



ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ



**MOBİLYA SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU
Tarih : 31.10.2025**

Raporu Hazırlayan: **Stuttgart Ticaret Ataşeliği**

İçindekiler

1. Almanya Pazarında Mobilya Sektörü

1.1 Mobilya Sektöründe Üretim

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

1.3 Mobilya Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri / Derneklerine İlişkin Bilgiler

1.4 Mobilya Sektöründe Parakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

2. Almanya Mobilya Sektörünün Dış Ticaret

2.1 Mobilya Sektöründe Almanya'nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği ilk 10 Ülke

2.2 Mobilya Sektöründe Almanya'nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği ilk 10 Ülke

2.3 Mobilya Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 Ürün)

2.4 Mobilya Sektöründe Almanya'nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 Ürün)

3. Mobilya Sektöründe Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Mobilya Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı (\$, Miktar ton)

4. Mobilya Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1 Mobilya Sektörü İçin Hedef Bölgeler /Şehirler/Eyaletler

4.2 Mobilya 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 Mobilya Sektörü İthalatında Zorunlu Belgeler

4.4 Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?

4.5 Mobilya Sektöründeki Fuarlar

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

4.7 Mobilya 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 Mobilya Sektöründe Etiketleme

4.12 Mobilya Sektöründe Ambalajlama

4.13 Lojistik

4.14 Dağıtım Kanalları

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

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

4.15.2 Özel Günler, Bayramlar vb.

4.15.3 En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

4.15.4 E-Ticarettteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

4.15.6 E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

4.17 Mobilya Sektöründe Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

4.18 Mobilya Sektöründe Vergiler

4.19 Mobilya Sektörüne Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engelle

5. Mobilya Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

6. Mobilya Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

7. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

9. Genel Değerlendirme

10. Yararlı Adresler

11. Kaynakça

1. Almanya Pazarında Mobilya Sektörü

1.1 Mobilya Sektöründe Üretim

İmalat sektöründe üretim: Almanya, yıllar, mal listesi (2/4 basamaklı) Üç aylık üretim anketi, imalat sektörü Almanya				
"Yıl GP2019 (2 basamaklı (bölümler))"			Satışa yönelik üretimin değeri	Satış amaçlı üretim yapan şirketler
			Avro	Sayı
2020	GP19-31	Mobilya	17.116.695.000	1.177
2021	GP19-31	Mobilya	18.009.796.000	1.176
2022	GP19-31	Mobilya	19.120.606.000	1.177
2023	GP19-31	Mobilya	18.456.839.000	1.177
2024	GP19-31	Mobilya	17.205.501.000	1.149

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025 | Stand: 28.07.2025 / 09:23:27

Federal İstatistik Dairesi (Destatis) verilerine göre, Almanya mobilya sektörü 2020-2022 döneminde istikrarlı bir büyüme göstermiş, üretim değeri 17,1 milyar Avro seviyesinden 19,1 milyar Avroya yükselmiştir. Ancak, 2023 yılında üretim değerinde bir gerileme yaşanmış ve 2024'te ise bu değer 17,2 milyar Avro seviyesine düşmüştür. Üretim yapan firma sayısı 2020-2023 arasında sabit kalırken 2024 yılında ise bu rakam 1.149'a düşmüştür.

1.2 Ortalama Üretici Fiyatları

Ticari ürünlerin üretici fiyat endeksi: Almanya, Yıllar, Mal listesi (GP2019 2-/3-/4-/5-/6-/9-basamaklı/ Özel pozisyonlar)	
Ticari ürünlerin üretici fiyat endeksi	
Almanya	
Ticari ürünlerin üretici fiyat endeksi (2021=100)	
	GP2019 (2 basamaklı): Ticari ürünler
	GP19-31 Mobilya
2020	97,3
2021	100,0
2022	112,3
2023	121,1
2024	121,7

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025 | Stand: 28.07.2025 / 09:28:02

Destatis verilerine göre mobilya üretici fiyat endeksi, 2021 baz yılına (100) göre şu şekilde seyretmiştir:

2021: 100,0 (baz yıl)

2022: 112,3 (+%12,3)

2023: 121,1 (+%21,1)

2024: 121,7 (+%21,7)

Bu verilere göre, 2021'den 2024'e kadar mobilya sektöründe üretici fiyatlarında sürekli artış görülmüş, özellikle 2022 ve 2023 yıllarında maliyet baskıları daha belirgin olmuştur. 2024 yılında artış hızının yavaşladığı dikkat çekmektedir.

1.3 Mobilya Sektöründe Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri / Derneklerine İlişkin Bilgiler

Almanya mobilya sektörü, hem büyük ölçekli üretici firmaların hem de sektörel birliklerin güçlü yapısıyla dikkat çekmektedir. Özellikle oturma grupları, mutfak mobilyaları, ofis mobilyaları ve lojistik alanlarında faaliyet gösteren firmalar, hem iç pazarda hem de Avrupa genelinde önemli bir paya sahiptir.

Önde Gelen Firmalar

Hülsta-Werke Hüls GmbH & Co. KG – Stadtlöhn

<https://www.huelsta.com>

Rolf Benz AG & Co. KG – Nagold

<https://www.rolf-benz.com>

Musterring International Josef Höner GmbH & Co. KG – Rheda-Wiedenbrück

<https://www.musterring.com>

Vitra International AG – Weil am Rhein

<https://www.vitra.com>

Rauch Möbelwerke GmbH – Walldürn

<https://www.rauchmoebel.de>

Sektörel Birlikler ve Dernekler:

Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V. (VDM)

<https://www.moebelindustrie.de>

Handelsverband Wohnen und Büro (HWB)

<https://www.hwb.online>

Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ e.V.)

<https://www.amoe.de>

Verband Deutscher Möbelsachverständiger e.V.

<https://www.moebelsachverstaendige.com>

1.4 Mobilya Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Perakende satışlar: Almanya, yıllar, fiyat türleri, ekonomik sektörler						
Aylık perakende satış istatistikleri						
Almanya						
Yıl			Fiyat türleri			
			Sabit fiyatlarla		Cari fiyatlarla	
			Satış	Geçen yıla göre değişim	Satış	Geçen yıla göre değişim
			2015=100	yüzde (%)	2015=100	yüzde (%)
WZ08-4759	Mobilya, ev eşyaları ve diğer ev eşyalarının perakende satışı	2020	104,8	3,6	110,0	5,0
		2021	96,9	-7,5	103,5	-5,9
		2022	102,3	5,6	117,5	13,5
		2023	91,3	-10,8	113,0	-3,8
		2024	86,4	-5,4	106,8	-5,5

2005 yılından itibaren ölçüm rakamının hesaplanması, KDV hariç fiyat endekslerine dayanmaktadır.

