



# ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ



## EV TESKTİL SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

**Tarih :** 03.06.2026

**Raporu Hazırlayan:** Stuttgart Ticaret Ataşeliği

## İçindekiler

1. Almanya Pazarında Ev Tekstili Sektörü.....	
1.1 Ev Tekstili Sektöründe Üretim.....	
1.2 Ortalama Üretici Fiyatları.....	
1.3 Ev Tekstili Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri / Derneklerine İlişkin Bilgiler .....	
1.4 Ev Tekstil Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi.....	
2. Almanya Ev Tekstil Sektörünün Dış Ticareti.....	
2.1 Ev Tekstil Sektöründe Almanya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler (2025).....	
2.2 Ev Tekstil Sektöründe Almanya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler (2025).....	
2.3 Ev Tekstil Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler ( 10 ürün) (2025) .....	
2.4 Ev Tekstil Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2025) .....	
3. Ev Tekstil Sektöründe Ülkemizden İhracat ( Değer ve Miktar) .....	
3.1 Ev Tekstil Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı.....	
4. Ev Tekstil Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş .....	
4.1 Ev Tekstil Sektörü için Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler .....	
4.2 Ev Tekstil Sektöründe Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı .....	
4.2.1 İlgili Oda/Birlik /Dernek /STK'lar ve İletişim Bilgileri .....	
4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar.....	
4.3 Ev Tekstil İthalatında Zorunlu Belgeler .....	
4.4 Sektörde Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir? .....	
4.5 Ev Tekstil Sektöründeki Fuarlar ve Tarihleri.....	
4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri .....	
4.7 Ev Tekstil Sektöründe İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile ilgili Bilgiler .....	
4.8 Almanya'nın, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları.....	
4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler .....	
4.10 Sektörde Standartlar.....	
4.11 Ev Tekstil Sektöründe Etiketleme .....	
4.12 Ev Tekstil Sektöründe Ambalajlama.....	
4.13 Lojistik.....	
4.14 Dağıtım Kanalları.....	

<b>4.15 E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret / E-İhracat)</b> .....	
<b>4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri</b> .....	
<b>4.15.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.</b> .....	
<b>4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları</b> .....	
<b>4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri</b> .....	
<b>4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler</b> .....	
<b>4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri</b> .....	
<b>4.16 Tanıtım ve Pazarlama</b> .....	
<b>4.17 Ev Tekstil Sektöründe Tüketici / Alıcı Tercihleri ve Son Trendler</b> .....	
<b>4.18 Ev Tekstil Sektöründe Vergiler</b> .....	
<b>4.19 Ev Tekstil Sektörüne Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller</b> .....	
<b>5. Ev Tekstil Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar</b> .....	
<b>6. Ev Tekstil Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler</b> .....	
<b>7. Ev Tekstil Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler</b> .....	
<b>8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar</b> .....	
<b>9. Genel Değerlendirme</b> .....	
<b>10. Yararlı Adresler</b> .....	
<b>11. Kaynakça</b> .....	

## 1. Almanya Pazarında Ev Tekstili Sektörü

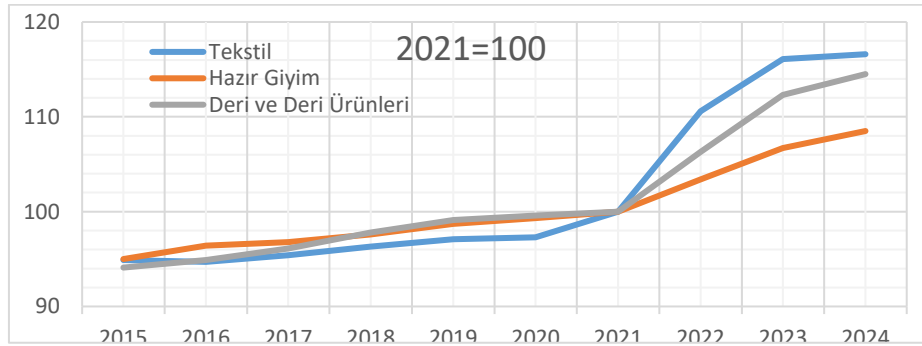
### 1.1 Ev Tekstili Sektöründe Üretim

Almanya’da ev tekstili sektörü, resmi istatistiklerde ayrı bir kategori olarak yer almamakta olup tekstil ve giyim sanayi verileri kapsamında değerlendirilmektedir. Federal İstatistik Ofisi (Destatis) verilerine göre tekstil ve giyim sanayi üretimi son yıllarda dalgalı bir seyir izlemekte, özellikle enerji maliyetleri ve zayıf iç talep nedeniyle üretimde yavaşlama gözlenmektedir.

Almanya’da ev tekstili üretimi ağırlıklı olarak perde, döşemelik kumaş, yatak tekstili, banyo tekstili ve dekoratif tekstil ürünlerinde yoğunlaşmaktadır. Üretim daha çok yüksek kaliteli, teknik özellikli ve sürdürülebilir ürün segmentlerinde gerçekleşmekte olup, düşük maliyetli standart üretimin önemli bir kısmı Doğu Avrupa ve Asya ülkelerine kaydırılmıştır.

Genel olarak Alman tekstil ve moda sanayinin yıllık cirosu yaklaşık 32 milyar avro seviyesinde olup, sektörde yaklaşık 1.400 işletme faaliyet göstermekte ve toplam istihdam 121 bin kişi düzeyindedir. Üretim faaliyetleri özellikle Kuzey Ren-Vestfalya, Baden-Württemberg ve Bavyera eyaletlerinde yoğunlaşmaktadır.

### 1.2 Ortalama Üretici Fiyatları



Veriler incelendiğinde, tekstil ürünlerine ilişkin üretici fiyatlarının özellikle 2022 yılında belirgin şekilde arttığı görülmektedir. 2023 yılında artış eğilimi devam etmekle birlikte, artış hızının önceki yıla kıyasla daha sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır. 2024 yılında ise üretici fiyatlarının daha ılımlı bir seyir izlediği dikkat çekmektedir.

Ev tekstili alt segmentlerine ilişkin doğrudan fiyat verileri bulunmamakla birlikte, sektör genelindeki bu fiyat gelişmelerinin ev tekstili ürünlerini de etkilediği değerlendirilmektedir.

### 1.3 Ev Tekstilinde Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri / Derneklerine

#### İlişkin Bilgiler

Almanya’da ev tekstili alanında üretim faaliyetinde bulunan başlıca firmalara aşağıda yer verilmektedir:

EuroComfort Group: Almanya merkezli şirket, yatak, yastık ve döşemelik ürünler başta olmak üzere ev tekstili ürünlerinin üretiminde faaliyet göstermektedir. Aynı zamanda medikal tekstil alanında da üretim gerçekleştirmektedir.

<https://eurocomfort.de/>

Hoftex Group AG: Şirket, iplik üretiminin yanı sıra dokumasız yüzeyler ve ev tekstiline yönelik kumaşların üretimi alanlarında faaliyet göstermektedir.

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

Schmitz-Werke GmbH + Co. KG: Firma, özellikle teknik ve döşemelik kumaşlar ve güneş koruma tekstilleri gibi ev kullanımına yönelik ürünlerin üretimini gerçekleştirmektedir.

<https://www.schmitz-werke.com/>

Gebrüder Otto GmbH & Co. KG: Ev tekstili üretiminde kullanılan ipliklerin üretimine odaklanan şirket, kalite ve sürdürülebilirlik esaslı üretim yapmaktadır.

<https://www.otto-garne.com/de>

Kufner Holding GmbH: Farklı tekstil alanlarına yönelik kumaş üretimi yapan firma, ev tekstili ürünlerinde kullanılan astar ve teknik kumaşların üretimini de gerçekleştirmektedir.

<https://kufner.com/>

Almanya’da ev tekstili sektöründe faaliyet gösteren firmaların temsil edildiği başlıca sektör kuruluşları aşağıda yer almaktadır:

Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e. V. (Heimtex)

Ev tekstili alanında faaliyet gösteren üretici firmaların temsil edildiği bu kuruluş, sektörün ekonomik ve düzenleyici çerçevesine ilişkin çalışmalarda aktif rol üstlenmektedir.

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

Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. (textil+mode)

Tekstil ve moda sektörünün genel temsil kuruluşu olan birlik, ev tekstili dahil olmak üzere sektörün farklı alt alanlarını kapsayan bir yapıya sahiptir.

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

Industrieverband Veredlung – Garne – Gewebe – Technische Textilien e.V. (IVGT)

İşleme Sanayi Birliği – İplikler – Kumaşlar – Teknik Tekstiller Derneği IVGT, Almanya'nın en büyük tekstil derneğidir ve iplik, kumaş, teknik tekstiller ve işleme alanlarında faaliyet gösteren yaklaşık 170 üye şirketin çıkarlarını temsil eder. Alman tekstil endüstrisinin %60'ından fazlasını ve 6,6 milyar Avro'luk bir iş hacmini kapsamaktadır.

