ALMANYA FEDERAL CUMHURİYETİ



PLASTİK EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ
PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: 15.05.2026

Raporu Hazırlayan: Hannover Ticaret Ataşeliği

FEDERAL ALMANYA PLASTİK EV VE MUTFAK EŞYALARI SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

İçindekiler

1. Ülke Pazarında Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü 4

1.1. İlgili Sektörde Üretim 4

1.2. Ortalama Üretici Fiyatları....4

1.3. İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler 5

1.4. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi 8

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti....9

2.1. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024 ve 2025)....9

2.2. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024 ve 2025)....10

2.3. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında İthalatı (2024 ve 2025)....11

2.4. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında İhracatı (2024 ve 2025)....11

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar) 12

3.1. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Bin $)....12

3.2. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar ton)....12

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş....13

4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler....13

4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı....14

4.2.1. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri 14

4.2.2. Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar 15

4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler....16

4.4. Sektörde sevk öncesi inceleme zorunluluğu var mıdır? Varsa yetkilendirilmiş gözetim şirketleri hangileridir?....17

4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri....17

4.6. Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi 18

4.7. Sektörde Standartlar ve Tarife Dışı Engeller....19

4.8. Sektörde Etiketleme....20

4.9. Sektörde Ambalajlama....21

4.10. Lojistik....22

4.11. Dağıtım Kanalları 23
4.12. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat) 24
4.12.1. Ülkedeki Pazaryerleri 24
4.12.2. Özel Günler, Bayramlar v.b. 25
4.12.3. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları 25
4.12.4. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri 26
4.12.5. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler 26
4.12.6. E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri 26
4.13. Tanıtım ve Pazarlama 27
4.14. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler 28
4.15. Sektörde Vergiler 28
5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar 28
6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler/Zorluklar 29
7. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler 29
8. Genel Değerlendirme 29
9. Kaynakça ve Yararlı Adresler 31

1. Ülke Pazarında Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektörü

1.1. İlgili Sektörde Üretim

Almanya, Avrupa'nın en büyük plastik üreticisidir. Plastik ev ve mutfak eşyaları üretimi, güçlü sanayi altyapısı ve sıkı regülasyonlar sayesinde yüksek standartlı, sürdürülebilirlik odaklı ve yenilikçi bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır. Bununla beraber, sektörde 2022 yılından itibaren üretim, ciro ve istihdam alanlarında bir gerileme görülmektedir. Bunun başta gelen nedenleri arasında; artan enerji maliyetleri ve hammadde fiyatları yer almaktadır. Çevre dostu politikalar, yenilenebilirlik vurgulu yaklaşım ve politikalar, tüketici davranışlarının bu minvalde değişmeye başlaması, perakende zincirlerinin sürdürülebilir ürün baskısı daralmaya yol açan diğer nedenler olarak sayılabilir.

Almanya Plastik İşleme Endüstrisi Genel Birliği'nin (Der Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie-GKV) 2025 yılı güncel verilerine göre Alman plastik işleme sektörünün yıllık cirosu 2025 yılında bir önceki yıla kıyasla %1,8'lik gerilemeyle yaklaşık 68,2 milyar Avro olmuştur. Sektörün oluşturduğu istihdam bir önceki yıla göre 5.600 azalarak yaklaşık 307.000'e gerilemiştir. Almanya Ekonomi ve Enerji Bakanlığı ve GKV verilerine göre sektörde yaklaşık 3000 işletme faaliyet göstermektedir. [1]

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü, Alman plastik işleme sanayisinin tüketici ürünleri bölümü içerisinde yer almaktadır. Sektör kapsamında; saklama kapları, mutfak gereçleri, sofra eşyaları, organizasyon ürünler, bahçe eşyaları, temizlik ve düzenleme ürünleri, plastik servis ürünleri yer almaktadır.

1.2. Ortalama Üretici Fiyatları

Sektörde yer alan ürünler çok çeşitli alt grup, kalite, segment, kullanım alanı, tasarım özellikleri ve üretim teknolojileri kullanılarak üretildiğinden fiyatları geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Bununla beraber fiyatların genel olarak son yıllarda artış eğiliminde olduğu söylenebilir. Plastik üretimine ilişkin genel veriler değerlendirildiğinde, 2021 baz yılı (2021=100) esas alınarak hesaplanan Üretici Fiyat Endeksi (PPI) verilerine göre, Almanya'da plastik üreticilerinin fiyat endeksi Ekim 2025

[1] https://www.gkv.de/de/service/presse/kunststoffverarbeitung-erneut-im-minus.html

itibarıyla 113,3 seviyesine ulaşmıştır. Bu durum, üretici fiyatlarının 2021 yılı ortalamasına kıyasla yaklaşık %13,3 daha yüksek seyrettiğini göstermektedir.[2]

1.3. İlgili Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Almanya'da plastik sektöründe çatı kuruluş olarak Plastik İşleme Endüstrisi Genel Birliği (Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie-GKV) ön plana çıkmaktadır. 2007 yılında kurulan ve plastik sektörüne ilişkin diğer tüm alt sektörleri bünyesinde barındıran Birlik yaklaşık 3000 firma ve 300.000'i aşkın çalışanı temsil etmektedir. Birliğin kuruluş amacı plastik işleme sanayisini tek bir bünyede toplayarak sektöre ilişkin daha güçlü bir temsil ve koordinasyon sağlamaktır. Merkezi Berlin'de bulunan GKV'ye firmalar bireysel olarak üye olmamakta, sektörel dernekler üye olmaktadır. GKV'nin çatısı altında faaliyet gösteren birlikler şunlardır:

- Yarı Mamul ve Plastik Tüketim Ürünleri Sanayi Birliği (pro-K - Industrieverband Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V.)
- Plastik Ambalaj Sanayicileri Birliği (IK Industrievereinigung Kunststoffverpackungen)
- Güçlendirilmiş Plastik Sanayicileri Birliği (AVK Industrievereinigung Verstärkte Kunststoffe)
- Avrupa PVC Pencere Profilleri ve Yapı Ürünleri Birliği (EPPA Deutschland e.V.)
- Köpük Plastik ve Poliüretan Sanayicileri Birliği (FSK-Fachverband Schaumkunststoffe und Polyurethane e.V.)[3]

GKV üyesi birlikler arasında Plastik Ambalaj Sanayicileri Birliği sektörün büyük kısmını oluşturmaktadır. Bununla beraber, mezkûr birlik ve kuruluşlar arasında tüketici plastik ürünleri sektörünü temsil eden Yarı Mamul ve Plastik Tüketim Ürünleri Sanayi Birliği (pro-K - Industrieverband Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V.) raporun ana konusunu oluşturan plastik ev ve mutfak eşyaları sektörünün temsilcisi olarak değerlendirilmektedir. Birlik ağırlıklı olarak orta büyüklükle üreticilerden oluşmaktadır. Aynı zamanda büyük üreticiler, yarı mamul üreticileri ve işleyicileri de bünyesinde temsil etmektedir. Birlik üyesi firmalar ağırlıklı olarak üretim ve ihracat odaklı faaliyet göstermektedir. Birlik, Avrupa Birliği ve Almanya nezdinde sektörün çıkarlarını savunarak plastikle ilgili yapılan regülasyonlar kapsamında sektörün çıkarlarını

[2] https://tradingeconomics.com/european-union/producer-prices-in-industry-manufacture-of-rubber-plastic-products-eurostat-data.html/
[3] https://www.gkv.de/en/about-us/member-associations.html

savunmaktadır. Aynı zamanda, üyelerine teknik danışmanlık vermekte ve sürdürülebilirlik üzerine çalışmalar yapmaktadır.[4]

GKV bünyesinde faaliyet gösteren birliklerin yanı sıra plastik sektöründe yer alan diğer önemli kuruluşlar arasında Avrupa Plastik Üreticileri Birliği (PlasticsEurope Deutschland) ve Teknik Plastik Ürünler Sanayicileri Birliği (TecPart Verband Technische Kunststoff-Produkte) bulunmaktadır. Avrupa Plastik Üreticileri Birliği (PlasticsEurope Deutschland) Avrupa genelinde faaliyet gösteren PlasticsEurope organizasyonunun Almanya temsilcisi olup plastik sektörünün hammadde üreticilerini temsil etmektedir.[5]

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe faaliyet gösteren önemli yerel firmalara aşağıda yer verilmektedir:

- Koziol: 1927 yılında kurulan şirketin merkezi Hessen eyaletinin Erbach (Odenwald) şehridir. Tüzel adı 'Koziol >> Ideas for friends GmbH'dir. Tasarımından üretimine kadar tüm süreçler Erbach'taki merkezinde gerçekleştirilmektedir. Önde gelen ürünleri arasında mutfak aletleri, masa aksesuarları, çocuk odası ürünleri ve dekoratif saklama kapları gelmektedir. Pazarladığı ürünlerin tasarımlarının kreatif ve farklı renkler içermesi ile dikkat çeken bir markadır.

