enerji yoğun sektörlerdeki düşüş 2024 yılında devam etmiştir. Kimya sanayisi 2024'ü %2'lik sınırlı bir üretim artışıyla (baz etkisinden dolayı) kapatmış olsa da, üretim seviyeleri hala kriz öncesinin çok altındadır. İlaç sanayisi ise 2024 yılını %1,5 oranında küçülmeye tamamlamıştır. Alman sanayisinin kalbi sayılan makine imalatı sektörü 2024 yılını %8,1 gibi çok ağır bir üretim kaybıyla tamamlayarak son yılların en kötü performanslarından birini sergilemiştir.

Almanya Satın Alma Yöneticileri Endeksi (PMI) verilerinde 2024 boyunca "W" şeklinde bir dalgalanma görülmüştür, 2023 yılı Temmuz ayındaki 38,8 seviyesinden sonra 2024 yılı ortasında 45 puana kadar çıksa da, yıl sonunda yeniden 42-43 bandına gerilemiştir. 2026 yılı Şubat-Mart verilerine göre PMI 50,9 puana yükselerek 3,5 yıl aradan sonra ilk kez büyüme bölgesine geçmiştir. Bu yükselişte savunma sanayisi harcamaları ve altyapı teşvikleri ana itici güç olmuştur. Yukarıda yer alan veriler Alman sanayisinin 2024 yılında yaşanan "en kötü dönemi" geride bıraktığını ancak eski ihtişamlı büyüme rakamlarına dönmesinin vakit alacağını göstermektedir.

Öte yandan, her ne kadar büyük küresel markalarıyla biliniyor olsa da, Alman sanayisinin omurgasını küçük ve orta ölçekli işletmeler (Mittelstand) oluşturmaktadır. Firmaların yaklaşık %99'u KOBİ'lerden oluşmakta olup, imalat sanayi cirosunun yaklaşık %25-30'u bu işletmeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu anlamda Almanya KOBİ ve gizli şampiyonların "Hidden Champion" ülkesi olarak da bilinmektedir.

Almanya'da sanayi, ülke genelinde dengeli bir coğrafi dağılım göstermekte olup, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) tüm bölgelerde ekonomik yapının temelini oluşturmaktadır. Bu işletmeler, buldukları şehir ve bölgelerin ekonomik karakterini belirleyen ana unsurlar arasında yer almaktadır.

Ülkenin kuzey, güney, doğu ve batı bölgelerinde; otomotiv, makine, havacılık, kimya, elektrikli ekipman ve optik teknolojiler gibi farklı sektörlerde güçlü sanayi kümelenmeleri bulunmaktadır. Bu çerçevede; Güney Almanya'da (Bavyera & Baden-Württemberg eyaletleri) Almanya'nın en güçlü sanayi ve inovasyon merkezi olarak kabul edilen otomotiv, yüksek teknoloji, yapay zekâ ve savunma teknolojileri, Batı Almanya'da (NRW & Rhein-Neckar eyaletleri) geleneksel sanayide olan kimya, ilaç, IT ve yazılım sektörleri ile ve yeni ekonomi olarak adlandırılan medya, yayıncılık ve dijital içerik sektörleri, Kuzey Almanya'da liman ve lojistik, havacılık (Airbus ekosistemi) ve deniz taşımacılığı ile Doğu Almanya'da yükselen teknoloji merkezi olarak Dresden merkezli Silicon Saxony Avrupa'nın en büyük yarı iletken kümelenmesi olarak ön plana çıkmaktadır.

İnovasyon ve Ar&Ge Alman sanayisinin en önemli ve güçlü unsurlarından birisi olarak görülmektedir. Bu kapsamda Federal Almanya Eğitim ve Araştırma Bakanlığı söz konusu inovatif girişimleri desteklemek adına "Agentur für Sprunginnovation (SPRIND GmbH)", "Deutsche Agentur für Transfer und Innovation (DATI)" gibi ajanslar kurmuştur. 2024 sonu verilerine göre Almanya'nın Ar-Ge harcamaları yıllık yaklaşık 145 milyar avro seviyesine çıkmıştır. Bu harcamaların yaklaşık üçte ikisi otomotiv, kimya ve makine imalatı gibi sanayi devleri tarafından yapılmaktadır. 2026 Almanya Federal bütçesinde, yapay zeka ve kuantum bilgisayarları gibi "gelecek teknolojileri" için ayrılan fonlar %15 oranında artırılmıştır. İnovasyona verilen önem Almanya'nın patent başvuru sayısına bakıldığında daha iyi anlaşılmaktadır. 2025 yılında Almanya 61.400 başvuru ile Avrupa'daki açık ara liderliğini korumuştur. Patent başvurularında en büyük artış elektrikli ulaşım, hidrojen teknolojileri ve akıllı üretim (Endüstri 4.0) alanlarında görülmektedir.

Aynı şekilde 2023 yılında Almanya'daki elektrik fiyatları (19,04 ct/kWh) AB ortalamasına (19,36 ct/kWh) yakın görünse de, 2024 yılından itibaren Almanya, sanayisini korumak için ciddi bir fiyat indirim sürecine girmiştir. 2024 yılında Alman sanayisi için ortalama elektrik fiyatı 16,77 ct/kWh seviyesine gerilemiştir. 2026 başında devreye giren yeni "Sanayi Elektriği Fiyat Paketi" ile enerji yoğun sektörler için hedeflenen fiyat 5 ile 9 ct/kWh bandına çekilmeye çalışılmaktadır. AB genelinde sanayi elektriği ortalama 18,7 - 19,0 ct/kWh seviyesinde seyrederken; Almanya, vergi indirimleri sayesinde bazı enerji yoğun alt sektörlerde bu ortalamanın altına inmeyi başarmıştır.

İlaveten, yaşlanan nüfus ve nitelikli iş gücü kaybı Alman sanayisi için orta ve uzun vadede bir tehdit oluşturmaktadır. Mevcut nitelikli iş gücü eksikliği hem küçük, orta ve büyük çaplı şirketleri, hem de genelde ekonomideki sürdürülebilirliği tehdit etmektedir. Alman Ticaret ve Sanayi Odası'nın raporuna göre iş gücü açığının farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketlerin %85'ini olumsuz olarak etkileyeceği ifade edilmektedir. Rapordaki verilere göre Almanya'da iki milyon iş gücü açığı bulunmaktadır, bu da yaklaşık 100 milyar avro katma değer potansiyeli kaybı anlamına gelmektedir. 2026 yılı itibarıyla Federal İstihdam Ajansı (BA), 163 farklı meslek grubunda ciddi eleman darlığı yaşandığını raporlamaktadır.

Alman hükümeti bu tehditlere karşı üç ana mekanizma aracılığıyla çözüm bulmaya çalışmaktadır:

- Fırsat Kartı (Chancenkarte): 2024'te yürürlüğe giren ve 2025-2026'da tam kapasite uygulanan yeni göç yasasıyla, AB dışından nitelikli iş gücü alımı basitleştirilmiştir.

- Otomasyon ve Yapay Zeka: İş gücü açığını "insansız teknoloji" ile kapatmak için Ar&Ge teşvikleri artırılmıştır.
- Yaşlı ve Kadın İstihdamı: Özellikle "Büyüme Girişimi" kapsamında; emeklilik yaşının esnetilmesi ve kreş imkanlarının artırılarak kadınların tam zamanlı çalışmaya teşvik edilmesi öncelik haline gelmiştir.

#### **Almanya'daki Başlıca Sanayi Fuarları:**

- **Hannover Messe (Hannover, Genel Sanayi, Endüstri 4.0, Otomasyon)**: Dünyanın en büyük sanayi fuarlarından biri olup otomasyon, dijitalleşme, enerji sistemleri ve akıllı üretim teknolojilerine odaklanmaktadır. Küresel ölçekte firmaların yeni teknolojilerini sergilediği en önemli platformlardan biridir.
- **SPS – Smart Production Solutions (Nürnberg, Endüstriyel Otomasyon)**: Endüstriyel otomasyon, kontrol sistemleri, sensör teknolojileri ve dijital üretim çözümlerine odaklanan, Avrupa'nın önde gelen teknik fuarlarından biridir.
- **Bauma (Münih, İnşaat ve İş Makineleri)**: İnşaat makineleri, madencilik ekipmanları ve ağır iş makineleri alanında dünyanın en büyük fuarı olup sektörün küresel buluşma noktasıdır.
- **EMO Hannover (Hannover, Makine ve Metal İşleme)**: Takım tezgahları, CNC makineleri ve ileri üretim teknolojileri alanında dünyanın en önemli fuarları arasında yer almaktadır.
- **AMB Stuttgart (Stuttgart, Metal İşleme Teknolojileri)**: Metal işleme, üretim teknolojileri ve hassas mühendislik alanında Avrupa'nın önemli fuarlarından biridir.
- **IAA Mobility (Münih, Otomotiv ve Mobilite)**: Elektrikli araçlar, otonom sürüş ve akıllı ulaşım çözümlerine odaklanan, otomotiv sektörünün dönüşümünü yansıtan önemli bir fuardır.
- **ACHEMA (Frankfurt, Kimya, İlaç ve Proses Sanayi)**: Kimya, biyoteknoloji ve proses mühendisliği alanlarında dünyanın en büyük ve en kapsamlı fuarlarından biridir.
- **K Fair (Düsseldorf, Plastik ve Kauçuk)**: Plastik ve kauçuk sektöründe dünyanın lider fuarı olup hammaddeden nihai ürüne kadar tüm değer zincirini kapsamaktadır.
- **LogiMAT (Stuttgart, Lojistik ve Tedarik Zinciri)**: Depolama, intralojistik sistemleri ve tedarik zinciri yönetimi alanında yenilikçi çözümlerin sergilendiği önemli bir Avrupa fuarıdır.
- **AGRITECHNICA (Hannover, Tarım Makineleri ve Tarım Teknolojileri)**: Tarım makineleri ve akıllı tarım teknolojileri alanında dünyanın en büyük fuarlarından biri olup sanayi ve tarım kesişiminde önemli bir rol oynamaktadır. büyük fuarlarından biri olup sanayi ve tarım kesişiminde önemli bir rol oynamaktadır.

#### **Tarım Makinaları Sektörü:**

Almanya, Avrupa'nın en büyük tarım makineleri üreticisi olarak ABD ve Çin'den sonra dünyada 3. sırada yer almaktadır. Başlıca üretim kalemleri arasında traktörler, biçerdöverler, toprak işleme makineleri ve hassas tarım teknolojileri yer almaktadır. Dünyaca ünlü Krone, Fendt, Claas ve John Deere gibi büyük markalar ülkede üretim yapmaktadır.

Tarım işletmelerine ait işlenen tarım arazilerinin büyüklüğü, birçok Avrupa Birliği ülkesinde olduğu gibi Almanya'da da büyük ebat ve hacimlerde üretilen güçlü tarım makineleri ve ekipmanlarına ilgiyi arttırmaktadır. İşlenen tarım arazilerinin büyüklüğü işletmelere ekim,

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

Yıllık ortalama 30.000 civarında yeni traktörün trafiğe kaydedildiği Almanya'da 2025 yılında toplam 25.719 traktör tescil edilmiştir. Tescil edilen traktör sayısında 2024 yılına göre %12,3'lük bir düşüş yaşanmıştır. Traktör pazarında lider konumda yer alan markalarla ilgili en güncel verilere göre, Fendt %24,6 pazar payıyla birinci sırada yer almaktadır. Onu %16,9 ile John Deere, %8,3 ile Claas, %7,3 ile Deutz-Fahr, %7,3 ile Kubota ve %5,9 ile Case IH/Steyr takip etmektedir (<https://www.eilbote-online.com/artikel/traktorenmarkt-deutschland-zweistelliges-minus-im-abgelaufenen-jahr-2025/>). İlk ona giren diğer markalar arasında New Holland, Valtra, Massey Ferguson ve Solis bulunmaktadır. Dünyaca ünlü önde gelen markalar arasında yer alan CLAAS, Fendt, New Holland, John Deere ve Massey Ferguson gibi Alman ve yabancı traktör ve tarım makineleri üreticileri Almanya pazarında satışlarını temsilcilikleri aracılığı ile doğrudan gerçekleştirmektedirler.

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

Avrupa çapında 150.000 çalışana iş sağlayan sektörde Almanya'da yaklaşık 40.000 kişi istihdam edilmektedir. VDMA (Alman Makine Mühendisleri Derneği) verilerine göre 2023'te başlayan sektörel daralmanın etkileri devam etmektedir. Almanya'da üretim yapan şirketler 2024 yılında %28'lik bir ciro düşüşü yaşamış, 2025 yılına gelindiğinde ise önceki yıla göre %2 oranında sınırlı toparlanma kaydedilmiştir. Bu çerçevede, Almanya'da üretilen tarım teknolojilerinin (tarım makineleri, traktörler ve bunlara bağlı yazılım sistemleri) 2025 yılı cirosu 11,3 milyar avro olmuştur. 2026 başı itibarıyla sektörün istikrar kazanmakta olduğuna dair sinyaller sürmektedir (<https://vdma.eu/de/viewer/-/v2article/render/161993158/>).

Sektörün önde gelen dernek ve kuruluşları arasında VDMA (Alman Makine Mühendisleri Derneği) ve DLG (Alman Tarım Birliği) gelmektedir. Almanya'daki tarım makinaları üreticilerini bünyesinde barındıran en büyük derneklerden olan VDMA 1892 yılında kurulmuştur. Yaklaşık 3.500 üyesi ile Avrupa'nın mühendislik alandaki en büyük yapılarından. VDMA, tarım makineleri sektörü açısından da özel bir önemi haizdir. Bünyesinde bulunan tarım teknolojileriyle ilgili VDMA (Landtechnik)" özel birim aracılığıyla, traktörler, biçerdöverler, hassas ekim makineleri ve dijital tarım sistemleri gibi ürün gruplarının üretici ve tedarikçilerini temsil etmektedir.

DLG (Alman Tarım Birliği), 1885 yılında Almanya'nın Frankfurt kentinde kurulmuş kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. Temel amaçları; tarım, gıda ve tarıma dayalı üretim sistemlerinde

bilgi paylaşımını teşvik etmek, kalite standartlarını geliştirmek ve sürdürülebilir tarımsal üretime katkıda bulunmaktır. Üye yapısı, çiftçiler, tarım sanayi temsilcileri, akademisyenler ve teknik uzmanlardan oluşmaktadır. Almanya’da tarım sektörüne yön veren en etkili kurumlardan biridir. Tarım makineleri, gıda teknolojileri ve hayvancılık alanlarında kalite standartları ve teknik kriterlerin belirlenmesi süreçlerinde önemli bir otorite olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca yayınladığı teknik kılavuzlar, bilimsel raporlar ve sektör analizleri aracılığıyla çiftçilere, araştırmacılara ve politika yapıcılara önemli veri ve öneriler sunmaktadır. DLG’nin uluslararası bilinirliği ise özellikle Agritechnica ve EuroTier gibi dünyanın önde gelen ihtisas fuarlarının düzenleyicisi olmasıyla artmıştır.

Ülke pazarına girişte, DLG tarafından her iki yılda bir Almanya’nın Hannover şehrinde düzenlenen “AGRITECHNICA-Uluslararası Tarım Makineleri ve Teknolojileri Fuarı” önemli bir yer tutmaktadır. Fuarda traktör, biçerdöver gibi motorlu tarım araçları ve aksamalarının yanı sıra, toprak hazırlama, işleme, ekim, tohumlama, gübreleme, sulama, ilaçlama, hasat ve balyalama makineleri gibi sektörün ihtiyacı olan mühendislik ürünleri sergilenmektedir. Bu fuar, dünya çapında 2.500’ün üzerinde şirketin katılımı ile yaklaşık 400.000 m<sup>2</sup> alan üzerinde gerçekleştirilmekte olup, alanında uzman 470.000’in üzerinde ziyaretçi tarafından ziyaret edilmektedir.

Yine Alman Tarım Birliği (DLG)’nin her iki yılda bir Hannover şehrinde düzenlediği “EUROTIER Uluslararası Hayvancılık Fuarı” da sektörde önemli etkinlikler arasındadır. Fuarda süt sağma makinelerinden, yem hazırlamaya ve kümes hayvancılığına ilişkin çeşitli makineler ve sektörde kullanılan ekipmanlar sergilenmektedir. EuroTier fuarına 2.250’nin üzerinde firma tarafından katılım sağlanmakta ve bu katılımın yaklaşık 1.400’ünü yabancı şirketler oluşturmaktadır.

Almanya pazarına girmek isteyen yabancı üreticiler için teknik yeterlilik ve kalite belgeleri büyük önem taşımaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri harici 3. ülkelerde üretilen tarım makinelerinin Almanya’ya ihracatında öncelikli olarak AB normlarının ve sonrasında makinenin satışa ve kullanıma sunulacağı ülkenin (Almanya’nın) şart koştuğu kendine münhasır olası normlarının sağlanması, yapılan ihracatta ürünün sorunsuz bir şekilde ülkeye girişi ve sonrasındaki satış ve kullanım süreçleri için büyük önem arz etmektedir. Sektörde pazara girişe yönelik normların belirlenmesinde önemli bir yere konuma sahip olan VDMA, ülkede ve uluslararası arenada geçerlilik açısından makinelere yönelik sertifikalandırma, belgelendirme ve yetkilendirme süreçlerinde önemli rol oynamaktadır.

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

### **Kimya:**

Kimya sanayi, Almanya'nın birçok farklı sektörünün tedarikçisi ve ana madde üreticisi olması nedeniyle ülke ekonomisinin temel direklerinden birini oluşturmaktadır. Sektör, Almanya'nın otomotiv ve makine üretiminden sonra gelen üçüncü en büyük sanayi dalı ve istihdam yaratmada altıncı en büyük sektördür. Alman sanayi cirosunun yaklaşık %10'u kimya-ilaç sanayisi tarafından karşılanmaktadır. Kimya Endüstrisi Derneği (VCI), verilerine göre, son beş yılda sektörde ortalama yıllık %3,6 üretim düşüşü yaşanmıştır. Almanya’da 2024 sonu itibariyle ilaç dahil tüm kimya sektöründe istihdam 480 bin çalışanın üzerine çıkmıştır.

Sektörün üretim değerine göre dağılımı aşağıda gösterilmektedir:

- Özel kimyasallar: %26,1
- İlaç: %23,8
- Polimerler: %18,3
- Petrokimyasallar: %15,1
- Anorganik temel kimyasallar: %9,5
- Yıkama ve kişisel bakım ürünleri: %7,2

Küresel ölçekte değerlendirildiğinde Almanya, kimya ve ilaç sektörü açısından Avrupa'da tartışmasız birinci sırada yer alırken; dünya genelinde Çin, ABD ve son yıllarda büyük atılım yapan Hindistan'ın ardından en çok üretim yapan 4. ülke konumundadır. 2023 yılında 225 milyar avro olarak gerçekleşen sektör cirosu, 2024 ve 2025 yıllarında küresel talep daralması ve yüksek enerji maliyetlerinin etkisiyle hafif bir gerileme kaydederek 220-221 milyar avro seviyelerinde dengelenmiştir.