<https://www.ivgt.de/home.html>

#### **1.4 Ev Tekstili Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi hazır**

Almanya tekstil ve hazır giyim perakendesi, pandemi döneminde yaşanan daralmanın ardından yeniden toparlanma sürecine girmiştir. 2019 yılında yaklaşık 37 milyar Avro seviyesinde olan tekstil ve giyim perakende cirosu, 2020 yılında yaklaşık %8 oranında gerilemiştir. Ancak sonraki dönemde tüketici talebinin yeniden artmasıyla sektör kademeli bir büyüme eğilimine girmiş; 2023 yılında tekstil ve hazır giyim perakendesinde toplam net cironun yaklaşık 39 milyar Avro seviyesine ulaştığı görülmüştür.

Sektör birlikleri tarafından yayımlanan güncel verilere göre Almanya ev tekstili sektörünün alt segmentlerinde farklı gelişmeler yaşanmaktadır. 2025 yılının ilk yarısında mobilya/dekorasyon ve perdeler kumaş gruplarında ciro %12,6 oranında gerilerken, yatak tekstili (bettwaren) segmentinde düşüş %3,0 seviyesinde gerçekleşmiştir. Yüksek enerji maliyetleri, enflasyon ve tüketici harcamalarındaki yavaşlama sektör üzerinde baskı oluşturmaktadır.

Almanya'daki tekstil perakende sektörü; hazır giyim, ev tekstili ve teknik tekstil ürünlerini kapsayan geniş bir yapıya sahiptir. Özellikle yatak tekstili, perde, dekoratif tekstiller ve banyo tekstili ürünleri önemli alt segmentler arasında yer almaktadır. Ülke, ev tekstili ürünlerinde büyük ölçüde ithalata dayalı bir yapıya sahip olup Çin, Türkiye, Pakistan, Hindistan ve Bangladeş başlıca tedarikçi ülkeler arasında bulunmaktadır. Türkiye ise havlu, bornoz, yatak tekstili ve perde kumaşlarında Almanya'nın önemli tedarikçilerinden biridir.

Almanya'daki başlıca ev tekstili perakendecileri arasında IKEA, XXXLutz, Home24 ve Otto Group yer almaktadır. Son yıllarda çevrim içi satış kanallarının payı artış göstermiş; Amazon, Otto ve Home24 gibi platformlar sektörün öne çıkan dijital satış kanalları arasında yer almıştır.

Almanya'daki tekstil toptan ticareti sektörü, hem iç pazardaki perakendecilere hem de Avrupa'daki dağıtım ağlarına ürün tedarik eden önemli bir yapıya sahiptir. Ev tekstili, teknik tekstiller ve konfeksiyon dışı tekstil ürünleri geniş bir ürün yelpazesi içerisinde yer almaktadır. Almanya, güçlü lojistik altyapısı ve merkezi konumu sayesinde Avrupa tekstil ticaretinde önemli bir dağıtım

merkezi konumundadır. Çin, Türkiye, Bangladeş, Pakistan ve Hindistan başlıca tedarikçi ülkeler arasında bulunmaktadır.

Sektörde faaliyet gösteren firmaların büyük bölümü KOBİ niteliğinde olup çoğunlukla B2B ticaret modeli ile çalışmaktadır. Dijitalleşme, e-ticaret sistemleri ve sürdürülebilir ürünlere yönelik talep son yıllarda sektörün dönüşümünü hızlandırmıştır. Özellikle çevre dostu ve sertifikalı ürün grupları daha fazla önem kazanmaktadır.

Tekstil toptan ticareti; yoğun rekabet, artan maliyetler ve küresel tedarik zincirindeki dalgalanmalardan etkilenmekle birlikte, Almanya'nın yüksek tüketim kapasitesi ve Avrupa pazarındaki stratejik konumu sayesinde önemini korumaktadır.

## 2. Almanya Ev Tekstili Sektörünün Dış Ticareti

Veriler International Trade Center veri tabanı <https://www.trademap.org/> tan alınmıştır.

### 2.1 Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler (1000 \$)

Ülkeler	2021	2022	2023	2024	2025
Çin	2.216.016	2.328.694	1.906.866	1.998.128	2.371.296
İtalya	1.001.320	1.213.756	1.032.950	1.198.528	1.345.526
Türkiye	1.079.954	768.120	633.148	649.202	789.814
Avusturya	919.122	1.090.982	926.214	769.636	732.996
Fransa	456.876	505.552	408.480	387.734	462.916
İspanya	334.428	269.136	273.228	227.510	278.106
İngiltere	268.682	339.070	228.514	200.194	261.688
İsviçre	139.798	116.462	121.678	129.936	144.696
Çek Cumhuriyeti	167.404	143.894	136.748	129.650	142.930
Polonya	105.278	82.126	74.612	82.878	133.640
Hollanda	119.818	117.140	126.158	118.426	121.914
Hindistan	96.854	95.798	81.094	78.804	99.066
Amerika	66.020	79.638	74.944	79.660	78.528
Japonya	117.266	92.272	92.002	69.382	78.444
Tayvan	61.578	43.860	48.476	65.732	76.370
Belçika	79.374	67.488	76.160	64.272	75.874
Slovakya	43.824	43.452	48.918	53.694	74.534
Macaristan	95.580	85.318	80.250	60.824	62.332
Portekiz	31.154	35.380	46.070	51.044	59.744
Güney Kore	35.484	45.132	37.180	35.670	55.644

## Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği Ülkeler (miktar/ton)

Ülkeler	2021	2022	2023	2024	2025
Çin	174.149	162.989	151.456	167.881	187.894
Slovakya	72.905	74.877	68.599	89.850	95.595
Avusturya	53.943	43.919	37.378	36.899	38.365
Türkiye	33.423	34.849	30.188	31.858	34.652
İngiltere	50.232	54.252	43.637	38.285	34.345
Tayland	16.694	17.750	13.016	12.946	16.319
İtalya	11.357	10.938	8.962	9.375	10.054
İspanya	8.211	6.942	7.446	8.333	9.081
Yunanistan	12.652	8.310	7.546	7.319	8.144
Polonya	6.058	6.015	5.621	6.408	7.681
Japonya	7.243	6.996	5.454	6.053	6.823
Pakistan	4.440	5.332	5.244	5.727	6.164
Çek Cumhuriyeti	7.585	11.085	6.895	5.145	5.517
Romanya	5.437	6.321	5.014	5.189	5.251
Hindistan	2.602	3.225	3.341	4.700	5.024
Kanada	2.850	3.222	3.695	4.103	4.559
Makedonya	3.803	3.736	2.927	2.995	4.007
İsrail	2.146	2.079	2.035	2.941	3.573
Macaristan	3.230	4.011	2.532	3.013	2.924
İsveç	2.418	2.756	2.476	3.434	2.792

## 2.2 Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler (1000 \$)

Ülkeler	2021	2022	2023	2024	2025
Polonya	492.407	427.981	374.109	387.638	376.497
Romanya	348.516	316.485	301.804	302.584	287.706
Çek Cumhuriyeti	300.204	282.514	286.309	270.338	283.787
İtalya	262.469	255.667	259.679	281.363	244.917
Fransa	238.344	232.605	226.530	220.838	225.103
Avusturya	164.920	155.484	141.223	149.231	156.433
Türkiye	159.189	167.670	159.710	150.545	144.768
Hollanda	139.947	128.923	128.768	130.178	132.935
Amerika	139.455	136.987	132.247	120.557	116.907
İsviçre	105.155	103.404	98.656	97.591	106.331

Tunus	93.445	100.211	107.953	106.894	103.106
Macaristan	70.330	70.214	77.448	69.496	71.526
Fas	53.474	53.906	60.117	57.071	66.207
Meksika	57.334	59.028	60.335	57.190	55.774
İngiltere	52.374	52.316	54.946	49.293	50.882
Çin	71.839	56.651	50.363	50.470	46.099
Belçika	52.098	62.333	49.903	41.380	43.381
İspanya	42.008	42.120	41.246	40.354	39.458
Makedonya	44.390	45.495	44.109	37.710	38.255

### Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği Ülkeler (miktar/ton)

Ülkeler	2021	2022	2023	2024	2025
Polonya	25.369	24.890	21.034	21.086	20.036
Avusturya	21.193	20.213	17.815	19.280	19.825
Fransa	20.756	20.953	19.526	20.951	17.455
Hollanda	16.910	16.308	16.399	16.483	15.043
İsviçre	12.829	11.568	9.812	12.376	12.412
İspanya	13.707	13.860	11.851	11.550	10.806
Çek Cumhuriyeti	10.558	10.673	9.387	9.492	9.712
Belçika	7.517	7.781	7.380	7.874	8.653
İtalya	8.027	8.479	8.433	8.402	7.745
İngiltere	7.574	8.112	7.122	7.608	7.097
İsveç	4.075	4.278	4.085	4.259	4.836
Portekiz	6.057	7.202	6.163	4.253	4.346
Macaristan	3.945	4.202	4.182	4.137	4.156
Danimarka	3.594	3.431	2.841	3.110	3.122
Amerika	3.667	3.618	3.316	2.965	2.858
Finlandiya	3.212	3.195	3.008	2.374	2.502
Slovakya	1.646	1.853	1.407	2.027	2.236
Litvanya	3.061	2.575	2.185	2.350	2.101
Romanya	2.521	4.353	2.212	2.054	1.970
Norveç	2.050	1.890	1.760	1.622	1.727

