

Türkei

**Service
Türkei**

Aktuelle Informationen für
Unternehmen, Termine
und Kontakte

Standort Türkei

Ausländische Investoren setzen
auf die neue industrielle Kraft
des Landes.

Die Brückenbauer

Die Wirtschaftsorganisationen
engagieren sich für die
Partnerschaft mit Deutschland.

Bazar der Ideen

Messen und Events bringen die
Unternehmer ins Gespräch.

Boom am Bosphorus

Hohes Wirtschaftswachstum und regionale Perspektiven
machen das Land zum attraktiven Wirtschaftspartner.

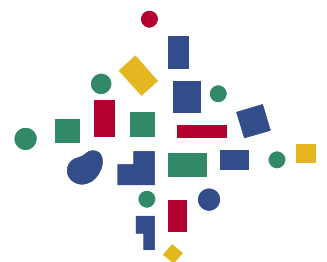


Wechseln Sie zu einer Bank, die Ihr Wachstum finanziert. In Europa ■

Und mehr als das: Für international orientierte Unternehmen bieten wir den Mehrwert effektiver Finanzlösungen, die ineinander greifen und die expansive Strategien schnell, einfach und so: effektiv unterstützen - jenseits aller Grenzen. Mit einem Netzwerk von 100 Business Centern in

Europa ist die Fortis Bank an den wichtigsten Handelsplätzen präsent. Für Sie. Um unsere Leistungen abzurufen, brauchen Sie nicht ins Ausland reisen. Planen Sie. Wir sind vor Ort, wo immer sie expandieren wollen. Wir erwarten Ihre Ideen - wann wechseln Sie?

Hier finden Sie ein Business Center der Fortis Bank in Ihrer Nähe: www.fortisbusiness.com - Finanzlösungen, die zu Ihnen passen.



**FORTIS
BANK**

Business Banking beyond Frontiers

Türkei



Herausgeber und Redaktion:

local global GmbH

Marienstr. 5, 70178 Stuttgart

Tel. +49 711-22 55 88-0

Fax +49 711-22 55 88-11

redaktion@localglobal.de

Konzeption:

Hans Gäng

Redaktionelle Leitung:

Hans Seidenstücker

Autoren:

Nevzat Ağrı

Metin Demirkaya

Dr. Ahmet Ertekin

Dr. İsmail G. Esin

Dr.-Ing. Martin Fahlbusch

Hans Gäng

Andreas Grunst

Mülayim Hüseyin

Şenol Koçdemir

Doris Petersen

Prof. Dr. Christian Rumpf

Hans Seidenstücker

Waltraud Steinborn

Dipl.-Ing. Dip.-Wirtsch. Ing. Helmut Surges

Inka Ziegenhagen

Fotos:

CeBIT Bilisim Eurasia

DaimlerChrysler

iStockphoto

Photocase

PixelQuelle.de

Stock.XCHNG

Türkei-Kurier

Titelbild: Manuel Çıtak

Tel. +90 212-292 5958

manuel@manuelcitak.com

Anzeigen: Fran Barcanec

Tel. +49 711-22 55 88-32

Layout:

Christoph Schulz-Hamparian

Grafische Gestaltung und Satz:

Olga Lukomska, Victoria Rimsha

Druck:

Gebr. Knöller GmbH & Co. KG, Stuttgart

Erscheinungsdatum: November 2005

Das eigene Bild von der Türkei

Die Zeit der großen Aufregungen ist zunächst einmal vorbei. Die EU führt endlich Beitrittsverhandlungen mit der Türkei. Und nicht nur Grundsatzdiskussionen, die vielfach mit der neuen wirtschaftlichen und kulturellen Realität der Türkei nichts, mit den ungelösten ökonomischen und sozialen Problemen in den EU-Staaten selbst sehr viel zu tun hatten. Vom etwas weltfremden Blick auf das Land am Bosphorus hat sich eine schweigende Minderheit in Deutschland ohnehin nicht sonderlich beeindruckt lassen: Die Unternehmer.

Mit zahlreichen Delegationsreisen haben sie sich im vergangenen Jahr einen eigenen Eindruck von der Entwicklung und den neuen Chancen im Boomland Türkei gemacht. In der Botschaft in Ankara und der Auslandshandelskammer in Istanbul, aber auch bei den deutschen Topunternehmen wie Bosch, MAN, Mercedes, Contitech und BSH hat man sich schon auf regelmäßigen Besuch aus Deutschland eingestellt. Fast im Monatsrhythmus werden staunende Besucher durch modernste Fabrikhallen geführt. Produktionsleiter erklären im kernigen Schwäbisch beiläufig, dass die Produktion in der Türkei den Bedarf in halb Europa und im ganzen Nahen Osten abdecken wird, höchsten internationalen Qualitäts- und Produktivitätsansprüchen entspricht und im Übrigen ohne den Einsatz der zahlreichen weiblichen Ingenieure und Führungskräfte kaum denkbar sei.

Für Überraschungsmomente ist die Türkei immer gut. Von den vor der europäischen Haustüre liegenden Chancen in einem aufstrebenden Industrieland ist in der Türkei-Ausgabe von „europa plus“ ausführlich die Rede. Für Beschaffung, Fertigung und Kooperationen in der Türkei will das Heft Informationen und Anregung liefern. Aktuelle Informationen bietet ergänzend unser neuer Partner „Türkei-Kurier“, der monatlich in Istanbul erscheint.

Um sich ein eigenes Bild von der Türkei zu machen und sich mit dem dynamischen Unternehmertum des Landes zu vernetzen, bieten sich reichlich Gelegenheiten. Es lohnt sich, sich sehr intensiv mit der Türkei zu befassen. Der europäische und fernöstliche Wettbewerb tun dies übrigens auch. Und das nicht erst seit dem aufregenden 3. Oktober 2005.



„Weibliche Ingenieure steuern Fertigung auf Weltklasse-Niveau. Die industrielle Türkei überrascht ihre Besucher.“

Hans Gäng, Herausgeber



© Manuel Cizak



6 Volle Kraft voraus

Die Türkei und ihre Wirtschaftsorganisationen sind auf Europakurs.

Standort Türkei

6 Auf dem Weg nach Europa

Der Reformkurs trägt Früchte. Hohe Wachstumsraten locken immer mehr Investoren ins Land.

8 Gute Position im Wettbewerb

Interview mit dem türkischen Industrieminister Ali Coşkun.

9 Türkische Technoparks

Förderung von Forschung und Entwicklung steigern die Wettbewerbsfähigkeit.

10 Das große Netzwerk

Der TOBB und der Ausbau der internationalen Wirtschaftsbeziehungen.

12 Die Brückenbauer

Die türkischen Netzwerker haben ein Faible für Deutschland.

14 „Ege“ – Drehscheibe für die Region

Im Umkreis der Millionenstadt Izmir ist ein attraktiver Investitionsstandort.

16 Gemeinsame Chancen in Nahost

Regionale Märkte von der Türkei aus erschließen. Ein Interview.

18 Export und Investitionen in der Türkei

Die Türkei ist auf einem guten Weg, doch sollten Risiken gut abgesichert werden.

20 Türkei in Zahlen

Exporte, Importe, BIP, Staatshaushalt, Aktienindex, Länderrating. Wieviel die türkische Wirtschaft wert ist.

Branchen

22 Auf der Überholspur

Die Entwicklung des türkischen Automobilsektors stimmt hoffnungsvoll. Eine Analyse.

24 Automobil im Fokus

Erfolgsmeldungen dokumentieren das dynamische Wachstum der Branche.

26 Produzieren für den Weltmarkt

Die Rolle der Türkei in Bosch's globalem Produktions- und Vertriebssystem.

28 Exportabwicklung

Logistiker haben den türkischen Markt für sich entdeckt und profitieren vom zunehmenden Handel.

30 Qualität setzt sich durch:

Textilien made in Turkey

Die Türkei zieht an. Türkische Mode erobert den europäischen Markt. Eine ausgefeilte Logistik gewährleistet pünktliche Lieferung.

europa_2014

Türkei



22 Auf der Überholspur

Der Automobilsektor ist jetzt wichtigster Exporteur des Landes.



60 Messen in der Türkei

Marken und Kommunikation für die Märkte der gesamten Region.

Investition

32 Forderungsbeitreibung in der Türkei

Kein Buch mit sieben Siegeln.
Gute Vorbereitung ist der Weg
zum Erfolg.

36 Gute Perspektiven für Investoren

Deutsche Unternehmen haben die Türkei
für sich entdeckt. Die Rahmenbedingungen
sind günstig.

38 Chancen und Risiken bei Türkei-Investments

Blauäugigkeit wird bestraft. Wer in der
Türkei Geschäfte machen will, sollte
mit der Kultur vertraut sein.

40 Unternehmenskauf in der Türkei

Einer der effektivsten Wege, um in der
Türkei direkt zu investieren. Die Gesetze
orientieren sich an europäischen
Vorbildern.

42 Bilanzierung in der Türkei

Noch sollten türkische Bilanzen mit
Vorsicht genossen werden. Internationale
Standards werden jedoch bald eingeführt.

45 Immobilien am Bosphorus

Goldene Zeiten für die türkische
Immobilienbranche. Das günstige Klima
lockt zahlreiche Ausländer an.

Profile

47 Eingespieltes Türkei-Team

PricewaterhouseCoopers bietet
umfassende und kompetente Beratung.

49 Effizienz und Sicherheit

Die Sensoren der SICK AG helfen,
Prozesse sicher und effizient zu steuern
und Menschen vor Unfällen zu schützen.

50 Kompetente Rechtsberatung

Die Rechtsanwälte von Alpis sind sowohl
mit deutschem als auch mit türkischem
Recht vertraut.

52 Lieferanten werden Partner

effcon stellt von Beginn an die Realisierung
in den Vordergrund.

53 Von interkultureller Kompetenz profitieren

Regaris-Heureka vermittelt das
notwendige kulturelle Know-how.

55 Nicht nur Döner

Der BTEU unterstützt Unternehmer
in allen Phasen der Geschäftstätigkeit.

Kommunikation & Messen

56 Kulturelle Missverständnisse vermeiden

Oft wird interkulturelle Kompetenz erst
zum Thema, wenn das Kind bereits in den
Brunnen gefallen ist.

60 Bazar der Ideen

Das Interesse an türkischen Messen
steigt. Aussteller und Besucher
profitieren von der zunehmenden
Professionalität.

62 Türkei - Tophema in Hannover

Die Präsenz auf der Hannover Messe
macht das Gewicht der türkischen
Zulieferindustrie deutlich.

63 Angebot trifft Nachfrage

Die Metropole Istanbul inspiriert
die Kreativen.

64 Messekalender 2006

Wer? Was? Wann? Wo?
Die wichtigsten Messen und Ausstellungen
im Überblick.

65 Adressen

Die wichtigsten Ansprechpartner im Türkei-
Geschäft

Nach der schweren Wirtschaftskrise, die das Land im Jahr 2001 erfasste, erholte sich die Türkei relativ zügig. Dank einem strikten Sparkurs und der weiteren Liberalisierung der Wirtschaft verzeichnet die Türkei Wachstumsraten von bis zu 8,9 Prozent. Die Attraktivität des Investitionsstandorts Türkei steigt aufgrund des am 3. Oktober 2005 eingeleiteten EU-Beitrittsprozesses und der damit einhergehende Anpassung an europäische Standards weiter.



© Eugen Roth

Auf dem Weg nach Europa

➔ Text: Hans Seidenstücker

Das geflügelte Wort vom „Kranken Mann am Bosphorus“ stammt zwar ursprünglich aus dem 19. Jahrhundert, als das Osmanische Reich zum Spielball der europäischen Mächte wurde, doch lange Zeit konnte es auch auf die moderne Türkei angewendet werden. Wiederholt übernahm das Militär die Macht, hohe Inflationsraten und eine ineffiziente, staatsdominierte Wirtschaft kennzeichneten die Situation. In den 1990er Jahren lag die Inflationsrate durchschnittlich bei 80 Prozent, die Staatsverschuldung verdoppelte sich auf 60 Prozent des Bruttoinlandsprodukts (BIP) und die Wirtschaft glich einem Jojo: Perioden hohen Wachstums gefolgt von schweren ökonomischen Krisen. Wirtschaftsreformen

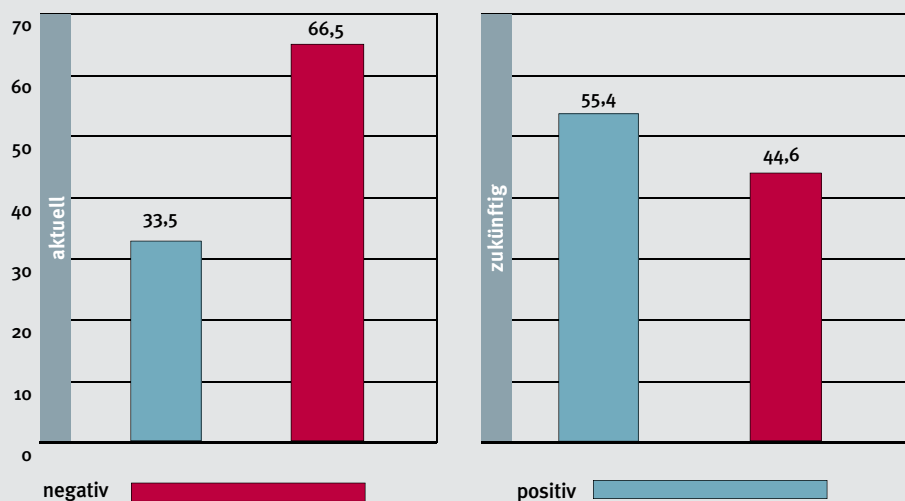
wurden wiederholt angekündigt und angepackt. Doch viel zu oft blieb man auf halbem Wege stehen. Millionär zu werden war einfach. Schließlich erhielt man vor Einführung der Yeni Türk Lirasi, der Neuen Türkischen Lira, für einen Euro rund 1,6 Mio. türkische Lira.

Umfassende Reformen

Nach der Wirtschaftskrise, die das Land im Jahr 2001 erfasste, wurden endlich nachhaltige Reformen durchgeführt. Nicht zuletzt dank des Drucks des Internationalen Währungsfonds (IWF). Dieser gewährte der Türkei Anfang 2002 finanzielle Unterstützung in Höhe von 18,6 Mrd. US-Dollar und im Mai 2005 einen weiteren Bereitschaftskredit („Stand-By“ assistance) von zehn Mrd. US-Dollar über einen Zeitraum von drei Jahren.

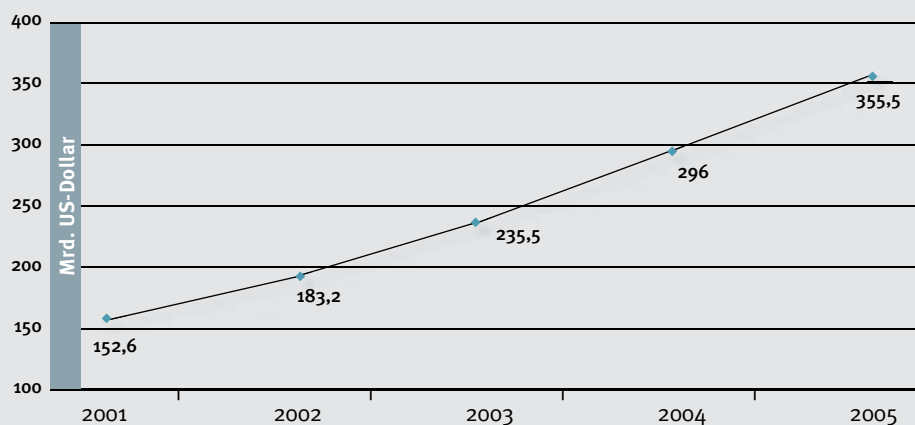
In den vergangenen Jahren wurden die Märkte für Telekommunikation und Energie geöffnet, die Zentralbank wurde autonom, das Bankwesen und die staatlichen Ausschreibungsverfahren wurden transparent. Die Reformen haben Früchte getragen und so auch den Weg für die Aufnahme von Beitrittsverhandlungen mit der Europäischen Union frei gemacht. Schließlich galt die wirtschaftliche Situation lange Zeit als eines der Haupthindernisse auf dem Weg zum EU-Beitritt. Entgegen der Erwartungen vieler Beobachter, hat die seit 2002 regierende AKP-Regierung unter Recep Tayyip Erdogan die Wirtschaftsreformen konsequent weitergeführt. Erstmals seit 1972 bewegt sich die jährliche Inflationsrate dieses Jahr im einstelligen Bereich. Erleichtert worden ist dieser Prozess auch durch

Beurteilung der Geschäftsbeziehung mit der Türkei (Angaben in Prozent)



Quelle: DIHK 2005: Going International – Erfolgsfaktoren im Auslandsgeschäft

Entwicklung des Bruttoinlandsprodukts in der Türkei (Angaben in Mrd. US-Dollar)



Quelle: HVB

die absolute Mehrheit, über welche die AKP seit 2002 verfügt. Die Privatwirtschaft genießt mehr Freiraum und Subventionen werden abgebaut.

Attraktiver Investitionsstandort

Vorbei ist die Zeit, in der jeden Montag morgen ein Regierungsgremium zusammentrat, um die Benzinpreise für die kommende Woche festzulegen. Auch die Strom- und Gaspreise sollen demnächst nicht mehr der Preiskontrolle unterliegen. Nun werden endlich die seit langem angekündigten Privatisierungsmaßnahmen umgesetzt. So ist das Jahr 2005 wirklich zum „Jahr der Privatisierungen“ geworden. 51 Prozent der Anteile an der Öltraffinerie Tupras wurden für 4,1 Mrd. US-Dollar an ein Konsortium von Koc Hol-

ding und Royal Dutch Shell verkauft. Im August wurden 55 Prozent der Anteile der staatlichen Turk Telekom für 6,55 Mrd. US-Dollar an ein Konsortium von Saudi Oger und Telecom Italia veräußert.

So lobte die Europäische Kommission in ihren Fortschrittsberichten die Stärkung der Marktwirtschaft in der Türkei. Auch der IWF stellt der

Reformen umgesetzt:

„2005 ist das Jahr der Privatisierungen“

Türkei ein gutes Zeugnis aus. Die Wirtschaft sei inzwischen robust genug, um auch exogene Schocks, wie den Konflikt im Nachbarland Irak,

gut zu verarbeiten. Die türkische Regierung ruht sich nicht auf den Lorbeeren aus, sondern strebt nun unter anderem die Reform der sozialen Sicherungssysteme an.

Das verbesserte Investitionsklima lockt ausländische Investoren ins Land. Aufgrund der am 3. Oktober aufgenommenen EU-Beitrittsverhandlungen herrscht Optimismus: Eine im Frühjahr dieses Jahres veröffentlichte Studie der Deutschen Bank prognostiziert, dass aufgrund der Angleichung der wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen an die der EU, die Türkei in den kommenden 15 Jahren ein durchschnittliches Wachstum von 4,1 Prozent pro Jahr verzeichnen wird. Am 1. Januar 2006 werden die letzten Zollschränke zwischen der EU und der Türkei fallen. Kemal Şahin, Präsident der Türkisch-Deutschen Industrie- und Handelskammer in Köln, erwartet in den kommenden vier bis fünf Jahren eine Zunahme des deutsch-türkischen Handels von derzeit rund 20 Mrd. Euro auf 50 Mrd. Euro pro Jahr.

Während alle Blicke auf die Beziehungen der Türkei mit Europa gerichtet sind, wird übersehen, dass die Türkei in den vergangenen Jahren auch seine Wirtschaftsbeziehungen mit der Russischen Föderation und den Turkstaaten der ehemaligen Sowjetunion sowie mit den Ländern des Nahen und Mittleren Ostens ausgebaut hat. Türkische Unternehmen wie die TAV sind bei Infrastrukturprojekten unter anderem am Golf und im Iran aktiv.

Deutsch-türkische Wirtschaftsbeziehungen

Deutschland ist für die Türkei der wichtigste Wirtschaftspartner. 16,4 Prozent der türkischen Exporte gehen nach Deutschland. Dabei handelt es sich vorwiegend um Produkte des Automobil-, Textil- und Elektroniksektors. 14,9 Prozent der türkischen Importe stammen aus der Bundesrepublik. Nach Angaben der Türkisch-Deutschen Industrie- und Handelskammer (TD-IHK) investierten die rund 1.300 deutschen Unternehmen in der Türkei im Jahr 2004 rund 4,5 Mrd. Euro. Das Handelsvolumen stieg um rund ein Viertel auf 19,7 Mrd. Euro. Das Interesse deutscher Unternehmer an der Türkei ist ungebrochen. Seit Anfang 2004 sind nach Angaben der türkischen Regierung 600 Unternehmen mit deutscher Beteiligung gegründet worden.

Während derzeit 66,5 Prozent der deutschen Firmen ihre Geschäftsbeziehungen mit der Türkei negativ beurteilen, schauen sie mit Optimismus in die Zukunft. 55,4 Prozent sind überzeugt, dass sich die Geschäftsbeziehungen in den kommenden Jahren verbessern werden. Die Türkei muss die Konkurrenz mit anderen Ländern nicht scheuen.

Gute Position im Wettbewerb

Der türkische Industrieminister Ali Coşkun gibt sich im Interview mit „europa plus“ gelassen, was die Chancen der Türkei im europäischen Wettbewerb um Direktinvestitionen angeht.



Offene Türen und offene Worte in Ankara:

Seinen Besuchern aus Deutschland – wie hier dem niedersächsischen Wirtschaftsminister Walter Hirche (4. v.r.) und einer Unternehmerdelegation im Frühjahr 2005 – sagt der türkische Industrieminister Ali Coşkun (3. v.r.) auch auf gut Deutsch, warum Investoren in seinem Land beste Perspektiven haben.

➔ Interview: Hans Gäng

Frage: Herr Minister, wie sehen Sie die Türkei im Wettbewerb zu den anderen EU-Staaten positioniert?

Lange bevor die Türkei auf der politischen Ebene ihren Platz eingenommen hat, brachte sie den Mut auf, am 1. Januar 1966 in die Zollunion einzutreten. Wir befinden uns seit 1995 in einem raschen ökonomischen Entwicklungsprozess. Im Wettbewerb mit den 15 EU-Staaten konnte die Türkei ihre industriellen und ökonomischen Beziehungen stabilisieren, ohne selbst Nachteile zu erleiden. Nach der Überwindung der ökonomischen

Krise im Jahre 2001 durch die Regierung der AKP ist die Türkei derzeit eines der sich am schnellsten entwickelnden Länder der Welt.

Neues Ranking:

„Wir haben unseren Platz unter den wirtschaftlich bedeutendsten 20 Ländern eingenommen.“

Wir haben unseren Platz unter den wirtschaftlich bedeutendsten 20 Ländern eingenommen. In der Globalisierung, in der die Zollschränken zwischen

Klare Ausrichtung:

„Die Türkei bekennt sich seit vielen Jahren zu Wettbewerb und freier Marktwirtschaft.“

den Ländern aufgehoben sind, wo nur noch geographische Grenzen und keine ökonomischen Schranken mehr vorhanden sein werden, bewegen wir uns auf einen globalen Markt zu. Wir arbeiten daran, mit dieser Phase des Wettbewerbs Schritt zu halten, machen uns aber keine Sorgen. Wir sind ökonomisch und sozial in einer sehr viel besseren Position als die vergangenes Jahr aufgenommenen zehn neuen EU-Mitglieder.

Frage: Wie sind die Investitionsbedingungen im Verhältnis zu diesen zehn Ländern zu bewerten?

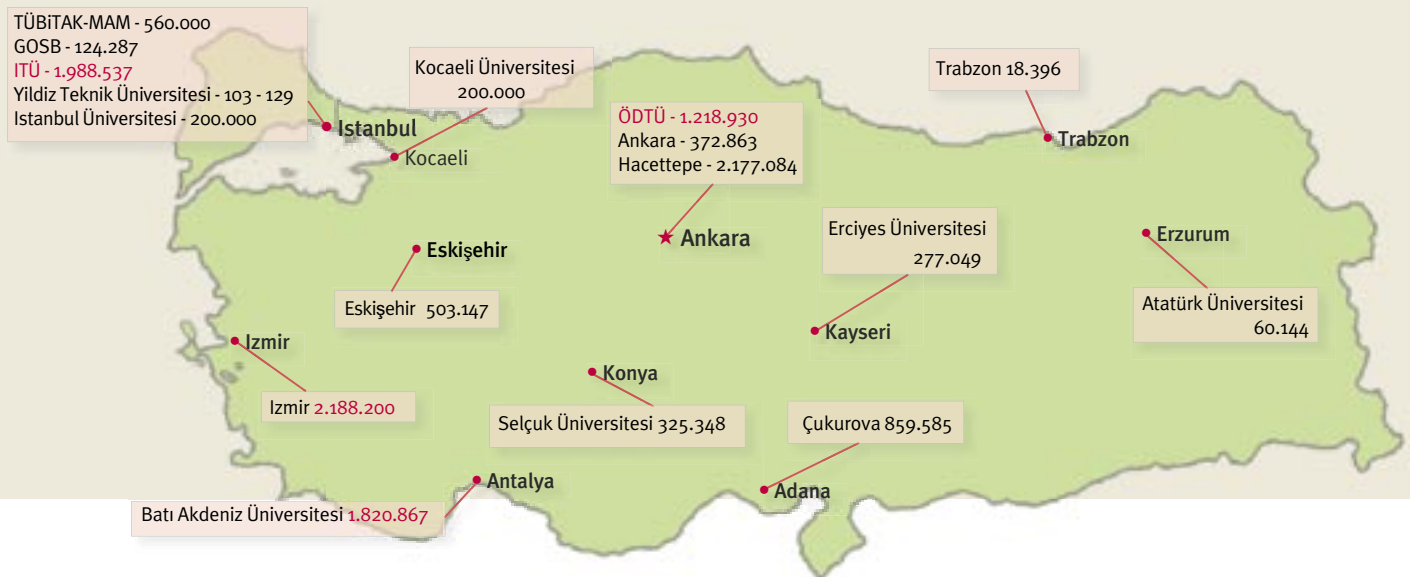
Die Infrastruktur der Türkei ist sehr viel besser. Es gibt für Investitionen einige unverzichtbare Elemente. Die Türkei bekennt sich seit vielen Jahren zu Wettbewerb und freier Marktwirtschaft. Dazu gehört die Sicherung des geistigen Eigentums. Das Türkische Patentinstitut TSE ist auf internationaler Ebene anerkannt und in der Lage, Patente und geistiges Eigentum nach internationalen Standards zu schützen. Eine zweite Bedingung für Auslandsinvestitionen ist das

Liberalisierung:

„Im Kapitalverkehr mit der Türkei gibt es überhaupt keine Beschränkung.“

stabile Funktionieren von Rechtsmechanismen. Hier ist es in der Türkei vielleicht zu einigen Verzögerungen gekommen. Um diese aufzuheben, haben wir internationale Schiedsgerichtsverfahren erleichtert. Drittens: Im Kapitalverkehr mit der Türkei gibt es überhaupt keine Beschränkung und keine Vorzugsbehandlung. Wir haben mehr als 20.000 Normen, die an die EU angepasst wurden. In der Verantwortung meines Ministeriums wurden 159 der 162 technischen EU-Richtlinien vollständig angepasst. Mit dem Automobilsektor an erster Stelle hat sich die Türkei zu einem attraktiven Investitionsstandort entwickelt. Zudem verfügt unser Land, in dem man vier Jahreszeiten gleichzeitig erleben kann und das durch einen starken touristischen Dienstleistungssektor geprägt ist, über einen großen kulturellen und geschichtlichen Reichtum. Dies alles, mit unserer jungen Industrie und dynamischen jungen Bevölkerung zusammengenommen, ergibt ein großartiges Zukunftsbild der Türkei.

Technologische Entwicklungsgebiete in der Türkei (Angaben in qm)



Türkische Technoparks

Mit der Einrichtung so genannter Technologischer Entwicklungsgebiete setzt die Industriepolitik der Türkei auf Nachhaltigkeit: Sie fördert kräftig, wenn sich Investoren im Land für die Zukunft rüsten und Forschungs- und Entwicklungsprojekte starten. Industrieminister Mehmet Ali Coşkun will so die internationale Wettbewerbsfähigkeit des Landes stärken.

➔ Text: Hans Gäng

Wenn Unternehmen in die bereits gegründeten und noch geplanten Technologieparks des Landes Forschung und Entwicklungsprojekte starten – wozu auch die Entwicklung von Software gezählt wird – so bleiben sie dort praktisch steuerfrei. Das ist die einfache Grundlage der Technozonen, die von der Regierung als eines der wichtigsten industriepolitischen Projekte gefördert werden. Bei entsprechenden Aktivitäten in den neuen Zonen bleiben Unternehmen von Einkommens- oder Unternehmenssteuer ebenso befreit wie die Mitarbeiter von der Lohnsteuer. Für Erträge, die in Projekten für andere Unternehmen in den Zonen erzielt werden, sind ebenfalls keine Steuern fällig. Softwareentwicklung bleibt sogar von der Mehrwertsteuer befreit.

Die Türkei verbindet mit den Technoparks höchste Erwartungen für die Weiterentwicklung der eigenen Grundlagenforschung und Anwendungsentwicklung. Damit Technologiezonen

förderungsfähig sind, muss jeweils eine der Hochschulen des Landes, eine öffentliche Forschungseinrichtung oder sonst ein öffentliches Projekt involviert sein.

Synergien mit der Industrie

Mit den öffentlich-privaten Partnerschaften und den geförderten Synergien zwischen den Hochschulen und Industrie will die Türkei dafür sorgen, dass industrielle Innovation, Produktivität und Qualität keine Importprodukte bleiben. Besonderes Augenmerk legt das Programm

Bereitstellung von Kapital ist unerlässlich

der Technoparks auf die Vermarktung des neu gewonnenen Wissens. Das Rückgrat des türkischen Wirtschaftswunders sind die kleinen und

mittleren Unternehmen (KMU), deren Präsenz in den Technologiezonen besonders gefördert wird. Für den Technologietransfer wird die Bereitstellung von Fremd- und Risikokapital als unerlässlich angesehen.

Wie bei den erfolgreichen Industriezonen des Landes sollen privat agierende Betreiberfirmen die ansiedelnden Unternehmen und Projekte mit einem umfassenden Service betreuen und bei Firmengründung, Patentierung, bei Finanzierung und Förderung sowie bei Vermarktung und Export beraten.

Industrieminister Coşkun will erklärtermaßen auch dafür sorgen, dass die an den Hochschulen der Türkei ausgebildeten Spitzenkräfte Beschäftigung im eigenen Land finden. Dem „Brain Drain“, der Wanderungsbewegung der Wissenschaftler in wenige hochentwickelte Forschungszentren westlicher Länder, soll so vorgebaut werden. Firmengründungen aus den Hochschulen heraus sollen nicht nur administrativ, sondern auch finanziell erleichtert werden.

Das große Netzwerk

Der türkische Dachkammerverband TOBB repräsentiert die 364 Handelskammern und Börsen des Landes.

Präsident Hisarciklioğlu beschreibt, wie dieses Netzwerk zur Integration der Türkei in die Weltwirtschaft beiträgt.



M. Rifat Hisarciklioğlu, TOBB

Wirtschaftsbeziehungen als politischer Katalysator:
„Mit der wirtschaftlichen Kooperation nimmt auch das gegenseitige Vertrauen zu.“

➔ Text: Rifat Hisarlikcioğlu

Der über das ganze Land verbreitete TOBB umfasst 364 Kammern und Börsen und repräsentiert 1,32 Millionen Unternehmen aus allen Regionen und Branchen. Sie ist die Dachorganisation der türkischen Wirtschaft.

Mit Deutschland, einem der wichtigsten Akteure der Weltwirtschaft, teilen wir die Geschichte. Wir haben enge Beziehungen aufgebaut, denen wir eine hohe Bedeutung zumessen. In den deutsch-türkischen Handelsbeziehungen ist eine sehr intensive Partnerschaft Realität. Wir glauben, dass für die Entwicklung dieser Zusammenarbeit die Möglichkeiten beider Länder noch sehr viel wirkungsvoller wahrgenommen und durch

konkrete Projekte bereichert werden können. Als TOBB unterstützen wir gemeinsame Bemühungen, die Handels- und Wirtschaftsbeziehungen mit Deutschland auf verschiedenen Ebenen und in wirkungsvoller Form voran zu bringen.

Partner Deutschland

Am 1. Oktober 1994 hat der TOBB in Istanbul gemeinsam mit dem DIHK die Deutsch-Türkische Handelskammer gegründet, deren Aktivitäten bis heute andauern. Am 22. Oktober 2003 haben die gleichen Partner in Köln die Türkisch-Deutsche Industrie und Handelskammer gegründet. Zur Weiterentwicklung der Handels- und Wirtschaftsbeziehungen und zur Abstimmung über

mögliche Probleme wurde 1993 der Deutsch-Türkische Kooperationsrat gegründet, an dem der TOBB beteiligt ist und der sich in jährlichem Rhythmus trifft.