2025 yılında sektörde üretim %0,5 oranında azalmış (kimya alt sektöründe %2,5 azalma), ciro %1 azalmış, kapasite kullanım oranı tarihi en düşük seviye olan %70 düzeyine inmiş ve 2021'den bu yana yurt içi ve yurt dışı siparişlerde %20'den fazla gerileme yaşanmıştır. İlaç sektörü ise nispeten daha dirençli bir performans sergilemiş; üretim %3, ciro %4'ün üzerinde artış kaydetmiştir.

Kimya Endüstrisi Derneği (VCI), 2026 için üretimde durağanlık, kimya sektöründe %1 ek daralma, fiyatların düşük seyretmesi nedeniyle ciroda %2 düşüş beklemekte ve sektörde bu yıl için belirgin bir toparlanma öngörmemektedir.

2023 yılındaki 142 milyar avroluk ihracat rakamı, 2024-2025 döneminde özellikle ilaç sanayisindeki büyüme ile ivme kazanmıştır. 2024 sonu itibarıyla Almanya'nın ilaç dahil kimyasal ürün ihracatı yaklaşık 215 milyar avro seviyesine ulaşarak, Almanya'yı bu alanda dünyanın en çok ihracat yapan 2. ülkesi (Çin'in ardından) konumuna taşımıştır ve sektörün cirosunun %60'ından fazlası yurt dışından elde edilmektedir. Almanya'nın kimya sektöründe başlıca ihracat pazarları Avrupa: %51,5, ABD: %14,3 Asya: %13,7 olarak sıralanmaktadır.

Alman kimya endüstrisinin dünyanın birçok farklı bölgelerinde yatırımları ve faaliyetleri bulunmaktadır. 2024 yılı itibarıyla sektör Almanya dışında toplam 420 bin kişiye istihdam sağlamaktadır. 2025 sonu itibarıyla sektörün yıllık toplam yatırım hacmi 22 milyar avroyu aşmıştır.

Sektörün Almanya içi yatırımları kapsamında yaklaşık 10 milyar avro, ağırlıklı olarak mevcut tesislerin dijitalleşmesi ve dekarbonizasyonu (yeşil dönüşüm) için harcanmaktadır. Yurt dışı yatırımlara yönelik yaklaşık 13 milyar avro ise pazara yakınlık ve enerji maliyet avantajı nedeniyle özellikle ABD ve Çin'deki yeni mega tesislere (örneğin BASF'ın Zhanjiang projesi) yönlendirilmektedir.

Kimya sektörünün paydaşları Almanya'nın iklim nötr olma hedefi çerçevesinde bir yol haritası "Roadmap Chemie 2050" belirlemiş ve bu kapsamında sektörün karbon salınımını azaltmak adına çeşitli altyapı, dijitalleşme, teknoloji vb. yatırımlar planlamıştır. Söz konusu dönüşümü

gerçekleştirebilmek için 2050 yılına kadar 60 milyar avro yatırım yapılması gerektiği ifade edilmektedir.

Otomotiv ve elektronik sektörlerinden sonra Almanya’da Ar&Ge’ye en çok yatırım yapan sektör kimya sektörüdür. Ar&Ge harcamaları yaklaşık 16 milyar € seviyesine ulaşmıştır. Güncel Ar&Ge odak alanları sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi, dijitalleşme, yeni nesil malzemeler olarak sıralanmaktadır.

2024–2025 dönemi itibarıyla Almanya kimya ve ilaç sanayisinde ciro bazında öne çıkan başlıca şirketler arasında BASF SE, Bayer AG, Boehringer Ingelheim, Henkel AG & Co. KGaA ve Fresenius SE & Co. KGaA yer almaktadır. Bu kapsamda BASF yaklaşık 60 milyar avro ciro ve 108 bin civarında istihdam ile sektörün en büyük şirketi konumunu sürdürmektedir. Bayer AG’nin yıllık cirosu 45–50 milyar avro bandında olup yaklaşık 100 bin çalışanı bulunmaktadır. Özel sermayeli bir şirket olan Boehringer Ingelheim ise son yıllarda güçlü büyüme göstererek 26 milyar avronun üzerinde ciroya ulaşmıştır. Henkel AG & Co. KGaA’nın cirosu 21–22 milyar avro seviyesinde olup yaklaşık 50 bin çalışanı bulunmaktadır. Sağlık odaklı faaliyet gösteren Fresenius SE & Co. KGaA ise son yıllardaki yeniden yapılanma süreci sonrasında yaklaşık 21 milyar avro ciro ve 170–180 bin arası istihdam düzeyine gerilemiştir. Bu veriler, sektörün büyük oyuncularının son yıllarda özellikle enerji maliyetleri, küresel talep daralması ve yapısal dönüşüm süreçlerinden önemli ölçüde etkilendiğini göstermektedir.

Sektördeki şirketlerin %96’sı KOBİ’lerden oluşmaktadır. Bu firmalar toplam kimya-ilaç istihdamının %58’ini (277.200 kişi) ve sektör cirosunun %55’ini oluşturmaktadır. Her kimya sektörü çalışanı, ülke ekonomisinde iki ek istihdam yaratmaktadır.

Kimya Endüstrisi Derneği’nin (VCI) verilerine göre, Almanya kimya sanayisinin ürettiği çıktılar çok sayıda sektöre girdi sağlamaktadır. Nihai kullanım dağılımına bakıldığında, toplam üretimin yaklaşık %20-22’si plastik ve kauçuk sektöründe, %16-18’i inşaat sektöründe, %9-10’u mobilya ve tüketim ürünlerinde, %8-10’u metal ve çelik sanayisinde, %6-8’i otomotiv sektöründe ve %5–7’si tekstil sektöründe değerlendirilmektedir.

Bununla birlikte, Alman kimya sanayisinin omurgasını halen 1990’lı yılların başında hayata geçirilen “Kimyasal Park (Chemical Park)” konsepti oluşturmaktadır. Güncel verilerle Almanya genelinde sayıları 40’a yaklaşan bu parklar, sadece birer üretim alanı değil, aynı zamanda Avrupa’nın en gelişmiş endüstriyel ekosistemleri olarak faaliyet göstermektedir.

#### **Kimyasal Parkların Sunduğu Güncel Avantajlar:**

- **Altyapı ve Hizmet:** Yatırımcılar için uygun altyapı, ulusal regülasyon desteği, lojistik, enerji ve su tedariği gibi profesyonel hizmetler devam etmektedir.
- **Hidrojen Dönüşümü:** 2026 yılı itibarıyla bu parklar, Almanya’nın "Hidrojen Çekirdek Ağı (Hydrogen Core Network)" projesine entegre edilmektedir. Mevcut boru hatlarının yaklaşık %60’ı doğal gazdan hidrojen taşımacılığına dönüştürülerek parkların karbon nötr üretim kapasitesi artırılmaktadır.
- **Lojistik Gücü:** Kimyevi ürünlerin yaklaşık üçte biri halen boru hatları üzerinden taşınmaktadır. Bu ağ, Belçika ve Hollanda’daki limanlarla entegre şekilde hem hammadde girişini hem de mamul ihracatını dünya standartlarında bir hızla gerçekleştirmektedir.

- **Döngüsel Ekonomi:** Modern kimyasal parklar (örneğin BASF Ludwigshafen veya Leuna), bir tesisin atığının diğerinin hammaddesi olduğu "endüstriyel simbiyoz" modelini yapay zeka destekli süreçlerle yönetmektedir.

Orta vadede Almanya, "Yeşil Kimya" ve yüksek katma değerli özel kimyasallar alanındaki teknolojik liderliğini kullanarak küresel rekabetteki konumunu yeniden tahkim etmeyi hedeflemektedir.

#### **Almanya'da Kimya ve İlaç Sektörüne Yönelik Başlıca Fuarlar:**

- **ACHEMA (Frankfurt, Kimya, İlaç ve Proses Sanayi):** Kimya, ilaç, biyoteknoloji ve proses mühendisliği alanlarında dünyanın en büyük ve en prestijli fuarlarından biridir. Üretim teknolojileri, laboratuvar ekipmanları, kimyasal prosesler ve ilaç üretim çözümleri geniş kapsamda sergilenmektedir.
- **CPhi Worldwide (Frankfurt, İlaç Sanayi):** İlaç hammaddeleri, etkin maddeler (API), sözleşmeli üretim ve ilaç tedarik zinciri alanlarında faaliyet gösteren firmaların katıldığı uluslararası bir fuardır. Küresel ilaç sektörünün önemli buluşma noktalarından biridir.
- **Achema Pulse (Frankfurt, Kimya ve İlaç, Dijital Format):** Achema'nın dijital formatı olarak düzenlenen bu etkinlik, kimya ve ilaç sektörlerinde dijitalleşme, inovasyon ve yeni teknolojilere odaklanmaktadır.
- **ILMAC (Basel/Almanya bağlantılı, Kimya ve Yaşam Bilimleri):** Esas olarak İsviçre Basel'de düzenlenmekle birlikte Almanya'dan yoğun katılım alan fuar; kimya, laboratuvar teknolojileri ve yaşam bilimleri alanlarında önemli bir platformdur.
- **Analytica (Münih, Analitik Kimya ve Laboratuvar Teknolojileri):** Analitik cihazlar, laboratuvar ekipmanları, biyoteknoloji ve kalite kontrol sistemlerine odaklanan, kimya ve ilaç Ar-Ge süreçleri açısından kritik öneme sahip bir fuardır.
- **Lab-Supply (Çeşitli şehirler, Laboratuvar ve Analitik Teknolojiler):** Almanya'nın farklı şehirlerinde düzenlenen bu fuar serisi, laboratuvar ekipmanları, kimyasal analiz çözümleri ve Ar-Ge süreçlerine yönelik ürünleri kapsamaktadır.
- **Powtech (Nürnberg, Proses ve Kimyasal Üretim Teknolojileri):** Toz, granül ve katı malzeme işleme teknolojilerine odaklanan fuar; kimya ve ilaç üretiminde kullanılan proses ekipmanları açısından önemli bir platformdur.
- **K Fair (Düsseldorf, Plastik ve Kimya Türevleri):** Plastik ve kauçuk sektörüne odaklanmakla birlikte petrokimya ve kimyasal hammaddeler açısından da önem arz eden, sektörün en büyük uluslararası fuarlarından biridir.

#### **Otomotiv:**

2024 yılında Almanya'da otomotiv sektöründe (yan sanayi hariç) yaklaşık 772.900 kişi istihdam edilmektedir. Diğer yandan, sektörün varlığı büyük ölçüde ihracata bağlıdır. Bu nedenle, ülke uluslararası pazarlardaki rekabetçi konumunu korumaya önem vermekte ve dünyanın lider otomotiv üreticisi olmayı hedeflemektedir.

Bununla birlikte, alternatif güç aktarma organları ve bağlanabilirlik (connectivity) sektörde radikal bir değişime yol açmaktadır. Değer zincirinin önemli bölümlerinin farklı ülkelerde üretilmesi, küresel ticaretteki kırılganlığın bir sonucu olarak ortaya çıkan ekonomik durgunluk, Alman otomotiv endüstrisini zorlamaktadır.

Stresli ekonomik duruma rağmen otomotiv endüstrisi 2024 yılında yerli üretimden elde ettiği ciroyu 536,1 milyar avro olarak gerçekleştirmiştir. Toplam cironun %75'i uluslararası, %25'i ise Avro Bölgesindeki satışlardan kaynaklanmıştır. Cirodaki artış tüm üretici gruplarına yayılırken, motorlu taşıt ve motor üreticileri %11'lik artışla 451,8 milyar avroya ulaşarak en güçlü ciro artışını gerçekleştirmiştir. Karoser, üst yapı ve römork üreticileri de geçen yıl cirolarını yaklaşık %3 artırarak 14,4 milyar avroya ulaşmıştır. Önceki yıllarda olduğu gibi 2025 yılında da motorlu taşıtlar ve motorlu taşıt parçaları 254 milyar avro ve toplam Almanya ihracatındaki %16,3'lük pay ile Almanya'nın en önemli ihraç malları olmuştur.

2025 yılında 251,8 milyar avro değerinde dış ticaret hacmiyle Federal İstatistik Ofisi'ne göre Almanya'nın en önemli ticaret ortağı Çin Halk Cumhuriyeti olmuştur. İkinci ve üçüncü sırada 240,5 milyar avroluk ticaret hacmiyle ABD ve 209,1 milyar avroluk dış ticaret cirosuyla Hollanda yer almaktadır.

2024 yılında Almanya'dan 135,0 milyar avro değerinde yaklaşık 3,4 milyon yeni binek otomobil ihraç edilmiştir. 2023 yılına kıyasla hacim açısından ihracatta %2,5'lik bir artışı temsil etmektedir. Federal İstatistik Ofisi'ne göre, en büyük alıcı ülke, ihraç edilen tüm yeni araçların %13,1'lik payıyla Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. Birleşik Krallık (%11,3) ve Fransa (%7,4) ikinci ve üçüncü sırada yer almışlardır.

2024 yılında Almanya'ya toplam 1,8 milyon yeni binek otomobil ithal edilmiştir. İthal araçların %40,3'ünü benzinli motor %24,4'ünü dizel motor, %22'sini hibrit araçlar ve %13,3'ünü elektrikli araçlar oluşturmaktadır.

Almanya binek otomobil pazarı 2024 yılında 2,8 milyon yeni tescil ile pazar hacmine ulaşmıştır. 2025 yılı Şubat ayında tescil edilen yeni araç sayısı 203.434 adet ile geçen yılın aynı ayına göre yaklaşık %6,4 oranında azalmıştır. 2025 yılı Şubat ayında 35.949 adet elektrikli binek otomobil tescil edilmiş olup; bu rakam geçen yılın aynı ayına göre %30,8 daha fazladır.

Uluslararası Motorlu Taşıtlar Üreticileri Örgütü'nün (OICA) verilerine göre, Almanya 2024 yılında dünya otomobil üretiminde Çin Halk Cumhuriyeti, Amerika Birleşik Devletleri, Japonya, Hindistan sonra 5. sırada yer almaktadır. Almanya otomobil satışlarında ise ilk 5 pazar arasında konumlanmıştır.

Almanya e-mobilite pazarında dönüşüm süreci devam etmektedir. Elektrikli araçlara yönelik teşviklerin azaltılması ve küresel rekabet koşullarının değişmesi sektör üzerinde önemli bir baskı oluşturmaktadır. Özellikle Çinli üreticilerin hızla büyümesi ve Tesla gibi küresel aktörlerin pazardaki etkisi Almanya'daki üreticilerin rekabet ortamını daha da yoğunlaştırmaktadır. Buna rağmen Almanya otomotiv endüstrisi, batarya teknolojileri, dijitalleşme ve yeni mobilite çözümlerine yönelik yatırımlarını sürdürmekte ve sektördeki teknolojik dönüşüme uyum sağlamayı hedeflemektedir.

### **Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü:**

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

Almanya'nın tekstil ve hazır giyim endüstrisi, özellikle yüksek kaliteli ürünler ve yenilikçi tasarımlarla tanınır. Endüstri, özellikle teknik tekstiller, işlevsel giyim ve spor giyim gibi özel giyim türlerinde uzmanlaşmıştır. Bu segmentin tartışmasız en büyük gelir kaynağı ise teknik tekstil üretimidir. Teknik tekstiller, başta sağlık sektörü ve otomotiv sanayisi olmak üzere çeşitli alanlarda kullanılmaktadır.

Almanya'da bulunan bazı önde gelen tekstil ve hazır giyim şirketleri arasında Hugo Boss, Adidas, Puma, Birkenstock, Escada, S.Oliver, Tom Tailor, Gerry Weber ve Triumph yer almaktadır. Günümüzde Adidas, Puma ve Hugo Boss gibi büyük Alman giyim üreticileri, kendi tesislerinin yanı sıra fason üretim merkezlerini de içeren küresel tedarik zincirlerinden faydalanmaktadır.

Almanya'nın tekstil ve hazır giyim endüstrisi, sürdürülebilirlik konusunda da öncü bir rol oynamaktadır. Yerel üretim, geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanımı ve etik üretim uygulamaları gibi sürdürülebilirlik önlemleri, endüstri genelinde yaygın olarak benimsenmiştir. Tekstil ve hazır giyim sektörü Almanya'daki en önemli hızlı tüketim sektörlerinden biridir. Bu üretim dalı tüm kumaşların, ipliklerin ve diğer tekstil malzemelerinin üretimini ve işlenmesini içerir. Sektör temel olarak üç alana ayrılır: giyim ve moda, ev tekstili ve teknik tekstiller. Ciro açısından, tekstil sektörü üçte iki ile sektörün en geniş payına sahiptir ve teknik tekstil üretimi bu segmentte tartışmasız satışların itici gücüdür.

Almanya tekstil ve hazır giyim endüstrisi küçük ve orta ölçekli yaklaşık 1400 şirketten oluşmakta ve yurtiçinde yaklaşık 121.000 çalışanı ile gıda endüstrisinden sonra tüketim malları sektöründe ikinci sırada yer almaktadır. Tekstil ve hazır giyim endüstrisi, 1.250 çalışanı ile 15 tekstil araştırma enstitüsünün sunduğu hizmetlerden faydalanmaktadır. Alman firmaları, söz konusu sektörde yıllık yaklaşık 32 milyar avro civarında ciro yapmakta ve bunun %65'i tekstil, %35'i ise hazır giyim sektöründe gerçekleşmektedir. Ortalama %40'lık ihracat kotası, Alman tekstil ve hazır giyim ürünlerinin uluslararası pazarlardaki yerini yansıtmakta ve dünya çapında önemli bir konumda olan firmaların rekabet güçlerinin altını çizmektedir. Almanya'da tekstil ve hazır giyim endüstrisindeki büyümeyi tetikleyen en önemli faktörlerden biri, çok sayıda yüksek teknoloji üründe kullanılan teknik tekstillerdir.

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

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

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

Alman moda ve giyim üreticileri yenilikçi güçlerinin yanı sıra dijitalleşmeye de yatırım yapmaktadırlar. Dijitalleşme yatırımları sadece üretimi değil aynı zamanda tedarik zincirini de kapsamaktadır. Dijitalleşmenin bir sonucu olarak, üretim ve satış birçok alanda giderek daha yakından birbirine bağlı hale gelmekte ve üreticilerin giderek mallarının bayisi haline geldiği birçok yeni iş modeli ortaya çıkmaktadır. Önümüzdeki birkaç on yıl boyunca burada birçok yeni gelişme gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.

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

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

2025 yılında tekstil ve hazır giyim dış ticaret verilerine bakıldığında, Almanya 36,78 milyar avro ihracat ve 53,05 milyar avro ithalat gerçekleştirmiş olup, bu sektörde yaklaşık 16,27 milyar avro değerinde cari açık verdiği görülmektedir.