**2.3 Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler ( 10 ürün) (1000 \$)**

HS	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
940490	Şilte, Yorgan, Yastık, Puf, Diz-Ayak Örtüleri, Minderler vb.	893.093	687.877	578.655	632.319	705.738
630231	Yatak Çarşafı (Pamuktan, Diğer Hallerde)]	319.773	386.546	317.939	298.816	399.509
630260	Tuvalet ve Mutfak Bezleri [Pamuktan (Havlu Mensucattan)]	330.215	362.568	322.366	335.622	386.441
630392	Perde, İç Stor, Perde ve Yatak Farbalaları [(Sentetik Liftten (Diğer Hallerde)]	395.126	372.075	324.635	309.417	366.505
630221	Yatak Çarşafı [(Pamuktan (Baskılı)]	409.335	429.035	319.851	300.794	354.151
630210	Yatak Çarşafı (Örme)	330.209	329.186	286.949	285.532	306.371
940440	Yorganlar, Yatak Örtüleri, Yatak Kılıfları ve Duvetler	0	144.296	157.048	161.000	176.282
630140	Battaniye ve Diz Battaniyesi (Sentetik Liftten) Elektrikli Hariç	152.361	159.489	126.397	131.704	134.919
630232	Yatak Çarşafı (Sentetik/Suni Liftten (Diğer Hallerde))	84.962	70.143	66.471	76.862	100.615
630493	Diğer Mefruşat Eşyası[(Örülmemiş) Sentetik Liftten]	66.826	83.786	78.230	73.110	78.920

**Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler ( 10 ürün) (miktar/ton)**

HS	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
940490	Şilte, Yorgan, Yastık, Puf, Diz-Ayak Örtüleri, Minderler vb.	111.608	88.190	79.605	88.878	97.620

630260	Tuvalet ve Mutfak Bezleri [Pamuktan (Havlu Mensucattan)]	38.684	40.237	36.819	42.887	48.768
630231	Yatak arşafı (Pamuktan, Diğer Hallerde)]	31.307	36.748	31.274	34.129	41.007
630210	Yatak arşafı (Örme)	40.576	36.520	33.706	37.524	38.604
630221	Yatak arşafı [(Pamuktan (Baskılı)]	44.696	41.953	31.884	34.131	37.726
630392	Perde, İ Stor, Perde ve Yatak Farbalaları [(Sentetik Liftten (Diğer Hallerde)]	38.538	33.566	29.581	28.343	33.710
630140	Battaniye ve Diz Battaniyesi (Sentetik Liftten) Elektrikli Hariç	24.662	24.230	24.266	26.747	28.377
940440	Yorganlar, Yatak Örtüleri, Yatak Kılıfları ve Duvetler	-	15.361	19.087	21.649	21.985
630232	Yatak arşafı (Sentetik/Suni Liftten (Diğer Hallerde))	10.318	7.737	8.147	10.933	13.080
630222	Yatak arşafı; Baskılı, Sentetik veya Suni Liflerden	8.622	8.237	7.181	9.190	11.118

#### 2.4 Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) ( 1000 \$)

HS	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
940490	Şilte, Yorgan, Yastık, Puf, Diz-Ayak Örtüleri, Minderler vb.	451.199	333.880	319.233	345.884	334.952
630392	Perde, İ Stor, Perde ve Yatak Farbalaları [(Sentetik Liftten (Diğer Hallerde)]	257.067	219.782	218.338	210.216	228.265
580632	Sentetik-Suni Liftten Dokunmuş Kordelalar	216.501	218.842	230.371	221.267	221.471
630231	Yatak arşafı (Pamuktan, Diğer Hallerde)]	195.721	216.352	215.713	214.649	218.873
630221	Yatak arşafı [(Pamuktan (Baskılı)]	215.297	189.088	172.506	169.985	161.102
630260	Tuvalet ve Mutfak Bezleri [Pamuktan (Havlu Mensucattan)]	122.475	122.659	119.874	128.414	130.570
630210	Yatak arşafı (Örme)	91.401	84.785	80.391	81.834	90.299

940440	Yorganlar, Yatak Örtüleri, Yatak Kılıfları ve Duvetler	-	63.925	72.592	85.748	87.520
600536	Çözümlü Tipi Örgülü Olan Diğer Mensucat	88.912	94.402	89.006	78.466	73.697
600537	Sentetik liflerden mamul boyanmış çözümlü örme mensucat (galon örme makinelerinde üretilenler dahil )	106.514	96.867	90.549	80.678	73.060

**Ev Tekstili Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün) ( miktar/ton )**

HS	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
940490	Şilte, Yorgan, Yastık, Puf, Diz-Ayak Örtüleri, Minderler vb.	37.058	28.239	25.621	27.688	25.814
630231	Yatak Çarşafı (Pamuktan, Diğer Hallerde)]	19.012	20.383	19.260	21.382	19.110
580632	Sentetik-Suni Liftten Dokunmuş Kordelalar	21.421	22.251	17.843	15.508	15.255
630221	Yatak Çarşafı [(Pamuktan (Baskılı)]	20.563	17.902	15.452	16.873	14.932
630260	Tuvalet ve Mutfak Bezleri [Pamuktan (Havlu Mensucattan)]	10.615	11.344	10.360	12.938	12.270
630392	Perde, İç Stor, Perde ve Yatak Farbalaları [(Sentetik Liftten (Diğer Hallerde)]	15.484	13.175	12.072	10.663	12.066
600536	Çözümlü Tipi Örgülü Olan Diğer Mensucat	11.869	12.940	10.647	9.650	8.715
630210	Yatak Çarşafı (Örme)	7.856	7.197	6.416	6.565	8.094
630140	Battaniye ve Diz Battaniyesi (Sentetik Liftten) Elektrikli Hariç	5.923	5.797	5.625	7.095	7.048
940440	Yorganlar, Yatak Örtüleri, Yatak Kılıfları ve Duvetler	-	4.491	4.789	6.372	6.780

### 3. Ev Tekstili Sektöründe Ülkemizden İhracat ( Değer ve Miktar)

Statistisches Bundesamt (Destatis), 2026 | Stand: 12.05.2026 / 15:07:30

#### 3.1 Ev Tekstil Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı ( 1000 \$ )

	Gümrük Tarife Kodu ( 6 Basamaklı )	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	WA630210	Yatak Çarşafı (Örme)	103.390	11.3345	98.802	77.207	81.709
2	WA630221	Yatak Çarşafı [(Pamuktan (Baskılı)]	81.157	86.279	57.579	48.964	44.039
3	WA630231	Yatak Çarşafı (Pamuktan, Diğer Hallerde)]	32.643	47.595	52.131	43.145	41.634
4	WA620891	Kadın/Kız Çocuk İçin Diğer İç Giyim Eşyası; Pamuktan	18.389	27.336	23.122	22.391	23.542
5	WA630392	Perde, İç Stor, Perde ve Yatak Farbalaları [(Sentetik Liftten (Diğer Hallerde)]	39.800	47.606	38.575	28.855	22.548
6	WA940490	Şilte, Yorgan, Yastık, Puf, Diz-Ayak Örtüleri, Minderler vb.	16.428	21.622	20.487	15.638	15.511
7	WA630710	Yer, Bulaşık, Toz Bezi vb. Temizlik Bezleri	4.631	5.424	7.084	6.999	8.733
8	WA610891	Kadın/Kız Çocuk İçin Diğer İç ve Gece Giyim Eşyası; Pamuktan (Örme)	7.062	7.496	9.552	7.282	7.015
9	WA630419	Yatak Örtüleri (Diğer Hallerde)	5.107	11.845	6.986	6.881	5.198
10	WA620791	Erkek/Erkek Çocuk İçin Diğer İç ve Gece Giyim Eşyası; Pamuktan	4.206	5.401	5.337	5.282	4.813

### 3.1 Ev Tekstil Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı ( miktar/ton )

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı )	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	WA630210	Yatak Çarşafı (Örme)	12765,8	11806,3	10103,9	7956,4	7545,9
2	WA630221	Yatak Çarşafı [(Pamuktan (Baskılı)]	7875,1	7524	4852	4249,6	3649,5
3	WA630231	Yatak Çarşafı (Pamuktan, Diğer Hallerde)]	3426,8	4067,7	4097,3	3934,9	3460
4	WA940490	Şilte, Yorgan, Yastık, Puf, Diz-Ayak Örtüleri, Minderler vb.	2791,2	3950,7	3294	2455,9	2565,6
5	WA630392	Perde, İç Stor, Perde ve Yatak Farbalaları [(Sentetik Liftten (Diğer Hallerde)]	3618	4226,9	3173,5	2220,4	1771,2
6	WA620891	Kadın/Kız Çocuk İçin Diğer İç Giyim Eşyası; Pamuktan	1045,2	1612,1	1289,5	1243,9	1325,6
7	WA630710	Yer, Bulaşık, Toz Bezi vb. Temizlik Bezleri	535,5	683,3	946,7	919,4	1083,9
8	WA630419	Yatak Örtüleri (Diğer Hallerde)	569,4	1421,9	704,6	715,9	496,9
9	WA630190	Diğer Battaniye ve Diz Battaniyeleri Elektrikli Hariç	366,9	624,6	598,7	656,6	392,7
10	WA610891	Kadın/Kız Çocuk İçin Diğer İç ve Gece Giyim Eşyası; Pamuktan (Örme)	348,9	372,4	521,9	500,3	310,1

#### **4. Ev Tekstili Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş**

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

##### **4.1 Ev Tekstili Sektörü için Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler**

Almanya'ya ev tekstili ürünleri ihraç etmek isteyen firmalar açısından bazı eyalet ve şehirler öne çıkmaktadır. Özellikle büyük tüketim merkezleri, lojistik altyapısı gelişmiş bölgeler ve güçlü perakende ağlarına sahip şehirler hedef pazar açısından önem taşımaktadır.