Der TOBB ist auch Mitglied weiterer für die Wirtschaft des Landes wirkungsvoller Organisationen wie den Eurochambres, den Internationalen Handelskammern, den Islamischen Industrie- und Handelskammern, dem beratenden Ausschuss für die Wirtschaft der OECD, den Kammerverbänden des Balkan, der ECO, des Mittelmeerraums (ASCAME), der Türkisch-Arabischen Kammern, der Schwarzmeerregion und besitzt darüber ein sehr weitgestecktes Netzwerk.

Globalisierung:
„Überkommene Strukturen ändern sich“

Die Globalisierung, die in den letzten Jahren des vergangenen Jahrhunderts begann und heute mit unvorstellbarem Tempo anhält, bringt die Staaten einander politisch, wirtschaftlich, kulturell und soziologisch näher und erzwingt die Veränderung überkommener Strukturen.

Auch wir glauben, dass sich Frieden nur in einem Umfeld, in dem der Handel zwischen den Völkern zunimmt, realisieren lässt. Mit wirtschaftlicher Kooperation nimmt auch das gegenseitige Vertrauen zu. Aus diesem Grund und in der Hoffnung, wirtschaftliche Zusammenarbeit könne für die Lösung politischer Probleme als Katalysator wirken, hat unsere Organisation am 27. April 2005 eine Konferenz in Ankara durchgeführt, bei der israelische und palästinensische Unternehmer ins Gespräch kamen. Das so benannte Ankara Forum wurde von uns gemeinsam und mit Hilfe des Präsidenten des israelischen Importeursverband und des Präsidenten des Bundes der palästinensischen Handels-, Industrie und Landwirtschaftskammern gegründet. Die zweite Konferenz des Ankara Forums fand am 8. und 9. Juni 2005 in Jerusalem statt. Es wurden am zweiten Tag der Konferenz Bemühungen deutlich, mit dem Ziel der Beschäftigungssicherung in Palästina die Industriezone Erez zu beleben. Das dritte Forum fand am 20. und 21. September 2005 in Istanbul statt. Mit dieser Initiative nehmen wir eine aktive Rolle dabei ein, die Grundlagen für Frieden und Handel in der Region zu bereiten.

Vor der Aufnahme von Beitrittsverhandlungen der EU mit der Türkei am 3. Oktober 2005 setzte sich unsere Organisation als Repräsentantin der Geschäftswelt sowohl in der Türkei wie in Europa mit Nachdruck dafür ein. Unser Wunsch und

unser Ziel ist, dass die Verhandlungen in kürzester Zeit abgeschlossen werden und unser Land Mitglied der Europäischen Union wird.

In diesem Umfeld setzt sich der TOBB für Strukturen ein, in denen die Unternehmen während der Beitrittsdiskussionen ihre Ansichten einbringen können. Mit den Branchenräten der Türkei wurde ein Forum gegründet, in dem sich Unternehmen als Vertreter ihrer Branchen austauschen können.

Weiterbildung als Ziel

Im vergangenen Jahr begann TOBB mit Aus- und Weiterbildungsaktivitäten und erweiterte mit der Hochschule für Wirtschaft und Technologie und TEPAV, einer Stiftung für wirtschaftspolitische Forschung, die Basis für eine Unterstützung. Mit Blick auf die EU-Beitrittsverhandlungen und um den damit notwendigen Anpassungsprozess der Unternehmen zu unterstützen, engagiert sich der Verband für die Sicherung eines zuverlässigen und verständlichen Informationsflusses über die entsprechenden Bestimmungen. Dabei wurden 2005 fünf Informationsseminare über die EU-Vorschriften und die Anpassung durchgeführt, bei denen es um den Wettbewerb, Subventionen, öffentliche Beschaffung, Verbraucherschutz, Produktsicherheit und Produkthaftung, Zollbestimmungen und Finanzdienstleistungen ging.

EU-Beitritt:

„Akzeptanz ist auch eine Frage der Information“

Die Europäische Union sehen wir nicht statisch, sondern als ein „voranschreitendes Ziel“, auf das unser Verband die aktuelle Aufmerksamkeit der Geschäftswelt lenkt. Im April und Mai 2005 haben wir in Zusammenarbeit mit der Generaldirektion der EU-Kommission für Unternehmen zwei Seminare über soziale Verantwortung durchgeführt. Die verbandsinterne Information wird in der Phase der Beitrittsverhandlungen weiter ausgebaut. Außerdem werden zu den für die Unternehmen entwickelten Informationsveranstaltungen auch die öffentliche Verwaltung und zivilgesellschaftliche Organisationen, die unterschiedliche Gesellschaftsschichten repräsentieren, eingeladen.

Medienaktivitäten

Neben den Anstrengungen für die Information der Öffentlichkeit fokussiert unser Verband auch

seine Rolle in der Wissensgesellschaft. Gemeinsam mit TEPAV, der wirtschaftspolitischen Forschungsförderung der Türkei, wurde das Projekt „Die Europäische Union und die Kommunikation“ eingerichtet. Ich möchte verdeutlichen, dass bei der Information der Öffentlichkeit lokale Medien eine wichtige Aufgabe haben. Es ist eine Notwendigkeit, auch auf lokaler Ebene die Kapazität von Medien zu entwickeln, die vertrauenswürdige und korrekte Informationen zum Beitrittsprozess veröffentlichen. Zu diesem Zweck werden TOBB und TEPAV in kurzer Zeit gemeinsam in 81 Verwaltungsbezirken Medienorganisationen fördern. Ein ähnliches Projekt über die europäischen Kommunikationsnetze für Hochschulangehörige werden wir auf lokaler Ebene unterstützen.

Qualifizierung der Kammern

Unser Verband entwickelt weitere Projekte, um Einrichtungen zu stärken, die wie in anderen Ländern der EU der Unterstützung der Geschäftswelt dienen. Bei diesem Prozess hat die Unterstützung der Eurochambres für uns eine hohe Bedeutung. Seit 2001 haben wir in Kooperation mit den Eurochambres zwei Entwicklungsprogramme für Kammern realisiert.

Ziele dieser Projekte zur Entwicklung der Kammerorganisation waren die Erweiterung des Außenhandels, die Sprachkenntnis der Unternehmer sowie die Effizienz, Qualitätssicherung und neue Dienstleistungen in der Kammerorganisation. Mit der Weiterbildung des Führungspersonals in den Kammern durch die Eurochambres sollte die Grundlage gelegt werden für neue Beziehungen zu den Kammern in der Europäischen Union und für die Entwicklung neuer Dienstleistungen in den Bereichen Ausbildung und Außenhandel.

Gleichzeitig haben wir mit einer finanziellen Unterstützung der EU in Höhe von 18 Millionen Euro in Gaziantep, Izmir und Kocaeli Türkisch-Europäische Businesszentren (ABIGEM) gegründet. Diese Zentren unterstützen die kleinen und mittelständischen Unternehmen bei den Produktionsstandards und der Markterschließung.

Im Ergebnis all dieser Maßnahmen wird deutlich, dass der TOBB nicht nur die oberste Dachorganisation der Berufsverbände darstellt, sondern mit Dienstleistungen für alle Bereiche der Gesellschaft auf die Integration der Türkei in die Welt abzielt und dabei die Identität einer zivilgesellschaftlichen Organisation besitzt. Aus diesem Grund ist er die einzige Einrichtung, an die sich jeder Unternehmer, der in der Türkei Geschäfte aufnehmen will, wenden kann und bei er an einer Adresse für jeden Bedarf Antworten bekommt.

Wirtschaft Groß geschrieben

Im Netzwerkland Türkei sind Organisationen feste Bezugspunkte für unternehmerisches Handeln. Wir stellen einige der wichtigsten Anlaufstellen vor – mit türkischem und deutschen Namen – vor allem aber mit den Akronymen, die in der türkischen Geschäftssprache eine so wichtige Rolle spielen.

ATTSO

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (Istanbul)
Deutsch-Türkische
Industrie- und Handelskammer
www.dtr-ihk.de

EBSO

Ege Bölgesi Sanayi Odası
Industriekammer der ägäischen Region (Izmir)
www.ebso.org.tr

ITO

Istanbul Ticaret Odası
Handelskammer Istanbul
www.ito.org.tr

TD-IHK

Türkisch-Deutsche
Industrie- und Handelskammer (Köln)
Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası
www.td-ihk.de

TOBB

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
Union der Türkischen Börsen und Kammern
www.tobb.org.tr

TÜSIAD

Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği (Ankara)
Verband türkischer Industrieller und Unternehmer
www.tusiad.org.tr
Vertretung in Deutschland (Berlin)
www.tusiad-de.org

ABIGEM

Avrupa Birliği İş Gelisme Merkezi , Europäische
Businesscentres, Izmir, Gaziantep, Kocaeli,
www.abigem.org

YAZED Yabancı Dil Derneği, Verband der ausländischen Investoren
www.yased.org.tr

TAYSAD Tasit Araclari Yan Sanyicileri Derneği,
Verband der Hersteller von Fahrzeugteilen
und –komponenten
www.taysad.org.tr

Die Brückenbauer

Wie überall kommt es auch in der Türkei auf gute Verbindungen an. Zum Glück haben die neuen Netzwerker an der Spitze der türkischen Wirtschaftsorganisationen ein Faible für Deutschland.



Kemal Şahin, Präsident Türkisch-Deutsche IHK

Unternehmer:

„Unternehmer treiben den Integrationsprozess voran.“



Tamer Taşkın, Präsident der Industriekammer der Ägäischen Region

Investoren aus der Türkei:

„Wir fürchten uns nicht vor Verantwortung in Deutschland.“

➔ Text: Hans Gäng

Als Mittler zum Markt bieten sich den Unternehmen immer viele Partner an. Auch in der Türkei. Was man erreicht, entscheidet sich in einem Land, in dem persönliche und familiäre Loyalitäten über alles gehen, an Zugehörigkeit und Verbindung zu Organisationen, in denen sich die Unternehmer selbst organisieren. Wer das alte Bild streng hierarchischer Verbände mit hoheitlicher Attitüde in Erinnerung hat, muß umdenken: Die neuen Köpfe an der Spitze der Wirtschaftsorganisationen verstehen sich ausdrücklich als moderne Netzwerker und verpflichten ihre Einrichtungen auf internationale Öffnung. Deutschland spielt in ihren Aktivitäten eine zentrale Rolle.

Die deutsche Auslandshandelskammer in Istanbul organisiert vor allem die deutschen Unternehmen, die in der Türkei niedergelassen sind. Ihr Geschäftsführer Marc Landau nimmt die Differenz zwischen heimischem Jammertal und türkischer Business-Euphorie sehr deutlich wahr: „Die türkische Wirtschaft – früher das Schlusslicht Europas – hat während der letzten Jahre nicht nur rapide aufgeholt, sondern zieht mittlerweile kraftvoll an internationalen Wettbewerbern vorbei. Das Wachstum liegt weit über dem OECD-Durchschnitt und die türkische Wirtschaft entwickelt genau die Dynamik, die manchem EU-Mitglied zur Zeit fehlt.“

Zum Exportwunder der Türkei trägt die große andere Handelskammer aus Istanbul entscheidend: ITO heißt die mit ihren rund 300.000 Mitgliedsfirmen größte Kammer der Türkei. Sie erwirtschaftet fast 40 Prozent des türkischen Exports. Ihr Präsident ist der erst 37jährige Murat Yalçıntaş. Er hat dafür gesorgt, dass Istanbul im Wortsinn auf der Überholspur ist: Die ITO hat sich am Bau der For-

mel1-Strecke „Otodrom“ beteiligt. Yalçıntaş sieht den Motorsport als Schaufenster für die schnell wachsende Automobilindustrie, die 2005 erstmals die Textilindustrie als bedeutendste Exportbranche überholen wird. Aus Deutschland hat er sich Konzept und Know-how für die Rennstrecke geholt – vom Aachener Planer Hermann Tilke, der auch das Design für Malaysia, Shanghai und Bahrain geliefert hat.

Dynamik:

„Die Türkei zieht am Wettbewerb vorbei.“

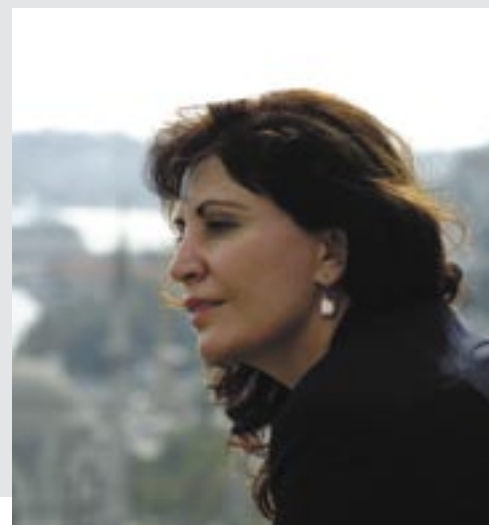
ITO-Präsident Yalçıntaş hat im Sommer Deutschland besucht und dort nicht nur für die neue Rennstrecke Werbung gemacht. In zahlreichen Begegnungen hat er die umfassende Ausbildungsoffensive seiner Organisation verdeutlicht und gemeinsam mit der Stadtverwaltung für deutsche Investitionen im Tourismus geworben. „Ein angepasstes Modell des Tourismus, das den Charme und die Besonderheiten unserer Stadtquartier erhält, bietet auch Chancen für kleinere und mittlere Investoren.“ Ein wichtiges Anliegen führte Yalçıntaş nach Hannover: Seine Organisation, die die Türkei mit einer ständig wachsenden Präsenz auf der Hannover Messe bereits jetzt zu einer der ganz großen Ausstellernationen gemacht hat, will für 2007 die Türkei zum offiziellen Parterland des weltgrößten Technologie-Events machen.

Hannover war auch Station der Deutschlandreise eines weiteren neuen Kammerpräsidenten: Tamer Taşkın, Präsident der Kammer der Region Izmir und selbst Unternehmer – unter anderem

Dr. Mehpare Bozyigit-Kirchmann
Direktorin TÜSIAD Deutschland

Netzwerke:

„Unternehmer zusammen zu bringen, ist unsere wichtigste Aufgabe“



als Türkei-Geschäftsführer der Hildesheimer Petrofer, hat seine industriellen Lehrjahre zwischen Stuttgart und Göppingen hinter sich gebracht. Er machte deutlich, dass die Türkei nicht nur aus Istanbul besteht. Er warb - siehe unser Interview auf Seite 16 - für über die Türkei hinaus gehende Kooperationen im Nahen Osten und Zentralasien. Die aktivsten und erfolgreichsten neuen Unternehmer der Türkei hält er auch für potenzielle Investoren in mittelständische Technologieunternehmen: „Wir fürchten uns nicht vor Verantwortung für Industrieproduktion und Beschäftigung in Deutschland.“

Die großen Unternehmen der Türkei sind schon längst da. TÜSIAD, der Unternehmerverband, dessen 500 Mitglieder fast die Hälfte der türkischen Wirtschaftsleistung erbringen, hat ein deutsches Verbindungsbüro, das in Berlin nicht nur Lobbyarbeit leistet. Die Deutschland-Repräsentantin des mächtigen Verbandes, Dr. Mehpare Bozyigit-Kirchmann arbeitet intensiv an der Vernetzung:

Türken in Deutschland:

„Riesiges Potenzial für die Wirtschaftskooperation“

„Unternehmer zusammenzubringen ist unsere wichtigste Aufgabe.“ Aus den ersten Begegnungen, die sie mit türkischen Unternehmen organisiert hat, sind mittlerweile viele gut funktionierende Gemeinschaftsunternehmen und Türkei-Projekte deutscher Unternehmen hervorgegangen: „Ich bin sehr sicher, dass in den nächsten Jahre viele weitere folgen werden.“ Frau Bozyigit Kirchmann sieht in den den türkischstämmigen Schul- und Hochschulabsolventen in Deutschland, ein

Murat Yalçıntaş
Präsident ITO

Istanbul:

„Infrastruktur und Tourismus bieten deutschen Investoren gute Chancen“



riesiges Potenzial für eine intensive Kooperation: „Es wird leider noch nicht immer optimal genutzt. Ich setze mich persönlich mit großem Nachdruck dafür ein, dass Türkisch als Wirtschafts- und Fremdsprache in Deutschland gelehrt und anerkannt wird. Ausbildung ist die beste Basis dafür, dass die jungen Leute hier die Chancen aus den deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen für sich nutzen können.“

Botschafterfunktion

Die Brückenfunktion der in Deutschland aktiven Unternehmer und Selbständigen aus der Türkei ist das zentrale Motiv für die Gründung der türkisch-deutschen Handelskammer in Köln gewesen. Die TD-IHK ist bekannt durch ihren Präsidenten, den Textilunternehmer Kemal Şahin, der nach seinem Studium in Deutschland aus dem Nichts heraus einen Textilkonzern mit mittlerweile 12.000 Mitarbeitern aufgebaut hat.

Nichts verdeutlicht mehr die Botschafterrolle der türkischstämmigen Unternehmer in Deutschland als die Bilder, die Şahin immer wieder in der Mitte zwischen deutschem Bundeskanzler und türkischem Ministerpräsidenten zeigen: Er hat den türkischstämmigen Unternehmern in beiden Ländern Stimme verschafft. Auf dem für ihn „langen und beschwerlichen Weg“ zum Start der EU-Beitrittsverhandlungen haben sie diese Stimme auch erhoben: „Einen entscheidenden Anteil an dieser Entscheidungsfindung tragen die Unternehmer und Wirtschaftstreibenden beider Länder.“

Nach Şahins Auffassung kommt der Integrationsprozess der Wirtschaft umfassend in Gang und die Brückenfunktion der türkischen Unternehmer damit so richtig zum Tragen: „Türkische und türkischstämmige Unternehmer verdeutlichen und unterstützen den festen Willen des türkischen Volkes, Teil Europas zu werden.“



Izmir ist eine Umschlagplatz für die ganze Region

„Ege“ – Drehscheibe für die Region

Industriezonen, der Hafen, Universitäten und ein beträchtlicher Anteil an Industrieproduktion und Export der Türkei machen die Region rund um die Millionenstadt Izmir zu einem der attraktivsten Investitionsstandorte des Landes.

➔ Text: Hans Gäng

Die türkische Bezeichnung für die gesamte Wirtschaftsregion ist viel einfacher zu schreiben und zu merken als die deutsche: „Ege“ steht für die dem ägäischen Meer zugewandte Küstenregion ganz im Westen der Türkei. Freihandelszonen, Technologiezentren, Universitäten und ein beträchtlicher Anteil an Industrieproduktion und Export der Türkei machen die Region rund um die Millionenstadt Izmir zu einem der attraktivsten Investitionsstandorte des Landes.

Die wichtigsten wirtschaftlichen Kennziffern zeigen, dass die ägäische Region genau wie die ganze Türkei falsch beschrieben wäre, wenn man nur an landwirtschaftliche Produktion und an Tourismus denken würde. Zwar sind die Namen der den griechischen Inseln gegenüberliegenden Hochburgen des internationalen und inntürkischen Fremdenverkehrs in der Ägäis wie Bodrum, Marmaris, Çeşme und Kuşadası mittlerweile auch in Deutschland geläufig.

Dass sich aber die rund um Izmir gruppierten Städte Aydin, Denizli, Muğla, Kütahya und Afyon

zu einem bedeutenden Zentrum der türkischen Industrieproduktion entwickelt haben, wird bei dem meist auf Istanbul und die Marmara-Region konzentrierten Blick aus Deutschland oft übersehen. Das Gebiet trägt mit rund 12 Milliarden USD rund 22 Prozent zum gesamten Export der Türkei bei. Die rund 312.000 Firmen beschäftigen

„Jeder Investor wird von der hohen Nachfrage profitieren“

ca. 1,5 Millionen Mitarbeiter und schaffen etwa elf Prozent der Produktion der gesamten Türkei. Der Löwenanteil davon entfällt auf die Metropole Izmir, die mit ihren rund drei Millionen Einwohnern allein etwa neun Prozent der türkischen Wirtschaftsleistung erbringt. Die entwickelte Infrastruktur trägt dazu bei, dass die Ägäis-Region als einer der bedeutendsten Wachstumspole der türkischen Volkswirtschaft zu betrachten ist. Da sind zum einen die drei Häfen der Region, über die 55 Prozent des türkischen Exports umgeschlagen wird.

Der größte davon ist Alsancak, der Hafen von Izmir, mit einer Kapazität von derzeit 8,2 Millionen Tonnen. Die Container-Kapazität liegt bei 266.000 TEU pro Jahr. Es verwundert beim Boom in der Region nicht, dass auch die Infrastruktur für ausländische Investoren von großem Interesse ist. Bei der Privatisierung des Hafens von Izmir kam Dubai Ports zum Zug, ein Unternehmen, das sich über die Präsenz in der Türkei zum bedeutenden „Player“ auch im Mittelmeer weiterentwickeln will. Tamer Taşkin, Präsident der vereinigten Industriekammern der Ege-Region, zeigte sich bei seinem Deutschland-Besuch vom niedersächsischen Betreibermodell eines übergreifenden Hafenverbunds mehrerer kleinerer Städte angetan.

Auch in der Schiffsbauindustrie wirbt die Region um Investoren nicht nur aus Fernost. Izmir entwickelt zur Zeit ein Werftareal von fast 500.000 Quadratmetern. „Jeder Investor wird von der hohen Nachfrage, die die Kapazitäten in der benachbarten Schwarzmeerregion bereits auf Jahre vollständig auslastet, profitieren können“, wirbt Tamer Taşkin. Ein weiterer Faktor für die Attrak-



Fabrik an Fabrik: Die andere Ägäis

Izmir im Web

EBSO

Ege Bölgesi Sanayi Odası
Industriekammer der ägäischen Region (Izmir)
www.ebso.org.tr

ESBAS

Ege Serbest Bölge Kurucu ve İşleticisi a.s.
Aegean Free Zone Development & Operating Co.
www.esbas.com.tr, www.aegeanfreezone.com

IAOSB

Izmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi
Izmir Atatürk Organized Industrial Zone
www.iaosb.org.tr

tivität sind die Hochschulen der Region: elf der 75 türkischen Universitäten liegen in der Region. Im gesamtstaatlichen Plan der Technologie-Entwicklung spielt die Technologiezone Izmir eine bedeutende Rolle. 225 Hektar sind für Investoren aus den Bereichen Elektronik, ITC, Medizintechnik, Life Science, Automotive und Textilproduktion vorbereitet. Die Region kommt bei der Entwicklung von neuen Standorten für Zukunftstechnologien zugute, dass sie bereits über eine langjährige Erfahrung bei der Organisation und Vermarktung von Industriezonen verfügt.

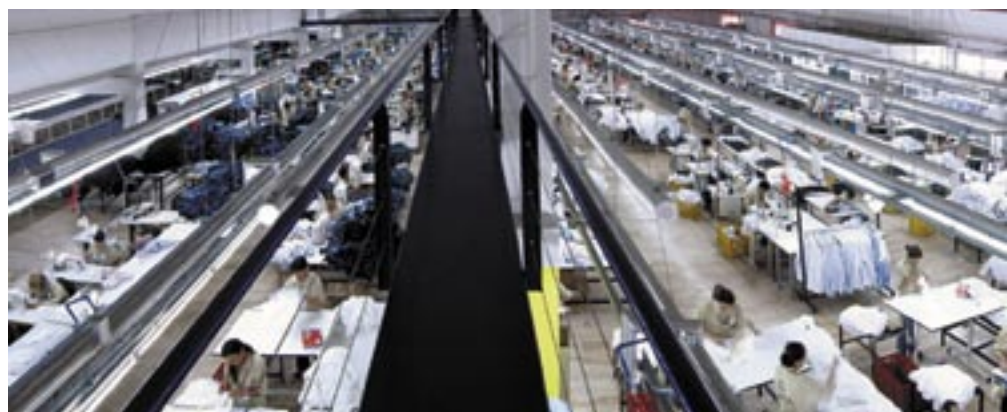
So gibt es dort die so genannten organisierten Industriegebiete. Grundprinzip ist dabei, dass nicht unterschiedliche Behörden und Dienstleistungsunternehmen, sondern ein Betreiberunternehmen den ansiedelnden Industrieunternehmen die komplette Infrastruktur anbieten kann. Energie, Kommunikation, Zahlungsverkehr, Ausbildung, Fördermittel, Abwasser – bis auf die Gebäudekapazitäten erhalten Unternehmer alles aus einer Hand angeboten. In Izmir sind insgesamt schon rund 18 solcher Zonen eingerichtet und geplant.

Die bekannteste und dem Volumen nach größte ist sicherlich die schon 1990 gegründete Izmir Atatürk Organized Industry Zone (IAOIZ). 465 Firmen – davon rund 200 Exportunternehmen – sind dort auf einer Fläche von sieben Millionen Quadratmetern angesiedelt. Waren im Wert von 1,2 Milliarden USD wurden 2004 ausgeführt. Damit einher geht der Aufbau eines gemeinsamen und permanenten Ausstellungszentrums für die angesiedelten Unternehmen, das die Aktivitäten der internationalen Messe in Izmir ergänzt. Das Rückgrat der industriellen Ansiedlung in Izmir bilden aber die Freihandelszonen. Mit zurzeit 271

lokalen und 76 internationalen Unternehmen ist die Ägäische Freihandelszone (AFZ) in Izmir eine der bedeutendsten ihrer Art in der Türkei. Die Ägäische Freihandelszone im Bezirk Gaziemir wurde 1990 gegründet und wird vom Privatunternehmen Esbaş betrieben. Dessen Gründer, der türkischstämmige US-Geschäftsmann Kaya Tuncer, war schon Mitte der 80er Jahre, also noch in den Zeiten von Ministerpräsident Turgut Özal vom industriellen Potenzial der Türkei überzeugt.

Inzwischen entstanden auf den 1,3 Millionen Quadratmetern der AFZ rund 12.300 Arbeitsplätze. Der kumulierte Außenhandel der Zone erreicht 20 Milliarden USD. Die Zone zog in den vergangenen zehn Jahren allein rund sieben Prozent der ausländischen Direktinvestitionen in der Türkei auf sich. Namen wie Delphi Automotive und Delphi Diesel, Hugo Boss, FTB, Sikorsky, Enercon und Eldor Electronics machen auch die Bandbreite der Branchen deutlich, die

sich in der AFZ angesiedelt haben, die nur vier Kilometer von Izmirs internationalem Flughafen und zwölf Kilometer von City und Hafen entfernt liegt. Zum Erfolg des Projekts tragen nicht nur die Steuerfreiheit für Produktionsunternehmen, die Zollfreiheit beim Import von Maschinen sowie die freie Gewinnübertragung bei. Im harten internationalen Wettbewerb der Industriezonen setzt der Betreiber Esbaş auf ein modernes Industriepark-Konzept mit hervorragend erschlossener Infrastruktur, fertig vorbereiteten Flächen und Gebäuden, bei gleichzeitig minimierter Bürokratie. Full-Service für die angesiedelten Unternehmen gehört zum Konzept dazu: Kindergärten, Schulen, Sport- und Freizeiteinrichtungen sind Teil der Freihandelszone. Esbaş-Präsident Kaya Tuncer ist trotz des harten Wettbewerbs mit Standorten in Osteuropa zuversichtlich in die Zukunft: „Im Jahr 2012 rechnen wir mit 500 Unternehmen und 35.000 Jobs in der industriellen Fertigung der Zone.“



Textilproduktion: Beherrschende Position schwindet

Interview mit dem Unternehmer Tamer Taşkin

Gemeinsame Chancen in Nahost

Gemeinsam können türkische und deutsche Unternehmer im Nahen Osten und in Zentralasien viel mehr erreichen. Das ist die Tamer Taşkins Botschaft. Als Unternehmer und Präsident der Ägäischen Industriekammer EBSO hat er klare Vorstellungen von Wirtschaftspartnerschaft.

➔ Interview: Hans Gäng

Herr Taşkin, wo liegen denn die größten Chancen für eine Zusammenarbeit zwischen türkischen und deutschen Unternehmen?

Vor unserer Haustür, im Nahen Osten, in Nordafrika, in Russland und Zentralasien. Hier hat die Türkei in den letzten Jahren ein beeindruckendes Wachstum ihrer Exporte vorgelegt. Sicher von relativ niedrigem Niveau ausgehend, aber mit unglaublich hohen Wachstumsraten, die Sie sonst nur aus China kennen. Hier sollten sich türkische und deutsche Unternehmen zusammenschließen.

Deutsche Firmen sind ja dort schon selbst am Markt aktiv. Wie sollen die denn von einer Zusammenarbeit konkret profitieren?

Wissen Sie, Globalisierung bedeutet eine grundlegende Veränderung in den Wirtschaftsbeziehungen. Der Wettbewerb wird heute über Kundenbeziehungen entschieden. Über Technologie kann jeder Standort verfügen, Produktivität und Qualität finden Sie auch überall und auch über den Preis wird nichts mehr entschieden. Sich in einem Markt auszukennen, die persönlichen Verbindungen aufzubauen, die kulturelle Nähe zu einem Faktor für den Erfolg machen zu können – das kennzeichnet den Vorteil einer Zusammenarbeit mit türkischen Unternehmen bei der Markterschließung in der Region. Unsere Vertriebsprofis und Ingenieure muss niemand künstlich motivieren, in die Golfstaaten, nach Azerbaidschan, Libyen oder nach Israel zu fliegen und dort erfolgreiche Projekte aufzubauen.

Sie plädieren also dafür, über Joint Ventures oder eigene Standorte in der Türkei in deren Nachbarländern zu agieren?

Ja, für die Präsenz in der Türkei sprechen neben der unternehmerischen Mentalität der

Menschen auch die exzellenten Verkehrsverbindungen, die wir aufgebaut haben. Von unseren großen Städten sind Sie in eineinhalb Stunden in allen Hauptstädten der Region. Zu den Produktionsstätten in der Türkei oder den Messen in Istanbul und Izmir können umgekehrt potenzielle Kunden aus den Nachbarländern viel einfacher anreisen als nach Deutschland. Ein Visum ist leicht zu bekommen; die Kontakte zu den Nachbarn in Syrien, im Irak und im Iran sind gut.

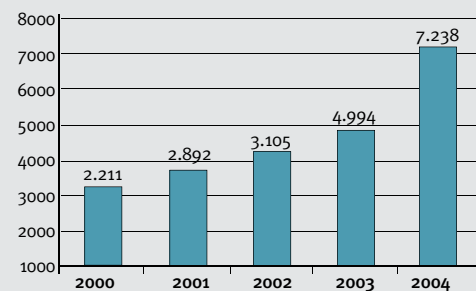
Kommt die Logistik für Waren und Güter dieser Drehscheibenfunktion der Türkei für die gesamte Region hinterher?

Es gibt einen Modernisierungs- und Investitionsbedarf bei Logistik und Infrastruktur, das ist gar keine Frage. Hier sind in den vergangenen Monaten für ausländische Investoren sehr attraktive Möglichkeiten im Schiffbau, im Hafenbetrieb oder im Handel geschaffen worden. Es spricht für den Standort Türkei, dass an den großen Modernisierungsprojekten in der Logistik und Infrastruktur Investoren aus Asien oder der arabischen Welt beteiligt sind. In zwei Tagen ist jeder Container aus Izmir in allen Mittelmeerhäfen.

Und sehen Sie die türkischen Unternehmer auch als Investoren in Deutschland?

Ja natürlich, hier hat das junge und dynamische Unternehmertum der Türkei ein riesiges Potenzial. Die ungeklärte Nachfolgeregelung in tausenden Unternehmen, die über hochwertige Technologie, Markennamen und exzellente Kundenbeziehungen in Europa verfügen, ist eine Chance für Beteiligungen, die die türkischen Unternehmer nutzen sollten. Vor Verantwortung für die Zukunft der Industrieproduktion und Beschäftigung in Deutschland fürchten wir uns bestimmt nicht. ■■■

Türkische Exporte in den Nahen und Mittleren Osten in Mio. US-Dollar



Quelle: Amt des türkischen Premierministers

Erfolg in der Region:

„Kulturelle Nähe ist eine gute Ausgangsposition.“



SCHWERPUNKTTHEMA 2/2005: LOGISTIK AM GOLF – DREHSCHIEBE DES WELTHANDELS

Orientierung in Wirtschaft und Kultur

Bestellen Sie ein Schnupper-Abo:
2 Ausgaben für 16 Euro,
3 Ausgaben für 24 Euro.
Oder bestellen Sie ein Jahres-Abo:
Sechs Ausgaben für 60 Euro



**TRENDS & ENTWICKLUNGEN TOURISMUS & REISEN IMMOBILIEN & ARCHITEKTUR
LÄNDERREPORTS MESSEN & TERMINE TRANSPORT & LOGISTIK FINANZEN RECHT & CONSULTING
KULTUR & GESELLSCHAFT WECHSELNDE SCHWERPUNKTTHEMEN**

**zenith
business** WIRTSCHAFTSMAGAZIN FÜR NORDAFRIKA UND DEN MITTLEREN OSTEN

VERTRIEB: local global GmbH · Tel: (0711) 22 55 88 24 · Fax: (0711) 22 55 88 11 · E-Mail: marketing@localglobal.de · www.zenithbusiness.de

Export und Investitionen in der Türkei

Besser hätte es fast nicht laufen können – so könnte das Resümee der wirtschaftlichen Entwicklung der Türkei in den vergangenen Monaten lauten. Seit dem Regierungswechsel im Jahr 2002 hat das Land beachtliche Erfolge auf seinem Reformkurs erreicht und freut sich über hohe ausländische Investitionen.