Almanya'nın 2025 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe en çok ihracat yaptığı ülke 5,6 milyar avro ile Polonya'dır. Polonya'yı İsviçre (4,14 milyar avro), Avusturya (3,71 milyar avro), Hollanda (3,25 milyar avro), Fransa ( 2,84 milyar avro) ve İtalya (1,87 milyar avro) takip etmektedir. AB dışında en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler arasında birinci sırayı Birleşik Krallık (993 milyon avro) ikinci sırayı ABD (976 milyon avro) ve üçüncü sırayı Çin Halk Cumhuriyeti (290 milyon avro) almasına rağmen, bu iki ülke bu sektörde en çok ihracat yapılan on ülke arasına girememektedir. Almanya'nın Türkiye'ye ihracatı ise 340 milyon avrodur. Söz konusu ihracat verileri değerlendirildiğinde AB ülkelerinin ihracatta açık ara önde oldukları tespit edilmektedir.

2025 yılında tekstil ve hazır giyim sektöründe Almanya'nın gerçekleştirdiği ithalat verileri değerlendirildiğinde, en çok ithalat yapılan ülkeler arasında 12,44 milyar avro ile Çin'in ilk

sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada 8,11 milyar avro ile Bangladeş ve üçüncü sırada 4,67 milyar avro ile Türkiye yer almaktadır. İthalatta Türkiye'yi sırasıyla Vietnam (2,51 milyar avro), Pakistan (2,44 milyar avro) ve İtalya (2,42 milyar avro) takip etmektedir.

Almanya tekstil ve hazır giyim sektöründe net bir ithalatçıdır. Yerli tekstil ve hazır giyim sanayi üretimi talebin yalnızca küçük bir bölümünü karşılayabilmektedir. Bu sektördeki ihtiyaçların büyük bir bölümü Asya'daki düşük ücretli ülkeler tarafından karşılanmaktadır. Alman hazır giyim pazarı için 2025 yılında Çin, Bangladeş ve Türkiye en önemli tedarikçi ülkeler arasında başta gelmektedirler. Ancak teknolojik gelişmeler, üretim alanlarının Avrupa'ya geri taşınacağına işaret etmektedir.

### **Havacılık ve Uzay:**

Almanya havacılık ve uzay endüstrisi, ülkenin teknolojik olarak en gelişmiş ve ekonomik açıdan en önemli endüstrilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Sektör, elektronik, robotik, malzeme mühendisliği ve yapay zekâ gibi ileri teknolojileri bir araya getirerek inovasyon ve ekonomik büyümenin merkezi bir motoru rolünü üstlenmektedir. Bundesverband der Deutschen Luft- und Raumfahrtindustrie (BDLI) (Federal Almanya Havacılık ve Uzay Endüstrisi Derneği) 2024 sektörel verileri, havacılık ve uzay sanayisinin pandemi ve tedarik şoklarının ardından güçlü bir toparlanma gerçekleştirdiğini ve 2025'e yüksek bir büyüme tabanıyla girdiğini ortaya koymaktadır. Toplam ciro, 2023'teki 46 milyar avroluk seviyeden 2024'te 52 milyar avroya yükselmiş, böylece sektör iki yıl üst üste çift haneli büyüme kaydetmiştir.

Sektördeki satışların ana omurgasını havacılık branşı oluşturmakta, uzay segmenti ise özellikle uydu teknolojileri ve Artemis programı gibi uluslararası iş birlikleri üzerinden artan bir paya sahip olmaktadır. BDLI verilerine göre 2024 yılında havacılık ve uzay sanayisi cirosunun yaklaşık %67'si ihracattan elde edilmiştir. Bu da Almanya'nın küresel havacılık tedarik zincirlerine derinlemesine entegre, net ihracatçı bir konumda olduğunu göstermektedir. Ar&Ge harcamaları 2024'te 3,6 milyar avro düzeyinde gerçekleşmiş ve toplam cironun %7'sini oluşturmuştur. Bu oran, sektörün Almanya'da araştırma yoğunluğu en yüksek endüstrilerden biri olmaya devam ettiğini teyit etmektedir. Böylece sektör, hem iç talep (savunma ve kamu projeleri) hem de dış talep (uçak, uzay bileşenleri ve savunma sistemleri ihracatı) kaynaklı dengeli bir büyüme dinamiğine sahiptir.

BDLI'nin 2024 yılı verilerine göre Alman havacılık ve uzay sanayisinin toplam cirosu 52 milyar avroya ulaşmış, bir önceki yıla göre %13 oranında artmıştır. Bu toplam cironun 39 milyar avrosu sivil havacılık (%75), 10 milyar avrosu askeri havacılık (yüzde 19) ve 3 milyar avrosu uzay (%6) segmentinden kaynaklanmaktadır. 2023 yılında 46 milyar avro olan cironun 2024 yılında 52 milyar avroya yükselmesi, özellikle sivil uçak üretimindeki toparlanma ve sipariş birikimi sayesinde mümkün olmuştur. Son on yılda sektör cirosunda kümülatif %56'lık artış, havacılık ve uzay sanayisinin Almanya'da yapısal olarak büyüyen "yüksek teknoloji" alanlarından biri olduğuna işaret etmektedir.

Sektörde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı, 2023 yılında yaklaşık 115.000 iken 2024 yılında 120.000 seviyesine yükselmiş ve %4'lük bir artış kaydedilmiştir. İstihdamın 83.500 çalışanlık kısmı sivil havacılıkta (2023 yılına göre %3 artış), 26.500 çalışanlık kısmı askeri havacılıkta (yüzde 10 artış) ve 10.000 çalışanlık kısmı ise uzay sanayisinde faaliyet göstermektedir. İstihdamın önemli bir kısmı yüksek nitelikli mühendislik, Ar&Ge, sistem entegrasyonu ve dijital

hizmetler alanlarında yoğunlaşmakta, bu da sektörü nitelikli iş gücü açısından çekim merkezi haline getirmektedir. Ar-Ge harcamalarının cironun %7'sine denk gelmesi, sektörü Almanya ortalamasının oldukça üzerinde bir araştırma yoğunluğuna sahip kılmakta ve uzun vadeli rekabet gücünü desteklemektedir.

Almanya havacılık ve uzay sektöründe yüksek katma değerli nihai ürün ihracatçısı konumundadır. Sektördeki ihracat kotası 2024 yılında %67 seviyesinde gerçekleşmiş, bu da 52 milyar avroluk ciro içinde yaklaşık 34,8 milyar avroluk bir ihracat hacmine tekabül etmiştir. İhracat oranının 2022 yılında %73 iken 2024 yılında %67'ye gerilemiş olması Ukrayna savaşına bağlı jeopolitik koşullar ve artan savunma harcamaları nedeniyle iç pazarın görece önem kazanmasına bağlanmaktadır. 2024 yılında ihracat oranının bir önceki yıl ile aynı kalarak yeniden %67 civarında sabitlenmiş olması, sivil uçak, uzay teknolojileri ve savunma sistemlerine yönelik güçlü uluslararası talep, Almanya'nın havacılık ve uzay ihracatındaki liderliğini güçlendirmiştir. İhracat pazarları arasında ABD, Fransa, Çin ve Birleşik Krallık başı çekmektedir.

Sektörün ithalatı ise ağırlıklı olarak hammadde, yarı mamul malzemeler ve belirli elektronik alt sistemleri kapsamaktadır. Uzman tahminleri, üretim ve küresel tedarik zincirlerindeki artışın da etkisiyle sektör ithalatının ihracatın yaklaşık %50-60 (18-20 milyar avro) bandında olmasının muhtemel olduğunu belirtmektedir.

Sektörde Almanya'daki en büyük oyuncu Airbus olup, şirket Hamburg, Bremen, Stade ve Augsburg gibi merkezlerde önemli üretim ve mühendislik faaliyetleri yürütmektedir. Alman tedarikçiler MTU Aero Engines, Diehl Aviation, Premium AEROTEC ve Liebherr Aerospace gibi firmalarla birlikte küresel pazarda önemli paya sahiptir. MTU, sivil uçak motorları alanında dünya çapında ilk beş üretici arasında yer almakta; Diehl kabin ve aviyonik sistemlerde küresel tedarik zincirinin kilit aktörlerinden biri olarak konumlanmaktadır. Alman tedarikçiler, sadece Airbus'a değil, Boeing ve Embraer gibi üreticilere de kritik parçalar sağlayarak küresel pazar paylarını %15'in üzerinde tutmaktadır.

Sivil havacılık branşı, Almanya havacılık endüstrisinin ciro ve ihracat açısından en büyük bölümünü oluşturmaktadır. Airbus'ın Hamburg, Bremen, Stade ve Augsburg'daki tesisleri, gövde yapıları, kabin sistemleri, hafif kompozitler ve sistem entegrasyonu alanlarında küresel üretim ağının merkezinde yer almaktadır. 2023 yılında 33 milyar avro olan sivil havacılık cirosu, 2024'te 39 milyar avroya yükselmiş ve %18 büyümeye kaydetmiştir.

Askeri havacılık alanında ise Almanya, Fransa ve İspanya ile birlikte yürütülen Geleceğin Savaş Hava Sistemi (Future Combat Air System-FCAS) projesi sayesinde Avrupa'nın teknolojik egemenliğini güvence altına almayı hedeflemektedir. FCAS, yeni nesil bir muharip uçak, insansız hava araçları (remote carriers) ve bulut tabanlı bir "muharebe ağı (combat cloud)" içeren entegre bir sistem mimarisi olarak tasarlanmaktadır. 2024 itibarıyla askeri havacılık cirosu 10 milyar avro seviyesinde sabit kalmış olmakla birlikte, Eurofighter modernizasyonu, F35 tedarikleri ve FCAS kapsamındaki hazırlık faaliyetleri, 2025 sonrası için yukarı yönlü bir potansiyele işaret etmektedir.

Uzay sektörü, yaklaşık 3 milyar avroluk ciro ve toplam ciro içindeki yaklaşık %6'lık payıyla ölçek açısından daha sınırlı görünse de, yüksek teknoloji ve stratejik bağımsızlık açısından kritik bir

segmenttir. Bremen ve Münih çevresi Avrupa uzay endüstrisinin önemli merkezleridir. Almanya yıllık yaklaşık 1,4 milyar avroluk katkı ile ESA (Avrupa Uzay Ajansı) içinde Fransa ile birlikte en önemli yatırımcı ülkelerden biri konumundadır ve uydu sistemleri, yer gözlem teknolojileri ve bilimsel misyonlarda aktif rol üstlenmektedir. Airbus'ın Bremen'de geliştirdiği Artemis misyonu için Avrupa Servis Modülü (European Service Module-ESM), Alman mühendisliğinin uzay alanındaki vitrin projelerinden biridir. Ayrıca "New Space" alanında faaliyet gösteren start-uplar, küçük uydu, mikro fırlatma sistemleri ve uzay tabanlı veri hizmetleri gibi niş pazarlarda Almanya'nın konumunu güçlendirmektedir.

Alman havacılık sanayisi, iklim nötrlük ve dijitalleşme alanlarında teknolojik inovasyonun ön saflarında yer almaktadır. Sektör, geliştirme sürelerini ve maliyetlerini azaltmak amacıyla yapay zekâ destekli üretim sistemleri, dijital ikizler, otomatik kalite kontrol, sensör füzyonu ve kestirimci bakım çözümleri gibi Endüstri 4.0 teknolojilerine giderek daha fazla güvenmektedir. Bu sayede uçak tasarım süreçlerinde sanal testlerin ağırlığı artmakta, fiziksel prototip ihtiyacı azalmaktadır; üretim hatlarında ise otonom robotlar ve veri analitiği tabanlı optimizasyon, verimliliği yükseltmektedir.

Sürdürülebilirlik ekseninde Almanya, CO<sub>2</sub> nötr uçuşlarda öncü olma hedefini benimsemiş ve bu doğrultuda hem ulusal hem AB düzeyinde kapsamlı programlar devreye almıştır. Federal Ekonomi ve İklim Koruma Bakanlığı'nın havacılık araştırma programı LuFo, sürdürülebilir havacılık yakıtlarının kullanımı, hibrit elektrikli ve hidrojen temelli tahrik sistemlerinin geliştirilmesi ile yakıt verimli aerodinamik çözümler gibi alanlara odaklanmaktadır. 2026 başında başlaması planlanan LuFo VII-2 çağrısı özellikle iklim dostu itki sistemlerini merkezine almaktadır. Federal Hükümet ayrıca Alman Havacılık ve Uzay Merkezi'ne yıllık 200 milyon avronun üzerinde kaynak aktararak iklim nötr teknolojilere öncelik veren sanayi akademi iş birliklerini desteklemektedir. Yeni çağrılar hidrojen tahriki, SAF kullanımı, hafif malzeme teknolojileri ve dijital uçuş operasyonları gibi temalara yoğunlaşmaktadır.

Airbus, 2035 yılına kadar ZEROe programı kapsamında iklim nötr uçak geliştirmeyi planlamakta; Hamburg ve Bremen merkezleri hidrojen tahrik teknolojileri, sıvı hidrojen tankları ve sistem entegrasyonu alanlarında kilit roller üstlenmektedir. Avrupa Havacılık Çevre Raporu 2025, SAF üretim kapasitesinin artırılması ve filo modernizasyonunun hızlandırılması gerektiğini vurgulayarak Almanya'nın hidrojen, SAF ve eVTOL teknolojilerindeki rolünü daha da stratejik hale getirmektedir.

Almanya, karbonsuzlaşmayı ve teknolojik dönüşümü hızlandırmak amacıyla AB'nin Horizon Europe ve Clean Aviation programlarına aktif olarak katılmakta, düşük emisyonlu uçak konseptleri, yeni nesil malzeme ve yapısal çözümler, dijital ikiz uygulamaları ve akıllı bakım sistemleri için önemli Ar&Ge finansmanı sağlamaktadır.

Askeri havacılıkta FCAS projesi Avrupa'nın stratejik özerkliği açısından kritik önemdedir. 2025 yılında ilk somut gösterim çıktılarının sunulması beklenmekte olup sensör füzyonu, yapay zeka destekli görev sistemleri ve yeni nesil motor teknolojileri alanlarında Almanya merkezli aktörlere önemli fırsatlar yaratmaktadır. Uzay alanında ise Almanya'nın Avrupa Uzay Ajansı bütçesine yüksek katkısı, Artemis programı ve iklim araştırmalarına yönelik uydu projelerindeki rolü ile DLR'nin güneş enerjisi temelli yakıt üretimi ve kuantum teknolojileri gibi öncü çalışmaları ülkenin uzay araştırmalarındaki konumunu güçlendirmektedir.

Almanya, havacılık ve uzay sektöründe Avrupa'nın en önemli fuar ve konferanslarına ev sahipliği yapmaktadır. Bu etkinlikler hem teknoloji vitrinleri hem de iş geliştirme ve ağ oluşturma platformları olarak büyük rol oynamaktadır.

**2026** yıllarında öne çıkan başlıca fuar ve etkinlikler şunlardır:

- **Alman Havacılık ve Uzay Kongresi (Deutscher Luft- und Raumfahrtkongress-DLRK):** Alman Havacılık ve Uzay Merkezi (DLR) ve Alman Havacılık ve Uzay Topluluğu (DGLR) tarafından organize edilen, Almanya'daki en önemli bilimsel konferanslardan biridir. Araştırma, sanayi ve siyaset dünyasından uzmanları bir araya getirerek iklim nötrlüğü, uzay teknolojileri ve havacılık yenilikleri gibi temaları ele almaktadır. 5-9 Ekim 2026 tarihlerinde Augsburg Ticaret Fuarı Merkezi'nde gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.
- **AIRTEC (Augsburg):** Havacılık ve uzay tedarikçilerine yönelik, yeniliklere, yeni teknolojilere ve iş bağlantılarına odaklanan uluslararası bir ticaret fuarıdır. Özellikle tedarikçi sektörü, drone teknolojileri ve kentsel hava ulaşımı alanları için önemli bir platform olup, 0-22 Ekim 2026 tarihlerinde Augsburg Ticaret Fuarı Merkezi'nde düzenlenecektir.
- **InterAirport Europe (Münih):** Havaalanı ekipmanları, teknolojileri ve hizmetlerine odaklanan ve havacılık altyapısı için dünyanın önde gelen etkinliklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Bir sonraki fuar 12-14 Ekim 2027 tarihlerinde Münih Fuar Alanı'nda gerçekleştirilecek olup, havaalanı tasarımı, yer hizmetleri ve altyapı teknolojileri gibi konulara odaklanacaktır.
- **ILA Berlin Uluslararası Havacılık ve Uzay Fuarı:** Almanya'nın en büyük ve dünyanın en eski havacılık ve uzay fuarlarından biridir. İki yılda bir düzenlenen etkinlik, sivil ve askeri havacılık, uzay seyahati, sürdürülebilirlik ve yenilik temalarını bir araya getirmekte. Fuar, konferanslar ve halka açık uçuş gösterilerini içermektedir. Bir sonraki etkinlik 10-14 Haziran 2026 tarihlerinde Berlin ExpoCenter Airport, Schönefeld'de gerçekleştirilecektir.
- **Aerospace Tech Week Europe (Münih):** Havacılık elektroniği, bağlantı ve test teknolojilerine odaklanan bir ticaret etkinliğidir. Teknoloji sağlayıcılarını havacılık sektörüyle buluşturarak aviyonik, dijital çözümler, veri bağlantısı ve test sistemleri alanlarında yeniliklerin tartışılmasına imkân tanımaktadır. 28-29 Nisan 2026 tarihlerinde Münih'te düzenlenecektir.
- **AERO Friedrichshafen:** Avrupa'nın genel havacılık alanındaki önde gelen uluslararası ticaret fuarıdır. Küçük uçaklar, helikopterler, eVTOL sistemleri ve genel havacılık altyapısına odaklanmakta; 22-25 Nisan 2026 tarihlerinde Friedrichshafen Fuar Merkezi'nde gerçekleştirilecektir.
- **Aircraft Interiors Expo (AIX) ve World Travel Catering & Onboard Services Expo (WTCE)-Hamburg:** Uçak kabin ürünleri ve çözümleri alanında dünyanın önde gelen fuarı AIX, her yıl Hamburg'da düzenlenmektedir. 14-16 Nisan 2026 tarihlerinde gerçekleştirilecek fuar, uçak iç mekânları, yolcu konforu, uçak içi eğlence (IFE), bağlantı ve bakım konularına odaklanmaktadır. Paralel olarak düzenlenen WTCE ise uçak içi ikram ve hizmetler alanında uzmanlaşmış bir etkinlik olup, birlikte "Yolcu Deneyimi Haftası"nı oluşturmaktadır.

Bu fuar ve etkinlikler, Almanya havacılık ve uzay sanayisinin teknoloji vitrini olmanın ötesinde, tedarik zincirlerinin güçlendirilmesi, uluslararası ortaklıkların geliştirilmesi ve sektörel vizyonun şekillendirilmesi açısından stratejik öneme sahiptir.