  Adres: Werner-von-Siemens-Straße 90, 64711 Erbach (Odenwald)/Almanya
  Tel: +49 (0) 6062 6040
  E-posta: info@koziol.de, koziol-shop@koziol.de
  Web-site: https://koziol-shop.de/

- Westmark GmbH: 1956 yılında Hubert Deimel tarafından kurulmuştur. Merkezi Kuzey Ren-Vestfalya eyaletinde bulunan Lennestadt-Elspe'dedir Orta ölçekli ve Almanya'da üretim yapan bir işletme olan şirketin üretiminin büyük kısmını mutfakta kullanılan günlük gereçlerden oluşmaktadır.

  Adres: Bielefelder Straße 125, 57368 Lennestadt-Elspe, Almanya
  Tel: +49 2721 9258-0
  E-posta: info@westmark.de
  Web-site: https://www.westmark.de/

- Rotho Kunststoff AG: 1889 yılında Almanya kökenli olarak kurulan şirketin ana merkezi İsviçre'ye 1981 yılında taşınmıştır. Rotho Kunststoff AG'nin Almanya şirketlerinin

[4] https://www.pro-kunststoff.de/ueber-uns/
[5] https://plasticseurope.org/about-us/

merkezi Baden-Württemgerg eyaletinin Görwihl kasabasındadır. Şirket 1955 yılından itibaren plastik sektöründe faaliyet göstermektedir. Geniş bir yelpazede üretim yapan şirketin başlıca ürünleri arasında saklama kapları, mutfak gereçleri, çamaşır gereçleri, banyo aksesuarları, dosya kutuları yer almaktadır.

Adres: Hauptstraße 84, 79733 Görwihl, Almanya

Tel: +49 (0) 77 54 92 57 20

E-posta: info@rotho.de

Web-site: https://rotho.com/

- Emsa GmbH: EMSA, Avrupa'nın önemli ev gereçleri ve aletleri markalarından biri olarak 1949 yılında Franz Wulf tarafından kurulmuştur. 2016 yılından itibaren merkezi Fransa olan Groupe SEB bünyesinde faaliyet göstermektedir. Emsa GmbH'nın merkezi Kuzey Ren Westfalya eyaletinin Emsdetten kentindedir. Önde gelen ürünleri arasında yemek saklama kapları, termos ve seyahat bardakları, bahçe aksesuarları ve çeşitli mutfak gereçleri gelmektedir.

  Adres: Grevener Damm 215-225, 48282 Emsdetten/Almanya

  Tel: +49 (0) 7331 256 256

  E-posta: contact-de@groupeseb.com, info@emsa.de

  Web-site: https://www.emsa.com/

- Keeeper GmbH: 2009 yılında kurulan şirket, 60 yılı aşkın süredir faaliyet gösteren üretim yapılarının yeniden yapılandırılması ile kurulmuştur. Merkezi Kuzey Ren Vestfalya eyaletinin Hille şehrindedir. Önde gelen ürünleri arasında saklama kapları, mutfak gereçleri, ev-bahçe depolama ürünleri gelmekte olup uygun fiyatlı ve fonksiyonel plastik ev ürünleri ile bilinmektedir. Şirketin, Polonya'da da üretimi bulunmaktadır. Belçika'daki lokasyonunda ise satış/pazarlama faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.

  Adres: Industriehafen 9–25, 32479 Hille/Almanya

  Tel: +49 (0) 5773 801-0

  E-posta: info@keeeper.com

  Web-site: https://www.keeeper.com/

- Lockweiler Plastic Werke GmbH: 1942 yılında Hans Turnwald tarafından kurulan şirketin merkezi Almanya'nın Saarland eyaletinde bulunan Wadern şehridir. Tüketiciye yönelik ev ve mutfak ürünlerinin (ev tipi kovalar, kaseler, karıştırma kapları ve bahçe ürünleri gibi) yanı sıra endüstriyel depolama ürünleri de üretmektedir.

  Adres: Walther-Nothelfer-Straße 2, Industriegebiet West, 66687 Wadern-Lockweiler/Almanya

Tel: +49 (0) 6871 508 – 0

E-posta: info@lockweiler-werke.de

Web-site: https://www.lockweiler-werke.com/

- Gies: Gies markası 1961 yılında Jakob Gies tarafından oluşturulmuştur. Hâlihazırda Novuplast GmbH firmasının bünyesinde faaliyet göstermektedir. Şirketin merkezi Baden-Werttemberg eyaletinin Eppingen şehri 'Gies' markasının üretim tesisleri ise Hessen eyaletinin Hauneck şehrindedir. Önde gelen ürünleri arasında saklama ve dondurma kapları, çatal-bıçaklıklar, fırın ürünleri karıştırma kaseleri gibi ürünler gelmekte olup, orta segmente hitap etmektedir.

  Adres: Döllwiesen 14, 36282 Hauneck/Almanya

  Tel: +49 7262 6101 1000

  E-posta: info@gies.de

  Web-site: https://gies.de/

1.4. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Almanya'da plastik ev ve mutfak eşyaları büyük oranda geniş yayılımlı perakende kanalları üzerinden nihai tüketiciye ulaşmaktadır. Başlıca perakende kanalları arasında büyük ev, yaşam ve mobilya perakende zincirleri (POCO, IKEA, Höffner, Mömax ve XXXLutz), gıda harici indirim market zincirleri (Action, Woolworth ve TEDi), süpermarket zincirleri (Aldi, Rewe, Lidl, Kaufland ve Edeka) ve yapı marketleri (OBI, Bauhaus ve Hornbach) gelmektedir. Bu kanallara ilave olarak e-ticaret platformları üzerinden (Amazon, eBay ve Otto) satışların özellikle pandemi sürecinden sonra sektörel olarak önemi artarak sürmektedir. Uygun fiyatlı, dayanıklı, sürdürülebilir, geri dönüştürülebilir ve yüksek standartlı ürünlere ilişkin üst düzey tüketici beklentileri marka çeşitliliği ile beraber değerlendirildiğinde üreticiler açısından yüksek rekabete neden olmaktadır. Perakende zincirleri arasında private label ürünleri yaygın olarak kullanılmakta olup, bu tip zincirler üretici firmalara siparişlerini doğrudan verebilmektedir.

Perakende satış kanallarının yanı sıra, sektör bünyesinde aynı zamanda B2B ve toptan satış da oldukça yaygındır. Bölgesel distribütörler ve toptancılar üzerinden imalatçı firmalar perakende zincirlerine ürünlerini pazarlamaktadırlar. Aynı zamanda otel ve restoran sektörü de doğrudan üretici firmalar ile çalışabilmektedir. Bununla beraber bu tip işletmeler ve diğer küçük işletmeler Metro AG ve Selgros gibi cash&carry zincirlerinden büyük miktarlarda toptan ürün tedariki sağlamaktadır.

Toptan satış kanalları yüksek miktarda siparişler ve uzun soluklu iş partnerliği gibi unsurlar göz önüne alındığında imalatçı firmalar için önemli satış kanallarındandır.

2. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

2.1. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024 ve 2025)

2025 Yılı				
	Ülke Adı	**İthalat Değeri (Bin $)**	**Miktar (ton)**	**Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	537.527	93.252	38,98%
2	Polonya	145.820	28.992	10,58%
3	Hollanda	116.705	12.639	8,46%
4	İtalya	96.918	20.641	7,03%
5	İsviçre	55.675	7.433	4,04%
6	Macaristan	52.158	4.901	3,78%
7	**Türkiye**	47.649	9.443	3,46%
8	Çekya	42.752	7.964	3,10%
9	Fransa	29.422	3.987	2,13%
10	Avusturya	25.153	2.759	1,82%
	DÜNYA TOPLAM	1.378.808	226.259	100,00%
2024 Yılı				
	Ülke Adı	**İthalat Değeri (Bin $)**	**Miktar (ton)**	**Oran** (%) (İthalat Değeri/Toplam İthalat)
1	Çin	456.081	74.700	36,59%
2	Polonya	129.544	28.379	10,39%
3	Hollanda	118.372	11.907	9,50%
4	İtalya	89.527	19.047	7,18%
5	İsviçre	57.547	8.145	4,62%
6	Macaristan	49.391	4.701	3,96%
7	**Türkiye**	42.304	8.698	3,39%
8	Belçika	35.732	5.922	2,87%
9	Fransa	26.086	2.977	2,09%
10	ABD	23.529	1.262	1,89%
	DÜNYA TOPLAM	1.246.581	199.386	100,00%

2.2. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke (2024 ve 2025)

2025 Yılı				
	Ülke Adı	**İhracat Değeri (Bin $)**	**Miktar (ton)**	**Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Fransa	112.727	11.678	12,3%
2	Polonya	98.960	11.678	10,8%
3	Avusturya	89.816	11.210	9,8%
4	Hollanda	81.308	12.569	8,9%
5	İsviçre	62.818	7.890	6,9%
6	İspanya	53.045	5.671	5,8%
7	Çekya	45.747	5.748	5,0%
8	İtalya	45.120	4.224	4,9%
9	Birleşik Krallık	40.603	6.099	4,4%
10	Belçika	36.742	5.817	4,0%
28	**Türkiye**	**4.709**	398	**0,5%**
	DÜNYA TOPLAM	913.909	105.208	100,00%
2024 Yılı				
	Ülke Adı	**İhracat Değeri (Bin $)**	**Miktar (ton)**	**Oran** (%) (İhracat Değeri/Toplam İhracat)
1	Fransa	109.221	11.771	12,37%
2	Polonya	90.755	11.811	10,28%
3	Hollanda	88.065	14.037	9,97%
4	Avusturya	85.995	8.469	9,74%
5	İsviçre	60.402	7.789	6,84%
6	İspanya	49.156	5.101	5,57%
7	Birleşik Krallık	42.193	6.493	4,78%
8	İtalya	40.860	4.296	4,63%
9	Çekya	39.656	5.380	4,49%
10	Belçika	33.373	5.352	3,78%
27	**Türkiye**	4.264	312	0,48%
	DÜNYA TOPLAM	883.215	106.639	100,00%