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025 | Stand: 28.07.2025

/9:35:12

Toptan satış cirosu: Almanya, yıllar, fiyat türleri, ekonomik sektörler						
Toptan ticaret ve ticaret aracılığına ilişkin aylık istatistik						
Almanya						
Yıl			Fiyat türleri			
			Sabit fiyatlarla		Cari fiyatlarla	
			Satış	Geçen yıla göre değişim	Satış	Geçen yıla göre değişim
			2015=100	Yüzde (%)	2015=100	Yüzde (%)
WZ08-4647	Büyük boy mobilya, halı, lamba ve aydınlatma ürünleri	2020	113,3	5,1	113,6	5,4
		2021	119,8	5,7	122,1	7,5
		2022	114,1	-4,8	129,0	5,7
		2023	97,3	-14,7	119,8	-7,1
		2024	93,9	-3,5	117,9	-1,6

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025 | Stand: 28.07.2025 / 09:41:56

Almanya’da mobilya, ev eşyası diğer ev eşyalarını kapsayan perakende satışlar, 2020 yılı itibariyle hem sabit hem de cari fiyatlarla yükselmiş, sabit fiyatlarla satış endeksi 104,8, cari fiyatlarla satış endeksi ise 110,0 seviyesine ulaşmıştır. Bu durum sırasıyla %3,6 ve %5,0 oranında artışa işaret etmektedir. 2021 yılı itibariyle sektör genelinde daralma başlamıştır. Sabit fiyatlarla satışlar %7,5, cari fiyatlarla satışlar ise %5,9 oranında azalmıştır. 2023 yılında reel satışlardaki düşüş daha da belirgin hale gelmiş sabit fiyatlarla satış endeksi 91,3’e gerileyerek %10,8 oranında azalmıştır. Cari fiyatlarla satış endeksi ise 113 seviyesine gerileyerek %3,8 oranında azalmıştır. 2024 yılında ise hem reel hem de nominal satışlarda düşüş gözlenmiştir. Sabit fiyatlarla satış endeksi 86,4, cari fiyatlarla satış endeksi 106,8 seviyesine gerilemiş, satışlar reel olarak %5,4, cari olarak da %5,5 oranında azalmıştır. Bu sonuç, sektörün son dört yılda kademeli olarak daralma eğilimine girdiğini göstermektedir.

Almanya’da mobilya, halı, lamba ve aydınlatma ürünlerinin toptan ticareti ise 2020-2021 yıllarında büyüme eğilimindeyken, 2022 yılından itibaren zayıflamaya başlamıştır. 2020-2021 döneminde sabit fiyatlarla satış endeksi 113,3 seviyesinden 119,8’e yükselmiş, reel olarak %5,7 civarında büyüme sağlanmıştır. Aynı dönemde cari fiyatlarla satış endeksi 113,6’dan 122,1 seviyesine çıkarak %7,5 artmıştır. 2022 yılında sabit fiyatlarla satışlar %4,8 oranında azalmış, ancak cari fiyatlarla satışlar ise %5,7 artmıştır. 2023 yılı, sektör için ciddi bir gerileme dönemi olmuştur. Sabit

fiyatlarla satışlar %14,7 düşmüş, cari fiyatlarla satışlar da %7,1 oranında azalmıştır.2024 yılında düşüş eğilimi devam etmiş, sabit fiyatlarla satış endeksi 93,9’a, cari fiyatlarla satış endeksi 117,9’a gerilemiştir. Bu sırasıyla %3,5 ve %1,6’lık yıllık azalışlara işaret etmektedir.

Buna karşılık, e-ticaret ve çevrim içi toptan satış kanalları (özellikle IKEA, XXXLutz, Roller, Poco, Segmüller, Höffner gibi zincirlerin çevrim içi mağazaları) büyümeyi kısmen desteklemiştir. OTTO, Home24 ve Westwing gibi dijital platformların pazar payı hızlı artmakta ve geleneksel toptan satış yapısında dönüşüm yaratmaktadırlar.

2.Almanya Mobilya Sektörünün Dış Ticareti

2.1 Mobilya Sektöründe Almanya’nın En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği ilk 10 Ülke (2024)

	Ülke Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İthalat Değeri / Toplam İthalat)
1	Polonya	4.114.634	1.042.399,2	25,2
2	Çin	3.425.546	1.022.233,0	21,0
3	Çek Cumhuriyeti	2.098.528	205.791,4	12,8
4	İtalya	842.335	249.544,3	5,2
5	Türkiye	594.301	126.555,6	3,6
6	Macaristan	504.351	61.268,3	3,1
7	Romanya	442.090	71.108,9	2,7
8	Slovakya	350.348	64.653,2	2,1
9	Fransa	298.934	83.400,7	1,8
10	Litvanya	289.740	120.970,4	1,8
	Almanya Toplam	16.349.986	3.664.886,9	100,0

Tablo 1- Almanya- İthalat- İlk 10 Ülke (Bölüm 9401,9402,9403)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Juli 2025,

Datenbank: <https://www-genesis.destatis.de/genesis-old/online>

Tabellen 51000-0005 (Deutschland) 51000-0007 (Länder)

2.2 Mobilya Sektöründe Almanya’nın En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği ilk 10 Ülke (2024)

	Ülke Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Miktar (ton)	Oran (%) (İhracat Değeri / Toplam İhracat)
1	Fransa	1.949.366	365.010,3	14,4
2	İsviçre	1.424.027	197.963,8	10,5
3	Hollanda	1.186.025	226.532,1	8,8
4	Avusturya	1.157.707	165.100,0	8,6
5	Polonya	773.185	141.380,2	5,7

6	Birleşik Krallık (İngiltere)	768.204	113.569,3	5,7
7	Amerika Birleşik Devletleri	723.132	66.058,2	5,3
8	Belçika	619.375	115.804,3	4,6
9	İtalya	538.864	110.396,6	4,0
10	İspanya	511.966	87.903,3	3,8
	Türkiye	82.656	8.079,7	0,6
	Almanya Toplam	13.520.883	2.088.119,0	100,0

Tablo 2- Almanya- İhracat- İlk 10 Ülke (Bölüm 9401,9402,9403)

Quelle: Statistisches Bundesamt, Juli 2025,

Datenbank: <https://www-genesis.destatis.de/genesis-old/online>

Tabellen 51000-0005 (Deutschland) 51000-0007 (Länder)

2.3 Mobilya Sektöründe Almanya’nın Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün) (2024)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin \$)	Türkiye'den İthalatı (Bin \$)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
1	940199	Ahşap oturma mobilyaları parçaları, başka şekilde belirtilmeyen	4.222.594	183.323	4,34%
2	940360	Ahşap mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	2.281.859	58.816	2,58%
3	940161	Ahşap iskeletli, döşemeli oturma mobilyaları	1.719.549	53.126	3,09%
4	940320	Metal mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	1.490.618	45.331	3,03%
5	940350	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	991.445	60.390	6,09%
6	940391	Ahşap mobilya parçaları, oturma mobilyaları hariç, başka şekilde belirtilmeyen	785.955	6.431	0,82%

7	940399	Mobilya parçaları, ahşap olmayan, oturma mobilyası olmayan, başka şekilde belirtilmeyen	771.621	43.371	5,62%
8	940171	Metal iskeletli, döşemeli oturma mobilyaları	718.096	6.544	0,91%
9	940180	Başka yerde belirtilmeyen oturma mobilyaları	431.073	6.546	1,52%
10	940179	Metal iskeletli, döşemeli olmayan oturma mobilyaları	418.242	5.978	1,43%

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

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatı (Bin \$)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
1	940340	Mutfakta kullanılan türden ahşap mobilyalar	2.490.483	5.127	0,21
2	940320	Metal mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	1.785.918	9.373	0,52
3	940199	Ahşap oturma mobilyaları parçaları, başka şekilde belirtilmeyen	1.700.117	32.459	1,91
4	940360	Ahşap mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	1.254.462	3.787	0,31
5	940399	Ahşap olmayan mobilya parçaları, oturma mobilyaları hariç, başka şekilde belirtilmeyen	997.444	6.632	0,67
6	940391	Mobilya parçaları, ahşaptan, oturma mobilyaları hariç, başka şekilde belirtilmeyen	917.223	983	0,11

