ALMANYA ÜLKE RAPORU

2019

TORBALI TİCARET ODASI 1978

1. ÖZET BİLGİLER

Resmi Adı : Federal Almanya Cumhuriyeti

Başkenti : Berlin

Kuruluş Tarihi : 23 Mayıs 1949 (Doğu Almanya ile birleşme: 3 Ekim 1990)

Nüfusu : 80.457.737

Yüzölçümü : 357 bin km2

Resmi Dil : Almanca

Din ve Mezhep : % 32 Protestan, % 31 Katolik, % 4 İslam

Para Birimi : Euro

Devlet Başkanı : Frank-Walter Steinmeier – Mart 2017

Hükümet Başkanı : Şansölye Angela MERKEL (Hıristiyan Demokrat Parti) – 2005

Almanya Ankara Büyükelçisi : Martin Erdmann (Ağustos 2015)

T.C. Berlin Büyükelçisi : Ali Kemal Aydın

Almanya İzmir Başkonsolosu : Dr. Rainer Lassig (Temmuz 2017)

2. ALMANYA'NIN GENEL EKONOMİK DURUMU

Temel Ekonomik Göstergeler (2018)

GSYH : 3,9 trilyon $

Kişi Başı Milli Gelir : 47.663 $

Ekonomik Büyüme : % 1,5

Enflasyon : % 1,93

İşsizlik : % 3,4

İhracat : 1,55 trilyon $

İthalat : 1,28 trilyon $

Başlıca İhracat Ortakları : ABD %8,6

Fransa %8

Çin %7,1

TORBALI TİCARET ODASI 1978

Hollanda %6,4

İngiltere %6,2

İtalya %5,3

Başlıca İhraç Ürünleri **:** Motorlu araçlar, makine, kimyasallar, bilgisayar ve elektronik aletler, ecza ürünleri, gıda, tekstil, kauçuk mamulleri

Başlıca İthalat Ortakları **:** Çin %9,7

Hollanda %8,1

Fransa %6

ABD %5,9

İtalya %5,5

Polonya %5,1

Çekya %4,4

İsviçre %4,3

Başlıca İthal Ürünleri **:** Makine, taşıtlar, bilgi işleme cihazları, kimyasallar, petrol ve doğal gaz, metal, elektrik ekipmanları, ecza ürünleri, gıda ürünleri, tekstil, metaller

Kaynak:, T.C. Ticaret Bakanlığı, ITC TradeMap

3. COĞRAFİ KONUM

Almanya coğrafi olarak Orta Avrupa'da, Kuzey Denizi ile Alp Dağları arasında yer almaktadır. Komşu ülkeleri Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Hollanda, Fransa, Polonya, İsviçre, Belçika, Lüksemburg ile Danimarka'dır.

Ülkenin Kuzey bölgesi ovalar, orta ve güney batı bölgesinde ihtiyar dağlar, güneyinde Alpler, tepeler ve Bavyera Alpleri ülkenin genel coğrafik yapısını oluşturmaktadır.

Almanya, coğrafi olarak Avrupa'nın tam ortasında yer almaktadır. Dokuz komşu ülke ile sınırdaş konumundadır. Kuzeyde Danimarka, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve Batıda ise Fransa bulunmaktadır. İsviçre ve Avusturya Güneyde, Çek Cumhuriyeti ve Polonya ise Doğu'daki komşularıdır. 3 Ekim 1990 tarihinde Demokratik Almanya Cumhuriyeti ile birleşmesi ile Avrupa'nın ortasındaki konumu daha bariz duruma gelmiştir.

Almanya, doğu ile batı ve İskandinav ile Akdeniz havzası arasında bir köprü durumundadır. Avrupa Birliği ve NATO üyelikleri ile orta ve doğu Avrupa ülkeleri arasında da etkin bir köprü rolünü üstlenmiş bulunmaktadır.

Kuzeyden Güneye hava hattı uzunluğu 876 km'dir. Batıdan Doğuya uzunluğu ise 640 km'dir. Rusya Federasyonu'ndan sonra Avrupa'nın en çok nüfusa sahip ülkesidir.

4. SİYASİ VE İDARİ YAPI

Devlet federatif yapıdadır. Almanya 16 eyaletten oluşmaktadır (Baden-Württemberg, Bavyera, Berlin, Brandenburg, Bremen, Hamburg, Hessen, Mecklenburg-Ön Pomeranya, Aşağı Saksonya, Kuzey Ren-Vestfalya, Rheinland-Pfalz, Saarland, Saksonya, Saksonya-Anhalt, Schleswig-Holstein, Thüringen).