2.3. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında İthalatı (2024 ve 2025)

2025 Yılı				
Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin $)	Türkiye'den İthalatı (Bin $)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
392490	Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası	695.809	23.252	3,34%
392410	Plastikten sofra ve mutfak eşyası	682.999	24.397	3,57%
2024 Yılı				
Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İthalat Değeri (Bin $)	Türkiye'den İthalatı (Bin $)	Türkiye'den İthalatının Payı (%)
392490	Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası	637.936	17.075	2,68%
392410	Plastikten sofra ve mutfak eşyası	608.643	25.229	4,15%

2.4. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında İhracatı (2024 ve 2025)

2025 Yılı				
Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin $)	Türkiye'ye İhracatı (Bin $)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
392490	Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası	507.137	3.513	0,69%
392410	Plastikten sofra ve mutfak eşyası	406.772	1.196	0,29%
2024 Yılı				
Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	İhracat Değeri (Bin $)	Türkiye'ye İhracatı (Bin $)	Türkiye'ye İhracatının Payı (%)
392490	Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası	483.328	3.395	0,7%
392410	Plastikten sofra ve mutfak eşyası	399.898	869	0,22%

3. Sektörde Ülkemizden İhracat (Değer ve Miktar)

3.1. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Bin $)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	392410	Plastikten sofra ve mutfak eşyası	12.295	16.128	22.103	26.840	25.231	24.397
2	392490	Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası	6.197	5.824	9.034	15.127	17.076	23.252
	TOPLAM		**18.492**	**21.952**	**31.137**	**41.967**	**42.307**	**47.649**

3.2. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar ton)

	Gümrük Tarife Kodu (6 Basamaklı)	Ürün Adı	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1	392410	Plastikten sofra ve mutfak eşyası	2.804	3.638	4.275	5.297	4.985	4.675
2	392490	Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası	1.280	1.181	1.877	3.216	3.803	4.768
	TOPLAM		**4.084**	**4.819**	**6.152**	**8.513**	**8.698**	**9.443**

İşbu rapora ilişkin istatistiklerin hazırlanmasında dörtlü tarife bazında 3924 (Plastikten sofra eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve sağlık veya tuvalet eşyası) ve bunun altılı tarife bazında alt kırılımları olan 3924.10 (Plastikten sofra ve mutfak eşyası) ve 3924.90 (Plastikten diğer ev eşyaları ve hijyen eşyası) GTİP kodları kullanılmıştır. Kodların on ikili tarife bazında alt kırılımları ise şöyledir:

- 3924: Plastikten sofra eşyası, mutfak eşyası, diğer ev eşyası ve sağlık veya tuvalet eşyası
  - 3924.10: Sofra ve mutfak eşyası

    <u>Silikondan:</u>

    - 3924.10.00.00.21: Biberonlar
    - 3924.10.00.00.22: Alıştırma bardakları
    - 3924.10.00.00.23 Diğerleri:

    <u>Diğerleri:</u>

        - 3924.10.00.00.31: Biberonlar
        - 3924.10.00.00.32: Alıştırma bardakları
        - 3924.10.00.00.39: Diğerleri
    - 3924.90: Diğerleri ve hijyen eşyası
        - 3924.90.00.00.11: Emzikli biberon başlıkları
        - 3924.90.00.00.13: Çöp kovaları
        - 3924.90.00.00.19: Diğerleri

İstatistiksel verilerin hazırlanmasında Almanya Federal İstatistik Ofisi'nden (DESTATIS) (https://www-genesis.destatis.de/datenbank/online/) ve International Trade Center veri tabanından (https://www.trademap.org/) alınan bilgiler kullanılmıştır.

4. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

4.1. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü için Almanya'da hedef bölgeler seçilirken; sanayinin gelişmişlik düzeyi, perakende sektörünün yoğunluğu, lojistik konum ve altyapısı, nüfus yoğunluğu ve satın alma gücü gibi faktörler önemlidir.

Almanya'da yer alan eyaletler bu kriterler bakımından incelendiğinde aşağıda belirtilen eyaletlerin hedef bölgeler olarak seçilmesinde fayda olacağı değerlendirilmektedir:

- Kuzey Ren Vestfalya: Almanya'nın 18 milyonu aşkın nüfusuyla en kalabalık ve toplam gayrı safi yurt içi hasıla miktarı olarak en büyük eyaletidir. Sanayi altyapısı gelişmiş olan eyalette Köln, Düsseldorf, Dortmund, Essen, Duisburg ve Bochum gibi önemli sanayi merkezleri, perakende sektörünün gelişmiş olduğu şehirleri, tedarik merkezleri ve tüketim pazarları bulunmaktadır. Market zincirlerinin bu eyalette güçlü dağıtım ağları bulunmaktadır. Almanya'da Türk nüfusunun en yoğun bulunduğu eyaletlerdendir.
- Bavyera: Almanya'nın yüzölçümü bakımından en büyük ve toplam gayrı safi yurt içi hasıla miktarı olarak ikinci büyük eyaletidir. Yüksek gelir seviyesi ve satın alma gücüyle ön plana çıkmaktadır. Sanayinin gelişmiş olduğu Bavyera eyaleti lojistik bakımından oldukça elverişli bir konumda yer almaktadır. En büyük şehri olan eyalet başkenti Münih'in yanı sıra, Nürnberg önde gelen lojistik ve ticaret merkezlerindendir.

- Baden-Württemberg: Almanya'nın en çok ihracat yapan eyaleti olarak güçlü sanayisiyle çıkmaktadır. Satın alma gücünün yüksek olduğu eyalet, lojistik bağlantılar bakımından stratejik bir konumda yer almaktadır.
- Aşağı Saksonya: Almanya içi merkezi konumu ve maliyetler göz önüne alındığında lojistik açıdan önemli bir eyalettir. Üretim yatırımları ve dağıtım ağı konularında diğer eyaletlere oranla uygun bir alternatif oluşturabilecek bu eyaletin başkenti Hannover, bünyesindeki 394.000 m2'lik fuar alanı ile Avrupa'nın zirvesindedir. Bunun yanı sıra, eyalet bünyesinde yer alan Wilhelmshaven limanı, yakın konumda olan Hamburg limanı ve Bremen eyaleti bünyesinde yer aşan Bremerhaven limanı lojistik açıdan Aşağı Saksonya eyaletine oldukça yakın konumda yer almaktadır.

Bu eyaletlerin yanı sıra; gelişmiş sanayisi ve sektörün Almanya'daki en önemli fuarı olan Ambiente Fuarına ev sahipliği ile Hessen eyaletinde yer alan ve Almanya'nın en önemli ekonomi, finans, ticaret, fuarcılık, ulaşım ve lojistik merkezlerinden olan Frankfurt am Main sektör açısından önemli bir merkezdir. Ayrıca, büyük tüketici pazarı ve güçlü e-ticaret satışlarıyla Almanya'nın en büyük şehri ve aynı zamanda şehir-eyalet olan federal başkent Berlin hedef şehirlerdendir. Almanya'nın en büyük ikinci şehri olan, şehir-eyalet, önemli limanı, lojistik açıdan stratejik konumda bulunan, yüksek alım gücü ve yaşam standartlarıyla Hamburg da önemli hedef pazarlardandır.

4.2. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

4.2.1.İlgili Oda/Birlik/Dernek/STK'lar ve İletişim Bilgileri

Almanya'da plastik sektöründe faaliyet gösteren ilgili meslek kuruluşlarından, plastik ev ve mutfak eşyaları alt sektörüyle ilgili olanlarına ilişkin ve sektör çatı kuruluşunun iletişim bilgilerine aşağıda yer verilmektedir:

- Plastik İşleme Endüstrisi Genel Birliği (Gesamtverband Kunststoffverarbeitende Industrie-GKV): Almanya'da plastik işleme sektörünün çatı kuruluşudur.

  Adres: Mainzer Landstraße 55, 60329 Frankfurt am Main/Almanya
  Telefon: +49 69 271053-0
  E-posta: info@gkv.de
  Web-site: https://www.gkv.de/

- Yarı Mamul ve Plastik Tüketim Ürünleri Sanayi Birliği (pro-K - Industrieverband Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V.): GKV çatısı altında faaliyet gösteren birlik tüketim malları üreten firmaların oluşturduğu birliktir.

  Adres: Kaiser-Friedrich-Promenade 43, 61348 Bad Homburg v.d. Höhe

  Telefon: +49 6172 9266-0

  E-posta: info@pro-k-kunststoff.de

  Web-site: https://www.pro-k-kunststoff.de/

- Alman Perakende Birliği (Handelsverband Deutschland-HDE): Almanya perakende sektörünün çatı kuruluşudur. Tüm perakende sektörünü kapsayan birlik plastik ev ve mutfak eşyaları sektörünün perakende yönü göz önüne alındığında ilgili bir kuruluştur.