7	940290	İnsan, diş ve hayvan tıbbı için mobilyalar	658.733	7.530	1,14
8	940350	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	550.434	40	0,01
9	940120	Motorlu taşıtlarda kullanılan türden koltuklar	486.451	3.301	0,68
10	940139	Döner sandalyeler, oturma yükseklięi ayarlanabilir, ahşaptan olmayan	380.418	1.935	0,51

3. Mobilya Sektöründe Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1 Mobilya Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı (1.000 \$)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	940199	Ahşap oturma mobilyaları, başka şekilde belirtilmeyen	-	-	125.209	165.787	183.323
2	940350	Yatak odalarında kullanılan ahşap mobilyalar	34.912	51.670	58.593	64.004	60.390
3	940360	Ahşap mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	27.267	43.666	58.617	62.336	58.816
4	940161	Ahşap iskeletli, döşemeli oturma mobilyaları	24.867	41.493	47.792	56.426	53.126
5	940320	Metal mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	28.485	42.937	70.784	50.461	45.331
6	940399	Mobilya parçaları, ahşap olmayan, oturma mobilyaları hariç, başka yerlerde sınıflandırılmamış	-	-	59.716	52.688	43.371
7	940310	Ofislerde kullanılan türden metal mobilyalar	21.756	29.598	40.595	41.866	39.955
8	940141	Ahşaptan yapılmış, yatak haline dönüştürülebilen oturma mobilyaları	-	-	26.413	29.585	24.746

9	940120	Motorlu taşıtlarda kullanılan türden koltuklar	18.916	16.546	16.971	12.995	12.680
10	940110	Hava taşıtlarında kullanılan türden koltuklar	12	2.043	2.555	2.152	7.698

3.2 Mobilya Sektöründe Türkiye'nin Almanya'ya İhracatı (ton)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024
1	940350	Yatak odalarında kullanılan türden ahşap mobilyalar	16.797,8	23.741,5	26.574,8	27.164,8	25.957,2
2	940360	Ahşap mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	9.093,8	14.641,1	18.735,1	20.051,7	20.192,6
3	940161	Ahşap iskeletli, döşemeli oturma mobilyaları	7.112,2	11.835,1	14.383,7	16.102,3	15.609,4
4	940310	Ofislerde kullanılan türden metal mobilyalar	10.481,2	11.183,2	13.604,5	15.291,8	14.387,8
5	940399	Mobilya parçaları, ahşap olmayan, oturma mobilyası olmayan, başka şekilde belirtilmeyen	-	-	15.254,2	12.754,1	10.718,5
6	940320	Metal mobilyalar, başka şekilde belirtilmeyen	7.948,8	10.946,2	18.481,1	12.142,0	10.491,6
7	940199	Oturma mobilyalarının parçaları, ahşaptan yapılmış, başka şekilde belirtilmeyen	-	-	5.956,3	7.289,6	7.184,1
8	940141	Yatak haline dönüştürülebilen oturma mobilyaları, ahşaptan yapılmış	-	-	7.438,7	7.703,8	6.418,8
9	940340	Mutfakta kullanılan türden ahşap mobilyalar	806,8	1.559,6	1.926,6	1.866,9	1.937,1
10	940391	Mobilya parçaları, ahşaptan yapılmış, oturma	-	-	1.576	1.790,4	1.822

		mobilyaları hariç, başka şekilde belirtilmeyen					
--	--	--	--	--	--	--	--

4.Mobilya Sektöründe İhracat Yoluyla Pazara Giriş

Almanya mobilya pazarı, tüketici tercihlerindeki değişim, tasarım ve işlevsellik beklentileri, teknolojik gelişmeler ile çevresel ve sürdürülebilirlik odaklı dinamiklerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Fiyat, kalite, kullanım ömrü, tasarım estetiği ve çevre dostu üretim uygulamaları, Almanya’da mobilya alım kararlarını şekillendiren temel unsurlar arasında yer almaktadır.

Bu nedenle, ihracat yoluyla pazara giriş yapmak isteyen firmalar, ürünlerini sadece rekabetçi fiyatlarla değil, aynı zamanda yenilikçi tasarım ve sürdürülebilirlik kriterlerini dikkate almaları gerekmektedir.

4.1 Mobilya Sektörü için Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

İhracat ve ithalat (dış ticaret): Federal eyaletler, yıllar, mal sınıflandırması			
Dış ticaret			
Federal eyaletler		GP2019 (2 basamaklı): Dış ticaret	
		GP19-31 Mobilya	
		İthalat: Ağırlık t	İthalat: Değer Bin avro
2024	Baden-Württemberg	263.893,7	1.281.085
	Bayern	485.005,6	2.246.251
	Berlin	63.494,8	230.666
	Brandenburg	106.379,1	323.772
	Bremen	9.181,8	37.796
	Hamburg	83.861,0	323.261
	Hessen	127.332,2	472.341
	Mecklenburg-Vorpommern	40.387,2	90.588
	Niedersachsen	373.112,1	1.214.887
	Nordrhein-Westfalen	1.231.159,4	3.444.601
	Rheinland-Pfalz	44.257,8	230.241
	Saarland	57.120,1	114.988
	Sachsen	42.132,8	204.270
	Sachsen-Anhalt	52.834,8	181.554
	Schleswig-Holstein	146.193,2	428.879
	Thüringen	197.770,5	427.384

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025 | Stand: 24.07.2025 / 11:01:26

Almanya'ya mobilya ihracatı yapmak isteyen firmalar için özellikle bazı federal eyaletler öne çıkmaktadır. Bu bölgeler, hem tüketim potansiyeli hem de güçlü lojistik altyapıları sayesinde mobilya sektöründe stratejik önem taşımaktadır.

En dikkat çeken eyaletlerden biri Nordrhein-Westfalen (NRW)'dir. Almanya'nın en kalabalık eyaleti olan NRW, yoğun nüfus yapısı ve gelişmiş ticaret ağı sayesinde mobilya ithalatı ve dağıtımında ön plana çıkmaktadır. Düsseldorf ve Köln çevresinde toplanan çok sayıda toptancı ve dağıtıcı firma, burayı sektör açısından cazip kılmaktadır.

Bavyera (Bayern), mobilya pazarında özellikle yüksek kaliteli ve tasarım odaklı ürünleriyle öne çıkmaktadır. Münih şehri, modern mobilya trendlerinin merkezi haline gelmiş olup, Avusturya İsviçre'ye yakınlığı sayesinde bölge, çevre ülkelere erişim açısından da avantaj sağlamaktadır.

Baden-Württemberg, güçlü sanayi yapısı ve yüksek gelir seviyesine sahip tüketici profili ile mobilya ithalatında dikkat çeken eyaletlerden biridir. Stuttgart ve çevresindeki lojistik bağlantılar, eyaleti mobilya ticareti açısından stratejik bir konuma taşımaktadır.

Hamburg ise Almanya'nın en önemli liman kenti olarak, özellikle denizaşırı ülkelere ithal edilen mobilyaların giriş noktası konumundadır. Limanın sunduğu avantajlar sayesinde Uzak Doğu'dan gelen ürünlerin Almanya geneline dağıtımını kolaylıkla sağlanmaktadır.