En başta gelen bölge Nordrhein-Westfalen (NRW) eyaletidir. Almanya'nın en kalabalık ve ekonomik açıdan en güçlü bölgelerinden biri olan NRW; Düsseldorf, Köln ve Wuppertal gibi şehirlerde yoğunlaşan ithalatçı, dağıtıcı ve perakende firmalarıyla dikkat çekmektedir. Güçlü lojistik altyapısı ve Avrupa iç pazarına erişim kolaylığı bölgenin önemini artırmaktadır.

Bavyera eyaleti ise özellikle yüksek gelir grubuna hitap eden ev dekorasyonu ve yaşam ürünleri açısından öne çıkmaktadır. Münih, tasarım ve premium segment ürünlerin yoğunlaştığı önemli merkezlerden biridir. Ayrıca Avusturya ve İsviçre pazarlarına yakınlığı bölgeyi stratejik hale getirmektedir.

Hessen eyaletindeki Frankfurt şehri, Heimtextil fuarı sayesinde ev tekstili sektörünün önemli ticaret merkezlerinden biri konumundadır. Fuar organizasyonları, uluslararası satın almacılar ve sektör profesyonelleri açısından Frankfurt'u önemli bir buluşma noktası haline getirmektedir.

Baden-Württemberg eyaleti, yüksek gelir seviyesi ve güçlü sanayi yapısıyla ev tekstili sektörü açısından önemli bölgeler arasında yer almaktadır. Stuttgart ve çevresinde faaliyet gösteren firmalar; otel tekstili, teknik tekstiller, dekoratif kumaşlar ve kaliteli ev yaşam ürünleri alanlarında yoğunlaşmaktadır. Bölgenin yüksek alım gücü ve gelişmiş lojistik altyapısı da ev tekstili ürünleri açısından önemli bir pazar oluşturmaktadır.

Hamburg ve Bremen gibi kuzey liman şehirleri ise ithalat lojistiği ve dağıtım faaliyetleri açısından avantaj sağlamaktadır. Bu bölgeler özellikle ev tekstili, dekoratif tekstiller ve otel tekstili ürünlerinin Avrupa pazarına dağıtımında önemli rol oynamaktadır.

## 4.2 Ev Tekstili Sektöründe Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

### 4.2.1 İlgili Oda/Birlik /Dernek /STK'lar ve İletişim Bilgileri

Gesamtverband der deutschen Textil- und Modeindustrie e. V. (textil+mode)

Alman tekstil ve moda sanayisinin çatı kuruluşu olan textil+mode, Almanya'daki tekstil ve ev tekstili üreticilerini temsil eden en önemli sektör birliklerinden biridir. Kuruluş; sürdürülebilirlik, dijitalleşme, enerji maliyetleri, dış ticaret ve sanayi politikaları gibi konularda sektör temsilcilerine destek sağlamaktadır. Ayrıca Alman tekstil sektörünün ulusal ve Avrupa Birliği düzeyindeki temsil faaliyetlerini yürütmektedir.

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

Verband der Deutschen Heimtextilien-Industrie e. V.

Almanya ev tekstili sanayisini temsil eden sektör derneklerinden biridir. Dernek; perde, döşemelik kumaş, yatak tekstili, dekorasyon tekstilleri ve benzeri ev tekstili ürünleri alanında faaliyet gösteren firmaları temsil etmektedir. Sektörel istatistikler, pazar analizleri, sürdürülebilirlik uygulamaları ve teknik mevzuatlar konusunda üyelerine bilgilendirme sağlamaktadır.

<https://heimtex.de/>

Handelsverband Deutschland (HDE)

Almanya Perakendeciler Birliği (HDE), Almanya'daki perakende sektörünü temsil eden en büyük kuruluşlardan biridir. Ev tekstili ürünlerinin satışını gerçekleştiren mağaza zincirleri, mobilya marketleri ve çevrim içi satış platformları da bu yapı içerisinde yer almaktadır. HDE; tüketici eğilimleri, e-ticaret, lojistik ve dijitalleşme konularında sektör temsilcilerine rehberlik etmektedir.

<https://einzelhandel.de/>

### 4.2.2 İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

#### Alman Firmalarına İlişkin Online Veri Tabanları

WER LİEFERT WAS (<https://www.wlw.de/en/home>): Almanya'da en çok kullanılan firma adresi arama motorudur. Yaklaşık 650.000 toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı firma adres

bilgisi mevcuttur. İngilizce ve Almanca arama yapmak mümkündür. Arama yaparken toptancı, üretici, distribütör ve servis sağlayıcı ayrımı yapılarak hedef firmalara ulaşmak daha kolay hale getirilmiştir. Ayrıca posta kodu, bölge, firma ismi, sahip olunan sertifikalara göre de arama yapmak mümkündür. Bunun dışında sektörel olarak ticari aracılık yapan ajansların ve ithalatçı firmaların iletişim bilgilerine arama kısmı yardımıyla ulaşma imkanı bulunmaktadır.

WER ZU WEM (<https://www.wer-zu-wem.de/firma/>): Bu firma adres kataloğu 110.000'den fazla firma adresi içermektedir. Toptan ve perakende ticaret yapan firmalar, hizmet sağlayıcıları, üreticiler vb. ana başlıklar adı altında firma hakkındaki bilgiler sektörel olarak listelenmiştir. Sadece Almanca arama yapmak mümkündür. Firma iletişim bilgileri dışında ayrıca çalışan sayısı, cirosu ve 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>): Almanya Ticaret ve Sanayi Odaları'nın kendi sayfalarında yayınladığı firma veri tabanları üzerinden, sektörel olarak firma iletişim bilgilerine ulaşmak mümkündür. Harita üzerine tıklayarak bölge/şehir seçimi yapıp ticaret ve sanayi odalarına kayıtlı firma bilgilerine ulaşabilirsiniz. Sektör, firma büyüklüğü, firma hukuki formu, bölge gibi kombinasyonları ile Almanca ve İngilizce olarak arama yapmak mümkündür.

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

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

### **4.3 Ev Tekstili İthalatında Zorunlu Belgeler**

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

Ticari Fatura (Commercial Invoice)

Paketleme Listesi (Packing List)

Menşe Şahadetnamesi (Certificate of Origin)

A-TR Dolaşım Belgesi

Gümrük Beyannamesi (Export Declaration)

Taşıma Belgesi

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

#### **4.4 Ev Tekstili Sektöründe Sevk Öncesi İnceleme Zorunluluğu Var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?**

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

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

#### **4.5 Ev Tekstili Sektöründeki Fuarlar ve Tarihleri**

Almanya, Avrupa'nın en önemli tekstil ve ev tekstili fuar merkezlerinden biri konumundadır. Özellikle Frankfurt ve Münih şehirlerinde düzenlenen uluslararası fuarlar; ev tekstili, moda, teknik tekstiller, sürdürülebilir üretim ve tasarım alanlarında sektör profesyonellerini bir araya getirmektedir. AUMA ve fuar organizatörlerinin verilerine göre aşağıdaki fuarlar sektör açısından öne çıkmaktadır.

Heimtextil (Frankfurt) – 12.01.-15.01.2027

Dünyanın en büyük ev tekstili fuarlarından biridir. Yatak tekstili, perde, döşemelik kumaş, banyo tekstili ve dekorasyon ürünleri alanlarında faaliyet gösteren firmaları bir araya getirmektedir.

<https://heimtextil.messefrankfurt.com>

Techtextil (Frankfurt) – 04.04.-07.04.2028

Teknik tekstiller ve nonwoven ürünlere yönelik düzenlenen uluslararası ihtisas fuarıdır. Otomotiv, sağlık, inşaat ve endüstriyel tekstiller alanında önemli bir organizasyondur.

