

“PESTEL Analizi” ile Türkiye-Almanya Ekonomik İlişkilerinin İncelenmesi

Hasan AKÇA¹, Levent ŞAHİN², Zekayi KAYA³

Geliş Tarihi	29.02.2016	Kabul Tarihi	13.04.2016
--------------	------------	--------------	------------

Öz

Bu çalışmanın amacı; Türkiye ve Almanya arasındaki ekonomik ilişkileri PESTEL Analizi ile irdelemektir. Çalışmada ikincil veriler (1924-2015) kullanılmıştır. PESTEL Analizinden elde edilen bazı sonuçlar şu şekilde özetlenebilir. Almanya bir taraftan gelecekte enerji darboğazı çekmemek için enerji koridorunda bulunan Türkiye ile ilişkileri olumlu yönde tutmaya çalışırken; diğer yandan Türkiye'nin AB'ye üyeliğine mesafeli durmaktadır. 1954-2015/Ağustos döneminde Türkiye'ye yatırım yapan toplam 45270 yabancı firmanın %13,96'sı Almanya'ya aittir. Türkiye'ye yatırım yapan Alman firma sayısı son altı yılda %60 civarında artmıştır. Ocak-Ağustos 2015 döneminde Türkiye'ye yapılan 8953 milyon ABD doları yabancı yatırımın 220 milyon ABD doları Almanya tarafından gerçekleştirilmiştir. Alman turistlerin %15-20'sinin turizm destinasyonu olarak Türkiye'yi tercih etmesi iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişimine katkı sağlamaktadır. 1960'lı yıllarda Türkiye'den Almanya'ya işçi olarak giden Türklerin Almanya'da kurdukları KOBİ'ler Türkiye-Almanya ticari ilişkilerinin gelişmesinde katalizör görevi yapmaktadır. Türkiye 100. kuruluş yıl dönümü olan 2023 yılına kadar ihracatını 500 milyar ABD dolara, toplam ticaret hacmini ise 1 trilyon ABD dolara çıkarmayı hedefliyorsa Almanya'nın dışında yeni pazarlara gereksinim vardır.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Almanya, Ekonomi, PESTEL Analizi

¹ Çankırı Karatekin Üniversitesi, İİBF, Çankırı-Türkiye, e-posta: hasanakca@karatekin.edu.tr

² Çankırı Karatekin Üniversitesi, İİBF, Çankırı-Türkiye, e-posta: leventshahin@karatekin.edu.tr

³ Çankırı Karatekin Üniversitesi, İİBF, Çankırı-Türkiye, e-posta: zkaya@karatekin.edu.tr

Investigation of Turkey-Germany Economic Relations Using “PESTEL Analysis”

Hasan AKÇA, Levent ŞAHİN, Zekayi KAYA

Received

29.02.2016

Accepted

13.04.2016

Abstract

The aim of this study is to investigate Turkey-Germany economic relations using PESTEL Analysis. Secondary data (1924-2015) were used in the study. Some results derived from PESTEL analysis can be summarized as follows. On the one hand, Germany tries to keep positive relations with Turkey situated on the energy corridor in order to avoid an energy bottleneck in the future; on the other hand, she remains distance to membership of Turkey's to the EU. The number of foreign companies investing in Turkey is totally 45 270 in the period of 1954-2013/August, of 13,96% owned by Germany. Number of German companies investing to Turkey has increased about 60% in the last six years. Totally 8953 million US dollar foreign investment was achieved in Turkey in the period of January-August 2015. Of 220 million US dollar belong to Germany. Preferring of Turkey as tourism destination by 15-20% German tourists has contributed to development of economic relations among two countries. SMEs established by Turkish who went to Germany as labour in 1960s have acted as catalyst in the development of commercial relations between Turkey and Germany. In order to reach the aim of 500 billion US dollar exports and 1 trillion US dollar trade volume until the year 2023 which is 100th anniversary of establishment Turkish Republic, there is a need to find alternative markets outside of Germany.

