

# TÜRKEI ALS LIEFERLAND

Chancen und Risiken

# Warum „Türkei als Lieferland“

2

- **1. Wirtschaftlicher Umbruch**
  - Politische Stabilität
  - Richtung einer EU-Mitgliedschaft
  - guter Rahmenbedingungen
  - gut entwickelter Logistikinfrastuktur

# Warum „Türkei als Lieferland“

3

- **2. Günstige Lohn- und Produktionskosten**
  - gegenüber fortgeschrittenen Märkten immer noch ein günstigeres Lohnkostenniveau
  - gegenüber der osteuropäischen und asiatischen Ländern nicht Billig-Lohn Land
  - Lohn- und Lohnnebenkosten beträgt 6 bis 7 € pro Stunde in Kfz-Industrie (Deutschland 35 €)

# Warum „Türkei als Lieferland“

4

## □ 3. Arbeitskräfte

- Qualifikation der Arbeitskräfte bes. in manchen Sektoren sehr hoch
- hohe Motivation
- Produktivität in Form der Arbeitszeiten  
Deutschland in Kfz-Branche leistet 1.450 Std./Jahr  
Türkei 2.050 Stunden -600 Stunden mehr-

# Warum „Türkei als Lieferland“

5

- **4. Dynamische und flexible Geschäftswelt**
  - Anpassungsfähig, offen für neue Technologien
  - praktische Lösung
  - bessere und internationale Ausbildung
  - strategisch und langfristig denken

# Warum „Türkei als Lieferland“

6

- **5. Lange Tradition in der freien Marktwirtschaft**
  - ▣ gegenüber osteuropäischen Ländern hat die Türkei eine lange Vergangenheit
  
- **6. Gute Infrastruktur und starker Dienstleistungssektor**
  - ▣ Straßennetze und Häfen sind relativ gut ausgebaut
  - ▣ Eisenbahnnetz ist noch nicht ausreichend
  - ▣ der größte LKW-Park von Europa

# Warum „Türkei als Lieferland“

7

## □ 7. kurzer Transportweg

- im Durchschnitt 5 Tage dauert der Transport mit LKW nach Deutschland
- Vorteil gegenüber den asiatischen Ländern
- schnell auf kurzfristige Bestellung für kleine Warenmenge reagieren

# Warum „Türkei als Lieferland“

8

- **8. zunehmendes Qualitätsbewusstsein**
  - international anerkannten Qualitätsanforderungen anpassen
  - seit 1996 erhalten türkische Unternehmen mehrmals den europäischen Qualitätspreis der EFQM



# Warum „Türkei als Lieferland“

9

## □ 9. Expandierender Inlandsmarkt

- Der Inlandsmarkt expandiert schnell
- Ausländische Investitionen strömen ins Land zu
- dadurch neue Technologie und Know-how kommt

# Beschaffungsmarkt der Türkei

10

- **1a) Kfz:**
  - ▣ Kfz-Produktion bei 1,1 Mio., neuer Absatzrekord
  - ▣ 19 Automobilhersteller, 1300 Betriebe
  - ▣ mehr als 500.000 Arbeitskräfte in Kfz-Sektor
  - ▣ 185 ausländische Firmen
  - ▣ Absatzgebiete sind die west- und osteuropäischen Märkte

# Beschaffungsmarkt der Türkei

11

## □ 1b) Maschinenbau:

- hohes Know-how der technischen Kräfte
- hohe Produktionskapazitäten
- Über 700 Firmen (Gusserzeugnisse), über 20.000 Arbeitnehmer
- hoher Qualität
- niedrige Arbeitskosten
- neuer Technologie

# Beschaffungsmarkt der Türkei

12

- **2) Bekleidung und Textilindustrie:**
  - 40.000 Unternehmen (lange Tradition)
  - große Produktkapazitäten
  - inländische Rohmaterialien
  - flexible und hoch qualifizierte Arbeitskräfte
  - guter Ruf Service und Qualität
  - Verstärkte Position im Luxussegment
  - Italienische Mode zu türkischen Preisen machen

# Beschaffungsmarkt der Türkei

13

## □ 3) Eisen- und Stahlindustrie

- in einzelnen Segmenten hat diese Branche einen regelrechten Boom erlebt
- aufgrund der geringeren Entfernung sowie angesichts stark gestiegener Frachtkosten im Vergleich China
- Verarbeitungsqualität
- viertgrößte beim Export der Welt 2010

# Beschaffungsmarkt der Türkei

14

- **4) Weiße und braune Ware**
  - Produktdesign und Technologieentwicklung
  - hohe technisches Niveau
  - große Vielfalt
  - Am stärksten entwickelten Zuwachsraten
  - 45% der in der EU verkauften Farbfernsehgeräte
  - Waren mit bekannten Marken weltweit verkauft

# Beschaffungsmarkt der Türkei

15

## □ 5) Landwirtschaftliche Produkte

- die älteste Industrie der Türkei
- sehr hohe Gewinn-Chancen bei den Investitionen
- stetige Modernisierung
- Am Meisten werden diese Produkte exportiert:
  - Baumwolle
  - Obst
  - Haselnüsse
  - Tabak
  - Weizen

# Beschaffungsmarkt der Türkei

16

- **Chemie:**
  - ▣ Dynamik bei Kunststoffen und Farben
  - ▣ Zuwachs bei Produktion 2011 von circa 15%
- **Bau:**
  - ▣ Ein Träger der Konjunktur
  - ▣ Bauleistungen stiegen 2010 um 17%
- **IKT (Information und Kommunikation Technologie):**
  - ▣ Am schnellsten wachsender ITK-Markt in Europa
  - ▣ Volumen etwa 27,5 Mrd. US\$.
- **Umwelttechnik:**
  - ▣ Neues erneuerbare-Energien-Gesetz schafft Klarheit
- **Medizintechnik:**
  - ▣ Modernisierung staatlicher Kliniken und wachsender privater Sektor



