



TÜRKEI

Deutschlands standfester Partner

Die Türkei präsentiert seinen größten Wirtschaftspartnern neue Geschäftsmöglichkeiten

Als ein zuversichtliches und vielfältiges Land mit 74,7 Mio. Einwohnern ist die Türkei durch ihre solide wirtschaftliche und industrielle Leistung im letzten Jahrzehnt zu einem Brennpunkt der Region geworden.

Das Land wird nun schon seit 3 aufeinanderfolgende Amtszeiten von Ministerpräsident Recep Tayyip Erdogan der Partei für Gerechtigkeit und Entwicklung (AKP) regiert und wurde dadurch stabil und modern, mit einer Alphabetisierungsrate von 94%.

Dank der geografisch günstigen Lage am Schnittpunkt zwischen Europa, dem Nahen Osten und Asien bietet es Chancen für Anleger nicht nur im großen und wachsenden Inlandsmarkt, sondern in der gesamten Region. Die wirtschaftliche Krise von 2001 ist Vergangenheit und die Türkei bietet ihnen heute ein liberales und sicheres Investitionsklima mit einem gereiften und dynamischen Privatsektor, einem wettbewerbsfähigen Steuersystem, einer hoch entwickelten Infrastruktur und jungen, technologieversierten und kostengünstig effektiven Arbeitskräften.

Der stellvertretende Ministerpräsident Ali Babacan sagt dass die diesjährige Wachstumsrate auf 3% prognostiziert wird und voraussichtlich auf 4% im nächsten Jahr ansteigt und somit die beeindruckendste Europas ist. Der Ökonom Babacan, der vor allem als Baumeister des Erfolgs der Türkei verehrt wird, sagte beim 3. Istanbul Finanzgipfel im September:

„In den Jahren 2012 und 2013 wird die Türkei eine der am schnellst wachsenden Volkswirtschaften der Welt sein. Die Regierung wird die Vorschriften und die Haushaltsdisziplin zum Gunsten des BIP-Wachstum nicht lockern.“

Die Türkei ist auch der Beweis, dass Länder finanziell diszipliniert sein können und dennoch ein enormes Wachstum genießen. Ilker Ayci von der staatlichen Agentur für Wirtschafts- und Investitionsförderung der Türkei (ISPAT) erklärt: „Die Türkei behält die finanzielle Disziplin bei und unterstützte gleichzeitig die richtigen strategischen Zentren, um das Wachstum aufrecht zu erhalten. Sie plant nun eine weiche Landung, das bedeutet, dass unser Wachstum geplant und kontrolliert ist. Hinzu kommt, dass das Land über eine junge, dynamische Bevölkerung und eine wachsende Mittelschicht verfügt. Diese kombinierten Parameter schaffen eine hohe Inlandsnachfrage.



EA Aerospace.

www.eahavacilik.com

Vertrauen und Verantwortung wurde geschaffen und das Land ist zunehmend wettbewerbsfähig. Die Bindung mit Europa bleibt stark, vor allem mit Deutschland, da 35% unseres Handels auf die Europäische Union entfallen.“

Die ISPAT, die im Jahre 2006 gegründet wurde, hilft internationalen Geschäftsleuten bei jedem Aspekt ihrer Investitionen in der Türkei, die von der Organisation von B2B-Treffen bis zum Erwerb von Grundstücken reicht. Sie hat ein Schnellverfahren kreiert, um den Übergang für Investoren so einfach wie möglich zu machen.

„Laut Gesetz gibt es keinen Unterschied zwischen einheimischen und ausländischen Investoren“, sagt Ayci. „Die gesamten Anreize und Bestimmungen sind für alle gleich. Wenn Sie in die Türkei investieren, behandeln wir Sie wie ein lokales Unternehmen.“

Das Ziel der ISPAT ist nun, bis zu 100 neue Investoren in den nächsten 5 Jahren zu gewinnen und die Agentur hat dazu ein verlockendes Incentive-Paket für prioritäre Sektoren gestartet. „Unsere Strategie ist nicht deutschen Unternehmen zu sagen, sie sollen ihre Fabriken schließen und hierherkommen“, erklärt Ayci. „Wir wollen sie wissen lassen, dass in der Türkei ein gesundes Wirtschaftsklima herrscht, und das Land als Drehkreuz zwischen dem Nahen Osten, Nordafrika

Turkey's Finance

www.turkiyefinans.com.tr / 444 2 444

[f /turkiyefinans.com.tr](https://www.facebook.com/turkiyefinans) [t /turkiyefinans](https://www.twitter.com/turkiyefinans)