© HVB

Cathleen Behrends-Redlich ist seit 2003 Repräsentantin der Bayerischen Hypo- und Vereinsbank in Istanbul. Die Bank verfügt über umfangreiche lokale Expertise und kann für ihre deutschen Kunden eine erste Unternehmenseinschätzung abgeben. Die HypoVereinsbank ist eine der wichtigsten deutschen Banken für langfristige Export- und Projektfinanzierungen in der Türkei

Türkeigeschäft:
„Nach wie vor existieren
Unwägbarkeiten“

➔ Text: Inka Ziegenhagen

Zahlreiche Beobachter zeigten sich nach den Wahlen von 2002 zunächst skeptisch, ob es der eher islamisch geprägten Regierung gelingen würde, für Veränderungen zu sorgen. Doch die stabile Mehrheit der regierenden AKP im Parlament macht Reformen leichter durchsetzbar. Ministerpräsident Erdogan hat es geschafft, das Land wirtschaftlich zu stabilisieren, Staatsbetriebe zu privatisieren und das Investitionsklima mit Hilfe der Europäischen Union und finanzieller Unterstützung des Internationalen Währungsfonds zu verbessern. Dadurch ist die Türkei auf einem guten Weg, eine stabile Marktwirtschaft westlicher Dimension zu werden.

Trotzdem gibt es nach wie vor Unwägbarkeiten, die im Geschäft mit der Türkei beachtet werden müssen: Bei den Exporten von Konsumgütern und Ersatzteilen setzen deutsche Exporteure Akkreditive zur Zahlungsabwicklung ein. „Unsere Kunden sehen nach wie vor Risiken im Türkeigeschäft, die eine Absicherung sinnvoll erscheinen lassen. Besonders die Lieferung auf Rechnung ist nur dann ratsam, wenn eine längere und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit dem Kunden besteht“, sagt Cathleen Behrends-Redlich, Türkei-Repräsentantin der HypoVereinsbank in Istanbul. Wichtig sei zudem, vor Ort eine erste Einschätzung über den Geschäftspartner zu bekommen. Behrends-Redlich hält daher eine lokale Präsenz der beteiligten Geschäftsbank für unbedingt erforderlich: „In der Türkei haben sich sehr seriöse und professionell geführte Unternehmen entwickelt, die eine vertrauensvolle Zusammenarbeit von Beginn an ermöglichen. Allerdings sind die ordnungsgemäße Buchführung und die Transparenz bei einer Vielzahl der Unternehmen noch nicht ausreichend, was aus der Ferne oft nicht erkennbar ist.“

Für größere Projekte sind bei türkischen Importeuren Bestellerkredite mit Garantien einer staatlichen Exportversicherung (z.B. Euler Hermes) sehr beliebt. Der Exporteur erhöht dadurch die Attraktivität seiner Offerte, weil er dem Importeur zugleich eine Finanzierung mit anbieten kann. Der Importeur erhält durch einen Bestellerkredit längerfristige Mittel zu Konditionen, die lokale Banken oft nicht anbieten können. Je nach Bonität des türkischen Geschäftspartners kann dieser Kredit direkt oder gegen Garantie einer türkischen Geschäftsbank hinausgelegt werden.

Besonders seit Anfang 2005 sind erstmals seit Jahren wieder große Summen ausländischen Kapitals in die Türkei geflossen. Vor allem erfolgreiche Privatisierungen und der Verkauf von Unternehmensanteilen an ausländische Investoren haben diesen Trend getrieben. Das stabilere wirtschaftliche Umfeld macht aber auch industrielle Investitionen im Land sehr attraktiv. Der Textilsektor, wichtigster Industriezweig des Landes, befindet sich zwar nach Aufhebung der Exportquoten unter einem erhöhten Konkurrenzdruck durch China, ist aber in einigen Teilbereichen nach wie vor sehr wettbewerbsfähig. Vermutlich wird die Führungsrolle in naher Zukunft die stark expandierende Automobilindustrie übernehmen. Die geografische Lage der Türkei, als Bindeglied zwischen Europa und dem Nahen Osten, aber auch die hohe Qualität der Produktion und die im Vergleich zu Mitteleuropa niedrigen Produktionskosten versprechen weiteres Wachstum der wichtigsten Wirtschaftssektoren.

Die Türkei hat enormes Potenzial, egal ob nun ein EU-Beitritt erfolgt oder nicht. Der gute Ruf, den deutsche Unternehmen im Land genießen, ist ein großer Vertrauensvorschuss, der eine Grundlage für erfolgreiche Geschäfte bietet. ■■■



Kaya Tuncer,
Vorsitzender der Institution ESBAS

Ägäische Freihandelszone.

15 Jahre.

350 Firmen.

13000 Mitarbeiter.

20 Milliarden USD Außenhandel.

**Wir müssen doch vieles
richtig gemacht haben!**

**Willkommen in der Ägäischen
Freihandelszone. Sie ist die Nummer
Eins der modernen Industrieparks der
Türkei. Warum?**

- Die Freihandelszone ist das naheliegende Tor zu Ihren Märkten in der Türkei, der EU, in Südosteuropa, am Mittelmeer, in Nahost, Russland und Zentralasien.
- Die Freihandelszone bindet Investoren, Fertigung, Handel direkt und einfach an die Region an.
- Die Freihandelszone hat eine gut durchdachte Infrastruktur, hochqualifiziertes Personal, niedrige Lohnkosten, eine gastfreundliche Administration und attraktive finanzielle Anreize.
- Die Freihandelszone liegt optimal: in der kosmopolitischen Metropole Izmir, der mit 3,5 Millionen Einwohner drittgrößten Stadt der Türkei. Zum Stadtzentrum sind es nur 20 Minuten, zum internationalen Flughafen nur 5 Minuten. Der Hafen von Izmir ist ein Umschlagplatz auf Weltklasse-Niveau.

- Wir bieten Ihnen Leasing, maßgeschneiderte Parzellen und Fazilitäten in der Qualität, die Sie aus den USA oder der EU kennen.
- Die Freihandelszone ist Standort von internationalen Top-Unternehmen wie Delphi, Hugo Boss, Eldor Electronics, Vestel, Pulse, Volvo, Hyundai, Sif JCB, United Technologies, FTB. 2004 erwirtschafteten dort 361 Firmen mit 13000 Mitarbeitern einen Außenhandelsüberschuß von 3.2 Milliarden USD.

Lernen Sie mehr über uns: Gründe, warum die Ägäische Freihandelszone genau der richtige Platz ist, um im internationalen Wettbewerb zu bestehen, finden Sie auf unserer Website:

www.aegeanfreezone.com

Oder kommen Sie doch einfach mal auf einen Sprung vorbei. Unsere Tür ist für Sie immer offen.



DIE ÄGÄISCHE FREIHANDELSZONE

DER RICHTIGE STANDORT

DIE RICHTIGE AUSSTATTUNG

GEWINNBINGENDE INVESTITIONEN

ESBAS-Ägäische Freihandelszone, eingetragene Entwicklungs- und Handelsgesellschaft, Gaziemir, Izmir, Türkei
Telefon: +90-232-251-3851, Fax: +90-232-251-0842, Webseite: www.aegeanfreezone.com

Türkei in Zahlen

Trotz strikter Fiskalpolitik verzeichnete die Türkei in den vergangenen Jahren Wachstumsraten bis zu 8,9 Prozent, so dass sich das BIP zwischen 2001 und heute mehr als verdoppelte. Inzwischen scheint es darüber hinaus gelungen, die notorisch hohe Inflation in den Griff zu bekommen.

Binnenwirtschaft (*Prognose für das Jahr 2005)

	2001	2002	2003	2004	2005*
Bruttoinlandsprodukt, BIP (Mio. USD)	152.600	183.200	235.500	296.000	355.489
BIP pro Kopf (USD)	2.203	2.613	3.343	4.090	4.700
Wachstumsrate BIP (real, in %)	-7,5	7,9	5,8	8,9	5,2
Inflationsrate (in %)	54,4	45,0	25,4	10,6	8,1
Staatshaushalt, Saldo (Mio. USD)	-27.626	-26.094	-27.789	-21.370	-19.415
in Prozent des BIP	-18,1	-14,3	-11,8	-7,2	-5,5
Beschäftigte (Tsd.)	21.524	21.354	21.291	21.147	21.791
Arbeitslosenquote (in %)	8,5	10,4	10,5	10,3	10,0
Aktienindex (Punkte)	157,1	84,7	108,9	169,3	280,6
Leitzins (in %)	60,0	61,1	43,0	38,0	12,5

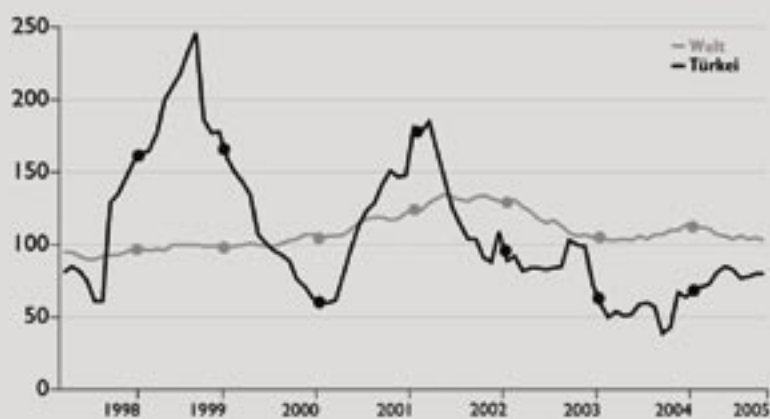
Außenwirtschaft (*Prognose für das Jahr 2005)

	2001	2002	2003	2004	2005*
Exporte (fob)	35.258	39.827	51.206	69.500	90.000
Importe (cif)	39.748	48.194	65.216	92.500	117.000
Saldo der Handelsbilanz	-4.490	-8.367	-14.010	-23.000	-27.000
Saldo der Leistungsbilanz	3.390	-1.522	-8.037	-15.400	-21.000
in Prozent des BIP	2,2	-0,8	-3,4	-5,2	-5,9
Direktinvestitionen (des Auslandes) (Nettozufluss)	2.769	585	406	1.300	4.500

Coface: Türkei im Rating

Im Länderrating der Coface, welches das durchschnittliche Niveau des kurzfristigen Zahlungsausfallrisikos reflektiert, wird die Türkei mit einem „B“ bewertet: „An unsteady political and economic environment is likely to affect further an already poor payment record“.

Entwicklung der Zahlungsausfälle



Quelle: Coface

Basisdaten

Fläche	779.452 qkm
Bevölkerung	72,22 Mio. (2004)
Bevölkerungswachstum	1,7 % (1997-2003)
Anteil der Stadtbevölkerung	76,0 % (2001)
Wachstum BIP/Kopf	0,9 % (1997-2003)
Exportquote	30,8 % (2004)
Investitionsquote	19,7 % (2004)

Haupthandelspartner (Export, in Prozent)

Deutschland	16,4
Großbritannien	8,7
USA	8,1

Haupthandelspartner (Import, in Prozent)

Deutschland	14,9
Italien	8,4
Russland	7,3

Kontakt

HypoVereinsbank

Bayerische Hypo- und Vereinsbank AG
HVB Länder-Risikoanalyse
Arabellastr. 12, 81925 München
Tel. 089-378-13012
E-Mail: Hans-Georg.Hesener@HVB.de

Kontakt

AK Coface Aktiengesellschaft

ALLGEMEINE KREDIT coface

Postfach 1209
55002 Mainz
Tel.: +49 (0) 6131 323-0
Fax: +49 (0) 6131 3727-66
www.ak-coface.de

Länderbewertung:
www.cofacering.de

Fahrspaß und Ökologie verbinden?

Ja

Motoren, die mit Bosch Hochdruck-Diesel-Direkteinspritzung ausgestattet sind, vereinen aus allem das Beste. So sorgen starkes Drehmoment und angenehm ruhiger Lauf für mehr Fahrspaß und Souveränität beim Fahren. Gleichzeitig wird durch feinste Zerstäubung des Kraftstoffs eine sehr intensive, beinahe rückstandsfreie Verbrennung erreicht, was entscheidend zur Schonung der Umwelt beiträgt. Diese und andere Maßnahmen sorgen dafür, dass mit der Bosch Hochdruck-Diesel-Direkteinspritzung ausgerüstete Fahrzeuge bereits heute die strenge Abgasnorm Euro IV erfüllen. www.bosch.com.tr



BOSCH
Technik fürs Leben

Auf der Überholspur

In den vergangenen Jahren sind die Produktionskapazitäten der Automobilhersteller und -zulieferer in der Türkei ausgeweitet worden. Die Produkte erfüllen inzwischen internationale Standards und werden zunehmend exportiert. Die Entwicklung des türkischen Automobilsektors ist vielversprechend.

➔ Text: Dipl.-Ing. Dipl.-Wirtsch. Ing.
Helmut Surges und Dr.-Ing. Martin Fahlbusch,
Management Engineers

In der Türkei ist im vergangenen Jahrzehnt ein dynamisch wachsendes Zentrum des europäischen Automobilsektors entstanden. Hersteller und Zulieferer machen knapp zehn Prozent des produzierenden Sektors aus. Die Branche gilt als einer der wichtigsten Schrittmacher der türkischen Industrie und trägt in hohem Maße zum Tempo des konjunkturellen Aufschwungs bei.

Traumhafte Perspektiven: „Zuwachsraten, wie sie im deutschen Automobilmarkt kaum zu erreichen sind“

Diese Entwicklung ist nicht zuletzt auch dem Umstand zu verdanken, dass vor allem große internationale Hersteller zunehmend auf die Türkei als Exportbasis setzen. Lag die Exportquote 1996 bei etwa neun Prozent, erreichte sie im Jahr 2004 rund 60 Prozent. So werden in den türkischen Produktionsstätten ausgewählte Modelle für die Ausfuhr in verschiedene EU-Länder hergestellt.

Der TÜV-Süd sieht die Türkei als Plattform für eine weitere Internationalisierung: Vorstandschef Dr. Peter Hupfer erklärte, er betrachte die Türkei auch als zentralen Brückenkopf zu den Ländern Libanon, Iran, Irak und Syrien, in denen sich Kraftfahrzeug-Reihenuntersuchungen in Planung befänden. Im Mai dieses Jahres hat

der TÜV-Süd mit zwei türkischen Partnern den Auftrag für Kfz-Hauptuntersuchungen nach deutschem Vorbild erhalten. Die Gesamtinvestitionen beliefen sich auf rund 568 Mio. Euro, davon etwa 423 Mio. Euro für Konzessionen. Bei derzeit etwa zehn Mio. zugelassenen Fahrzeugen rechnet das Unternehmen mit einem jährlichen Prüfbedarf von fünf Mio. Fahrzeugen und einer Zuwachsrate von sieben Prozent pro Jahr. Derartige Zuwachsraten sind im deutschen Automobilmarkt derzeit kaum zu erreichen und so ist es nur verständlich, dass deutsche Hersteller und Zulieferbetriebe sich für die Türkei interessieren.

Wachstum durch Export

Die türkische Automobilbranche ist auf Wachstum eingestellt: Allein vom Dezember 2003 bis zum Dezember 2004 wuchsen die Produktionszahlen für PKW von etwa 294.000 Einheiten auf rund 447.000 Einheiten. Die aktuelle Produktionskapazität für PKW und Nutzfahrzeuge liegen bei rund einer Million Fahrzeuge jährlich, ist mit einer tatsächlichen Produktion von rund 860.000 Fahrzeugen allerdings noch nicht ausgelastet. Prognosen gehen von weiterem, wenn auch leicht verlangsamtem Wachstum aus.

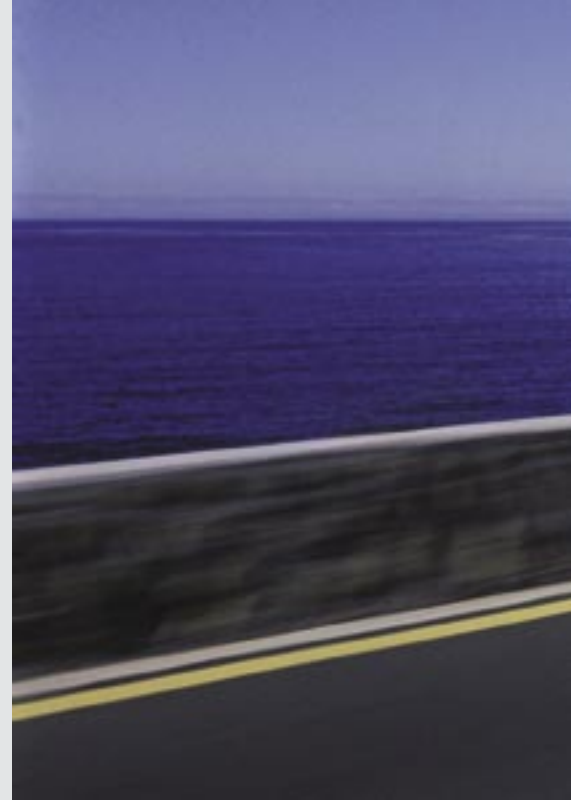
Bereits in der Vergangenheit war der Export ein wesentlicher Absatzfaktor des türkischen Automobilsektors und daran dürfte sich nicht viel ändern. Allein zwischen Januar und Juni 2005 stieg der Kfz-Export gegenüber dem Vorjahreszeitraum um 21 Prozent auf 294.000 Fahrzeuge. Nach Angaben des Exportverbands UIB stieg der gesamte Exportwert des Kfz-Sektors – also einschließlich Teilen, Komponenten, Zubehör – um

44 Prozent auf rund zehn Milliarden US-Dollar. Daran hatten Pkw-Ausfuhren einen Anteil von etwa 3,9 Milliarden US-Dollar. Für das Jahr 2006 prognostiziert der Automobil-Herstellerverband OSD, dass etwa zwei Drittel der Automobilproduktion in den Export gehen werden. Die wichtigsten Exportziele sind die EU-Staaten, die GUS-Staaten sowie Teile der arabischen Welt, wobei sich durch die zunehmende Stabilisierung des Nahen und Mittleren Ostens weitere bislang unerschlossene Absatzmärkte öffnen.

Neben dem Export ist der Binnenmarkt ein wesentlicher Wachstumstreiber. Derzeit besitzen erst rund 65 von 1.000 türkischen Staatsbürgern ein eigenes Fahrzeug. Zum Vergleich: In der Bundesrepublik hat statistisch jeder zweite Bürger ein Kraftfahrzeug. Vor allem im Pkw-Segment besteht bemerkenswerter Nachholbedarf. Schätzungen gehen von einem möglichen jährlichen Umsatzvolumen von zehn Milliarden US-Dollar in den kommenden fünf bis sechs Jahren aus.

Doch dieses Potenzial ist nicht ohne weiteres zu erschließen, denn der Erwerb von Neuwagen ist in der Türkei hoch besteuert. Daher verharnte die Inlandsnachfrage lange Zeit auf niedrigem Niveau. Gegenüber dem Binnenabsatzrekordjahr 2004 hat der Inlandsabsatz im ersten Halbjahr 2005 um 15 Prozent nachgegeben. Um steigende Binnennachfrage zu erzeugen, müssten die Kaufkraft steigen und die Arbeitslosigkeit sinken. Trotzdem ist längerfristig aufgrund der nach wie vor positiven wirtschaftlichen Entwicklung mit einer deutlichen Steigerung bei den Inlandsabsätzen zu rechnen.

Zurzeit stammen rund 60 Prozent der in der Türkei verkauften Fahrzeuge aus Importen und nur





© DaimlerChrysler

40 Prozent aus heimischer Produktion. Mit der Liberalisierung des Marktes wurden viele lokale Hersteller mit dem internationalen Wettbewerb konfrontiert und sahen sich gezwungen, erhebliche Investitionen in Qualität und Wettbewerbsfähigkeit zu tätigen. Dieser Übergangsprozess ist inzwischen weitgehend abgeschlossen und die türkischen Hersteller stehen dem internationalen Wettbewerb auf Augenhöhe gegenüber.

Boom bei den Zulieferern

Parallel zum Ausbau der Produktionskapazitäten der Hersteller wuchs auch die Zulieferindustrie, die ebenfalls stark auf internationale Märkte ausgerichtet ist. Viele deutsche Automobilzulieferer unterhalten bereits Geschäftsbeziehungen zu Unternehmen in der Türkei. Ein Großteil dieser Firmen plant, die Zusammenarbeit in Zukunft weiter auszubauen. Vordringliches Ziel ist hier der Aufbau eigener Produktionskapazitäten im Rahmen von Joint Ventures sowie die Erschließung neuer Beschaffungsmärkte.

„Schon heute spielen Investitionen aus Deutschland in der Türkei eine bedeutende Rolle“

In der türkischen Zulieferindustrie sind etwa 700 Firmen tätig, von denen rund die Hälfte direkt an Hersteller liefern. Zu diesen Unternehmen zählen auch die Niederlassungen vieler deutscher Zulieferer wie etwa Knorr Bremse, Robert

Bosch, ZF, Webasto und andere. Sie produzieren in eigenen Fertigungsstätten, im Rahmen von Joint Ventures oder lassen in Lizenz fertigen. Die in der Türkei gefertigten Komponenten und Fahrzeugteile entsprechen qualitativ und technisch längst dem internationalen Standard. Ein Großteil dieser Betriebe hat sich internationalen Zertifizierungsprozessen unterzogen und bietet modernes Qualitätsmanagement sowie hohe Produktqualität.

Schon heute spielen Investitionen aus Deutschland in der Türkei eine bedeutende Rolle: Nach Frankreich und den Niederlanden liegt Deutschland auf Rang drei der Länder, die in der Türkei investieren. Bis Ende 2002 beliefen sich die deutschen Direktinvestitionen in der Türkei insgesamt auf rund 4,3 Mrd. US-Dollar. Seit 2003 gibt es keine nennenswerten Beschränkungen für ausländische Investoren mehr.

Internationale Investitionen

Internationale Investoren sind willkommen. So beobachtet der Zulieferverband TAYSAD ein starkes Interesse am Technologietransfer, insbesondere im Bereich der Kfz-Elektronik und der Fertigung integrierter Komponenten. Dies liegt nicht zuletzt am aktuellen Entwicklungsstand der Branche: Viele Unternehmen stehen vor der Umstellung auf Produktionsprozesse mit einem höheren Automatisierungsanteil.

Dennoch können deutsche Unternehmen nicht davon ausgehen, dass sie in der Türkei zu den gewohnten Bedingungen produzieren können. So ist in der Türkei ein duales Ausbildungssystem unbekannt, so dass Aus- und Weiterbildung von Fachleuten direkt in den Betrieben erfolgen

muss. Andererseits finden Hersteller und Zulieferer in der Türkei Partner vor, die bei Personal und Produktionsanlagen durchweg sehr gut aufgestellt sind. Viele türkische Unternehmen haben in der Vergangenheit konsequent in neueste Technik investiert und sind bemerkenswert finanzkräftig.

Allerdings zeigt sich auch immer wieder Optimierungspotenzial. Viele türkische Unternehmen sind in der jüngsten Vergangenheit rasant gewachsen und müssen nun – wie überall – den Preis dafür zahlen: Zwar können sie nahezu alle Systeme und Komponenten auf hohem Qualitätsniveau herstellen, doch offenbart sich etwa bei der Planung von Produktionskapazitäten, bei der Qualitätssicherung oder der Kundenorientierung oftmals Nachholbedarf. Auch die Integration von Wertschöpfungsketten über die Unternehmensgrenzen hinaus stellt die Betriebe bisweilen vor Probleme. Dies gilt für das Zusammenspiel von Lieferanten und Abnehmern ebenso wie für die Kooperation lokaler und globaler Partner.

Hier bietet die Zusammenarbeit zwischen nationalen und internationalen Unternehmen oft die besten Chancen. Die Möglichkeiten reichen von Partnerschaften über Joint Ventures bis hin zu kompletten Übernahmen. Dabei sind übrigens nicht immer ausländische Investitionen gefragt: Während mittelständische Unternehmen in Westeuropa oft nicht über die nötige Finanzkraft für Akquisitionen verfügen, sind viele der türkischen Unternehmen für derartige Konsolidierungs-Aktivitäten bestens gerüstet.

Automobil im Fokus

Der Türkei-Kurier berichtet regelmäßig über wichtige Entwicklungen in der Automobilwirtschaft des Landes. Wir dokumentieren hier die wichtigsten Meldungen und Artikel aus den letzten Ausgaben.



© Cem Özdoğan

Opel wieder in der Türkei

➔ Im Jahr 2000 stellte Opel nach elfjährigem Betrieb die Arbeit seiner Fabrik in Torbali bei Izmir ein. Damit wurde ein vorläufiger Schlusspunkt unter ein Investitionsprojekt gesetzt, das stark unter den wirtschaftlichen Wechselfällen der 90er Jahre in der Türkei gelitten hatte. Die Ankündigung, das Werk nun wiederzueröffnen kann darum umso mehr als Beweis für das gestiegene Vertrauen in die neugewonnene Stabilität der Türkei gewertet werden. Zurzeit erweist sich das Sedan Modell der Opel-Astra Baureihe nicht nur in Osteuropa, sondern vor allem auch

in der Türkei als Verkaufsschlager. Einer Analyse von eneral Motors zufolge, zeigt sich der türkische Markt in naher Zukunft als vielversprechender als beispielsweise der russische Markt. Ein weiterer Faktor für die Standortentscheidung, war die wachsende Bedeutung des Landes für die europäische Automobilindustrie und das Zuliefergewerbe. Neben dem eigenen Markt spielt die Türkei auch für die umliegenden Märkte in Osteuropa, dem Kaukasus und dem Nahen Osten eine zunehmend bedeutendere Rolle. Die Fabrik in Torbali, die 1989 mit einer Investition von 40 Mio. Mark verwirklicht wurde, war

aktuell:

Türkei senkt Körperschaftssteuer

Die türkische Regierung hat angekündigt, am 1. Januar 2006 die Körperschaftssteuer von derzeit 30 Prozent auf 20 Prozent zu senken. Der Steuersatz soll bis 2010 schrittweise auf rund 15 Prozent sinken.

Die türkische Regierung will mit den neuen EU-Mitgliedern und Beitrittskandidaten in Osteuropa gleichziehen. Sie hofft, auf diese Weise zusätzliche ausländische Investoren ins Land zu locken. Das türkische Wirtschaftsministerium erwartet in den kommenden zehn Jahren ausländische Direktinvestitionen in Höhe von 25 Mrd. US-Dollar.

zu jener Zeit nach Tofas und Renault die dritte Automobilfabrik, die in der Türkei in Betrieb genommen wurde. Aufgrund der Wirtschaftskrise im Jahr 2000 und den in ihrer Folge stark steigenden Devisenpreisen, begann die Fabrik Verluste zu machen und man entschloss sich zur Schließung. Wann die Fertigung in Torbali wieder aufgenommen wird, wurde noch nicht mitgeteilt.

Türkei-Kurier 11/2005

Kfz-Zulieferindustrie mit voller Kapazität

➔ Produktionssteigerungen im Kraftfahrzeugbau und wachsender Export haben zu einer Kapazitätsauslastung der Zulieferindustrie von 90 Prozent geführt. Der Verein der Kraftfahrzeugteileindustrie (TAYSAD) hält darum neue Investitionen zur Erweiterung der Kapazitäten für unvermeidlich. Projektionen sehen eine anhaltende Konjunktur des Sektors bis Ende 2006 voraus. Der Branchenverband TAYSAD schätzt die Zahl der Firmen der Branche auf ca. 700, die sich vor allem auf die Provinzen Istanbul, Bursa, Kocaeli, Izmir, Adapazari, Konya und Gaziantep konzentrieren. Mit rund 100.000 Beschäftigten und einem Exportvolumen von 1,826 Mrd. Dollar im ersten Halbjahr hat sich die Kfz-Teileindustrie zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt. Die Produktionsplanung der OEMs sowie die angekündigten neuen Projekte von Tofas-Fiat und Renault lassen in den kommenden Jahren eine weiter steigenden Nachfrage erwarten. Die Entwicklung der vergangenen Jahre hat deutlich gezeigt, dass die Zukunft der Zulieferindustrie vor allem von strategischen Entscheidungen

der internationalen Hersteller abhängt. Die Entscheidungen von Tofas-Fiat und Renault, neue Modelle in der Türkei zu fertigen, waren ermutigende Zeichen.

Zugleich hängt die Wettbewerbsfähigkeit der Zuliefer- und Teilebetriebe vor allem auch von ihrer Fähigkeit ab, rechtzeitig Qualitätsanforderungen zu erfüllen und mit eigener Entwicklungsarbeit attraktive Angebote für die OEMs auf den Markt zu bringen. Zur Zeit liegt der Anteil der türkischen Zulieferindustrie bei der Kfz-Herstellung bei ca. 50 Prozent. TAYSAD hat sich zum Ziel gesetzt, ihn auf 65 Prozent zu steigern. *Türkei-Kurier 09/2005*

Mercedes baut Fabrik zum weltweiten Autobuszentrum aus

➔ Mit Abschluß der zweiten Erweiterungsphase erreicht das Werk in Hosdere eine Kapazität von bis zu elf Autobussen pro Tag. Höhere Produktivität und vor allem Qualität auf höchstem internationalem Niveau waren die obersten Ziele bei der Neugestaltung und Restrukturierung des Werks Hosdere. Das Werk ist um moderne Arbeitsvorbereitungs- und Entwicklungsbereiche erweitert worden.

Seit 1967 hatte Mercedes zunächst in der Fabrik Davutpasa mit der Busproduktion begonnen. 1995 begann der Aufbau des neuen Werkes in Hosdere, wo zunächst Lackiererei, Montage und Endfertigung aufgebaut wurden. Während die Karossen in Davutpasa produziert und dann mit Spezialfahrzeugen nach Hosdere überführt wurden, erfolgte dort die Endmontage, Lackierung und die Bereitstellung zur Auslieferung.

Mit der nun abgeschlossenen zweiten, 75 Mio. Euro teuren Investitionsphase in Hosdere werden nun Rohbau und Montage an einem Ort konzentriert. 2007 wird das bereits verkaufte Werk in Davutpasa geschlossen.

60 bis 70 Prozent der in Hosdere produzierten Omnibusse werden in 70 Länder exportiert. Die Hauptabsatzmärkte liegen vornehmlich in Ost- und Westeuropa, auf der arabischen Halbinsel

sowie in Nordafrika. Mercedes-Benz Türk A.S. beschäftigt im Omnibus-Bereich zurzeit rund 2.500 Mitarbeiter.

Türkei-Kurier 07/2005

Kfz-Produktion in Rekordhöhe

➔ Im Mai überflügelten die Kraftfahrzeugexporte erstmals die des Konfektionssektors. Unterdessen gewinnt die Türkei sowohl in der Kfz-Fertigung als auch bei LKW und Bussen weiter an Bedeutung.

Die im Mai vom Verein türkischer Kraftfahrzeugbauer (OSD) vorgelegten Daten, zeigen seit 2003 ein beeindruckender Produktionsanstieg. Lag die Produktion in den ersten vier Monaten 2003 noch bei 76.000 Fahrzeugen, so stieg sie im gleichen Zeitraum 2005 auf 142.700. Gleichwohl ist der Anteil der Produktion für den Binnenmarkt rückläufig. Waren es in den ersten vier Monaten 2004 noch 50.500 Fahrzeuge, so sind es von Januar bis April dieses Jahres nur noch 36.700 gewesen. Zugleich steigerte die Branche in den ersten vier Monaten dieses Jahres der Export um 42 Prozent. Den stärksten Anstieg zeigte dabei der Export von Lkw, der um 389 Prozent zunahm. Insgesamt wurden 2.227 Lastwagen ausgeführt. 1.181 Busse wurden exportiert (+20 Prozent). Bei Pkw lag die Ausfuhr bei 105.987 (+19 Prozent). Nur bei Traktoren ergab sich ein Rückgang von sechs Prozent.

Renault hat angekündigt die drei- und viertürige Version des neuen Clio in der Türkei zu fertigen, nachdem 216 Mio. Euro in die Fabrik in Bursa investiert wurden. Bereits im April hatten zudem Tofas, Peugeot und Fiat eine Kooperation bei Kleintransportern angekündigt. Nach Angaben des OSD belief sich das Investitionsvolumen im Kraftfahrzeugsbau im vergangenen Jahr auf 434 Mio. Dollar.

Die Investitionen und Standortentscheidungen kommen zudem auch der Zulieferindustrie zu Gute, die sich zu einem bedeutenden Export- und Beschäftigungsfaktor entwickelt.