Federal Meclis iki ayrı meclisten oluşmaktadır. Bundestag (Federal Meclis) dört yıl için seçim bölgelerinin nüfusuna göre genel seçimlerle seçilir. Bundesrat ise senato mahiyetindedir ve nüfus sayısına bakılmaksızın her eyaletin iki temsilcisinden oluşur. Yasama yetkisi Federal Meclis'e aittir. Ancak Anayasanın Federal Meclis'e bıraktığı alanın dışında Eyalet Meclisleri de yasama yetkisine sahiptirler. Eyaletler, Federal Meclis'in yasama yetkisine giren bir alanda Federal Meclis bu yetkisini kullanmıyorsa yasal düzenleme yapabilirler.

Federal Cumhurbaşkanı beş yıllığına Federal Meclis Genel Kurulu tarafından kırk yaşını doldurmuş ve milletvekili seçilme hakkına sahip Almanlar arasından seçilir. Cumhurbaşkanları bir defa daha seçilebilirler. Cumhurbaşkanı ülkeyi temsil eder, yasa ile başka türlü düzenlenmedikçe federal yargıç ve memurları atar. Cumhurbaşkanının özel af ve anayasaya aykırı oldukları iddiasıyla yasaların iptali için anayasa mahkemesine başvurma hakkı mevcuttur.

Yürütme yetkisi Federal Hükümete aittir. Hükümet Başkanı, Cumhurbaşkanının önerisi üzerine Federal Meclis tarafından seçilir. Hükümet üyeleri ise, Başbakanın önerisi üzerine Cumhurbaşkanı tarafından atanır veya azledilirler.

5. NÜFUS VE İŞGÜCÜ YAPISI

Almanya'da 2018 yılı verilerine göre 83 milyona yaklaşan nüfusun 18,6 milyonunu göçmen kökenli vatandaşlar ve yabancılardan oluşmaktadır. Nüfusun % 49'u erkek, % 51'i kadındır. Ortalama yaşam süresi erkeklerde 76, kadınlarda 82'dir.

Nüfusun % 8,8'i yabancılardan oluşmaktadır. Yabancı nüfusun yaklaşık %40'ını diğer AB üyesi ülkeler oluşturmaktadır. Yabancı nüfusun içindeki belli başlı milletler; Türk, İtalyan, Polonyalı, Yunan, Hırvat, Avusturyalı ve Bosna-Hersek'lidir.

Ülkede 2018 verilerine göre 42 milyon işgücü bulunmakta olup, işsizlik oranı % 3,4 olarak gerçekleşmiştir.

6. DOĞAL KAYNAKLAR VE ÇEVRE

Almanya geniş çayırlara ve ormanlara, verimli ovalara sahiptir. Tarımsal araziler yaklaşık 17 milyon hektar, ülkenin ormanlık arazisi ise 11 milyon hektardır. Tarımsal arazilerin 12,1 milyon hektarlık bölümünü ekilebilir araziler ve sürekli bitkiler 4,7 milyon hektarlık bölümünü de sürekli çayır ve otlaklar oluşturmaktadır.

TORBALI TİCARET ODASI 1978

Ülkenin iki büyük akarsuyu, güneyden kuzeye akan Ren Nehri ve Çek Cumhuriyeti'nden gelip Hamburg Limanı yakınlarında denize ulaşan Elbe hem Almanya, hem de diğer Avrupa ülkeleri için geleneksel suyolları olarak büyük bir öneme sahiptirler. Ayrıca Ren Nehri'ni, kollarından biri olan Main Nehri vasıtasıyla, Almanya'da doğup Avusturya üzerinden Karadeniz'e dökülen Tuna Nehri'yle birleştiren bir kanal inşa edilmiştir.

Tarım, ormancılık ve balıkçılık, GSYİH'nin % 1'ini oluşturmasına rağmen, sektör ülkenin sosyal dokusu bakımından belirgin bir öneme sahiptir. Almanya'nın gıda bakımından kendine yeterlilik oranı % 70'ler düzeyindedir.