## Enerji

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

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

Bu itibarla, Federal Alman hükümetinin enerji konusunda aldığı tedbirler üretimde yenilenebilir enerjinin payının artırılması bağlamında ilk etapta olumlu sonuç doğurmaktadır. 2023 yılında toplam elektrik üretiminin yaklaşık %26,1'i kömürden elde edilirken, bu oranın 2024 yılında %22,5 seviyesinde, 2025 yılında ise %22,1 olduğu; bu kapsamda, yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin ise 2023 yılında %56 seviyesinde, 2024 yılında %59,4 seviyesinde, 2025 yılında %58,6 olduğu görülmektedir. Yenilenebilir enerji kaynaklarından elektrik üretiminin kendi içindeki oranlarına bakıldığında 2025 yılında rüzgar enerjisi %30,0 ile en büyük paya sahiptir. Yenilenebilir enerji üretiminde rüzgar enerjisini sırasıyla güneş (%16,0), biyogaz (%6,2) ve su enerjisi (%3,6) takip etmektedir.

Nükleer santrallerin kapatılması Almanya enerji sektörüne dair 2023 yılında yaşanan önemli bir gelişme olarak karşımıza çıkmaktadır. 2022 yılında Almanya'nın toplam elektrik üretiminin %6,4'ünün yapıldığı nükleer enerji santralleri; yenilenebilir enerjiye geçiş ve çevre dostu üretim hedefleri kapsamında yıllar içerisinde azalmış olduğundan, ülkedeki son üç nükleer santralin reaktörlerinin 15 Nisan 2023 tarihinde devre dışı bırakılmasıyla birlikte Almanya'da nükleer enerji döneminde sona ermiştir. 2024 yılı ise, Almanya'da 1962'den bu yana nükleer enerjiden elektrik üretiminin olmadığı ilk tam yıl olmuştur.

Almanya'nın 2025 yılı karbon emisyonu, daha az fosil yakıtlı enerji kullanımı ve yenilenebilir enerjinin üretimdeki yüksek payı sayesinde yaklaşık 649 milyon ton CO<sub>2</sub>-eşdeğeri seviyesinde gerçekleşmiş olup, 2024 yılına kıyasla yaklaşık %0,1 oranında, 1990 yılına kıyasla ise %48 oranında azalmıştır. Bununla birlikte, emisyonlardaki düşüş hızı 2025 yılında belirgin biçimde yavaşlamıştır. Alman Hükümeti'nin hedefi, sera gazı emisyonlarını 2030 yılına kadar 1990 yılına kıyasla en az %65, 2040 yılına kadar en az %88 azaltmak ve 2045 yılına kadar net sera gazı nötrlüğüne ulaşmaktır; 2050 sonrasında ise negatif emisyonlara geçilmesi öngörülmektedir.

Düşük karbonlu üretime geçişin hızlandırılması hedefi doğrultusunda, doğal gazın yerini almak üzere hidrojen enerjisi kullanımının yaygınlaştırılması amacıyla Almanya Hükümeti tarafından teşvikler hayata geçirilmektedir. Bu kapsamda, Almanya Ekonomi Bakanlığı tarafından

hidrojene hazır gaz santrallerine sübvansiyon sağlama planı onaylanmış olup, hidrojene geçiş yapabilen gaz santrallerine sermaye ve işletme sübvansiyonları da dâhil olmak üzere toplam 16 milyar avroluk bir destek sağlanması planlanmaktadır. Hükümet tarafından yenilenebilir enerji ve düşük emisyonlu alternatiflere dair hayata geçirilen sübvansiyon planları, Almanya'nın enerji stratejisinde hâlihazırda gerçekleştirmekte olduğu dönüşümün önemli bir unsuru olarak ön plana çıkmaktadır.

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

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

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

Bunun yanı sıra, 2020 yılının son çeyreğinde revize edilen 2050 "Yenilenebilir Enerji Kaynakları Yasası" ile, yeşil elektriğin yaygınlaşmasını sağlamayı teminen Almanya çapında kullanılan tüm elektriğin "climate neutral (karbondioksit emisyonu sıfır)" olması; bunun yanısıra modern, düşük maliyetli ve verimli enerji dönüşümü amaçlanmaktadır. Bahse konu Yasada, diğer unsurların yanı sıra, güç dağıtım şebekelerinin dijitalleştirilmesini teminen rüzgar tribünlerinin ve güneş sistemlerinin yaygınlaştırılmasının hızlandırılması öngörülmektedir. Kanunun yeni haliyle, güneş, biyokütle ve karada ve denizde rüzgâr yoluyla elde edilen yıllık elektrik miktarlarının artırılması amaçlanmakta olup, konuya ilişkin olarak eyalet hükümetlerinin daha sıkı kontrol edilmesi beklenmektedir.

Her iki yılda bir, fiili elektrik tüketiminin yapısı esas alınarak hedefler kontrol edilmektedir. Biyogaz tesislerinin sayısının artırılmasına yönelik hedefler de güncellenmektedir. Bununla birlikte, elektrikli araçların elektrik kullanımına ilişkin talebi artırması kaçınılmaz bir süreç olacaktır. Rüzgar tribünlerinin daha fazla kabul görmesini teminen vatandaşlar ve belediyelere yönelik olarak devlet yardımlarının artırılması planlanmaktadır. Bu kapsamda, rüzgarın ve güneşin olmadığı zamanlarda da güç tesislerinde sürekliliğin sağlanması önem arz etmektedir. Yakın geçmişte, yeşil elektriğin yaygınlaştırılması süreci çok yavaş işlemiştir. Uzun onaylama

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

Son olarak, Almanya, özellikle doğal gaz konusunda Rusya'ya yüksek oranda bağımlı olması nedeniyle, ekonomisinin derin bir durgunluktan kaçınabilmesi için yeterli enerji edinebilmesini sağlamak adına yeni gaz ithalat altyapısı inşa etmesi ve kaynaklarını çeşitlendirmesi konusunda özel bir baskı altında bulunmaktadır.

Bu kapsamda, 8 Temmuz 2022'de Alman hükümeti, son yılların en büyük enerji politikası değişikliğini kabul etmiştir. 593 sayfadan uzun olan paket, yenilenebilir enerjilerin yaygınlaşmasını hızlandırmak üzere 5 yasada yapılacak değişiklikleri içermektedir:

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

2024 yılı yasama döneminin sonunda, Federal Meclis (Bundestag), Almanya'nın enerji dönüşümü için büyük bir adım olarak kabul edilen önemli enerji yasalarını kabul etmiştir. En önemli kararlar aşağıda belirtilmektedir:

- Kojenerasyon Yasası'nın (KWKG) Uzatılması: Bu, uzaktan ısıtmanın genişletilmesini güvence altına almakta ve yatırımlar için planlama güvenliği sağlamaktadır. Ancak bu sadece bir ilk adım olarak görülmekte olup, 2030'ların ortasına kadar temel bir revizyon ve uzatma talep edilmektedir.
- Enerji Ekonomisi Yasası'nda (EnWG) Yapılan Değişiklikler: Yenilenebilir enerji santralleri, fazla enerji durumlarına daha esnek bir şekilde yanıt verebilecektir. Bu, şebeke aşırı yüklenmelerini ve negatif enerji fiyatlarını önlemektedir. Doğrudan pazarlamanın basitleştirilmesi ve küçük ölçekli tesislerin kontrol edilebilirliği önemli ilerlemelerdir.
- Şarj Altyapısı: Ayrıştırılmamış şebeke operatörleri tarafından şarj noktalarının işletilmesi yasağı için geçiş süresi, Avrupa yönergelerinin uygulanmasına daha fazla zaman tanımak amacıyla 2026 sonuna kadar uzatılmıştır.
- BiyogazÇ Biyokütle paketi, ihale hacmini ve esneklik katkısını artırarak biyogazın enerji arz güvenliğine katkısını güçlendirmektedir.
- Emisyon Ticareti (TEHG): Sera gazı emisyon ticareti yasasının hızlı bir şekilde uygulanması, enerji sektörü ve atık yönetimi için hukuki güvence sağlamaktadır.

2025 yılında Almanya'da 438,2 milyar kWh elektrik üretilmiş ve şebekeye verilmiş; güneş enerjisinden elektrik üretimi 70,1 milyar kWh ile yeni zirveye, doğal gazdan elektrik üretimi ise 70,6 milyar kWh ile dönemsel en yüksek seviyesine ulaşmıştır. Aynı yıl Almanya'nın elektrik ithalatı 79,6 milyar kWh, ihracatı ise 60,2 milyar kWh olmuş; ülke net ithalatçı konumunu sürdürmekle birlikte ithalat fazlası 2024'e kıyasla azalmıştır. Ayrıca 2025 yılında Federal düzeyde altyapı ve iklim nötrlüğü yatırımlarını hızlandırmak amacıyla 500 milyar avroluk özel fon yapısı oluşturulmuş, bunun 100 milyar avroluk kısmının İklim ve Dönüşüm Fonu üzerinden 2045 iklim nötrlüğü hedefi için kullanılması öngörülmüştür

## **Madencilik**

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

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

Kömür Komisyonu (Kommission für Wachstum, Strukturwandel und Beschäftigung) tarafından 2019 yılında yayımlanan raporda, kömür ve linyitin Almanya'nın enerji arzında önemli bir paya sahip olduğu belirtilmiştir. Ancak son yıllarda uygulanan enerji dönüşümü politikaları ve kömürden çıkış süreci kapsamında bu pay kademeli olarak azalmaktadır. 2024 itibarıyla kömür (taş kömürü ve linyit birlikte) elektrik üretiminde yaklaşık %20-25 bandında bir paya sahiptir. Bu çerçevede Almanya, hâlen dünyanın en büyük linyit üreticilerinden biri olmayı sürdürmektedir. Yüzeğe yakın rezervlerde bulunan ve taş kömürüne kıyasla daha yüksek karbon yoğunluğuna sahip olan linyit, başlıca Kuzey Ren-Vestfalya, Brandenburg ve Saksonya eyaletlerinde çıkarılmaktadır.

Linyitin taşınmasının ekonomik olmaması nedeniyle üretimin büyük bölümü çıkarıldığı bölgelerdeki termik santrallerde elektrik üretiminde kullanılmaktadır. Bu nedenle linyit bazlı enerji santralleri genellikle maden sahalarına yakın konumlandırılmıştır. Bununla birlikte Almanya, kömürden çıkışı hızlandırma hedefi doğrultusunda linyit santrallerini aşamalı olarak devreden çıkarmayı planlamakta olup, mevcut takvime göre kömürden tamamen çıkışın en geç 2038'e kadar tamamlanması, bazı eyaletlerde ise bu tarihin 2030'a çekilmesi hedeflenmektedir.

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

2024 yılında Almanya'da 92 milyon ton linyit kömürü (-%9,8), 1,6 milyon ton petrol (-%0,7), 4,7 milyar m<sup>3</sup> doğalgaz ve petrolgaz (-%3,8) çıkarılmıştır. 211 milyon ton ile en önemli mineraller kumlar ve çakıllar olmuştur. 167 milyon ton ile doğal taşlar ikinci sırada gelmektedir ve bu ikisi Almanya'nın maden üretiminin %80'ine tekabül etmektedir. Bu azalışın başlıca sebepleri, inşaat sektöründeki durgunluk ve enerji fiyatlarındaki artışlar olarak görülmektedir. Buna rağmen 2024 senesinde Almanya, Çin'den sonra en büyük linyit kömür üreticisi konumundadır. Potasyum tuzu üretiminde de Almanya dünyada beşinci büyük üretici konumundadır. 2024 yılında ülke toplam ithalatının %14,8'ini (193,4 milyar avro) enerji hammaddeleri, metaller ve demir dışı metaller teşkil etmiştir. Bir önceki yıla göre bu rakam %3,7 oranında düşmüştür.

Enerji hammaddeleri bakımından %43,3 ile petrol birinci, doğalgaz %20,9 ile ikinci ve kömür %19 ile üçüncü sırada yer almaktadır. 2024 yılında Almanya doğalgaz ihtiyacının %96'sını ithal ederek karşılamıştır. Bunun %48'i Norveç'ten, %25'i Hollanda'dan ve %18'lik kısmı Belçika'dan ithal edilmiştir. Demir dışı metallerin %92,4'ü Avrupa'dan temin edilmesine karşın, metallerin sadece %51,6'lık kısmı Avrupa menşelidir. Değer olarak en önemli ithalat ülkeleri Hollanda (26,2 milyar avro), ABD (15,6 milyar avro), Belçika (14,1 milyar avro) ve Norveç (10,2 milyar avro) olmuştur. Rusya'dan ithalat değeri %90 azalarak 2,6 milyar avro olarak gerçekleşmiştir. Diğer taraftan, Hollanda ve Belçika gibi ülkeler yukarıdaki maddeleri Avrupa dışından ithal edip Almanya'ya ihraç ettiklerinden, bu ürünler aslında Avrupa menşeli değildir.

Petrol %35'lik pay ile Almanya'nın en önemli enerji kaynağı olmuştur. 2024 senesinde petrol ithalatı 44,8 milyar avro olarak gerçekleşmiş olup, petrol en çok Norveç (%18,9), ABD (%18,9), Kazakistan (%13,6) ve Birleşik Krallık'dan (%10,5) tedarik edilmiştir. Almanya'nın 16 milyon tonluk petrol yatakları bulunmakta, 44 adet petrol çıkarma tesisinde üretim yapılmaktadır. Doğalgaz %23,6 ile ülkenin ikinci büyük enerji kaynağıdır. Almanya'nın 19,3 milyar m<sup>3</sup> doğal gaz rezervi bulunduğu düşünülmektedir ve %99'u Aşağı Saksonya eyaletinde bulunmaktadır. Ülkede 69 adet üretim tesisi bulunmaktadır.

Almanya 2024 senesinde 113,7 milyar avro değerinde mineral ve enerji hammaddeleri ihraç etmiş bir önceki seneye göre ihracatı %2,2 oranında artmıştır. İhracatın %71,3'ü metaller, %25,6'sı enerji hammaddeleri ve %3,1'i demir dışı metallerden oluşmuştur.

Kömür, %19,8'lik pay ile Almanya'nın en önemli üçüncü enerji kaynağıdır. Almanya'nın 2024 yılı kömür ihracatı 317 milyon avro, ithalatı ise 4,7 milyar avro civarında gerçekleşmiştir. Sektörde istihdam edilen kişi sayısının ise hâlihazırda 20.000 civarında olduğu tahmin edilmektedir. Günümüzde ise iklim değişikliği, hava kirliliği, artan sağlık ve çevresel faktörler de kömür kullanımının azaltılmasını gerektirmiştir. Nitekim kömür ve linyitin ülkedeki karbondioksit gazı emisyonu içerisindeki payının %39 oranında olması, diğer ülkelerin yanı sıra Almanya'nın da bu sektöre ekonomik anlamda bağımlılığının azaltılması hususunu gündeme getirmiştir.

2018 yılında ülkede söz konusu yapısal değişimin ekonomi ve istihdama etkilerini azaltmak amacıyla bir Kömür Komisyonu kurulmuştur. Anılan komisyonun en önemli görevi, 2038 yılına kadar ülkenin kömür bağımlılığını azaltacak politikaların belirlenmesine yönelik kapsamlı bir yol haritası oluşturmak ve ülkenin kömür ekonomisinden yenilenebilir enerji ekonomisine geçişinin kolaylaştırılmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte, Almanya'nın karbondioksit

salınımına ilişkin olarak üstlendiği küresel sorumlulukların yanı sıra, 2030 yılında ülkede elektrik üretiminin saatte 630 teravata kadar yükselebileceği de tahmin edilmektedir. Öte yandan, linyit ve taş kömüründen sağlanan elektrik üretim kapasitesinin, söz konusu rakamın üçte birini bile karşılamayacağı hesaplanmakta olup bu açığın yenilenebilir enerji kaynakları olan rüzgâr ve güneş enerjisi ile kapatılması ülke gündemindedir.

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

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

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

## Hizmetler

Hizmet sektörü, Almanya ekonomisinin bel kemiğini oluşturmaktadır ve değer yaratım ile istihdam açısından en büyük sektördür. 2024 yılı itibarıyla hizmetler sektörünün gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH) içindeki payı yaklaşık %65-70 oranındadır ve toplam istihdamın ise yaklaşık %70-75'i bu sektörde yer almaktadır. Bu durum, Almanya'nın sanayi geçmişine rağmen hizmet odaklı bir ekonomi haline geldiğini göstermektedir.

Almanya'da hizmet sektörü geniş bir alanı kapsar ve hem klasik hem de teknolojiye dayalı alanları içerir. Bunlar Finans ve sigortacılık, Lojistik ve ulaştırma, Bilgi Teknolojileri ve iletişim, Sağlık ve sosyal hizmetler, Turizm, otel ve restoran hizmetleri, Danışmanlık ve iş hizmetleri, Kamu hizmetleri ve eğitim olarak sıralanmaktadır.

Özellikle Bilgi Teknolojileri yoğun hizmetler, sektörde büyümenin en güçlü itici gücünü oluşturmaktadır. 2024 yılında hizmet sektörü ılımlı bir büyüme göstermiştir. Reel büyüme pozitif olmasına rağmen önceki yıllara kıyasla yavaşlamıştır. Hizmet sektöründe PMI endeksi yıl içinde 49-52 civarında seyretmiş, bu da büyümenin yavaşladığını göstermektedir. Yavaşlamanın nedenleri arasında küresel ekonomik belirsizlikler, yüksek enerji ve işletme maliyetleri ile nitelikli iş gücü eksikliği sayılabilir.

Hizmet sektörü, sanayideki yavaşlamayı dengeleyen ve iç talep ile tüketimde belirleyici bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Almanya, küresel hizmet ticaretinde güçlü bir oyuncudur. 2024 itibarıyla dünyada 3. büyük hizmet ihracatçısı ve 2. büyük hizmet ithalatçısı konumundadır. Başlıca ticaret ortakları ABD, AB ülkeleri ve İsviçre dir. İhracatta öne çıkan alanlar ulaştırma, finans ve iş hizmetleri. Almanya, merkezi konumu sayesinde Avrupa’da yaklaşık 450 milyon tüketiciye erişim sağlamaktadır.

Sektördeki zorluklar sanayi ve inşaat sektörlerindeki yavaşlama, yüksek enerji ve iş gücü maliyetleri, artan küresel rekabet, dijital dönüşüm ve modernizasyon baskısı ve nitelikli iş gücü eksikliği olarak sıralanabilir. Fırsatlar ise dijitalleşme, sağlık ve bakım hizmetleri, sürdürülebilir hizmetler, turizm ve lojistik. Almanya’nın Avrupa’daki merkezi konumu avantaj sağlamaktadır. Hizmet sektörü, kısa vadeli yavaşlamaya rağmen Almanya ekonomisinin en istikrarlı alanı olarak kalmaktadır. Uzun vadede dijitalleşme, bilgi temelli ve sürdürülebilir hizmetler sayesinde büyümenin devam etmesi beklenmektedir.

Sektör, istihdam, değer yaratımı ve uluslararası rekabet açısından kritik öneme sahiptir. Politika, yatırım ve yenilik odaklı önlemler, sektörün gelecekte güçlü kalmasını sağlayacaktır. Hizmet sektörü Almanya ekonomisinin en büyük ve en istikrarlı sektörü konumundadır. 2024’te büyüme yavaşlamış olsa da toplam istihdamın ve GSYİH’nın büyük kısmını oluşturmaktadır. Dijitalleşme, yeşil hizmetler ve sağlık hizmetleri sektörün ana büyüme alanlarıdır. Sektör, küresel hizmet ticaretinde Almanya’yı lider konumda tutmaktadır.