Türkei-Kurier 06/2005

Autowelt Deutschland

Bei den großen Automobil- und Zulieferermessen weltweit macht eine neues Magazin neugierig auf Deutschlands Kfz-Branche: *auto.world* ist eine Visitenkarte der deutschen Zulieferunternehmen und Industriestandorte.

auto.world erscheint in englischer Sprache und in Kooperation mit dem VDA, dem Verband der deutschen Automobilindustrie. Die auf IAA 2005, Tokyo Motors Show und Otomotiv Istanbul sowie an internationale Top-Adressen verbreitete Erstausgabe fand in der Branche eine ungewöhnlich positive Resonanz.

Werden Sie jetzt mit einer Anzeige oder einem Firmenprofil selbst Teil der *auto.world*: Machen Sie – als Zulieferer, Ausrüster und Dienstleister, aber auch als Standort und Netzwerk für die Automobilindustrie – eine internationale Leserschaft auf sich aufmerksam.



Wir beraten Sie gern:

Sprechen Sie mit Fran Barcanec

+49 711 22558832

über geeignete Werbeformate.

Fordern Sie jetzt ein Ansichtsexemplar und die Mediadaten an!

Deutsche Kfz-Zulieferer in Istanbul



42 Aussteller aus Deutschland beteiligten sich im November an der OTOMOTIV 2005, der nach der Automechanika wohl wichtigsten Branchenmesse der Türkei. Der von der **Made-in-Germany.com AG** organisierte Gemeinschaftsstand wurde als größte ausländische Beteiligung geehrt. Vorstand Arno Wied kündigte die Eröffnung eines Business Centers seines Unternehmens an, das mittelständische Unternehmen bei der Markterschließung in der Türkei unterstützen will.

Produzieren für den Weltmarkt

Von Haushaltsgeräten bis zu modernen Diesel-Einspritzpumpen reicht die Produktpalette. Die Türkei spielt eine wichtige Rolle in Boschs globalem Produktions- und Vertriebssystem.



BOSCH

Seit 1910 ist Bosch in der Türkei präsent. Heute sind sechs Tochterfirmen am Bosphorus aktiv.

➔ Text: Hans Seidenstücker

Die Türkei hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einem wichtigen Standort für Bosch entwickelt. Bosch verfügt über fünf Produktionsstandorte, davon drei Fabriken in Bursa. Hier fertigen 3.900 Arbeiter Komponenten für die Dieseleinspritzung. Inzwischen stammen rund ein Drittel aller Einspritzpumpen von Diesel-Pkws weltweit aus den Bosch Fabriken in Bursa. Daneben werden dort Teile für hydraulische Bremssysteme hergestellt. Seit über 50 Jahren produziert Bosch in der Türkei Teile für die Automobilindustrie. Die Investitionen haben

sich aus Unternehmenssicht ausgezahlt. Gürçan Karakas, General Manager von Bosch Türkei, erläutert: „Die Türkei ist im Hinblick auf die Produktivität und Qualität der Produkte weltweit wettbewerbsfähig. Aufgrund der aufgeschlossenen und engagierten Belegschaft sowie der sich entwickelnden Infrastruktur haben sich unsere Investitionen ausgezahlt“.

Dieses Engagement soll in den kommenden Jahren weiter ausgebaut werden. In Bursa begannen vor kurzem die Bauarbeiten für eine weitere, 24.000 qm große Fertigungshalle, die im Frühjahr 2006 den Betrieb aufnehmen soll. Insgesamt investiert das Unternehmen 15,5 Mio.

Euro in die neue Fertigungsstätte. Aufgrund der zentralen Lage, können von der Türkei aus sowohl Europa als auch die Wachstumsmärkte des Nahen und Mittleren Ostens schnell beliefert werden. Der Türkei kommt deshalb eine zentrale Rolle im Vertriebssystem zu. So bedient die Bosch Sanayi ve Ticaret A.Ş. zum Beispiel seit 2003 auch den iranischen Markt für Automobilteile.

Auch als Forschungs- und Entwicklungsstandort hat die Türkei an Bedeutung gewonnen. Eine aus 60 Ingenieuren bestehende Forschungsabteilung entwickelt innovative Lösungen für lokale und internationale Automobilhersteller. ■■■

Anzeige

www.d-p-consult.com

D & P CONSULTING

Danışmanlık Hizmetleri Ltd.Şti.

Markteinstieg • Immobilien • Firmengründung • Hosting • Forensic Investigation
Seminare und Konferenzen



Ein dichtes Netzwerk garantiert den schnellen und effizienten Zugriff auf umfangreiches Wissen aus Wissenschaft, Wirtschaft, Politik und Recht in der Türkei.

Koşuyolu Cad. Halili Sok. No: 12
TR-34718 Kadıköy - İstanbul
Tel. + 90 216 545 25 97
Fax + 90 216 545 25 98
info@d-p-consult.com



Gefüllt mit Qualität

Q1
PREFERRED QUALITY AWARD
"FORD MOTOR COMPANY,
2000"



DIN EN ISO 9001: 2000
Quality Management System
Certification



TURKISH STANDARDS
INSTITUTION



DIN EN ISO 14001
Environmental Management
System Certification



KaiDer
National Quality Movement
NATIONAL QUALITY
MOVEMENT



DIN EN ISO 18001
Environmental Management
System Certification



RESPONSIBLE CARE



ISO/TS 16949 First Edition
March 1999



Aegean Region
Jury Special Quality Award
AEGEAN REGION
ENVIRONMENT AWARD
"2001 3rd AWARD"
"2002 JURY PRIVATE
AWARD"



VDA Verband der Automobilindustrie e.V.
QMC Quality Management Center



VDA 6, Part 1
Quality System Certificate
With Product Design

QS 9000

Third Edition March
1998

MINISTRY
OF ENVIRONMENT
"ENVIRONMENT
ACQUITTAL AWARD"

PETROFER ENDÜSTRİYEL YAĞLAR SAN. VE TİC. A.Ş.

İzmir Atatürk Organize Sanayi Bölgesi 10008 Sokak No:1 35620 ÇİĞLI İZMİR-TÜRKİYE

Tel: +90 232 376 84 45 • Fax: +90 232 376 79 42 • <http://www.petrofer.com.tr> • e-mail: info@petrofer.com.tr


PETROFER

Text: Andreas Grunst

Niedrige Produktionskosten, eine motivierte Arbeitnehmerschaft und gute Rahmenbedingungen überzeugen immer mehr deutsche Firmen, sich in der Türkei anzusiedeln. Von dort aus beliefern sie sowohl den türkischen als auch den europäischen Markt. Doch Kostenvorteile allein überzeugen keinen Unternehmer sich am Bospo-

rus niederzulassen. Er muss auch sicher gehen können, dass seine Produkte zuverlässig und pünktlich zum Kunden gelangen – egal ob dieser in Abu Dhabi, Frankfurt oder Madrid angesiedelt ist. Die Wettbewerbsvorteile der Türkei liegen nicht in äußerst niedrigen Lohnkosten. Auch in Zukunft werden türkische Löhne höher als in den asiatischen Billiglöhnländer sein. Das Land profitiert vielmehr von den guten und sich kontinuier-

lich verbessernden Rahmenbedingungen und der Nähe der Türkei zu den europäischen Märkten. Besonders bei zeitkritischen Produkten ist dies ein ausschlaggebender Faktor: Waren können per Lastwagen innerhalb von vier bis fünf Tagen in die meisten Städte Europas geliefert werden. Sie müssen nicht, wie dies bei asiatischen Standorten der Fall ist, wochenlang per Schiff oder teuer per Luftfracht transportiert werden.

Exportabwicklung

Der Handel zwischen Deutschland und der Türkei boomt. Hinter dem beeindruckenden Handelsvolumen von rund 20 Mrd. Euro stehen Waren, die von der Türkei nach Deutschland oder umgekehrt transportiert werden müssen. Logistikdienstleister haben den türkischen Markt für sich entdeckt und expandieren.

Die Beitrittsperspektive der Türkei wird den Warentransport in Zukunft wohl weiter erleichtern. Seit diesem Sommer gilt das Zollabkommen zwischen der Türkei und der Europäischen Union auch für die zehn neuen EU-Mitgliedsstaaten. So können nun beispielsweise Zubehörteile unproblematischer zu den osteuropäischen Produktionsstandorten der großen Automobilhersteller geliefert werden. Der Abbau solcher bürokratischer Hürden wird in den kommenden Jahren sicherlich zur Ansiedlung weiterer europäischer Unternehmen, darunter auch vieler kleinerer und mittelständischer Unternehmen, führen.

KMU entdecken die Türkei

Vor allem KMU profitieren von Logistikdienstleistern, die ihnen die Abwicklung des Warenverkehrs weitgehend abnehmen. Matthias Bahr, der beim deutschen Export- und Logistikdienstleister Lincas für das Türkei-Geschäft zuständig ist, erläutert: „Zu einer Zeit, in der immer mehr mittelständische Unternehmen im Ausland aktiv werden, steigt die Nachfrage nach Spezialisten stetig, welche die Abwicklung von Exportaufträgen, Gütertransport, Zollabfertigung, Warenversicherung und dergleichen erleichtern. So können sich KMU auf die wirklich wichtigen Dinge

konzentrieren – die Erschließung fremder Märkte und die Wünsche ihrer Kunden“.

Logistik beschränkt sich nicht auf den Warentransport

Die Zeiten, in denen Logistiker ausschließlich für den Warentransport zuständig waren, sind schon lange vorbei. Wachstumspotenziale können unter anderem bei der Kontraktlogistik – also Aufträgen, die neben dem Transport auch die Lagerhaltung beinhalten – erschlossen werden.

Oftmals ermöglichen die Angebote von Dienstleistern es KMU überhaupt erst, sich an ausländischen Großprojekten zu beteiligen. So bietet der Export- und Logistikdienstleister Lincas seinen Kunden an, Aufträge einiger oder aller Sublieferanten eines Projekts zu bündeln und sich um die Finanzierung und Exportkreditversicherung zu kümmern. Lincas-Geschäftsführer Rudi Kipyry: „Der Mittelstand gewinnt, weil sich deutsche Unternehmen jeder Größe auch ohne Exporterfahrung an Großprojekten beteiligen können. Bauträger und Investoren profitieren von den günstigen Finanzierungskonditionen, welche die zentrale Abwicklung ermöglichen“.

Dass es auch in der Realität gelingen kann, zahlreiche Sublieferanten und den Kunden unter ei-

nen Hut zu bringen, zeigt zum Beispiel der Bau einer Zementfabrik im türkischen Hereke. Immerhin waren 23 Lieferanten an diesem Projekt beteiligt. Dank der Bündelung konnte der Investor über zwei Drittel des Gesamtvolumens von knapp 76 Mio. Euro kostengünstig über einen Hermes-Kredit absichern.

Lincas beschränkte sich aber nicht auf die Finanzierung, sondern agierte als Generalexporteur, der die Steuerung der Logistik, die Abwicklung der Exporte und die Abstimmung mit dem Bauherren übernahm. Ein Angebot, das die Hamburger unter dem Namen „FLEX“ (Finanzierung, Logistik und Export) anbieten und für das sie dieses Jahr den „Preis der Deutschen Außenwirtschaft“ erhielten.

Zusätzlich zur Zementfabrik in Hereke wurde auf diese Weise in Istanbul auch Europas größte Produktionsstätte mit integriertem Einkaufszentrum für Schmuck realisiert – ein 30 Mio. Euro Projekt, an dem 28 deutsche Zulieferfirmen beteiligt waren. Ebenso entstanden in Konya das Hilton Hotel und in Bursa ist ein Klärwerk für 6,5 Mio. Euro in der Realisierung. Das jüngste Türkei-Projekt, das auf diese Weise abgewickelt wird, ist der Ausbau des neuen Flughafenterminals in Ankara. ■■■

Anzeige

www.diempartner.com

Erfahrung im Türkeigeschäft

Ein sorgfältig ausgewähltes Team von qualifizierten und auf einzelne Fachgebiete spezialisierten Kolleginnen und Kollegen bietet Gewähr für jederzeit verfügbare, hochwertige juristische Dienstleistungen.

Innovativ

Innovationsfreudige Unternehmen erkennen sich in der innovativen Beratung und Infrastruktur unserer Kanzlei wieder.

DIEM & PARTNER

Rechtsanwälte GbR

International

Internationale Erfahrung beziehen wir nicht nur von unseren Spezialisten für französisches und türkisches Recht. Mit Unterstützung unserer Kolleginnen und Kollegen in der Advoselect EWIV in Europa sowie außerhalb Europas vertreten wir Sie auch in fremden Jurisdiktionen.

Individuell

Ein fester Ansprechpartner kennt Ihre Belange. Hinter ihm steht unser hoch motiviertes und qualifiziertes Team.

Hölderlinplatz 5 D-70193 Stuttgart
Telefon: +49 (0) 711 / 2 28 54 50 Telefax: +49 (0) 711 / 2 26 55 70
eMail: info@diempartner.de



Die Türkei zieht an. Inzwischen beschränken sich türkische Textilhersteller nicht mehr auf Auftragsproduktion, sondern kreieren ihre eigenen Modemarken. Dank hoher Qualitätsstandards setzen sie sich auf dem hart umkämpften europäischen Markt erfolgreich gegen die asiatische Billigkonkurrenz durch.

Qualität setzt sich durch: Textilien made in Turkey

➔ Text: Şenol Koçdemir

Die Türkei ist seit Jahren ein wichtiges Produktionsland für Stoffe. Inzwischen gehen immer mehr türkische Unternehmen dazu über, die Rohware in Eigenregie zu hochwertiger Bekleidung zu verarbeiten. Mit Erfolg: Die Türkei ist der drittgrößte Exporteur von Textilien in die EU nach China sowie Mittel- und Osteuropa. Die Logistik-Anforderungen der türkischen Textilhersteller haben sich in den vergangenen Jahren grundlegend geändert. Während in der Vergangenheit hauptsächlich unverarbeitete Stoffe exportiert wurden, geht es nun vermehrt um die europaweite Auslieferung fertiger Mode-Kollektionen. Das türkische Unternehmen Coldes Textilien Istanbul-Osmanbey ist ein typisches Beispiel für die Entwicklung der Branche.

Ursprünglich als reiner Stoff-Hersteller gestartet, fertigt Coldes nun im Auftrag namhafter internationaler Fashion-Labels hochwertige Herrenmode für den Verkauf in Europa. Um sich voll auf die Textilproduktion konzentrieren zu können, übergab Coldes die komplette Logistik inklusive Beschaffung an Thiel FashionLifestyle.

Hängender Kleiderversand senkt Kosten

„Im Gegensatz zum Transport von Stoffen spielt bei fertigen Kleidungsstücken der knitterfreie, hängende Versand auf Kleiderbügeln eine entscheidende Rolle“, erklärt Ercan Ataman, Geschäftsführer Birkart Globistics Türkei. Durch diese schonende Transportweise entfällt eine zeit- und kostenintensive Aufbereitung der Waren beim Empfänger, wie etwa das Bügeln.

Die Textilien kommen direkt vom Hersteller verkaufsfertig in den Geschäften an. Ercan Ataman: „Wir boten als erster Logistik-Dienstleister überhaupt Hängetransporte in der Türkei an und erfüllten damit genau die neuen Anforderungen der Textilhersteller. Unsere Lkw-Flotte ist sowohl auf den hängenden als auch auf den liegenden Kleiderversand eingerichtet. Gegenwärtig halten sich beide Varianten die Waage, allerdings mit deutlicher Tendenz in Richtung Hanging Garments.“

Maßgeschneidert für den europäischen Markt

Europa ist ein hart umkämpfter Modemarkt, auf dem sich die türkischen Hersteller durch hohe Qualitätsstandards erfolgreich gegen die Flut preiswerter Waren aus dem Fernen Osten

behaupten. Der Anspruch lautet: Höchste Qualität direkt auf die Kunden zugeschnitten. Das erfordert eine schnelle Reaktion auf aktuelle Modetrends. Oft vergehen nur drei bis vier Wochen vom Design einer neuen Kollektion bis zur Auslieferung. Die engen Zeitfenster in der Branche können nur mit maximaler Flexibilität seitens der Logistik bewältigt werden.

Flexibilität ist Trumpf

„Als Teil eines internationalen Textillogistik-Netzwerkes mit großen Kapazitäten sind wir jederzeit in der Lage, uns auf saisonale Spitzen einzustellen“, erläutert Ercan Ataman. Die Hersteller können so ihre Lagerkapazitäten minimieren und erreichen eine niedrige Kapitalbindung. Logistiker müssen nicht nur jederzeit genug Lagerfläche und Arbeitskräfte bereitstellen, sondern bei Bedarf auch verschiedene Verkehrsmittel einsetzen.

Müssen Modemuster besonders eilig transportiert werden, geschieht dies meist per Luftfracht. Sollen dagegen große Mengen gebündelt transportiert werden, kommen Bahn und Schiff zum Einsatz. Ercan Ataman: „Den Löwenanteil machen jedoch die täglichen Lkw-Verkehre aus. Dank der günstigen Lage der Türkei haben wir damit eine Regellaufzeit von nur fünf bis sechs Tagen nach Deutschland.“

Feinverteilung von Deutschland aus

Mit dem reinen Export aus der Türkei ist es für die Textilhersteller längst nicht getan. Die Waren müssen europaweit direkt an ihre Kunden ausgeliefert werden. Deutschland, das allein im ersten Halbjahr 2005 Textilien im Wert von 1,2 Mrd. Euro aus der Türkei importierte, ist ein wichtiger Markt. Hier ist auch das Zentrum des internationalen Textil-Netzwerks von Thiel FashionLifestyle. Die Branchenlösung behauptet sich seit Jahren in Deutschland und Österreich als Marktführer im hängenden Kleiderversand. Auf 7.200 Quadratmetern Umschlagfläche werden die Lieferungen von Coldes am Hauptsitz von Birkart Globistics in Aschaffenburg für die europaweite Weiterverteilung kommissioniert. Zusätzlich führen Mitarbeiter von Thiel FashionLifestyle im Auftrag des Kunden eine Qualitätskontrolle durch. „So geht Coldes ganz sicher, dass nur einwandfreie Ware an die Kunden ausgeliefert wird“, sagt Şenol Koçdemir, Key Account Manager Thiel FashionLifestyle, Aschaffenburg. Die Qualitätskontrolle ist ein wichtiger Teil der so genannten Value-added-Services – Zusatzleistungen neben dem reinen Warentransport, die Thiel FashionLifestyle auf Wunsch für die Kunden erbringt. Şenol Koçde-

mir: „Wir bieten ein großes Spektrum an Value-added-Services an. Beispielsweise bereiten wir bei Bedarf liegend transportierte Ware in Dampftunneln verkaufsfertig auf, stellen Lager-Kapazitäten für Outsourcing zur Verfügung, oder etikettieren und verpacken Waren.“ Nach der Kommissionierung und Qualitätskontrolle in Aschaffenburg verladen die Fashion-Profis die Textilien für den Weitertransport per Lkw. Für die Feinverteilung werden Thiel FashionLifestyle Niederlassungen in ganz Europa angesteuert. An den einzelnen Standorten werden die Textilien für die jeweiligen Verkaufsstellen der Kunden kommissioniert und von kleineren Zustell-Fahrzeugen ausgeliefert.

Transparenz entlang der gesamten Lieferkette

Sowohl die Textilhersteller als auch die Kunden in Europa behalten dank Anknüpfung an die IT von Thiel FashionLifestyle jederzeit den Status ihrer Lieferungen im Überblick – bald sogar mit aktiver Sendungs-Verfolgung. „Im nächsten Schritt investieren wir in Navigations-Systeme für unsere Lkw-Flotte“, sagt Ercan Ataman. „Damit werden unsere Kunden jederzeit in der Lage sein, ihre Lieferungen via Satellit genau zu orten.“

Durch permanenten Informationsaustausch der vier türkischen Birkart Globistics Niederlassungen in Adana, Ankara, Istanbul und Izmir mit dem restlichen Thiel FashionLifestyle-Netzwerk sind die Logistik-Profis in der Lage, auf kurzfristige Änderungen der Abläufe zu reagieren.

Im Trend: Eigene Fashion-Labels türkischer Produzenten

Die türkischen Textilhersteller produzieren nicht nur Qualitätsware für namhafte Mode-Labels, sondern viele von ihnen kreieren auch eigene Marken. So arbeitete der Unternehmer Mehmet Tinaztepe mit dem von ihm gegründeten Unternehmen Amber SA von 1988 an zunächst ausschließlich für Marken wie Esprit, Closed und French Connection. 1997 eröffnete er den ersten Laden mit der Eigenmarke Kyo my friend in Istanbul. Das Sortiment aus Wäsche, Shirts und Bademode richtet sich vor allem an junge Frauen zwischen 15 bis 25 Jahren und erfreut sich wachsender Beliebtheit. Mittlerweile existieren 32 Filialen in der Türkei sowie zwei in Spanien und je eine auf Zypern und in den USA. In diesem Jahr eröffnete der erste deutsche Kyo my friend Store in Köln. Der deutsche Geschäftspartner und Mitgesellschafter Max Witzel strebt eine Expansion auf rund 60 Läden in Deutschland,



Über BIRKART GLOBISTICS

BIRKART GLOBISTICS mit Hauptsitz in Aschaffenburg ist an über 100 Standorten auf allen fünf Kontinenten vertreten. Rund 2.700 Mitarbeiter realisieren neben Land-, Luft- und Seetransporten speziell zugeschnittene und komplexe Logistik-Leistungen. Die Schwerpunkte des internationalen Engagements liegen in Europa, Asien, Südamerika und Südafrika. BIRKART GLOBISTICS ist ein Tochterunternehmen der Thiel Logistik AG, die mit rund 9.300 Mitarbeitern an 350 Standorten in 44 Ländern weltweit präsent ist. Weitere Informationen unter

www.birkart.com
www.thiel-logistik.com

Österreich, der Schweiz und Benelux bis zum Jahr 2008 an. Thiel FashionLifestyle wickelte den Transport der Ladeneinrichtung von der Türkei nach Deutschland ab und erarbeitet derzeit ein maßgeschneidertes Logistik-Konzept für das ehrgeizige Projekt.

Mode hin, Automotive zurück

Der Warenaustausch zwischen der Türkei und Deutschland geht weit über Textilien hinaus. Da die Lkw von Birkart Globistics flexibel einsetzbar sind, können sie auf der Rückfahrt von Deutschland in die Türkei verschiedenste Importgüter transportieren. So werden Leerfahrten vermieden. Ein großer Teil der Waren, die Birkart Globistics in die Türkei einführt, besteht aus Automotive-Zubehör. Für zahlreiche namhafte Automobilhersteller wickelt Birkart Globistics die Beschaffungslogistik ab. Dabei besitzt Deutschland eine strategische Bedeutung für die Konsolidierung der Warenströme in die Türkei. Ercan Ataman: „Der florierende Handel zwischen der Türkei und Europa wäre ohne effektive Logistik nicht möglich. Wir sind stolz, unseren Teil dazu beizutragen und den Kunden maßgeschneiderte Lösungen zu bieten.“

Text: Prof. Dr. Christian Rumpf

Forderungsbeitreibung in der Türkei

Forderungsbeitreibung in der Türkei ist kein Hexenwerk. Doch wer sein Geld sehen will, sollte möglichst viele Informationen über den Schuldner haben und geduldig sein. Die Mühlen der türkischen Justiz mahlen langsam, doch entsprechen die Urteile dem Gerechtigkeitsbedürfnis genauso gut wie die Gerichtsentscheidungen in anderen europäischen Staaten.

➔ Wie anderswo genügt es auch in der Türkei nicht, gute Geschäftsmöglichkeiten einfach zu nutzen. Vielmehr sind auch die Risiken ins Auge zu fassen, die sich daraus ergeben können, dass eine Forderung gegen einen türkischen Geschäftspartner durchgesetzt werden muss. Wie kann in einem schwierigeren Geschäftsumfeld wie der Türkei die Realisierung von Forderungen gestaltet werden?

Lange Verfahren: „Gerichte arbeiten zu umständlich“

Eingangsstanz ist in den typischen zivil- und handelsrechtlichen Streitigkeiten die „Zivilkammer“ (asliye hukuk/ticaret mahkemesi). Gegen Urteile dieser Kammern ist derzeit nur die Kassation (Revision) zum Kassationshof (Yargıtay) gegeben. Verweist dieser zurück und beharrt die Zivilkammer auf dem alten Urteil, kommt es erneut zu einem Verfahren beim Kassationshof, diesmal dem „Großen Senat“. Danach kann das Urteil rechtskräftig werden. Das am 1.4.2005 in Kraft getretene Gesetz zur Reform der Gerichtsverfassung, welches praktisch erst 2007 umgesetzt werden soll, sieht dann die Aufnahme der Tätigkeit von Berufungsgerichten vor, die in ihrer Funktion den deutschen Berufungsgerichten nach der letzten Reform in Deutschland ähneln. Türkische Verfahren dauern deutlich zu lang. Die umständliche Verfahrensweise türkischer Gerichte wird allgemein als lästig empfunden. Die einfache schriftliche Abwicklung wesentlicher Verfahrensschritte wird als Mittel der Beschleunigung nach wie vor verkannt – auch wenn am Ende türkischer Gerichtsverfahren in der Regel Urteile stehen, die dem Gerechtigkeitsbedürfnis genauso gut oder genauso schlecht entsprechen wie die Urteile von Gerichten in anderen europäischen Staaten.

Forensic Investigation

Forderungsbeitreibung beginnt bereits vor der Klageerhebung. Nach fruchtlosem Ablauf der ersten zwei oder drei Mahnphasen sollte – noch bevor die Klage vorbereitet wird – darüber nachgedacht werden, ob der Schuldner überhaupt unter einer zustellungsfähigen Adresse anzutreffen ist und ob er (noch) über Vermögen verfügt, in das gegebenenfalls vollstreckt werden kann. Die Türkei verfügt zwar über ein Meldewesen, doch ist es nicht möglich, über schriftliche Einwohnermeldeanfragen den Aufenthalt des Schuldners zu ermitteln. Für das gerichtliche Verfahren hilft bis zu einem gewissen Grade die

Wohnsitzvermutung für den Ort, an dem das Personenstandsregister des Schuldners geführt wird. Spätestens in der Vollstreckungsphase reicht dies jedoch nicht mehr aus, wenn der Schuldner seinen tatsächlichen Aufenthaltsort nicht mehr am Ort des Personenstandsregisters hat. Kennt man auch nicht den Herkunftsort des Schuldners, an dem gewöhnlich sein Personenstandsregister geführt wird, wird es besonders schwierig; denn es fehlt trotz der zentralistischen Verwaltungsstruktur des türkischen Staates noch an einer vollständigen zentralen Erfassung bei der Generaldirektion für Personenstandswesen in Ankara.

Auch das Grundbuchwesen hat sich in der Türkei zwar weitgehend, aber noch nicht vollständig durchgesetzt. Meist liegt das Hauptproblem darin, dass man nicht weiß, wo das Grundstück zu suchen ist. So einfach die Information „hat ein Haus in Istanbul“ klingt, so schwer ist die Konkretisierung. Denn Istanbul hat eine Vielzahl von Grundbuchämtern, die bisher nicht miteinander vernetzt sind.

Soweit man es mit Handelsgeschäften als Schuldner zu tun hat, lassen sich Informationen über das bei der örtlichen Handelskammer geführte Handelsregister oder die Stadtverwaltung erlangen. Dies ist hilfreich bei der richtigen Benennung des Schuldners oder für die Bestimmung der rechtlichen Situation (in Liquidation? in Konkurs?). So hat man möglicherweise den Gegner, aber letztlich noch keine Informationen über dessen Vermögenssituation.

So bleibt letztlich als Lösung die Inanspruchnahme von professionellen Ermittlern. Detekteien gibt es zwar derzeit in der Türkei noch nicht bzw. nur „inoffiziell“, das Inkassowesen ist unterentwickelt. Jedoch hat in den vergangenen Jahren die Zahl der Beratungs- und Sicherheitsunternehmen zugenommen, die solche Dienstleistungen anbieten. Allerdings ist nur eine Handvoll

Inkasso unterentwickelt: „Viele Informationen über den Schuldner notwendig“

türkischer Anwaltskanzleien in der Lage, diese Dienstleistungen so zu koordinieren und zu steuern, dass auch tatsächlich gerichtsverwertbare Informationen beschafft werden, die über die üblichen Recherchen über ohnehin öffentlich zugängliche Informationsquellen hinausgehen. Der Gläubiger sollte daher möglichst viele Informationen über den Schuldner besitzen. Gibt es außer dem Namen des Schuldners keine Kenntnisse, so bedeutet dies schwierige detektivische Kleinar-

beit, die oft schon in Deutschland begonnen werden muss. Aber schon die Kenntnis der Herkunftsprovinz, besser noch des Herkunftsbezirks oder -orts kann hilfreich sein. Noch einfacher wird es, wenn der Gläubiger zusätzlich bereits positiv Kenntnis von Immobilienvermögen des Schuldners hat.

Die erlangten Informationen müssen, soll nicht von weiteren Schritten abgeraten werden, eine Dichte aufweisen, die es ermöglicht, die Voraussetzungen für die Erlangung des einstweiligen Rechtsschutzes zu erfüllen.

Der einstweilige Rechtsschutz

Die Erlangung einstweiligen Rechtsschutzes ist in der Türkei in der Praxis einfacher als in Deutschland. Im Wege der einstweiligen Verfügung oder des Arrestes ist mit den im Vorfeld erlangten Informationen der schnelle Zugriff auf das Vermögen des Gegners oder seine Dispositionsbefugnis möglich. Zunächst muss man natürlich seinen Anspruch und insbesondere die Aussicht, diesen auch im ordentlichen Gerichtsverfahren rechtskräftig bestätigen zu lassen, glaubhaft machen und ferner darstellen können, dass – wenn man den Arrest nicht erlangt – ein nicht wieder gut zu machender Schaden entstehen könnte. Die meisten türkischen Gerichte sind hier – im Vergleich zu Deutschland – relativ großzügig, wohl wissend, wie schwer der Gläubiger an Vermögenswerte des Schuldners kommt, hat dieser erst einmal von der drohenden Klage erfahren und seine Dispositionen getroffen. So ist dann oft die schwierigste Hürde diejenige, die Sicherheit in Höhe von – in der Regel – 15 Prozent des Gegenstandswerts zu hinterlegen, was auch durch die Stellung der Bürgschaft einer türkischen Bank geschehen kann. Auch letzteres ist für den deutschen Gläubiger kein größeres Problem, sofern er Rückhalt bei seiner Hausbank hat, die der türkischen Bank eine Rückbürgschaft stellen kann.

Ist der Zugriff erst einmal erfolgt und die Beschwerde des Gegners verworfen, darf sich der Gläubiger in Ruhe dem Hauptverfahren widmen, das er allerdings auch innerhalb von zehn Tagen nach Erlass der einstweiligen Verfügung oder des Arrests einleiten muss.

Vorverfahren

Statt gleich durch Klageerhebung das Hauptverfahren einzuleiten, wird – auch wegen der zunächst geringeren Kosten – in der Türkei gerne zunächst das Mahn- und Vollstreckungsverfahren eingeleitet. Dieses Verfahren endet in der ersten Stufe mit einem Zahlungsbefehl, gegen den der Schuldner Einspruch einlegen kann, der dann auf Antrag des Gläubigers zur Durchführung eines



© Türkei-Kurier

Hauptverfahrens führt. Konnte der Gläubiger allerdings in diesem Vorverfahren bereits Urkundenbeweis vorlegen, so hat der Schuldner praktisch keine Einwendungsmöglichkeiten gegen den Zahlungsbefehl, so dass der Gläubiger hier relativ schnell zu seinem Recht kommt. Sowohl ein erfolgreiches Mahn- und Vollstreckungsverfahren als auch das zusprechende Urteil im Hauptverfahren führen dann zum nächsten Schritt, zur Zwangsvollstreckung.

Zwangsvollstreckung

Die Vollstreckung der Urteile und Zahlungsbefehle erfolgt durch „Vollstreckungsämter“, die den Gerichten zugeordnet sind, in Form der Sachpfändung, Immobilienpfändung, Zwangsversteigerung und Forderungspfändung (Bankkonten!). Vorteilhaft ist immer, wenn der Schuldner über Grundeigentum verfügt, in das dann durch die Zwangsversteigerung vollstreckt werden kann.

Deutsche Gerichtsurteile können in der Türkei vollstreckt werden. Allerdings muss hierfür noch einmal ein vereinfachtes Gerichtsverfahren zwischen den selben Parteien in der Türkei durchgeführt werden. Das türkische Gericht darf in der Regel nur prüfen, ob das deutsche Urteil auch ordnungsgemäß zustande gekommen, insbesondere dem Anspruch des Gegners auf rechtliches Gehör angemessen Rechnung getragen worden ist. Hierfür reicht zumeist schon der Nachweis, dass dem Gegner die Klage, dann die Ladung zur mündlichen Verhandlung und schließlich das Urteil zugestellt worden sind und er daher Gelegenheit hatte, sich zu verteidigen. In einem solchen Fall ist selbst ein deutsches Versäumnisurteil, das ohne Mitwirkung des Beklagten zustande gekommen ist, der Vollstreckung in der Türkei zugänglich. Nicht möglich ist es dagegen, einen deutschen Vollstreckungsbescheid in der Türkei für vollstreckbar erklären zu lassen. Hier benö-

tigt der Gläubiger ein erneutes Gerichtsverfahren in der Türkei, in dem er allerdings den Vollstreckungsbescheid als Beweis für seine Forderung einführen kann.