  Adres: Am Weidamm 1A, 10117 Berlin/Almanya

  Telefon: +49 30 726250-0

  E-posta: hde@einzelhandel.de

  Web-site: https://www.einzelhandel.de/

- Alman Hırdavat ve Gereçleri Ticaret Birliği (Zentralverband Hartwarenhandel-ZHH): Almanya'da hırdavat sektöründe faaliyet gösteren perakendeci ve toptancıların çatı örgütüdür.

  Adres: Eichendorffsstraße 3, 40474 Düsseldorf/Almanya

  Telefon: +49 211 47050-0

  E-posta: zhh@zhh.de

  Web-site: https://www.zhh.de/

- Alman Kesici ve Ev Eşyaları Sanayi Birliği (Industrieverband Schneid- und Haushaltwaren-IVSH): Almanya'da kesici aletler (bıçak, makas vb.) ve ev eşyaları üreticilerinin çatı örgütüdür.

  Adres: Neuenhofer Straße 24, 42657 Solingen/Almanya

  Telefon: +49 212 22673-0

  E-posta: info@ivsh.de

  Web-site: https://www.ivsh.de/

4.2.2.Varsa İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

- Wer liefert was - WLW (https://www.wlw.de/): Almanya'nın en büyük B2B platformlarından birisi olup 600.000'i aşkın firmayı bünyesinde toplamaktadır. İlgili

sektörlerde faaliyet gösteren firmaların iletişim bilgilerine platform üzerinden erişim sağlanabilmektedir.

- Wer-zu-wem (https://www.wer-zu-wem.de/): Almanya merkezli bir firma veri tabanı ve rehberi platfomudur. Büyük şirketler, zincirler, hizmet sağlayıcılar ve distibütörler de dahil olmak üzere şirketlere ilişkin bilgilere ulaşılabilmektedir.
- Europapages (https://www.europages.de/): Avrupa'nın en büyük B2B firma veri tabanlarından birisi olup, Avrupa genelinde yaklaşık 3 milyon işletme portala kayıtlıdır. Portal üzerinden; üretici, hizmet sağlayıcı, toptancı, tedarikçi ve hizmet sağlayıcı firma bilgilerine erişim sağlanabilmesi mümkündür.
- Kompass (https://de.kompass.com/): 70'ten fazla ülkede faaliyet gösteren ve dünyanın önde gelen küresel B2B platformlarından birisidir. İthalatçı, üretici, toptancı ve distribütör firmalara ilişkin bilgiler sunmaktadır.

4.3. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

Türkiye ile Avrupa Birliği arasında yürürlükte olan Gümrük Birliği kapsamında sanayi ürünleri ve işlenmiş tarım ürünleri gümrük vergisiz olarak Türkiye'den Almanya'ya ihraç edilebilmektedir. Plastik ev ve mutfak eşyaları da bu kapsamda gümrük vergisiz olarak Almanya'ya ihraç edilebilmekte olup, gümrük vergisi muafiyetinden yararlanılabilmesi için A.TR. Dolaşım Belgesi'nin ihracat sürecinde ibraz edilmesi gereklidir. Bununla beraber AB pazarına ihracatta genel olarak şu belgelerin sunulması gereklidir: ticari fatura, çeki listesi, gümrük beyannamesi ve taşıma belgesi.[6]

Almanya'ya plastik ev ve mutfak eşyaları ihracında temel belgelerin yanı sıra ürün güvenliği ve teknik mevzuata ilişkin uygunluk belgelerine de ihtiyaç duyulmaktadır. Gıda ile temas eden plastik ürünlerde AB Komisyonu'nun 14 Ocak 2011 tarihli ve 10/2011 sayılı Gıda ile Temas Eden Plastik Malzemeler ve Eşyalar hakkında Tüzüğü[7] kapsamında Uygunluk Beyanı (Declaration of Compliance - DoC) belgesinin düzenlenmesi gereklidir. Belge içeriğinde ürün tanımı, üretici bilgileri, kullanılan materyaller, uyumlu olunan AB mevzuatı, test bilgileri, kullanım koşulları, beyan tarihi ve beyanı imzalayan yetkilinin bilgileri yer almalıdır. Bununla beraber, gıda ile temas eden plastik ürünlerde ürünün insan sağlığı açısından zararlı madde içermediğini ve ürünlerden gıdaya zararlı maddelerin geçmediğinin kanıtlanması için laboratuvar test raporlarına ihtiyaç duyulmaktadır. İlave olarak AB pazarına ihraç edilen ürünlerin 1907/2006 sayılı ve 1 Haziran 2007'den itibaren yürürlükte olan REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) Tüzüğü'nde

[6] https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/customs-clearance-documents-and-procedures
[7] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011R0010

belirtilen zararlı kimyasalları yasal limitlerin üzerinde içermediğini kanıtlayan REACH uygunluk beyanları ile bu beyanı destekleyen çeşitli kimyasal analiz ve laboratuvar test raporlarına ihtiyaç duyulmaktadır.[8]

Almanya'da gıda, gıda ile temas eden malzemelerin güvenliğini düzenleyen LFGB (Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch) Yasası yürürlüktedir. Düzenleme kapsamında ilgili ürünlerin genel ve spesifik migrasyon, ağır metal analizleri, tat/koku değerlendirmesi ve malzeme analizinin yapıldığı test raporlarına ihtiyaç duyulmaktadır.[9] Almanya'da LFGB uyumuna yönelik testler TÜV, SGS ve Intertek benzeri akredite kuruluşlar tarafından yapılabilmektedir.

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

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe, Türkiye'den Almanya'ya ihracatta genel bir sevk öncesi inceleme zorunluluğu bulunmamaktadır. Bununla beraber ihraç edilecek ürünlerin AB ve Almanya'nın ürün güvenliği mevzuatına ve piyasa gözetim sistemine uygun olması gerekmektedir.

4.5. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe, Almanya'da düzenlenen en büyük ve önemli fuar her yıl Frankfurt am Main şehrinde Messe Frankfurt Exhibition GmbH tarafından düzenlenen 'Ambiente' fuarıdır. Fuar Bakanlığımızca bireysel katılımı düzenlenen bir fuar olmasının yanı sıra, ülkemizin uzun yıllardır milli katılımı da yine Bakanlığımızca desteklenmekte ve milli katılım organizasyonu İstanbul Demir ve Demir Dışı Metaller İhracatçı Birlikleri (İDDMİB) Genel Sekreterliği tarafından organize edilmektedir. Dünyanın en büyük tüketici ürünleri fuarı olan Ambiente kapsamında plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü firmalarınca mutfak ürünleri, saklama kapları, ev eşyaları, dekoratif ev ürünleri ve yemek takımları sergilenmektedir. Her yıl Ocak sonu, Şubat başlarında düzenlenen Ambiente Fuarı gelecek yıl 29 Ocak-2 Şubat 2027 tarihlerinde düzenlenecektir.[10]

Almanya'nın Hamburg şehrinde Messe Frankfurt Exhibition GmbH organizatörlüğünde yılda iki kez kış ve yaz dönemlerinde ayrı ayrı düzenlenen 'Nordstil' fuarı önemli bir tüketici ürünleri ve ev yaşam

[8] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1907
[9] https://www.gesetze-im-internet.de/lfgb/
[10] https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html

fuarıdır. Fuar kapsamında mutfak aksesuarları, dekorasyon ve ev gereçleri gibi ürünler sergilenmektedir.[11] Fuarın bireysel katılımı Bakanlığımızca desteklenmektedir.

Bahçecilik ve peyzaj sektöründe her yıl Kölnmesse GmbH tarafından Almanya'nın Köln şehrinde düzenlenen 'Spoga+Gafa' fuarı plastik ev ve mutfak eşyaları sektörünün bahçe ile ilgili kısımları için uygun bir fuardır. Fuarın bireysel katılımı Bakanlığımızca desteklenmektedir. Fuar son dönemlerde her yıl haziran ayında düzenlenmekte iken 2027 yılından itibaren her yıl eylül ayında düzenlenecektir. Gelecek yıl 7-9 Eylül 2027 tarihlerinde düzenlenmesi planlanmaktadır.[12]

Almanya'nın Münih şehrinde Trendset GmbH tarafından yılda iki kez kış ve yaz dönemlerinde ayrı ayrı düzenlenen 'Trendset' fuarı önemli bir dekorasyon, yaşam tarzı, hediyelik eşya, mutfak gereçleri ve dekorasyon fuarıdır.[13] Fuarın bireysel katılımı Bakanlığımızca desteklenmektedir.

4.6. Ülkenin, Ülkemiz ve Diğer Ülkelerle STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları Hakkında Bilgi

Almanya, Avrupa Birliği'nin (AB) 27 üyesinden birisidir. Türkiye ile AB arasında 1 Ocak 1996 tarihinde yürürlüğe giren Gümrük Birliği, sanayi ürünleri ile işlenmiş tarım ürünlerini kapsamaktadır. İşlenmemiş tarım ürünleri Gümrük Birliği kapsamında yer almamaktadır.[14] Sektörün konusunu oluşturan plastik ev ve mutfak eşyaları Gümrük Birliği kapsamında bulunmaktadır. Bir diğer ifadeyle, Türk menşeli plastik ev ve mutfak eşyaları ilgili düzenlemelere uyulması kaydıyla Almanya'ya gümrük vergisiz olarak ihraç edilebilmektedir.