Keywords: Turkey, Germany, Economy, PESTEL Analysis

Giriş

Dünyada, sınır komşusu olmadan çok güçlü ekonomik ve ticari bağlara sahip ender ilişkilerden biri Türkiye-Almanya arasında bulunmaktadır (TDV, 2013). Türkiye, 18. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Almanya ile siyasi, askeri, sosyo-kültürel ve ekonomik alanlarda sürekli işbirliği halindedir. Özellikle, Prusya Krallığı ve Osmanlı İmparatorluğu arasında 1790'da imzalanan barış ve dostluk anlaşması ile Türkiye-Almanya arasında siyasi ilişkiler başlamış ve II. Abdülhamit döneminde askeri işbirliğine gidilmiştir (Anıl, 2010). Osmanlı İmparatorluğu'nun Doğu Avrupa ve Ortadoğu ülkeleri ile olan ticari ilişkileri 19. yüzyılda gerileme gösterirken; 1880'lerden itibaren Almanya ile olan iktisadi ilişkiler hız kazanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu Almanya'dan sağladığı finansman ile Anadolu-Bağdat demiryolu yapımına başlamıştır. Birinci Dünya Savaşı sırasında Osmanlı İmparatorluğu'nun İngiltere ve Fransa ile olan iktisadi ilişkileri kesintiye uğramasına rağmen, Almanya ile giderek gelişmiştir (Özgen, 2000). İkinci Dünya Savaşı'nın bitimine doğru Türkiye'nin Almanya'ya savaş açması iki ülke arasında kısa bir süre diplomatik sorun oluşturmasına rağmen, siyasi ilişkiler karşılıklı güvene dayalı, barışçıl ve istikrarlı bir şekilde devam etmiştir (Anıl, 2010).

Literatürde Türkiye-Almanya ekonomik ilişkilerini analiz eden bilimsel çalışmaların yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Yapılan çalışmaların büyük bir kısmının sadece rakamsal verileri kapsaması ve herhangi bir analiz içermemesi bir eksikliklerdir. İşte bu nedenle, çalışmanın amacı; Türkiye ve Almanya arasındaki ekonomik ve ticari ilişkileri merkeze alarak mevcut durumu, beklentileri, sorunları ve bunlara ait çözüm önerilerini sunmaktır.

Materyal ve Yöntem

Çalışmada, TÜİK, T.C. Ekonomi Bakanlığı, T.C. Dış İşleri Bakanlığı'nın yayınlamış olduğu istatistiksel veriler, ticaret ve sanayi odası raporları, bilimsel yayınlar gibi ikincil veriler (1924-2015) kullanılmıştır. Analiz yaparken "PESTEL Analiz" tekniğinden yararlanılmıştır.

PESTEL İngilizce Political (Politik), Economical (Ekonomik), Social (Sosyal), Technological (Teknolojik), Environmental (Çevresel), Legal (Hukuksal) kelimelerinin baş harflerinden oluşmaktadır (JISC InfoNet, 2012).

Türkiye ve Almanya Ekonomileri Hakkında Özet Bilgi

G-20 üyesi olan Türkiye 351 milyar ABD doları dış ticaret hacmi ile dünyanın 16., Avrupa'nın ise 6. büyük ekonomisi konumundadır (Tablo 1). Küresel malî kriz sonucu birçok ülke ekonomisinin daraldığı 2010 ve 2011

yıllarında Türkiye sırasıyla %9,2 ve %8,5 büyüme hızını yakalamıştır. Türkiye, Çin Halk Cumhuriyeti'nin ardından dünyanın en hızlı büyüyen ikinci büyük ekonomisi olmuş ve 2002-2011 döneminde Türkiye ortalama %6 büyümüştür (MFA, 2013). Almanya yaklaşık 3 868 milyar ABD dolarlık GSMH ile Avrupa'nın lider, dünyanın ise beşinci büyük ekonomisidir. Dış ticareti sürekli fazla veren Almanya dünyanın ikinci büyük ihracatçı ülkesidir (URL1).

Türkiye-Almanya Arasındaki Dış Ticaret

Türkiye'nin dış ticaretinde Almanya'nın önemi büyüktür. Örneğin, 2015 yılı verilerine göre Almanya Türkiye'nin ihracatında birinci (13,42 milyar dolar), ithalatında ikinci (21,35 milyar dolar) sıradadır (Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye'nin En Çok İhracat ve İthalat Yaptığı 20 Ülke (2015)