Türkiye Finans 



Ali Babacan
Stellv. Ministerpräsident



Mehmet Simsek
Finanzminister



Zafer Çağlayan
Wirtschaftsminister

und den zentralasiatischen Märkten nicht nur für die Produktion, sondern auch für Management und Logistik steht; durch die Nutzung der hier bestehenden Möglichkeiten, erhöhen Sie drastisch Ihre Wettbewerbsfähigkeit.“

In der Istanbuler Handelskammer erklärt Dr. Murat Yalcintas, wie empfänglich die Regierung in Bezug auf den privaten Sektor war. „Die größte Komponente in der Türkei war das Wachstum der Investitionen aus dem privaten Sektor des Landes. Diese haben wirklich hart gearbeitet und sich sowohl den lokalen als auch externen Märkten angepasst“, sagt er. „Die zweitgrößte Komponente war die Binnennachfrage.“

Die Istanbuler Handelskammer ist mit rund 350.000 aktiven Mitgliedern eine der größten und mächtigsten Industrie- und Handelskammern der Welt. Ihre Stärke liegt nicht nur in Businessaktivitäten sondern auch in der Beteiligung an sozialen Projekten, darunter dem Bau von Schulen und Krankenhäusern und der Restaurierung von alten Gebäuden. In den letzten 2 Jahren hat sie am Teknopark-Projekt gearbeitet, das einer der größten Technologieparks in Europa wird.

„Die Herausforderung für uns besteht nun darin, unsere Position zu halten. Was auch immer in Europa geschieht, betrifft uns ebenfalls, da rund 60% unserer Exporte dorthin gehen und rund 85% der ausländischen Direktinvestitionen und Schulden von dort kommen. Wir sind auch stark in Nordafrika und dem Nahen Osten, so dass die Situation im Irak, Iran und in Syrien uns beeinflussen könnte. Das Geschäft hat sich aber immer durchgesetzt und die Wirtschaft wird die treibende Kraft für die Zukunft sein. Wir haben Vertrauen in uns selbst und auch die dortige Situation wird sich ändern.“

Das erste deutsch-türkische Handelsabkommen wurde im Jahr 1840 unterzeichnet, als 42% des Außenhandels der Türkei mit Deutschland durchgeführt wurden. Im vergangenen Jahr erreichte der bilaterale Handel zwischen den beiden Ländern einen Rekord von 31,44 Mrd. Euro. Es gibt heute nicht weniger als 5.000 deutsche Unternehmen in der Türkei und die deutsch-türkische Industrie- und Handelskammer (AHK Türkei) spielt eine wichtige Rolle in der lokalen Wirtschaft. Prof. Metin Sagmanli, Präsident der AHK Türkei, erklärt die Wichtigkeit dieser Beziehung. „Im Jahr 2011 haben die türkischen Exporte nach

Deutschland zum ersten Mal die 10 Mrd. Euro und die deutschen Exporte die 20 Mrd. Euro erreicht“, sagt er. „Mittlerweile haben wir unsere Mitgliederbasis von 400 Mitgliedern im Jahre 2009 auf mehr als 700 in diesem Jahr gesteigert. Deutsche Unternehmen sind sehr aktiv in der industriellen Fertigung und Vermarktung jeglicher Art von Produkten und Dienstleistungen, vom Einzelhandel bis hin zur Großhandelsführung.“

Ein neuer, in diesem Sommer eingeführter, Wirtschaftscode wird die Türkei zu einer noch vertrauenswürdigeren Option für globale Investoren sowie zu einem Zukunftsplan machen. Der Code verlangt, dass alle Unternehmen über unabhängige und qualifizierte Auditoren verfügen und alle Aktiengesellschaften und Gesellschaften mit beschränkter Haftung sich an die International Financial Reporting Standards (IFRS) halten.

Mit der wirtschaftlichen Nachhaltigkeit als einen entscheidenden politischen Faktor ist der Wirtschaftsminister Zafer Caglayan glücklich über die Fortschritte.

„Dieses Jahr erwarten wir, unsere Einkommen pro Kopf von 11.000 USD zu erreichen“, sagt er. „Im vergangenen Jahr betrug unsere Wachstumsrate 8,5%, der Warenexport erreichte 135 Mrd. USD und das Einkommen pro Kopf stieg auf 10.444 USD, wie unsere Prognosen realistisch belegten. Unser wichtigstes wirtschaftliches Ziel ist es, unter die Top 10 der Weltwirtschaften im Jahre 2023 zu gelangen, im Jahr des 100-jährigen Jubiläums der Türkei als Republik, und zwar mit einem Volkseinkommen von 2 Mrd. USD und Exporte in Höhe von 500 Mrd. USD. Unsere zukünftigen politischen Prioritäten sind die Exporte zu fördern und die Importe zu kontrollieren, unsere Energieabhängigkeit zu verringern, uns auf Forschung und Entwicklung sowie wissensintensiven Produkte zu spezialisieren sowie Produktsicherheit und Inspektion im Einklang mit den höchsten Standards zu implementieren. Wir glauben fest daran, dass wir unsere Ziele bis 2023 mit den kurz- und langfristigen Strategien im Einklang mit diesen allgemeinen Rahmenbedingungen erreichen.“