Bir AB üyesi olarak Almanya, Almanya'nın taraf olduğu tüm STA/Tercihli Ticaret Anlaşmalarına dahil bulunmaktadır. AB'nin hâlihazırda yürürlükte olan STA/Tercihli Ticaret Anlaşmaları hakkında bilgiye aşağıda yer alan bağlantıdan erişim sağlanabilmektedir:

https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/negotiations-and-agreements_en/

[11] https://nordstil.messefrankfurt.com/hamburg/de.html
[12] https://www.spogagafa.de/
[13] https://messe-muenchen.de/en/events/trendset-sommer-2026.html
[14] https://www.ab.gov.tr/gumruk-birligi_46234.html

4.7. Sektörde Standartlar ve Tarife Dışı Engeller

Almanya, plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe dünyanın yüksek standartlı pazarlarından birisidir. Bu standartların bir kısmı AB'nin genel düzenlemelerinden kaynaklanmakta, bir kısmı ise Almanya'nın iç düzenlemeleri kapsamında yer almaktadır. Sektöre ilişkin tarife dışı engeller de bu standartlar nedeniyle oluşmakta olup, Almanya'ya ihracat yapacak firmalar için ilave masraflara neden olabilmektedir.

AB genelinde 2007 yılından itibaren yürürlükte bulunan 1907/2006 sayılı REACH Tüzüğü (açılımı: Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemical ve Türkçesi: Kimyasalların Kaydı, Değerlendirilmesi, İzni ve Kısıtlanması) plastik ürünlerinin güvenliği, insan sağlığa uygunluğu ve kimyasal içerikleri bakımından üreticilere standartlar getirmekte olup, bu tüzüğe uygunluğun teyidi amacıyla yapılan laboratuvar testleri ilave maliyetler oluşturmaktadır. İlaveten, sektörde faaliyet gösteren üretici ve ihracatçılar mezkûr düzenlemeye ürünlerinin uygun olduğuna dair uygunluk beyanları sunmaktadır.[15]

Almanya'da 2005 yılından bu yana LFGB (Açılımı: Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch ve Türkçesi: Gıda, Tüketim Ürünleri ve Yem Kanunu) Yasası yürürlüktedir. Düzenleme kapsamında gıda, gıda ile temas eden malzemelerin güvenliği düzenlenmektedir.[16] AB genelinde 2004 yılından itibaren yürürlükte olan ve 1935/2004 sayılı gıda ile temas eden maddelerle ilgili Tüzük (Regulation (EC) No 1935/2004 of the European Parliament and of the Council on materials and articles intended to come into contact with food)[17] ve 2011 yılından itibaren yürürlükte olan 10/2011 sayılı plastik gıda temasıyla ilgili Tüzük (Commission Regulation (EU) No 10/2011 on plastic materials and articles intended to come into contact with food)[18] ile uyumlu olan LFGB, bu tüzüklerden daha kapsamlı düzenlemeler içermektedir. Bu kapsamda, gıda ile temas eden plastik ürünlerinin yasaya uygunluğuna dair test raporlarına ihtiyaç duyulmaktadır.

2004 yılından itibaren Almanya'da yürürlükte bulunan Einwegkunststofffondsgesetz (EWKFondsG) (Türkçesi: Tek Kullanımlık Plastik Fonu Yasası) uyarınca tek sefer kullanılabilir plastik ürünlerine ilişkin ek mali yükümlülükler bulunmaktadır. Yasa kapsamında değerlendirilen tek kullanımlık

[15] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1907
[16] https://www.gesetze-im-internet.de/lfgb/
[17] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R1935
[18] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R0010

plastik ürünlere ilişkin olarak her bir ürün için özel bir hesaplama yoluyla fon için Almanya özelinde ilave bir ücrete neden olmaktadır.[19]

4.8. Sektörde Etiketleme

Almanya'da plastik ev ve mutfak eşyası sektöründeki ürünler açısından etiketleme bir tanıtım unsuru olmasının yanı sıra bir yükümlülüktür. Etiketlemeye ilişkin yasal mevzuat birden fazla düzenleme kapsamında şekillenmektedir. Bu düzenlemeler şunlardır: 1935/2004 sayılı gıda ile temas eden maddelerle ilgili AB Tüzüğü[20], 10/2011 sayılı plastik gıda temasıyla ilgili AB Tüzüğü[21], Alman LFGB Yasası (Açılımı: Lebensmittel-, Bedarfsgegenstände- und Futtermittelgesetzbuch ve Türkçesi: Gıda, Tüketim Ürünleri ve Yem Kanunu)[22], ambalajlara ilişkin Alman Verpackungsgesetz Yasası[23], genel ürün güvenliğine ilişkin 2023/988 sayılı AB Tüzüğü[24].

Bahse konu düzenlemeler uyarınca Almanya'da piyasaya arz edilen plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründeki ürünlerin üzerinde aşağıdaki bilgilerin yer alması gerekmektedir:

- Üretici/ithalatçı bilgileri (ad, adres ve iletişim bilgileri)
- Menşe bilgisi
- Ürün tanımı ve malzeme bilgisi
- Gıda teması işareti (gıda ile temas eden ürünler için)
- Kullanım talimatları
- Güvenlik uyarıları (özel risk taşıyan ürünlerde)
- Lot/parti/seri numarası
- Sıcaklık ve kullanım limitleri
- Geri dönüşüm ve çevre işaretleri

Bununla beraber Alman EWKKennzV Yönetmeliği (Açılımı: Einwegkunststoffkennzeichnungsverordnung ve Türkçesi: Tek Kullanımlık Plastik Ürünler Etiketleme Yönetmeliği) uyarınca tek kullanımlık plastik ürünlere ilişkin etikette ürünün plastik

[19] https://www.gesetze-im-internet.de/ewkfondsg/BJNR07C0B0023.html
[20] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R1935
[21] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R0010
[22] https://www.gesetze-im-internet.de/lfgb/
[23] https://www.gesetze-im-internet.de/verpackg/
[24] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32023R0988

içerdiğine, çevreye uygunsuz bırakılması halinde olumsuz çevresel etkilere neden olabileceğine dair standart bilgilere yer verilmesi gerekmektedir. [25]

Almanya pazarında piyasaya sunulan ürünler için etikette Almanca dilinin kullanımı büyük önem taşımakta olup, ürün etiketinin muhteviyatında Almanca bilgiler yer almalıdır.

4.9. Sektörde Ambalajlama

Almanya'da 2019 yılından itibaren ambalajlara ilişkin Alman VerpackG (Verpackungsgesetz) Yasası yürürlüktedir. Yasanın temel amacı ambalajların çevreye verdiği zararı minimuma indirmektir. Mezkûr yasa kapsamında Almanya'da piyasaya ambalajlı ürün süren şirketlerin, Almanya'daki ambalajlı ürünler için ulusal kayıt sistemi olan LUCID veri tabanına kayıt olmaları gerekmektedir. Bu bağlamda şirketlerin ambalaj miktarlarını raporlaması ve geri dönüşüm maliyetlerine katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

Alman VerpackG Yasası, AB'nin 1994 yılından bu yana yürürlükte olan ambalaj ve ambalaj atıkları ile ilgili 94/62/EC sayılı Direktifi (Directive 94/62/EC of the European Parliament and Council of 20 December 1994 on packaging and packaging waste) ile uyumluluk göstermektedir. Bununla beraber, mezkûr AB Direktifi kabul edilen 2025/40 sayılı AB Tüzüğü ile yürürlükten kalkmaktadır. 19 Aralık 2024 tarihinde kabul edilen ve 12 Ağustos 2026 tarihinden itibaren uygulanacak olan ambalaj ve ambalaj atıklarına ilişkin 2025/40 sayılı AB Tüzüğü (Regulation (EU) 2025/40 of the European Parliament and of the Council of 19 December 2024 on packaging and packaging waste, amending Regulation (EU) 2019/1020 and Directive (EU) 2019/904, and repealing Directive 94/62/EC) Almanya'da doğrudan uygulanmaya başlayacaktır.

Yeni AB Tüzüğü ambalajlamaya ilişkin bazı ilave düzenlemeler içermektedir. Bunlar arasında ambalajların büyük ölçekli geri dönüşüme uygun olarak tasarlanması, belirli oranlarda geri dönüştürülmüş içerik kullanılması, gereksiz hacim kullanımının azaltılması, yeniden kullanılabilir sistemler ve dijital etiketleme uygulamaları bulunmaktadır. Düzenleme ile beraber üreticinin sorumluluğunun artırılması hedeflenmektedir. [26]

[25] https://www.gesetze-im-internet.de/ewkkennzv/
[26] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:L_202500040

4.10. Lojistik

Almanya'nın Avrupa'nın ortasında bulunan coğrafi konumu ve lojistik bağlamında gelişmiş altyapısı lojistik operasyonlarının güçlü bir şekilde yürütülmesine olanak sağlamaktadır. Ülkenin sahip olduğu geniş yayılımlı ve modern kara yolu ağı, büyük ve etkin limanları ve depolama sektöründe sunduğu olanaklar güçlü altyapısının temel yapı taşlarıdır. Dünya Bankası tarafından ülkelerin mevcut durum ve düzeylerini mukayeseli olarak inceleyen Lojistik Performansı Endeksi (LPI) 2023 yılı sıralamasında Almanya dünyada 3. sırada yer almıştır.[27]

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe üretilen ürünler genel olarak düşük birim değerli, hafif, üretim amacına bağlı olarak yer kaplayabilen (bahçe ve ev dekorasyonu vb.) özelliklere sahiptir. Bu kapsamda; depolama ve nakliye süreçlerinde düşük maliyet, büyük miktarlarda taşıma ve depolama-stoklama kapasitesi, e-ticaretteki yükselişle paralel olarak gelişmiş fulfillment operasyon olanakları ve hızlı dağıtım süreçleri önem arz etmektedir. Almanya, sektör için Avrupa'nın önde gelen lojistik merkezlerinden birisidir.