# Was kauft Deutschland ein?

17

- 1. Kraftfahrzeuge
- 2. Kfz-Teile
- 3. Kfz-Reifen
- 4. Bekleidung, inkl. Strickwaren
- 5. Heimtextilien
- 6. Stoffe
- 7. Garne und Fasern
- 8. Eisen- und Stahl-Artikel
- 9. Produkte aus Aluminium
- 10. Maschinen (Ausgenommen elektrotechnische Maschinen u. Kfz-Teile)
- 11. Wasserfahrzeuge
- 12. braune und weiße Haushaltsware
- 13. Kommunikationsausrüstung
- 14. Stromkabel und -drahte
- 15. Edelmetalle und Juwelen
- 16. Fliesen und Sanitärwaren aus Keramik
- 17. Glasprodukte
- 18. Chemische Erzeugnisse
- 19. Kunststoffe und fertige Kunststoffprodukte
- 20. Verarbeitetes Obst und Gemüse

# Einkaufsvorteile der Türkei

18

- Kontinuität in den Firmen
- gute Infrastruktur
- Qualität zu guten Preisen
- problemlose Kommunikation
- Produkt- und Leistungsqualität
- geeignet für lohn- und kapitalintensiven Komponenten
- freie Kapazitäten für neue Projekte
- Kreativität
- Schnelligkeit
- Flexibilität

# Einkaufsnachteile der Türkei

19

- kultureller Unterschied
- Vor-Ort-Betreuung notwendig
- Instabilität der Währung
- zum großen Teil schlechte Ausbildung der Mitarbeiter
- Die Leistungsfähigkeit des Marktes ist noch verbesserungsbedürftig

# Worauf beim Einkauf achten?

20

- detaillierte Spezifikation, Skizzen
- dreidimensionale Ansichten
- genaue Toleranzgrenzen
- schriftliche Festlegungen und Verträge
- permanente Vor-Ort-Kontrolle
- Preishandeln
- Preise werden nach dem Prinzip Angebot/Nachfrage oder Reaktion des Kunden kalkuliert

# Worauf beim Einkauf achten?

21

- deutliche Kommunikation
- auch mit Arbeitnehmer kontaktieren und den erwarteten Qualitätsstandards angeben
- Unterschied der Kultur und der Mentalität
- langfristige Beziehung u. persönliches Kontakt
- bei Verhandlungen ist viel Zeit einzuplanen
- Wichtiger Punkte werden oft verschoben bei Einmal-Lieferungen vorsichtig sein
- persönliches Kontakt wichtig

# Bonität der Türkei

22

- Politische und wirtschaftliche Stabilität ist wichtig für den weltweiten Einkauf
  
- Bewertungskriterien der politischen Risiken:
  - politisches System
  - Qualität der Regierungsarbeit
  - Außenpolitik
  - Arbeitsmarktstabilität
  - demographische Entwicklung

# Bonität der Türkei

23

- Bewertungskriterien der wirtschaftlichen Risiken:
  - Wirtschaftswachstum
  - Zinsentwicklung
  - Wechselkursentwicklung
  - Staats- und Auslandsverschuldung
  - Wirtschaftspolitik
  
- Standard & Poor's (S&P) hat die Bonitätsnote von „BB+“ auf „BBB-“ erhöht.

# Weltrekorde der Türkei bei Export

Quelle: Turkey Today-Where do We Stand

24

Artikel	Welt	EU
<input type="checkbox"/> Haselnuss	1	1
<input type="checkbox"/> Aprikose	1	1
<input type="checkbox"/> getrocknete Feige	1	
<input type="checkbox"/> getrocknete Weintrauben	1	
<input type="checkbox"/> Kaugummi	1	
<input type="checkbox"/> Gewürze	1	
<input type="checkbox"/> gefrorene Obst	3	1
<input type="checkbox"/> Teppich	4	
<input type="checkbox"/> Heimtextilien	4	
<input type="checkbox"/> Zement	4	1



# Weltrekorde der Türkei bei Export

Quelle: Turkey Today-Where do We Stand

25

Artikel	Welt	EU
□ Eisen und Stahl	4	
□ Bekleidung	4	2
□ Weiße Ware	5	
□ Glas	5	
□ Tomaten	6	
□ Leder	8	4
□ Mehl	9	
□ Volkswirtschaft	16	6

# Weltrekorde der Türkei als Hersteller

Quelle: Turkey Today-Where do We Stand

26

Artikel	Welt	EU
□ getrocknete Feige	1	
□ getrocknete Weintrauben	2	
□ Honig	2	
□ Glass	2	
□ Mehl	3	
□ Kichererbse	3	
□ Milch von Schaf	3	
□ Olivenöl	4	
□ Tomaten	4	

# Weltrekorde der Türkei als Hersteller

Quelle: Turkey Today-Where do We Stand

27

Artikel	Welt	EU
□ Juwel (Edelstein)	5	1
□ Zement	6	
□ Bekleidung	6	
□ Schuhe	9	2
□ Eisen-und Stahl	10	2
□ Kfz	16	7
□ Buss		1

# Projekt „Einkaufen in der Türkei“

28

- **1. Phase: Zielsetzung und Vorauswahl**
  - ▣ Festlegung der eigenen Ziele und Vorstellungen
  - ▣ Informationsbeschaffung (Informationsmaterial in englischer und teilweise in deutscher Sprache)
  
- **2. Phase: Kontaktaufnahme und Besuchen**
  - ▣ erster Kontakt (Inanspruchnahme der Leistungen von Experten)
  - ▣ für erste Besuchsreise ca. eine Woche planen
  
- **3. Abschlussbewertung und Entscheidung**
  - ▣ Auswahl- und Entscheidungsprozess
  - ▣ Einkauf innerhalb von 3-6 Monate erzielt werden.