Almanya'nın gerek petrol gerekse maden cevheri bakımından kaynakları sınırlı olup, bu açıdan büyük ölçüde dışa bağımlıdır. Bununla birlikte, yurtiçi tüketiminin dörtte birini karşılayabilecek düzeyde doğalgaz kaynaklarına, ayrıca geniş taş kömürü, linyit kömürü ve tuz kaynaklarına sahiptir. Bunlar dışında ülke, önceki yıllarda eski Doğu Almanya'nın önemli üreticiler arasında olduğu potasyum ve küçük miktarlarda olmak üzere uranyum, kobalt, bizmut ve antimon –Güney sınırlarında Çek Cumhuriyeti ile ortak çıkarılmaktadır- gibi maden ve mineral kaynaklarına sahiptir. Ancak, ülke genel olarak metal-mineral kaynakları açısından yoksuldur.

Önemli linyit rezervleri Ren bölgesi, güney Brandenburg, Saksonya, Saksonya-Anhalt ve Aşağı Saksonya'nın doğusunda bulunmaktadır. Ekonomik olarak çıkarılabilir rezervlerin 40,5 milyar ton olduğu tahmin edilmektedir. Önemli taş kömürü rezervleri ise Ruhr bölgesinde (Kuzey Ren-Westfalya) ve Saarland'dadır. Rezerv büyüklüğü 2,5 milyar tondur. Ancak bu rezervlerin işletilmesinin ekonomik olmadığı düşünülmektedir.

1990'lara kadar Almanya'da (Saksonya ve Thüringen) önemli miktarda uranyum da çıkarılmıştır. Ancak nükleer santralleri işletmek için gerekli zenginleştirilmiş uranyum ithal edilmektedir.

Almanya yenilenebilir enerjiler alanında AB ülkeleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Ülkenin, dünyanın gelişmiş ekonomileri arasında ilk büyük yenilenebilir enerji ekonomisi olduğu ifade edilmektedir. Yeşil enerjiye geçişin temeli, "Birlik'90/Yeşiller" partisinin iktidar ortağı olduğu 1998-2005 yılları arasında gerçekleştirilen yasal düzenlemelere dayanmaktadır.

7. TÜRKİYE ALMANYA İLİŞKİLERİ

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığımızın verilerine göre Temmuz 2019 tarihi itibariyle

Türkiye'de 7471 adet Alman sermayeli firma mevcuttur, bunların 585 tanesi de İzmir'de

faaliyet göstermektedir.

TORBALI TİCARET ODASI 1978

TÜRKİYE-ALMANYA DIŞ TİCARET DEĞERLERİ (1 000 $)

Yıl	İhracat	İhracat Değişim %	Genel İhracata Oranı %	İthalat	İthalat Değişim %	Genel İthalata Oranı %	Hacim	Denge
2005	9.455,1	8,1	12,9	13.633,9	8,9	11,7	23.088,9	-4.178,8
2006	9.686,2	2,4	11,3	14.768,2	8,3	10,6	24.454,5	-5.082,0
2007	11.993,2	23,8	11,2	17.540,0	18,8	10,3	29.533,2	-5.546,7
2008	12.951,8	8,0	9,8	18.687,2	6,5	9,3	31.639,0	-5.735,4
2009	9.783,2	-24,5	9,6	14.097,0	-24,6	10,0	23.880,2	-4.313,7
2010	11.479,1	17,3	10,1	17.549,1	24,5	9,5	29.028,2	-6.070,1
2011	13.950,8	21,5	10,3	22.985,6	31,0	9,5	36.936,4	-9.034,7
2012	13.124,0	-5,9	8,6	21.400,6	-6,9	9,1	34.524,5	-8.276,7
2013	13.696,8	4,4	9,0	24.182,4	13,0	9,6	37.879,3	-10.485,6
2014	15.147,4	10,6	9,6	22.369,5	-7,5	9,2	37.516,9	-7.222,1
2015	13.418,1	-11,4	9,3	21.352,0	-4,5	10,3	34.770,1	-7.933,9
2016	13.998,7	4,3	9,8	21.475,0	0,6	10,8	35.472,4	-7.475,1
2017	15.118,9	8,0	9,6	21.302,0	-0,8	9,1	36.420,8	-6.183,0
2018	16.137,4	6,7	9,6	20.407,3	-4,2	9,2	36.544,7	-4.269,9
2019 / (1-9)	**11.457,5**	**-5,0**	**9,1**	**12.907,6**	**-17,1**	**8,7**	**24.365,1**	**-1.450,2**

Ülkemizin yabancı ülkelerle olan ikili ekonomik ve ticari ilişkileri dikkate alındığında, en yoğun ilişkilerin Federal Almanya ile olduğu gözlenmektedir. Almanya 2018 yılında, önceki yıllarda da olduğu gibi, ülkemizin ihracatında birinci sırada yer alırken ithalatımızda Rusya Federasyonu ve Çin'in ardından üçüncü sırayı almıştır.

En büyük ticari ortağımız olan Almanya ile ikili ticaretimiz, istisnai yıllar haricinde sürekli açık vermektedir. 2018 yılı verilerine göre Almanya ile dış ticaret açığımız yaklaşık 4,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Alman firmalarının son yıllarda üretim ve ithalatlarını Merkezi ve Doğu Avrupa ülkelerine kaydırmaları ve bu ülkelere yönelik vergi ve kotaların kaldırılması 2000li yılların başlarında ihracat artışımızda bir yavaşlamaya neden olmakla beraber 2003 yılından itibaren bu ülkeye ihracatımız tekrar artış trendine girmiştir. 2015 yılında küresel ekonomik gelişmeler ve talep gerilemesi nedeniyle ihracatımız 2014 yılına kıyasla %11,4 azalarak 13 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2016 yılında ise ihracatımız bir önceki yıla göre % 4,4 artarak 14 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılı dış ticaret verilerine göre Almanya'ya ihracatımız % 6,8 artarak 16 milyar doların üzerine çıkmıştır.

Almanya'ya ihracatımız % 90 oranında sanayi mamullerinden, yaklaşık %10 oranında tarım ve gıda ürünlerinden oluşmaktadır.

TÜRKİYE'NİN ALMANYA'YA İHRACATINDA BAŞLICA ÜRÜNLER (1.000 $)

GTİP NO	GTİP TANIMI	2016	2017	2018	2017-2018 Değişim %	2018 Pay %
	Genel Toplam	**13.998.653**	**15.118.910**	**16.137.388**	**6,8**	**100,00**
8703	Otomobil, steyşın vagonlar, yarış arabaları	964.161	1.149.870	1.056.317	-8,1	6,5
8708	Kara taşıtları için aksam, parçaları	792.348	868.231	961.091	10,7	6,0
8409	İçten yanmalı, pistonlu motorların aksam-parçaları	988.921	1.023.392	949.113	-7,3	5,9
6109	Tişört, fanila, diğer iç giyim eşyası (örme)	713.732	687.309	646.490	-5,8	4,0
6110	Kazak, süveter, hırka, yelek vb. Eşya (örme)	373.467	456.513	458.515	0,6	2,8
6204	Kadın/kız çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	355.584	371.239	377.634	1,8	2,3
8701	Traktörler	86.081	124.686	371.096	197,6	2,3
8704	Eşya taşımaya mahsus motorlu taşıtlar	352.602	317.014	360.246	13,6	2,2
8702	Toplu halde yolcu taşımağa mahsus motorlu taşıtlar	307.727	342.208	328.879	-3,9	2,0
7113	Kıymetli metaller ve kaplamalarından mücevherci eşyası	111.445	168.938	299.364	77,2	1,9
6302	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet, mutfak bezleri	309.874	301.458	295.196	-2,0	1,8
8528	Televizyon alıcıları, video monitörleri ve projektörler	375.687	415.131	282.134	-32,0	1,7
6104	Kadın/kız çocuk için takım elbise, takım, ceket, pantolon vs. (örme)	237.886	244.763	257.775	5,4	1,6
4011	Kauçuktan yeni dış lastikler	153.955	208.281	238.933	14,7	1,5
2008	Başka yerinde belirtilmeyen meyve ve yenilen diğer bitki parçaları konserveleri	255.311	254.961	237.617	-6,8	1,5
6203	Erkek/erkek çocuk için takım, takım elbise, ceket vs.	214.282	215.777	221.872	2,9	1,4
8716	Taşıtlar için römorklar, yarı römorklar vb. İle	91.880	102.097	221.730	117,2	1,4

TORBALI TİCARET ODASI 1978

8418	Buzdolapları, dondurucular, soğutucular, ısı pompaları	202.314	211.439	220.409	4,3	1,4
6115	Çorap; külotlu, kısa; uzun konçlu, soketler (örme)	224.073	220.652	216.544	-1,7	1,3
8803	Balon, hava gemisi, planör vb. diğer hava taşıtlarının aksam ve parçaları	168.556	209.085	204.011	-2,4	1,3
4016	Vulkanize kauçuktan diğer eşya	187.771	194.177	203.453	4,8	1,3
7604	Alüminyum çubuk ve profiller	131.885	157.454	194.438	23,5	1,2
7318	Demir/çelikten cıvata, somun, tavan halkası, vida, perçin, pim vb.	117.081	145.389	181.919	25,2	1,1

Kaynak: ITC Trademap

9. Ticareti Etkileyen Kültürel Faktörler

Alman iş kültürü, esnekliği çok az olan, sıkı kurallardan oluşmaktadır. Dakiklik, hem iş hayatında hem sosyal hayatta son derece önem verilen bir konudur. İş yaşamının odak noktasını, nesnel/objektif olgular ve görevler oluşturmaktadır.