<https://techtextil.messefrankfurt.com>

Texprocess (Frankfurt) - 04.04.-07.04.2028

Tekstil işleme ve konfeksiyon teknolojileri üzerine uluslararası fuardır. Techtexil ile eş zamanlı yapılır. Dikiş makineleri, kesim sistemleri ve dijital çözümler gibi üretim teknolojileri tanıtılır.

<https://texprocess.messefrankfurt.com>

Bu fuarlar; firmalar açısından yeni müşteri bağlantıları kurma, Avrupa'daki dağıtım ağlarına erişim sağlama, sektör trendlerini takip etme ve sürdürülebilir üretim uygulamalarını inceleme bakımından önemli fırsatlar sunmaktadır.

#### **4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri**

#### **4.7 Ev tekstili Sektöründe İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile ilgili Bilgiler**

Tenders Electronic Daily (AB Resmi Gazetesi'nin Elektronik Eki)

Avrupa Birliği ülkelerinde yayımlanan kamu ihalelerine erişim sağlayan resmi platformdur. Ev tekstili sektörüne yönelik hastane, otel, yurt ve kamu kurumlarının tekstil ürünleri alımları burada yer alabilmektedir.

<https://ted.europa.eu/TED/browse/browseByMap.do>

SIMAP

Avrupa Birliği kamu satın alma sistemine ilişkin bilgi sağlayan platformdur. AB ülkelerinde yayımlanan ihale duyurularına ve mevzuat bilgilerine erişim imkânı sunmaktadır.

<https://simap.ted.europa.eu/>

Das Deutsche Ausschreibungsblatt (Alman İhale Gazetesi)

Almanya'daki federal ve yerel kamu kurumlarının ihale ilanlarının yayımlandığı platformdur. Ev tekstili, dekoratif tekstil ve kurumsal tekstil ürünlerine ilişkin alımlar burada duyurulabilmektedir.

[www.deutsches-ausschreibungsblatt.de](http://www.deutsches-ausschreibungsblatt.de)

BeschA

Federal İçişleri Bakanlığı'na bağlı merkezi satın alma kuruluşudur. Kamu kurumlarının ihtiyaç duyduğu çeşitli ürün grupları için tedarik süreçlerini yürütmekte olup tekstil ve ev tekstili ürünleri alımları da gerçekleştirebilmektedir.

[https://www.bescha.bund.de/DE/Home/home\\_node.html](https://www.bescha.bund.de/DE/Home/home_node.html)

e-Vergabe-Plattform des Bundes

Federal kamu kurumlarının elektronik ihale işlemlerini yürüttüğü resmi platformdur. Firmalar burada yayımlanan ihale ilanlarını takip ederek başvuru yapabilmektedir.

[www.evergabe-online.de](http://www.evergabe-online.de)

Bundesverwaltungsamt

Almanya'daki kamu kurumlarına ait resmi duyuru ve ihale bilgilerinin yayımlandığı devlet portalıdır. Çeşitli sektörlerdeki satın alma ilanlarına erişim sağlanabilmektedir.

[www.bund.de](http://www.bund.de)

Das Deutsche Vergabeportal

Kamu ihalelerinin dijital ortamda yayımlandığı ve takip edildiği platformlardan biridir. Ev tekstili ve kurumsal kullanım amaçlı tekstil ürünlerine ilişkin ilanlar da yer alabilmektedir.

[www.dtv.de](http://www.dtv.de)

Öffentliche Vergabe

Federal, eyalet ve belediye düzeyindeki ihale ilanlarını bir araya getiren çevrim içi ihale portalıdır. Kullanıcılar sektör ve ürün bazlı arama yaparak ilgili ev tekstili ihalelerine ulaşabilmektedir.

<https://www.oeffentlichevergabe.de/ui/en/home>

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

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

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

#### **4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler**

Ülkemiz ile AB arasındaki gümrük birliği kararının ve alt düzenlemelerinin ilgili hükümleri gereği; ev tekstili ürünlerinin Birlik/Türkiye menşeli veya menşeli olmamakla birlikte serbest dolaşımda

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

[https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2006.265.01.0018.01.ENG](https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2006.265.01.0018.01.ENG)

#### **4.10 Sektörde Standartlar**

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

##### **1. Kalite standartları**

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

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

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

##### **2. Sosyal ve Çalışma Standartları**

Fair Wear Foundation: Bu girişim, tekstil ve ev tekstili sektöründe üretim süreçlerinde çalışan haklarının korunması ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi amacıyla markalar ve tedarikçilerle işbirliği yapmaktadır. Adil ücret, güvenli çalışma ortamı ve uygun çalışma süreleri gibi sosyal uygunluk kriterlerine odaklanmaktadır.

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

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

### 3. Çevre Standartları

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

Cradle to Cradle: Döngüsel ekonomiye odaklanan ve ürünleri kullanım ömürlerinin sonunda yeniden kullanılabilir veya geri dönüştürülebilir şekilde tasarlayan bir standarttır.

### 4. Güvenlik Standartları

CE etiketi: Ev tekstili ürünlerinde genel olarak CE işareti zorunlu değildir. Ancak elektrikli ev tekstili ürünleri veya teknik özellik taşıyan bazı ürünlerde AB sağlık ve güvenlik gereklilikleri kapsamında CE işareti talep edilebilmektedir.

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

#### **4.11 Ev Tekstili Sektöründe Etiketleme**

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

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

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

#### **4.12 Ev Tekstili Sektöründe Ambalajlama**

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

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

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

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

#### **4.13 Lojistik**

Almanya'ya ev tekstili ihracatında lojistik süreç; ürünlerin güvenli, zamanında ve mevzuata uygun şekilde teslim edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Türkiye'den Almanya'ya yapılan ev tekstili sevkiyatlarında en yaygın olarak tercih edilen taşıma yöntemi karayolu taşımacılığıdır. Gümrükleme ve sınır geçişleri dâhil olmak üzere transit süresi ortalama 5-8 gün arasında değişmektedir. Kapıdan kapıya teslim imkânı sunması ve maliyet avantajı nedeniyle karayolu taşımacılığı sıklıkla tercih edilmektedir.

Havayolu taşımacılığında ise teslimat süresi yaklaşık 1-3 gün arasında değişmektedir. Bu yöntem, özellikle acil teslimat gerektiren ve katma değeri yüksek ev tekstili ürünlerinde tercih edilmektedir. Ancak maliyet açısından diğer taşıma yöntemlerine göre daha yüksektir.

Denizyolu ve demiryolu taşımacılığı ise büyük hacimli ev tekstili sevkiyatlarında ekonomik avantaj sağlamaktadır. Özellikle konteyner bazlı taşımacılıkta denizyolu, maliyet açısından firmalara önemli avantajlar sunmaktadır. Demiryolu bağlantıları ile Avrupa iç bölgelerine gerçekleştirilen sevkiyatlar da son yıllarda artış göstermektedir.

#### **4.14 Dağıtım Kanalları**

Dağıtım kanalı seçimi için çeşitli alternatifler bulunmaktadır. Bütçe ve maliyetler, ürünlerin niteliği, pazarın yapısı ve şirketin büyüklüğü dağıtım kanallarının seçiminde belirleyici faktörlerdir.

Almanya'da yürürlükte bulunan mevzuat, ülkedeki ithal ev tekstili ürünlerinin dağıtımını açısından belirli bir kısıtlama getirmemektedir. Yabancı firmalar, ürünleri için en uygun dağıtım kanallarını kendileri belirleyebilmektedir.

Ev tekstili sektöründe en yaygın dağıtım kanalları; toptancılar, perakende mağazaları, zincir marketler, ticari acenteler, distribütörler ve e-ticaret platformlarıdır. Son yıllarda firmalar, ürünlerini doğrudan son tüketiciye ulaştırmak amacıyla e-ticaret yöntemlerini daha yoğun kullanmaktadır. Ayrıca Almanya'da şirket kurarak veya temsilcilik açarak pazara giriş yapan firma sayısında da artış görülmektedir.

Birçok firma; çevrim içi mağaza (onlineshop), perakende mağazaları, fuarlar ve çeşitli satış organizasyonları aracılığıyla doğrudan satış yöntemlerini tercih etmektedir. Bu yöntem sayesinde firmalar, tüketici taleplerini ve müşteri beklentilerini doğrudan gözlemleyebilmekte, ürünlere ilişkin geri bildirimleri daha hızlı değerlendirebilmektedir.

Doğrudan satış yöntemleri; marka bilinirliğinin artırılması, fiyatlandırma üzerinde kontrol sağlanması ve müşteri ilişkilerinin güçlendirilmesi açısından avantaj sunmaktadır. Bununla birlikte satış, lojistik ve müşteri hizmetleri süreçlerinin doğrudan firma tarafından yönetilmesi ek operasyonel yük oluşturabilmektedir. Bu nedenle bazı firmalar dolaylı satış kanallarını tercih etmektedir.

Pazarların küreselleşmesi ve dijitalleşmenin ilerlemesiyle birlikte dolaylı satış kanalları da dönüşüm geçirmektedir. Distribütörler, toptancılar ve çevrim içi pazaryerleri ev tekstili ürünlerinin Almanya pazarına ulaştırılmasında önemli rol oynamaktadır. Özellikle Amazon, Otto ve benzeri platformlar üzerinden gerçekleştirilen B2C ve B2B satış modelleri giderek yaygınlaşmaktadır.