# Lieferantenpartner in der Türkei

29

- Marktrecherchen
- Kontakte knüpfen
- Informationsveranstaltungen
- Wirtschaftstage
- Konferenzen
- Unternehmer- und Delegationsreisen

# Lieferantenpartner in der Türkei

30

- Messen
- Betriebsbesichtigungen
- externer Dienstleister und Marktexperten
- Beratungsunternehmen
- Leistungen von Wirtschaftsverbänden
- IHKs und AHKs

# Soziale- und Kulturaspekte

31

- heterogene Gesellschaft
- Nationale Identität und Stolz
- Trennung von Staat und Religion
- Beziehung zu Deutschland ist sehr positiv

# Soziale- und Kulturaspekte

32

- Respekt
- Ehre
- Ansehen
- personen- und beziehungsorientiert
- reagiert eher emotional



# „Der Deutsche“ und „der Türke“

33

## „Der Deutsche“

- Rentabilität, Perfektion, Qualität
- Stabilität
- Präzises Formulieren
- Ausdrücklich
- Es wird überprüft, ob der Gesprächspartner die Informationen verstanden hat
- Unruhe, Frust, weil er nicht genug informiert wurde
- Kein Verschieben der Aktivitäten

## „Der Türke“

- Praktisches/schnelles Ergebnis
- Wechsel, Anpassung
- Globales Formulieren
- Unausgesprochenes
- Es wird davon ausgegangen, dass der Andere die Informationen verstanden hat
- Stress, weil er die Informationen überflüssig findet
- Verschieben der Aktivitäten

# Deutsche Ansichten

34

- Der Mensch kann die Zukunft gestalten.
- Man muss hart arbeiten, um eigene Ziele zu erreichen.
- Vereinbarungen müssen gehalten werden.
- Eine primäre Verpflichtung des Mitarbeiters ist die Loyalität dem Unternehmen gegenüber.
- Emotionale Einflüsse sollten bei Entscheidungen minimalisiert werden. Fakten müssen dominieren.

# Türkische Ansichten

35

- Der Mensch soll sein Bestes tun, um die Zukunft zu gestalten. Aber, das Leben folgt letzten Endes einem vorgegebenen Weg.
- Harte Arbeit ist wichtig, ist aber nicht alles. Weisheit, Glück sind auch wichtig.
- Vereinbarungen müssen zwar gehalten werden, aber eine Vereinbarung kann durch neue Erkenntnisse bzw. Ereignisse geändert oder außer Kraft gesetzt werden.
- Die Loyalitäten sowohl dem Unternehmen als auch der Familie und Freunden gegenüber sind gleich wichtig.
- Fakten spielen zwar eine wichtige Rolle, Weisheit des Entscheiders ist aber bei der Entscheidung sehr wichtig