Schiedsgerichtsbarkeit

Die Türkei hat 2001 das Modellgesetz der UNCITRAL für das internationale Schiedsverfahren übernommen. Selbst türkische Behörden, die aufgrund von Ausschreibungen mit in- oder ausländischen Unternehmen Verträge geschlossen haben, machten von dieser Möglichkeit Gebrauch. Kaum ein großes Ausschreibungsprojekt endet in Verträgen, in denen der türkische Staat mit den Investoren nicht unter Umgehung der eigenen Gerichte eine Schiedsklausel vereinbart hat. Wie international üblich bleibt allerdings ein Rest „Staat“ in der Möglichkeit erhalten, dass eine unterliegende Partei einen Schiedsspruch vor einem nationalen Gericht anfechten kann – allerdings in der Regel mit sehr geringen Aussichten auf Erfolg, da auch hier wieder gilt, dass Schiedssprüche nur dann an nationalen Gerichten scheitern können, wenn einer der Parteien nicht ausreichend Gelegenheit zur Verteidigung gegeben worden ist oder ein schwerer Verstoß gegen den „ordre public“, also den normativen Kernbestand des türkischen Rechtssystems vorliegt.

Kein Buch mit sieben Siegeln

Die Türkei ist kein Buch mit sieben Siegeln mehr. Forderungen in der Türkei zu betreiben ist kein Hexenwerk – vorausgesetzt, man wird der Mentalität seiner Geschäftspartner gerecht und passt sich den Bedingungen des Landes an. Mehr als anderswo ist dringend zu empfehlen, die Beitreibung einer Forderung gut, auch mit Mitteln der „forensic investigation“, die sich nicht auf die Befragung öffentlich zugänglicher Informationsquellen beschränken, vorzubereiten. Soll Klage erhoben werden, so sollte bereits der erste Zugriff auf das Vermögen des Schuldners erfolgt sein.

Über den Autor

Rechtsanwalt Prof. Dr. Christian Rumpf,

ist Partner der Sozietät Diem & Partner in Stuttgart und Lehrbeauftragter an der Universität Bamberg. Er hat zahlreiche Beiträge zum türkischen und internationalen Recht in Fachzeitschriften und Handbüchern im In- und Ausland, insbesondere in Deutschland und in der Türkei verfasst. Er spricht fließend Türkisch, Englisch und Französisch.

www.diempartner.com, www.d-p-consult.com



NEU – Zukunftsmarkt Indien

„Was wissen wir eigentlich über Indien?“ Viel zu selten wird diese Frage in den Führungsetagen deutscher Unternehmen gestellt. Dabei könnte die intensive Befassung mit einer der am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften der Welt den bislang vorherrschenden kritischen Blick korrigieren. Zu einer neuen und im positiven Sinn realistischen Bewertung von Potenzialen und Chancen am indischen Markt wollen Johannes Wamser und Peter Sürken mit der vorliegenden Studie beitragen. Das Managementhandbuch Indien betrachtet „harte“ und „weiche“ Faktoren für ein wirtschaftliches Engagement im Subkontinentalstaat. Die Autoren erläutern die Rahmenbedingungen für Beschaffung, Absatz und Investition. Sie stellen die unterschiedlichen Wirtschaftsregionen des Landes vor und werten im Praxisteil intensiv die Erfahrungen aus, die deutsche Unternehmen beim Markteintritt in Indien gemacht haben.

Johannes Wamser/Peter Sürken: Wirtschaftspartner Indien. Ein Managementhandbuch
240 Seiten, 39,00 Euro zzgl. Versandkosten



2. Auflage – China ist und bleibt anders

– und zwar immer wieder und vor allem anders, als man in manchen Chefetagen im Westen denkt: Den von ihm hautnah erlebten „Zusammenprall der Wirtschaftskulturen“ beschreibt der niederländische China-Korrespondent Fons Tuinstra stets ironisch und geistreich – und mit einer schier unerschöpflichen Zahl von Beobachtungen. Ein Muss für gestresste China-Manager.

Fons Tuinstra: Der wilde Osten – Fünfzehn Missverständnisse über China und die Chinesen
268 Seiten, 19,80 Euro zzgl. Versandkosten



Kostensenkung in Fernost

Die Nutzung von Kostenvorteilen durch Beschaffung, Auslagerung und eigene Fertigung im Ausland verlangt eine strategische Präsenz auf den wichtigen Beschaffungsmärkten. sourcing asia fokussiert den Beschaffungsmarkt mit den größten Potenzialen für Kostensenkung und Wachstum. Das Magazin erscheint in Kooperation mit dem Bundesverband Materialwirtschaft und Einkauf (BME).

sourcing asia

48 Seiten, monatliches Magazin
Jahresabonnement ab 148,00 Euro, zzgl. MwSt.



Messen in Osteuropa

Wie Messen den unternehmerischen Erfolg unterstützen können, diskutiert das neue Messebuch sehr praktisch und anschaulich. In zahlreichen Länderberichten werden die wichtigen Messestandorte und -veranstaltungen in Zentraleuropa und Russland vorgestellt. Checklisten, Fallstudien und Praxistipps erklären, wie der Messeauftritt oder -besuch effizient geplant und durchgeführt werden kann.

Exhibition Market Central and Eastern Europe 2005/2006
Erschienen in Kooperation mit dem AUMA, 280 Seiten, deutsch/englisch, 34,80 Euro zzgl. Versandkosten



Partnerland Russland: Katalog und CD

Die HANNOVER MESSE 2005 war die historisch bislang größte russische Industrieschau, die außerhalb des Landes stattfand. Der Katalog zur Veranstaltung enthält Informationen zu Unternehmen, Produkten und Management von 180 Top-Unternehmen. Die CD-ROM enthält die Vorträge und Präsentationen des hochrangig besetzten Russland-Events auf der größten Industriemesse der Welt.

Katalog Partnerland Russland plus CD-ROM

96 Seiten, deutsch/englisch, 25,00 Euro zzgl. Versandkosten



Neue Märkte im Orient

zenithbusiness ist ein neues Wirtschaftsmagazin für Nordafrika und den Nahen Osten. Es untersucht, welche Marktchancen sich in der Region ergeben: bei den Infrastrukturprojekten am Golf ebenso wie durch die zunehmende Integration der Volkswirtschaften in die Weltwirtschaft. Kultur als Wirtschaftsfaktor findet besondere redaktionelle Beachtung.

zenithbusiness
erscheint 6 x jährlich, Testabonnement ab 16,00 Euro



Beschaffen und Investieren in Indien

Heute China – morgen Indien? Siemens, BMW, Ikea und Co. produzieren bereits heute schon in Indien, um den globalen Markt zu bedienen. Das Buch „Beschaffen und Investieren in Indien“ diskutiert, welche Potenziale und Risiken ein Markteinstieg im Wachstumsland Indien für mittelständische Unternehmen mitsch bringt und wie sie geeignete Lieferanten finden können.

Beschaffen und Investieren in Indien
215 Seiten, 39,95 Euro zzgl. Versandkosten

Gute Perspektiven für Investoren

Die weitgehende Anpassung des türkischen Wirtschaftssystems an EU-Standards hat ausländische Investitionen in der Türkei weiter erleichtert. Der folgende Artikel erläutert die rechtlichen Rahmenbedingungen.

➔ Text: Metin Demirkaya

Die rechtliche Grundlage für ausländische Investitionen bilden hauptsächlich das Gesetz Nr. 6224 zur Förderung ausländischen Kapitals vom 18. November 1954 und die Rahmenbeschlüsse für ausländische Investitionen des Ministerrats von 1995. Dabei ist der leitende Grundgedanke des Investitionsgesetzes die Gleichbehandlung einheimischer und ausländischer Investoren. Des Weiteren ist die Türkei dem internationalen Kapitalschutzabkommen beigetreten. Daneben bestehen zusätzliche bilaterale Abkommen, so auch mit der Bundesrepublik Deutschland aus dem Jahre 1962, das gegenseitigen Investitionsschutz, den ungehinderten Transfer von Kapital und Kapitalerträgen von Investoren sowie im Fall der Liquidation den ungehinderten Transfer des Erlöses gewährleistet. Zentrale staatliche Behörde zur Förderung von ausländischen Investitionen in der Türkei ist das dem Staatssekretariat für das Schatzamt untergeordnete Generaldirektorat für ausländische Investitionen.

Leitende Prinzipien des Investitionsgesetzes

Um in der Türkei investieren und geschäftlich tätig werden zu können, muss zunächst eine

Aktiengesellschaft oder eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung gegründet werden.

Zur Gründung eines Unternehmens oder zur Eröffnung einer Zweigniederlassung in der Türkei ist für jede natürliche oder juristische Person ein Mindestkapital von 50.000 US-Dollar erforderlich.

Für ausländische Kapitalbeteiligungen bestehen, bis auf bestimmte Ausnahmen, keine Beschränkungen. Das Investitionsgesetz garantiert den freien Transfer von Gewinnen, Honoraren und Nutzungsgebühren ebenso wie den freien Transfer von Kapital im Falle von Liquidation oder Verkauf. Auch für die Einstellung von Ausländern als Führungskräfte oder technische Mitarbeiter existieren keine Beschränkungen. Verträge über Lizenzen, Know-how, technische Unterstützung und Management unterliegen keiner Genehmigungspflicht, müssen jedoch beim Staatssekretariat für das Schatzamt registriert werden. Derartige Verträge werden erst nach erfolgter Eintragung wirksam. Zahlungen, die sich aus der Umsetzung dieser Verträge ergeben, sind nach Maßgabe der Vertragsbestimmungen durch Banken ins Ausland zu überweisen. Die Höhe der Lizenz- oder Nutzungsgebühren kann von den Vertragsparteien frei festgelegt werden. Eine Höchstgrenze ist hierfür nicht vorgesehen.

Die Aufnahme von Krediten aus dem Ausland ist ebenfalls an keine Genehmigung gebunden. Fremdwährungen (einschließlich Effekten), die zur Gründung von Unternehmen, zur Kapitalerhöhung oder zum Erwerb von Beteiligungen an türkischen Unternehmen aus dem Ausland transferiert werden, können auf Fremdwährungskonten blockiert werden.

Hilfen für ausländische Firmen

Maschinen und Ausrüstungsgegenstände, die für eine Investition vorgesehen sind, können ohne Zahlung von Zöllen und Fondsabgaben in die Türkei eingeführt werden. Dazu müssen diese jedoch in der vom Generaldirektorat für ausländische Investitionen genehmigten Liste über zu importierende Maschinen und Ausrüstungsgegenstände aufgeführt sein. Rohstoffe und Halbfertigwaren fallen nicht unter diese Maßgabe. Ausgaben für Gebäude, Maschinen, Ausrüstungsgegenstände, Transport und Einrichtungen, die im Rahmen der Bescheinigung über Investitionsförderung gemacht werden, kommen in den Genuss von Investitionsnachlässen, d. h. der Befreiung von der sonst zu erhebenden Körperschaftssteuer.

Investoren, die sich dazu verpflichten, nach Vollendung der Investition Exporte im Wert von

10.000 US-Dollar durchzuführen, werden bei der Firmengründung, bei Kapitalerhöhungen innerhalb des Investitionszeitraums, der Aufnahme von Investitionskrediten mit einer Laufzeit von wenigstens einem Jahr sowie der Eintragung von Grundstücken und Vermögenswerten als Sachkapital von der Zahlung von Steuern, Gebühren und sonstigen Abgaben befreit.

Die Anwendung der allgemeinen Fördermaßnahmen richtet sich nach dem Standort und dem Umfang der Investitionen sowie dem Wirtschaftsbereich, in dem sie erfolgen. Zur Bewertung des Standorts wurde die Türkei in drei Zonen, den entwickelten Regionen, den Regionen erster Priorität und den normalen Regionen, unterteilt. Zu den entwickelten Regionen zählen die Städte Istanbul und Kocaeli innerhalb ihrer Stadtgrenzen sowie die kommunalen Gebiete von Ankara, Izmir, Bursa, Adana und Antalya. Zu den Regionen erster Priorität gehören insgesamt 50 Städte. Alle übrigen Städte zählen zu den normalen Regionen.

Zügige Firmengründung möglich

Die Eintragung einer türkischen Firma in der Türkei zwecks Geschäftsgründung dauert durchschnittlich höchstens drei Wochen. Bei der Gründung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung oder einer Aktiengesellschaft sind jedoch einige Besonderheiten zu beachten. Juristische Personen mit Sitz im Ausland müssen beim Generaldirektorat für ausländische Investitionen einen Geschäftsbericht des zurückliegenden Jahres sowie eine Bescheinigung über geschäftliche Aktivitäten einreichen. Diese muss vom zuständigen türkischen Konsulat oder gemäß den Bestimmungen des Abkommens über die Abschaffung des Erfordernisses der Genehmigung von ausländischen amtlichen Dokumenten beglaubigt sein.

Natürliche Personen mit Sitz im Ausland müssen zunächst eine vom Notar beglaubigte Kopie des Reisepasses, die Firmenstatuten der zu gründenden Firma sowie detaillierte Angaben über den geschäftlichen und betrieblichen Hintergrund, der durch Unterlagen zu belegen ist, beim Generaldirektorat für ausländische Investitionen einreichen. Darüber hinaus ist eine Absichtserklärung abzugeben, in der angegeben werden muss, dass jeder ausländische Partner wenigstens 50.000 US-Dollar als Firmenskapital in die Türkei bringen wird. Außerdem ist eine von den Anteilseignern ausgestellte Vollmacht auf die Person beizufügen, die bei der Anmeldeprozedur als Ansprechpartner auftreten wird.

Zur Veröffentlichung der Firmengründung ist ein entsprechender Antrag beim Ministerium für Handel und Industrie zu stellen. Zur Bestätigung

der Genehmigung muss anschließend beim Generaldirektorat das Original der Genehmigung und das Handelsregisterblatt, in dem die Gründung der Firma bekannt gegeben wurde, eingereicht werden.

Für die Beschaffung der Genehmigung für Landnutzung, für Planungsgenehmigungen und Baugenehmigungen werden in der Regel ein bis 15 Tage benötigt. Die für die Erteilung dieser Genehmigungen zu erhebenden Gebühren sind gering.

Freizonen

Mit dem vorrangigen Ziel, die Wirtschaft des Landes international wettbewerbsfähiger zu machen und die Unterschiede in der regionalen und sektoralen Wirtschaftsentwicklung auszugleichen, sind in der Türkei regional übergreifende sogenannte Freizonen, d.h. steuerfreie Zonen geschaffen worden. Diese befinden sich in der Nähe zu großen türkischen Häfen am Mittelmeer, der Ägäis und dem Schwarzen Meer und verfügen über gute Verbindungen zu internationalen Flughäfen und Autobahnen.

Einnahmen aus geschäftlichen Tätigkeiten in den Freizonen sind von sämtlichen Steuern befreit, einschließlich Einkommens-, Körperschafts- und Mehrwertsteuer. Die bürokratischen Vorgänge im Zusammenhang mit der Anmeldung und geschäftlichen Tätigkeiten wurden auf ein Minimum reduziert. Im Gegensatz zu den meisten internationalen Freizonen ist der Verkauf von Waren, die in der Freihandelszone hergestellt wurden, auf dem Binnenmarkt gestattet. Bei Verkäufen auf dem Binnenmarkt wird jedoch eine Gebühr in Höhe von 0,5 Prozent des Wertes fällig.

Einkünfte aus Freizonen können frei in jedes beliebige Land, einschließlich der Türkei, transferiert werden. Hierzu bedarf es weder einer Genehmigung, noch fallen dabei übliche Steuern, Gebühren oder sonstige Abgaben an. Mieter erhalten eine Genehmigung zur Ausübung ihrer Geschäftstätigkeit für maximal zehn Jahre. Wer in den Freizonen sein eigenes Büro errichtet, erhält eine Genehmigung für 20 Jahre. Falls die Genehmigung für einen Waren produzierenden Betrieb ausgestellt wird, beträgt die maximale Genehmigungsfrist 15 bzw. 30 Jahre. Betriebsgenehmigungen können je nach Investition auf bis zu 99 Jahre verlängert werden.

In den Freizonen gibt es keinerlei Beschränkungen über die Höhe ausländischer Beteiligung. Es kann dort jegliche frei konvertierbare Fremdwährung, die von der Zentralbank der Türkei akzeptiert wird, verwertet werden. Darüber hinaus gibt es keinerlei gesetzliche Beschränkungen für Preise, Normen oder Qualität. ■■■

NEU

Zukunftsmarkt Indien

„Was wissen wir eigentlich über Indien?“ Viel zu selten wird diese Frage in den Führungsetagen deutscher Unternehmen gestellt. Dabei könnte die intensive Befassung mit einer der am schnellsten wachsenden Volkswirtschaften der Welt den bislang vorherrschenden kritischen Blick korrigieren.

Zu einer neuen und im positiven Sinn realistischen Bewertung von Potenzialen und Chancen am indischen Markt wollen Johannes Wamser und Peter Sürken mit der vorliegenden Studie beitragen. Das Managementhandbuch Indien betrachtet „harte“ und „weiche“ Faktoren für ein wirtschaftliches Engagement im Subkontinentalstaat.

Die Autoren erläutern die Rahmenbedingungen für Beschaffung, Absatz und Investition. Sie stellen die unterschiedlichen Wirtschaftsregionen des Landes vor und werten im Praxisteil intensiv die Erfahrungen aus, die deutsche Unternehmen beim Markteintritt in Indien gemacht haben.

Johannes Wamser/Peter Sürken:

Wirtschaftspartner Indien Ein Managementhandbuch



240 Seiten

39,00 Euro zzgl. Versandkosten

Leseproben und Bestellung:
www.localglobal.de/shop

Chancen und Risiken bei Türkei-Investments

Das investitionsfreundliche Klima in der Türkei lockt immer mehr ausländische Unternehmer an. Viele Unternehmer begehen jedoch bei der Suche nach einem Kooperationspartner eklatante Fehler. Wer Geschäfte machen will, ohne mit der türkischen Kultur vertraut zu sein, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit scheitern.

➔ Text: Dr. Ahmet Ertekin

2004 betrug das Handelsvolumen zwischen Deutschland und der Türkei 19,7 Mrd. Euro. Allein 16 Prozent davon entfielen auf Baden-Württemberg. Der Handel zwischen beiden Ländern wächst stark – allein 2004 betrug die Steigerung 23 Prozent. Mit Beginn der EU-Beitrittsverhandlungen steigt das Interesse an den gegenseitigen Handelsbeziehungen weiter. Wer allerdings Geschäfte machen will, ohne mit der türkischen Kultur vertraut zu sein, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit scheitern.

Das vergangene Jahrhundert ist von starken geopolitischen Veränderungen gekennzeichnet. Zum einen der Zerfall des Ostblocks, zum anderen eine neue Identitätsbildung/-suche im Mittleren Osten und in Nordafrika. Einhergehend mit dem Zerfall der Sowjetunion haben sich eine Vielzahl

von Kleinrepubliken in Zentralasien gebildet. Im Speziellen gilt dies für die Turkrepubliken, die neben ihrer geographischen auch eine kulturelle Nähe zur Türkei aufweisen.

Der Türkei wird eine immer größere wirtschaftliche und politische Bedeutung beigemessen. Sie ist nicht nur als Brückenkopf für den asiatischen Markt, sondern auch selbst von großer Bedeutung für ausländische Investoren. Wesentliche Gründe für das gestiegene Interesse an der Türkei sind:

- die bedeutenden wirtschaftlichen und politischen Fortschritte, die das Land in den vergangenen Jahren erzielt hat
- die Liberalisierung der Gesetze für ausländische Investitionen
- das stetige wirtschaftliche Wachstum mit Wachstumsraten zwischen fünf und acht Prozent
- die Zollunion mit der Europäischen Union

Der türkische Staat hat durch eine konsequente Liberalisierung der Wirtschaftspolitik diese Entwicklung gefördert und ein unternehmer- und investitionsfreundliches Klima geschaffen. Dadurch hat die internationale Wirtschaftskooperation mit der Türkei stark zugenommen. Doch jegliche Form von internationaler Zusammenarbeit bringt interkulturelle Herausforderungen mit sich.

Will ein Unternehmen im Ausland tätig werden, so muss es die kulturellen Eigenheiten des Gastlandes analysieren. Werte und Normen der eigenen Unternehmenskultur müssen mit den Werten und Normen der Landeskultur verglichen werden. Man kooperiert mit einem Unternehmen, das in eine differenzierte Landeskultur eingebettet ist, und möglicherweise von der eigenen Unternehmenskultur abweichende Wertestrukturen zu verzeichnen hat. Folglich ist eine Analyse der

Landeskultur für ein erfolgreiches Kooperationsprojekt unumgänglich. Dies gilt auch für den Mittelstand.

Deutscher Mittelstand entdeckt die Türkei

Deutsche Mittelständler, die in der Türkei einen Geschäftspartner suchen, sei es als Handelspartner oder um ein Joint Venture einzugehen, wählen in der Regel den Weg über einen türkischen Mitarbeiter. Der recherchiert unter seinen Verwandten und Bekannten, ob es jemanden gibt, der Interesse an einer Geschäftsbeziehung mit seinem deutschen Arbeitgeber hat. Bei diesem Verfahren fällt die Wahl selten auf die geeignete Person, sofern sich denn überhaupt jemand findet. In Einzelfällen geht die Blauäugigkeit sogar so weit, dass sich der deutsche Unternehmer irgendeinen in Deutschland lebenden türkischen Bekannten aussucht, um mehrere Millionen Euro in der Türkei zu investieren. Ganz so, als sei jeder Türke per se kompetent und seriös, wenn es um die Gründung eines Unternehmens geht.

Voneinander lernen muss die Devise sein

Selbst bei erfolgreicher Suche nach einem potenziellen Partner gibt es eine Reihe von kulturellen Unterschieden, die man unbedingt kennen und beachten sollte. Der Deutsche ist z. B. gewohnt, sich sehr gut auf ein Gespräch vorzubereiten. Meist hat er eine Tischvorlage oder ein Vorab-Protokoll erarbeitet, um alle wichtigen Dinge zur Sprache zu bringen und auszuhandeln. Für die türkische Mentalität aber ist das ein inakzeptables Vorpreschen. Man fühlt sich überrannt und übervorteilt, weil man eigentlich zunächst einmal ohne Druck über alles in Ruhe plaudern möchte.

Wer für sein Projekt vom türkischen Partner eine genaue Finanzplanung fordert, sollte offen sein für pragmatisches Vorgehen. Eine detaillierte Kalkulation, wie bei deutschen Banken üblich, wird man zu diesem Zeitpunkt kaum erhalten. Für den Partner in der Türkei ist die Projektkalkulation eine Grobkalkulation, die er erst konkretisiert, nachdem man sich geeinigt hat. Er weiß eben aus Erfahrung, dass die Unwägbarkeiten mit der Zeit abnehmen und kalkulierbar werden. Damit erspart er sich viel unnötige Arbeit – auch die deutschen Partner dürfen daraus lernen.

Das Wort „Nein“ gibt es nur im Wörterbuch

Einmal getroffene Absprachen sind Ehrensache; allerdings kann es über eine Sache durchaus unterschiedliche Wahrnehmungen geben.

Sprechen der deutsche und der türkische Unternehmer beispielsweise über ein gemeinsames Konzept zum Bau erdbebensicherer Häuser, dann hat der Deutsche schon eine sehr konkrete Vorstellung von Zielgruppe, Vorgehen, Organisationsstruktur usw., bevor er den ersten Gesprächstermin macht. Der türkische Unternehmer hingegen denkt: „Typisch deutsch. Der will mir vorschreiben, wie ich vorzugehen habe. Und das in meinem Heimatland“. Für die türkische Mentalität gibt es übrigens niemals ein „Nein“. Das gilt als extrem unhöflich. Türken werden immer sagen „vielleicht“ oder „darüber denke ich nach“, was durchaus ernst gemeint und keine leere Floskel ist.

Diese Art von Problemen gibt es unabhängig von der Größe des Unternehmens, wobei der Standard in Bezug auf schriftliche Briefings, Protokolle oder Konzepte selbstverständlich in großen Unternehmen den internationalen Gewohnheiten angepasst ist. Ein mittelständisches türkisches Unternehmen ist in Bezug auf die Mitarbeiterzahl nicht unbedingt mit einem deutschen vergleichbar. Vieles, was hier zu Lande automatisiert ist, wird in der Türkei noch manuell gefertigt, und so werden schnell mal hundert oder mehr Mitarbeiter kurzfristig eingestellt und nach Erledigung eines Projektes oder Auftrags wieder entlassen.

Interkulturelle Kompetenz heißt das magische Wort

Es gibt – wie überall, wo unterschiedliche Kulturen und Mentalitäten aufeinander treffen – Vorurteile, und jede Seite agiert mit ihnen. Deshalb ist es sinnvoll und oft unerlässlich, einen „Kulturdolmetscher“ einzuschalten, der in den kulturellen Eigenheiten beider Seiten zu Hause ist. Er ist außerdem behilflich bei der Erstellung von Businessplänen, Marktanalysen oder bei der Investitionsbeschaffung. Und er ist in der Lage, die Stecknadel im Heuhaufen, nämlich den zur Branche, zur Unternehmensgröße und zur Unternehmerpersönlichkeit passenden Partner zu finden. Bei so unterschiedlichen Kulturen wie der türkischen und der deutschen ist das der sicherere Weg. ■■■

Dr. Ahmet Ertekin

Unternehmensberater und Trainer für interkulturelle Fragen.
ATA Consult
Sophienstr. 23a
70178 Stuttgart
Tel.: +49 711 892485-0
Fax: +49 711 892485-11
www.dtc-stuttgart.com
www.ata-consult.com



Training Seminare International



Sprachkurse

Übersetzungen

Interkulturelle Seminare

& Consulting

Konfliktmanagement

www.tsi-bonn.de

**TSI –
Training Seminare
International
Lennéstr. 30
53113 Bonn**

info@tsi-bonn.de



Unternehmenskauf in der Türkei

Unternehmenskauf ist einer der effektivsten Wege, um in der Türkei direkt zu investieren. Welche Vorgehensweise und welche rechtlichen Gestaltungsmöglichkeiten stehen zur Verfügung?

➔ Autor: Dr. İsmail G. Esin

Das türkische Recht, vor allem das Zivilrecht, richtet sich nach kontinental-europäischem Recht. Die wichtigsten Rechtsgebiete, die bei einem Unternehmenskauf zur Anwendung kommen sind Handelsrecht und Schuldrecht, die im Laufe des Jahres 2006 neu geregelt werden. Beide Gesetzesentwürfe liegen bereits dem Parlament vor und orientieren sich an deutschem sowie schweizerischem Vorbild. Es ist davon auszugehen, dass sie ohne substantielle Änderungen verabschiedet werden.

Die ersten Schritte

Der erste rechtliche Schritt auf dem Wege zum Unternehmenskauf ist der sog. "Letter of Intent". Diese Absichtserklärung ist generell definiert als "eine schriftliche, gegenseitige aber grundsätzlich nicht bindende Willenserklärung". Grundsätzlich sollte der Letter of Intent ausdrücklich und knapp die wesentlichen Punkte des Geschäftes umreißen und trotzdem die Komplexität des Vorhabens reflektieren. Je-

doch genügt es hierbei, nur die geschäftlichen Dimensionen des Geschäftes zusammenzufassen. Diese Phase wird durch ein so genanntes Due Diligence erweitert, bei dem der Käufer eines Unternehmens oder von Anteilen zuerst die Risikofaktoren sowie die Daten und Angaben einer Bewertung unterzieht, um sich so ein umfassendes Wissen über das zu übertragende Unternehmen oder die zu erwerbenden Anteile anzueignen. Das so vom Käufer abgewogene Preis-Leistungsverhältnis spielt schließlich bei dem Preisangebot des Käufers eine wesentliche Rolle.

Für Unternehmenskäufe kommen in erster Linie drei Gestaltungsmodelle in Betracht: Aktien- bzw. Anteilskauf (Share Deal), Sachkauf (Asset Deal) sowie Liberierung von neuen Aktien (Subscription Agreement).

Anteilskauf

Der Verkäufer überträgt entweder die Kontrolle über das Unternehmen durch die Übertragung der Aktien, die diesen Einfluss gewähren, oder er verwandelt seine alleinige Machtposition

durch Übertragung einzelner Aktienpakete zu einer "joint control", bei der der Käufer an der Kontrolle teilhat. Aus Sicht des Schuldrechts (Verpflichtungsgeschäfts) ist der Gegenstand dieses Vorgangs das Unternehmen selbst, wobei der Gegenstand des Verfügungsgeschäfts die Aktienanteile sind. Dabei können ausländische Personen prinzipiell ohne Hindernisse als Käufer oder Verkäufer auftreten. Seiner rechtlichen Natur nach ist der Kaufvertrag über den Aktienwerb ein Verpflichtungsgeschäft; Er hat also nicht den Eigentumsübergang an den Aktien zur Folge.

Die Zusicherung und Gewährleistung durch den Verkäufer bilden den Kernpunkt des Kaufvertrages über den Aktienwerb.

In der Praxis umfasst der Katalog grundsätzlich folgende Punkte:

- /// Vorliegen einer unbeschränkten Verfügungsbefugnis bezüglich der Vermögensgegenstände oder Gesellschaftsanteile
- /// Vorliegen der vom Unternehmen geforderten Genehmigungen und Einverständnisse bezüglich der Fortführung angestrebter Handlungen
- /// Keine weiteren anhängigen Klagen neben den bereits angegebenen
- /// Beim Aktienkauf: Keine verheimlichten fällige oder ausstehende Haftungen oder Schulden des Unternehmens
- /// Gültigkeit und Sicherheit der Warenzeichen, Patente und Lizenzen des Unternehmens und keine Gründe für deren "Austragung"
- /// Keine ausstehenden Steuern oder sonstige öffentliche Forderungen
- /// Keine rechtlichen Beschränkungen bei Immobilieneigentum, die nicht vom Grundbuchamt bestimmt werden können
- /// Bewegliche und unbewegliche Sachen, die dem Unternehmen zuzuordnen sind, sind in einwandfreiem Zustand und es liegen keine Mängel vor, welche die Leistungsfähigkeit des Unternehmens nachteilig beeinflussen können
- /// Sämtliche Bücher und Unterlagen sind vorhanden und stimmen mit dem maßgeblichen Recht überein

Der Katalog der Zusicherung und Gewährleistung muss durch eine Abwägung der Eigenheiten des Rechtsgeschäfts und des zu erwartenden Gewinns des Käufers aus dem Unternehmen, spezifisch auf jedes Rechtsgeschäft zugeschnitten werden. Des Weiteren unterscheidet sich der Katalog bei einem Anteilskauf grundlegend von dem eines Sachkaufs, da die direkte Übertragung des Eigentums innerhalb eines Sachkaufs bei einem Anteilskauf nicht vorliegt.

Die Abweichung der tatsächlich vorhandenen Eigenschaften von den zugesicherten oder garantierten Eigenschaften wird als Mangel bezeichnet, der zu einer Haftung des Verkäufers führt. Für die

Anwendung der Vorschriften über die Verkäuf-
erhaftung ist entscheidend, dass exakt definiert
wird, welche Beschaffenheit der Käufer erwartet.
In der Regel liegt zwischen Due Dilligence und
Vertragsunterzeichnung ein Zeitraum von drei
bis neun Monaten, wobei ein weiterer Zeitraum
von ein bis zwei Monaten zwischen Vertragsun-
terzeichnung und Abschluss des Rechtsgeschäfts
liegt.

Für ein Unternehmen als lebendige Organisati-
on ist es nahezu unmöglich, in diesem Zeitraum
nicht gewissen Änderungen zu unterliegen. Da-
her sollten einerseits die Eigenschaften des Un-
ternehmens, die es während der Due Dilligence
erlangt, im Vertrag festgelegt werden und ander-
seits ebenso die Änderungen festgelegt werden,
die nach der Due Dilligence aufgetreten sind.

Sachkauf

Der größte Unterschied zwischen dem Anteils-
kauf und dem Sachkauf ergibt sich aus der Tat-

sache, dass beim Sachkauf alle Vermögensge-
genstände separat auf den Käufer übertragen
werden. Es ist zu betonen, dass die jeweiligen
Vermögensgegenstände nach eigenem Rechts-
status übertragen werden müssen, d. h. die
Grundstücke müssen vor dem Grundbuchamt
durch die Eintragung, Patente und andere im-
materielle Güterrechte durch notariellen Vertrag
und Eintragung im Register bzw. Forderungen in
Schriftform übertragen werden. Es ist zu beto-
nen, dass die jeweiligen Vermögensgegenstän-
de einzeln zu berücksichtigen sind.