Konuya ilişkin irtibat kurulmasında yarar görülen ilgili birlik ve dernekler aşağıda yer almaktadır:

Bundesverband Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen (BGA) e.V.

Federal Toptancı, Dış Ticaret ve Hizmetler Birliği

E-Mail: [info@bga.de](mailto:info@bga.de)

İnternet: [www.bga.de](http://www.bga.de)

Handelsverband Deutschland (HDE) e.V.

Alman Ticaret ve Perakendeciler Birliği

E-Mail: [hde@einzelhandel.de](mailto:hde@einzelhandel.de)

İnternet: [www.einzelhandel.de](http://www.einzelhandel.de)

Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels e.V. (AVE)

Alman Perakendecileri Dış Ticaret Birliği

E-Mail: [info@ave-intl.de](mailto:info@ave-intl.de)

İnternet: [www.ave-international.de](http://www.ave-international.de)

Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V. (bevh)

Federal E-Ticaret ve Mesafeli Satış Birliği

E-Mail: [info@bevh.org](mailto:info@bevh.org)

İnternet: <https://www.bevh.org/>

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

Almanya’da e-ticaret, ev tekstili sektörünün önemli satış kanallarından biridir. Bu kapsamda Almanya, uluslararası çevrim içi perakendeciler ve hizmet sağlayıcıları için büyük fırsatlar sunmaktadır. Ülkede internet kullanımının yaygın olması ve tüketicilerin çevrim içi alışverişe olan ilgisi, ev tekstili ürünlerinin dijital platformlar üzerinden satışını artırmaktadır. Özellikle nevresim takımları, perde, havlu, battaniye, dekoratif tekstil ürünleri ve mutfak tekstili gibi ürün gruplarında çevrim içi satış hacmi her yıl büyümektedir.

Almanya, Avrupa’nın en büyük e-ticaret pazarlarından biri olup sınır ötesi e-ticaret açısından da önemli bir merkez konumundadır. Tüketiciler, fiyat karşılaştırması yapabilmeleri, ürün çeşitliliğine kolay ulaşabilmeleri ve hızlı teslimat imkanları nedeniyle çevrim içi alışverişini yoğun şekilde tercih etmektedir.

##### **4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri**

Alman tüketicilerin geniş ürün yelpazesi, uygun fiyat seçenekleri ve hızlı teslimat imkanları nedeniyle çevrim içi pazaryerlerine olan ilgisi her geçen yıl artmaktadır. Ev tekstili ürünlerinde özellikle nevresim takımları, perde, havlu, battaniye ve dekoratif tekstil ürünleri yoğun talep görmektedir.

Çevrim içi perakende platformları arasında “amazon.de”, “otto.de” ve “kaufland.de” Almanya’da en yaygın kullanılan pazaryerleri arasında yer almaktadır. Bunun yanında ev ve yaşam ürünlerine odaklanan “wayfair.de”, “home24.de” ve “ikea.com/de” gibi platformlar da ev tekstili ürünlerinin satışında önemli rol oynamaktadır.

Firmalar, bu pazaryerleri aracılığıyla Alman tüketicilere doğrudan ulaşabilmekte; ürün çeşitliliği, hızlı teslimat, kolay iade süreçleri ve müşteri değerlendirmeleri satış performansını önemli ölçüde etkilemektedir.

#### **4.15.2 Özel Günler, Bayramlar v.b.**

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

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

#### **4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları**

Almanya'da sosyal medya kullanımı her yıl artış göstermekte olup, 2024 yılı itibarıyla ülkedeki sosyal medya kullanıcı sayısı yaklaşık 48 milyona ulaşmıştır. Dijital platformların yaygın kullanımı, ev tekstili sektöründe faaliyet gösteren firmalar açısından sosyal medya kanallarını önemli bir pazarlama ve satış aracı haline getirmiştir.

Ev tekstili ürünlerinin tanıtımında en çok tercih edilen sosyal medya platformları Instagram, Pinterest, Facebook, YouTube ve TikTok'tur. Özellikle Instagram ve Pinterest, dekorasyon fikirleri, yaşam alanı tasarımları ve ürün görsellerinin paylaşılması açısından yoğun şekilde kullanılmaktadır. Nevresim takımları, perde, havlu, battaniye ve dekoratif tekstil ürünleri gibi ev tekstili ürünleri görsel içeriklerle tüketicilere daha kolay ulaştırılabilmektedir.

YouTube platformu ürün tanıtım videoları, kullanım önerileri ve dekorasyon içerikleri açısından önemli bir mecra olarak öne çıkarken; TikTok kısa video içerikleri ve trend paylaşımlar sayesinde özellikle genç tüketicilere ulaşılmasına katkı sağlamaktadır. Facebook ise reklam, müşteri iletişimi ve marka bilinirliği çalışmalarında aktif olarak kullanılmaktadır.

Sosyal medya platformları üzerinden yürütülen reklam kampanyaları, influencer iş birlikleri ve dijital pazarlama faaliyetleri, ev tekstili firmalarının Alman tüketicilere doğrudan ulaşabilmesine ve çevrim içi satışlarını artırabilmesine katkı sağlamaktadır.

#### 4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

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

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

#### **4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler**

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

- Haksız Rekabete Karşı Yasa (Gesetz Gegen Den Unlauteren Wettbewerb- UWG),
- Fiyat Teklifi Genelgesi (Preisangabenverordnung- PrAngV),
- Dijital Hizmetler Yasası (Digitale – Dienste – Gesetz – DDG),
- Gizlilik Yasası (Bundesdatenschutzgesetz- BDSG),
- Paketleme Yasası (Verpackungsgesetz- VerpackV),
- Tüketiciyi Koruma Yasası (Verbraucherschutz- BMUV),
- Yayın ve Elektronik Medyada İnsan Onurunun Korunması ve Küçüklerin Korunmasına İlişkin Anlaşma (Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien- JMStV),
- Menkul Kıymetler Yasası ve Mali Denetim Yasası (Wertpapierhandelsgesetz- WpHG),
- Ticari Marka İhlali Yasası (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen- Markengesetz- MarkenG) kapsamındaki düzenlemelere e-ticaret yaparken uyma zorunluluğu bulunmaktadır.
- Almanya’da e-ticarete ilişkin yapılan en yaygın hatalar arasında; tüketicilerin cayma hakları konusunda uygun şekilde bilgilendirilmemesi, baskıda yanlış bilgi ve adil olmayan hüküm ve koşulların kullanılması, ürün etiketlemesi, fiyatlandırma ve nakliye maliyetleri ile çevrim içi anlaşmazlık sistemleri konusunda eksik bilgi verilmesi, telif haklarının ve ticari markaların ihlali yer almaktadır.

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

#### **4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri**

Almanya, Avrupa’nın en gelişmiş e-ticaret pazarlarından biri olarak güçlü lojistik altyapısı ile dikkat çekmektedir. Ülkede faaliyet gösteren çok sayıda lojistik firması, e-ticaret işlemlerine sipariş karşılama (fulfillment), depolama, paketleme, dağıtım, hızlı teslimat ve iade yönetimi gibi alanlarda hizmet sunmaktadır.

Almanya’da hızlı kargo ve e-ticaret lojistiği alanında öne çıkan firmalar arasında Ceva Logistics LLC, C.H. Robinson Worldwide, DB Schenker Inc., DHL Global Forwarding GmbH, DHL Supply Chain GmbH ve DSV bulunmaktadır. Sipariş karşılama (fulfillment) hizmetleri ise Active Ants Germany, Huboo Germany ve Schenker Deutschland AG gibi firmalar tarafından sağlanmaktadır.

Bu firmalar, özellikle ev tekstili sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için depolama, ürün paketleme, sipariş yönetimi, kargo takibi ve hızlı teslimat süreçlerinde önemli çözümler sunmaktadır. Ayrıca iade yönetimi, uluslararası dağıtım ve esnek teslimat seçenekleri sayesinde müşteri memnuniyetinin artırılmasına katkı sağlamaktadır.

#### **4.16 Tanıtım ve Pazarlama**

Günümüzde gerçek ve dijital dünyanın iç içe geçmesiyle birlikte, pazarlama ve satış yöntemleri de hızlı bir dönüşüm geçirmektedir. Ev tekstili ürünlerinin pazarlanmasında yalnızca fiziksel mağazalar yeterli olmamakta; sosyal medya, web siteleri, büyük çevrim içi pazaryerleri, bloglar, fuarlar ve dijital reklam platformları gibi farklı kanalların birlikte kullanılması önem kazanmaktadır.

Almanya’da ev tekstili sektöründe dijital pazarlama uygulamaları oldukça yaygın kullanılmaktadır. Google Ads, sosyal medya reklamları, arama motoru optimizasyonu (SEO) ve içerik pazarlaması aracılığıyla hedef tüketici kitlesine ulaşmak giderek daha önemli hale gelmektedir. Web sitelerinin Almanca hazırlanması, kullanıcı dostu olması ve mobil uyumluluk taşıması da satış performansını olumlu yönde etkilemektedir.