Attraktive Anreize zur Leistungssteigerung

Inzwischen soll ein Anreizprogramm, das Beginn dieses Jahres gestartet wurde, die Wirtschaft des Landes durch die Reduzierung des Leistungsbilanzdefizits und der Wachstumsförderung in unterentwickelten Regionen ausgleichen. Das Programm bietet Steuersenkungen, Zoll- und Mehrwertsteuerbefreiung, Senkung der Sozialversicherungsprämie und Zinsunterstützung für qualifizierte oder inländische Investoren. Seit dieses Programm in Kraft getreten ist, hat die Wirtschaft bereits einen Anstieg der inländischen Produktion und eine reduzierte Abhängigkeit von Importen erlebt.

„Das Leistungsbilanzdefizit in den ersten 4 Monaten des Jahres zeigte eine 38%ige Senkung im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Jahr 2011 und das Handelsbilanzdefizit war 20% niedriger gegenüber dem gleichen Zeitraum,“ sagt Minister Caglayan. „Dieser Trend

www.oyakcement.com

Zuverlässig, Effizient, Innovativ.

EINE TOCHTERGESELLSCHAFT
DER OYAK

dürfte sich fortsetzen, da eine zunehmende Zahl an Investoren die verfügbaren Anreize dieser Programme nutzt.“

Der Vorsitzende der Abteilung für Außenwirtschaftsbeziehungen der Türkei (DEIK) Rona Yircali hofft, dass durch die neuen Anreize mehr deutsche Investitionen in der Türkei erfolgen.

„Die Türkei ist immer noch ein sehr attraktives Land für ausländische Direktinvestitionen“, sagt er. „Auch wenn die Welt in der Krise steckt, erhielten wir 14 Mrd. USD durch ADI im letzten Jahr, was sehr vielversprechend für die Zukunft ist. Investoren wollen eine stabile Regierung und eine verbesserte Wirtschaftlichkeit und die Türkei besitzt beides.“

„Unsere wirtschaftliche Struktur funktioniert, die Wechselkurse und Zinssätze sind stabil und die Inflation sowie die Arbeitslosigkeit sinken. Die Beteiligung des Staates wird weniger, so dass diese Erfolgsgeschichte vor allem auf die Bemühungen des privaten Sektors zurückgeht. Die Verteilung des Wohlstands muss ausgeglichen werden, aber das braucht Zeit.“

Der türkische Finanzminister Mehmet Simsek weist darauf hin:

„Deutschland ist nicht nur unser Verbündeter, sondern ein natürlicher Partner für uns. Im Vergleich zu jedem anderen Land sind die Verbindungen zwischen Deutschland und der Türkei so stark, dass ich glaube, dass die beiden Länder für einander gemacht sind. Es gibt so viele Deutsche türkischer Herkunft und so viele deutsche Unternehmen hier. Von 31,5 Mio. Touristen kommen allein 4,5 Mio. aus Deutschland. Die Beziehung ist stark und wird nur noch stärker. Wir müssen den Dialog beibehalten und es muss mehr Interaktion zwischen den Unternehmen stattfinden. Der Schlüssel der Türkei zur Glaubwürdigkeit war die Stärke der Regierung, sich durch schwierige

und schmerzhaft Reformen durchzusetzen“, sagt er. „Wir glauben an Offenheit und deshalb sind unsere Richtlinien an wirtschaftlicher Front liberale und makroökonomische Richtlinien, die Kontakt zum Rest der Welt suchen. Wir sind ergebnisorientiert.“

„Bevor diese Partei die Landesführung übernahm, lag die durchschnittliche türkische Regierungszeit bei 16 Monaten. Man kann nicht alles reparieren während dieses Zeitraums und man kann sicherlich nicht eine langfristige Strategie planen. Sie haben nicht einmal Zeit, um eine Strategie zu entwickeln. So sind die magischen Worte „politische Stabilität“ und „starke Regierung“.“

„Unsere Priorität Nr.1 ist das Humankapital und Deutschland ist für uns eine große Inspiration in Bezug auf die Ausbildung. Unser größtes Problem ist jetzt die große Konkurrenz aus Asien. Wenn wir uns in der Wertschöpfungskette der Herstellung wissensintensiver Produkte wie Deutschland höher positionieren können, müssen wir nicht mehr konkurrieren, weil wir dann in einer anderen Klasse sind.“

Die Regierung hat kürzlich ein großes Paket von Reformen präsentiert, um die Finanzmärkte zu verstärken und Istanbul zur finanziellen Drehscheibe der Region zu machen. Trotz der weltweiten Krise hat nicht eine türkische Bank seit 2008 versagt, dank eines einzigartigen und gut regulierten Finanzsystems. Türkische Banken gehören zu den kapitalkräftigsten der Welt.