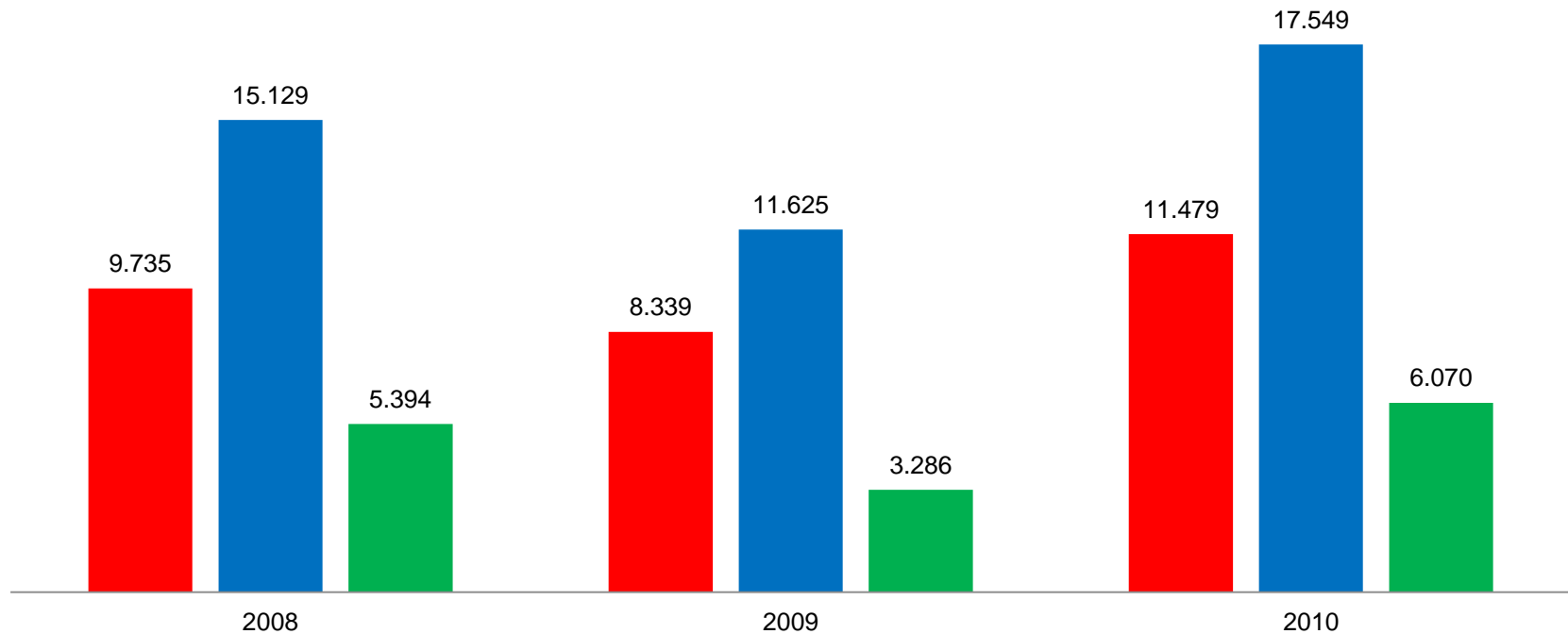
# Deutschland-Türkei

Quelle: TÜIK

36

## Beziehung Deutschlands zur Türkei (Mio. €) Gesamt (2010): 29.028

■ Deutsche Einfuhr ■ Deutsche Ausfuhr ■ Saldo



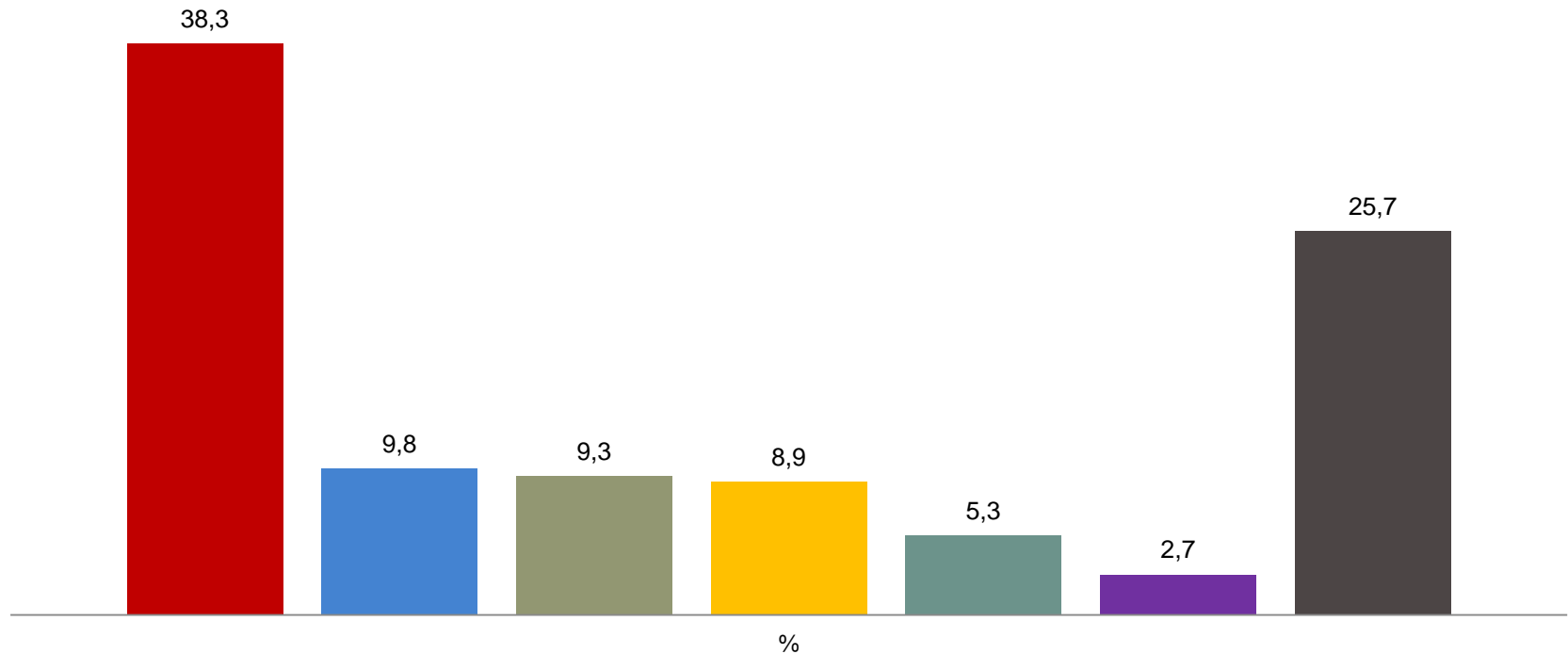
# Deutschland-Türkei

Quelle: TÜIK

37

## Deutsche Einfuhrgüter (%) 2010

■ Textilien, Bekleidung ■ Maschinen ■ Nahrungs- u. Genussm. ■ Kfz u. -teile ■ Elektrotechnik ■ Elektronik ■ Sonstige