Sonuç olarak, Almanya mobilya sektöründe ihracat yoluyla pazara giriş yapmak isteyen firmalar için bu bölgeler, hem lojistik imkanları hem de tüketici profilleri sayesinde öne çıkan hedef pazarlar olarak değerlendirilmektedir.

4.2 Mobilya Sektöründe Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Almanya mobilya sektörü, hem köklü aile şirketleri hem de uluslararası alanda faaliyet gösteren büyük markalar tarafından şekillendirilmektedir. Pazarın yapısı, yüksek kaliteli tasarım odaklı üreticiler ile seri üretim yapan firmaların dengesi üzerine kuruludur.

Önde Gelen Firmalar:

Hülsta-Werke Hüls GmbH & Co. KG – Stadthohn

<https://www.huelsta.com>

Rolf Benz AG & Co. KG – Nagold

<https://www.rolf-benz.com>

Musterring International Josef Höner GmbH & Co. KG – Rheda-Wiedenbrück

<https://www.musterring.com>

Vitra International AG – Weil am Rhein

<https://www.vitra.com>

Rauch Möbelwerke GmbH – Walldürn

<https://www.rauchmoebel.de>

IKEA Deutschland GmbH & Co. KG – Hofheim-Wallau

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

XXXLutz Deutschland – Würzburg

<https://www.xxxlutz.de>

Pazar Yapısı:

Almanya mobilya pazarı, hem iç tüketim hem de ihracat açısından güçlü bir konuma sahiptir. İç pazarda büyük perakende zincirleri (IKEA, XXXLutz, Höffner) hâkimdir. Tasarım odaklı üst segment markalar (Rolf Benz, Vitra, Hülsta) özellikle premium pazara hitap etmektedir. Orta segmentte, Rauch ve Musterring gibi üreticiler yaygın olarak tercih edilmektedir.

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

Verband der Deutschen Möbelindustrie e.V. (VDM)

Almanya mobilya sanayisinin en büyük çatı derneğidir. Ülke genelinde mobilya üreticilerini temsil eder, sektörün ekonomik çıkarlarını savunur, pazar araştırmaları yapar ve sürdürülebilirlik standartlarının geliştirilmesine katkıda bulunur.

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

Handelsverband Wohnen und Büro (HWB)

Almanya’da mobilya, ev eşyaları ve ofis ürünleri ticaretiyle ilgilenen işletmeleri temsil eden bir birliktir. Perakende ve toptan ticaret alanlarında sektör temsilcileri için rehberlik ve piyasa analizleri sağlar.

<https://www.hwb.online/>

Bundesverband Möbelspedition und Logistik (AMÖ e.V.)

Mobilya taşımacılığı ve lojistik sektörünü temsil eder. Üyeleri arasında nakliye, depolama ve lojistik firmaları yer alır. Özellikle mobilya ihracat ve ithalat sürecinde taşımacılık ve lojistik çözümleri konusunda önemli bir role sahiptir.

<https://amoe.de/>

Bundesverband der vereinigten Möbelsachverständigen

Mobilya bilirkişileri ve uzmanlarını bir araya getiren kuruluştur. Mobilya kalite kontrolü, hasar tespit ve ekspertiz alanlarında faaliyet gösterir. Hukuki ve teknik uyuşmazlıklarda bilirkişi raporları hazırlayarak sektörde güvenilirliği artırır.

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

Verband der Deutschen Möbelindustrie – VHK

Özellikle Almanya’nın Ostwestfalen-Lippe bölgesinde yoğunlaşan mobilya üreticilerini temsil eden bölgesel bir birliktir. Bu bölge, Almanya’nın en önemli mobilya üretim merkezlerinden biridir. VHK, üreticiler arasında iş birliğini teşvik eder ve sektörün bölgesel kalkınmasına katkıda bulunur.

<https://www.vhk-herford.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 Mobilya İthalatında Zorunlu Belgeler

Türkiye–AB Gümrük Birliği, sanayi ürünleri ile işlenmiş tarım ürünlerini kapsamaktadır. Mobilya ürünleri de bu kapsama dahildir. Bu çerçevede Türkiye’den Almanya’ya yapılan mobilya 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

Almanya’ya yönelik mobilya ithalatında gerekli belgeler ve prosedürlere ilişkin kapsamlı bilgilere, Avrupa Komisyonu’nun Access2Markets (My Trade Assistant) platformu üzerinden ulaşmak mümkündür. İlgili ürün için tarife kodu, menşe ülkesi (Türkiye) ve varış ülkesi (Almanya) girilerek detaylı inceleme yapılabilir. Arama yapıldıktan sonra sayfanın sol tarafında yer alan “Import Requirements (İthalat Gereklilikleri)” bölümüne gidilerek gerekli belgelere erişim sağlanabilmektedir. Ayrıntılı bilgiye şu bağlantı üzerinden ulaşılabilir: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/home>.

Buna ek olarak, Almanya’ya yapılacak ithalatlarda uygulanacak gümrük prosedürleri ve gümrük vergileri hakkında bilgilere, Almanya Gümrük İdaresi’nin (Zoll) resmi internet sitesi üzerinden erişilebilmektedir. İlgili bilgilere şu bağlantıdan ulaşılabilir: https://www.zoll.de/DE/Home/home_node.html.

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

Türkiye’den Almanya’ya mobilya ihracatında, sevk öncesi inceleme (pre-shipment inspection) genel olarak uygulanan bir yöntem olmakla birlikte, yasal bir zorunluluk bulunmamaktadır. Avrupa Birliği ve Almanya mevzuatları çerçevesinde, mobilya ürünleri için Türkiye çıkışında resmi bir gözetim şirketi tarafından kontrol yapılması şart koşulmamaktadır.

Bununla birlikte, bazı durumlarda alıcı firmaların talebi doğrultusunda sevk öncesi inceleme yapılması gerekebilir. Bu tür incelemeler, tamamen taraflar arasındaki ticari sözleşmeye bağlıdır ve zorunlu mevzuat kapsamında değildir.

4.5 Mobilya Sektöründeki Fuarlar

imm cologne

Köln, Almanya

imm cologne, dünyanın en önemli mobilya fuarlarından biri olup oturma grupları, mutfak, banyo, ofis mobilyaları ve aksesuarlarını kapsar. Her yıl binlerce katılımcı ve ziyaretçiyi ağırlamaktadır.

<https://www.imm-cologne.com>

Heimtextil

Frankfurt am Main, Almanya

Ev ve ticari tekstillerin yanı sıra mobilya kumaşları ve aksesuarlarını kapsayan en büyük uluslararası fuarlardan biridir.

<https://heimtextil.messefrankfurt.com>

Christmasworld

Frankfurt am Main, Almanya

Dekorasyon ve konsept ürünleriyle bağlantılı, mobilya konseptine de yakın bir fuardır.

<https://christmasworld.messefrankfurt.com>

Internationale Handwerksmesse (IHM)

Münih, Almanya

Zanaatkârlık, tasarım ve mobilya üretimi konularında yenilikleri sunan önemli bir fuardır.

<https://www.ihm.de>

ZOW – Zuliefermesse für Möbelindustrie und Innenausbau

Bad Salzuflen, Almanya

Mobilya endüstrisinin tedarik zinciri, bileşenleri ve malzemelerine odaklanan uluslararası bir fuardır.