Sektörde en çok tercih edilen taşıma türleri sırasıyla; karayolu, denizyolu, demiryolu ve havayolu taşımacılığıdır. Karayolu taşımacılığı, Almanya ve AB içi nakliye süreçlerinde en yaygın kullanılan taşıma yöntemidir. Almanya'nın sahip olduğu gelişmiş ve yaygın otoyol ağı, nakliye süreçlerini kolaylaştırıcı bir unsurdur. Ürünlerin uzak mesafeli dış ticaretine imkân sağlayan denizyolu taşımacılığında, Almanya'nın kuzey sahil şeridinde yer alan Hamburg, Bremerhaven ve Wilhelmshaven limanları sıklıkla kullanılmaktadır. Özellikle Hamburg limanı sektör açısından en büyük dış ticaret kapılarındandır. Hollanda'nın Rotterdam limanı da bu kapsamda Almanya'ya yakınlığı itibariyle tercih nedenidir. Demiryolu taşımacılığı ise, Avrupa içinde özellikle Doğu Avrupa pazarı ile yapılan ticarette uzun ağır yüklerde uygun maliyetli bir alternatif olarak öne çıkmaktadır. Havayolu taşımacılığı ise en az başvurulan taşıma modu olarak sıralamada yerini almaktadır.

Nakliye süreleri incelendiğinde, Almanya içi nakliyede karayolu taşımacılığında teslim süresi genellikle 1-3 iş günü, AB ülkeleri için taşımacılıkta ise 2-7 gün arasında değişiklik göstermektedir. Türkiye'den Almanya'ya yapılan taşımalarda transit süresi genel olarak 4-8 gün arasında gerçekleşmektedir. Denizyolu taşımacılığında süreye varış noktası etki ettiğinden teslim süresi için daha uzun bir zaman periyoduna ihtiyaç duyulmaktadır.

[27] https://statranker.org/economy/top-10-countries-by-logistics-performance-2025/

4.11. Dağıtım Kanalları

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü Almanya'da çeşitli dağıtım kanallarına sahiptir. Ürünlerin; büyük ev, yaşam ve mobilya perakende zincirleri, gıda harici indirim market zincirleri, süpermarket zincirleri, e-ticaret platformları, dijital satış kanallar, toptancılar, kendin yap (Do it Yourself-DIY) ve yapı marketleri üzerinden satış ve pazarlaması gerçekleştirilmektedir. Mezkûr kanallardan başlıca perakende spesifik örneklerine aşağıda verilmektedir (e-ticaret platformlarına bir sonraki bölümde yer verilecektir):

- Büyük ev, yaşam ve mobilya zincirleri
  - POCO
  - IKEA
  - Höffner
  - Mömax
  - XXXLutz
- Süpermarket zincirleri
  - Aldi
  - Rewe
  - Lidl,
  - Kaufland
  - Edeka
- İndirim market zincirleri (gıda harici)
  - Action
  - TEDi
  - Woolworth
  - Kodi
- DIY ve yapı marketleri
  - OBI
  - Bauhaus
  - Hornbach

4.12. E-Ticaret (Sınır Ötesi E-Ticaret/E-İhracat)

4.12.1. Ülkedeki Pazaryerleri

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü açısından, Almanya'da hem uluslararası hem de yerel online pazaryerleri yaygın ve etkin olarak kullanılmaktadır. Özellikle saklama kapları, mutfak aksesuarları, araç ve gereçleri ve organizasyon ürünleri online satış kanalları üzerinden yoğun olarak pazarlanmaktadır. Sektörde yaygın olarak satış ve pazarlama yapılan pazaryerlerine aşağıda yer verilmektedir:

- Amazon (https://www.amazon.de/): ABD merkezli küresel teknoloji devi Amazon, Almanya'nın en büyük e-ticaret platformudur. Bu yönüyle ABD dışındaki en kapsamlı kullanımlarından birini oluşturan platform üzerinden sektör ürünlerinin yoğun olarak pazarlanması mümkündür. Almanya'da pazarın yaklaşık yarısına hakimdir.
- eBay (https://www.ebay.de/): Almanya'da faaliyet gösteren en önemli çevrimiçi pazaryerlerindendir. Platform özellikle küçük işletme ve satıcıların da etkin olarak yer aldığı, ikinci el ürün satışına da imkan tanıyan, düşük maliyet ile giriş ve küçük ölçekli satış yapabilmeye imkan tanıyan, çok sayıda satıcı ve ürün grubuna ev sahipliği yapan özelliklere sahiptir. Almanya'da en büyük 2. çevrimiçi pazaryeridir.
- Otto (https://www.otto.de/): Kalite ve marka değerli yaklaşımıyla Otto, Almanya'da güçlü bir konumda bulunan ve yüksek standartlarıyla bilinen bir yerli bir platformdur. Merkezi Hamburg'da yer alan Otto Group bünyesinde bulunan platform kapsamında saklama kapları, organizasyon ürünleri ve mutfak gereçlerinin satış ve pazarlanması mümkündür.
- Kaufland Online Pazaryeri (https://www.kaufland de/): 2021 yılında 'real.de'nin devralınmasıyla kurulmuş olan Pazar yeri Lidl ve Kaufland süpermarketlerinin de sahibi Schwarz Grup bünyesinde yer alan ve Alman pazarında hızla büyüyen çevrimiçi pazaryerlerindendir. Grubun güçlü altyapısı ve fullfillment çözümleri sayesinde oldukça geniş bir dağıtım ağına sahiptir. Ayrıca, Alman tüketicisi nezdinde yüksek bilinirlikli bir marka algısına sahip olup ev ürünleri bağlamında yüksek talep görmektedir.
- Temu (https://www.temu.com/de/): 2022 yılında kurulmuş olan platform Çin merkezlidir. Yürüttüğü düşük fiyat politikası ve agresif reklam stratejisi ile Almanya'da hızlı büyüme göstermiştir.
- AliExpress (https://de.aliexpress.com/) ve Alibaba (https://german.alibaba.com/): Çin merkezli Alibaba Grubu'nun bünyesinde yer alan her iki platformdan AliExpress B2C,

Alibaba ise B2B satış modeli üzerinden işlemektedir. Sektör açısından her iki platform da satış ve pazarlama kanalı olarak kullanılabilmekte olup, doğrudan tüketiciye ulaşmak bağlamında AliExpress öne çıkmaktadır.

4.12.2. Özel Günler, Bayramlar v.b.

- Noel (Weihnachten): Almanya'da Noel günleri 25 ve 26 Aralık tarihleridir.
- Paskalya (Ostern): Almanya'da ilkbaharın başlangıcındaki ilk dolunaydan sonraki ilk pazar günü kutlanmaktadır.
- Black Friday: Almanya'da Kasım sonlarında yapılan büyük online indirim tarihleridir. Bu tarihlerde tüm sektörlerde olduğu gibi tarım makinaları sektöründe büyük kampanyalar düzenlenebilmektedir.
- Anneler Günü: Mayıs ayının ikinci Pazar günü kutlanan anneler günü e-ticaret satışlarında artış olabilmektedir.
- Amazon Prime Day: Temmuz veya Ekim'de yapılmaktadır. Tüm sektörlerde olduğu gibi tarım makinaları sektöründe de kampanyalar düzenlenmektedir.
- Ambiente Fuarı Dönemleri: Her yıl Frankfurt am Main şehrinde Ocak sonu Şubat başında düzenlenen dünyanın en büyük tüketici ürünleri fuarı Ambiente Fuarı sektör açısından satış ve pazarlama kampanyalarının yapılması için uygun tarihlerdendir.

4.12.3. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Sektörde yaygın olarak kullanılan sosyal medya platformları şunlardır:

- Instagram: Görsel bazlı tanıtımlar için uygun bir platformdur. Sektörün görsel odaklı yapısı düşünüldüğünde satış ve pazarlama için en önde gelen sosyal medya platformudur.
- TikTok: Özellikle genç tüketiciler arasında yaygın olan platform kapsamında, ürün tanıtım videoları, influencer içerikleri ve eğlenceli kısa videolar ile yeni kitlelere ulaşmak için uygun bir platformdur.
- Pinterest: Moda, ev dekorasyonu ve kendin yap (Do it yourself-DIY) içerikleri için kullanılabilir.
- YouTube: Ürünlerin tanıtımı ve kullanıcı videoları için güçlü bir kanaldır. Ürün inceleme videoları ile influencer iş birliğine açık bir kanaldır.