Ülkeler	İhracat (milyon \$)	Ülkeler	İthalat (milyon \$)
Almanya	13 421	Çin	24 864
İngiltere	10 561	Almanya	21 352
Irak	8 555	Rusya Federasyonu	20 400
İtalya	6 889	ABD	11 128
ABD	6 397	İtalya	10 609
Fransa	5 847	Fransa	7 584
İsviçre	5 676	Güney Kore	7 057
İspanya	4 744	İran	6 096
BAE	4 681	Hindistan	5 613
İran	3 665	İspanya	5 589
Rusya Federasyonu	3 591	İngiltere	5 541
Suudi Arabistan	3 473	Ukrayna	3 448
Hollanda	3 156	Belçika	3 147
Mısır	3 126	Japonya	3 140
Romanya	2 816	Polonya	2 978
İsrail	2 698	Hollanda	2 915
Belçika	2 558	Romanya	2 600
Çin	2 415	İsviçre	2 446
Polonya	2 329	Bulgaristan	2 254
Azerbaycan	1 899	Suudi Arabistan	2 117
Diğerleri	45 385	Diğerleri	56 321
Toplam	143 882	Toplam	207 199

Kaynak: URL2.

Türkiye ile Almanya arasında 1924-1932 yılları arasında gerçekleşen dış ticaret incelenirse ilk iki yıl dengenin Türkiye lehine, 1926 yılından itibaren ibrenin açık ara Almanya'nın lehine döndüğü anlaşılmaktadır (Tablo 2).

Tablo 2: Türkiye'nin İlk Yıllarında Türkiye-Almanya Dış Ticareti

Yıllar	İhracat (milyon TL)	İthalat (milyon TL)	Denge (milyon TL)
1924	20,551	19,114	1,437
1925	27,701	27,452	0,249
1926	23,574	32,341	-8,767
1927	14,708	30,005	-15,297
1928	22,151	31,688	-9,537
1929	20,582	39,172	-18,590
1930	19,838	27,380	-7,542
1931	13,649	27,049	-13,400
1932	13,722	19,983	-6,261

Kaynak: Koçak (1991), Özgiray (1998)

Almanya ve Türkiye arasında yapılan kliring ve benzeri ikili ticari anlaşmalar ve dış ticaret örgütleri aracılığıyla Almanya Türkiye'nin dış ticaretini kontrol altına almıştır. Almanya Türkiye'nin ihracat mallarını dünya fiyatlarının üzerinde bir fiyattan satın alarak kliring hesabının açık vermesine; bundan dolayı Türkiye'nin kendisinden daha fazla mal satın almasına ve mallarını Türkiye'ye yüksek fiyattan satmasına neden olmuştur (Şahin, 2014: 59). İkili anlaşmalar sayesinde 1930'lu yıllardan itibaren Almanya'nın Türkiye üzerinde ekonomik gücü artmıştır. Örneğin 1936 yılında Türkiye ihracatının %49,5'ini Almanya'ya yaparken, ithalatının %46'sını bu ülkeden sağlıyordu (Özgiray, 1998: 17). Cumhuriyetin ilk yıllarında Almanya, Türkiye'deki pazarları kontrol ederek kendi mallarını ihracat etmek için çeşitli politikalar uyguluyordu. Türkiye'ye satılan malların fiyatları incelendiği zaman durum Alman firmalarının zararına idi. Fakat bu zararı gidermek için Alman resmi makamları Türkiye'de iş bağlantısı yapacak firmalara zararlarını kapatmak ve yatırım yapmalarını teşvik için mali destek vermiştir (Özgiray, 1998: 10). Son yıllarda Merkezi ve Doğu Avrupa Ülkelerine yönelik vergi ve kotaları kaldırılması sonucu Alman firmaları üretim ve ithalatlarını bu ülkelere doğru yönlendirmiştir (Maç, 2008). Bu durum Türkiye'nin ihracatında Almanya'nın payının azalmasına neden olmuştur (Tablo 3).

Türkiye Almanya'ya 1970'li yıllarda ağırlıklı olarak tarımsal ürünler ihracat ederken 1983 sonrası sanayi ürünleri ön plana çıkmaya başlamıştır. Türkiye'nin Almanya'ya yaptığı ihracata konu olan ürünler makine aksamaları, motorlu kara taşıtları, elektrikli cihazlar, tekstil ürünleri, demir-çelik ve kauçuktan yapılan eşyalar, meyve-sebze ve alüminyum eşyalardan oluşmaktadır. Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği malların yarısından fazlasını nükleer reaktörler, motorlu kara taşıtları, elektrikli makineler ve aksamaları ile plastikten mamul eşyalar oluşturmaktadır. Almanya'dan ithal

edilen diğer ürünler arasında demir-çelik, eczacılık ürünleri, tıbbi cihazlar, kâğıt-karton eşya ve organik kimyasallar yer almaktadır.