Ein gesundes Bankwesen

Nach 66jähriger Erfahrung konnte die Garanti Bank das Jahr 2011 mit einer Eigenkapitalquote von 16,9% und Vermögenswerte von 63,3 Mrd. Euro abschließen. Die Zahl der Kredite stieg um 30% und Kreditkarten um 23% gegenüber dem Vorjahr. Garanti wurde von

EIN AUFSTEIGENDER WELTSTAR

Perfekte Leistung, starke Zusammenarbeit
sowie konstante technische
und finanzielle Betreuung:
Die Promotionsgruppe Maschinen ist ab
sofort für Sie einsatzbereit.

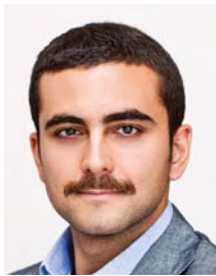


www.turkischemaschinen.com





Ertugrul Günay
Minister für Kultur und
Wirtschaft



Ismet Ömer Öztanik
Vizepräsident
Lucis Global



Celal Çağlar
Vorsitzender
Oyak

einem Cross Asset Research-Bericht als sehr effizient und optimiert zur Erzeugung von Einkünften aus Gebühren und Cross-Selling gelobt. Eine der Stärken der Bank liegt in der Fähigkeit, Anlagen zu gewinnen. Die Aktionäre Dogus Group und Spaniens BBVA besitzen Garantien zu jeweils 24% und 25%, und die restlichen Aktien der Bank werden öffentlich gehandelt.

Für den stellvertretenden Generaldirektor Ali Fuat Erbil ist der menschliche Aspekt die wichtigste Zutat in der lokalen und internationalen Entwicklung der Bank. „Unser Faktor Nr. 1 ist das Talent unsere Mitarbeiter“, sagt er. „Das Engagement für unsere Menschen, die Kultur und unsere Philosophien sind der Schlüssel zu Garantis Erfolg. Wir haben mit der Organisation Investors in People gearbeitet und wurden als erste und einzige Institution der Türkei anerkannt, die mit einem Gold-Zertifikat für sein Engagement für die Bevölkerung ausgezeichnet wurde.“

„Der nächste Faktor ist die Technologie. Wir haben in den letzten 15 Jahren in die Technologie investiert und was uns von den anderen unterscheidet ist, dass wir dies nutzen, um den Kundenservice zu vergrößern und zu verbessern. So arbeiten die Ingenieure und Techniker, die verantwortlich für die Erstellung von Programmen und die Verbesserung der bestehenden Technologien sind, mit den Personen in der Kundenbetreuung Hand in Hand, um Lösungen für einen zufriedeneren Verbraucher zu finden.“

Erbil glaubt, das die Türkei nun eine weiche Landung erfährt, da die Wirtschaft wieder ins Gleichgewicht kommt. „Als Banker werden wir nicht dieselbe Wachstumsrate sehen, wie in den letzten 2 bis 3 Jahren“, sagt er. „Das Land wird noch wachsen, aber nicht so schnell. Die Rentabilität des Sektors ist sehr robust und die Rendite ist stabil. Garanti wird ein führendes Unternehmen in diesem Sektor sein, da wir 19 – 20% der Renditen produzieren und hoffentlich werden diese Zahlen auch weiterhin in den kommenden Jahren standhalten. Auch wenn die Wirtschaft momentan sich verlangsamt, gibt es etwa 26 Mio. Menschen ohne Bankkonto im Land und somit ein großes Potenzial.“

Anstelle von eigenen Abteilungen wie z.B. für Kredite, Einlagen und Verbraucherkredite bedient die Garanti seine Kunden nach Segmenten. „Wir haben Handel, Gesellschaften, KMU, Verbraucher

und so weiter, und alle arbeiten zusammen, um Möglichkeiten für andere zu schaffen, während sie zur gleichen Zeit als Bank fundieren“, erklärt Erbil. „Dies macht uns schneller, präziser und auch sehr kundenfreundlich. Garanti war die erste Bank in der Türkei, die einen engagierten Geschäftsbereich für das KMU-Segment geschaffen hat und aus diesem Grund ist unser Marktanteil sehr gut. Wir haben ein engagiertes Team für Unternehmerinnen und sind exklusiver Partner der Stiftung für Unternehmerinnen.“

Garanti nimmt seine gesellschaftliche Verantwortung sehr ernst. Die Bank ist seit fast 20 Jahren der alleinige Sponsor des WWFs in der Türkei und interessiert sich sehr, dass die von ihr finanzierten Kundenprojekte auch ihren eigenen ökologischen Kriterien entsprechen. Außerdem fördert sie die Jazz-Abteilung der Istanbul Kultur- und Kunststiftung und unterstützt den türkischen Basketball.