İşadamları yanlarında bol miktarda kartvizit götürmelidir, çünkü Almanlar kartvizit değiştirmekten çok hoşlanmaktadır. Kartvizitte pozisyon ve konum mutlaka belirtilmelidir. Üniversite derecesi veya sahip olunan bazı özelliklerin de belirtilmesinde fayda vardır. Eğer çalışılan kuruluşun bilinen bir saygınlığı varsa, şirketin kuruluş tarihinin de yazılması uygun olur.

İlk toplantı genellikle ofiste yapılmaktadır. Alman işadamları bu toplantıda firmayı, ürünü ve teklifin değerlendirmesini yapacaktır. Toplantılarda en kıdemli katılımcının hareketlerinin takip edilmesi uygun olacaktır. Nasıl giyinmiş, nasıl hareket ediyor, nasıl oturuyor gibi. Bütün bu davranış biçimlerine uygun olarak davranış biçimi belirlenmelidir. Alman tarafı toplantıya çok iyi hazırlanmış olarak gelecektir. Aynı davranış biçimini de karşı taraftan bekleyecektir.

İş hayatlarında duygu ve hislere asla yer verilmemektedir. Ayrıca yeni fikir ve kavramlara da pek açık değildirler. Aynı organizasyon içinde bile bilginin serbestçe dolaşması uygun görülmemektedir. Alman iş insanı farklı bir şey yapmak konusunda isteksizdir. Toplantılara çok iyi organize olmuş, mantıklı ve dikkatlice planlama yaparak katılınması gerekmektedir. Çok miktarda veri, argüman ve teklifin destekleyici kanıtları ile birlikte götürülmesinde fayda vardır. Herhangi bir konuda yapılacak olan bir abartma tolere edilmemektedir.

Tanıtım malzemesi hazırlığında bulunuluyorsa, Alman işadamlarının parlak reklamlardan, gösterilerden ve hatırlanabilir sloganlardan olumsuz etkilendiklerini unutmamak gerekir. Alman pazarı için hazırlanacak olan broşürlerde ciddi bir renk tonunun olmasına özen gösterilmelidir. Ayrıca uzun detayları da içermesinde de fayda vardır. Ürün ve hizmetler ile ilgili eksiklikleri doğrudan

TORBALI TİCARET ODASI 1978

söyleyeceklerdir. Böyle bir durumda en doğru davranış eksikliklerden dolayı özür dileyerek, en kısa zamanda tamamlanacağının bildirilmesidir.

Kendiliğinden olan hareketler ve esnek davranış biçimleri Alman iş kültüründe yadırganmaktadır. Beyin fırtınası, risk alma ve meydan okuma gibi davranış biçimleri kabul edilmemektedir. Almanlar eleştirilme konusunda çok hassastırlar, bu yüzden onları utandıracak hareketlerden kaçınılmalıdır. Ayrıca toplantılara resmi bir hava vermekten de son derece memnun olurlar. Özel konularla ilgili konuşmaktan pek hoşlanmazlar. Her konuda mantık dahilinde hareket etmektedirler. Kolay kolay hiçbir konuda taviz vermemektedirler. Saldırgan bir davranış içine girmemeye özen gösterilmelidir.

İş toplantıları aşırı derecede ciddiyetle yürütülmektedir. Şaka ve ciddiyetsiz davranışlarda bulunulmamasında fayda vardır. Toplantılarda başkalarının sözü asla kesilmemelidir. Toplantılarla ilgili uzun vadeli planlamalar yapılmalı, kısa, ani ve kendiliğinden oluşan hareketlerden kaçınılmalıdır. Bir toplantı yerinde nereye oturulacağı belirtilene kadar beklemek doğru bir davranış olacaktır.

Alman kültüründe karar verme süreci yavaş sürmektedir, teklifler ciddi bir şekilde incelenmektedir. İlk görüşmelerde birçok kişi ile muhatap olmak zorunda kalınabilir, ancak karar verme sürecinde hiyerarşinin en üst kısmında bulunan kişi son kararı verecektir.

Kontratlar çok ciddi bir biçimde hazırlanmaktadır. Kabul edilen her madde garanti altına alınmaktadır. Ayrıca aynı şekilde kontrat içinde kabul edilen her maddenin yerine getirilmesi beklenmektedir. Alman kültüründe alınan her kural büyük bir ciddiyetle takip edildiğinden, uyulmayan konularda kınanma ile karşı karşıya kalınabilir. Bu yüzden Alman toplumunu şekillendiren kurallara karşı duyarlı ve saygılı olunmasında fayda vardır. Almanlar kararlarını toplantı sırasında verirler, ancak yine de emniyetli bir şekilde davranırlar. Karar bir kez verildikten sonra değişiklikler kolay olmamaktadır.

Öğle yemeği 12.00-13.00 saatleri arasında alınmakta ve iş görüşmeleri için en uygun zaman dilimi olarak düşünülmektedir. Alman iş ortağıyla nasıl bir ilişki içinde olunduğuna bağlı olsa da, genellikle işe yönelik kararlar yemek zamanlarında alınmamaktadır. Ayrıca yemek esnasında da iş ile ilgili konuyu Alman ortağın açması beklenmelidir. "Hofbrau" İngiliz barlarının Alman karşılığıdır. Dışarıda ve içeride oturma yeri olan bu barlar genellikle öğlen saatlerinde açılmaktadır. Bu tür yerler iş görüşmeleri sonrası sosyal aktivitelerin devam ettirileceği uygun mekanlar olarak düşünülebilir.

Alman iş kültüründe zamanında bulunmanın önemini asla unutulmamalıdır. 2 veya 3 dakikalık bir gecikme bile kabalık olarak addedilecektir. Randevular önceden ayarlanmalıdır. Elektronik posta ile alınacak bir randevu için en az bir ay, telefonla alınacak bir randevunun ise en az bir veya iki hafta öncesinden alınmasında fayda vardır. Randevuya gecikilecekse, mutlaka önceden aranmasında fayda vardır. İlaveten uygun sebebin de hazırlanması gerekebilir.

Görüşmeler için en uygun zaman dilimi öğleden önce 11.00-13.00 arası olurken, öğleden sonra ise 15.00-17.00 arasındadır. Randevuların Cuma öğleden sonrasına ayarlanmamasına özen gösterilmelidir, çünkü bazı ofisler Cuma günleri 14.00 veya 15.00den sonra kapanabilir. Randevuların saatinin ve yerinin gereksiz bir şekilde değiştirilmesi kabul görmemektedir.

İlk isimler aile üyelerine aittir. İlaveten Alman iş kültüründe yıllarca birlikte çalışılıp da birbirlerinin ilk isimlerini bilmeyen kişilere rastlamak mümkündür. Profesyonel unvanları olmayan kişilere soyadlarının önüne aşağıda verilen unvanları kullanarak hitap edebilirsiniz. Mr. = " Herr" Mrs. (or Ms.) = "Frau". Dr. Martin Meyer yerine "Herr Doctor Meyer" diye de hitap edilebilmektedir.

TORBALI TİCARET ODASI 1976

Almanya'da bulunulan mevsime uygun giyinilmesi tavsiye edilmektedir. Örneğin yazın çok sıcak, kışın ise aşırı derecede soğuk ve rüzgarlı olabilir. Erkek veya kadın giyiminde resmiyet geçerlidir. Erkekler için koyu renk takım ve kravat, bayanlar için de uygun bluz tercih edilmelidir. Alman iş kültüründe giyim oldukça sade bir tutum içindedir. Koyu takımlar, yumuşak renkli kravatlar ve beyaz gömlek normal kıyafetlerdir. İş kıyafetleri içerisinde haki renkli ve resmi olmayan kıyafetler makbul değildir. Bayanlar için de koyu takım elbise ve beyaz bluzlar normal kıyafetler arasında kabul edilmektedir. Pantolonlu takımlar Alman iş kültüründe yeni kabul görmeye başlamıştır. Ayrıca bayanların çok süslü mücevher takması da hoş karşılanmamaktadır. Havalar çok sıcak olsa bile, kravat ve takımlarını giymeye devam etmektedirler.

10. KAYNAKÇA

T.C. Dışişleri Bakanlığı (http://www.mfa.gov.tr/)

T.C. Ticaret Bakanlığı (http://www.ticaret.gov.tr/)

International Trade Centre (http://www.trademap.org/)

TORBALI TİCARET ODASI 1978