Tablo 3: Türkiye-Almanya Arasında Dış Ticaret (İhracat, İthalat)

Yıllar	İhracat (milyon \$)	Türkiye'nin İhracatında Payı (%)	İthalat (milyon \$)	Türkiye'nin İthalatında Payı (%)	Dış Ticaret (milyon \$)	Denge (milyon \$)
2005	9 455	12,9	13 634	11,7	23 089	-4 179
2006	9 686	11,3	14 768	10,6	24 454	-5 082
2007	11 993	11,2	17 540	10,3	29 533	-5 547
2008	12 952	9,8	18 687	9,3	31 639	-5 735
2009	9 793	9,6	14 097	10,0	23 890	-4 304
2010	11 479	10,1	17 549	9,5	29 028	-6 070
2011	13 951	10,3	22 986	9,5	36 937	-9 035
2012	13 124	8,6	21 401	9,0	34 525	-8 277
2013	13 702	9,0	24 182	9,6	37 884	-10 480
2014	15 147	9,6	22 369	9,2	37 516	-7 222
2015	13 421	9,3	21 352	10,3	34 773	-7 931

Kaynak: URL2

Uygulanan ekonomik reformlar ve Orta Doğu, Afrika, Uzakdoğu ve Latin Amerika'ya yönelik bölgesel ticareti geliştirme stratejileri sayesinde Türkiye'nin dış ticaret hacmi, yapısı ve yönelimi değişmiştir. 2012 yılında Türkiye 200'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmiş ve ticaret hacmi 390 milyar ABD dolara yaklaşmış, ihracat ise rekor bir düzeye erişerek 152,6 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşunun yüzüncü yılı olan 2023 yılı için ana hedef ihracatı 500 milyar ABD dolara, toplam ticaret hacmini ise 1 trilyon ABD dolara çıkarmaktır (MFA, 2013).

Alman Firmalarının Türkiye'deki Yatırımları

Alman şirketlerinin Türkiye'ye ilgisinin 150 yıllık geçmişi vardır. İnşaat, enerji ve finans alanında faaliyet gösteren bazı Alman firmaları (Siemens, Deutsche Bank) Osmanlı İmparatorluğu'nun yürüttüğü Bağdat Demiryolu ve Galata Köprüsü inşaatı projelerinde aktif görev almıştır. Türkiye'ye gelen Alman şirketlerinin ikinci dalgasını kimya ve otomotiv sektöründe faaliyet gösteren kuruluşlar (Bayer, BASF, Mannesmann, Mercedes, MAN) oluşturmaktadır. Bu firmalar geleneksel tedarikçilerini Türkiye'de üretim yapmaya ikna etmiş ve bu şekilde ilk orta ve küçük ölçekli Alman şirketleri de Türkiye'ye gelmeye başlamıştır. Ayrıca dayanıklı tüketim maddeleri üreten Alman firmaları (Bosch-Siemens) Türkiye'de ortaklıklar oluşturarak Türkiye ihracatına katkı sağlamıştır. Yine, 2004 yılında STEAG firmasının 1,5 milyar avroluk yatırım ile Türkiye'nin en büyük termik santrali Adana-Yumurtalık'ta açılmıştır (Dericioğlu, 2011: 57; TDV: 2013).

“PESTEL Analizi” ile Türkiye-Almanya İlişkilerinin İncelenmesi

Türkiye-Almanya ekonomik ilişkileri “PESTEL Analizi” ile incelenirken resmi kurumların istatistik verileri, bilimsel çalışma sonuçları ve yazarların iki ülke ekonomisi hakkındaki görüşleri dikkate alınmıştır (Tablo 4).