Türkiye Finans ist eine weitere Bank, die herausragt und sich konstant erweitert. In der ersten Hälfte dieses Jahres allein ist die Anzahl der Kredite um 10% gestiegen. „Unser System basiert sich auf Raten und das ist bei den Kreditnehmern sehr beliebt“, sagt Geschäftsführer Veysel Derya Güreker. „Wir sprechen auch die Sprache der kleinen Unternehmen und sind ein besonderer Unterstützer von Handel und Produktion. Der Großteil der Bevölkerung arbeitet für ein KMU in der Türkei und ist daher ein förderlicher Bestandteil der Wirtschaft.“

Es gibt rund 26 Mio. Personen ohne Bankkonto im Land, die somit ein großes Potenzial bieten.

Ali Fuat Erbil, stellvertretender Generaldirektor, Garanti Bank

Obwohl die Kunden der Türkiye Finans in erster Linie Türken sind, betreut die Bank viele ausländische Kunden und hat sich den Unternehmens-, Handels- und KMU-Einrichtungen genähert, indem Sie an Projekten im Nahen Osten, vor allem in Saudi-Arabien, arbeitet.

„Wir haben einige Unternehmensbeziehungen und finanzieren sowohl ein paar Projekte in Saudi-Arabien als auch große Unternehmen hier, die von petrochemischen Firmen importieren.“

Der nächste Schritt ist ihren Marktanteil zu erhöhen. „Die Vermögensgröße ist nicht ein echter Anzeiger für ihre Beteiligung am Bankwesen, deshalb messen wir uns am Kreditportfolio des Marktanteils“, sagt Güreker. „Im Moment halten wir 1,5% des Darlehensmarkts und 2,6% des KMU-Markts. Wir übertreffen uns in diesen beiden Sektoren. Ich nehme immer Deutschland als Beispiel für mein Volk: Sie haben nicht die Flexibilität einer niedrigeren, entwerteten Währung und dennoch erhöhen sie ihre Exporte und steigern ihre Produktivität. Ich sage, wenn Deutschland dies kann, können wir es auch.“

Das Unternehmen plant sein Personal um 10% und seine Filialen um 20% zu erhöhen und sendet somit eine Nachricht an die Türken in Deutschland. „Wir haben die Dienstleistungen, die sie in ihrer Heimat

garantibank.com

Return on talent.

The first Investors in People (IIP) Silver Certified local institution is proud to receive Turkey's unique Golden Certificate.



benötigen und sie sind daher herzlich willkommen, sich auf uns mit Immobilienfinanzierungen und –handel, Überweisungen sowie der Finanzierung ihrer persönlichen und geschäftlichen Anforderungen zu verlassen. Sie sind eine große Bevölkerungsgruppe, die unser Geschäftsmodell versteht.“

Ausländische Banken finden ebenfalls Chancen in der Türkei. Die niederländische ING zum Beispiel ist ein wichtiger Akteur auf dem türkischen Markt, in dem sie vor kurzem die Einführung einer "light"-Version ihres beliebten ING Direct Internet-Banking-Services eingeführt hat, die sich an den Einzelhandel und die Kunden richtet.

John Thomas McCarthy, Vorsitzender der ING Türkei sagt: „Das Unternehmertum liegt definitiv in der DNA der Menschen. Die familiendominierte Wirtschaft, welche nun von der zweiten oder dritten Generation übernommen wird, führt zu einem ständigen Wachstum. Sie wollen nun den Zugang zu den Kapitalmärkten haben; zu einer Bankfinanzierung kam es zuvor nicht, da die Unternehmen durch die Familiensparnisse wuchsen. Die Idee, dass Istanbul zum Finanzzentrum wird, macht Sinn.“

Mit ihren beeindruckenden Strandresorts, ihrer pulsierenden Hauptstadt, dem prächtigen Erbe und einer faszinierenden Kultur ist die Türkei seit vielen Jahren ein Tourismus-Magnet. 2011 lag das Land auf Platz 7 der Liste der World Tourism Organization, mit einer 10%igen Wachstumsrate und mit dem Ziel, bis 2023 eine der 5 weltweit führenden Touristendestinationen zu werden. Deutschland ist weiterhin sein größter Markt und im vergangenen Jahr genoss dieses schöne Land einen Anstieg der deutschen Ankünfte von 15%.

„Wir bieten verschiedene Aktivitäten, Destinationen, Boutique-Hotels, 5 und 7-Sterne-Hotels, Thermen, historische Schätze, Museen und Kunst-Events, die jedem gefallen“, sagt Tourismusminister Ertugrul Günay. „Wir bringen nun Vertrauen und den Kulturtourismus in den Vordergrund.“

Istanbul: Stadt der Zukunft

Mit mehr als 9 Mio. Besuchern im Jahr ist Istanbul heute eine der 10 meistbesuchten Städte der Welt. Der Vorsitzende des einzigartig gelegenen Armada Hotels Kasim Zoto hat bemerkt, dass Geschäftsleute viel mehr Freizeit haben und dies einen erheblichen Einfluss auf die Wirtschaft der Stadt hat.

„Istanbul liegt am Knotenpunkt der westlichen und östlichen Kultur und gibt einem das Gefühl, in Europa und im Nahen Osten gleichzeitig zu sein. Anders als im Süden der Türkei, wo die Ferienorte liegen, ist Istanbul sehr kosmopolitisch. Die Altstadt ist ideal für intelligente Kunden, die abseits der üblichen Pfade gehen wollen. Der deutsche Markt ist für uns aus 2 Gründen sehr interessant: 1. Ist der Lebensstandard höher als in jedem anderen Land in Europa, und 2. Liegen wir nur 2 Flugstunden entfernt.“

Inzwischen bietet Lucis Global eine personalisierte, hochwertige Alternative zu den Hotelketten an, dank maßgeschneiderter



Das Armada Hotel bietet authentischen Istanbul Lebensstil. www.armadahotel.com.tr

Dienstleistungen und einer Boutique-Hotel-Erfahrung im Geschäftsviertel und Zentrum von Istanbul. Das familiengeführte Unternehmen, das die Betriebe Avantgarde und Golden Age II führt, ist ein hervorragendes Beispiel für die unternehmerische Denkweise, welche weitverbreitet in der Hauptstadt zu finden ist.

„Mein Großvater begann im Jahre 1991 in die Hotellerie zu investieren“, sagt der Vizepräsident Ismet Ömer Oztanik. „Davor waren wir an der Landwirtschaft, der Stahlindustrie und Logistik beteiligt. Der Grund für die Investition in die Hotellerie war die Maximierung der Rentabilität der Immobilien, die wir bereits besaßen.“

Als Lucis Globale das erste Mal im Taksim-Viertel investierte, gab es nur 3 Hotels: heute sind es 40 Hotels und 10.000 Betten. Das Flaggschiff des Unternehmens ist das Avantgarde Hotel im Geschäftsviertel, welches es dank seines hochkarätigen Personals und seines warmen, kunstvollen Dekors geschafft hat die Konkurrenz bekannter Hotelketten zu übertreffen.

Es ist einfach, einen guten Service bei hohen Preisen zu liefern, aber das ist nicht das, was der Kunde von heute sucht“, sagt Oztanik. „Heutzutage müssen Sie einen qualitativ hochwertigen Service und zusätzliche Qualität zu vernünftigen Preisen bieten. Da wir ein Familienunternehmen sind, das sich seit 20 Jahren im Tourismus spezialisiert hat, sind wir in der Lage, Entscheidungen schnell zu treffen und flexibel zu arbeiten. Wir haben bei 84 Zimmern 80 Mitarbeiter, so können wir unsere Kunden bequem betreuen. Die meisten unserer Wettbewerber verfügen über mehr als 200 Zimmer und die Tatsache, dass wir ein Boutique-Hotel sind, erhöht unseren Wert, da viele Geschäftsreisende heutzutage kleinere Unterkünfte und einen persönlichen Service suchen.“

„Wir freuen uns, stärker in andere Städte wie Bodrum zu investieren, ein aufstrebender Ort, in dem bald mehr internationale Ketten eröffnen werden.“

Einfach ein unvergessliches Erlebnis

AVANTGARDE
HOTELS ISTANBUL
www.avantgardehotel.com

MejorCosta
Bodrum
www.mejorcostahotel.com

Türkei strebt nach höherer Qualität

Mehr Investitionen in F&E ist für die Türkei entscheidend, um wettbewerbsfähig zu bleiben.