Veri analizi ve müşteri davranışlarının değerlendirilmesi, tüketici beklentilerinin daha doğru anlaşılmasını sağlamaktadır. Özellikle ev dekorasyonu ve yaşam tarzı odaklı içeriklerin yer aldığı sosyal medya platformları, markaların görünürlüğünü artırmakta ve satış süreçlerine katkı sunmaktadır. Almanca hazırlanan kataloglar, ürün teknik dokümanları ve tanıtım videoları ise firmaların profesyonel imajını güçlendirmektedir.

Firma ile müşteri arasındaki iletişim artık yalnızca fiziksel mağazalarla sınırlı kalmamaktadır. Sohbet robotları, canlı destek hizmetleri, haber bültenleri ve sadakat kampanyaları sayesinde müşteri memnuniyetinin artırılması hedeflenmektedir. Satış sonrası iletişimin sürdürülmesi ve hızlı müşteri desteği sağlanması, marka bağlılığı açısından önemli görülmektedir.

Tüketiciler, satın alma kararlarında sosyal medya içerik üreticileri ve influencerların önerilerinden önemli ölçüde etkilenmektedir. YouTube, Instagram, Pinterest, TikTok ve Facebook gibi platformlarda ev dekorasyonu, yaşam tarzı ve iç mekân tasarımı içerikleri üreten kişiler aracılığıyla ürün tanıtımları yapılmakta, bu durum sosyal ticaretin gelişimine katkı sağlamaktadır.

Almanya, her yıl çok sayıda uluslararası ev tekstili ve dekorasyon fuarına ev sahipliği yapmaktadır. Firmaların Heimtextil başta olmak üzere sektörel fuarlara katılım sağlamaları; marka bilinirliğinin artırılması, yeni iş ortaklıkları kurulması ve pazar araştırması yapılması açısından önemli avantajlar sunmaktadır. Ayrıca ticaret müşavirlikleri ve ihracatçı birlikleri tarafından düzenlenen ticaret heyetleri de firmalara yeni fırsatlar sağlamaktadır.

Almanya'da sürdürülebilirlik, kalite, uygun fiyat, hızlı teslimat ve satış sonrası hizmetler tüketicilerin en fazla önem verdiği unsurlar arasında yer almaktadır. Avrupa Yeşil Mutabakatı ve tedarik zinciri düzenlemeleri doğrultusunda çevre dostu ve sürdürülebilir üretim anlayışı giderek daha fazla önem kazanmaktadır.

Alman tüketicilerin özellikle ithal ev tekstili ürünlerinde kalite, güvenilirlik ve satış sonrası hizmetlere önem verdikleri bilinmektedir. Bu nedenle firmaların Almanya'da etkin dağıtım ağı oluşturmaları, müşteri destek hizmetleri sunmaları ve uzun vadeli marka güveni oluşturmaları "Türk Malı" algısına olumlu katkı sağlayacaktır.

#### **4.17 Ev Tekstili Sektöründe Tüketici / Alıcı Tercihleri ve Son Trendler**

Almanya, Avrupa'nın en büyük ev tekstili ithalatçılarından biri olup özellikle sürdürülebilir, kaliteli ve fonksiyonel ürünlere yönelik güçlü bir tüketici talebine sahiptir. Son yıllarda tüketici tercihleri; dijitalleşme, çevre dostu üretim anlayışı ve minimalist yaşam trendlerinin etkisiyle önemli ölçüde değişim göstermektedir.

Tüketiciler, üretim süreçlerinde çevresel ve sosyal sorumluluk kriterlerine uygun hareket eden markalara daha fazla önem vermektedir. Bu kapsamda organik pamuk, geri dönüştürülmüş iplikler ve OEKO-TEX ile GOTS gibi sertifikalara sahip ev tekstili ürünlerine yönelik talep artmaktadır.

Özellikle nevresim takımları, perde, havlu, battaniye ve dekoratif ev tekstili ürünlerinde sade tasarımlar, doğal renk tonları ve uzun ömürlü kullanım özellikleri ön plana çıkmaktadır. Alman tüketicileri için kalite, dayanıklılık ve kolay bakım sağlayan ürünler fiyat kadar önemli bir tercih kriteri haline gelmiştir.

Son dönemde “daha az ama kaliteli ürün satın alma” eğilimi yaygınlaşmış; zamansız tasarımlar ve işlevsel ürünler daha fazla tercih edilmeye başlanmıştır. Ayrıca antibakteriyel, leke tutmaz, ısı dengeleyici ve sürdürülebilir malzemelerden üretilmiş teknik tekstil özellikli ürünlere ilgi artmaktadır.

Dijitalleşme, sektördeki satın alma alışkanlıklarını da önemli ölçüde etkilemektedir. Çevrim içi satış kanalları büyümeye devam ederken, ürün görselleri, kullanıcı yorumları ve sosyal medya içerikleri tüketicilerin satın alma kararlarında belirleyici rol oynamaktadır. Özellikle Instagram, Pinterest ve TikTok gibi platformlar ev dekorasyonu ve ev tekstili trendlerinin yayılmasında etkili olmaktadır.

Almanya’da düzenlenen Heimtextil başta olmak üzere uluslararası sektörel fuarlar, yeni trendlerin tanıtılması ve markaların görünürlüğünün artırılması açısından büyük önem taşımaktadır. 2025 Heimtextil temalarında sürdürülebilirlik, doğal yaşam, duyuşal deneyim ve fonksiyonel tasarım kavramlarının öne çıktığı görülmektedir.

Alman tüketiciler, ürün kalitesi kadar satış sonrası hizmetler, hızlı teslimat ve marka güvenilirliğine de önem vermektedir. Bu nedenle Almanya’da etkin dağıtım ağı kurabilen, müşteri destek hizmeti sunan ve uzun vadeli marka güveni oluşturabilen firmaların rekabet avantajı elde edeceği değerlendirilmektedir.

#### **4.18 Ev Tekstili Sektöründe Vergiler**

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

Gümrük vergileri açısından Almanya, Avrupa Birliği (AB) üyesi olduğu için AB Ortak Gümrük Tarifesi (OGT) sistemi geçerlidir. Türkiye menşeli ev tekstili ve tekstil ürünleri, AB-Türkiye Gümrük Birliği kapsamında gümrük vergisinden muaftır. Ancak AB dışındaki ülkelerden (örneğin Çin, Bangladeş veya Hindistan) ithal edilen ürünlerde, ürün GTİP’ine göre değişen oranlarda gümrük vergileri uygulanabilmektedir.

Almanya’da ev tekstili ürünlerine yönelik ayrı bir özel tüketim vergisi (ÖTV) bulunmamaktadır. Ancak çevre koruma ve sürdürülebilirlik kapsamında bazı idari yükümlülükler mevcuttur. Özellikle tekstil ve ev tekstili üreten veya ithal eden firmalar için Genişletilmiş Üretici

Sorumluluğu (EPR) kapsamında, ambalaj atıklarının yönetimi ve kayıt altına alınması zorunluluğu bulunmaktadır.

Avrupa Birliği'nde yürürlükte bulunan gümrük vergilerine aşağıdaki 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.

([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))

(<https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home#my-trade-assistant> )

#### **4.19 Ev Tekstili Sektörüne Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller**

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

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

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

AB Yeşil Mutabakatı kapsamında ambalaj ve sürdürülebilirlik yükümlülüklerine ilişkin yeni düzenlemeler üzerinde çalışmalar devam etmektedir.

#### **5. Ev Tekstili Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar**

Almanya'nın AB'nin en büyük tüketim ve ithalat pazarlarından biri olması nedeniyle ihracatçılara geniş bir pazar potansiyeli sunması,

Almanya'nın Türkiye'nin tekstil ve ev tekstili ürünlerinde en önemli ihracat pazarlarından biri konumunda bulunması,

Almanya'da ev tekstili ürünlerinde ithalata dayalı güçlü bir tüketim yapısının bulunması,

Alman tekstil sektörünün teknik tekstil ve yüksek katma değerli üretime yönelmiş olması nedeniyle standart ev tekstili ürünlerinde dış tedarike ihtiyaç duyulması,

Avrupa'daki yüksek enerji, işçilik ve üretim maliyetleri nedeniyle Türkiye'nin kalite, esnek üretim ve hızlı teslimat açısından rekabet avantajına sahip olması,

Alman tüketicilerinin yüksek satın alma gücüne sahip olması ve kaliteli ürünlere yönelik talebin devam etmesi,

Farklı yaşam tarzları, gelir grupları ve tüketim alışkanlıkları nedeniyle Almanya pazarının farklı segmentlere yönelik ürün çeşitliliğine açık olması,

E-ticaretin gelişmiş olması, dijital satış kanallarının yaygın kullanılması ve çok kanallı dağıtım yapısının bulunması,

İthalatçı, distribütör, zincir mağaza, online pazar yerleri ve perakende kanalları gibi farklı satış ağlarının pazara giriş imkanlarını artırması nedenleriyle firmalarımız açısından Almanya pazarı çeşitli fırsatlar sunmaktadır.