Tablo 4: Türkiye-Almanya Ekonomik İlişkilerinin PESTEL Analizi

Politik	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye, İngiltere ve ABD'nin bazı konularda uluslararası ilişkilerde beraber hareket etmesi nedeniyle AB'de ekonomik etkinliğe sahip olan Almanya-Fransa bloğunun Türkiye'nin AB'ye üyelik sürecine sıcak bakmaması• Almanya'nın enerji koridorunda yer alan Türkiye ile ilişkilerini geliştirmek isteği• Uluslararası baskı gruplarının dış ticarete etkili olması
Ekonomik	<ul style="list-style-type: none">• Almanya'nın yenilikçi ekonomiye sahip olması• Almanya'nın yeni pazarlar ve üretim merkezleri için AB'ye üye olan yeni ülkeleri tercih etmesi• Türkiye-AB arasında imzalanan Gümrük Birliği'nin Almanya lehine olması (sanayi ürünleri ihracatının serbest fakat tarım ürünleri ihracatının kısıtlı olması)• Türkiye'den Almanya'ya tarımsal ürün ihracatında tarımsal ilaç kalıntı sorunu• Dünya çapındaki fuarların Almanya'da (Köln, Hannover vb) organize edilmesi• Ticareti geliştirmek için iki ülke arasında yatırım teşviki, teknik işbirliği ve vergilendirme konularında imzalanan anlaşmalar
Sosyal	<ul style="list-style-type: none">• Doğu ve Batı Almanya'nın birleşmesi sonucu Türk işgücüne ihtiyacın azalması• Türkiye çok kültürlülüğü desteklerken Almanya'nın tek kültürlülük konusunda ısrar etmesi• Alman ekonomisinin artan işgücü ihtiyacını karşılamak için Almanya-Türkiye arasında 1961 yılında işgücü temini anlaşmasının yapılması
Teknolojik	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye'nin Almanya'dan ithal ettiği ürünlerin çoğunun ileri teknoloji gerektirmesi
Çevresel	<ul style="list-style-type: none">• Alman firmalarının Türkiye'de yenilenebilir enerji ve çevre teknolojileri alanlarında yatırım yapması
Hukuksal	<ul style="list-style-type: none">• Fikri mülkiyet haklarının korunmasında etkin uygulama• Almanya'da tüketici hakları ile ilgili katı uygulamalar• Tüketim malları için sıkı kontrol uygulanması (gıda güvenliği)• Riskli ürünlere sınırda kontrol edilmesi

Türkiye dinamik ekonomisi, geniş iç pazarı, güçlü sanayisi ve yetişmiş iş gücüyle son yıllarda yabancı yatırımcılara önemli fırsatlar sunmaktadır.

Özellikle 2000’li yılların başından itibaren hayata geçirilen köklü ekonomik reformlar sayesinde Türkiye güvenle yatırım yapılabilecek ve avantaj sağlayacak bir konuma gelmiştir. Türkiye’de yabancı yatırımcılara yerel yatırımcılarla aynı haklar ve yükümlülükler veren yasal düzenlemeler yabancı yatırımlar için güvenli bir ortam sağlamaktadır (MFA, 2013). 1954-Ağustos 2015 döneminde 45270 adet uluslararası sermayeli firma Türkiye’de faaliyette bulunurken, 6321 adedi Alman firmasıdır (Tablo 5).

Tablo 5: Türkiye’deki Uluslararası Sermayeli Firmaların Ülkelere Göre Dağılımı

Ülkeler	1954-2009 (Şirket Sayısı)	1954-2015/Ağustos (Şirket Sayısı)
AB Ülkeleri (27)	12 114	20 216
• Almanya	3 746	6 321
• Hollanda	1 623	2 544
• İngiltere	1 969	2 861
• İtalya	711	1 279
• Diğer AB Ülkeleri	4 065	7 211
Diğer Avrupa Ülkeleri (AB Hariç)	2 435	4 570
Afrika Ülkeleri	377	1 489
Kuzey Amerika	1 088	1 898
• A.B.D.	936	1 582
• Kanada	152	316
Orta ve Güney Amerika, Karayipler	123	231
Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri	3 886	13 149
Diğer Asya	1 516	3 268
• Çin Halk Cumhuriyeti	346	715
• Güney Kore Cumhuriyeti	149	274
• Diğer	1 021	2 279
Diğer Ülkeler	257	449
Toplam	21 796	45 270

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı (2015: 18)