Liberierung

„Share Subscription Agreements“ haben den
Zweck, dass sich natürliche oder juristische Per-
sonen, die nicht Beteiligte des Unternehmens
sind, im Rahmen einer Kapitalerhöhung des
Zielunternehmens verpflichten, sich mit einem
bestimmten Betrag an der Kapitalerhöhung zu
beteiligen. Die bestehenden Aktien wechseln al-

so nicht von einer Hand in die andere, sondern
der Käufer verpflichtet sich, die neu hinzukom-
menden Aktien zu erwerben. Deshalb müssen
vorher die bereits bestehenden Aktionäre be-
züglich der am Ende der Kapitalerhöhung emitt-
tierten Aktien auf ihre bisherigen Vorzugsrechte
durch eine Entscheidung der Hauptversamm-
lung verzichten.

Konfliktlösung

Die Türkei hat die New Yorker Konvention über
Anerkennung und Vollstreckung von internati-
onalen Schiedssprüchen ratifiziert. Darüber hin-
aus ist das Gesetz über internationale Schieds-
gerichtsbarkeit seit dem 21. Juni 2001 in Kraft,
das sich nach der UNCITRAL Model Law richtet.
Somit können die Parteien vereinbaren, dass
Streitigkeiten, die sich aus dem Vertrag erge-
ben, durch Schiedsrichter gelöst werden. Es ist
anzumerken, dass dies für Grundstücksstreitig-
keiten nicht möglich ist. ■■■

Anzeige



Auszeichnung für LINCAS

- ▶ LINCAS bündelt Export, Logistik und Finanzierung in einer Hand. Und dies so erfolgreich, dass LINCAS-FLEX mit dem „Preis der Deutschen Außenwirtschaft“ 2005 ausgezeichnet wurde.
- ▶ Mit 75 Spezialisten in Hamburg und in der neuen Repräsentanz Istanbul wickelt LINCAS jährlich Exportgeschäfte mit einem Volumen von bis zu 900 Millionen Euro ab.
- ▶ In Istanbul realisierte LINCAS bereits Europas größte Shoppingmall für Schmuck – und integrierte 28 deutsche Zuliefererfirmen. Beim Ausbau des Flughafens Ankara koordiniert LINCAS ab sofort 35 Lieferanten mit einem Volumen von 27 Millionen Euro.
- ▶ LINCAS übernimmt für seine Kunden im In- und Ausland die komplette Abwicklung für das weltweite Produkt-, System- und Anlagengeschäft. LINCAS-FLEX bietet Logistik, Export, Lager und Finanzierung aus einer Hand.

LINCAS
experts for exports

LINCAS Export Services GmbH

Adenauerallee 3-6, 20097 Hamburg
Tel.: 040 248 47 333, Fax: 040 248 47 1333
r.angeli@lincas.de,
a.grunst@lincas.de
Internet: www.lincas.de

LINCAS Istanbul

Park Plaza, Eski Büyükdere Cad. 22, Kat. 3,
34398 Maslak-Istanbul
Tel.: +90 212 345 10 55, Fax: +90 212 345 10 58
Matthias.Bahr@lincas.net
Yesim.Sarikartal@lincas.net



Bilanzierung in der Türkei

Deutsche Unternehmer, die ein Engagement in der Türkei planen, sollten die Bilanzen einheimischer Firmen mit Vorsicht genießen. Doch im Rahmen der beginnenden EU-Beitrittsverhandlungen werden die Defizite des türkischen Bilanzrechts korrigiert werden.

➔ Text: Nevzat Ağrı

Das Handelsgesetzbuch der Türkei basiert auf dem deutschen Aktiengesetz von 1937 und ist seitdem nur leicht modifiziert worden. Anpassungen im Gesetzestext waren hauptsächlich der hohen Inflation, unter der die Türkei lange Jahre litt, geschuldet. So war es in der Vergangenheit aufgrund der hohen Inflation kaum möglich, belastbare Planzahlen für die nächsten drei bis fünf Jahre aufzustellen. 2005 bewegt sich die Inflationsrate, erstmals seit Anfang der 1970er Jahre, im einstelligen Bereich, so dass 2005 ohne Inflationierung bilanziert werden kann.

Zahlreiche Unterschiede

Trotz der in den vergangenen Jahren mit erheblichem Engagement in Angriff genommenen wirtschaftlichen Reformen, unterscheiden sich deutsches und türkisches Bilanzrecht weiterhin erheblich. So existiert in der Türkei grundsätzlich keine gesetzlich vorgeschriebene Prüfungspflicht. Hingegen sind in Deutschland die Voraussetzungen für eine Prüfungspflicht bei Kapitalgesellschaften und GmbHs recht schnell erfüllt. Auch orientieren sich türkische Bilanzen stark an den steuerlichen Regelungen. Schließlich bilden türkische Bilanzen oftmals nur einen Teil der Realität ab, da nicht alle Geschäftsvorfälle durch Belegführung nachvollziehbar sind. Daher sind Statistiken wie BIP-Wachstum,

Arbeitslosenzahl und dergleichen auch heute noch mit Vorsicht zu genießen, denn ein großer Teil der Wirtschaftskraft stammen aus der Schattenwirtschaft.

In der Türkei lassen sich in der Regel nur die wenigen Gesellschaften prüfen, die dazu verpflichtet sind. Bei diesen Unternehmen handelt es sich um die an der Istanbuler Börse notierten Unternehmen sowie international tätige Großkonzerne wie Koç Holding oder Sabancı Holding. Dabei bilanzieren zugelassene Wirtschaftsprüfer in der Regel sowohl nach türkischem Recht als auch nach IFRS/IAS. Hingegen lassen Tochtergesellschaften ausländischer Firmen sich nach den für die Muttergesellschaft geltenden Regeln (also zum Beispiel nach deutschem Handelsgesetzbuch, IFRS oder US-GAAP) prüfen.

Bilanzierung wird modernisiert

Bei aller Kritik an den bisher noch unzureichenden Regelungen, sollte nicht außer acht gelassen werden, dass die Regierung sehr viel unternommen hat, Defizite zu beheben. Die Türkei strebt an, so schnell wie möglich das EU-Recht umzusetzen. Schließlich liegt es auch im türkischen Interesse, Steuern effizienter zu erheben und verlässliche Zahlen über die Wirtschaftskraft des Landes zu erhalten. So wird das Handelsgesetzbuch voraussichtlich in den kommenden zwei bis drei Jahren an die EU-Bestimmungen angepasst werden. Doch bevor die neuen Regelungen im-

plementiert und gelebt werden, werden sieben bis zehn Jahre vergehen. Aber man sollte nicht vorschnell kritisieren: Selbst in Deutschland, wo die Prüfungspflicht bereits seit 1890 existiert, gibt es selbst bei Großunternehmen Probleme bei der Umsetzung neuer Bilanzierungsregeln nach US-GAAP oder IFRS.

Wer in der Türkei ein Joint Venture gründen oder ein Unternehmen erwerben möchte, sollte dies nicht ohne einen guten Berater tun, der nicht nur fachlich qualifiziert ist, sondern auch mit der türkischen Sprache und Mentalität vertraut ist. Auf dem Papier unterscheiden sich bereits heute viele Regelungen nicht von EU-Recht, doch sind sie in der Praxis oft komplizierter anzuwenden. Umso wichtiger ist es, die Auslegungspraxis zu kennen.

Bevor man also in der Türkei investiert ist „due diligence“ in jeder Hinsicht erforderlich. Nicht nur betriebswirtschaftliche Aspekte, sondern auch rechtliche Rahmenbedingungen und zunehmend auch Umweltbestimmungen sind eingehend zu prüfen. Dabei ist man oft auf persönliche Beziehungen und Fachleute angewiesen, um die notwendigen Informationen zu erhalten. Denn anders als in Deutschland genügt es zum Beispiel nicht, sich einen Auszug aus dem Handelsregister zu besorgen, um einen Überblick über die Gesellschafterverhältnisse zu erhalten. ■



INDUSTRIEKAMMER DER AEGAEISCHEN REGION

EGE BÖLGESİ SANAYİ ODASI

**ENTDECKEN SIE DIE
REGION ÄGÄIS UND IZMIR,
DAS BESTE
INVESTITIONSGEBIET DER
TÜRKEI.**

**IZMIR IST DAS HERZ DER
WIRTSCHAFTSZIRKULATION
ZWISCHEN EUROPA,
MITTLEREM OSTEN
UND AFRIKA.**

www.ebso.org.tr

Phone: +90.232.441 09 09 / 226

Fax: +90.232.483 99 37

e-mail: danisma@ege.ebso.com.tr

„Wir müssen immer das Unerreichbare kennen und wollen,
wenn das Erreichbare gelingen soll“

Bruno Taut



Projektentwicklung Proje geliştirme ve danışmanlık

Generalplanung Genel proje yönetimi

Stadt- und Objektplanung Şehir planlama ve Mimarlık

Bildung und Forschung / Eğitim ve Araştırma Binaları

Gesundheit und Pflege / Sağlık Binaları

Verwaltungs- und Bürobauten / Ofis ve İş Merkezleri

Museen und Ausstellungsgebäude / Müze ve Sergi Salonları

Hotels / Hoteller

Umbau und Sanierung / Restorasyon

Wohnungsbau / Konut inşaatı

Landschaftsplanung / Peyzaj Mimarlık

SCHNEIDER + SENDELBACH
ARCHITEKTENGESELLSCHAFT mbH

Breite Straße 15
D - 38100 Braunschweig
Tel: +49(0) 531 244 09-0
Fax: +49(0) 531 244 09-25

www.schneider-sendelbach.de
email: office@schneider-sendelbach.de

Kontaktadresse in Istanbul:
c/o
Mehmet Cansızoğlu
Gülfidan Cansızoğlu

Kemal Paşa Cad. No:1
80500 Kaynarca-İstanbul
Tel: +90(0) 216 397 85 95
Fax: +90(0) 216 396 81 22



Grandhotel SABİHA GÖKÇEN Istanbul - Pendik

Erforderliche Dokumente

Zum Erwerb von Immobilien müssen sich Interessenten an die örtlichen Grundbuchämter wenden.

Bei natürlichen Personen

sind folgende Unterlagen erforderlich:

- Grundbuchurkunde der Immobilie. Falls nicht vorhanden, Urkunde mit Parzellennummer und das Flurstück oder mündliche Mitteilung des Eigentümers,
- Personalausweis oder Reisepass sowie zwei Passfotos,
- Bei Vertretung durch einen Bevollmächtigten, die notarielle Vollmacht, Ausweis des Bevollmächtigten und Passfotos.

Bei juristischen Personen

sind folgende Unterlagen erforderlich:

- Auszüge aus dem Handelsregister über die Vertretungsbefugnisse, Unterschriftsproben und bei weiterer Vertretung die hierdurch erteilte notarielle Vollmacht in beglaubigter Übersetzung, Ausweis oder Reisepass, sowie Passfotos. Bezüglich Steuern und Gebühren werden ausländische und türkische Erwerber gleichbehandelt.

Immobilien am Bosphorus



➔ Text: Mülayim Hüseyin

„Jetzt ist die richtige Zeit, Immobilien zu erwerben!“, so die türkische Wirtschaftszeitung „Dünya“ am 9. August. Goldene Zeiten für die türkische Immobilienbranche. Die Immobilie bleibe nach wie vor die beste Anlageform. Hinzu komme die Einführung des Mortgage-Systems (langfristige Immobiliendarlehen, die Tilgungsraten vergleichbar der Höhe von Mietzahlungen vorsehen). Der Immobilienerwerb durch ausländische Privatpersonen und Firmen ist seit Juli 2003 erleichtert und erweitert worden.

Nach Recherchen von international tätigen Investmentgesellschaften steht die Türkei weltweit beim Erwerb von Immobilien, sei es als Anlage oder zur Eigennutzung, an der Spitze. Dies hat zum einen seinen Grund in der Binnennachfrage der sehr jungen Bevölkerung. Die Dynamik der Bevölkerungsentwicklung der Stadt Istanbul ist hierbei besonders hervorzuheben. Denn Istanbul begründet 60 Prozent des Immobilienmarktes, bei einem Bevölkerungswachstum von 3,3 Prozent im Jahr, wobei 50

Prozent der Bevölkerung sich im potenziellen Familiengründungsalter von 25 Jahren befindet. Somit besteht ein jährlicher Bedarf von mehr als 750.000 Immobilien. Zum anderen hat die Entwicklung im Tourismussektor, die besser als erwartet verlaufen ist und zu einer Explosion des Immobilienerwerbs in den westlichen und südlichen Provinzen geführt hat, sowie der EU-Beitrittsprozess der Türkei, die Aufmerksamkeit ausländischer Interessenten geweckt.

Die Zahl der ausländischen Immobilienbesitzer in der Türkei wurde im Jahr 2004 mit 41.000 beziffert und dürfte in diesem Jahr 50.000 erreicht haben. Insgesamt erwarben Käufer aus 64 Ländern Immobilien in der Türkei, doch stammten die meisten – rund 90 Prozent – aus den Ländern der Europäischen Union. Griechen bevorzugten Istanbul, Bursa und Izmir, während Deutsche vor allem Immobilien in der Region um Antalya erwarben. Briten ließen sich bevorzugt an der Ägäis nieder.

Das Gegenseitigkeitsprinzip, wonach in der Türkei ausländische Staatsbürger und juristische Personen uneingeschränkt Immobilien

erwerben können, setzt voraus, dass türkische Staatsbürger in deren Heimatländern ebenfalls keinen Beschränkungen unterliegen. Diese Gegenseitigkeit besteht in 87 Ländern, wozu alle EU-Mitgliedsstaaten gehören.

Gesetzesänderung notwendig

Der im Jahr 2003 neu geschaffene Art. 35 des Grundbuchgesetzes erlaubte ausländischen natürlichen und juristischen Personen auf der Grundlage des Gegenseitigkeitsprinzips in der Türkei Immobilien bis zu 30 Hektar ohne und ab 30 Hektar mit Genehmigung des Ministerrates zu erwerben, sofern nicht die Landessicherheit und die Interessen des Gemeinwohls berührt wurden.

„Rund 90 Prozent der Käufer stammen aus der EU“

Doch auf Antrag der Oppositionspartei CHP erklärte das türkische Verfassungsgericht diese Bestimmung des Grundbuchgesetzes in seinem Urteil vom 14.03.2005 für verfassungswidrig.

Die Verfassungsrichter bemängelten unter anderem, dass das Gegenseitigkeitsprinzip nicht hinreichend bestimmt sei, so dass natürliche und juristische Personen von Staaten, die sich nicht in Gegenseitigkeit mit der Türkei befinden,

Boom dauert an: „Ungebrochenes Interesse ausländischer Investoren“

in der Lage seien, über Umwege Immobilien zu erwerben. So könnten Gesellschafter ausländischer juristischer Personen aus Staaten mit denen Gegenseitigkeit besteht, Staatsangehörige solcher Staaten sein, mit denen keine Gegensei-

tigkeit besteht. Hierdurch könnten Kreise dieser Länder in der Türkei in Immobilienbesitz erwerben und Einfluss auf das Land ausüben, ohne dass die Türkei in diesen Ländern hierzu in der Lage wäre. Dies gefährde die verfassungsmäßig festgeschriebene Unteilbarkeit des türkischen Staates. Das Verfassungsgericht hat in seinem Urteil ansonsten bei strengerer Wahrung des Gegenseitigkeitsprinzips das Recht des Immobilienerwerbs durch ausländische natürliche und juristische Personen besonders unterstrichen. Das Verfassungsgericht gewährte der Regierung eine Übergangsfrist von drei Monaten, um die notwendigen Korrekturen vorzunehmen. Allerdings verstrich die Frist am 27. Juli 2005 ohne dass die notwendigen Gesetzesänderungen verabschiedet worden waren. Beobachter rechnen allerdings damit, dass ein revidiertes Grund-

buchgesetz bald in Kraft treten wird. Der bereits im Juni dieses Jahres eingebrachte, aber noch nicht verabschiedete, Gesetzentwurf wird den Eigentumserwerb durch ausländische Handelsunternehmen auf die Erdölsuche und Erdölförderung, Investitionen im Tourismussektor und auf ausländische Direktinvestitionen beschränken. Trotz der teilweise ungeklärten Rechtslage meldeten örtliche Maklervverbände auch nach dem Urteil des Verfassungsgerichts ein weiterhin ungebrochenes Kaufinteresse ausländischer Investoren. Dabei überbrückte man i. d. R. die Zeit bis zur Neuregelung durch so genannte Agenturverträge.

Allein in der Region Fethiye seien seit dem Verkaufsverbot rund 200 solcher Verträge gezählt worden, so Nevzat Tilkici vom Grundstücksmaklerverband Fethiye. ■■■

Anzeige

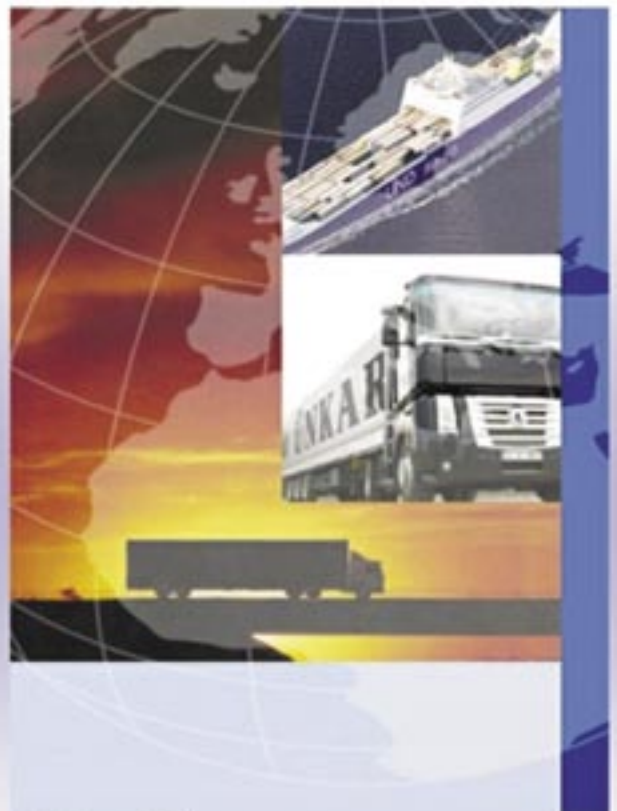
TANKAR

Professionelle Lösungen für Ihre Türkei Transporte

- Transporte per LKW, Bahn, Schiff
- Komplett- und Teilladungen
- Sammelgut
- Hängende Waren
- Schwer- und Sondertransporte
- Projektspeidition
- Gefahrguttransporte
- Luftfracht
- Lagerung
- Zollabfertigung
- Distribution

**TANKAR Int. Spedition
& Logistik GmbH**

D-85445 Schwaig, Lohstrasse 28
Tel. +49 (0)8122 95909-0 internet: www.tankar.de
Fax +49 (0)8122 95909-99 email: tankar@tankar.de



ÜNKAR

TR-81701 Tuzla-Istanbul, Ankara Asfaltı 39.km
Tel. +90 216 446 8020 internet: www.unkar.com
Fax +90 216 446 8015 email: info@unkar.com

International tätige Unternehmen sehen sich mit besonderen Herausforderungen konfrontiert. Als eines der weltgrößten Prüfungs- und Beratungsunternehmen bietet PricewaterhouseCoopers (PwC) umfassende und kompetente Betreuung unter anderem in Bilanzierungs- und Steuerfragen.

Eingespieltes Türkei-Team

➔ **PricewaterhouseCoopers (PwC)** steht für ein weltweit führendes Netzwerk von unabhängigen Mitgliedsfirmen, die insgesamt 122.000 Mitarbeiter in 144 Ländern beschäftigen. Zu unserem Dienstleistungsangebot rund um kapitalmarktorientierte Informationen gehören neben der Wirtschaftsprüfung und Steuerberatung weitere maßgeschneiderte Beratungsleistungen in den Bereichen Finanzierungs- und internationale Bilanzierungsfragen, Transaktionen (Deals Services), Geschäftsprozesse und Risikomanagement. Unsere Kunden sind nicht nur multinationale Industrie- und Dienstleistungsunternehmen, sondern auch eine Vielzahl von Unternehmen aus dem Mittelstand. Ebenfalls stark ausgeprägt ist unser Beratungsbereich für die öffentliche Hand (Bund, Länder, Kommunen bzw. Provinzen).

Rund 8.200 Mitarbeiter an 28 Standorten in Deutschland und 670 Mitarbeiter an fünf Standorten in der Türkei sorgen dafür, dass

den jeweils herrschenden kulturellen Gegebenheiten bestens vertraut und kennen die Märkte aus eigener Erfahrung.

Für die Arbeit unserer Experten gelten nicht nur in fachlicher Hinsicht die höchsten Qualitätsmaßstäbe. Integrität, Unabhängigkeit und Objektivität sind Teil der Unternehmensphilosophie.

Leistungsspektrum

PwC bietet kompetente, zielorientierte und effiziente Beratung und Betreuung

/// türkischer Mandanten, die sich bereits in Deutschland niedergelassen haben, durch den Turkish Desk vor Ort in Deutschland

/// türkischer Mandanten, die auf dem Weg nach Deutschland sind, durch den German Desk in der Türkei und durch den Turkish Desk in Deutschland

/// deutscher Mandanten in deutscher Sprache bei Investitionsvorhaben in der Türkei durch den Turkish Desk in Deutschland und durch den German Desk PwC Türkei in der Türkei.

Mit eingespielten Teams von Spezialisten in der Türkei und in Deutschland betreut PwC seine Mandanten individuell bei ihren grenzüberschreitenden Aktivitäten kompetent, zielorientiert und effizient in den Bereichen: Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Deals Services (Unternehmenskauf, Umstrukturierungen, Konsolidierungen, M&A, Joint Ventures), Finanzierungsberatung sowie Markteintritts-, Präsenz- und Exit-Strategien. ■■■

Referenzen

Dienstleistungen für 74 Prozent der Unternehmen des Financial Times Europe 500 Index, für 64 Prozent der Unternehmen im Financial Times Asia-Pacific Index und für 83 Prozent der Fortune Global 500 Unternehmen

unsere Kunden stets die für sie passende Lösung erhalten. Durch unsere Präsenz vor Ort sind wir nah bei unseren Kunden. Wir sind mit

Kontakt

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

Deutschland – Turkish Desk:

Moskauer Straße 19
40227 Düsseldorf
Tel.: +49 211 981-0
Web: www.pwc.com/de

Herr Harald Ewig, Partner
E-Mail: harald.ewig@de.pwc.com

Frau Hera Cilaci-Kohnert, Audit
E-Mail: hera.kohnert@de.pwc.com

Frau Cennet Dursun, Tax
E-Mail: cennet.dursun@de.pwc.com

Türkei – German Desk:

PricewaterhouseCoopers (PwC)
BJK Plaza, Süleyman Seba Cad. 48 B Blok
Kat 9
34357 Istanbul/Besiktas
Tel.: +90 212 326 60 60
Web: www.pwc.com/tr

Herr Adnan Akan, Partner Audit
E-Mail: adnan.akan@tr.pwc.com

Herr Kadir Bas, Partner Tax
E-Mail: kadir.bas@tr.pwc.com

Herr Hüsnü Dincsoy, Partner Advisory
E-Mail: huesnu.dincsoy@tr.pwc.com

Frau Nilay Acar, Legal Services
E-Mail: nilay.acar@tr.pwc.com

**Lojistik hizmetlerde
yeni rüzgar.**

***Neuer Schwung
für Ihre Logistik.***

 **THIEL** FashionLifestyle
Logistics+Services


BIRKART GLOBISTICS®

simply worldwide



www.birkart.com

Türkiye:

Birkart Uluslararası Nakliyat ve Tic.Ltd.Sti.
Kocman Caddesi 33
34212 Gunesli - Istanbul
Phone: +90 212 410 0000
Fax: +90 212 410 0010

Deutschland:

Birkart Globistics
Weichertstrasse, 5
63741 Aschaffenburg
Phone: +49 6021 343 0
Fax: +49 6021 343 1909

➔ Zunehmend intelligenter werdende Sensoren und Sensorsysteme der Fabrik- und der Prozessautomation stehen im Mittelpunkt der Aktivität der SICK AG. Das Unternehmen wurde 1946 gegründet und hat sich seitdem zu einem weltweit tätigen Konzern mit etwa 4.000 Mitarbeitern und einem Umsatz im Jahr 2004 von über 500 Mio. Euro entwickelt. Kontinuierliche Innovationen sowie Technologie- und Kostenführerschaft sichern SICK eine Spitzenposition in zahlreichen Welt- und Anwendungsmärkten.

Das Segment der Fabrikautomation umfasst die Produkte der Automatisierungs- und Sicherheitstechnik sowie der automatischen Identifikation. Die Steuerung von Fertigungs- und Logistikabläufen sowie die Qualitätssicherung sind die wichtigsten Aufgabengebiete berührungslos arbeitender Sensoren sowie von Drehgeber und Wegmesssysteme für die Automatisierungstechnik. Um Gefährdungen von Mitarbeitern im Bereich gefahrbringender Maschinen sicher auszuschließen, sorgen Produkte, Komplettsysteme und Softwarelösungen der Sicherheitstechnik für einen wirksamen Unfall- und Personenschutz. Die automatische Identifikation von Barcodes und 2D-Codes sowie die Höhen-, Form- und Volumenerfassung mit bei Bedarf eichfähigen Lasermesssystemen sind das dritte Standbein von SICK in der Fabrikautomation.

Die Prozessautomation ist das zweite Segment der SICK AG. Unter dem Markennamen SICK-MAIHAK werden Komponenten und komplette Systemlösungen für die Gasanalyse, die Staubbmesstechnik, die Durchflussmessung, die Wasser- und Flüssigkeitsanalyse und der Füllstandmesstechnik angeboten.

Fabrikautomation: Innovation als kontinuierlicher Prozess

Sensoren für die Automatisierungstechnik haben sich vielfach durch verschiedene Formen steuerungs-, kommunikations- und sensortechnischer Intelligenz zu autonom entscheidenden Geräten entwickelt. So setzt SICK mit der 3. Generation verschiedener Lichtschranken und Lichttaster einen neuen Standard, da es sich bei den Geräten um die ersten, für verschiedene Feldbusse geeigneten Standardsensoren ihrer Art handelt. Ein weiteres Highlight ist die erste 3D Smart-Kamera der Welt. Aufgabenstellungen, in denen es auf die dreidimensionale Objektüberprüfung oder die Kontrolle von Merkmalen ankommt, lassen sich jetzt auf einfache Weise lösen. Neben den genannten Geräten unterliegen auch die Farbsensoren, Kontrasttaster, induktiven und magnetischen Näherungssensoren, Ultraschallsensoren sowie die intelligenten Kamerasensoren kontinuierlichen, sensor- und fertigungstechnischen Innovationen.

Effizienz und Sicherheit

In zahlreichen Anwendungen helfen Sensoren, Prozesse sicher und effizient zu steuern, Menschen vor Unfällen zu schützen und Umweltschäden zu vermeiden. Die SICK AG ist einer der weltweit führenden Hersteller von Sensoren und Sensorsystemen für industrielle Anwendungen.



In der Sicherheitstechnik überwachen Sicherheits-Lichtschranken, -Lichtgitter, -Laserscanner und -Verriegelungen Zugänge zu Maschinen mit gefahrbringenden Bewegungen. Mit dem Sicherheits-Kamerasensor V 4000 press brake – der ersten berührungslos wirkenden Schutzzeineinrichtung auf der Basis eines Bildverarbeitungssystems – beweist SICK auch hier Innovation und Technologieführerschaft. Kommunikationsseitig bieten intelligente Schnittstellen-Komponenten die Möglichkeit, Sicherheitssensoren in Relais-, SPS- und sicherheitsgerichtete Feldbusumgebungen zu integrieren.

Präzises Lesen und Messen

Bei der automatischen Identifikation setzen bildverarbeitende Lesegeräte für Barcodes und 2D-Codes den neuen Technologietrend. Sie bieten bessere Leseleistungen, mehr Freiheitsgrade und Ergonomie beim Handling und können in bestimmten Anwendungen kleinste Codes automatisch finden. Industriegerechte Anschlussmodule sorgen für die informationstechnische Integration der stationären und mobilen Lesegeräte in die sie umgebende Steuerungswelt.

Lasermesssysteme sind in der Lage, Größe, Kontur und Volumen von Objekten wie z. B. von Paketen, Containern oder Autos, zu bestimmen. Die Genauigkeit der SICK-Systeme ist so hoch, dass auch zertifizierte, geeichte Komplettlösungen möglich geworden sind, die über die integrierte Ethernet-Schnittstelle die Volumendaten in Echtzeit ausgeben können.

SICK
Sensor Intelligence.

SICK AG
Sebastian-Kneipp-Str. 1
79183 Waldkirch

Phone: +49 7681 202-0
Fax: +49 7681 202-3863
E-Mail: info@sick.de
Internet: www.sick.com

Kompetente Rechtsberatung

Kontakt

Mülayim Hüseyin

Rechtsanwalt
Staatlich geprüfter Dolmetscher
und Übersetzer

Avukat
Devlet sınavlı çevirmen ve tercüman

Rothenbaumchaussee 83
20148 Hamburg
Tel.: +49 40 28499190
Fax: +49 40 284991924
huseyin@alpis.com
www.alpis.com/huseyin

➤ Betreuung Ihrer Rechtsangelegenheiten mit Partnern in der Türkei mit Kompetenz des deutschen und türkischen Rechts durch enge Mitarbeit mit Kooperationspartnern in allen größeren Städten der Türkei und zugleich als staatlich geprüfter und vereidigter Dolmetscher und Übersetzer der türkischen Sprache. Geboren 1962 auf Zypern. Seit 1972 in Hamburg. Studium der Rechtswissenschaft an der Hamburger Universität. Praktische Ausbildung in Hamburg, Berlin (Finanzamt), Kapstadt und Johannesburg (Südafrika).

Tätigkeitsschwerpunkte:

„Handels- und Gesellschaftsrecht, Immobilienrecht (auch Türkei), Arbeitsrecht, Ausländer- und Niederlassungsrecht“

Sprachen: Türkisch, Deutsch, Englisch. Zugelassen als Rechtsanwalt seit 1997. In Kanzleigemeinschaft mit den Rechtsanwälten und Rechtsanwältinnen Serpil Albay, Astrid Balleer, Rainer Kulla und Peer de Vries. Der Kollege Rainer Kulla und die Kollegin Astrid Balleer betreuen auch spanisch sprechende Mandanten in Deutschland, Spanien und Lateinamerika.

Tätigkeitsschwerpunkte: Handels- und Gesellschaftsrecht, Immobilienrecht (auch Türkei), Arbeitsrecht, Ausländer- und Niederlassungsrecht. ■■■

➤ *Almanyada iş partnerlerinle tüm hukuksal konularda yardımcı olacak hukuk bürosu olarak sizin güçlü partneriniz olabiliriz. Hizmetlerimizi devletçe sınanmış çevirmen ve tercüman olarak da tamamlıyoruz. Türkiye'nin ve Almanya'nın tüm büyük şehirlerinde, ayrıca Kıbrıs'ın her iki kesiminde ve Londrada avukat partnerlerimizle işbirliğindeyiz. 1962 yılında Kıbrıs'ta doğdu. 1972 yılından bu yana Almanya'da yaşamaktadır. Hamburg Üniversitesi'nde hukuk okudu ve pratik eğitimini Hamburg, Berlin, Kapstadt ve Johannesburg'da (Güney Afrika) gördü. Hamburg Barosuna 1997'den beri kayıtlıdır.*

Uzmanlık alanları:

„İş, ticaret ve borçlar hukuku, yabancılar ve yerleşme hukuku, taşınmaz mülkiyet hukuku“

Rothenbaum Hukuk Bürosunda avukatlar Serpil Albay, Astrid Balleer, Rainer Kulla ve Peer de Vries ile hukukun tüm alanlarında hizmet sunmaktadır.

Avukat Rainer Kulla ve avukat Astrid Balleer Almanya, İspanyada ve Latin Amerikada ispanyolca konuşan müvekkillerede yardımcı olmaktadır. Uzmanlık alanları: İş, ticaret ve borçlar hukuku, yabancılar ve yerleşme hukuku, taşınmaz mülkiyet hukuku. ■■■



Sind Sie von
Rexroth oder
einer von uns?

Beides.

Nur wer seine Kunden kennt, entwickelt die richtigen Lösungen.

Ihre Ziele sind unsere Ziele. So klar ist das Prinzip der Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Wir kennen die Anforderungen und Besonderheiten Ihrer Branche. Und wir identifizieren uns mit Ihren Aufgaben und Ihren Ideen. Sachlich wie persönlich. Nur im funktionierenden Team entstehen die besten Lösungen. Und die sind uns gerade gut genug. Weil Ihr Erfolg auch unser Erfolg ist. **The Drive & Control Company**

Bosch Rexroth A.Ş.
www.boschrexroth.com.tr

Electric Drives
and Controls

Hydraulics

Linear Motion and
Assembly Technologies

Pneumatics

Service

Rexroth
Bosch Group

Lieferanten werden Partner

➔ effcon ist Beratungsgesellschaft für Einkaufs-, Vertriebs- und Marketingstrategien. In der Türkei verfügen wir über hervorragende Netzwerke, Branchenkenntnis und Referenzkunden.