#### **Lojistik:**

Almanya’da lojistik sektörü yüksek hacimli ancak maliyet, altyapı ve yeşil dönüşüm baskısının yoğunlaştığı, dijitalleşme ve deniz lojistiği eksenli bir “dönüşüm dönemi” içindedir. Otomotiv ve kimyanın ardından Almanya’nın üçüncü büyük ekonomik sektörü durumunda bulunan lojistik sektöründe Almanya, Avrupa lojistik cirosunun yaklaşık yüzde 25’ini tek başına üretmekte olup, bu durum ülkeyi kıtanın dağıtım “hub”ı haline getirmektedir.

İmalat sanayinin ihracat kapasitesini destekleyerek tedarik zincirlerinin sürekliliğini ve rekabet gücünü belirleyen temel altyapı hizmeti olan lojistik sektörü geniş tanımla Almanya GSYH’sinin %8’den fazlasına tekabül eden bir ekonomik katma değer yaratmakta, aynı zamanda dış ticaretin yaklaşık 60-70’ini fiziksel olarak taşımaktadır. Dış ticaret ve pazara giriş açısından Almanya lojistik sistemi, AB içi ve AB dışı pazarlara erişimde hem karasal hem deniz yolları üzerinden “gateway” işlevi görmektedir.

Almanya lojistik sektörünün cirosunun 2025 yılında yüzde 1,5 artışla yaklaşık 344,8 milyar avroya ulaştığı tahmin edilmektedir. Ancak farklı tanım ve kapsamlarla (freight & logistics, geniş tedarik zinciri hizmetleri vb.) ciro aralığı 2025 yılı için yaklaşık 380 milyar avroya kadar çıkmaktadır. 2020–2025 dönemi için ortalama yıllık ciro artışı yaklaşık %0,6 iken, 2025 sonrası 2030’a kadar yıllık ortalama %2,5-3 civarında büyüme ve 396 milyar avro seviyesine doğru bir yükseliş beklenmektedir.

Almanya lojistik sektöründe toplam navlun gelirlerinde karayolu taşımacılığı yaklaşık %50 ile liderliğini sürdürmektedir. Denizyolu ve iç su yolları, özellikle forwarding bazında pazarın yaklaşık %5-8’lik payını temsil etmekte, intermodal taşımacılık sayesinde bu oran fonksiyonel

etkide daha da yükselmektedir. Kurye–ekspres–paket (CEP) segmenti, e ticaretin etkisiyle yıllık %3,5'in üzerinde büyüme göstererek sektör içindeki en dinamik alt segmenttir.

IBISWorld verilerine göre Almanya'da lojistik sektöründe 2025 itibarıyla yaklaşık 79.300 işletme faaliyet göstermektedir. 2020-2025 döneminde şirket sayısındaki yıllık bileşik artış yaklaşık %1,8'dir. Başka kaynaklara göre daha dar tanımda 60.000 civarında, geniş lojistik ekosistemi dahil edildiğinde ise 79.000'in üzerinde işletme olduğu değerlendirilmektedir.

Sektör, çekirdek ve dolaylı istihdam dahil 3 milyona yakın kişiye iş sağlamakta olup, bazı piyasa raporları bu sayının 3,4 milyona kadar çıktığını belirtmektedir. Özellikle kamyon ve dağıtım şoförlerinde 2025'e gelindiğinde 70.000'in üzerinde sürücü açığı bulunduğu, bu durumun kapasite kullanımını ve maliyetleri doğrudan etkilediği belirtilmektedir. İşgücü sıkıntısı sadece sürücülerle sınırlı olmayıp, depo otomasyonu, veri bilimi ve IT destekli lojistik pozisyonlarında da nitelikli eleman açığı artmaktadır.

Sektörün alt segmentlerine bakıldığında taşımacılık ve nakliye kategorisinde karayolu taşımacılığının yaklaşık %75 civarı payla hacim olarak dominant olduğu, demiryolunun ise devlet teşvikleri ve yeşil dönüşüm baskısıyla güçlenen ikinci ekseninde bulunduğu görülmektedir. Lojistik sektörünün bir diğer önemli ayağı olan depolama ve elleçlemede kontrollü depolar (gıda, ilaç, kimya) ve "value added services" (order picking, paketleme, hafif montaj vb.) e ticaret etkisiyle büyüdüğü paketleme ve CEP (Kurye, Ekspres ve Paket) segmentinin ise, artan çevrim içi siparişler nedeniyle şehir içi mikro-hub çözümlerine ve otomasyona yöneldiği görülmektedir.

Sektörde öne çıkan eyaletlere bakıldığında Kuzey Ren-Vestfalya (NRW) eyaletinin özellikle Duisburg iç limanı (Duisport) ile dünyanın en büyük iç su yolu limanına sahip olduğu, hem karayolu hem demiryolu hem iç su yolu lojistiğinin kavşağı durumunda olduğu; Hamburg ve Bremen/Bremerhaven'in deniz lojistiğinin ve konteyner trafiğinin merkez eyaletleri olduğu, özellikle Hamburg eyaletinin Uzak Doğu–Avrupa hattında hub rolü oynadığı; Baviera ve Baden Württemberg eyaletlerinin ise güney sanayi koridoru (Münih, Stuttgart) ile kara ve raylı sistem lojistiğinde güçlü olduğu, otomotiv ve makine ihracatıyla lojistiğe yüksek katma değer sağladığı görülmektedir.

Almanya'nın en büyük lojistik firmalarına bakıldığında Deutsche Post DHL Group (DHL Supply Chain & Global Forwarding)'un Almanya merkezli küresel pazar lideri olduğu; CEP (Kurye, Ekspres ve Paket) hizmetlerinde, kontrat lojistiği ve uluslararası freight forwarding alanlarında belirleyici olduğu; 2025 yılında DSV tarafından satın alınan ve 2026 itibarıyla operasyonel entegrasyonu hız kazanan DB Schenker'in bir multimodal lojistik devi olarak karayolu, demiryolu, hava ve deniz taşımacılığında güçlü olduğu; İsviçre merkezli lojistik devi Kühne + Nagel'in Almanya'da geniş depolama ve forwarding ağı ile öne çıktığı; Fiege, Hellmann Worldwide Logistics, CEVA Logistics gibi şirketlerin ise özellikle kontrat lojistiği ve spesifik endüstri çözümleri (otomotiv, sağlık, perakende) sunarak pazarın orta–büyük segmenti temsil ettikleri görülmektedir.

Sektör son dönemde özellikle alt yapı, aşırı bürokrasi ve işgücü sıkıntılarına çözüm olması adına dijitalleşme, yapay zeka ve yeni teknolojilere yoğun yatırım yapmaktadır. Bu kapsamda, Almanya'daki lojistik firmalarının yaklaşık yüzde 70-80'inin IoT (Internet of Things) sensörler,

gerçek zamanlı izleme ve dijital yönetim platformları kullandığı bilinmektedir. Ayrıca yapay zeka ve dijital teknolojilerin kullanılmasıyla yapay zeka tabanlı rota optimizasyonu, trafik ve hava durumu verilerini işleyerek dinamik güzergâh değişikliğiyle yakıt tasarrufu ve teslimat sürelerinde önemli iyileşme sağlanmıştır. Yine tahmine dayalı analiz (predictive analytics) çözümleri, stok yönetimi ve talep tahmininde %90'ın üzerinde doğruluk seviyelerine ulaşabilmektedir.

Otonom ve robotik sistemlerin kullanımı da Almanya'da lojistik sektöründe sağlanan verimlilik ve ciro artışına önemli katkı sağlamıştır. Özellikle depolarda otonom mobil robotlar (AMR), otomatik forkliftler ve akıllı raf sistemlerinin gittikçe yaygınlaştığı, bunun da personel verimliliğini artırdığı ve işgücü açığının etkisini kısmen dengelediği görülmektedir. Liman sahalarında otonom yard tractors ve uzaktan kumandalı vinç sistemlerin kullanımı da son dönemde özellikle konteyner terminal verimliliğini arttırıcı bir rol oynamaktadır.

Sektörde yavaş yavaş kullanımı artan ve önümüzdeki dönemde daha fazla gündeme geleceği değerlendirilen yeni teknolojiler arasında dronlar, blockchain ve BigData yer almaktadır. Dronlar, son mil teslimat ve envanter sayımı uygulamalarında pilot projelerden operasyonel faza geçmeye başlamıştır. Özellikle kırsal bölgelerde ve kampüs tipi dağıtım merkezlerinde test edilmektedir. Blockchain uygulamaları ise, tedarik zinciri şeffaflığı ve kesintisiz gümrük süreçleri için standart hâline gelme yolundadır. Özellikle yüksek değerli ve hassas ürünlerin takibi için tercih edilmektedir. Son olarak Big Data analitiği, talep tahmini, fiyat optimizasyonu ve taşıma kapasitesi planlamasında ana araç hâline gelmiştir. E-ticaret ve CEP şirketleri bu alanda öncü rol üstlenmiştir.

E-ticaret günümüzde lojistik sektöründe de önemli bir belirleyici durumuna gelmiştir. Almanya'da e ticaret lojistiği pazarının 2025'te yaklaşık 60-65 milyar avro seviyesine ulaştığı, 2026 sonrasında da artış trendinin süreceği tahmin edilmektedir. CEP segmenti, online alışveriş penetrasyonunun %80'in üzerine çıkmasıyla kişi başına yıllık paket adedini 50'nin üzerine taşımıştır. Bu da depo ve son mil altyapısında kalıcı kapasite artışı gerektirmektedir. E ticaret, özellikle aynı gün ve ertesi gün teslimat beklentileri nedeniyle mikro fulfillment merkezleri, şehir içi "dark store" yapıları ve esnek depolama çözümlerinin hızla yayılmasına yol açmaktadır.

Sektörde 2025 yılında çokça konuşulan konulardan bir tanesi de yeşil dönüşüm, CO<sub>2</sub> maliyetleri ve AB ETS sistemi olmuştur. Almanya'daki karbon fiyatlandırma mekanizmaları (ulusal emisyon ticaret sistemi ve CO<sub>2</sub> vergisi) 2025'te fosil yakıt maliyetlerini yükseltmiş, bu durum özellikle karayolu taşımacılığında işletme giderlerini artırmıştır. Artan karbon maliyetleri, elektrikli ve hidrojenli kamyonlara geçişi hızlandırırken, filo yenileme yatırımlarının finansmanını da lojistik şirketleri açısından öncelikli gündem hâline getirmiştir.

Denizyolu taşımacılığı 2024 yılından itibaren AB Emisyon Ticaret Sistemi'ne (EU ETS 1) kademeli olarak dahil edilmiştir. Denizyolu taşımacılığında 2025 yılında emisyonların yüzde 70'i, 2026'da ise %100'ü kapsama girmiştir. Aynı zamanda FuelEU Maritime düzenlemesi, düşük ve sıfır karbonlu deniz yakıtlarının kullanımını teşvik ederek Alman limanlarında alternatif bunker (yakıt ikmali) altyapısına yönelik yatırımları hızlandırmaktadır. Bu alanda örneğin Hamburg Limanı, bu düzenlemeye uyum sağlamak için Avrupa'nın en büyük kıyı elektriği altyapı projelerinden birini tamamlamış ve 2025/2026 itibarıyla ana terminallerini

elektrikli hale getirmiştir. Bu düzenlemeler, Almanya limanlarını kullanan hat operatörleri için yakıt ve emisyon maliyetlerini artırmakta, navlun fiyatları üzerinde yukarı yönlü baskı yaratmaktadır.

Lojistik firmaları, ESG (çevresel sürdürülebilirlik) hedeflerine uyum sağlamak amacıyla 2030'a kadar emisyonlarını %30'a varan oranlarda azaltmayı amaçlayan stratejiler açıklamakta, bu kapsamda elektrikli filo, intermodal çözümler ve yenilenebilir enerjiye dayalı depo işletmeleri öne çıkmaktadır. Özellikle intermodal taşımacılık, hem karbon ayak izini azaltma hem de maliyetleri kontrol altında tutma açısından Alman politika yapıcılar tarafından aktif olarak teşvik edilmektedir.

Almanya'da lojistik sektörü ekonomideki en önemli üçüncü sektör olmasının yanı sıra altyapı ve güvenlik konularıyla olan bağlantısı sebebiyle de sıkça tartışılmaktadır. Özellikle Almanya'da karayolu, demiryolu ve liman altyapısının eskimiş olması, otoyol köprülerinin yaklaşık üçte birinin acil onarıma ihtiyaç duyması sebepleriyle lojistik maliyetlerinin %10-15 oranında arttığı ifade edilmektedir. Demiryolu ağında 2025 yılında 26.000'den fazla şantiye ve yenileme çalışması nedeniyle hat kapasitesi kısıtları ve gecikmeler yaşanmış, özellikle Deutsche Bahn'ın sık sık rötat yapması sebebiyle yaşanan gecikmeler sıklıkla eleştirilmiştir. Limanlarda altyapı modernizasyonu (rıhtım derinleştirme, otomasyon, demiryolu bağlantılarının güçlendirilmesi) devam etmekle birlikte, yüksek talep dönemlerinde geçici darboğazlar ve rıhtım sıraları hâlen görülebilmektedir. Bu alanda gerekli onarımlar ve iyileştirmeler için federal bütçeden çok kısıtlı kaynak aktarılıyor olması, özellikle Kuzey Almanya eyaletlerince sıklıkla eleştirilmektedir.

Ayrıca son dönemde dijitalleşmenin artmasıyla birlikte liman otoriteleri, terminal işletmecileri ve lojistik platformları siber saldırıların öncelikli hedefleri hâline gelmiştir. Özellikle KOBİ ölçekteki lojistik işletmelerinin siber güvenlik yatırımlarının sınırlı olması, fidye yazılımı ve veri sızıntısı risklerini artırmakta; bu durum tedarik zincirlerinde operasyonel kesintilere yol açabilmektedir.

Almanya'da lojistik sektöründe deniz lojistiği, dış ticaretin çok büyük bir bölümünü taşıyan stratejik bir alt sektör olarak ön plana çıkmaktadır. Almanya'da toplam deniz kargo elleçlemesi yıllık bazda yaklaşık 280-300 milyon ton aralığında seyretmektedir. Hamburg, Bremerhaven ve Wilhelmshaven, hem konteyner hem genel kargo trafiğinde Kuzey Avrupa koridorunun başlıca aktarma noktalarıdır. Deniz lojistiği cirosu agregat lojistik veriler içinde raporlandığından net bir rakam ayırtmak güç olmakla birlikte, toplam lojistik cirosu içinde çift haneli paya sahip olduğu değerlendirilmektedir.

Hamburg Limanı, Almanya'nın en büyük çok amaçlı limanı olup, 2024'te 111,8 milyon ton deniz kargo elleçlemiş ve 7,8 milyon TEU konteyner hacmine ulaşmıştır. Hamburg'un 2025'in ilk yarısında yaklaşık 4,2 milyon TEU elleçleyerek bir önceki yıla göre %9,3 artış kaydettiği, Çin ve Hindistan ile ticaret hacminde rekorlar kırdığı belirtilmektedir. Bremerhaven Limanı ise otomotiv ve Ro-Ro trafiğinde uzmanlaşmış olup, yılda 4-5 milyon TEU mertebesinde konteyner hacmine yaklaşmaktadır. Wilhelmshaven (JadeWeserPort), derin su limanı niteliğiyle mega gemilerin uğrak yaptığı, özellikle Asya-Avrupa hattında stratejik bir giriş noktasıdır.

İç su yolu lojistiği de Almanya'da önem arz eden bir taşıma modudur. Ren ve Elbe başta olmak üzere iç suyolları, özellikle dökme yük ve konteyner taşımacılığında karayoluna alternatif

düşük maliyetli ve düşük emisyonlu bir mod sunmaktadır. Duisburg iç limanı, konteyner ve genel kargo hacmiyle dünyanın en büyük iç limanı olarak Avrupa içi hinterland bağlantılarında merkezi rol oynamaktadır.

Almanya'da liman altyapısı konusundaki altyapı eksiklikleri nedeniyle yaşanan kayıplar dijitalleşme ve otomasyon trendleriyle dengelenmeye çalışılmaktadır. Bu alanda özellikle Hamburg Limanı, "Smart Port" konsepti kapsamında dijital ikiz uygulamaları, gerçek zamanlı gemi takip sistemleri ve akıllı trafik yönetimi çözümleri uygulamaktadır. Liman, terminal operasyonlarında otomasyon (uzaktan kumandalı vinçler, otomatik kapı giriş sistemleri), dijital slot rezervasyonu ve entegre gümrük platformlarıyla verimliliği artırmaktadır.

Deniz lojistiğinde genel trendler arasında dijitalleşme (elektronik konşimento, e booking ve entegre tedarik zinciri platformları, hat operatörleri ve freight forwarder'lar için standart hâle gelmesi), otomasyon (otomatik vinçler, otonom terminal traktörleri ve sensör ağları), sürdürülebilirlik (yakıt verimliliği yüksek gemilerin dolaşıma sokulması, shore power (karadan elektrik), LNG ve alternatif yakıt projeleri, karbon kısıtları), intermodalitenin teşviki (özellikle liman–demiryolu entegrasyonu (Hamburg ve Bremerhaven çevresinde) hinterland bağlantılarını güçlendirerek iç pazara ve Orta/Doğu Avrupa'ya erişim imkânlarını iyileştirmesi ve e ticaret ve konteyner lojistiğinin optimizasyonu (yüksek frekanslı, düşük hacimli gönderiler, konteyner içi yükleme optimizasyonu, konsolidasyon ve de konsolidasyon hizmetleri) önem kazanmaktadır.

Bu alanlarda özellikle Kuzey Almanya'da çok sayıda şirket bulunmakta olup bu şirketlerin başında Alman deniz taşımacılığının küresel oyuncusu olarak konteyner hat işletmeciliğinde belirleyici aktörlerden olan Hamburg merkezli Hapag Lloyd, Alman limanlarında geniş hat ağı ile faaliyet gösteren Maersk Group, MSC, CMA CGM gibi küresel hat operatörleri ile HHLA – Hamburger Hafen und Logistik AG gibi terminal işletmecileri başı çekmektedir.

Almanya'da lojistik sektöründe uluslararası fuarlar ve etkinlikler Almanya pazarına giriş ve network oluşturma açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. Bunlar arasında Stuttgart'ta düzenlenen intralojistik, depo otomasyonu, robotik, yazılım fuarı LogiMAT, Hannover'de düzenlenen endüstri 4.0, tedarik zinciri, sanayi lojistiği fuarı Hannover Messe, Münih'te düzenlenen ve kara, hava, deniz, demiryolu, kontrat lojistiği alanında Dünyanın en büyük lojistik fuarlarından olan transport logistic, Düsseldorf'ta düzenlenen ve dijital inovasyon, start up'lar, veri odaklı lojistik alanlarında öne çıkan Logistics Summit, Berlin'de düzenlenen ve stratejik tedarik zinciri yönetimi alanında öne çıkan BVL Supply Chain CX ilk akla gelenlerdir. Bunlara ilave olarak konteyner taşımacılığı, liman lojistiği ve deniz taşımacılığı alanında TOC Europe ve Intermodal Europe gibi etkinlikler, terminal teknolojileri, konteyner lojistiği ve intermodal çözümler odağında küresel aktörleri bir araya getirmektedir.