<https://www.zow.de>

interzum

Köln, Almanya

Mobilya üreticileri ve tedarikçileri için en büyük buluşma noktalarından biridir. Malzemeler, bileşenler ve üretim teknolojileri sergilenmektedir.

<https://www.interzum.com>

spoga+gafa

Köln, Almanya

Dünyanın en büyük bahçe mobilyaları ve outdoor yaşam fuarıdır.

<https://www.spogagafa.com>

TrendSet

Münih, Almanya

Mobilya, dekorasyon ve yaşam tarzı ürünlerinin sergilendiği önemli fuarlardan biridir.

<https://www.trendset.de>

4.6 Sektör firmalarına hitap eden ve gerçekleştirilmesi planlanan ticaret heyetleri

4.7 Mobilya Sektöründe İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile ilgili Bilgiler

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

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

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

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

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

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

4.9 Varsa Tercihli Tarifeden Yararlanmak İçin Gereken Belgeler

Ülkemiz ile AB arasındaki gümrük birliği kararının ve alt düzenlemelerinin ilgili hükümleri gereği; malların Birlik/Türkiye menşeli veya menşeli olmamakla birlikte serbest dolaşımda olduğunu ispat eden A.TR belgesi tevsiki halinde gümrük vergisi tahsilatı karşılıklı olarak söz konusu bulunmamaktadır. Gümrük Birliği kapsamında öngörülen tarife avantajlarından yararlanabilmek için A.TR dolaşım belgesinin sunulması gereklidir. Bu zorunluluk, Avrupa Topluluğu-Türkiye Ortaklık Konseyi'nin 1/95 Sayılı Kararının uygulanmasını düzenleyen ve detaylı hükümler getiren, AT-Türkiye Gümrük İşbirliği Komitesi'nin 26 Eylül 2006 tarihli 1/2006 sayılı kararında belirtilmiştir. Söz konusu karar metnine aşağıdaki internet sitesinden ulaşılması mümkündür.

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

4.10 Sektörde Standartlar

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

DIN (Deutsches Institut für Normung) Almanya'daki ulusal standardizasyon kuruluşudur. Mobilya alanında çok sayıda teknik standart yayınlamıştır.

DIN EN 1335 → Ofis koltukları için boyut, güvenlik ve ergonomi şartları

DIN EN 12520 → Ev tipi oturma mobilyalarının dayanıklılık ve güvenlik gereklilikleri

DIN EN 14749 → Ev ve mutfak dolapları için güvenlik ve dayanıklılık

DIN 68871 → Ahşap mobilyalarda kullanılan bağlantı elemanları için ölçüler ve teknik şartlar

DIN 4102-B1 → Yanmazlık sınıfı (özellikle kamusal alan mobilyalarında aranır)

EN 1021-1 / EN 1021-2 (DIN EN) → Sigara ve kibritle alev alma testleri

DIN EN 717-1 → Ahşap mobilyalarda formaldehit emisyon sınırları

DIN EN ISO 16000 → İç ortam hava kalitesi ölçümleri

4.11 Mobilya Sektöründe Etiketleme

Avrupa Birliği'nde mobilya sektöründe etiketleme uygulamaları, özellikle üretimde kullanılan kimyasal maddelerin güvenliği üzerine yoğunlaşmaktadır. Bu kapsamda, CLP Tüzüğü (Classification, Labelling and Packaging – Regulation (EC) No 1272/2008) çerçevesinde reticilerin ve ithalatçıların, mobilya ürünlerinde kullanılan kimyasal bileşenleri sınıflandırması, uygun şekilde etiketlemesi ve ambalajlaması zorunludur.

Tüzük kapsamında, mobilya üretiminde kullanılan boyalar, yapıştırıcılar, kaplamalar, vernikler ve alev geciktirici maddeler gibi kimyasal içeriklerin; insan sağlığına ve çevreye olan etkilerinin açıkça belirtilmesi gerekmektedir. Etiketlerin kolay okunabilir, görünür, dayanıklı ve AB'nin resmi dillerinden birinde hazırlanmış olması zorunludur.

Bu düzenlemeler, tüketicilerin ürün güvenliği konusunda doğru bilgilendirilmesini sağlamanın yanı sıra, üreticiler için de AB pazarına girişte uyulması gereken temel yasal gereklilikleri ortaya koymaktadır.

https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2008/1272/oj/eng?utm_source

4.12 Mobilya Sektöründe Ambalajlama

Almanya ve Avrupa Birliği'nde mobilya sektöründe ambalajlama süreçleri, çevresel sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm odaklı yasal düzenlemelerle şekillendirilmektedir. 2019 yılından itibaren yürürlükte olan Ambalaj Yasası (Verpackungsgesetz - VerpackG), piyasaya sürülen tüm ambalajların geri dönüştürülebilir olmasını zorunlu kılmaktadır. Bu yasa uyarınca, üretici ve ithalatçı firmalar ambalajlarını Zentrale Stelle Verpackungsregister (LUCID) sistemine kaydetmek ve geri dönüşüm yükümlülüklerini yerine getirmekle sorumludur. Ayrıca, son kullanıcıya yönelik (tüketiciye) ambalajlar için, ambalaj atıklarının toplanması ve geri dönüştürülmesini sağlayan yetkili bir çiftli sisteme (Dual System) katılım ve lisanslama yapılması zorunludur.

Alman Ambalaj Yasasına yönelik uygulamalar Avrupa Birliği'nin 94/62/EC sayılı Ambalaj Mevzuatına uygun bir biçimde kademeli olarak hayata geçirilmiştir. Ambalaj atığının azaltılması, mevcut ambalajların geri dönüştürülebilirliği ve yeniden kullanılabilirliğinin artırılması amacıyla, ambalajlama ile ilgili AB'nin 94/62/EC sayılı Direktifini yürürlükten kaldıran 2025/40 sayılı Tüzük 22.01.2025 tarihli AB Resmi Gazetesi'nde yayımlanmış olup, 11.02.2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Tüzük belirli istisnalar dışında 94/62/EC sayılı direktifi 12.08.2026 tarihinden itibaren yürürlükten kaldırmaktadır. 03.07.2021 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.

Firmalar, piyasaya sürdükleri ambalajların türü ve miktarını düzenli olarak beyan etmeli, sistemlerle tutarlı şekilde raporlama yapmalıdır. Bu yükümlülükler uyulmaması durumunda yüksek idari para cezaları ve piyasaya arz yasağı uygulanabilmektedir.

Ayrıntılı ithalatçı yükümlülükleri, <https://www.verpackungsregister.org/en/knowledge-bases/imports-web-sayfasında-mevcuttur>.

4.13 Lojistik

Almanya'ya mobilya ihracatında lojistik, sektörün rekabet gücünü belirleyen kritik unsurlardan biridir. Mobilya ürünlerinin hacimli, ağır ve kırılabilir yapısı nedeniyle ulaşım güzergahlarının seçimi, ambalajlama ve depolama süreçleri özel önem taşımaktadır.

Mobilya ihracatında en sık kullanılan yöntemler:

Karayolu taşımacılığı: Türkiye–Almanya arasındaki kara yolu güzergâhı, özellikle parsiyel taşımacılıkta (LTL) sıkça tercih edilmektedir.

Denizyolu taşımacılığı: Büyük hacimli ürünlerde konteyner bazlı taşımacılık önemli rol oynamaktadır.

Demiryolu taşımacılığı: Son yıllarda Çin–Avrupa hattında artan tren taşımacılığı, Türkiye’den Almanya’ya yapılan mobilya sevkiyatlarında da alternatif olarak değerlendirilmektedir.