Unsere Philosophie:

Umsetzung statt Beratung – wir stellen von Anfang an die Realisierung in den Fokus unseres Wirkens. Beratung so viel wie nötig, Umsetzung so viel wie möglich.

Die effcon Managementberater haben sich auf technische Branchen spezialisiert, die stark erklärungsbedürftige Produkte vermarkten. Dazu zählen unter anderem die Bereiche Automotive, Maschinenbau, Kunststofftechnik, Medizintechnik,

Elektronik, Metallverarbeitung und -bearbeitung. Unsere Zielgruppe ist klar definiert und stark mittelständisch geprägt. Wir sprechen Ihre Sprache. Kundenorientierte Denkweise und Vorgehensweise steht bei uns im Mittelpunkt.

Wir stellen Ihnen Fach- und Branchenexperten zur Verfügung, die jahrelange praktische Erfahrungen in den Bereichen gesammelt haben.

Im Rahmen von individuell zu vereinbarenden Einkaufsprojekten können wir Kontakte zu neuen Lieferanten herstellen und ausbauen:

- /// Erstellung des Lieferantenprofils
- /// Erstellung eines Katalogs von Prüfkriterien
- /// Suche und Kontaktaufnahme
- /// Überprüfung anhand des Kriterienkatalogs
- /// Einholung von Angeboten für definierte Produkte
- /// Vorstellung von geeigneten Lieferanten

Wir sorgen dafür, dass aus Ihren Lieferanten strategische Partner werden. 

Kontakt



Mollenbachstraße 25 D – 71229 Leonberg.

Telefon: +49 7152 92 63 9 0

Fax: +49 7152 92 63 9 20.

info@effcon.de

www.effcon.de

Sie suchen europaweit Fach- und Führungskräfte?

Der Europaservice der Bundesagentur für Arbeit bietet Ihnen an:

- Europaweite Veröffentlichung Ihrer Stellenangebote in der EURES-Jobdatenbank unter www.europa.eu.int/eures
- Vorauswahl und Präsentation von in- und ausländischen Kandidaten auf Grundlage Ihrer Stellenanforderungen
- Organisation von Job-Interviews und Rekrutierungsveranstaltungen

- Rekrutierung von lokalen Mitarbeitern in Ihrem Zielland in Kooperation mit unseren Partnern im EURES-Netzwerk (EUROpean Employment Services)

Bundesagentur für Arbeit
Zentralstelle für Arbeitsvermittlung (ZAV)
Arbeitgeberservice Europa
Villemombler Straße 76 · 53123 Bonn
Telefon: 0228 / 713 - 10 12
Fax: 0228 / 713 - 270 14 60
E-Mail: employers-service@arbeitsagentur.de
www.europaserviceba.de



Bundesagentur für Arbeit
Zentralstelle für
Arbeitsvermittlung (ZAV)



Von interkultureller Kompetenz profitieren

Der Wirtschaftsboom am Bosphorus bietet türkischen Unternehmen, aber auch ihren Joint-Venture-Partnern in Deutschland, viele Chancen. Die Zahl der Trainings- und Ausbildungszentren, die der internationalen Ausrichtung Rechnung tragen, ist hingegen vergleichsweise gering. Mit einem bilingualen interkulturellen Training par excellence schließt der Weiterbilder Regaris-Heureka!® diese Lücke.

➔ Die Fähigkeit, mit Menschen unterschiedlicher Herkunft und Kulturen erfolgreich zu kommunizieren, stellt für international tätige Führungskräfte und Entscheider aller Branchen eine Kernkompetenz dar. Das effiziente Agieren auf internationalem Parkett erfordert neben Sprachkenntnissen auch Wissen um die Gepflogenheiten der jeweils anderen Kultur. Die Welt besteht nicht nur aus Bilanzen und Erfolgsrechnungen. Erst der Respekt vor der anderen Kultur bildet die Grundlage für erfolgreiche Kommunikation mit dem Gesprächspartner.

Vor allem in international kooperierenden und agierenden Teams ist interkulturelle Kompetenz eine wichtige Voraussetzung für erfolgreiche Zusammenarbeit und verschafft den Akteuren einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil auf globalen Märkten. Dabei sollten die unterschiedlichen kulturellen Prägungen als Potenzial gesehen werden. Daher muss eine Sensibilität für die kulturellen Unterschiede geschaffen werden.

Die ambivalente Vielfalt unterschiedlicher kultureller Werte und Normen wirft die Frage auf, wie interkulturelle Kompetenz zu erlangen ist, vor allem aber auch, wie mit dem interkulturellen Dialog – z. B. in Geschäftsbeziehungen – umgegangen werden sollte. Hier setzt der handlungsorientierte Ansatz des Weiterbilders Regaris-Heureka!® an.

Handlungsorientierter Ansatz

In bilingualen Seminaren werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede aufgezeigt und erläutert, welche Wege zur Erlangung größerer interkultureller Kompetenz beschritten werden können. Sie beherrschen die Klaviatur der Spielregeln der türkischen und deutschen Kultur gleichermaßen und bekommen mehr Sicherheit im Umgang mit

der jeweils anderen Unternehmenskultur, gemäß des Diktums „Structure follows culture“. Regaris-Heureka!® GbR mit Hauptsitz in Koblenz bietet ein breites Leistungsspektrum im Bereich der Weiterbildung für Fach- und Führungskräfte sowie Entscheider mit internationaler Ausrichtung.

Veranstaltungen in New York

Neben Seminaren und Workshops zu Führungs- und Sozialkompetenz, Kommunikationstraining, Persönlichkeitsentwicklung, Veränderungsmanagement sowie Führung und Organisation bietet Regaris-Heureka!® zusätzlich zu den Veranstaltungen in Deutschland auch Seminare in New York in deutscher und englischer Sprache an. Mit einem ganz besonderen Vorteil für Sie: Persönlichkeitstraining plus Einzelcoaching. (siehe <http://www.nicsteinbergconsulting.com>)

Veranstaltungen in der Türkei

Einige der Programme werden im Rahmen des interkulturellen Trainings in Istanbul und Antalya in deutscher und türkischer Sprache durchgeführt. Jüngstes Projekt ist die Turkey-Career-Unit. Sie befasst sich mit der Vermittlung qualifizierter Mitarbeiter an deutsche und türkische Unternehmen in Deutschland und Europa sowie an deutsche Unternehmen in der Türkei.

Die Karriere- und Personalberatung ist auf High Potentials und Young Professionals spezialisiert und übernimmt die Auswahl der Kandidaten.

Mehr Informationen erhalten Sie von Regina Spinczyk (E-Mail: info@turkey-career-unit.com). Zusätzlich zu diesen Innovationen versteht es sich von selbst, dass wir unsere Lerninhalte stets dem neuesten Wissen und der aktuellen Wirtschaftslage anpassen. So vermitteln wir Kennt-

nisse und Fertigkeiten zu rentablem Wachstum und gekonnten Veränderungskompetenzen. Wir beschäftigen uns sowohl mit Innovationen und Strategie als auch mit Erfolg durch Fokussierung auf Kernkompetenzen und Effizienz – auch im Hinblick auf eine fortschreitende Globalisierung. Wir bieten Wissen zur Außenbetrachtung und Innenschau und zur Effizienzsteigerung durch Struktur- und Prozessoptimierung, Motivation und Führungsverhalten im Geschäftsalltag. Lassen Sie uns gemeinsam ein Stück des Weges in Richtung Erfolg gehen getreu unserer Firmenphilosophie:

„Gehe nicht **nur** die glatten Straßen, sondern Wege, die noch niemand ging, damit Du **Spuren hinterlässt** und nicht nur Staub.“

Kontakt

REGARIS-HEUREKA! GbR®



D – 56073 Koblenz
Tel. +49 261 409663
Fax + 49 261 9425503
kontakt@regaris-heureka.de
info@regaris-heureka.de
www.regaris-heureka.de
www.antalya.de



TOBB INVITES YOU TO WORLD CHAMBERS CONGRESS

ON 4-6 JULY 2007, IN ISTANBUL, TURKEY

Istanbul, Queen of Megapolises

Istanbul, is one of the world's most magical and enchanting cities. The two continents of Europe and Asia meet and embrace here across the Bosphorus Straits, carrying with them unique flavors of the Orient and Occident. Since the dawn of time, İstanbul has been a meeting place of peoples from different religions and cultures, peoples who came together and learned to live in peace and harmony.

Turkey

Turkey is a country with a lot of potential. The investors who approach to Turkey with genuine interest will get the most out of it. Turkey has vast land of 780 thousand km², a large and young, skilled labour out of 70 million total population.

Via the changes in the macro economic policies implementation, 7.9% and 5.9% growths in GNP were achieved in 2002 and 2003 respectively. Driving forces behind this growth performance have been mainly private sector investments, private consumption expenditures and exports.

In 2004 GNP grew by an impressive 9.9% and put Turkey among the fastest growing countries in the world. The increased private sector activity, which means an increase in the exports and imports, spurred trade to an unprecedented level of around USD 161 billion, roughly half of the GDP in 2004.

With its GNP of nearly USD 350 billion, Turkey is the largest economy in Eastern Europe and the Middle East and ranks as the 20th in the world. Turkey is the 6th largest trade partner of European Union. Due to the success of structural reforms in Turkey, as a result of improved macro economic indicators and achievement of stability, since 2003, Foreign Direct Investment to Turkey has also showed an increasing trend. This definitely shows the increasing trust in Turkey. We invite you to take the opportunity to do business in Turkey.

Your Counterpart in Turkey

The Union of Chambers and Commodity Exchanges of Turkey will be hosting the Fifth World Chambers Congress which is organized every two year by International Chamber of Commerce (ICC)'s specialized division, the World Chambers Federation. This Congress will be a crucial gathering bringing businessmen from all over the world.

TOBB website: www.tobb.org.tr

Our Services
for Business Partnership
TOBB-IOS
<http://isbir.tobb.org.tr/english>

Nicht nur Döner

Türkischstämmige Unternehmer in Deutschland verdienen ihren Lebensunterhalt längst nicht mehr nur mit Dönerbuden und Obstläden. Der Bund türkisch-europäischer Unternehmer e.V. (BTEU) unterstützt Unternehmer in allen Phasen der Geschäftstätigkeit – von der Existenzgründung bis zur Einstellung von Auszubildenden.

➔ Text: Hans Seidenstücker

Während Anfang der 1970er Jahre die meisten Türken noch abhängig beschäftigt waren, wächst die Zahl türkischer Unternehmer ständig. Inzwischen stellen türkischstämmige Unternehmer mit 70.000 Betrieben und 330.000 Mitarbeitern die größte Unternehmergruppe unter den Migranten. Diese Unternehmer erwirtschaften jährlich einen Umsatz von 29 Mrd. Euro und haben fast 7,4 Mrd. Euro investiert. Wer dabei nur an Dönerbuden und Obstläden denkt, der täuscht sich. Zwar erwirtschaften die rund 10.000 deutschen Dönerbuden einen Jahresumsatz von zwei Mrd. Euro – und damit mehr als McDonald's – doch machen die türkischstämmigen Unternehmer derzeit nur noch 50 Prozent ihres Umsatzes im Lebensmittelhandel und in der Gastronomie.

Dank verbesserter Qualifikation drängen die Einwanderer in Handwerksberufe und in das Handels- und Dienstleistungsgewerbe. Inzwischen arbeiten zahlreiche türkische Putzfrauen für türkische Reinigungsunternehmen. Von Sicherheitsfirmen bis Altersheimen schaffen türkischstämmige Unternehmer meist Arbeitsplätze für geringer Qualifizierte. „Eine Gebäudereinigungsfirma beschäftigt direkt dreißig, vierzig Mitarbeiter, ein deutscher Architekt vielleicht zwei. Die Immigranten bieten genau die Arbeitsplätze, die auf Grund des zunehmenden Abbaus von Industriearbeitsplätzen in Deutschland fehlen“, erläutert Ahmet Güler vom Bund türkisch-europäischer Unternehmer (BTEU). Der 1989 gegründete BTEU hat es sich zur Aufgabe gemacht, auf die wachsende Bedeutung dieser Unternehmen aufmerksam zu machen und deren Interessen zu vertreten.



© Julia

BTEU fördert

Die BTEU Zentrale in Hannover sowie die Niederlassungen im gesamten Bundesgebiet haben sich die Stärkung kleiner und mittelständischer Betriebe zur Hauptaufgabe gemacht. So gibt es allein in Niedersachsen 3.500 türkischstämmige Selbstständige, die über 18.000 Arbeitsplätze und 1.500 Ausbildungsplätze stellen. Um diese Ziele zu erreichen, kooperiert die BTEU mit den Wirtschaftsförderungseinrichtungen der Kommunen und Kammern, sowie den relevanten Wirtschaftsinstitutionen.

Die Mitglieder profitieren von Beratungs- und Dienstleistungen wie zum Beispiel Job- und Kooperationsbörsen, Beratungen bei Existenzgründungs- und Niederlassungsfragen, bei der Beantwortung von ausländerrechtlichen Fragen und dem Zugriff auf Datenbanken, die Studien, Wirtschaftsdaten und Informationen zur Existenzgründung enthalten.

Beziehungspflege

Neben dem Anliegen, türkischstämmigen Unternehmern den Weg zum wirtschaftlichen Erfolg

zu bahnen, tritt der Bund türkisch-europäischer Unternehmer für die Förderung und Pflege der wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Zusammenarbeit zwischen der Türkei und Europa ein. Durch Ausstellungen, Kongresse, Konzerte und Publikationen werden die Beziehungen auf allen Ebenen gefördert.

Kontakt
Bund Türkisch-Europäischer
Unternehmer e.V.

Vahrenwalder Str. 4
30165 Hannover
Tel.: +49 511 785 3767
Fax: +49 511 785 3769
info@bteu.de
www.bteu.de



Kulturelle Missverständnisse vermeiden

Deutschland ist der mit Abstand größte Investor in der Türkei. Doch wer auf dem Zukunftsmarkt Türkei aktiv wird, muss auch über interkulturelle Kompetenz verfügen. Interkulturelle Trainings vermitteln das notwendige Wissen

➡ Text: Waltraud Steinborn

Deutsche Investitionen in der Türkei werden auch in den kommenden Jahren weiter steigen. Doch wer geschäftlich auf den Zukunftsmarkt Türkei setzt, wird nicht umhin kommen, gesellschaftliche und kulturelle Aspekte in ökonomische Überlegungen mit einzubeziehen, soll das wirtschaftliche Engagement möglichst effektiv und reibungslos funktionieren. Die hier gefragte interkulturelle Kompetenz ist dabei nicht nur in Großunternehmen von Bedeutung, sondern auch und gerade in KMUs. Schließlich bergen die Bewertung von neuen Kooperationspartnern im anderen Land, die Unterschiedlichkeit von Denk- und Kommunikationsmustern und viele andere Faktoren ein hohes Maß an unbekannten Risiken, auf die man sich vorbereiten muss, um geschäftlich erfolgreich zu sein. Dabei spielen zwei Faktoren eine wichtige Rolle: Erstens ist die Unkenntnis unserer ausländischen Gesprächspartner über Deutschland und

„Mit der Globalisierung wachsen aber auch die Risiken“

Europa oft unerwartet groß, was im geschäftlichen Bereich zu nicht zu unterschätzenden Überraschungen und Irritationen führen kann. Andererseits haben sich viele Geschäftspartner in der

Türkei längere Zeit in Deutschland aufgehalten, sind evtl. sogar hier aufgewachsen, und verfügen deshalb über ein gutes Wissen über deutsches Geschäftsgebaren, was wiederum von deutschen Geschäftsleuten oft unterschätzt wird und nicht entsprechend gewürdigt oder genutzt wird.

Zweitens erleben wir immer wieder, dass es auch bei deutschen Geschäftsleuten in Fragen der interkulturellen Kompetenz nicht immer unbedingt zum Besten bestellt ist.

Wer weiß schon, wie man sich in der Türkei in einer typischen Arbeits- oder Verhandlungssituation zu verhalten hat, wie begrüßt man Vorgesetzte, Kollegen oder Untergebene angemessen, welches Verhalten ist im Konfliktfall angemessen oder welche Etikette muss bei einem Geschäftsessen oder bei einer privaten Einladung berücksichtigt werden?

Hier stellt sich die Frage nach der jeweiligen interkulturellen Kompetenz. Es macht beispielsweise keinen Unterschied, ob man mit einem türkischen Geschäftspartner im Restaurant oder im Konferenzraum sitzt – der Ton ist immer freundlich und herzlich – dennoch wird in der Sache hart verhandelt.

Auch die Tischsitten unterscheiden sich z.T. erheblich voneinander – und wer im Ausland erfolgreich Geschäfte machen will, sollte dies unbedingt beherzigen! In Istanbul sollten Sie möglicherweise darauf gefasst sein, dass beim gemeinsamen Essen das Gespräch auf deutsche Dichter, Komponisten und andere berühmte Persönlichkeiten kommt. Und wer von uns weiß noch

aus der Schulzeit, wann und wo Goethe, Einstein, oder die Brüder Grimm geboren wurden?

Interkulturelle Kompetenz erschöpft sich jedoch nicht in solchen Fragen, sondern wird allgemein definiert als die Fähigkeit, sich auch in anderen Kulturräumen als den eigenen erfolgreich bewegen zu können. Die agierenden Personen sollten dabei in der Lage sein, Vorstellungen, Motive und Probleme von Gesprächspartnern anderer Kulturräume nachzuvollziehen und angemessen darauf zu reagieren. Da aber bis heute in der Wissenschaft keine eindeutigen Erkenntnisse über die Schlüsselfaktoren für die menschliche Anpassung an fremde Kulturen vorliegen, besteht auch keine eindeutige Klarheit darüber, woraus interkulturelle Kompetenz letztendlich genau besteht.

Mit der Globalisierung, die mittlerweile auch viele kleine und mittlere Betriebe erfasst hat, wachsen aber auch die Risiken:

Verhandlungssicherheit in Englisch oder anderen Sprachen, die Unterschiedlichkeit von Denk- und Kommunikationsmustern sowie von steuerlichen, juristischen, produktionstechnischen und anderen Aspekten machen es gerade bei den Bemühungen von Mittelständlern und kleinen Firmen besonders wichtig, neben den guten Chancen im Auslandsgeschäft besonders auch die Risiken im Auge zu behalten.

Interkulturelle Kompetenz beinhaltet deshalb neben Sprachkenntnissen, landeskundlichen Kenntnissen und dem Wissen um unterschiedliche Mentalitäten immer auch umfassende Infor-

Zu kurz gedacht:

Interkulturelle Schulungen werden oft erst genehmigt, nachdem das Kind schon in den Brunnen gefallen ist



© Olgay

mationen über z. B. Länder- und Währungsrisiken sowie rechtliche Risiken. In diesem Zusammenhang neigen Großunternehmen oft dazu, die so genannten internationalen Qualifikationen ihrer Mitarbeiter zu überschätzen, während kleine und mittlere Betriebe oft den Wettbewerbsnachteil unterschätzen, den Mängel auf diesem Gebiet mit sich bringen. Viele Manager großer Firmen üben ihre Arbeit oft in hochspezialisierten Berufsfeldern mit enormem Fachwissen und gleichzeitig geringem kulturellen Hintergrundwissen aus, während im gewerblich-technischen Bereich ein immenser Nachholbedarf darin besteht, die Mitarbeiter und gerade auch die Azubis auf Kontakte mit ausländischen Partnern vorzubereiten. Dennoch ist es leider kein Einzelfall, dass ein interkulturelles Training für Mitarbeiter erst genehmigt wird, nachdem das Kind schon in den Brunnen gefallen ist. Über die weichen Faktoren wird zu oft erst dann nachgedacht, wenn die harten Fakten nicht mehr stimmen. Dabei wird hier oft mit den Kosten solcher Seminare argumentiert. Dies ist sehr kurzfristig gedacht, denn noch teurer kommt es ein Unternehmen zu stehen, wenn international unerfahrene Mitarbeiter ins



© Speedygo

kalte Wasser geworfen werden und sich im Gastland selbst überlassen sind. Schließlich stehen Beziehungen zu Kunden, Lieferanten, Behörden und Mitarbeitern und viel Geld auf dem Spiel. Von dem Wissen und der Sensibilität, die ein Firmenmitarbeiter in einem interkulturellen Training im Umgang mit Menschen anderer Nationalität gewonnen hätte, könnte das Unternehmen aber noch lange profitieren.

Ein Punkt in jedem interkulturellen Training muss dabei zunächst einmal die Besinnung auf die eigene Kultur sein und in diesem Zusammenhang auch eine Beschäftigung mit so genannten typisch deutschen Fehlern. Wichtig dabei ist es, ein Grundverständnis für das Phänomen „Kultur“ zu schaffen. Es muss bewusst gemacht werden, dass unsere Wahrnehmungen, unser Denken und Handeln durch die eigene Kultur geprägt

Kultur verstehen: Sprachkenntnisse allein genügen nicht

sind, deren weitreichenden Einfluss wir oft nicht bewusst wahrnehmen. Das Erkennen und Verstehen des eigenen kulturellen Bezugsrahmens ist jedoch die Voraussetzung dafür, fremde Kultur objektiv betrachten zu können.

Interkulturelles Training sollte auch auf Konfliktpotenziale und Erfolgsvoraussetzungen der Kommunikation im Umgang mit der jeweils fremden

Kultur vorbereiten. Es gilt auch zu vermitteln, wie kulturbedingte Unterschiede produktiv genutzt und wie somit neue Synergiepotenziale entfaltet werden können. Weitere unverzichtbare Inhalte interkultureller Trainings sind landeskundliche Informationen über Geographie, Klima, Geschichte, Religion, Mentalität, Politik und Wirtschaft sowie praktisch-organisatorische Informationen über z. B. Schulsystem, Gesundheitsversorgung und Straßenverkehr.

Ich möchte aber auch betonen, dass selbst gute interkulturelle Trainings ihre Grenzen in den Schwächen der jeweiligen agierenden Personen haben. Ein ungehobelter notorischer Nörgler wird auch im Heimatland kein gern gesehener Geschäftspartner sein, und fehlendes Fachwissen kann man nirgends auf der Welt durch interkulturelle Kompetenz ersetzen. Nicht nur die Kenntnis der türkischen Sprache spielt hier eine Rolle, sondern v. a. die richtige Deutung dessen, was mein Verhandlungspartner gemeint hat.

Jenseits aller Trainings wird in der tatsächlichen Begegnung mit dem Fremden und Unbekannten allerdings oftmals deutlich, dass durchaus unterschiedliche, teils sogar konträre Wahrheiten und Wirklichkeiten nebeneinander existieren können und kreative Potenziale freisetzen können – nicht nur in der Kultur und im menschlichen Miteinander, sondern gerade auch in wirtschaftlichen Zusammenhängen.

Die zunehmende Vernetzung der deutschen und türkischen Wirtschaft wird hier mit Sicherheit zukünftig Impulse geben. ■■■



„Integration durch Kommunikation“ unsere Unternehmensphilosophie

Wir positionieren uns als multinational operierendes Medien- und Handelshaus



Mit unserem Firmensitz Mörfelden-Walldorf bei Frankfurt/Main befinden wir uns unmittelbar an einem der wichtigsten Finanz- und Wirtschaftsplätze Deutschlands. Internationale Unternehmungen kennzeichnen unser Handeln – bilinguale Ausrichtung ist unser Erfolgsfaktor.



Unsere deutsch-türkischen Medienobjekte – der Fernsehsender TGRT EU, die Tageszeitung TÜRKIYE und die monatliche erscheinende Publikation POST – stellen im zusammenwachsenden Europa wichtige Säulen der Meinungsbildung dar.



Unsere Handelsaktivitäten orientieren sich an den Erfordernissen einer global ausgerichteten Ökonomie. Mit einem breit gefächerten Spektrum an Haushalts-/Elektrogeräten erschließen wir inzwischen Märkte in allen Teilen der Welt. Unser ethno-kulturell spezifisches Marketing hilft uns dabei. Unser Consulting-Unternehmen garantiert jahrelange Erfahrung.

Wir setzen auf Expansion – wir sind vorbereitet für die Herausforderungen der Zukunft.



Vorteile für Leser und Inserenten

Seit nunmehr 18 Jahren erscheint Monat für Monat in Istanbul der Türkei-Kurier als einzige unabhängige zweisprachige Wirtschaftszeitung des Landes. Sie berichtet über die Unternehmen, die Veränderungen in den Märkten und in der Wirtschaftspolitik beider Länder. Herausgeber Erdogan Olcayto mit seinen langen Erfahrungen als Journalist und Deutschland-Korrespondent steht als Persönlichkeit für regelmäßige und zuverlässige Information – und auch den kritisch-neutralen Blick auf die politischen und wirtschaftlichen Konjunkturen in den zwei Ländern. Sein junges Redaktionsteam versorgt so die nun immer größer werdende Gemeinde von Lesern, die Interesse an der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland und in der Türkei haben, mit aktuellen Informationen – seit kurzem unter www.tuerkeikurier.de auch im Internet.

Beim Vertrieb und in der Anzeigenvermarktung hat das Blatt in Deutschland einen jungen Partner gefunden: Die Stuttgarter local global GmbH, die mit ihren Verlagsaktivitäten die Außenwirtschaft im Fokus hat. Die seit dem Sommer bestehende Kooperation wird mit dieser und weiteren Magazinbeilagen ausgeweitet: Gemeinsame Ausgaben zu den wichtigsten Themen und Terminen der deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen sind bereits geplant. So wird zur Hannover Messe und zur Deutsch-Türkischen Wirtschaftskonferenz eine weitere Türkei-Beilage erscheinen.

Zu den Delegationsreisen und Präsentationen der deutschen Wirtschaft in der Türkei erstellen beide Partner gemeinsam Sonderseiten im türkischsprachigen Teil des „Türkei-Kurier.“ Anzeigenkunden bietet sich so eine einfache Möglichkeit, Geschäftspartner wie auch die politische Administration über Ziele und Perspektiven der Zusammenarbeit zu informieren.



TÜRKIE-KURIER

Deutsch-Türkische Wirtschaftszeitung

Abonnements und Beilagen

Bestellen Sie ein kostenloses Probeexemplar oder ein Jahresabonnement für 50 Euro unter www.tuerkei-kurier.de/abo

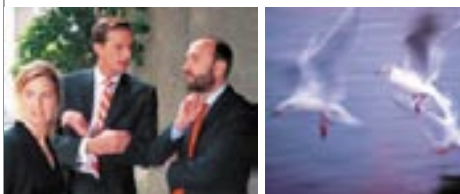
Haben Sie Interesse an Anzeigen, Beilagen und weiteren Präsentationsmöglichkeiten, wenden Sie sich einfach an uns.

local global GmbH

Marienstr. 5, 70178 Stuttgart

Telefon +49 711 2255880

marketing@localglobal.de



ALLIURIS

ALLIANCE OF INTERNATIONAL BUSINESS LAWYERS

- Import & Export
- Vertriebspartner
- Lizenzpartner
- Gesellschaften
- Investitionen
- Immobilien

BRUSSELS
LONDON
PARIS
LYON
LUXEMBURG
AMERSFOORT
COPENHAGEN
MADRID
LISBON
HANNOVER
ZUG
MILAN
SOFIA
ISTANBUL

Kontakt:
HERFURTH & PARTNER
Rechtsanwälte GbR
Luisenstraße 5,
30159 Hannover
Fon 0511-307 56-0
Fax 0511-307 56-10
info@herfurth.de
www.herfurth.de

We help you cross borders.



© CeBIT Bilisim Eurasia

Bazar der Ideen

Aufgrund der EU-Beitrittsverhandlungen und des wirtschaftlichen Potenzials der Türkei steigt das Interesse an türkischen Messen. Der noch junge türkische Messemarkt beginnt sich auf das internationale Geschäft einzustellen. Neben zahlreichen Regionalmessen finden zunehmend Messen mit internationalem Profil statt.



Im Jahr 2005 verzeichnete die
CeBIT Bilisim 146.000 Besucher

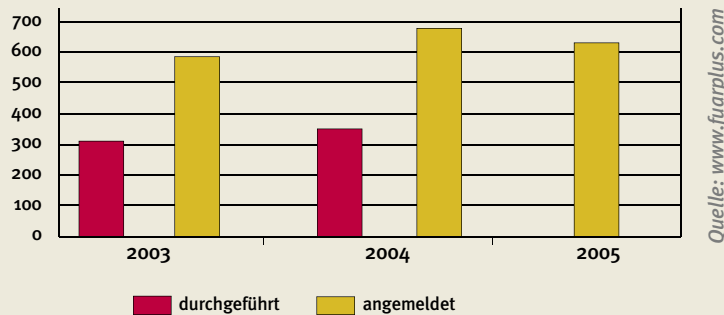
➔ Text: Doris Petersen

Durch die beginnenden EU-Beitrittsverhandlungen steht die Türkei künftig nicht nur politisch im Blickpunkt. Auch wirtschaftlich rückt der potenzielle EU-Kandidat in den Fokus des Interesses. Das führt kurz- und mittelfristig zu einer Steigerung internationaler Investitionen in der Türkei. Bei einem positiven Verlauf der Beitrittsgespräche wird es deshalb für den Messemarkt Türkei wichtig, sich stärker auf internationales Geschäft einzustellen. Türkische Messen als Kontaktbörsen und Plattformen für die Anbahnung von Neugeschäft werden davon profitieren. Dieser Trend ist bereits mit der wirtschaftlichen Erholung der Türkei deutlich geworden.

Auch wenn der Handel auf orientalischen Märkten und Basaren auf eine Jahrtausende alte Geschichte in der Türkei zurückblickt, ist das türkische Messewesen – im Gegensatz zum etwa 800-jährigen deutschen – erst etwa zwanzig Jahre alt. Auf Grund seines jungen Alters ist das türkische Messewesen noch relativ unerforscht. Wissenschaftliche Untersuchungen, empirische Erhebungen und aussagekräftige Daten sind kaum vorhanden. Es gibt in der Türkei noch keinen Kontrollmechanismus, der – wie in Deutschland der Ausstellungs- und Messeausschuss der deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) in Zusammenarbeit mit der Gesellschaft zur freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) – genaue Daten und Statistiken über die Messewirtschaft führt. Trotz der Informationsdefizite gehört die Türkei zu den führenden Messeländern im eurasischen Wirtschaftsraum.

Wurden 2003 noch 308 Messen und Ausstellungen durchgeführt – 277 der ursprünglich 585

Angemeldete und durchgeführte Messen in der Türkei von 2003 bis 2005



angemeldeten wurden abgesagt –, so ist im Jahr 2004 ein rund 20-prozentiger Anstieg zu verzeichnen. 2004 wurden 370 Messen und Ausstellungen durchgeführt – 299 der ursprünglich 669 angemeldeten Veranstaltungen wurden abgesagt – und für 2005 sind zunächst 637 Messen registriert. Angesichts dieser hohen Zahl an Veranstaltungen scheint der türkische Messemarkt größer zu sein als der deutsche: Fanden im vergangenen Jahr in Deutschland lediglich 161 internationalen und 164 regionalen Messen statt, so gibt es für 2005 mit 152 internationale und 165 regionale Messen sogar einen leichten Rückgang, welcher sich vermutlich turnusbedingt erklären lässt. Bei diesen Zahlen ist es jedoch wichtig zu beachten, dass in Deutschland zwischen internationalen und regionalen Veranstaltungen unterschieden wird, während es in der Türkei keine derartige Differenzierung gibt. Vielmehr werden im türkischen Messekalender alle Events aufgelistet, die offiziell im Industrie- und Handelsministerium registriert sind. Im schlechtesten Fall befinden sich darunter dann auch kleinere Veranstaltungen, die nur am Rande einer Konferenz in einer „Hotelloobby“ durchgeführt werden. Diese Vielzahl von Veranstaltungen ist für das laufende Jahr von 152 Organisatoren angemeldet worden. Die Messethemen der Türkei sind vielfältig und für fast alle Wirtschaftssektoren ist eine Veranstaltung als Plattform des Face-to-Face-Marketings etabliert.

Besonders erfreulich ist, dass das Medium in dieser Region sowohl von den Ausstellern als auch von den Besuchern sehr positiv angenommen wird. Sicher liegt es nicht zuletzt an der Mentalität und der ausgesprochenen Kontaktfreudigkeit der Türken, dass Unternehmen eine

große Bereitschaft zur Teilnahme an Messen als Aussteller und Besucher haben. Was das Messegewesen eines Landes ausmacht, ist aber nicht die Quantität der Veranstaltungen, sondern deren Qualität. Wenngleich mehr als die Hälfte der türkischen Messen und Ausstellungen für ausländische Aussteller uninteressant ist, finden zahlreiche attraktive Veranstaltungen mit hohem Geschäftspotenzial statt. So gibt es die CeBIT Bilisim Eurasia für die IT-Industrie, die ITSE für die Textilbranche, die ISK-Sodex für den Kälte-, Klima- und Sanitärsektor, die WIN – World of Industry als Pendant zur Hannover Messe, die Turkeybuild/Yapi für die Bauindustrie und nicht zuletzt die Agac Makinesi für die Holzbearbeitungsindustrie, um hier nur einige zu nennen.