## **6. Ev Tekstili Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler**

Yoğun rekabet koşulları nedeniyle Almanya pazarının Avrupa'nın en zorlu ve yüksek standartlı pazarlarından biri olması, tüketici beklentilerinin hızla değişmesi ve sürdürülebilirlik, kalite, tasarım ile fonksiyonellik gibi kriterlerin satın alma kararlarında belirleyici hale gelmesi,

Çin, Hindistan, Bangladeş ve Doğu Avrupa ülkeleri gibi düşük maliyetli üreticilerin fiyat odaklı rekabet oluşturması,

Almanya'daki tüketicilerin fiyat-performans dengesine önem vermesi ve özellikle online satış kanallarında yoğun fiyat karşılaştırması yapılması,

Alman alıcıların kalite, sertifikasyon, sürdürülebilirlik ve tedarik zinciri şeffaflığı konularında yüksek beklentilere sahip olması,

AB mevzuatında sürdürülebilirlik, çevresel uyum ve izlenebilirlik alanlarında yapılan yeni düzenlemelerin üretici ve ihracatçılar üzerindeki uyum maliyetlerini artırılması,

REACH, EPR ve ambalaj yükümlülükleri gibi uygulamaların firmalar açısından ek belge ve denetim süreçleri doğurması,

Almanya pazarında başarılı olabilmek için Almanca iletişim, hızlı müşteri desteği, etkin lojistik ağı ve satış sonrası hizmet altyapısının gerekli olması,  
Dijital pazarlama, e-ticaret yönetimi ve marka bilinirliği çalışmalarının yüksek maliyet ve sürekli yatırım gerektirmesi,  
Alman ithalatçı ve perakendecilerinin uzun vadeli, güvenilir ve hızlı teslimat sağlayabilen tedarikçilerle çalışma eğiliminde olması nedenleriyle Almanya ev tekstili pazarı sunduğu fırsatlar yanında belirli risk ve tehditleri de beraberinde getirmektedir.

## **7. Ev Tekstili Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler**

Almanya'ya ihracat yapmak isteyen firmalarımızın, Avrupa Birliği teknik mevzuatına, ürün güvenliği standartlarına ve sürdürülebilirlik kriterlerine tam uyum sağlaması gerekmektedir. Özellikle REACH düzenlemeleri kapsamında kimyasal içerik denetimlerine dikkat edilmesi önem taşımaktadır.

Ev tekstili ürünlerinin ambalajları için Almanya'daki Ambalaj Yasası (VerpackG) kapsamında LUCID sistemine kayıt yapılması ve geri dönüşüm yükümlülüklerinin yerine getirilmesi gerekmektedir.

İthalatçı firmaların talepleri doğrultusunda OEKO-TEX, GOTS, EU Ecolabel ve Cradle to Cradle gibi kalite ve sürdürülebilirlik sertifikalarına sahip olunması, ürünlerin tercih edilmesi açısından önemli avantaj sağlamaktadır.

Heimtextil, Techtexil, Texprocess ve benzeri sektörel fuarlara düzenli katılım sağlanması; yeni iş bağlantıları kurulması, pazar trendlerinin takip edilmesi ve marka bilinirliğinin artırılması açısından faydalı görülmektedir.

Firmaların dijital pazarlama faaliyetlerine ağırlık vermesi, Almanca içerikli web siteleri oluşturması ve e-ticaret kanallarını etkin kullanması Almanya pazarında rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

Alman tüketicilerinin kalite, sürdürülebilirlik, hızlı teslimat ve satış sonrası hizmet beklentilerinin yüksek olması nedeniyle firmaların lojistik altyapılarını ve müşteri hizmetlerini güçlendirmeleri önem taşımaktadır.

Ayrıca, Almanya'da distribütör, temsilci veya yerel iş ortakları ile çalışılması; pazara giriş sürecinin hızlandırılması, müşteri güveninin artırılması ve uzun vadeli ticari ilişkiler kurulması açısından katkı sağlayabilmektedir.

## **8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar**

Almanya pazarında marka bilinirliği oluşturmak ve uzun vadeli müşteri güveni sağlamak amacıyla firmaların kendi markalarıyla faaliyet göstermeleri önemli avantaj sağlayabilmektedir. Özellikle özel marka (private label) üretiminin yanı sıra Türk markalarının Almanya pazarında konumlandırılması, firmaların katma değerli ihracat imkanlarını artırabilmektedir.

Almanya'daki tüketiciler çevre dostu, etik ve sosyal sorumluluk kriterlerine uygun üretim yapan firmalara daha fazla önem vermektedir. Adil çalışma koşulları, çalışan hakları, çocuk işçiliğinin önlenmesi ve sürdürülebilir üretim uygulamalarına uyum sağlanması, ürünlerin tercih edilmesinde etkili olmaktadır.

Firmaların dijitalleşme süreçlerine yatırım yapmaları, e-ihracat kanallarını etkin kullanmaları ve veri odaklı pazarlama stratejileri geliştirmeleri Almanya pazarında rekabet avantajı sağlayabilmektedir.

Ayrıca Almanya'da depo, temsilcilik, distribütörlük veya satış sonrası destek ağı kurulması; müşteri memnuniyetinin artırılması, teslimat süreçlerinin hızlandırılması ve marka güveninin güçlendirilmesi açısından önemli görülmektedir.

## **9. Genel Değerlendirme**

Türkiye, ev tekstili sektöründe Almanya pazarı için stratejik tedarikçi ülkelerden biri konumundadır. Yürürlükte bulunan Türkiye-Avrupa Birliği Gümrük Birliği kapsamında Türk menşeli ev tekstili ürünlerinin Almanya'ya gümrük vergisi uygulanmadan ihraç edilebilmesi, Türkiye'ye diğer birçok ülkeye kıyasla rekabet avantajı sağlamaktadır.

Türkiye'nin üretim kapasitesi, esnek tedarik yapısı, hızlı teslimat avantajı ve kaliteli üretim altyapısı sayesinde Almanya'daki ev tekstili pazarındaki konumunu güçlendirme potansiyeli bulunmaktadır.

Bununla birlikte Alman tüketicilerinin sürdürülebilirlik, kalite, ürün güvenliği ve sosyal sorumluluk konularındaki hassasiyetleri giderek artmaktadır. Bu nedenle firmalarımızın çevresel ve sosyal uyum kriterlerine önem vermeleri, sürdürülebilir üretim uygulamalarını geliştirmeleri ve uluslararası sertifikasyon süreçlerine uyum sağlamaları büyük önem taşımaktadır.

Ayrıca dijitalleşme, e-ticaret ve veri odaklı pazarlama uygulamalarının yaygınlaşması; firmaların Almanya pazarında marka bilinirliği oluşturmaları, tüketici eğilimlerini yakından takip etmeleri ve çok kanallı satış stratejileri geliştirmelerini gerekli hale getirmektedir.

Sonuç olarak Almanya ev tekstili pazarı; yüksek kalite beklentileri ve yoğun rekabet yapısına rağmen, sürdürülebilir ve katma değerli üretim gerçekleştirebilen Türk firmaları açısından önemli fırsatlar sunmaya devam etmektedir.

## 10. Yararlı Adresler

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

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

Yatırımcılar ve ihracatçılar için ise Germany Trade & Invest (GTAI), F. Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı, Almanya'nın ve eyaletlerinin ekonomik profili, sektörler, şirket kuruluşu, yatırım danışmanlığı, vergi sistemi, teşvikler, ihaleler gibi konular hakkında ayrıntılı bilgiler sunar ve ücretsiz danışmanlık hizmeti verir.

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

DESTATIS F. Almanya İstatistik Kurumu, Almanya hakkında her türlü istatistiki bilgi ve yayınların sunulduğu resmi istatistik kurumudur. Ayrıca, Genesis-Online veri tabanı üzerinden de dinamik sorgulama yapmak mümkündür.

[https://www.destatis.de/EN/Home/\\_node.html](https://www.destatis.de/EN/Home/_node.html)

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

[https://www.handelsregister.de/rp\\_web/welcome.xhtml](https://www.handelsregister.de/rp_web/welcome.xhtml)

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

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

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

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

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

[https://www.zoll.de/EN/Home/home\\_node.html](https://www.zoll.de/EN/Home/home_node.html)

## 11. Kaynakça

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

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

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

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

[https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem/textiles-leather-fur\\_en#the-textile-labelling-regulation-eu-10072011](https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/textiles-ecosystem/textiles-leather-fur_en#the-textile-labelling-regulation-eu-10072011)

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

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

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

[https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L\\_.2006.265.01.0018.01.ENG](https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2006.265.01.0018.01.ENG)

[https://www.gesetze-im-internet.de/textilkennzg\\_2016/\\_4.html](https://www.gesetze-im-internet.de/textilkennzg_2016/_4.html)

[Ticaret Bakanlığı Verileri](#)

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

<https://www.destatis.de>