Sonuç itibariyle 2025 yılında Almanya'da lojistik sektörünün olgun fakat baskı altında bir yapı sergilediği, dijitalleşme, yapay zeka ve yeşil dönüşüm bir yandan maliyetleri artırırken diğer yandan verimlilik ve rekabet gücü için zorunlu yatırım alanları hâline geldiği, işgücü darlığı, altyapı darboğazları ve siber güvenlik riskleri, şirketleri otomasyon, intermodal çözümler ve ortak platformlar üzerinden yeni iş modelleri geliştirmeye zorladığı, dış ticaret ve pazara giriş açısından bakıldığında, Almanya'nın güçlü lojistik altyapısı, dijital gümrük süreçleri ve kuzey deniz limanları (özellikle Hamburg) üzerinden sunduğu bağlantıların, Türkiye dâhil üçüncü

ülkeler için AB iç pazarına girişte hâlen en avantajlı kapılardan biri olma vasfını koruduğu görülmektedir.

Bu çerçevede, Almanya pazarına erişim veya burada kapasite artırımını hedefleyen firmaların dijital yetkinliklerini, yeşil lojistik çözümlerini ve intermodal entegrasyon kabiliyetlerini güçlendirmeleri rekabet avantajı için kritik önemdedir.

### **Turizm:**

Ekonomik büyümenin ve istihdamın önemli unsurlarından biri olarak değerlendirilen turizm sektörü, DESTATIS (Federal İstatistik Ofisi) tarafından yapılan hesaplamalara göre yaklaşık 112 milyar avro gelir yaratarak 2024 yılında Almanya'daki katma değer %3,7'sini oluşturmuştur. Turizmde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı yaklaşık 2,7-2,9 milyona ulaşmıştır ki bu da istihdam edilen tüm kişilerin %6'sından fazlasını kapsamaktadır. 2025 yılında gecelik konaklama sayısı geçen yıla göre %0,3 artarak 497,5 milyona ulaşmıştır. 2025 yılında yerli ziyaretçilerin gecelemleri %0,7 artarak 413,7 milyona ulaşırken, yabancı ziyaretçilerin geceleme sayısı %1,8 azalarak 83,8 milyon olarak gerçekleşmiştir.

2025 yılında özellikle uzun mesafeli seyahatler ve gemi turları yeniden talep görmüş, harcamalar yaklaşık %5 artarak 87,9 milyar avroya ulaşmıştır. 2024 yılında 71 milyon kişi beş gün veya daha fazla süren uzun tatil seyahati gerçekleştirmiştir. Tur operatörleri tarafından sunulan paket ve kombine seyahatler %7 artış göstererek 40 milyar avroya yükselmiştir. Berlin şehri, 12,4 milyon turistle en çok ziyaret edilen şehir olurken, bu şehri sırasıyla Münih ve Hamburg takip etmektedir.

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

2025 yılı sonunda odaların ortalama fiyatı (gecelik) 115-120 avrodur; aynı yıl toplam gecelemlerin %83,2'si yerli, %16,8'i ise yabancı ziyaretçilerden oluşmuştur.

Turizmde en yüksek paya paket tatiller sahip olmakla birlikte, yerli ve yabancı ziyaretçilere özellikle dört büyük çevrim içi platform olan Airbnb, Booking.com, Tripadvisor ve Expedia üzerinden 2025 yılında toplam 43,4 milyar avro tutarında satış yapılmıştır.

### **Bilgi ve İletişim Teknolojileri:**

Almanya'da bilgi ve iletişim teknolojisi (BİT) sektörü oldukça gelişmiş olup Avrupa'nın en büyük, dünyanın ise en güçlü dijital ekonomilerinden biri olarak kabul edilir. Almanya dünya pazarında ABD, Çin ve Japonya'dan sonra %4,1'lik bir payla dördüncü sırada yer almaktadır. BİT sektörü, Almanya'nın güçlü endüstriyel üretiminde ve dış ticaretinde büyük bir rol oynamaktadır. Ülke, yapay zeka (AI), büyük veri, bulut bilişim, nesnelerin interneti (IoT), siber güvenlik ve yazılım geliştirme gibi alanlarda önemli yatırımlar yapmaktadır (<https://de.statista.com/themen/647/itk-branche/#topicOverview>).

Küçük ve orta ölçekli işletmeler hem inovasyonun itici gücü hem de BİT ve güvenlik sektörlerinde uluslararası pazarlarda "Made in Germany" markası ile yenilikçilik, kalite ve güvenilirlik alanlarında iyi bir algıya sahiptir. Her geçen gün daha fazla uluslararası şirket

Almanya'ya yerleşmeye karar vermektedir. Microsoft, Apple, Dell, Adobe, IBM, Oracle ve SAP gibi uluslararası firmalar Almanya'da büyük pazar paylarına sahiptir.

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

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü 2025 yılında yaklaşık 100 bin firma, 1,35 milyon çalışan ve 235 milyar avroluk ciro ile Almanya'da dijitalleşmenin temel itici güçlerinden biridir. Almanya'da BİT sektör cirosunun 160 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojileri, 75 milyar avroluk kısmını ise iletişim teknolojileri oluşturmaktadır.

Son derece yenilikçi yapısıyla bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü, Almanya'da genel ekonomik büyümeye ortalamasının üzerinde katkı sağlayan sektörler arasında yer almaktadır. Sektörde faaliyet gösteren işletmeler, rekabet güçlerini ve teknolojik gelişme kapasitelerini artırmak amacıyla araştırma ve geliştirme faaliyetlerine kayda değer düzeyde kaynak ayırmaktadır.

2025 tahmini verilerine göre dünyadaki diğer ülkelerin pazar payları karşılaştırıldığında, bilgi ve iletişim teknolojisi sektöründe gerçekleştirilen cironun yaklaşık %4,1'inin Almanya tarafından yapılacağı öngörülmektedir. İlk sırada %38,8'lik bir pay ile ABD, 2. sırada %11,0'lık bir pay ile Çin Halk Cumhuriyeti ve üçüncü sırada %4,6'lık Japonya gelmektedir.

Almanya'nın, 2024 yılında, bilgi ve iletişim teknolojisi hizmet ihracatı 49,9 milyar avro iken, ithalatı 60,4 milyar avro civarındadır. 2024 yılı BİT hizmet dış ticareti verileri 2023 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta %8,0 oranında, ithalatta ise %5,8 oranında bir artış olduğu görülmektedir

([https://www.bitkom.org/Bitkom-Dataverse/Aussenhandel?tab\\_name=Au%C3%9Fenhandel+ITK+%26+CE](https://www.bitkom.org/Bitkom-Dataverse/Aussenhandel?tab_name=Au%C3%9Fenhandel+ITK+%26+CE)).

Bilgi ve iletişim teknolojisi ile tüketici elektroniği donanım (ürün- hardware) ihracat ve ithalat verilerine bakıldığında, 2024 yılında toplamda 41,3 milyar avro ihracat gerçekleşirken, 74,6 milyar avro tutarında ithalat gerçekleşmiştir. Donanım ihracatının 20,2 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 16,0 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 5,1 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. Donanım ithalatının ise 34,8 milyar avroluk kısmını bilgi teknolojisi, 30,1 milyar avroluk kısmını iletişim teknolojisi ve 9,8 milyar avroluk kısmını ise tüketici elektroniği oluşturmaktadır. 2024 yılı donanım dış ticareti verileri 2023 yılı ile karşılaştırıldığında, ihracatta % 3,5 azalma ve ithalatta % 2,2 oranında bir artış olduğu görülmektedir.

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

([https://www.bitkom.org/Bitkom-Dataverse/AussenhandellLaender?tab\\_name=ITK+Importe+Top+10+L%C3%A4nder+im+%C3%9Cberblick](https://www.bitkom.org/Bitkom-Dataverse/AussenhandellLaender?tab_name=ITK+Importe+Top+10+L%C3%A4nder+im+%C3%9Cberblick)).

Üretimi otomasyon ve bağlantılı sistemler aracılığıyla yükseltmeye odaklanan Endüstri 4.0'a yönelik çalışmalar devam etmektedir. Siber suç ve siber casusluk tehdidi artmaktadır.

Almanya'da siber güvenlik ile ilgili ilk şirketler 1980'li yılların sonunda kurulmaya başlamış, 1990'lu yıllarda ve 2000'li yılların başında Almanya'da siber güvenlik şirketlerinin kurulması hızlanmıştır. 2007-2009 yıllarında yaşanan kriz döneminde ise bu alanda aktif olan şirketlerin kurulması durmuş ve tekrar 2014 yılından sonra tekrar canlanmıştır. 2015 yılından itibaren bu alanda faaliyet gösteren pek çok şirket kurulmuş, yine 2015 yılında yürürlüğe giren BT Güvenlik Yasası piyasanın daha da canlanmasını sağlamıştır.

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

### **Müteahhitlik:**

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

Almanya'da inşaat sektörü, ülke genelinde binlerce küçük ve orta ölçekli işletmenin yanı sıra, birkaç büyük inşaat şirketine de ev sahipliği yapmaktadır. Bu büyük şirketler arasında Hochtief, Bilfinger, Zueblin, Max Bögl, Strabag ve Ed. Züblin yer almaktadır. Almanya'daki inşaat şirketlerinin %88,3'ünde 20 kişiden daha az çalışan bulunmaktadır ve bu şirketler cironun %28,9'luk kısmını gerçekleştirmektedir. Bu firmalar ağırlıklı olarak konut yapımı ile iştigal etmektedirler. Buna karşın, büyük cirolar %10'luk dilimdeki büyük firmalar tarafından yapılmaktadır. Şirketlerin büyüklüğü arttıkça, konut yapımına olan ilgi de azalmaktadır. İnşaat sektöründeki şirketlerin %0,4'ü işgücünün %15'ini istihdam etmekte ve cironun %22'sini üretmektedir

(<https://www.bauindustrie.de/zahlen-fakten/branchenstruktur/betriebs-unternehmensstruktur>).

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

Almanya'da inşaat sektörü çeşitli ekonomik faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri de Almanya'yı resesyona sürükleyen GSYİH'dir. Alman ekonomisi ve dolayısıyla inşaat sektörü, COVID-19 pandemisi ve Ukrayna savaşı nedeniyle devam eden krizlerden etkilenmiştir. Tedarik sıkıntıları, hammadde eksikliği, artan enerji maliyetleri, yüksek faiz oranları ve kalifiye iş gücü sıkıntısı, maliyetlerin ciddi şekilde artmasına yol açmıştır. Son olarak, inşaat sektörü fiyatları 2024 yılında bir önceki yıla kıyasla yaklaşık %3 oranında artış göstermiştir. Sektörde fiyatların düşmesi beklenmemekle birlikte, en fazla enflasyon oranına uyum sağlanması öngörülmektedir

(<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/70373/umfrage/bauvolumen-preisentwicklung-seit-2002/>).

2024 yılında Almanya'daki toplam brüt katma değerın %5,4'ünü oluşturan inşaat sektörü, ülkenin en önemli ekonomik alanlarından biridir. Konut piyasasındaki gergin durum nedeniyle bu sektörün toplumsal önemi giderek artmaktadır. İnşaat sektörü, son yıllarda inşaat maliyetlerindeki kayda değer artışla karşı karşıya kalmış ve dolayısıyla Almanya'daki genel olumsuz ekonomik gelişmelerden doğrudan etkilenmiştir.

İnşaat sektörü çeşitli ekonomik faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörlerden biri Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) olup, 2024 yılında gerilemiş ve Almanya'nın resesyonda kalmasına yol açmıştır. Alman ekonomisi ve dolayısıyla inşaat sektörü, devam eden krizlerin etkisi altında bulunmaktadır. Tedarik darboğazları, hammadde yetersizliği, artan enerji maliyetleri, yüksek faiz oranları ve nitelikli iş gücü eksikliği, maliyetlerde kayda değer artışa sebep olmuştur. İnşaat sektöründe fiyatlar, 2024 yılında bir önceki yılın seviyesinin yaklaşık %7 üzerinde seyretmiştir. Sektör genelinde fiyatların düşmesi beklenmemekte, yalnızca enflasyon oranına uyum sağlanacağı öngörülmektedir .

Bunun yanı sıra, çevre ve sürdürülebilirlik unsurlarının giderek önem kazanması, dijitalleşmenin artışı, teknolojik gelişmeler ve nüfus artışı da inşaat sektörünü şekillendiren önemli eğilimler arasında yer almaktadır. Özellikle konut inşaatı, mevcut krizlerden ve gelişmelerden en fazla etkilenen alan olmuştur. 2024 yılında yaklaşık 216.000 yeni konut inşa edilmiş olup, bu rakam, önceki yılda olduğu gibi, Federal Hükümetin koalisyon anlaşması kapsamında belirlediği yıllık 400.000 yeni konut hedefinin altında kalmıştır.

Mevcut krizlere rağmen, Almanya'daki inşaat sektörü son dönemde artan cirolar ve istikrarlı bir şekilde büyüyen inşaat hacmi kaydetmiştir. Avrupa genelinde yapılan karşılaştırmalarda Almanya, inşaat yatırımları bakımından ilk sırada yer almakta olup, 2024 yılında inşaat sektörüne 464 milyar avronun üzerinde yatırım gerçekleştirilmiştir. Şirketlerin yatırım yapma eğilimi, inşaat konjonktürel gelişiminin önemli bir göstergesi olarak görülmekte ve artan inşaat talebine ve kısmi bir rahatlamaya işaret etmektedir.

2024 yılında Alman inşaat sektörü, yurtdışından yaklaşık 46 milyar avro tutarında sipariş almıştır. Ayrıca, sektörde faaliyet gösteren şirket sayısında gözlemlenen artış da olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. Almanya'nın en büyük inşaat şirketi konumunda bulunan Hochtief AG, 2024 yılında yaklaşık 33,3 milyar avroluk inşaat hacmi ile öne çıkmıştır.

2024 yılında inşaat sektöründe istihdam edilenlerin sayısı, bir önceki yıla kıyasla yalnızca sınırlı bir değişim göstermiş ve yaklaşık 2,62 milyon kişi olmuştur. Bu sayı, Almanya'daki toplam istihdamın yaklaşık %5,7'sine tekabül etmektedir. İstihdamın büyük bölümü bina inşaatı alanında yoğunlaşmıştır. Sektörde tam zamanlı çalışanların oranı uzun süredir kademeli olarak azalmakta olup, son dönemde çalışanların %87'si tam zamanlı istihdam edilmiştir. İnşaat sektöründe kadın istihdam oranı ise yaklaşık yüzde 14 ile diğer sektörlerle kıyasla oldukça düşük seviyede kalmıştır. Ayrıca sektör, yaşanan krizlerin etkisiyle uzun süredir nitelikli iş gücü eksikliğiyle karşı karşıyadır. Avrupa genelinde yapılan bir karşılaştırmaya göre, Alman şirketlerinin yaklaşık %27'si iş faaliyetlerinin nitelikli iş gücü yetersizliğinden etkilendiğini belirtmiş olup, bu oran Almanya'yı AB ortalamasının üzerine taşımaktadır.

Almanya'daki inşaat sektörü, her yıl artan cirolarıyla ülke ekonomisinin önemli bir bileşenidir. Bununla birlikte, sektör son yıllarda krizler ve fiyat artışları nedeniyle zorlanmakta, bu durum

ise inşaat izinlerinde gerilemeye yol açmaktadır. Bu gelişmeler, özellikle yeni inşaat projelerinin azalmasına ve konut yetersizliğinin artmasına neden olmaktadır.

### **Sağlık ve Medikal Sektörü:**

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

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

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

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

2024 yılı resmi istatistik verilerine göre Almanya’da 538 milyar avro seviyesinde sağlık harcaması gerçekleştirilmiş olup, bu meblağ GSMH’nın yaklaşık %12,3’üne tekabül etmektedir. Federal Almanya, OECD 2025 yılı kişi başına düşen sağlık harcamaları istatistiklerinde ABD ve İsviçre’den sonra 3. ülke olarak yer almaktadır. Pandemi koşullarındaki yoğun sağlık harcamaları akabinde, toplam sağlık harcamaları eski seviyelerine gerilemiş olup, 2024 yılında Almanya’da kişi başı ortalama sağlık harcaması yaklaşık 6.400 avro seviyesinde gerçekleşmiştir.

Sağlık sektörü; “sağlık hizmetinin temini” ve “medikal mal ticareti” olarak 2 ana koldan oluşmaktadır. Almanya, 2024 yılı istatistiklerine göre, yaklaşık 1900 hastane sayısı ile yurtdışından gelen hastalara sağlık hizmeti sunulması bakımından oldukça iyi bir konumda bulunmaktadır. 2024 yılında toplamda 17,2 milyon hastaya sağlık hizmeti verilen ülkede sağlık hizmeti alan yabancı sayısı yaklaşık 182.000 kişi olarak gerçekleşmiştir. Sağlık turizmi konusunda gerek Almanya’da ikamet eden vatandaşlarımızın gerekse de Alman ve/veya Almanya’da ikamet eden kişilerin ülkemizde sağlık hizmeti alması açısından Almanya oldukça önemli bir ülke konumundadır.

Sağlık sektörünün bir alt kırılımı olarak değerlendirilen eczacılık ürünlerinin ticaretinde Almanya, dünyanın en büyük ülkelerinden biri konumundadır. 2025 yılında 186,9 milyar dolar

tutarında eczacılık ürünü ve medikal cihaz ihraç eden Almanya, aynı kategorilerde 134,7 milyar dolar tutarında ithalat gerçekleştirmiştir. Eczacılık ürünleri ve medikal cihazlar konusunda Türkiye'nin en çok ithalat gerçekleştirmekte olduğu ülkelerden birisi de yine Almanya'dır. 2025 yılında Türkiye Almanya'dan yaklaşık 1,9 milyon avro değerinde eczacılık ürünü ve medikal cihaz ithalatı yapmıştır.

Almanya, sağlık ve medikal sektöründe dünyanın en önemli fuar merkezlerinden biridir. Bu alandaki en büyük ve en prestijli fuarlar aşağıda belirtilmektedir:

#### **Medikal Fuarlar:**

- **MEDICA (Düsseldorf):** Dünyanın en büyük tıbbi cihaz ve medikal malzeme fuarıdır. Genellikle her yıl Kasım ayında düzenlenir. Medikal görüntüleme, laboratuvar teknolojisi, diagnostik ve dijital sağlık çözümleri gibi geniş bir yelpazeyi kapsar.
- **COMPAMED (Düsseldorf):** MEDICA ile eş zamanlı olarak düzenlenen, tıbbi üretim ve tedarik zincirine odaklanan uluslararası bir fuardır.
- **DMEA (Berlin):** Avrupa'nın en önemli sağlık IT (bilgi teknolojileri) ve dijital sağlık etkinliklerinden biridir.
- **OTWorld (Leipzig):** Protez, ortez ve modern ortopedik tedaviye odaklanan, sektördeki en büyük uluslararası fuar ve kongredir.