In Istanbul spielt die Musik

Das Interesse deutscher Unternehmen an einer Messebeteiligung in der Türkei ist in den vergangenen Jahren spürbar gestiegen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMWA) bietet gemeinsam mit dem AUMA auf einigen ausgewählten Veranstaltungen in der Türkei offizielle deutsche Beteiligungen zu attraktiven Konditionen an. 2005 wurden fünf Messen durch das BMWA gefördert. Vor dem Hintergrund der EU-Beitrittsgespräche sowie einem anhaltenden Wirtschaftswachstum der Türkei dürfte die Zahl der geförderten Messen in den kommenden Jahren weiter steigen.

Die meisten für internationale Aussteller Erfolg versprechenden Messen finden in Istanbul statt, dem unangefochtenen Wirtschaftszentrum des Landes. Rund 40 Prozent aller Messen des Landes werden in dieser Metropole veranstaltet. Die älteste Messestadt der Türkei ist jedoch Izmir.

Hier wurde 1923 der erste türkische Wirtschaftskongress auf Anweisung Mustafa Kemal Atatürks veranstaltet, der den Grundstein für die weitere Entwicklung Izmirs als Messestadt legte. Gerade in den vergangenen Jahren kam es aber auch zur Eröffnung von Messegeländen in den regionalen Zentren des Landes, beispielsweise in Trabzon an der Schwarzmeerküste sowie in Kayseri in Zentralanatolien. Darüber hinaus gibt es aktuelle Planungen für den Bau eines Messegeländes in Ankara, welches jedoch frühestens 2007 zur Verfügung stehen würde. In diesen Städten werden schwerpunktmäßig regionale Fachmessen veranstaltet, die den dortigen Schwerpunkten der Wirtschaft entsprechen. Istanbul bleibt jedoch – zumindest auf absehbare Zeit – unangefochten die Messehauptstadt der Türkei, zumal hier die Kapazitäten noch weiter ausgebaut werden.

Auch wenn noch nicht alles deutschem Standard entspricht, lassen das Improvisationstalent der Türken sowie die Attraktivität der Stadt Istanbul den internationalen Messebesucher und -aussteller gern einmal ein Auge zudrücken. ■■■

Kontakt

Doris Petersen
Managing Director
Hannover-Messe International Istanbul
Inönü Cad. 69/9
TR-34439 Gümüssuyu – Istanbul

Tel.: +90 212 334 69 00
Fax: +90 212 334 69 34
info@hf-turkey.com



Das Global Business Forum der Hannover Messe ist für die 6.000 Aussteller und 200.000 Besucher die zentrale Anlaufstelle für den Ausbau von internationalen Kontakten

Türkei - Topthema in Hannover

➔ Text: Hans Gäng

Das Global Business Forum der Hannover Messe ist seit Jahren für die 6.000 Aussteller und 200.000 Besucher die zentrale Anlaufstelle für den Ausbau von internationalen Kontakten. Das Forum in Halle 6 besteht aus einem fünftägigen Vortragsprogramm zu „heißen“ internationalen Themen und Märkten sowie einem großen Ausstellungsbereich für Industriestandorte und Service-Anbieter im Auslandsgeschäft. Die von der EU unterstützte Kooperationsbörse des Forums bringt zudem Hunderte von Entscheidern aus den europäischen und asiatischen Zulieferunternehmen ins Gespräch über gemeinsame Projekte.

Ausstellernation Türkei

Im Bereich der Subcontracting, der mit 3.000 industriellen Ausstellern weltgrößten Zuliefermesse, hat die Türkei schon lange ihren festen Platz - nämlich in der Halle 4. Dort organisiert die Handelskammer Istanbul einen der größten Gemeinschaftsstände der Messe und macht so das Gewicht der türkischen Zulieferindustrie auf dem europäischen Markt deutlich. Eine ergänzende Informationsveranstaltung mit Vorträgen und

individuellen, exklusiven Unternehmer-Briefings zum Themenkreis Beschaffung und Fertigung in der Türkei ist für Dienstag, den 25.4.2006 im Rahmen des Global Business geplant. Vortragsforum und Briefings werden von der local global GmbH in Kooperation mit der Deutschen Messe AG durchgeführt.

Für Beratungs- und Dienstleistungsunternehmen sowie Wirtschaftsförderer und Organisationen besteht die Möglichkeit, sich mit einem eigenen Stand oder als Mitaussteller im Global Business Forum und an den Informationsveranstaltungen zu beteiligen.

Kontakt

Hannover Messe
24.-28. April 2006

Deutsche Messe AG
Lynn Stamenkovic
Tel.: +49 511 89 31322
www.gbf-online.de

local global GmbH
Katarina Vrbjarova
Tel.: +49 711 2255880
www.localglobal.de

Deutsch-Türkische Wirtschaftskonferenz



Türkisch-Deutsche Industrie- und Handelskammer
Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası

Neuaufgabe des Wirtschaftsgipfels im Mai

Sie war eindeutig eine der Höhepunkte der deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen: Die von der Deutsch-Türkischen IHK in Köln gemeinsam mit Partnern organisierte Wirtschaftskonferenz in Istanbul brachte im Mai 2005 die Spitzen aus Wirtschaft und Politik beider Länder zu einem vielbeachteten Event zusammen. Der damalige Bundeskanzler Schröder und Ministerpräsident Tayyip Erdoğan bekräftigten damals öffentlichwirksam das Bekenntnis zur europäischen Zukunft der Türkei. Der Gipfel wird mit neuen Teilnehmern auf der deutschen Seite eine Neuaufgabe erfahren. Wie die DTIHK in Köln mitteilt, ist dafür die erste Maiwoche vorgesehen.

Kontakt

**Türkisch-Deutsche
Industrie- und Handelskammer (Köln)**
Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası
www.td-ihk.de

WIN

Industriegipfel in Istanbul



Vom 16. bis zum 19. März 2006 findet im Istanbul-Messe- und Kongresszentrum Tüyap erneut ein Top-Event für die Industrie statt: Win, World of Industry kombiniert sieben Industrie-

messe miteinander und wird so zum Muss für Hersteller und Beschaffungs- und Produktionsverantwortliche. Unter dem Dach der WIN finden 2006 mit Otomasyon, Electrotech, Machinery, Materials Handling, Welding, Chemistry und Hydraulic and Pneumatic die für die industrielle Produktion für Anbieter von Lösungen schafft die Veranstaltung einen direkten Zugang zum Wachstumsmarkt Türkei und zur angrenzenden Region. 2005 zog die industrielle Leistungsschau, die von der türkischen Tochtergesellschaft der Hannover Messe organisiert wird, rund 82.000 Besucher und 819 Aussteller an. Den auch 2006 erwarteten Delegationen aus den Nachbarländern bietet der Veranstalter im Kongresszentrum der Messe den „Industrial Activities Summit“ an, eine Konferenzplattform für den Erfahrungsaustausch zwischen Lösungsanbietern und Herstellern.

Kontakt

Deutsche Messe AG
Tessa Marheinike
+49 511 893 1116

➔ Text: Hans Gäng

Chancen in der Türkei sehen nicht nur die Industrieunternehmen und die Messegesellschaften für sich. Auch für Kreative wird Istanbul immer mehr zum orientalischen Fixstern. Die Agentur Totems, eine der europäischen Topadressen für Kommunikationsdesign, Events und Messearchitektur hat sich auf dem türkischen Markt umgesehen und ist jetzt fündig geworden. Nach kaum acht Wochen Gesprächen ist Totems mit einem Partner am türkischen Markt unterwegs – der Loopagency aus Istanbul. Und zwar bereits erfolgreich, wie man Totems-Gründer Florian Gerlach glauben darf.

Den ersten gemeinsamen türkischen Kunden kann er noch nicht verraten. Aber erstens wird dieser mit seinem Stand auf einer größten europäischen Messen demnächst genauso groß und unübersehbar sein wie die anderen Kunden, die Totems aus seinen Büros im Stuttgarter Westen, in Amsterdam und in Paris betreut hat: DaimlerChrysler, Audi, ABB, Elsevier, Heidelberger, Bertrandt, Philips, SAP... Die Liste der Referenzprojekte ist fast genauso lang wie die der Awards, die das Unternehmen in den vergangenen Jahren eingestrichen hat.

Dass die Türkei auch für ein kleines und kreatives Unternehmen große Perspektiven bietet, sieht Florian Gerlach ganz klar: „Wir sehen die Türkei und speziell Istanbul als Melting Pot zwischen den Kulturen Europas und Asiens. Für kreativ arbeitende Menschen ist dies ein unglaublicher Inspirationsbrunnen.“ Allein der Anregungen wegen ist Gerlach aber in den letzten Monaten nicht fast jede zweite Woche nach Istanbul geflogen. „Der Kaufmann in mir freut sich, daß die Türkei sich zu einem äußerst interessanten, modernen Herstellerland von Mode, Kommunikation und

Istanbul und die Türkei:

„Melting Pot und gleichzeitig Inspirationsbrunnen“

Automobil entwickelt hat.“ Für Gerlach ist die definitive Integration der Türkei in eine globalisierte Wirtschaft der Ausgangspunkt für seine Aktivitäten. „30 Prozent der europäischen Fernseher kommen aus der Türkei“, argumentiert er. „Türkisch als Sprache zieht sich bis kurz vor China. Die Absatzmärkte innerhalb dieses Sprachraums sind unheimlich groß.“

Die großen türkischen Hersteller zieht es zum Markenauftritt in die Welt, vor allem aber nach Europa. Florian Gerlach heftet sich mit seinen neuen Partnern an deren Fersen. Berührungsängste gegenüber einem avantgardistischen westlichen Unternehmen spürt Gerlach nicht.



Angebot trifft Nachfrage

Auch für Kreative ist die Türkei aufregend. Totems, eine europäische Topagentur, findet dort einen neuen Partner und prima Perspektiven.

„Als innovatives deutsches Unternehmen wird man in der Türkei sehr positiv empfangen.“ Kooperationsmöglichkeiten sind in der vollen Werbezone in Istanbul rasch möglich. Das Problem sah man bei Totems eher darin, einen Partner mit passender Philosophie zu identifizieren. „Partner finden sich schnell, aber man muß richtig vorsordieren.“

Und was ist mit einem türkische Partner möglich, was man alleine nicht schafft? Gerlach: „Die Türkei ist ein Netzwerkland. Wenn einer für den anderen die Hand ins Feuer legt und mit seinem Wort und seiner Persönlichkeit für den Partner gleichsam bürgt, geht es viel schneller voran.“ Das Klima für Entscheidungen ist dann hergestellt: „Kommt es zu Gesprächen, finden diese schnell und zielgerichtet statt.“

Markenkommunikation zieht

Obwohl die Partnerschaft mit Loopagency aus Istanbul und ihrem Geschäftsführer Burak Yamanlica gerade acht Wochen alt ist, werden die ersten Kunden schon betreut: „Die ersten großen Projekte sind bereits in der Pipeline. So schnell wie in der Türkei habe ich Joint Ventures noch nirgends erlebt“, begeistert sich Gerlach. Lernbereitschaft und Umsetzungswille beim Partner und auch den Kunden seien unglaublich hoch. Totems sieht sich durch den Schnellstart am Bosphorus nun in einer sehr aussichtsreichen Position: „In unserer Spezialisierung auf Markenkommunikatoren gibt es nahezu keinen Wettbewerb, der in dieser Komplexität Leistungen anbietet und in unserer gewohnten Qualität auch leistet.“ Und von den Perspektiven im Boomland Türkei ist Florian Gerlach absolut überzeugt: „Identi-

täts-orientierte Markenkommunikation in der Türkei ist in der Entwicklung: Das geht jetzt alles ganz schnell.“

Kontakt

Loopagency

Tel.:

+90 212 292 7278

+90 212 293 2983

+90 212 243 0642

Fax: +90 212 292 7279

Cihangir Mahallesi Oba Sokak 17/2

Cihangir Beyoğlu, 80060 Istanbul, Turkey

www.loopagency.com

Totems

Communication & Architecture

Germany

Ludwigstrasse 59 | 70176 Stuttgart

Tel.: +49 711 505 31-100

Fax: +49 711 505 31-333

Netherlands

P.O. Box 2026 | 2130 GE Hoofddorp

Tel.: +31 23 568 5511

Fax: +31 23 568 5512

France

11, rue du bois de Boulogne | 75116 Paris

Tel.: +33 1 48 06 39 44

Fax: +33 1 43 38 60 62

www.totems.com

Messekalender 2006

19.01.-21.01.2006	Istanbul	IDF Istanbul Leather Fair
15.02.-19.02.2006	Izmir	COMPOTEK Computer-Ausstellung
16.02.-19.02.2006	Istanbul	MTE Mediterranean Travel & Tourism Exhibition
16.02.-19.02.2006	Izmir	AYAKKABI (formerly Shoe World) Schuh- und Lederwarenmesse
23.02.-26.02.2006	Istanbul	FOTEG Istanbul Food Technology Group Nahrungsmitteltechnik und Verpackung
01.03.-05.03.2006	Istanbul	Woodworking Show Istanbul Wood Processing Machines
09.03.-12.03.2006	Istanbul	OPTIK Internationale Optik-Messe
09.03.-12.03.2006	Izmir	Euroasia Auto Auto Show and Service Equipment
16.03.-18.03.2006	Istanbul	ITSE Textile and Accessories Exhibition
16.03.-19.03.2006	Istanbul	WIN World of Industry
22.03.-26.03.2006	Istanbul	ISTANBUL Watch, Clock, Jewellery & Equipment Fair
23.03.-26.03.2006	Istanbul	BICYCLE & MOTORCYCLE Fahrrad- und Motorradausstellung
23.03.-26.03.2006	Istanbul	Roof & Facade Roof & Facade Materials and Technologies
28.03.-30.03.2006	Ankara	TUROGE Internationale Öl- und Gasmesse
29.03.-01.04.2006	Izmir	MARBLE Marmor und Marmorbearbeitung
30.03.-02.04.2006	Istanbul	AYSAT Footwear Industry Suppliers Fair
30.03.-02.04.2006	Istanbul	BEAUTY & CARE Kosmetik und Parfümerie
30.03.-01.04.2006	Istanbul	PRIVATE LABEL International Private Label Exhibition
06.04.-09.04.2006	Istanbul	ECOLOGY FAIR Environmental Technologies
06.04.-09.04.2006	Istanbul	HARDWARE & PAINT Eisenwaren- und Farbenmesse
06.04.-09.04.2006	Istanbul	PRO-SHOW / PRO-LIGHT & SOUND Lighting, Sound and Event Technology
12.04.-16.04.2006	Istanbul	ANKOMAK Baumaschinen und Bautechnologie
03.05.-07.05.2006	Istanbul	TurkeyBuild Baumesse
04.05.-07.05.2006	Istanbul	ISK SODEX Internationale Sanitärmesse
17.05.-21.05.2006	Istanbul	EVTEKS Internationale Messe für Heimtextilien

25.05.-27.05.2006	Istanbul	TRAVEL TURKEY Tourism Exhibition and Conference
01.06.-04.06.2006	Istanbul	SUBCONIST - International Subcontracting Istanbul Exhibition
08.06.-11.06.2006	Istanbul	AYMOD - International Footwear Fashion Fair
08.06.-11.06.2006	Istanbul	Airshow Istanbul - Internationale Luft- und Raumfahrtmesse
15.06.-18.06.2006	Istanbul	Beauty Eurasia - Beauty Products, Cosme- tics, Beauty Salons, Wellness and Spa
08.07.-11.07.2006	Istanbul	AIREX Civil Aviation & Airports Exhibition
31.08.-03.09.2006	Istanbul	Natural Stone - International Marble, Natural Stone Products & Technologies
01.09.-10.09.2006	Izmir	Izmir International Fair Internationale Messe
05.09.-10.09.2006	Istanbul	CeBIT Bilisim Eurasia A CeBIT Event
07.09.-10.09.2006	Istanbul	Glass Technology - International Exhibition for Glass and Glass Technology
12.09.-17.09.2006	Istanbul	TATEF - Internationale Ausstellung der Metallindustrie-Technologie
28.09.-30.09.2006	Istanbul	ITSE - International Textile and Accessories Exhibition
05.10.-08.10.2006	Istanbul	AYSAT - International Footwear Industry Suppliers Fair
02.11.-05.11.2006	Antalya	BAUCON YAPEX Internationale Bau-Fachmesse
02.11.-05.11.2006	Istanbul	MEDIST - Internationale Messe für medizi- nische Geräte und Krankenhausausrüstung
09.11.-12.11.2006	Istanbul	ANKIROS/ANNOFER - Eisen-, Stahl- & Gieß- reitechnologie, Maschinen & Produkte
09.11.-12.11.2006	Istanbul	OTOMOTIV - Automotive Supply Industry, Components, Service Equipment
09.11.-12.11.2006	Izmir	TurkeyBuild Baumesse
22.11.-25.11.2006	Istanbul	IPACK - Internationale Messe für die Verpackungsindustrie
30.11.-03.12.2006	Antalya	Growtech Eurasia - Gartenbau, Blumenzucht und Landwirtschaft
30.11.-03.12.2006	Istanbul	Estetist - Aesthetics, Cosmetics and Professional Hair Care Products
30.11.-03.12.2006	Istanbul	Expotrans - Transportation, Logistics and SupplyChain Management

Die Datenbank des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) enthält mehr als 5.000 Profile internationaler Messeveranstaltungen. Der AUMA unterstützt damit Aussteller und Fachbesucher aus Deutschland.

Detailinformationen unter www.auma.de



Adressen für Türkei-Projekte

Die folgende Liste enthält die Anschriften von Ministerien, Fachverbänden und Mittlerorganisationen. Aktualisierungen und Firmenlisten finden Sie auf der Website des BTEU (www.bteu.de).

Alman Başkonsolosluğu İstanbul Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland

PK 355
60073 Istanbul-Beyoglu
Tel.: 0090212/3 34 61 00
Fax: 0090212/2 49 99 20
gk.istanbul@sim.net.tr
www.istanbul.diplo.de

Almanya Federal Cumhuriyeti Büyükelçiliğine Botschaft der Bundesrepublik Deutschland

PK 54
06552 Cankaya-Ankara
Tel.: 0090312/4 55 51 00
Fax: 0090312/4 26 69 59
www.ankara.diplo.de

Almanya Federal Cumhuriyeti Başkonsolosluğu Generalkonsulat der Bundesrepublik Deutschland

PK 156
35212 Izmir
Tel.: 0090232/4 21 69 95/96
Fax: 0090232/4 63 79 90
www.izmir.diplo.de

Almanya Federal Cumhuriyeti Muavin Konsolosluğu

**Außenstelle des Generalkonsulats der
Bundesrepublik Deutschland**
Izmir, Yesilbahce Mahalessi
1447 Sokak, B. Gürkanlar Apt. Kat 5/No. 14
07100 Antalya
Tel.: 0090242/3 12 25 35, Fax: 0090242/3 21 69 14

Centrale Marketing-Gesellschaft der Deutschen Agrarwirtschaft mbH

Naher und Mittlerer Osten, Türkei, Ägypten
P.O. Box 51140, 14510 Athen, Griechenland
Tel.: 0030210/6 23 27 41/2
Fax: 0030210/6 20 09 63
info@cma-greece.gr, www.cma.de

Prime Ministry Privatization Administration

Caddesi No. 80
Kurtulus-Ankara
Tel.: 0090312/4 30 45 60
info@oib.gov.tr
www.oib.gov.tr

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odasi Deutsch-Türkische Industrie- und Handelskammer

Geschäftsführer: Marc Landau
Muallim Naci Cad. 40
34347 Ortaköy-Istanbul
Tel.: 0090212/2 59 11 95/6
Fax: 0090212/2 59 19 39
info@dti-ihk.de, www.dti-ihk.de

Botschaft der Republik Türkei

Rungestraße 9
10179 Berlin
Tel.: 030/27 58 50
Fax: 030/27 59 09 15
turk.em.berlin@t-online.de
www.tuerkischebotschaft.de

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Ministerium für Handel und Industrie

Eskisehir yolu 7. Kilometre Nr. 154
06520 Ankara
Tel.: 0090312/2 86 03 65
webmaster@sanayi.gov.tr
www.sanayi.gov.tr

Istanbul Ticaret Odasi Handelskammer Istanbul

Resadiye Cad.
34112 Eminönü-Istanbul
Tel.: 0090212/4 55 60 00
Fax: 0090212/5 13 15 65
ito@ito.org.tr
www.tr-ito.com

Generaldirektorat für ausländische Investitionen

Eskisehir Yolu Üzeri
06510 Emek-Ankara
Tel.: 0090312/2 12 50 00
Fax: 0090312/2 12 89 15
www.treasury.gov.tr

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Turkish Confederation of Employer Associations

Mesrutiyet Caddesi No. 1/4, 06650 Kizilay-Ankara
Tel.: 0090312/4 18 32 17/8
Fax: 0090312/4 18 44 73
gensec@tisk.org.tr
www.tisk.org.tr

Diş Ekonomik İlişkiler Kurulu Foreign Economic Relations Board

Istiklal Caddesi 286/9
Odakule Is Merkezi
34430 Beyoglu-Istanbul
Tel.: 0090212/2 43 41 80
Fax: 0090212/2 43 41 84
info@deik.org.tr
www.deik.org.tr

Diş Ticaret Müsteşarlığı Staatssekretariat für Außenhandel

Ankara-Eskisehir Karayolu
Inönü Bulvarı, 06510 Emek-Ankara
Tel.: 0090312/2 12 88 00
Fax: 0090312/2 12 87 65
www.foreigntrade.gov.tr, www.dtm.gov.tr

İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Türkisches Exportförderungszentrum

Mithatpasa Cad. 60
06420 Kizilay-Ankara
Tel.: 0090312/4 17 22 23
Fax: 0090312/4 17 22 33
igeme@igeme.org.tr, www.igeme.org.tr

Ambalaj Sanayicileri Derneği Verband der Verpackungsindustrie

Inönü Cad. Sümer Sok. Sümko Sitesi
M7 B-Blok Kat 8 Daire 35
81090 Kozyatagi-Istanbul
Tel.: 0090216/3 62 81 55
Fax: 0090216/3 62 81 56
asd@ambalaj.org.tr, www.ambalaj.org.tr

Association of Dairy, Beef and Food Manufacturers and Producers in Turkey

Mebusevleri Mah., Ayten Sok. No. 27/8
06580 Tandogan-Ankara
Tel.: 0090312/2 12 79 02
Fax: 0090312/2 12 36 62
setbir@bir.net.tr, www.setbir.org.tr

Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği Verband der Haushaltsgeräteindustrie

Kayisdag Cad. Poyraz Sok., Ertogay Ismerkezi Kat. 3
Daire 10, 81080 Kadiköy-Istanbul
Tel.: 0090216/3 46 59 66
Fax: 0090216/3 46 09 30
b.esya.san.der@superonline.com

Demir Çelik Üreticileri Derneği
Verband der Eisen- und Stahlproduzenten

Cinnah Cad.
Alacam Sok. 1/24
Cankaya-Ankara
Tel.: 0090312/4 66 37 34
Fax: 0090312/4 67 22 07
dcud@dcud.org.tr
www.dcud.org.tr

Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit

And Sokak 8/6
06680 Cankaya
Ankara
Tel.: 0090312/4 66 70 80
Fax: 0090312/4 67 72 75
guerkan@gizt-ankara.com

Istanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği
Istanbul Exportvereinigung für Textilien und Bekleidung

Cobancesme Mevkii, Sanayi Caddesi
Yenibosna-Istanbul
Tel.: 0090212/4 54 02 00
Fax: 0090212/4 54 02 01
info@itkib.org.tr, www.itkib.org.tr

Makina İmalatçıları Birliği
Verband der Maschinenhersteller

P.O. Box 100, 06572 Maltepe-Ankara
And Sokak 08/10
06680 Cankaya-Ankara
Tel.: 0090312/4 68 39 17
Fax: 0090312/4 68 42 91
mib@mib.org.tr, www.mib.org.tr

Otomotiv Sanayii Derneği
Verband der Automobilindustrie

Atilla Sok. No. 10
81190 Altunizade-Istanbul
Tel.: 0090216/3 18 29 94
Fax: 0090216/3 21 94 97
osd@osd.org.tr
www.osd.org.tr

Otomotive Yetkili Satıcıları Derneği
Verband der zugelassenen Autohändler

Fahrettin Kerim Gökay Cad.
Okul Sokak Altunizade Sitesi
B-Blok Kat 4/20
81020 Üsküdar-Istanbul
Tel.: 0090216/3 27 92 29
Fax: 0090216/3 27 00 44

Pharmaceutical Manufacturers Association
İlaç Endüstrisi İşverenler Sendikası

Talatpasa Cad. 98/B
Gültepe
İstanbul
Tel.: 0090212/2 78 85 40
Fax: 0090212/2 78 70 07
www.ieis.org

Sağlık Gereçleri Üreticileri ve Temsilcileri Derneği
Verband der Hersteller und Vertreter für medizinische Geräte

Mesrutiyet Cad., Hatay Sokak No: 23/8
Kocatepe-Ankara
Tel.: 0090312/4 25 41 89
Fax: 0090312/4 25 43 12
sader@sader.org.tr, www.sader.org.tr

Small and Medium Industry Development Organization
KOSGEB Euro Info Correspondence Centre

MKEK Binası, Kat:9
Tandogan-Ankara
Tel.: 0090312/2 12 81 90
Fax: 0090312/2 12 25 08
kos@kosgeb.gov.tr, www.kosgeb.gov.tr

Tarım Alet ve Makinaları İmalatçıları Birliği
Vereinigung der Landmaschinenhersteller

Mesrutiyet Cad. 31/6
06420 Kızılay-Ankara
Tel.: 0090312/4 19 37 94
Fax: 0090312/4 19 37 53
tarmakbir@superonline.com

Taşıt Araçları Parça Sanayicileri Derneği
Verband der Kfz-Teile-Hersteller

41490 Sekerpınar-Gebze-Kocaeli
Tel.: 0090262/6 58 98 18
Fax: 0090262/6 58 98 39
barbaros@taysad.org.tr
baris@taysad.org.tr
www.taysad.org.tr

Triko Sanayicileri Derneği
Verband der Wirkwarenindustrie

Abdi İpekçi Cad. Uluyol
Osman Nuri İsmirkezi No. 20
Bayrampasa-Istanbul
Tel.: 0090212/6 12 85 09
Fax: 0090212/6 12 74 33
trisdad@trisdad.org

Tüm Gıda İthalatçıları Derneği
Verband der Lebensmittelimporteure

Büyükdere Cad.
Lale İs Hani No. 62 Kat 4 D:1
80670 Mecidiyeköy-Istanbul
Tel.: 0090212/2 12 09 19
Fax: 0090212/2 12 09 20
tugider@tugider.org.tr
www.tugider.org.tr

Türk Elektronik Sanayicileri Derneği
Verband der türkischen Elektronikindustrie

Bagdat Cad. No. 477/4
81070 Suadiye-Istanbul
Tel.: 0090216/3 86 09 09
Fax: 0090216/3 86 09 10
info@tesid.org.tr
www.tesid.org.tr

Turkish Chemical Manufacturers Association
Türkiye Kimya Sanayicileri Derneği

Degirmen Sokak
Sasmaz Sitesi Duran Bey
No. 19, Apt. K 3 D9
Kozyatagi, 81090 Istanbul
Tel.: 0090216/4 16 76 44
Fax: 0090216/4 16 92 18
tksd@turk.net, www.tksd.org.tr

Turkish Plastics Industry Association
Türk Plastik Sanayicileri

Halkali Cad. 132/1, Kat. 4
Sefaköy-Istanbul
Tel.: 0090212/4 25 13 13
Fax: 0090212/6 24 49 26
info@pagev.org.tr
www.pagev.org.tr

Türkiye Alüminyum Sanayicileri Derneği
Verband der türkischen Aluminiumindustrie

Genclerbirliği Sok
Hakki Bey İshani No. 12 D. 12
81430 Kartal-Istanbul
Tel.: 0090216/4 46 79 61
Fax: 0090216/4 46 79 62
talsad@atlas.net.tr
www.talsad.org.tr

Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği
Vereinigung der Zementhersteller in der Türkei

P.K. 2
Bakanlıklar-Ankara
Tel.: 0090312/2 87 32 50
Fax: 0090312/2 87 92 72
info@tcma.org.tr
www.tcma.org.tr

Türkiye Deri Sanayicileri Derneği
Verband der türkischen Lederindustrie

Aydinli Orhanli Mevkii
Tuzla-Istanbul
Tel.: 0090216/3 94 14 80
Fax: 0090216/3 94 14 79
orgderi@superonline.com
www.turkderi.org.tr

Türkiye Döküm Sanayicileri Derneği
Verband der Eisen- und Stahlgießereien

Yasemin Sok.
Birlik Sitesi No. 7/3
80280 Gayrettepe-Istanbul
Tel.: 0090212/2 67 13 98
Fax: 0090212/2 13 06 31
info@tudoksad.org.tr
www.tudoksad.org.tr

Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
Verband der türkischen Bekleidungsindustrie

Mehmet Akif Cad. 1. Sok. Haydar
Akin İs Merkezi, No. 23 K:5 d:19
34510 Sirinevler-Istanbul
Tel.: 0090212/6 39 76 56
Fax: 0090212/4 51 61 13
tgdsd@tgdsd.org, www.tgdsd.org

İşbank – Ihr kompetenter Partner für die Türkei!



Als Tochtergesellschaft einer der größten Banken in der Türkei, der Türkiye İş Bankası, sind wir Spezialist für alle Türkei-Angelegenheiten. Wir öffnen Ihnen die Türen zu den insgesamt 865 Filialen unserer Muttergesellschaft in der Türkei. Das flächendeckendes Filialnetz unserer Muttergesellschaft mit rund 16.000 kompetenten und serviceorientierten Mitarbeitern sorgt vor Ort dafür, dass alle Bankgeschäfte zu Ihrer vollsten Zufriedenheit erledigt werden.

Machen auch Sie jetzt die traditionsreichste Bank der Türkei zu Ihrem zuverlässigen Partner.

Wir bieten Ihnen eine umfassende Produkt- und Servicepalette:

- ◆ Wenn Sie in die Türkei exportieren oder aus der Türkei importieren, stehen wir Ihnen mit der ganzen Palette des Auslandsgeschäfts zur Verfügung. Wir unterstützen Sie beispielsweise mit einem Akkreditiv oder einer Anschlussfinanzierung.
- ◆ Haben Sie eventuell Forderungen gegen türkische Geschäftspartner? Auch hier können wir helfen, indem wir Ihnen diese Forderungen im Rahmen eines Forfaitierungs-Geschäfts abkaufen.
- ◆ Sie wollen am türkischen Kapitalmarkt investieren? Dann bietet Ihnen unser Investmentfonds TÜRKISFUND mit drei interessanten Teilfonds attraktive Perspektiven.
- ◆ Sie benötigen Hilfe bei Investitionen in der Türkei? Zusammen mit den Experten unserer Muttergesellschaft finden wir für Sie bestimmt eine günstige Lösung.
- ◆ Sie brauchen Auskünfte oder Informationen über die Türkei? Dann sind Sie bei uns genau richtig, sprechen Sie uns einfach an.
- ◆ Benötigen Sie Zugang zur Börse in Istanbul? Unsere Muttergesellschaft und ihre im Kapitalmarkt tätigen Tochtergesellschaften beraten Sie gerne.

Sie sehen schon:

Wenn Sie einen kompetenten Partner im Türkei-Geschäft benötigen, gibt es nur eine Antwort. Und die heißt İŞBANK.

İŞBANK GmbH

Unsere Filialen:

Frankfurt/Main · Frankfurt/Main, Hbf · Berlin · Berlin/Kreuzberg · Düsseldorf · Hamburg · München
Karlsruhe · Köln · Gelsenkirchen · Nürnberg · Stuttgart · Paris · Zürich · Amsterdam · Den Haag

Hauptverwaltung:

Rossmarkt 9
60311 Frankfurt am Main
Telefon 069 / 29 90 10
Telefax 069 / 28 75 87



Wer auf den Weltmärkten erfolgreich sein will, braucht eine international erfahrene Bank.

Sicher, die wirtschaftlichen und politischen Rahmenbedingungen in Europa und der Welt haben sich verändert. Die Einführung des Euro, der Wegfall von Handelshemmnissen – die Welt wird kleiner. Dennoch: Das Welthandelsvolumen ist stetig gestiegen, in den letzten fünf Jahren allein um mehr als 20 Prozent. Ein erfolgreiches Exportland braucht leistungsfähige Banken. Ob Auslandszahlungsverkehr, Exportfinanzierung, Dokumentengeschäft, Forfaitierung oder komplexe, strukturierte Finanzierung – wir sind auf allen Gebieten zu Hause.

Fordern Sie uns. Unsere Betreuer »Internationales Geschäft« beraten Sie gern.
Oder besuchen Sie uns im Internet: www.hvb.de/Unternehmen/Außenhandel

HypoVereinsbank