Ocak-Ağustos 2015 döneminde Türkiye’ye yapılan 8 953 milyon dolarlık yabancı yatırımın 220 milyon doları Almanya’ya aittir (Tablo 6). Türkiye’nin ihracatında 1970’li yıllarda tarım ürünleri ön planda iken günümüzde sanayi ürünleri (işlenmiş tarım ürünleri dâhil) daha fazla yer almaktadır. Bu değişimde Türkiye ile AB arasında 1996 yılında yürürlüğe girmiş olan Gümrük Birliği’nin önemi büyüktür. Almanya bir yandan yabancı yatırımcıları kendi ülkesine çekmeye çalışırken bir yandan da ekonomisi sürekli büyüyen Rusya ve Türkiye gibi ülkelere Alman

firmalarının yatırım yapmasını teşvik etmektedir. Bunda 1980’li yıllarda Türkiye’de ve 1990’lı yıllarda Rusya’da gerçekleştirilmeye başlanan dışa açık ekonomi modelinin etkisi olmuştur. Bir başka faktör ise Almanya’nın Rusya ve Türkiye üzerinden Orta Asya ve Orta Doğu ülkelerinden ucuz enerji elde etme gayretidir. Turizm amaçlı seyahat eden Alman turistlerin %15-20’sinin Türkiye’yi tercih etmesi iki ülke arasındaki ekonomik ve kültürel ilişkilerin gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır. Son küresel ekonomik kriz başta Yunanistan, İrlanda, İtalya ve İspanya gibi AB ülkelerini istihdam, yatırım ve üretim açısından olumsuz yönde etkilerken bu krizden Türkiye ekonomisinin az etkilenmesi ve kriz ortamında büyüme gerçekleştirmesi Alman yatırımcıların yönünü Türkiye’ye çevirmesine neden olmuştur.

Tablo 6: Türkiye’ye Uluslararası Doğrudan Yatırım Sermaye Girişleri (milyon \$)

Ülke	2010	2012	2014	2015 (Ocak-Ağustos)
AB Ülkeleri	4 737	7 303	5 517	4 808
• Almanya	597	491	693	220
• Avusturya	1 584	1 519	50	42
• Fransa	623	86	280	113
• Hollanda	486	1 381	2 017	675
• İngiltere	245	2 044	1 049	318
• İtalya	25	154	490	129
• Diğer AB Ülkeleri	1 177	1 628	938	3 311
Diğer Avrupa Ülkeleri (AB Hariç)	202	622	1 054	896
Afrika Ülkeleri	0	0	42	0
ABD	323	439	325	1 440
Kanada	55	32	0	0
Orta-Güney Amerika, Karayipler	6	20	0	0
Asya	928	2 337	1 946	1 809
Yakın ve Orta Doğu Ülkeleri	473	1 593	1 407	729
Körfez Ülkeleri	388	940	425	430
Diğer Yakın ve Ortadoğu Ülkeleri	45	653	964	295
Diğer Asya Ülkeleri	455	744	539	1 080
Diğer Ülkeler	5	6	0	0
Toplam	6 256	10 759	8 884	8 953

Kaynak: Ekonomi Bakanlığı (2015: 15)

Ticareti geliştirmek için Türkiye ve Almanya arasında yatırım teşviki, teknik işbirliği ve vergilendirme alanlarında anlaşmalar imzalanmıştır (Tablo 7).

Tablo 7: Türkiye ve Almanya Arasında İmzalanan Ticari Anlaşmalar

Tarih	Anlaşma
16 Şubat 1952	Ticaret ve Ödeme Anlaşması
20 Haziran 1960	Yatırımların Karşılıklı Teşviki ve Korunması Anlaşması
16 Haziran 1970	Teknik İşbirliği Anlaşması
16 Nisan 1985 (*)	Çifte Vergilendirmenin Önlenmesi Anlaşması
25 Eylül 1996	İşbirliği Konseyi 1. Dönem Toplantısı, Ortak Protokolü
25 Nisan 2008	İşbirliği Konseyi 14. Dönem Toplantısı, Ortak Protokolü

Kaynak: Demirel (2009), Eke (2014)

(*) 31.12.2010'da son bulmuş; yeni anlaşma 19.09.2011'de imzalanmıştır.