Avrupa Birliği mevzuatları çerçevesinde, taşımacılıkta çevre dostu lojistik çözümler ve karbon emisyonlarının azaltılması ön plandadır. Özellikle Avrupa Yeşil Mutabakatı (European Green Deal) kapsamında lojistik sektöründe karbon salınımını düşürmeye yönelik yaptırımlar bulunmaktadır.

4.14 Dağıtım Kanalları

Almanya mobilya sektöründe dağıtım kanalları, tüketiciye ulaşmada farklı stratejiler ve iş modelleri üzerinden şekillenmektedir. Aşağıda sektörün başlıca dağıtım kanalları, hedef müşteri kitlesi, avantaj ve dezavantajları ile örnek firmalar/platformlar verilmiştir.

Dağıtım Kanalı	Hedef Müşteri Kitlesi	Avantajlar	Dezavantajlar	Örnek Firmalar / Platformlar	Web Adresi
Perakende Satış (Store)	Genel tüketim	Marka kontrolü, yüksek kar marjı	Pazarlama maliyetleri yüksek	Hülsta, Rolf Benz, Vitra	https://www.huelsta.com https://www.rolf-benz.com
Mağaza/Zincir Mağaza (Retailer or Showroom)	Geniş kitle	Fiziksel deneyim, hızlı teslim	Yüksek mağaza işletme maliyeti	IKEA, Roller, Hoffner, XXXLutz	https://www.ikea.com/de https://www.xxxlutz.de
E-Ticaret / Online Pazar Yerleri	Online alışveriş yapan tüketiciler	Geniş erişim, düşük giriş maliyeti	Yüksek rekabet	Amazon.de, Otto.de, Home24, Wayfair.de, Westwing	https://www.amazon.de https://www.home24.de

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

E-ticaret mobilya pazarı, dijital kanallar aracılığıyla mobilya, ev dekorasyonu ve yaşam alanı ürünlerinin satışına odaklanan bir çevrimiçi perakende alanıdır.

Mobilya e-ticaret pazarı, tüketicilere rekabetçi fiyatlarla geniş bir ürün yelpazesi, kişisel tercihlere uygun tasarım seçenekleri ve teslimat kolaylığı sunmaktadır. Buna ek olarak, markalar ve

perakendeciler farklı coğrafi ve demografik bölgelerdeki müşterilere ulaşarak müşteri tabanlarını ve satış potansiyellerini önemli ölçüde artırmışlardır.

E-ticaret mobilya pazarı, çevrimiçi alışverişin artan popülaritesi, doğrudan tüketiciye yönelik satış kanallarının gelişmesi ve evde geçirilen sürenin artmasıyla birlikte son yıllarda hızla büyümüştür. Özellikle COVID-19 sonrası dönemde ev ortamına yapılan yatırımların artması ve sürdürülebilir ürünlere olan ilginin yükselmesi, çevrimiçi mobilya satışlarının büyümesini desteklemiştir.

Başarılı e-ticaret mobilya platformlarına örnek olarak Almanya merkezli Home24, Otto.de, Wayfair.de, Westwing ve Amazon.de verilebilir. Bu platformlar, hem kullanıcı dostu arayüzleri hem de geniş ürün çeşitliliğiyle öne çıkmaktadır. Ayrıca üreticilere, ürünlerini doğrudan son kullanıcıya ulaştırma ve markalaşma sürecini hızlandırma imkânı sunmaktadırlar.

Pazardaki başlıca e-ticaret şirketleri arasında Home24, Otto, Wayfair, Amazon ve Westwing yer almaktadır.

4.15.1 Ülkedeki Pazaryerleri

Alman tüketicilerin daha geniş bir ürün yelpazesi sunması, konforu ve nispeten daha uygun fiyat seçenekleri nedeniyle çevrimiçi pazar yerlerine olan taleplerinde önemli bir artış yaşanmıştır. Çevrimiçi perakendecilerden amazon.de, otto.de, home24.de, wayfair.de, westwing.de, xxxlutz.de, hofmeister.de, ikea Almanya’da mobilya ve ev dekorasyonu alışverişinde en çok tercih edilen platformlar arasındadır.

4.15.2 Özel Günler ve Bayramlar

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

Platform	Kullanım Amacı	Özellikler / Avantajlar	Örnek Kullanıcılar
Instagram	Ürün görselleri, trend tanıtımı, influencer iş birlikleri	Görsel odaklı, yüksek etkileşim, reklam hedefleme güçlü	IKEA, Home24, Westwing
Facebook	Kampanya duyuruları, etkinlik hizmetleri	Geniş kitleye erişim imkanı	Roller Möbel, Segmüller

Pinterest	İlham panoları, dekorasyon fikirleri	Mobilya & dekorasyon ilhamı arayan kullanıcı yoğunluğu	Höffner, Wayfair
YouTube	Ürün tanıtım videoları, montaj rehberleri	Video ile detaylı anlatım,	IKEA DE, Poco Möbel

4.15.4 E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Avrupa Birliği tarafından, üye olmayan ülkelere, 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, çözünür kahve ve kahve içeren ürünler için tüketim vergisi (VSt) tahsilatı ve ödemesi satış değerinden bağımsız olarak tahsil edilmektedir.

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

4.15.5 E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

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

- Haksız Rekabete Karşı Yasa (Gesetz Gegen Den Unlauteren Wettbewerb- UWG),
- Fiyat Teklifi Genelgesi (Preisangabenverordnung- PrAngV),
- Telemedya Yasası (Telemediengesetz- TMG),
- Gizlilik Yasası (Bundesdatenschutzgesetz- BDSG),
- Paketleme Yasası (Verpackungsgesetz- VerpackV),
- 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’da e-ticaret alanında faaliyet gösteren firmalar için lojistik hizmetleri, depolama, paketleme, sipariş hazırlama (fulfillment) ve uluslararası taşımacılık aşamalarını kapsamaktadır. Mobilya ürünlerinin hacimli ve montaj gerektiren yapısı nedeniyle, özel taşıma ve dağıtım çözümleri sağlayan firmalar tercih edilmektedir.

1. Büyük Uluslararası Lojistik Firmaları (Fulfillment + Dağıtım)

DHL eCommerce / DHL Paket → <https://www.dhl.de>

Almanya’nın en yaygın lojistik ağına sahip firmadır.

UPS → <https://www.ups.com>

Küresel ölçekte hızlı teslimat ve gümrük yönetimi çözümleriyle öne çıkar. Mobilya ihracatında ekspres taşıma ve iade yönetiminde sık tercih edilmektedir.

FedEx → <https://www.fedex.com>

Özellikle yüksek hacimli ürünlerin hava kargo taşımacılığında etkilidir.

GLS → <https://gls-group.com>

Orta ve büyük ölçekli e-ticaret firmalarına yönelik depolama ve kara taşımacılığı çözümleri sunar. Almanya içi teslimatlarda güvenilir bir seçenektir.

DPD → <https://www.dpd.com>

Avrupa genelinde yaygın dağıtım ağıyla tanınır.

2. E-Ticaret Odaklı Fulfillment Hizmeti Sunan Firmalar

Amazon FBA (Fulfillment by Amazon) → <https://sell.amazon.de>

Amazon.de platformunda satış yapan firmalara depolama, sipariş hazırlama ve teslimat hizmeti sunar.