- Pinterest: Moda, dekorasyon, organizasyon fikirleri için Almanya'da yaygın kullanılan tasarım odaklı bir sosyal paylaşım platformudur. Plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe ürün konumlandırmak için güçlü bir kanaldır.
- Facebook: Çok geniş kullanıcı tabanına sahiptir. Orta yaş ve üzeri hedef kitlesine hitap etmek için uygun bir seçenek olabilir.
- LinkedIn: B2B bağlantıları için kullanılmaktadır. Özellikle sektör üreticileri açısında potansiyel müşteriler ile bağlantı kurmak için uygun bir platform olarak öne çıkmaktadır.
- XING: Almanya'ya özel profesyonel bir ağ olarak sektörde network için kullanılabilir.

4.12.4. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Plastik ev ve mutfak eşyalarının Türkiye'den Almanya'ya ihracatında 1/95 sayılı Ortaklık Konseyi Kararı uyarınca ülkemiz ile AB arasında tesis edilen Gümrük Birliği kapsamında herhangi bir gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Gümrük vergisi haricinde bu ürünlerin alım satımında esas olan %19 oranında Katma Değer Vergisi (MwSt: Mehrwertsteuer) uygulanmaktadır.

4.12.5. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

Avrupa Birliği'nde (AB) elektronik ticaretin düzenlendiği genel çerçeve mevzuat olan 2000/31/EC sayılı E-Ticaret Direktifi[28], 2002 yılından itibaren Almanya'da yürürlüktedir. Ayrıca, mezkûr direktife uygun olarak 2007 yılında çıkarılan Telemedya Kanunu (TMG) ile dijital hizmetlere yönelik kapsamlı bir hukuk düzenlemesi yapılmıştır. Bununla birlikte, AB genelinde 2022 yılında yürürlüğe giren 2022/2065 sayılı Dijital Hizmetler Yasası (Digital Services Act-DSA)[29], Almanya'da uygulanmaktadır. Mezkûr düzenlemenin genel hükümleri 17 Şubat 2024 tarihi itibarıyla tam anlamıyla yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda yürürlükten kalkan TMG'nin yerini alan Dijital Hizmetler Kanunu (Digitale-Dienste-Gesetz - DDG)[30] ile DSA'nın ulusal düzeyde uygulanması sağlanmıştır. Dolayısıyla, Almanya'da dijital hizmet sağlayıcıları ve sınır ötesi e-ticaret faaliyetlerinde bulunan işletmeler, hem DSA'ya hem de DDG'ye uyum sağlamakla yükümlüdür.

4.12.6. E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Almanya'da e-ticaret lojistiği ve sipariş karşılama (fulfillment) hizmeti sunan çok sayıda önemli firma yer almaktadır. Bu firmaların sunduğu hizmetler arasında sipariş işleme, depolama, lojistik,

[28] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031
[29] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065
[30] https://www.gesetze-im-internet.de/ddg/BJNR0950B0024.html

paketleme, iade yönetimi, dağıtım çözümleri ve müşteriye özel lojistik hizmetleri bulunmaktadır. Bu hizmetleri veren başlıca firmalara aşağıda yer verilmektedir:

- DHL
- Hermes Fulfillment
- Amazon Fulfillment (FBA)
- DB Schenker
- UPS
- Rhenus Logistics
- GLS
- DPD
- Greenbox/Ecoware
- Rieck Logistik

4.13. Tanıtım ve Pazarlama

Günümüz küreselleşen dünyasında birçok alanda olduğu gibi plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe de üst düzey bir rekabet söz konusudur. Bu minvalde, sektörde faaliyet gösteren firmalar için tanıtım ve pazarlama büyük önemi haizdir.

Günümüz dijitalleşen dünyasında; firmaların e-ticareti yaygın olarak kullanması, dijital pazarlama ve tanıtım faaliyetlerine verdiği önemi arttırması ürünlerinin tanıtım ve pazarlanmasında büyük önem taşımaktadır. Firmalar, satışlarını arttırmak üzere e-ticaret platformlarını arttırmakta, kurumsal web siteleri ve sosyal medya platformları üzerinden satış ve pazarlama yapmaktadır.

Almanya, çevrenin korunması prosedür ve düzenlemelerinin önem arz ettiği gelişmiş bir ülkedir. Çevre dostu teknoloji ve ürünler, sürdürülebilirlik, bu yöndeki mevzuata uygunluk bilincinin yüksek olduğu Almanya'da firmaların bu yöndeki ürün ve faaliyetlerini, çevre dostu ürünlerini ve sertifikalarını önceleyerek tanıtmaları rekabette bir avantaj teşkil edebilir.

Dünyanın fuarcılık alanında önemli ülkelerinden olan Almanya'da, sektörde faaliyet gösteren firmaların ürünlerini sektörel fuarlarda sergilemesi ve fuarlar kapsamında düzenlenen etkinliklere katılmasının ürünlerinin tanıtım ve pazarlaması açısından faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Almanya pazarında, firma ve tüketiciler tarafından benzer kalite ve fiyatlar mevzubahis olduğunda yerel ürünlerin tercih edilmesine dair muhafazakar bir eğilim bulunmaktadır. Bu nedenle, pazara

girmeyi amaçlayan firmaların yerel pazara uyumlu stratejiler geliştirmesi, Almanca bilen personel istihdam etmesi, ürün tanıtım materyallerini Almanca olarak da hazırlaması ve kullandığı stratejilerde kültürel uyuma önem vermesi yararlı olacaktır.

4.14. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Almanya, tüketici bilincinin oldukça gelişmiş olduğu bir ülkedir. Plastik ev ve mutfak eşyaları sektöründe tüketiciler çevre dostu, geri dönüştürülebilir, sade, güvenli, fonksiyonel, kaliteli ve dayanıklı, verim-maliyet dengesine sahip ürünlere önem vermektedir. E-ticaret satışları ve sosyal medyaları tanıtımının sektördeki önemi her geçen yıl artmaktadır. Yıllar içerisinde, bu trendlerin öneminin artacağı değerlendirilmektedir.

4.15. Sektörde Vergiler

Plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü ürünlerinin ülkemizden Almanya'ya ihracatında Gümrük Birliği Anlaşması uyarınca herhangi bir gümrük vergisi uygulanmamaktadır. Gümrük vergisi haricinde bu ürünlerin alım satımında her halükarda esas olan %19 oranında (ürün bazlı olarak spesifik indirimli KDV uygulanmaması durumunda) Katma Değer Vergisi (MwSt: Mehrwertsteuer) uygulanmaktadır. Bununla beraber, doğrudan bir vergi olmamakla beraber 2004 yılında yürürlüğe giren ve tek sefer kullanılabilir plastik ürünlerine ilişkin ek mali yükümlülük getiren Einwegkunststofffondsgesetz (EWKFondsG) (Türkçesi: Tek Kullanımlık Plastik Fonu Yasası) uyarınca kapsama giren her ürün türü için özel bir hesaplama ile bir mali yükümlülük doğmaktadır.[31] Yasanın amacı tek kullanımlı plastik ürünlerin çevreye etkisini ve sebebiyet verdiği ilave maliyeti üretici ve ithalatçılara yüklemek olup toplanan fon genel olarak temizlik ve atık toplama amaçlı olarak kullanılmaktadır.

5. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Sektörde ihracatçılarımız açısından önde gelen avantajlardan birisi sektör ürünlerinin Türkiye ile AB arasında halihazırda geçerli olan Gümrük Birliği kapsamında yer almasıdır. Almanya'nın Türkiye'ye coğrafi olarak yakın sayılabilecek bir konumda olması, lojistik olanaklarının çeşitliliği ve niteliği, Türkiye'nin geri dönüşümdeki güçlü konumu, Almanya'nın lojistik altyapısının gelişmiş olması, yüksek insan potansiyeli, e-ticaret kanalındaki büyüme potansiyeli, Türkiye'nin güçlü plastik ve kalıp sanayi altyapısı, Almanya'daki Türk nüfusun fazlalığı ve bu nüfusun ihracatçılarımız için doğal bir hedef kitle olması, sektörde ülkenin ev sahipliği yaptığı küresel fuarların (özellikle Ambiente)

[31] https://www.gesetze-im-internet.de/ewkfondsg/BJNR07C0B0023.html

popülerliği, ülkenin genel olarak gelişmiş bir fuar merkezi olması ve firmalarımız açısından yeni imkân ve açılımlara olanak sağlayabilmesi firmalarımızın diğer avantajları ve fırsatları arasında yer almaktadır.

6. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler/Zorluklar

Yerel markaların pazarda sahip olduğu güçlü konum, artan maliyet baskıları, başta Çin olmak üzere Uzak Doğulu rakiplerden gelen rekabet baskıları, bu ülkelerin Almanya'daki fuarlarda artan ağırlığı, sert rekabet ve yüksek standartlar, çevresel düzenlemelerin son yıllardaki artan rolü, sektörde ihracatçılarımızı bekleyen tehdit ve zorluklar arasında yer almaktadır. Almanya pazarında alıcıların yeni seçeneklere öncelik vermekten ziyade mevcut bağlantıları önceleyerek daha muhafazakar bir yaklaşıma sahip olması, alım ve işbirliği süreçlerinde yerel seçenekleri ön planda tutmaları, ürün bağlamında seçici yaklaşımlar sergilemeleri diğer zorluklardandır. Bunun yanı sıra, son yıllarda fuar süreçleri de dahil olmak üzere ülkeye giriş için alınması gereken vize süreçleri bağlamında yaşanan yavaşlık ve zorluklar firmalarımızın maruz kalabileceği diğer tehditler arasında yer almaktadır.