#### **Sağlık Turizmi Fuarları:**

- **Berlin International Health Tourism Expo (Berlin):** Almanya'daki önemli sağlık turizmi etkinliklerinden biridir.
- **Frankfurt International Health Tourism Expo (Frankfurt):** Sağlık turizmi ve klinik hizmetlerine odaklanan bir fuardır.

#### **E-Ticaret:**

Almanya, 2025 yılı itibarıyla Avrupa'nın en büyük ve dünyanın altıncı e-ticaret pazarı konumundadır. Pandemi sonrası dönemde yaşanan dalgalanmaların ardından sektör yeniden istikrarlı bir büyüme patikasına girmiş, özellikle 2024 ve 2025 yıllarında çeyrekler itibarıyla pozitif büyüme oranlarına dönmüştür.

Almanya'da e ticaretin makroekonomik etkisi oldukça yüksektir. 2025 yılı itibarıyla sektörün GSYH'ye toplam katkısı 310 milyar avro düzeyinde hesaplanmaktadır. "Alman E-Ticaret ve Posta Siparişi Derneği-bevh" verilerine göre, ülkede yaklaşık 140 bin e-ticaret şirketi faaliyet göstermekte ve sektör doğrudan ve dolaylı olarak 3 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Her bir e-ticaret istihdamı tedarik zinciri ve tüketim kanalları üzerinden iki ek istihdamı desteklemekte olduğundan bu durum, e-ticaretin Almanya ekonomisinin yapısal bir bileşeni haline geldiğini göstermektedir.

2024 yılında Almanya'nın toplam e ticaret cirosu 650 milyar avroya ulaşmış olup bunun yaklaşık 530 milyar avroluk kısmı B2B alanından gelmektedir. B2B'nin katma değer katkısı 225 milyar avro civarındadır ve bu segment B2C'den çok daha hızlı büyümektedir. 2025 yılında mal bazlı B2C e-ticaret cirosu yaklaşık 83 milyar avro seviyesine yükselmiş, 2026 yılı için nominal büyümenin yüzde 3,8 civarında olması öngörülmüştür.

Almanya'nın küresel e ticaretteki konumu da güçlüdür. Küresel e-ticaret satışlarının 2025 yılında 6,5-7 trilyon dolar seviyesine ulaşması beklenirken Almanya bu hacmin yaklaşık yüzde 2-3'ünü temsil etmekte ve dünya sıralamasında altıncı sırada yer almaktadır. Avrupa'da ise Birleşik Krallık ile birlikte en büyük iki pazardan biridir.

Almanya'da internet penetrasyonu 2025 yılı itibarıyla yüzde 93-95 seviyesine ulaşmış, 16-74 yaş aralığında internet kullananların yüzde 80-85'i online alışveriş yapmıştır. E-ticaret kullanıcılarının ortalama yaşı 44-46 aralığındadır. Özellikle 65-74 yaş arası "silver surfer" olarak adlandırılan grup 2014-2024 döneminde en hızlı büyüyen segment olmuştur. Yaş dağılımında 50 yaş üzeri kullanıcıların toplam payı %55'e yaklaşmakta, bu da Almanya'da e-ticaretin geniş bir demografik tabana yayıldığını göstermektedir. Yaş gruplarına göre e-ticaret müşterilerinin dağılımında 50-59 yaş grubu yaklaşık %23, 60 yaş üzeri grup ise %32 civarında paya sahiptir.

Almanya'da e-ticaret kullanıcı tabanı kadın ağırlıklıdır. 2025 yılında e-ticaret alışverişlerinde kadınların payı yaklaşık yüzde 54, erkeklerin payı %46 olarak ölçülmüştür. Ancak klasik yöntemlerle yapılan alışverişte kadınların payının %61 olması, online alışverişin erkekleri normal alışveriş metotlarına göre daha fazla teşvik ettiğini göstermektedir.

Alman tüketicisi fiyat hassasiyeti yüksek, kalite ve güvenlik standartlarına duyarlı bir profile sahiptir. Ürün karşılaştırma siteleri satın alma kararlarında önemli rol oynamakta, özellikle Idealo gibi platformlar yoğun şekilde kullanılmaktadır. İade oranları özellikle moda kategorisinde %30-50 seviyelerine ulaşmakta ve bu durum tersine lojistik maliyetlerini artırmaktadır. Hamburg ve Bremen gibi bazı eyaletlerde tüm siparişlerini iade etmeyi planlayanların oranı yüzde 15,9 ile Almanya ortalaması olan %9,1'in oldukça üzerindedir.

Kişi başı haftalık online harcama düzeyi bakımından Hamburg eyaleti Almanya'nın en yüksek değerine sahiptir. Ortalama haftalık harcama Hamburg'da 177,65 avro olurken, bu eyaleti Hessen (154,23) ve Aşağı Saksonya (152,44) izlemektedir. Buna sebep olarak Hamburg'un GSYH olarak Almanya'nın ilk sırasında yer alması gösterilmekte ve yüksek seviye esasen gelir farklarıyla ilişkilendirilmektedir. Benzer biçimde kırsal bazı eyaletlerde de online harcamaların ortalamanın üzerinde olup, bunun da fiziksel mağaza eksikliğinin online kanalla telafi edilmesinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir.

Almanya'da ödeme yöntemlerinde geleneksel tercihler güçlüdür. Fatura ile ödeme ve Lastschrift (otomatik ödeme talimatı) hala en yaygın yöntemlerdir. PayPal dijital ödeme yöntemleri arasında liderliğini sürdürürken kredi kartı kullanımı %11 seviyesinde kalmaktadır. Dijital cüzdanlar ve BNPL çözümleri büyümeye devam etse de Alman tüketicisinin önemli bir bölümü "dijital egemenlik" gerekçesiyle klasik yöntemlere bağlı kalmaktadır.

Almanya'da lojistik altyapı oldukça gelişmiştir. DHL pazar lideri konumundadır ve tüketicilerin büyük bölümü paket istasyonlarını aktif şekilde kullanmaktadır. Büyük şehirlerde ertesi gün teslimat standart hale gelmiş, aynı gün teslimat hizmetleri de yaygınlaşmaya başlamıştır. Alman tüketicisi hızlı, güvenilir ve ücretsiz teslimat seçeneklerine önem vermekte, iade süreçlerinin kolay ve şeffaf olmasını beklemektedir. Bu nedenle birçok firma iade süreçlerini optimize etmek için yeni modeller geliştirmekte, bazıları "iade etme, sende kalsın, indirim verelim" gibi maliyet azaltıcı yöntemlere yönelmektedir.

Pazar yapısına bakıldığında, pazar yerleri Almanya B2C e-ticaretinin omurgasını oluşturmaktadır. 2025 yılında pazar yerleri toplam 46,2 milyar avro ciro ile pazarın %56'sını oluşturmuştur. "Pure player"lar %28, multichannel satıcılar %12, üretici mağazaları ise %4 paya sahiptir. Amazon.de Almanya'nın tartışmasız en büyük pazar yeridir ve şirketin ABD dışındaki en büyük operasyonunu temsil etmektedir. Otto.de, Zalando.de, eBay.de ve Kaufland.de diğer önemli oyuncular arasındadır. Kategori bazında en yüksek satışlar moda, elektronik, ev eşyası, gıda, ilaç ve hobi ürünlerinde gerçekleşmektedir. 2025 yılında ilaç satışları %6, gıda %5,5, evcil hayvan ürünleri %5, DIY %4,9, ev eşyası %4,8, ev tekstili ve eczacılık ürünleri %4,6 oranında büyüme kaydetmiştir. Diğer ürün gruplarından ayakkabı %3,7, hobi ve eğlence ürünleri %3,5, giyim %3,5, mobilya/lamba/dekorasyon %3,3 büyüme kaydetmiştir.

Buna karşılık otomotiv ve motosiklet aksesuarları segmenti %0,3 daralma göstermiş, elektronik ve telekom ürünlerinde büyüme pozitif olsa da görece düşük (yaklaşık %1-1,5) kalmıştır. Genel resim, büyümenin birkaç niş alan yerine birçok kategoriye yayılmış "geniş tabanlı" bir yapıya kavuştuğunu göstermektedir.

B2B e ticaret Almanya'da B2C'den çok daha büyük bir hacme sahiptir ve daha hızlı büyümektedir. Sanayi, otomotiv, kimya ve makine sektörleri dijital tedarik platformlarını yoğun şekilde kullanmakta, şirketler ERP sistemleri ile entegre sipariş altyapılarına yönelmektedir. 47.000'den fazla Alman KOBİ'si Amazon Business üzerinden satış yapmakta, Mercateo (Unite), Conrad ve Ankorstore gibi platformlar B2B ekosisteminde önemli rol oynamaktadır.

Almanya genelinde Çin merkezli düşük fiyatlı platformların (Temu, Shein, AliExpress) toplam pazar büyümesindeki payı artmaktadır. 2025 yılında e-ticaret pazarındaki toplam büyümenin 2,577 milyar avroluk kısmının 791 milyon avrosu bu üç oyuncudan gelmiş, yani yaklaşık %30'luk bir büyüme katkısı sağlamışlardır. 2019'da tüm online siparişlerin %0,5-0,9 aralığında olan C-Commerce payı, 2024'te yaklaşık %5,8, 2025'te ise %6,6'ya yükselerek kalıcı bir pazar unsuru haline gelmiştir. Temu/Shein kullanıcılarının önemli bir bölümü fiyat baskısı nedeniyle bu platformları tercih ettiğini, kalitede olası sorunları göze aldığını veya olumsuz haberlere inanmadığını belirtmektedir. Bu grup ile yapılan anketlere göre (bevh) "daha fazla harcamam" diyenlerin oranı %26,8, "kalite sorununu göze alırım" diyenlerin oranı %15,3'tür.

Re-Commerce (ikinci el ürünlerin çevrimiçi platformlar üzerinden yeniden satılması) sektör büyümesinde önemli bir rol oynamaktadır. 2025 yılında toplam e-ticaret pazar büyümesinin 2,577 milyar avroluk kısmının 351 milyon avrosu Re-Commerce platformlarından gelmiştir. Bu da büyümenin yaklaşık %13,6'sına karşılık gelmektedir. Online alışveriş yapanların yarısından fazlası, sürdürülebilirlik temasının bugün üç yıl öncesine göre kendileri için "daha önemli" olduğunu söylemektedir. Sürdürülebilirliğin öneminin arttığını belirtenlerin toplam oranı yaklaşık %50,4'tür. Tüketicilerin önemli bir kısmı sürdürülebilir ürün çeşitliliğinin fiziksel mağazalara kıyasla online kanalda daha yüksek olduğunu düşünmektedir. "Online'da daha fazla sürdürülebilir ürün buluyorum" diyenlerin toplam oranı yaklaşık %64 (kesin ve "daha çok evet" yanıtlarının toplamı) civarındadır. Yaş ve cinsiyet kırılımında sürdürülebilirliğe verilen önem, özellikle 50 yaş üzeri ve kadın tüketicilerde belirgin şekilde daha yüksektir.

Almanya’da 2025 ve 2026 yıllarında regülasyonların e ticaret üzerindeki etkisi belirgin şekilde artmıştır. AB düzeyinde sürdürülebilirlik, ürün güvenliği, tedarik zinciri şeffaflığı ve tüketici hakları ekseninde yoğun bir mevzuat dalgası yürürlüğe girmiştir. Genel Ürün Güvenliği Tüzüğü (GPSR), REACH, CLP, WEEE, Pil Tüzüğü, Ambalaj ve Ambalaj Atıkları Tüzüğü, AB Ormansızlaşma Tüzüğü ve Genişletilmiş Üretici Sorumluluğu (EPR) gibi düzenlemeler e ticaret işletmelerinin tüm değer zincirini etkilemektedir. Dijital Ürün Pasaportu uygulaması ürün bilgilerinin dijital ortamda standartlaştırılmasını hedeflemektedir ve gelecekte e ticaretin temel bilgi altyapısını oluşturacaktır. Ambalaj Yasası (VerpackG) kapsamında LUCID kaydı zorunlu olup, AB dışı şirketlerin Almanya’da satış yapabilmesi için KDV kaydı, OSS/IOSS sistemlerine uyum ve gerektiğinde mali temsilci ataması gerekmektedir.

2026 ve sonrası için Almanya e ticaret pazarında büyümeyi şekillendirecek temel unsurlar arasında yapay zeka, hiper kişiselleştirme, otomasyon, sürdürülebilirlik, karbon nötr lojistik, çevre dostu ambalajlar, Re Commerce ve C Commerce’in yükselişi yer almaktadır. Temu, Shein ve AliExpress gibi düşük fiyatlı platformlar 2025 yılında toplam pazar büyümesinin %30’unu sağlamış ve pazar paylarını %6,6 seviyesine çıkarmıştır. Aynı dönemde Re Commerce platformları büyümenin %13,6’sını oluşturmuştur. Bu durum, fiyat baskısı ile sürdürülebilirlik eğilimlerinin aynı anda güçlendiği bir pazar yapısına işaret etmektedir.

Almanya e-ticaret pazarında geleceğe yönelik olarak sıklıkla konuşulsa da e-ticarette yapay zeka desteğinin henüz tüketici tarafında sınırlı ölçüde benimsendiği görülmektedir. Bevh tarafından yapılan anketlere göre, “Alışverişi sizin için bir yapay zekanın yapıp ödeme yapmasına izin verir misiniz?” sorusuna “evet” diyenlerin oranı yalnızca %6,3’tür. Online alışverişte ürün ararken tüketicilerin ezici çoğunluğu hâlâ arama motorlarını tercih etmektedir. Bu alanda ankete katılanların %72,1 “arama motoru kullanırım”, %3,1 “yapay zeka kullanırım”, %15,5 “ikisini de kullanırım” yanıtını vermiştir. Yaş kırılımında, 18-29 yaş grubunda bile KI tercih oranı düşük kalmaktadır. Tüm yaş gruplarında arama motoru tercihi baskın konumdadır.

Tüm bu veriler ışığında Almanya pazarına girmek isteyen firmalar için hızlı ve güvenilir lojistik, yasal gerekliliklere tam uyum, PayPal ve fatura ile ödeme gibi yerel ödeme yöntemlerinin sunulması, şeffaf ve kolay iade politikaları, Almanca müşteri hizmetleri ve sürdürülebilirlik odaklı bir ürün stratejisi geliştirmelerinin önemli olduğu değerlendirilmektedir. Almanya pazarı doyum seviyesine yaklaşmış olsa da yüksek satın alma gücü, güçlü altyapı, dijitalleşmiş tüketici profili ve AB içi erişim avantajı nedeniyle hâlâ Avrupa’nın en cazip pazarlarından biri olmaya devam etmektedir.

## 4. PAZARDA DİKKAT EDİLMESİ GEREKEN HUSUSLAR VE DİĞER BİLGİLER

### İş Kültürü

Avrupa'nın merkezindeki konumu Almanya'yı dünya piyasalarına açılmasında önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bunun yanında eğitilmiş nüfusu, ülkenin marka değeri, güçlü lojistik altyapısı, yüksek performanslı karayolu, demiryolu ve telekomünikasyon ağı yurtdışından gelen yatırımcılar için ülkeyi cazibe merkezi haline getirmektedir.

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

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

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

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

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

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

- **Planlama ve Organizasyon:** Almanlar işlerini genellikle titiz bir şekilde planlarlar ve zaman yönetimi konusunda oldukça hassastırlar. Bu nedenle, toplantılara zamanında gelmek ve projeleri zamanında teslim etmek oldukça önemlidir.
- **Temkinli Olmak:** Almanlar genellikle ölçülü ve düşünceli bir şekilde davranırlar. Yüksek sesle ve agresif bir şekilde davranmak yerine, sabırlı ve saygılı bir şekilde davranmak daha uygun olacaktır.

- **İletişim:** Almanya'da işletmelerde direkt iletişim kurmak önemlidir ve kanaat ve değerlendirmeler net biçimde ifade edilir. Almanlar, doğru bilgi ve gerçekçi beklentilerle çalışmaktan hoşlanırlar. İletişimde açık ve anlaşılır bir dil kullanmak önemlidir.
- **Dürüstlük:** Almanya'da iş yaparken dürüstlük oldukça önemlidir. İşletmeler arasında açık bir şekilde konuşmak ve verilen sözleri tutmak, iş ilişkilerinde güveni artırır.
- **Hiyerarşi:** Alman iş kültüründe hiyerarşi oldukça belirgindir. Kararlar genellikle üst yönetim tarafından alınır ve alt kademelerin fikirleri ve görüşleri sadece danışma amaçlı kullanılır.
- **Özel Hayatın Saygı Görmesi:** Almanya'da özel hayat oldukça saygı görür. İşletmeler, çalışanların özel hayatlarına saygı gösterirler ve iş saatleri dışında çalışanları rahatsız etmezler.

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

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

## Para Kullanımı

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

- **Nakit Para:** Almanya'da nakit para kullanımı oldukça yaygındır ve her yerde kabul edilir. Ancak, büyük alışverişlerde veya otellerde kredi kartı kullanmak daha uygun olabilir.
- **Kredi Kartı:** Almanya'da kredi kartı kullanımı giderek yaygınlaşmaktadır ve birçok yerde kabul edilmektedir. Ancak, küçük işletmelerde veya marketlerde kredi kartı kabul edilmediği durumlar da olabilir.
- **Banka Kartı:** Almanya'da banka kartı (EC-Karte olarak da bilinir) kullanımı oldukça yaygındır ve her yerde kabul edilir. Banka kartı, ATM'lerden para çekmek ve alışveriş yapmak için kullanılabilir.
- **Ödeme Uygulamaları:** Almanya'da ödeme uygulamaları giderek yaygınlaşmaktadır. Bunlardan bazıları, Google Pay, Apple Pay, PayPal ve Alipay gibi uygulamalardır.
- **Çek:** Almanya'da çek kullanımı yaygın değildir ve çoğu işletme tarafından kabul edilmez. Bu nedenle, çek kullanmak yerine nakit veya kredi kartı kullanmak daha uygun olacaktır.

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

## Pasaport ve Vize İşlemleri

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

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

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

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

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

#### **Almanya Schengen Vizesi:**

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

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

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

#### **Almanya Vize Çeşitleri:**

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

Almanya Konsolosluğu tarafından verilen vize çeşitleri aşağıda sunulmaktadır:

- Almanya Kısa Süreli (C Tipi) Vize: Almanya'ya resmi, turistik, ticari, gelir getiren faaliyet, eğitim, tedavi, ziyaret, gönüllü faaliyet, araştırma, konferansa katılma, spor veya

kültürel etkinliğe katılmak amacıyla seyahat etmek isteyen kişileri kapsayan Schengen vizesi "C Tipi" vize kategorisine girmektedir.