Während die Türkei sich beeilt, ein Industrieland bis zum Jahr 2023 zu werden, ist sie ein Ort voller Aktivitäten. Der Minister für Wissenschaft, Industrie und Technik Nihat Ergün sagt: „Wenn ein Land keine Produktion als Kernstück hat, dann hat es keine solide wirtschaftliche Struktur. Die Türkei nimmt daher konkrete Schritte zur Industrialisierung. In der Vergangenheit haben wir uns hauptsächlich auf Low-Tech-Produktion konzentriert. Jetzt versuchen wir, dies zu ändern und unsere Produktion in mittelständige und High-Tech-Produkte zu transformieren. Damit wir unsere Ziele bis 2023 erreichen, müssen wir die notwendige Infrastruktur in Energie und Transport sowie durch den Bau von Häfen, Eisenbahnen und Autobahnen bereitstellen.“

„Um unsere Produktion auf High-Tech- und High-Mehrwert-Produkte umzustellen, müssen wir die notwendigen Schritte zur Förderung von Innovation und von unseren Aktivitäten nehmen, weshalb wir einen wirklich interessanten Mechanismus für die Unternehmen eingeführt haben. Vor 10 Jahren, als unser Volkseinkommen 230 Mrd. USD betrug, konnten wir nur 0,5% des gesamten BIPs für unsere F&E-Aktivitäten nutzen. Da wir jetzt 780 Mrd. USD haben, nehmen wir 1% des BIPs für F&E. Wenn wir 2023 ein Volkseinkommen von 2 Bio. USD erreichen, werden 3% des BIPs für F&E genutzt.“

Die Top-Exportgüter der Türkei sind Automobile und Automobilprodukte. Es gibt auch eine große und steigende nationale Nachfrage für Automobile, die Fahrzeugproduktion kommt dieser jedoch nur zu 30% nach. Der Minister Ergün ist daher bestrebt, sicherzustellen, dass andere Marken in die Türkei kommen.

„Wir wollen auch unsere eigene Marke schaffen und sind offen für jede Art der Zusammenarbeit“, sagt er. „Dies könnte durch eine gemeinsame Partnerschaft zwischen der Türkei und einem deutschen Unternehmen sein. Wir möchten, dass diese Idee von der Privatwirtschaft realisiert wird und ich denke, dies könnte in 3 bis 4 Jahren geschehen. Jede Interaktion und Zusammenarbeit zwischen der Türkei und Deutschland wird nicht nur dazu dienen, das Wohlbefinden der europäischen Volkswirtschaften zu garantieren, sondern auch sicherzustellen, dass die EU ein näheres Tor zum Nahen Osten wird. Die Aufgabe der Türkei ist es, unserer Sichtbarkeit unter den deutschen Unternehmen und Führungskräfte zu erhöhen, damit sie die Chancen für sich erkennen.“



Adriana Lima ist das weltweite Gesicht der unglaublich wachsenden Marke Mavi.

Die Turkish Machinery Promotion Group (TMPG) ist eine von vielen Organisationen, die nach mehr Zusammenarbeit mit Deutschland strebt. Die Strategie des Konzerns für die türkische Maschinenindustrie bis 2023 wurde von der Regierung verabschiedet und zielt auf Exporte von 5 Mrd. USD, von denen 20% vom Import von Maschinen sein wird. „Diese Branche hat einen schnellen Anstieg in den letzten 15 Jahren erlebt, weil die erste Generation von Arbeitern bedeutende Erkenntnisse gewann und sie an die zweite Generation mit ihren viele Ingenieuren weitergab“, sagt der Vorsitzende Adnan Dalgakiran.

„Aufgrund unserer wettbewerbsfähigen Herstellungskosten haben wir das gleiche Niveau wie Spanien erreicht. Durch die Nutzung dieses Vorteils hat die Türkei seinen Platz gefunden und verbreitet sich jetzt weltweit, nachdem es Vertrauen gewonnen hat. Die Türkei stellt sich von Muskelarbeit auf Kopfarbeit um und stellt somit Mehrwert-Produkte her. Unsere Exporte übertreffen bereits unsere jährlichen Ziele.“

Die Art des Produkts bedeutet, dass die Kunden der Türkei aus vielen Bereichen kommen, von der Automobil- und Bauindustrie bis zur Chemie- und Textilindustrie. Die Branche profitiert auch von den wachsenden Volkswirtschaften, die die Türkei umgeben. „Sie brauchen unsere Produkte und wir erfüllen ihre Anforderungen schnell“, sagt Dalgakiran. „Wenn man an wettbewerbsfähige Kostenberechnungen und Marketing-Kostenberechnungen denkt, insbesondere in den mittel-niedrig-Technologien, sind wir wettbewerbsfähiger als europäische Länder. Unsere Lage ist ebenfalls ein Vorteil. Einige westliche und fernöstliche Hersteller planen, ihre Waren hier zu produzieren, da Türkei ein so gut etablierter Exporteur für bestimmte Märkte ist.“