Almanya pazarının, Alman tüketicilerinin özellikleri ve Türkiye'nin Almanya'ya ihracatında karşılaşılan sorunlar Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8: Almanya Pazarı ve Alman Tüketicilerin Özellikleri

Alman Tüketicilerin Özellikleri	Almanya Pazarının Özellikleri	İhracatta Karşılaşılan Sorunlar
<ul style="list-style-type: none">• Çok bilinçli• Fiyat-kalite mukayesesi için uygun altyapı• Etkili/sistemli çalışan tüketiciyi koruma mevzuatı ve kurumları• Fiyat karşılaştırması (İndirim marketleri cirosunda Avrupa lideri)• Kalite, tasarım ve standardın önemi• Muhafazakârlık• Gelişen e-ticaret	<ul style="list-style-type: none">• Türkiye'ye en yakın iç Pazar• İstikrarlı/rekabetçi bir pazar• Mükemmel beşeri ve fiziki altyapı• Uluslararası ticarete aşina bir ekonomik yapı• Fikri mülkiyet, tüketici hakları ve vergi konusunda etkin uygulamalar• Pazara girmesi zor, girildiğinde uzun dönemli ticari işbirliği imkânı• Standartlara uygun ürün, servis ve yedek parça sunumu• Sözleşme ve taahhütlere sadakat	<ul style="list-style-type: none">• Almanya'nın Türk işadamlarına vize uygulaması• Tarım ürünlerinde ilaç kalıntısı• AB mevzuatı (Risk analizi)• Gıda ürünlerinde yüksek vergi oranları (Zeytinyağı vb.)• Türk malı imajı• Türk firmalarının kurumsal yapılarındaki eksiklikler• Pazarın özelliklerinin dikkate alınmaması

Kaynak: Aslan (2011)

Avrupa'da sayıları 140 bin civarında ve yıllık toplam ciroları 50 milyar avroyu aşan Türk işletmeleri 640 bin kişiye istihdam sağlamaktadır. Batı Avrupa'daki Türklerin tüketim harcamaları 22,7 milyar avrodur (URL3). Türkiye'nin Almanya ile olan ticari ilişkilerinin gelişmesinde 1960'lı

yıllarda Türkiye’den Almanya’ya işçi olarak çalışmaya giden Türklerin Almanya’da kurdukları KOBİ’lerin rolü yadsınamaz. Almanya’da faaliyet gösteren Türk kökenli işyerlerinin sayısı yaklaşık 80 bin, toplam ciroları 40 milyar avro ve bu firmalarda çalışan personel sayısı 300 bin civarındadır.

Son yıllarda Türk Şirketlerinin bazıları (Grunding ile Koç, “Villeroy & Boch” ile Eczacıbaşı) Almanya’da yatırım yapmaktadırlar (Öger, 2011: 61). Alman Endüstri ve Ticaret Odaları 1985 yılından beri Türkiye’de varlığını sürdürmektedir. Türk-Alman Ticaret Odası 2004 yılında Köln’de kurulmuş ve 2009 yılında Berlin’de faaliyetine başlamıştır (Ermağan, 2012: 78).

Sonuç

Küresel ekonomik krize rağmen 2012 yılında Türkiye’nin dış ticareti, istihdam oranı, Türkiye’de faaliyet gösteren uluslararası firma sayısı ve yabancı sermaye miktarı artmıştır. Yapılan tahminlere göre, Türkiye’nin 2023 yılında dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi; 2050 yılında Avrupa’nın en büyük ikinci ve dünyanın en büyük beş ekonomisinden biri olması beklenmektedir. Bunun farkında olan Alman firmaları son yıllarda Türkiye’de özellikle temiz enerji alanındaki yatırımlarını arttırmaya çalışmaktadır. İstanbul’da Türk-Alman Üniversitesi’nin kurulması gelecekte iki ülke arasında eğitim alanında yeni işbirliklerinin doğmasına yardımcı olacaktır.

Almanya Türkiye’nin dış ticaretinde ilk sırasında yer alırken; Türkiye Almanya’nın ihracat ve ithalatında ilk 20’de yer almaktadır. İki ülke arasındaki dış ticaret dengesi Almanya lehinedir. Bu durumun oluşmasında Türkiye-AB arasındaki Gümrük Birliği anlaşmasının önemli etkisi vardır.

Türk firmalarının Almanya’ya ve diğer AB üyesi ülkelere ihracatını arttırabilmesi için Almanya’da kurulan büyük fuarlara katılarak ürünlerini tanıtması önem taşımaktadır.

Son yıllarda Türkiye alım yapmayı düşündüğü ileri teknoloji gerektiren ürünler (örneğin silah sanayinde) için ilgili ülkelerden bazı teknolojik altyapıyı Türkiye ile paylaşmayı şart koşmaktadır. Bu durum karşısında Alman firmalarının sıkıntı yaşamaması için bu ürünlerin yan sanayini Türkiye’de kurması her iki ülke için avantaj olacaktır.

2023 yılına kadar ihracatını 500 milyar dolara, toplam ticaret hacmini ise 1 trilyon dolara çıkarmayı hedefleyen Türkiye’nin bu hedefi gerçekleştirmesi bazı alanlarda makro ve mikro düzeyde uygulayacağı yeni politikalarla ve AB üyesi ülkeler dışında alternatif pazarlar bulması gerekir.

KAYNAKÇA

- Aml, B. (2010). Türkiye-Almanya İlişkileri ve Türkiye'nin AB Üyelik Süreci, BİLGESAM.
- Aslan, R. (2011). Almanya-Türkiye Ticari İlişkileri.
www.ebso.org.tr/.../ALMANYA_SUNUMU_IZMIR_18_01_2010.ppt.
- Demirel, G. (2009). Almanya Ülke Raporu.
http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/almanya_rapor_4-17-2012%209-26-37%20am.pdf.
- Dericioğlu, Ü. (2011). "Türkiye'deki Alman Girişimlerinin Geleceği". Almanya'ya Türk Göçünün 50. Yılında Türk – Alman İlişkilerinin Dünü, Bugünü ve Geleceği, 04-05 Mayıs 2011, Ankara, Konrad Adenauer Stiftung, sayfa: 56-61.
http://www.kas.de/wf/doc/kas_31811-1522-12-30.pdf?120808133142.
- Eke, E.S. (2014). Almanya Ülke Raporu. Erişim Tarihi: 14.03.2016.
http://izto.org.tr/demo_betanix/uploads/cms/yonetim.ieu.edu.tr/5606_1439208033.pdf.
- Ekonomi Bakanlığı (2015). Uluslararası Doğrudan Yatırım Verileri Bülteni. Teşvik Uygulama ve Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü, Ekim 2015.
- Ermağan, İ (2012). Avrupa Birliği Bağlamında Türkiye-Almanya İlişkileri. Mustafa Kemal Üniversitesi SBE Dergisi, 9(20): 73-91.
- JISC InfoNet (2012). PESTLE and SWOT Analysis.
<http://www.jiscinfonet.ac.uk/tools/pestle-swot/>.
- Koçak, C. (1991). Türk-Alman İlişkileri (1923-1939), Ankara, s: 1.
- Maç, N. (2008). Almanya-Türkiye İlişkileri. Konya Ticaret Odası: Etüd-Araştırma Servisi. Sayı: 2008-14-132.
- MFA (2013). Türk Ekonomisinin Genel Görünümü. Dışişleri Bakanlığı,
<http://www.mfa.gov.tr/turk-ekonomisindeki-son-gelismeler.tr.mfa>.
- Öger, V. (2011). "Almanya'daki Türk Girişimler ve Girişimciler". Almanya'ya Türk Göçünün 50. Yılında Türk-Alman İlişkilerinin Dünü, Bugünü ve Geleceği, 04-05 Mayıs 2011, Ankara, s: 62-65.
http://www.kas.de/wf/doc/kas_31811-1522-12-30.pdf?120808133142.
- Özgen, F.B. (2000). Osmanlı Devletinin Diğer Devletlerle İktisadi İlişkileri. Yeni Türkiye Dergisi, 6(32): 101-111.
- Özgiray, A (1998). Türkiye-Almanya İlişkileri (1923-1939).
http://www.egweb2.ege.edu.tr/tid/dosyalar/XIII_1998/TIDXIII-1998-02.pdf.
- Şahin, H. (2014). Türkiye Ekonomisi. Bursa, Ezgi Kitabevi Yayınları.
- TDV (2013). Günümüz Türkiye-Almanya Ekonomik ve Ticari İlişkilerinin Analizi ve Geleceğe Dair Değerlendirme. Türk Dış Ticaret Vakfı,
<http://www.tdv.org.tr/yaziarastirma.html>.
- URL1. <http://www.tradingeconomics.com/germany/indicators>.
- URL2. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>.
- URL3. http://www.mfa.gov.tr/yurtdisinda-yasayan-turkler_.tr.mfa.