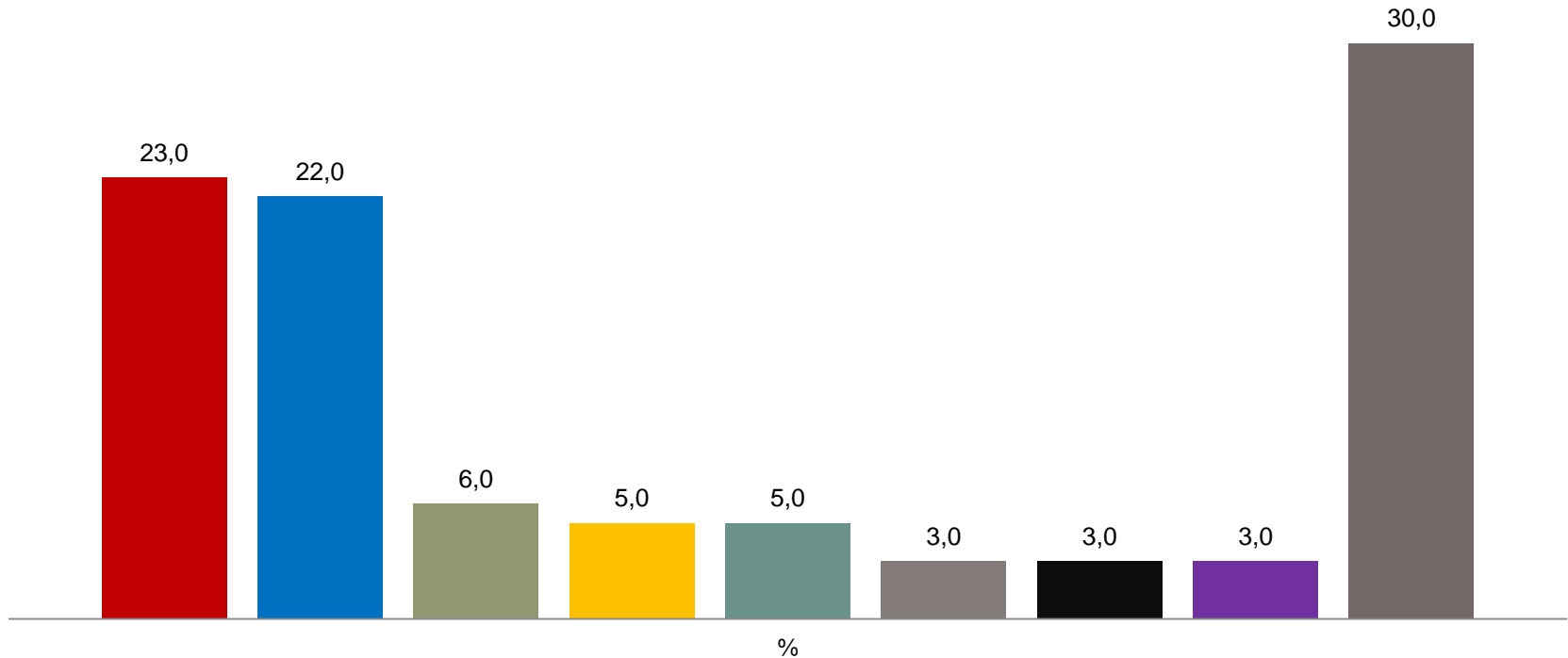
# Deutschland-Türkei

Quelle: TÜIK

38

## Deutsche Ausfuhr Güter (%) 2010

■ Maschinen ■ Kfz u. -teile ■ Elektrotechnik ■ Kunststoffe ■ Elektronik ■ Arzneimittel ■ Textilien ■ Metalwaren ■ Sonstige



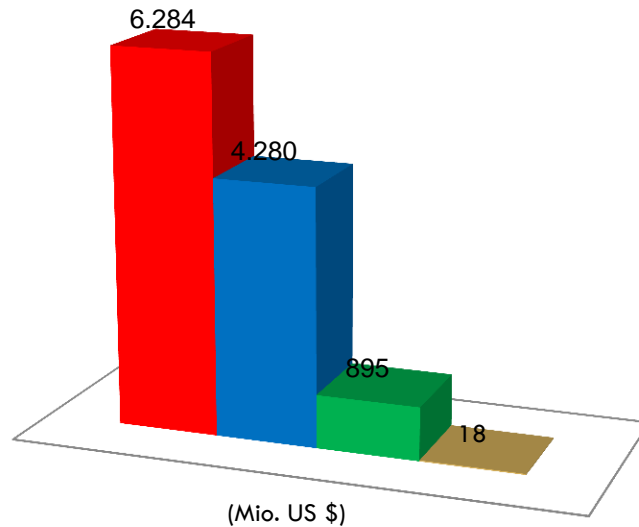
# Deutschland-Türkei

Quelle: TÜIK

39

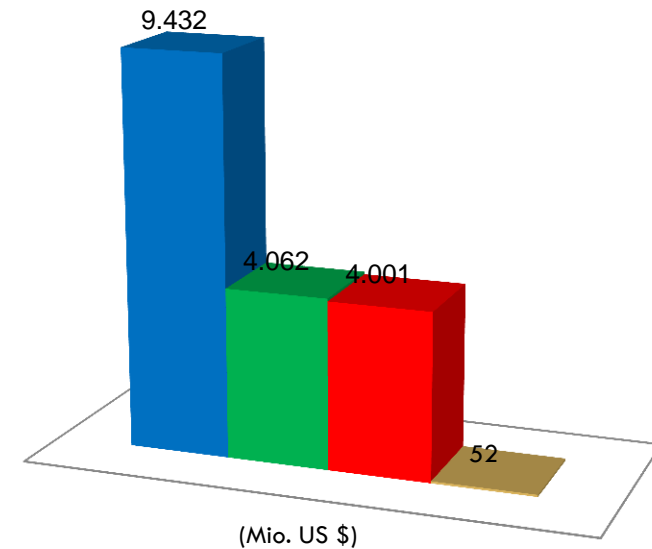
## Deutsche Einfuhr 2010 (Mio. US \$) Gesamt: 11.479

- Gebrauchsgüter
- Verbrauchsgüter (Rohstoffe)
- Investition
- Sonstige



## Deutsche Ausfuhr 2010 (Mio. US \$) Gesamt: 17.549

- Verbrauchsgüter (Rohstoffe)
- Investition
- Gebrauchsgüter
- Sonstige



# Außenhandel der Türkei (2010)

40

- Volumen des Außenhandels 299,4 Mrd. US \$
- Volumen der Einfuhren 185,5 Mrd. US \$
- Volumen der Ausfuhren 113,9 Mrd. US \$
- Differenz - 71,6 Mrd. US \$
- EU-Import 72,2 Mrd. US \$, 38,9%
- EU-Export 52,6 Mrd. US \$, 46,2%



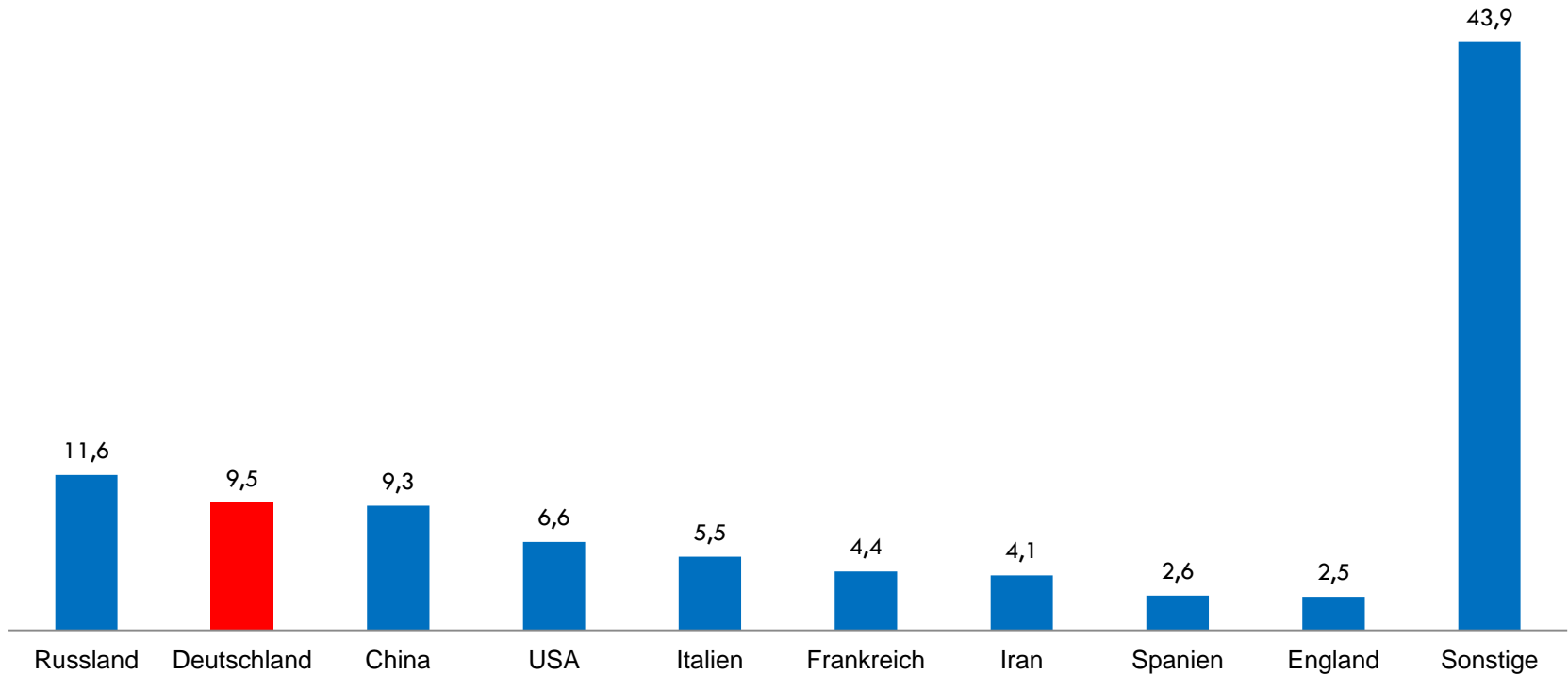
# Import der Türkei

Quelle: TÜİK

41

## Hauptlieferländer (Anteil in %) 2010

■ Russland ■ Deutschland ■ China ■ USA ■ Italien ■ Frankreich ■ Iran ■ Spanien ■ England ■ Sonstige



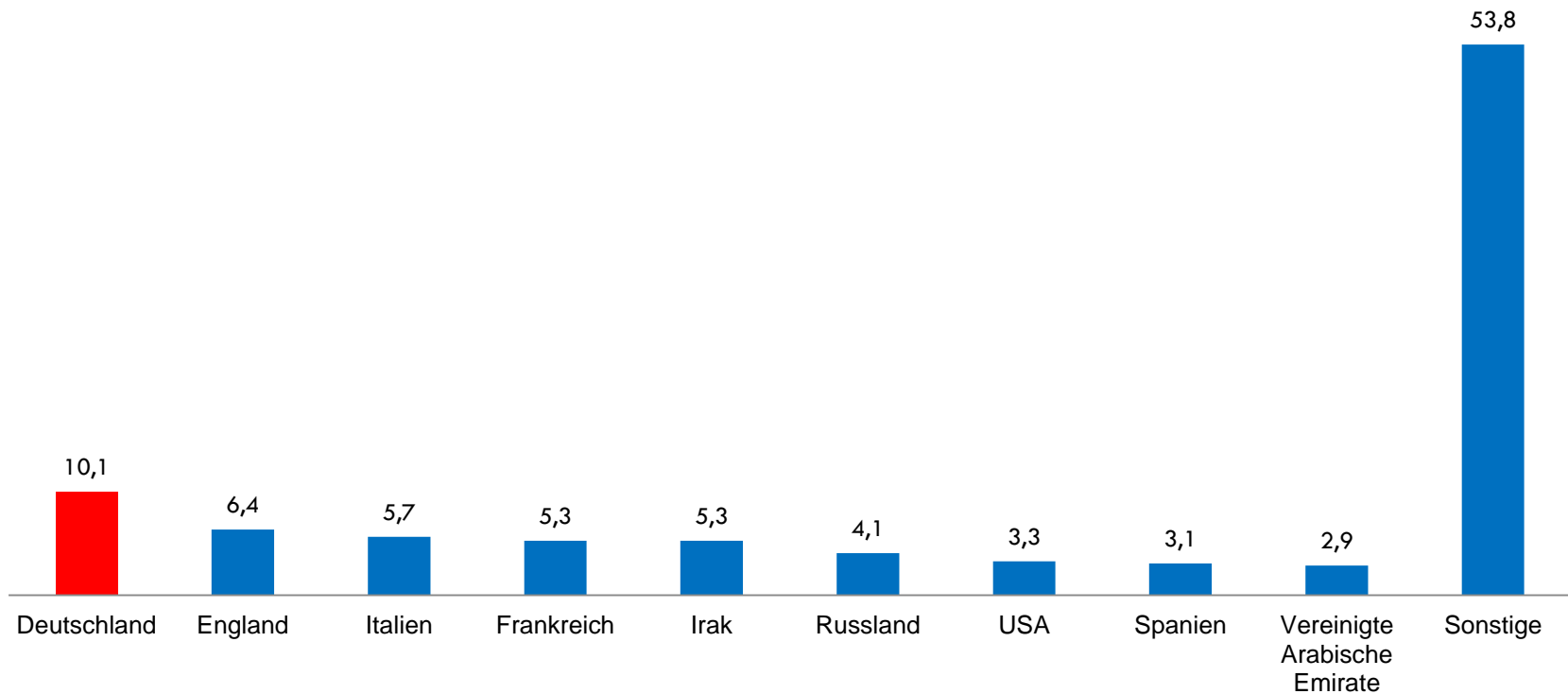
# Export der Türkei

Quelle: TÜİK

42

## Hauptabnehmerländer (Anteil in %) 2010

■ Deutschland ■ England ■ Italien ■ Frankreich ■ Irak ■ Russland ■ USA ■ Spanien ■ Vereinigte Arabische Emirate ■ Sonstige



# Wirtschaftslage der Türkei

43

- Wettbewerbsfähig
- politische und wirtschaftliche Stabilisierung
- höchste dynamische Wirtschaft in Europa
- 6,6% privater Konsum im Jahr 2010
- geringer Lohnkosten

# Wirtschaftslage der Türkei

44

- Wirtschaft wächst nachhaltig
- Zinsen und Inflation sinken
- BIP-Wachstum von 11 % im 1. Quartal 2011 im Vergleich zum Vorjahr ( BIP von 8,9 % im Jahr 2010)
- Alleine in den letzten zehn Jahren verdreifachte sich das BIP/Kopf auf 9.984,00 EUR
- Das BIP-Wachstum für die Eurozone beträgt 1,8 %.

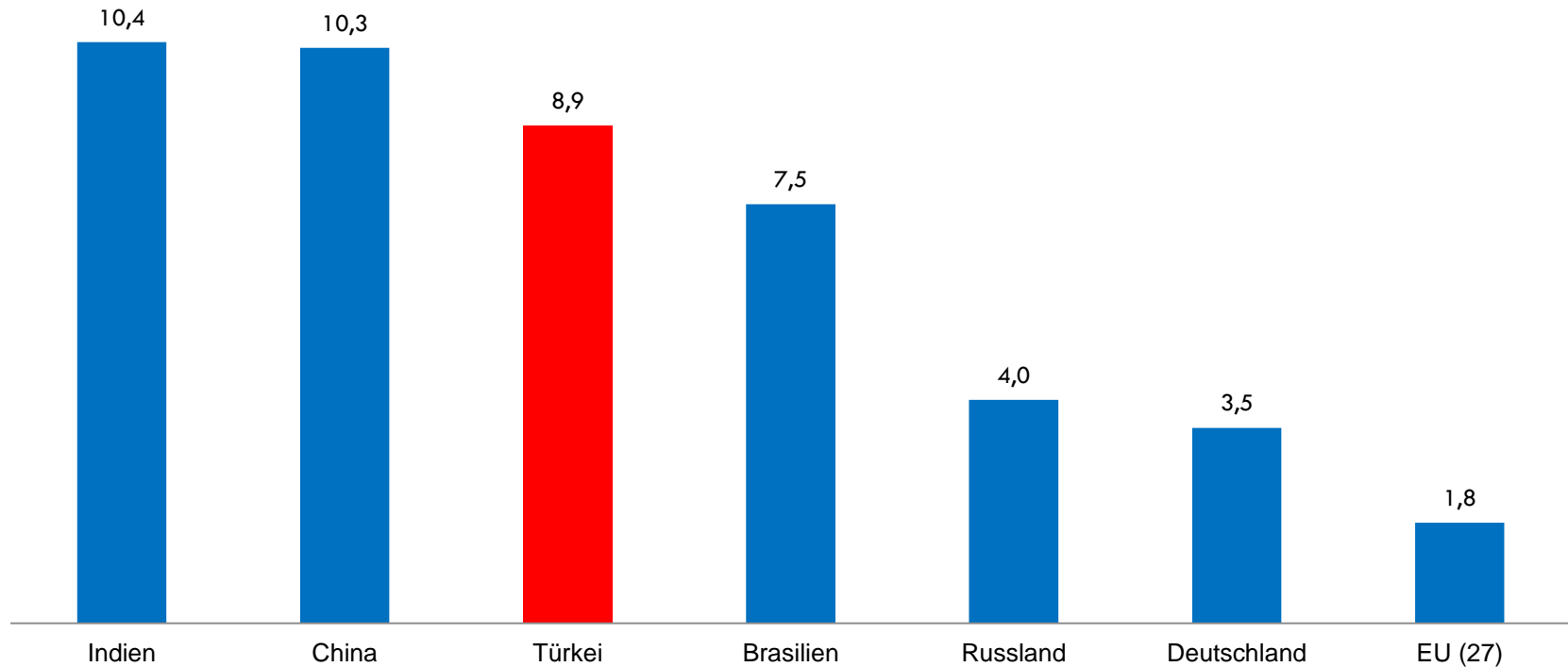
# Wirtschaftslage der Türkei

Quelle: TÜİK

45

## BIP- Vergleich (2010) %

■ Indien ■ China ■ Türkei ■ Brasilien ■ Russland ■ Deutschland ■ EU (27)



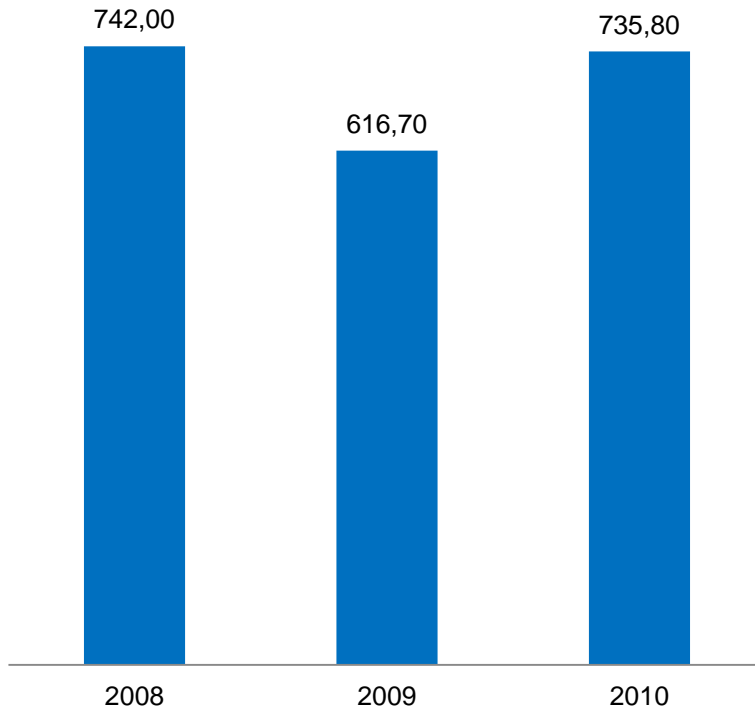
# Wirtschaftslage der Türkei

Quelle: TÜİK  
\* Prognose

46

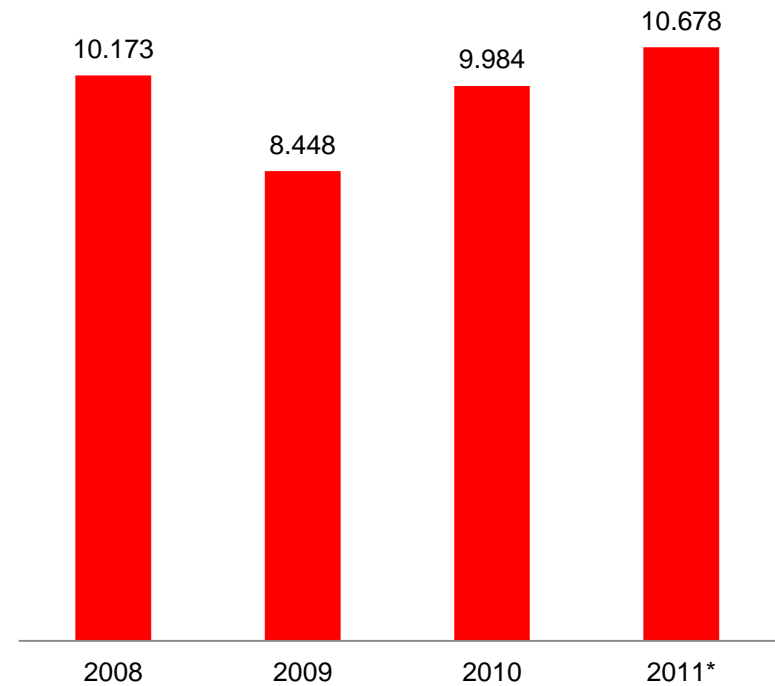
## BIP nominal (Mrd. US \$)

■ BIP nominal (Mrd. US \$)



## BIP je Einwohner (US \$)

■ BIP je Einwohner (US \$)



# Gründe der Wirtschaftsentwicklung

47

- Politische Stabilität
- Abbau der Bürokratie
- Angleichung von Standards an EU-Niveau
- Aufbau von Forschung und Entwicklung
- Verbesserung der Infrastruktur
- Verbesserung der Finanzsektor

# SWOT-Analyse

## Strengths-Stärken

Quelle: gtai

48

- Großer, dynamischer Markt
- Mittlerposition zwischen Europa, Nahost und Zentralasien
- Gut entwickelte Industriebasis
- Motivierte Arbeitnehmerschaft
- Relativ günstige Produktionskosten



# SWOT-Analyse

## Weaknesses-Schwächen

Quelle: gtai

49

- Hohes Außenhandelsdefizit
- Mängel in der Berufsausbildung
- Hohe Jugendarbeitslosigkeit
- Große Außenabhängigkeit bei Energie
- Schwerfällige Bürokratie
- instabile Währung

# SWOT-Analyse

## Opportunities-Chancen

Quelle: gtai

50

- Perspektive eines EU-Beitritts
- Wachsender Binnenmarkt
- Ausbau der Verkehrsinfrastruktur
- Fertigung hochwertiger Waren
- Mögliche Rolle als Energiedrehscheibe

# SWOT-Analyse

## Threats-Risiken

Quelle: gtai

51

- Zurückgehende Kapitalzuflüsse
- Drohende Energieengpässe
- Währungsinstabilität
- Wieder steigende Inflation
- Beeinträchtigung durch regionale Konflikte

# DANKE!

52



**Halil I. Ünlü**

**Dipl. Kommunikationswissenschaftler (Univ.)**

**Telefon: 09145 836912**

**Fax: 09145 201420**

**Mail: [halil@demarkom.de](mailto:halil@demarkom.de)**

**Web: [www.demarkom.de](http://www.demarkom.de)**