- Almanya Ulusal (D Tipi) Vize: Almanya'da kesintisiz olarak 90 günden fazla konaklamak isteyen kişilere (öğrenci, aile birleşimi, çalışma amaçlı) ikamet için verilen vize tipidir. Almanya Ulusal Vizesi (D Tipi vize) başvuruları yalnızca Almanya Konsolosluğu'na ve Almanya Büyükelçiliği'ne birebir başvuru yapılarak alınabilir.
- Almanya Transit Vize (A Tipi Vize): Türkiye'den hareket edip Almanya üzerinden üçüncü bir ülkeye transit geçiş yapacak Türkiye Cumhuriyeti vatandaşları, Havaalanı Transit Vize başvurusunda bulunmalıdır. A Tipi Vize sahipleri, havalimanında uluslararası transit bölümünü terk etmeden ve pasaport kontrolünden geçmeden aktarma yapmak suretiyle seyahat ederler.

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

## Resmi Tatiller ve Çalışma Saatleri

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

Almanya'da mesai günleri pazartesi-cuma arası olmak üzere beş gündür. Çalışma saatleri ise, özellikle kamu kuruluşlarında değişmekte olup, hizmet binalarının giriş kapılarında, el kitaplarında, internet sayfalarında vb. hatırlatılmaktadır. Özel sektörün erken saatte işe başladığı (genellikle sabah 07.00-08.00) ve akşam saat 17.00 civarında mesainin sona erdirildiği görülmektedir. Diğer taraftan, birçok firma ve kurum, saat 09.00-17.00 arasındaki katı iş günü yerine, çalışma saatlerini esnekleştirebilmektedir. Ancak, çoğunlukla yeterli sayıda elemanın işyerinde bulunmasının zorunlu olmasını sağlayan bir çekirdek iş saati bulunmaktadır.

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

- <https://www.officeholidays.com/countries/germany/2026>
- <https://www.timeanddate.com/holidays/germany/>
- <https://publicholidays.de/#2026-public-holidays>
- <https://www.holidays-info.com/germany/school-holidays/2026/>

## Yerel Saat

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

## 5. ŞİRKET KURULUŞU VE İŞ YAPMA İLE İLGİLİ BİLGİLER

### Şirket Türleri

#### Şirket Kurma Prosedürleri

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

Almanya’da işletmeler hukuki açıdan üç farklı şekilde kurulabilmektedir:

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

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

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

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

Şahıs şirketlerini sermaye şirketlerinden ayıran ortak özellik, oluşacak zararların şahsi mal varlığıyla ödenmesidir. Her halükarda şirketi açacak olan şahsın asgari bir sermaye ile başlaması gerekmemektedir. Tek kişilik şahıs şirketlerini, birden fazla ortaklı şahıs şirketlerinden ayıran temel özellik ise, tek kişilik şirket sahibinin aynı zamanda şirketin yöneticisi olmasıdır.

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

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

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

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

#### **Almanya'da Şirket Kurmanın Aşamaları:**

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

#### **Almanya'da Bir Limited Şirket (GmbH) Kurulması:**

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

#### **Limited Şirket (GmbH) Kuruluş Şartları:**

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

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

#### **Şube Açma**

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

Yasa tarafından düzenlenmemiş olan şube, işletme merkezinden ayrı bir yerde faaliyet gösterir; özel faaliyeti, muhasebesi, bilançosu ve mal varlığı bağımsızlığına işaret eder, kendi yerleşim biriminde faaliyet gösterir ve bağlı bulunduğu bir yetkili mahkeme vardır. Ancak,

hukuki (tüzel) kişiliği yoktur. Ticari ünvanın merkez işletme ünvanı ile aynı olması gerekmemekle birlikte aradaki ilişkinin anlaşılması mümkün olmalıdır.

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

## Sosyal Güvenlik Uygulamaları

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

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

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

Ayrıca, sosyal güvenliğin genel olarak planlanmasından ve genel idaresinden sorumlu Bakanlıklar vardır. Bunlar;

- sağlık sigortası ve uzun dönem bakım sigortasından sorumlu olan Federal Sağlık Bakanlığı";
- emeklilik, kaza ve işsizlik sigortalarından sorumlu olan "Federal Çalışma ve Sosyal İşler Bakanlığı ve
- aile yardımlarından sorumlu olan "Federal Aile, Yaşlılar, Kadınlar ve Gençlik Bakanlığı"dır.

Alman sosyal güvenlik sistemi işçi ve işverenden tahsil edilen primlerle finanse edilmektedir. Sadece İş Kazası Sigortası primleri tamamen işverenden tahsil edilmektedir.

Bir çalışanın prim yükü, kazancının yaklaşık %20'sidir. Diğer sigorta primleri ise işveren ve işçi arasında yarı yarıya paylaşılmaktadır (ayrıntılı bilgi için: <https://www.lohn-info.de/beitragsberechnung.html>).

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

## Bankacılık Mevzuatı

Federal Almanya'nın güçlü sektörlerinden olan finans sektörü, ekonominin bel kemiği olarak değerlendirilmektedir. 2024 yılı itibarıyla Alman bankacılık endüstrisinin toplam varlığı 10 trilyon 912 milyar avro olarak gerçekleşmiştir.

Ülkede bankacılık sektörü üç ana sütun üzerinde kurgulanmıştır: ticari bankalar (Deutsche Bank, DZ Bank, KfW Bank, Commerzbank, Unicredit Bank), kamu bankaları (Sparkassen ve Landesbanken) ve kooperatif bankaları (Volks- ve Raiffeisenbanken).

Almanya'nın en büyük özelliklerinden biri, özel bankacılığın Alman pazarının sadece küçük bir kısmını kapsamasıdır. 2024 yılı baz alındığında, Almanya'da faaliyet gösteren 1.368 adet bankanın yaklaşık 230'u özel bankadır.

2025 yılı itibarıyla, Deutsche Bank 1.435 milyar avro tutarındaki toplam varlığı ile ticari bankalar arasında birinci sırada yer almıştır. Landesbank Baden-Württemberg ise kamu bankaları arasında 356 milyar avroluk toplam varlığı ile birinci sırada yer almıştır.

Deutsche Apotheker- und Ärztebank eG ise 52,4 milyar avro tutarındaki toplam varlığı ile en önemli kooperatif bankasıdır. Bu dönemde bankacılık sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 540.000'in üzerindedir

(<https://www.bundesbank.de/de/aufgaben/bankenaufsicht/dokumentation/bankstellenbericht-2024-969984>).

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

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

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

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

## Vizeler

### Girişimciler İçin Oturma İzni:

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

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

Bu maddelerin değerlendirilmesi şu kriterlere göre yapılmaktadır;

- iş fikrinin sağlamlığı,
- iş tecrübesi,
- sermaye miktarı,
- istihdam ve mesleki eğitim katkısı,
- yeniliğe ve Ar&Ge katkıları.

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

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

Konuya ilişkin detaylı bilgilere Aşağıdaki internet adresleri üzerinden ulaşılabilir:

- Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı-Şirket Kuruluşu Portalı  
(<https://www.existenzgruendungsportal.de/Navigation/DE/Home/home>)
- Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı GTAI-Şirket Kuruluşu  
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/company-set-up>)

## Diğer Faydalı Bilgiler

### Alman Firmalarına İlişkin Online Veri Tabanları:

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

- **WER ZU WEM** (<https://www.wer-zu-wem.de/firma/>):

Bu firma adres kataloğu 10.000'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 iştigal alanı hakkında ayrıntılı bilgilere yer verilmiştir.

- **KOMPASS** (<http://tr.kompass.com/>):

5 milyondan fazla uluslararası ve yurt içi ticaret yapan alıcı ve/veya satıcı B-2-B firmalarını listelendiği, dünya çapında ve Türkçe dahil farklı dillerde hizmet veren kapsamlı bir veri tabanıdır.

- **EUROPAGES** (<http://www.europages.com.tr/>):

26 dilde yayınlanan Avrupa merkezli bir B2B platformudur. En başta üreticiler, hizmet sağlayıcılar, toptancılar ve distribütörler olmak üzere 3 milyon kayıtlı işletme bulunmaktadır. Her ay dünyanın her köşesinden gelen 2 milyondan fazla münferit ziyaretçi ürün, hizmet ve tedarikçi bulmak için bu platformu kullanmaktadır. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

- **ITC-TRADE MAP** (<http://www.trademap.org/Index.aspx>):

ITC Veri Tabanı'na ücretsiz üye olarak G.T.I.P. bazında ithalatçı ve ihracatçı firmaların iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür.

- **BDI-Alman Federal Sanayi Birliği Veri Tabanı** (<https://www.deutsche-exportdatenbank.de/eng>):

Alman üreticileri ve ihracatçıları veri tabanı (Almanca ve İngilizce).

- **IHK Firma Veri Tabanları** (<https://www.bw-firmen.ihk.de/sites/fitbw/pubMap.aspx>):

F. Almanya Ticaret ve Sanayi Odaları'nın kendi sayfalarında yayınladığı firma veri tabanları üzerinden, sektörel olarak firma iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür. Harita üzerine tıklayarak bölge/şehir seçimi yapıp ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı firma bilgilerine ulaşabilirsiniz. Sektör, firma büyüklüğü, firma hukuki formu, bölge gibi kombinasyonları ile Almanca ve İngilizce olarak arama yapmak mümkündür.

- **Industrystock** (<https://www.industrystock.com/en>):

Sanayi sektörü için 16 dilde 585.000'den fazla doğrulanmış şirket ve 5,5 milyondan fazla ürün için dünya çapında bir arama motoru sunuyor. Sanayi işletmelerindeki alıcılar için Industrystock tüm dünyadan üreticilerin sonuçlarını sunan bir arama motorudur. Türkçe dil seçeneği de bulunmaktadır.

### **Almanya'daki Türk Firmalarına İlişkin Veri Tabanları:**

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

- <http://www.turkisch.com/>
- <https://www.turk5.com>
- <https://reehber.de/categorien.php?lq=2>

## Almanya Pazarına Yönelik Araştırmalar İçin Bilgi Kaynakları:

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

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

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

- **Federal Ekonomi ve Enerji Bakanlığı-Şirket Kuruluşu Portalı (Türkçe)**  
(<http://www.existenzquender.de/TR/Home/inhalt.html>)
- **Alman Ticaret ve Sanayi Odaları Birliği-Şirket Kuruluşu** (<http://www.ihk.de/#ihk-finder>): Almanya'daki Ticaret ve Sanayi Odaları üzerinden şirket kuruluşu ile ilgili bilgiler temin edilebilir (Örnek: Berlin Ticaret ve Sanayi Odası: <https://www.ihk-berlin.de/English/en>).
- **AB Ülkelerinde İş Yapmak İsteyen Firmalar İçin Pratik Rehber**  
(<http://europa.eu/youreurope/business/>)
- **Points of Single Contacts-Bütünleşik İletişim Noktası**  
([https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact\\_en](https://ec.europa.eu/growth/single-market/services/services-directive/in-practice/contact_en)): AB ülkeleri hakkında girişimciler için bilgiler içeren bu sayfalar üzerinden ticari işletme, zanaat ve serbest meslek faaliyetlerinin yürütülmesi ile ilgili olarak bilgi edinme ve danışmanlık hizmetlerinin yanında kamu kayıtlarına ulaşabilme imkanı bulunmaktadır.
- **Germany Trade and Invest-Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı:** Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı'nın bu kısmında yatırım, vize, şirket kuruluşu, teşvikler, vergi sistemi, çalışma ve sosyal sigortalar ve yasal çerçeveler hakkında bilgiler mevcuttur.
- **Yatırım Rehberi**  
(<http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/investment-guide.html>)
- **Vize İşlemleri**  
(<https://www.gtai.de/gtai-en/invest/investment-guide/coming-to-germany-visa-and-entry-regulations-558352>)
- **Şirket Kuruluşu**  
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/company-set-up>)
- **Teşvikler**  
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/incentive-programs-in-germany>)
- **Vergi Sistemi**  
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/corporate-taxation>)
- **Çalışma ve Sosyal Güvenlik**  
(<https://www.gtai.de/en/invest/investment-guide/employees-and-social-security>)
- **Teşvik Veri Tabanı** (<https://www.foerderdatenbank.de/FDB/DE/Home/home.html>): Förderdatenbank teşvik veri tabanı üzerinden Avrupa Birliği, F. Almanya ve Eyaletler düzeyinde verilen teşvik programları hakkında kapsamlı ve aktüel bilgiler temin edilebilir. Söz konusu veri tabanında alan, sektör, bölge, teşvik şekli nezdinde arama yapmak mümkündür.

- **Şirket Devir Borsası** (<https://www.nexxt-change.org>): Birçok serbest girişimci, ailesi veya çalışanları arasında işletmesini devralacak kimse olmadığı için, işletmesini devredebileceği başka kişiler aramaktadır. Aynı zamanda azimli birçok işadamı ve girişimci de halihazırda kurulu olan işletmeleri devralmak istemektedir. Şirket devir borsası, "nexxt-change" her iki grup için en iyi çözümü sunmaktadır.
- **T.C. Ticaret Bakanlığı-İhracat Destekleri** (<https://kolaydestek.gov.tr/>): Bakanlığımız tarafından yürütülmekte olan ihracata yönelik devlet yardımları, yurtdışına açılma sürecinde firmalarımıza her safhada destek sağlanmasını amaçlayan bütünsel bir bakış açısıyla sürdürülmektedir. Yatırım-üretim-istihdam-ihracat değer zincirinin tüm halkalarına yönelik politikalar oluşturularak Ar&Ge, inovasyon, tasarım, markalaşma ve hedef pazara giriş konularında gelişme kaydedilmektedir. Destek sistematiğimizde ihracata hazırlık, pazarlama ve markalaşma olmak üzere üç olgunluk seviyesi bulunmaktadır.

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

### Noterler

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

### Mali Müşavirlik Odaları ve Birliği

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

### Barolar

- Avukat Odaları: <https://www.brak.de/die-brak/rechtsanwaltskammern/>
- Patent Avukatları Odası: [https://www.patentanwaltsregister.de/\(X\(1\)S\(cc4cs045eu3dlnqgb350ksiz\)\)/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1](https://www.patentanwaltsregister.de/(X(1)S(cc4cs045eu3dlnqgb350ksiz))/default.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1)

### Türkçe Hizmet Veren Avukatlar Portalı

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

## F. Almanya Eyaletleri Hakkında Bilgi Kaynakları:

Almanya'nın siyasi yapısı bir federasyondur. Federatif yapıyı oluşturan 16 eyaletin (Länder) kendi Başbakanları, Parlamentoları ve anayasaları bulunmaktadır.

Federal hükümet ile parlamento temel yasaları çıkarmakta ve ekonomi politikasını belirlemektedir. Eğitim ve kültür konuları ise eyaletlerin uhdesine bırakılmıştır. F. Almanya'nın eyaletleri hakkında bilgi temin edebileceğiniz kaynaklar aşağıda sunulmaktadır.

- **GTAI-Germany Trade and Invest, Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı:** Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı Eyaletler kısmında F. Almanya Eyaletleri ile ilgili ekonomik ve ticari iletişim noktaları hakkında bilgiler mevcuttur (<https://www.gtai.de/gtai-en/invest/business-location-germany/federal-states>).

- **Statistische Ämter Der Länder, Eyaletler İstatistik Ofisi:**  
F. Almanya eyaletlerinin karşılaştırmalı olarak kapsamlı bir şekilde ekonomik verilerinin yayımlandığı bir veri tabanıdır. GSYİH, işsizlik oranları, nüfus, dış ticaret, ekonomik büyüklük, eğitim, sağlık vb. birçok konuda istatistiki bilgi sağlayan söz konusu veri tabanına (<https://www.statistikportal.de/de>) linkten ulaşabilirsiniz.
- **Make It In Germany:**  
F. Almanya hakkında çeşitli faydalı bilgilerin mevcut olduğu bu portalda eyaletler hakkındaki bilgiye (<https://www.make-it-in-germany.com/en/living-in-germany/advisory/german-states>) linkten ulaşabilirsiniz.

#### Eyalet Bazlı Yatırım/Kalkınma Ajansları:

Baden-Württemberg International Willi-Bleicher-Strasse 19, 70174 Stuttgart <a href="http://www.bw-invest.de">www.bw-invest.de</a>	Invest in Bavaria Prinzregentenstrasse 22 , 80538 Muenchen <a href="http://www.invest-in-bavaria.de">www.invest-in-bavaria.de</a>
Berlin Partner GmbH Fasanenstrasse 85, 10623 Berlin <a href="http://www.berlin-partner.de">www.berlin-partner.de</a>	Brandenburg Economic Development Board Steinstrasse 104-106, 14480 Potsdam <a href="http://www.zab-brandenburg.de">www.zab-brandenburg.de</a>
WFB Economic Development GmbH Langenstrasse 2-4, 28195 Bremen <a href="http://www.wfb-bremen.de">www.wfb-bremen.de</a>	Hamburg Business Development Corporation Habichtstrasse 41, 22305 Hamburg <a href="http://www.hamburg-economy.de">www.hamburg-economy.de</a>
Hessen Trade & Invest GmbH Konradinallee 9, 65189 Wiesbaden <a href="http://www.hessen-trade-and-invest.com">www.hessen-trade-and-invest.com</a>	Invest in Mecklenburg-Vorpommern GmbH Schlossgartenallee 15, 19061 Schwerin <a href="http://www.gfw-mv.de">www.gfw-mv.de</a>
Invest in Niedersachsen Schillerstrasse 32, 30159 Hannover <a href="http://www.nds.de">www.nds.de</a>	NRW.INVEST GmbH Voelklinger Strasse 4, 40219 Duesseldorf <a href="http://www.nrwinvest.com">www.nrwinvest.com</a>
Investment and Economic Development Bank of Rheinland-Pfalz Holzhofstrasse 4, 55116 Mainz <a href="http://www.isb.rlp.de">www.isb.rlp.de</a>	Saarland Economic Promotion Corporation Franz-Josef-Roeder-Strasse 17, 66119 Saarbruecken <a href="http://www.invest-in-saarland.com">www.invest-in-saarland.com</a>
Saxony Economic Development Corporation Bertolt-Brecht-Allee 22, 01309 Dresden <a href="http://www.invest-in-saxony.net">www.invest-in-saxony.net</a>	Investment and Marketing Corporation of Saxony-Anhalt Am Alten Theater 6, 39104 Magdeburg <a href="http://www.invest-in-saxony-anhalt.com">www.invest-in-saxony-anhalt.com</a>
Business Development and Technology Transfer Corporation of Schleswig-Holstein Lorentzendamm 24, 24103 Kiel <a href="http://www.wtsh.de">www.wtsh.de</a>	State Development Corporation of Thuringia Mainzerhofstrasse 12, 99084 Erfurt T. +49 (0)361 56 03 146 <a href="http://www.leq-thueringen.de">www.leq-thueringen.de</a>

Kaynak: T.C. Berlin Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği