

Überblick zu den deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen

Die Wirtschaftsbeziehungen zu Deutschland nehmen für die Türkei traditionell eine herausragende Stellung ein. Das Handelsvolumen zwischen Deutschland und der Türkei ist in den letzten Jahren auf circa 15 Milliarden Euro gestiegen.¹

Europa verheißt der türkischen Wirtschaft enorme Absatzchancen. „Über 50 Prozent des Außenhandels geht nach Deutschland, das damit Handelspartner Nummer eins der Türkei ist. Geliefert werden vor allem Textilien. Aber auch in anderen Branchen hat die Türkei mächtig zugelegt. Bereits 40 Prozent der Fernsehgeräte, die in der EU verkauft werden, stammen aus der Türkei.“²

Die Bedeutung der bilateralen Wirtschaftsbeziehungen beider Länder nimmt mit einer Steigerungsrate von circa 16% in den Jahren 2002 und 2003 stetig zu. Rund 1.200 deutsche Unternehmen haben bis heute circa 3,5 Milliarden Euro in die Türkei investiert und sind damit die größte Investorengruppe in der Türkei.³

Doch verzeichnet Deutschland nicht nur zunehmende Investitionstätigkeiten von Unternehmen mit Sitz in der Türkei, sondern auch die Zahl der türkischen Unternehmer in Deutschland weist dynamische Steigerungsraten auf.⁴

Inzwischen haben rund 60.000 türkische Unternehmen in Deutschland 7,5 Milliarden Euro investiert und circa 350.000 Arbeitsplätze geschaffen. Insgesamt erwirtschaften sie ein jährliches Umsatzvolumen von 30 Milliarden Euro. Verschiedenen Entwicklungsstudien zufolge werden sich diese Zahlen in den nächsten 10 Jahren verdoppeln.⁵

¹ Vgl. o.V.: Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer, in: http://www.td-ihk.de/de/dienstleist_allgemein.asp, Abruf: 21.06.2004.

² Alexander Bürgin: Deutsch-Türkische Wirtschaftsbeziehungen. Langsamer Abschied vom Döner., Spiegel Online, 27.04.2004, in <http://www.spiegel.de/wirtschaft/0,1518,297174,00.html>, Abruf: 21.06.2004.

³ Vgl. o.V.: Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer, a.a.O. und o.V.: Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland und Europa. 1961-2010, Studie von ATIAD (Verband Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa e.V.) und KPMG, in: media/pdf/turk_kokenli_girisimciler_de.pdf, Abruf: 21.06.2004, S. 18.

⁴ Vgl. o.V.: Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer, a.a.O. und o.V.: Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland und Europa. 1961-2010, Studie von ATIAD (Verband Türkischer Unternehmer und Industrieller in Europa e.V.) und KPMG, in: media/pdf/turk_kokenli_girisimciler_de.pdf, Abruf: 21.06.2004, S. 18.

⁵ Vgl. ebd.

„Auf Grund der engen wirtschaftlichen Verflechtungen der Türkei und Deutschland gibt es sehr viele türkische Existenzgründer, die sich im Bereich Import-Export selbständig machen. Hinzu kommen sehr viele Unternehmen, die bereits mit der Türkei enge wirtschaftliche Kontakte aufweisen. Nach Erfahrung suchen nicht nur türkische Großunternehmen, sondern besonders türkische KMU ein Standbein in Deutschland und treten als Direktinvestoren insbesondere aus dem Bereich Handel - Elektronik, Textilien, Mode, Möbel, Schmuck, Glas, Keramik -, die auch die Nähe zu den Verbrauchern suchen, auf.“⁶

In einer durch den türkischen Unternehmerverband ATIAD gemeinsam mit KPMG durchgeführten Studie werden die deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen übersichtlich in 5 Säulen unterteilt⁷:

- Einen Grundpfeiler bilden die bilateralen Beziehungen, in der wie bereits dargelegt Deutschland den mit Abstand wichtigsten Handelspartner für die Türkei darstellt.
- Die zweite Säule der Wirtschaftsbeziehungen wird durch die deutschen Unternehmen in der Türkei gebildet. Vertreten mit Tochtergesellschaften, Joint-Ventures und Niederlassungen, bilden Sie die größte Investorengruppe in der Türkei. Und auch umgekehrt steht Deutschland an erster Stelle bei den türkischen Auslandsinvestitionen.
- Oftmals haben türkische Firmen aus der Türkei ein Standbein in Deutschland. Die wichtigsten türkischen Konzerne und Banken finden sich alle über Tochtergesellschaften oder Repräsentanzen auch im deutschen Markt wieder.
- Die vierte Säule bei den deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen bilden türkische Firmen aus Deutschland, d.h. Unternehmen, die mit Sitz in Deutschland gegründet wurden. Ihr eigentlicher Kernmarkt und der Fokus ihrer Aktivitäten ist zwar Deutschland, doch bedienen sie sich der Türkei als zweiten Kernmarkt.

⁶ o.V.: Daten, Zahlen, Fakten. Türkische Migranten und Unternehmer als zivile und ökonomische Brücke zur Türkei, in: <http://www.eurokon2003.com/4925.html>, Abruf: 21.06.2004.

⁷ Vgl. o.V.: Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland und Europa. 1961-2010, a.a.O., S. 8.

- Zudem haben sich als fünfte Säule inzwischen auch strategische Allianzen entwickelt, bei denen deutsche Unternehmen die Finanzierung leisten und türkische Unternehmen ihre detaillierten Marktkenntnisse in die Projekte einbringen.

Die Studie bezeichnet die deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen kurz und prägnant als „diversifiziert, dynamisch, mehrdimensional“⁸.

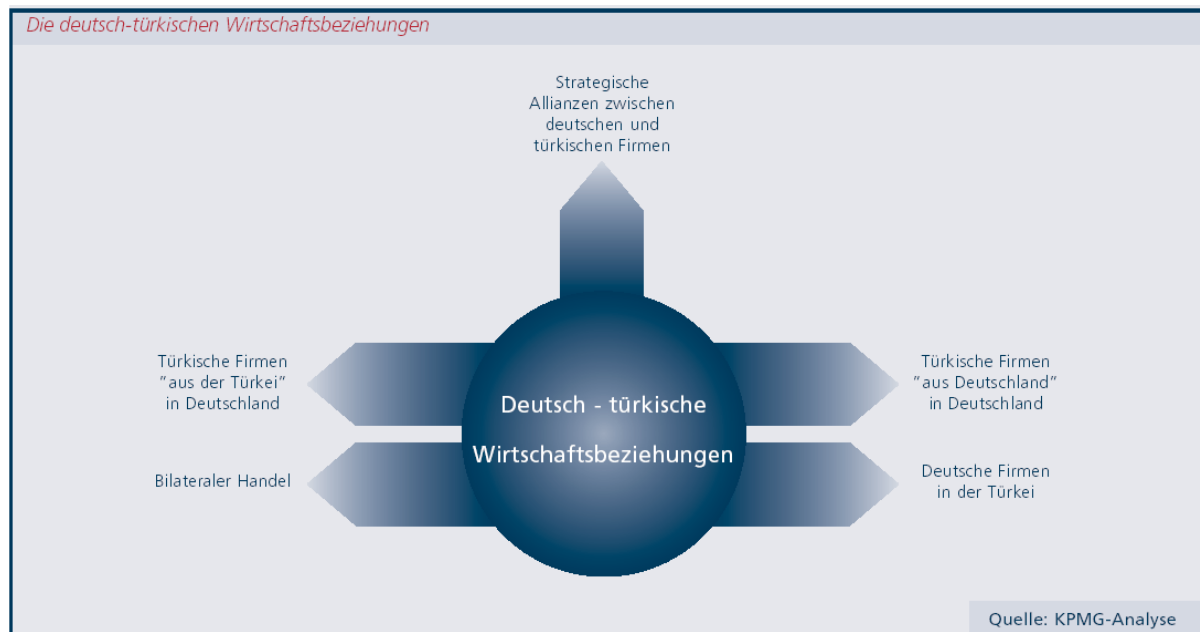


Abbildung: Die deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen⁹

Neben den geschäftlichen Verflechtungen offenbaren sich auch im Bereich der türkischstämmigen Endkonsumenten in Deutschland wichtige Potenziale. In Deutschland leben rund 2,5 Millionen Menschen türkischer Herkunft, womit die Türken mit Abstand die größte Ausländergruppe in Deutschland darstellen.

Sie verfügen über eine Kaufkraft von 17 Milliarden Euro, haben ein deutlich jüngeres Durchschnittsalter als Deutsche, eine positive Einstellung zur Werbung und eine sehr hohe Affinität zu Markenprodukten¹⁰ – Eigenschaften, welche die türkische Zielgruppe zunehmend interessanter für den Werbemarkt werden lassen.

⁸ o.V.: Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland und Europa. 1961-2010, a.a.O., S. 9.

⁹ Quelle: Ebd.

¹⁰ Vgl. o.V.: Türkische Bevölkerung in Deutschland: Das unentdeckte Potenzial!, in: <http://www.turknetmedia.de/de/dermarkt/index.html>, Abruf: 09.06.2004.