7. Plastik Ev ve Mutfak Eşyaları Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Firmalarımızın Almanya pazarına uygun sade, sürdürülebilir, fonksiyonel ve dayanıklı ürünler üretmesi, çevre dostu ürün ve teknolojiler geliştirmeye yönelik faaliyetlere ve Ar-Ge çalışmalara önem vermesi, e-ticaret ve pazaryerleri kanallarına ilişkin yatırımlar yapması, dijital pazarlama ve sosyal mecraları kullanması, private label üretime yönelik çalışmalarda bulunması ve üretim kapasitesini geliştirmesi, uluslararası fuarlara katılımı arttırması, yerel firmalarla bayilik/distribütörlük üzerine ortaklıklar kurması, teknik mevzuat ve sertifikasyon süreçlerine azami önem göstermesinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

8. Genel Değerlendirme

Avrupa'nın en büyük ekonomisi olan Almanya, gelişmiş perakende zinciri, kalite odaklı tüketim yapısı, yüksek standartları ve satın alma gücü sayesinde plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü açısından önemli bir pazardır. Ülkede işlevsellik ve çok işlevlilik, çevre dostu ürünler, dayanıklılık, sürdürülebilirlik, modern ve sade tasarım tüketici tercihlerini şekillendiren ana unsurlar arasında bulunmaktadır. Almanya'da tüketicilerin kaliteye verdiği önem, sektörde faaliyet gösteren ve üretim yapan firmalar açısından üst düzey standartlara uyum zorunluluğunu taşımaktadır. Bu durum pazara

giriş ve pazarda tutunma koşullarını belli bir miktar zorlaştırıyor olsa da, gerekli standartları karşılayan üreticiler için uzun soluklu ticari fırsatlar sunmaktadır.

Son yıllarda Almanya'da sürdürülebilirlik ve çevre dostu yaklaşımların gücünü arttırmasıyla beraber geri dönüştürülebilir hammaddeler, çevre dostu üretim ve düşük karbon ayak izine sahip ürünlere yönelik talepte artış bulunmaktadır. AB çevre mevzuatı çerçevesinde plastik kullanımına ilişkin getirilen yeni düzenlemeler, sektörde faaliyet gösteren firmaların üretim süreçlerinin yeniden şekillendirmesine sebep olmaktadır. Bu kapsamda geri dönüştürülmüş maddelerden üretilen eşyalar, biyoplastik ürünler ve uzun ömürlü kullanım sunan ürünler ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla Alman pazarında için sadece fiyat yönünden avantaj sağlamak yeterli bulunmamakta olup; sürdürülebilirlik, kalite, çevre dostu ürünler, tasarım ve marka algısının birlikte hesaba katılması gerekmektedir.

Almanya'da plastik ev ve mutfak eşyaları pazarında yoğun bir rekabet bulunmaktadır. Çin başta olmak üzere Asya ülkeleri düşük maliyet avantajıyla pazardaki payını arttırmakta, Avrupa merkezli üreticiler ise kalite ve yüksek standartlar bakımından konumlarını muhafaza etmeye çalışmaktadır. Bununla birlikte Türkiye, coğrafi konumu, hızlı teslimat avantajı, esnek ve gelişmiş üretim kapasitesi, plastik işleme sanayisinin oturmuş yapısı, Gümrük Birliği'nde yer alıyor olması ile birlikte Almanya açısından önemli tedarikçiler arasında bulunmaktadır.

Öte yandan Almanya pazarı için ürün güvenliği standartları, teknik mevzuat ve çevresel yükümlülükler önemli unsurlar olmaya devam etmektedir. AB düzenlemelerine uyum, gıda ile temas eden ürünlerde sağlık ve güvenlik kriterlerinin karşılanması, ambalajlama ve geri dönüşüm yükümlülükleri firmalar açısından önem verilmesi gereken ana konular arasında bulunmaktadır. Ayrıca son yıllarda enerji maliyetlerindeki artış, küresel tedarik zincirlerinde yaşanan kırılmalar ve hammadde fiyatlarındaki dalgalanmalar sektör üzerinde baskı oluşturmaktadır. Bu durum özellikle maliyet yönetimi ve tedarik devamlılığı açılarından firmaların daha stratejik ve dikkatli hareket etmesini zorunlu kılmaktadır.

Genel olarak değerlendirildiğinde Alman plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü, yüksek rekabetli yapısına rağmen istikrarlı ve devamlılık içeren talepli yapısı sayesinde ihracatçı ülkeler açısından önem arz eden bir niteliğe sahiptir. Önümüzdeki yıllarda çevre dostu standartlara verilen önemin artması, dijital satış kanallarının yaygınlaşması ve tüketici tercihlerinin sürdürülebilir ürünlere yönelmesi sektörün temel dinamikleri arasında yer almayı sürdürmesi ön görülmektedir. Ülkemiz açısından bakıldığında da kalite standartlarına uyum sağlayan, Ar-Ge faaliyetlerine önem veren ve sürdürülebilir üretim anlayışını benimseyen firmaların Almanya pazarındaki konumlarını

güçlendirme potansiyeline sahip olduğu değerlendirilmektedir. Bu çerçevede Almanya pazarı, Türk plastik ev ve mutfak eşyaları sektörü açısından hem mevcut ihracatın geliştirilmesi hem de katma değerli ürün ihracatının artırılması bakımından önemli fırsatlar sunmaktadır.

9. Kaynakça ve Yararlı Adresler

- Almanya Ticaret ve Yatırım Ajansı (GTAI) Almanya Plastik Sanayi Raporu

  https://chemicalparks.com/fileadmin/user_upload/Downloads/industry-overview-plastics-industry-in-germany-en-data-19_20.pdf

- Plastik İşleme Endüstrisi Genel Birliği (GKV)

  https://www.gkv.de/en/

- Yarı Mamul ve Plastik Tüketim Ürünleri Sanayi Birliği (pro-K - Industrieverband Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V.)

  https://www.pro-kunststoff.de/

- Alman Perakende Birliği (HDE)

  https://einzelhandel.de/

- Alman Hırdavat ve Gereçleri Ticaret Birliği (ZHH)

  https://www.zhh.de/

- Alman Kesici ve Ev Eşyaları Sanayi Birliği (ISVH)

  https://www.zhh.de/

- Mevzuat.net Gümrük Tarife Detayları

  https://www.mevzuat.net/

- T.C. Ticaret Bakanlığı Almanya Pazar Bilgileri

  https://ticaret.gov.tr/data/5b8a43355c7495406a227539/Sekt%C3%B6r%20Raporu/M%C3%BCsavirlik%20Raporlari/Almanya%20Pazar%20Bilgileri%20Raporu.pdf

- T.C. Ticaret Bakanlığı Almanya Ülke Profili

  https://ticaret.gov.tr/data/5ef1fa4913b876b1f885180c/ALMANYA-UlkeProfili-2026.pdf

- T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı

  https://www.ab.gov.tr/

- Uluslararası Ticaret Merkezi (ITC)

  https://www.trademap.org/

- Almanya Federal İstatistik Ofisi (Destatis)

https://www.destatis.de/

- Dünya Bankası Lojistik Performansı Endeksi

  https://lpi.worldbank.org/en/home

- Avrupa Komisyonu

  https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/customs-clearance-documents-and-procedures

  https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/negotiations-and-agreements_en/

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32011R0010

  https://environment.ec.europa.eu/topics/chemicals/reach-regulation_en/

- Avrupa Parlamentosu Yönetmelik ve Düzenlemeleri

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006R1907

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R1935

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R0010

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32000L0031

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004R1935

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32011R0010

  https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065

- Statista Veri Tabanı

  https://www.statista.com/

- Trading Economics Veri Platformu

  https://tradingeconomics.com/

- Wer Liefert Was Firma Arama Motoru

  https://www.wlw.de/

- Wer zu Wem Veri Tabanı

  https://www.wer-zu-wem.de/

- Europepages Veri Tabanı

  https://www.europages.de/

- Almanya Adalet ve Tüketici Koruma Bakanlığı

  https://www.bmjv.de/DE/Startseite/Startseite_node.html

  https://www.gesetze-im-internet.de/lfgb/

https://www.gesetze-im-internet.de/ewkfondsg/BJNR07C0B0023.html

https://www.gesetze-im-internet.de/verpackg/

https://www.gesetze-im-internet.de/ewkkennzv/

https://www.gesetze-im-internet.de/ddg/BJNR0950B0024.html

- Ambiente Fuarı Ana Sayfası

  https://ambiente.messefrankfurt.com/frankfurt/en.html

- Kompass B2B Platformu

  https://de.kompass.com/

- Avrupa Birliği Trade Help Desk

  https://policy.trade.ec.europa.eu/help-exporters-and-importers_en/