Zalando Fulfillment Solutions (ZFS) → <https://zfs.zalando.com>

Zalando'nun kendi ağı üzerinden e-ticaret yapan markalara lojistik destek sunar.

Mobilya sektöründe e-ticaret yapan firmalar, ürünlerin taşınma maliyetleri ve iade süreçleri dikkate alındığında, yerel fulfillment merkezleri ile çalışarak maliyetlerini düşürebilmekte ve teslimat sürelerini kısaltabilmektedir.

4.16 Tanıtım ve Pazarlama

Almanya'da mobilya sektöründe tanıtım ve pazarlama stratejileri, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve tasarım odaklılık üzerine kuruludur. Markalar, çevreye duyarlı üretim süreçlerini, yerel malzeme kullanımını ve modüler tasarımları vurgulayarak tüketici ilgisini artırmaktadır.

Dijital pazarlama kanalları sektör genelinde yaygın olarak kullanılmaktadır.

Influencer iş birlikleri, özellikle Instagram, Pinterest ve YouTube gibi görsel ağırlıklı platformlarda önem kazanmıştır. Markalar, bu kanallarda dekorasyon temalı içeriklerle hedef kitlelerine ulaşmaktadır.

Almanya, mobilya fuarları açısından oldukça güçlü bir ülkedir. Imm cologne gibi uluslararası fuarlar, markaların bilinirliğini artırma ve yeni iş bağlantıları kurma açısından öne çıkmaktadır.

Satış sonrası hizmet, montaj ve garanti süreçlerinin sorunsuz yürütülmesi, Alman tüketicileri açısından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle firmaların yerel dağıtım ve servis ağları kurmaları rekabet avantajı sağlamaktadır.

4.17 Mobilya Sektöründe Tüketici / Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Tüketici fiyat endeksi: Almanya, yıllar, Bireysel tüketimin kullanım amaçlarının sınıflandırılması (COICOP 2-/3-/4-/5-/10-basamaklı/özel pozisyonlar)	
Almanya için tüketici fiyat endeksi	
Almanya	
Tüketici fiyat endeksi (2020=100)	
	Bireysel tüketim amaçları, 5 basamaklı
	CC13-05111 Ev mobilyaları
2020	100,0
2021	103,7
2022	112,6
2023	120,6
2024	120,7

© Statistisches Bundesamt (Destatis), 2025 | Stand: 24.07.2025 / 11:22:34

Almanya’da bu veriler tüketici fiyat endeksindeki artışın kalite ve sürdürülebilirlik odaklı tüketici eğilimlerini desteklemekte olup, son yıllarda dijitalleşme ve kişiselleştirilmiş tasarım eğilimleri doğrultusunda önemli ölçüde değişim göstermektedir.

Mobilya alıcıları artık yalnızca estetik değil, aynı zamanda üretim yeri, kullanılan malzemenin çevresel etkisi ve etik üretim koşulları gibi kriterleri de dikkate almaktadır. Geri dönüştürülmüş

malzemelerden üretilen, enerji verimliliği yüksek üretim süreçlerine sahip markalar, tüketici nezdinde daha fazla tercih edilmektedir.

Son dönemlerde “daha az ama daha kaliteli” ürün anlayışı öne çıkmakta; uzun ömürlü, sade tasarımlı ve fonksiyonel mobilyalara yönelim artmaktadır. Özellikle genç kuşak, modüler, kişiselleştirilebilir ve çok amaçlı ürünlere ilgi göstermektedir.

Ayrıca iç mekân tasarımında doğal tonlar, ahşap yüzeyler, sade İskandinav tarzı ve minimalist çizgiler ön plana çıkmaktadır. Bu eğilimler, hem çevre dostu yaşam tarzına hem de sürdürülebilir tüketim alışkanlıklarına paralel bir şekilde gelişmektedir.

4.18 Mobilya Sektöründe Vergiler

Almanya’da mobilya sektöründe faaliyet gösteren firmalar ile mobilya ürünleri ithalatı ve satışı yapan şirketler, çeşitli vergi ve mali yükümlülüklerle tabidir. Bunların başında Katma Değer Vergisi (Mehrwertsteuer) gelir. Almanya’da mobilya 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 mobilya ürünleri, AB-Türkiye Gümrük Birliği kapsamında gümrük vergisinden muaftır.

Almanya’da mobilya ürünlerine yönelik ayrı bir özel tüketim vergisi (ÖTV) bulunmamaktadır.

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

4.19 Mobilya Sektörüne Yönelik Genel Tarife Dışı Engeller

Almanya’ya mobilya ihracatında, gümrük vergileri dışında çeşitli ürün güvenliği, çevre ve kimyasal madde kullanımına ilişkin tarife dışı düzenlemeler bulunmaktadır. AB’nin ürün güvenliği mevzuatları uyarınca, Avrupa pazarına sunulan mobilya ürünlerinin CE işareti, REACH Tüzüğü (EC No. 1907/2006) ve EUTR (European Timber Regulation) gibi düzenlemelere uygun olması gerekmektedir. Bu kapsamda, ahşap ve mobilya ürünlerinde kullanılan boyalar, cilalar ve yapıştırıcıların zararlı kimyasal madde içermemesi zorunludur.

Ayrıca ürünlerin Almanca güvenlik ve montaj talimatlarıyla birlikte sunulması, tüketici güvenliği açısından yasal bir zorunluluktur. Bu gereklilik, özellikle mobilya montajı veya elektrikli bileşenler içeren ürünlerde daha sıkı denetlenmektedir.

Bu düzenlemelere uyum, Türk mobilya ihracatçıları açısından hem maliyet hem de süreç açısından dikkatle yönetilmesi gereken unsurlar arasında yer almaktadır.

5. Mobilya Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Almanya'nın AB'nin en büyük pazarı olması, mobilya ihracatçıları açısından geniş pazar potansiyeli ve ürün çeşitliliği sunmaktadır.

Almanya, Türkiye'nin en fazla mobilya ihracatı yaptığı ülkelerden biridir. Almanya'da iç talebin önemli bir kısmı ithalatla karşılanmakta olup, bu durum Türk mobilya firmaları için güçlü bir fırsat oluşturmaktadır.

Enerji ve iş gücü maliyetlerinin Almanya'da yüksek seyretmesi, rekabetçi fiyatlara sahip Türk üreticilerine avantaj sağlamaktadır. Ayrıca Türkiye'nin Avrupa'ya coğrafi yakınlığı ve güçlü lojistik altyapısı, hızlı teslimat ve tedarik sürelerini kısaltarak ihracatın rekabet gücünü artırmaktadır.

Alman tüketicilerinin sürdürülebilir, çevre dostu ve uzun ömürlü mobilyalara olan ilgisi, bu alanlarda üretim yapan Türk firmaları için pazara giriş fırsatlarını genişletmektedir. Özellikle geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilen modüler ve kişiselleştirilebilir ürünler Almanya pazarında artan talep görmektedir.

Ayrıca Almanya'da yaygın olan perakende zincirleri, toptancılar, temsilcilikler ve online satış platformları (örneğin Otto, Home24) Türk firmalarının pazara erişimini kolaylaştırmaktadır.

6. Mobilya Sektöründe İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler

Yoğun rekabet koşulları nedeniyle Almanya, mobilya ihracatçıları açısından zorlu ancak stratejik öneme sahip bir pazardır. Farklı tüketici eğilimleri ve değişken pazar koşulları, firmalar açısından sürdürülebilir bir yer edinmeyi güçleştirebilmektedir.

Almanya'da faaliyet gösteren yerli mobilya üreticilerinin üretim teknolojisi, tasarım kapasitesi ve kalite standartlarının yüksek olması, rekabetin yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Almanya'da üretilen mobilyaların "Made in Germany" etiketiyle yüksek kalite algısına sahip olması, tüketicilerin yerli üretimi tercih etmesine yol açabilmektedir.

Ayrıca, düşük maliyetli üretim yapan Asya merkezli tedarikçilerin fiyat rekabeti, Türk mobilya ihracatçıları açısından önemli bir tehdit oluşturmaktadır. Bu durum özellikle düşük ve orta fiyat segmentindeki ürünlerde kâr marjlarını daraltmaktadır.

Almanya pazarında başarılı olabilmek için firmaların Almanca iletişim kurabilmeleri, ürün ve koleksiyonlarını alıcılara hızlı ve etkili biçimde tanıtabilecekleri showroom veya temsilcilik altyapısı oluşturmaları büyük önem taşımaktadır. Aksi takdirde, pazarda marka bilinirliği yaratmak ve müşteriyle sürekli temas sağlamak güçleşmektedir.

Alman tüketicilerin kalite, sürdürülebilirlik ve sertifikasyon konularındaki yüksek beklentileri, üreticilerden çevre dostu, belgelenebilir ve şeffaf üretim süreçleri talep edilmesine yol açmaktadır. AB mevzuatında sürdürülebilirlik, izlenebilirlik ve ürün güvenliği konularında yapılan düzenlemeler, ihracatçı firmalarımızın bu alanlarda ek uyum maliyetleriyle karşılaşmasına neden olmaktadır.

Bu nedenlerle, Almanya mobilya pazarı sunduğu fırsatların yanı sıra, belirli risk ve tehditleri de beraberinde getirmektedir.

7. Mobilya Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Almanya mobilya pazarına ihracat yapmak isteyen firmalarımız için, pazarın dinamikleri ve tüketici eğilimleri dikkate alınarak aşağıdaki stratejik adımların benimsenmesi önem arz etmektedir:

Pazar Araştırması ve Konumlandırma: Almanya'daki tüketici eğilimleri, fiyat segmentleri ve tasarım tercihleri detaylı biçimde analiz edilmelidir. Özellikle çevre dostu, modüler ve sade tasarımlı ürünler, pazarın talep ettiği kategoriler arasında yer almaktadır.

Sürdürülebilir Üretim ve Belgelendirme: REACH, EUTR ve CE gibi AB standartlarına uygun üretim yapmak; çevreye duyarlı, enerji verimliliği yüksek üretim süreçleriyle belgelenebilir sürdürülebilirlik göstermek, marka güvenilirliğini artırmaktadır.

Yerel Temsilcilik ve Showroom Açılımları: Almanya'da kalıcı satış noktaları, showroomlar veya yerel distribütörlerle iş birliği, markaların bilinirliğini ve güvenilirliğini güçlendirmektedir. Stuttgart, Köln, Berlin, Hamburg, Münih ve Düsseldorf gibi şehirler bu konuda öne çıkmaktadır.

Dijitalleşme ve E-Ticaretin Kullanımı: Amazon, Otto, Home24 gibi platformlar üzerinden satış yapmak; sanal showroom ve 3D ürün tanıtımlarıyla dijital görünürlüğü artırmak, tüketici erişimini genişletmektedir.

Ticaret Fuarlarına Katılım: Almanya'da düzenlenen imm cologne ve Interzum gibi uluslararası fuarlara düzenli katılım, iş bağlantılarını güçlendirmek ve pazar trendlerini takip etmek açısından büyük önem taşımaktadır.

Markalaşma ve Tanıtım: Almanya'da tüketici güveni yüksek markalar öne çıkmaktadır. Türk mobilya firmalarının Avrupa pazarı için özel marka kimliği ve koleksiyon stratejileri geliştirmesi ihracat performansını artırabilmektedir.

8. Belirtilmesinde Fayda Görülen Diğer Hususlar

Almanya pazarı, yüksek kalite standartları ve çevre dostu üretim kriterleri nedeniyle, Türk mobilya firmalarına uzun vadeli marka konumlandırması açısından güçlü bir zemin sunmaktadır. Bu nedenle firmalarımızın kısa vadeli satış yerine kalıcı pazar varlığı hedeflemesi önemlidir.

Alman tüketiciler, satış sonrası hizmete büyük önem vermektedir. Garanti süresi, montaj desteği ve servis kalitesi, müşteri sadakati üzerinde belirleyici unsurlardır.

Almanya'daki mobilya perakende yapısı hızla dijitalleşmektedir. Özellikle e-ticaretin ve çevrim içi pazaryerlerinin büyümesi, Türk üreticilerinin doğrudan tüketiciye ulaşabilmesini kolaylaştırmaktadır.

AB mevzuatı ve çevre politikalarındaki değişiklikler (örneğin karbon ayak izi raporlaması, geri dönüşüm oranları) yakından takip edilmelidir. Bu alanda erken uyum sağlayan firmalar, pazarda rekabet avantajı elde edecektir.

Almanya'da faaliyet gösteren Türk girişimcileri, distribütörlük veya temsilcilik faaliyetlerinde köprü rolü üstlenebilecek potansiyele sahiptir. Bu bağlantıların etkin kullanımı ihracat sürecini hızlandırabilmektedir.

Yerel tasarımcılarla iş birlikleri ve Almanya'daki iç mimarlık firmalarıyla ortak projeler geliştirilmesi, Türk mobilyalarının Avrupa pazarında algısını güçlendirmeye katkı sağlayacaktır.

9. Genel Değerlendirme

Türkiye, mobilya sektöründe Almanya pazarı için stratejik bir tedarikçi konumundadır. Yürürlükteki Gümrük Birliği Anlaşması, Türk menşeli mobilya ürünlerinin gümrük vergisine tabi olmaksızın Almanya'ya ihracatına imkân sağlamakta ve Türk firmalarına üçüncü ülkelere kıyasla önemli bir rekabet avantajı sunmaktadır.

Türkiye, güçlü üretim kapasitesi, tasarım kabiliyeti ve rekabetçi fiyat politikası sayesinde Almanya'daki pazar payını artırabilecek konumdadır. Bunun için firmalarımızın Almanya'daki tüketici eğilimlerini yakından takip etmeleri; ürünlerinde kalite, fonksiyonellik ve sürdürülebilirlik kriterlerine uyum sağlamaları büyük önem taşımaktadır.

Ayrıca üreticilerimizin çevresel ve sosyal sorumluluk standartlarına, AB teknik mevzuatına ve dijital ticaret kanallarına uyum sağlamaları, Almanya pazarında kalıcı bir yer edinmelerine katkı sağlayacaktır.

10. Yararlı Adresler

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

11. Kaynakça

https://www.destatis.de/DE/Home/_inhalt.html

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

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

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

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

<https://www.moebelindustrie.de>

<https://www.hwb.online>

<https://www.amoe.de>

<https://www.moebelindustrie.de>

<https://www.bvdm-online.de>

<https://www.din.de>

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

<https://ec.europa.eu/clima/eu-action/european-green-deal>

<https://www.zoll.de>

https://commission.europa.eu/index_en