„Die Türkische Maschinenindustrie wurde gewählt, die Säule zu sein, auf die sich andere Sektoren stützen, um das Wachstum aufrechtzuerhalten. Das Ziel besteht nun darin, die Aufmerksamkeit der ausländischen Hersteller zu erreichen und sie in die Türkei zu holen. Ein ganzes Paket von Anreizen wird zu gegebener Zeit geboten.“

Der Vorsitzende der TMPG ist daran interessiert, dass mehr

TETICO
TEKNİK TİCARET ANONİM ŞİRKETİ
1950

Mahatma Gandhi Cad
N° 38, Gaziosmanpaşa
Ankara, Turkey

Tel: +90 312 446 16 10
Fax: +90 312 446 16 91

tetico@tetico.com.tr
www.tetico.com.tr

TÜPRAG
www.tuprag.com.tr

Turkey's largest Gold Producer!

wholly owned subsidiary of **aldorado** g.ö.đ.
www.aldoradogold.com

türkische Unternehmer Firmen in Deutschland kaufen und Partner mit Deutschland auf eigenem Boden werden und mehr deutsche Investoren in die Türkei locken. „Wir wollen eine Win-Win-Partnerschaft“, sagt Dalgakiran.

„Heutzutage stellen viele europäische Länder Zwischenprodukte in China her und liefern sie dann nach Europa zurück. Unsere Strategie besteht darin, sie stattdessen in der Türkei zu produzieren. Wir liegen näher und sind deswegen preismäßig wettbewerbsfähiger und unsere Qualität ist besser. Lassen Sie uns gemeinsam wachsen, es wird so viele Möglichkeiten für die EU und die Türkei geben, wenn die Zusammenarbeit erfolgreich ist.“

Die Türkei als Innovator

Türkeis innovativer Kern hat sich auch international als erfolgreich bestätigt. Die EA Aerospace, Hersteller des weltweit gerühmten Privatjets Eclipse, ist in der Airline-Branche, was Windows in der Technologie ist, sagt Vorstandsvorsitzender Ekim Alptekin. „Die Idee hinter der Eclipse war das Ergebnis eines NASA-Projekts, welches weltweit das erste serienmäßig produzierte Privatjets sein sollte. Die Interessenten hinter diesem Konzept waren eine Gruppe von Individuen, von denen Bill Gates und Alfred Mann die bekanntesten sind. Das Zusammenkommen dieser Gruppe von Personen ist in sich extrem einzigartig und die Tatsache, dass sie dies für Eclipse taten, zeigt, was es für ein revolutionäres Potential hat.“

Dank einer Fusion der besten Fertigungstechnologien, verzeichnete das Unternehmen bereits früh einen großen Erfolg: es hat 260 Flugzeuge in 1,5 Jahren geliefert, was ein Rekord für sich ist und an die Fertigungslinie von Ford erinnert.

„Das Ziel der Eclipse war es, die Flugreisen zu personalisieren und einen Paradigmenwechsel in den Gewohnheiten des Luftverkehrs zu schaffen. Ich denke, wir sind am Vorabend dieser Revolution“, sagt Alptekin. „Obwohl unser größter Markt die USA sind, haben wir auch Aufträge aus Südamerika und dem Nahen Osten angenommen. Wir haben fast 100 Bestellungen für den neuen Jet Eclipse 550, den wir ab 2013 ausliefern und ich glaube wirklich, dass sich in ein paar Jahren die Zahl auf Tausende erhöht.“

„Das Eclipse verfügt über die geringste Geräusentwicklung und ist das sparsamste Düsenflugzeug der Welt. Es ist nicht billig, aber Sie können eine Rundfahrt mit 3 Führungskräften machen und verbrauchen weniger Zeit und Geld, als wenn Sie 3 Businessclass-Tickets kaufen. Dies macht dieses Flugzeug sehr attraktiv für europäische Kunden.“

Ein weiteres lokales und familiengeführtes Transportunternehmen ist TETICO, das gemeinsam mit Deutschland U-Boote für die türkische Marine produziert. Die kleine, aber dynamische Firma wurde im Jahr 1950 gegründet und gemeinsam mit HDW formte es in den 1970er Jahren ein sehr erfolgreiches Unternehmen, das sich auch in den kommenden Jahren wachsen sieht.

Der stellvertretende Vorsitzende Murad Tokcan erklärt: „Der letzte Vertrag, den wir mit HDW unterzeichneten, war für einen neuen U-Boottyp und ist ein 40-Jahres-Vertrag für 6 Schiffe. Wir haben eine lange Beziehung mit HDW und verstehen uns ausgezeichnet. Wir arbeiten als Vertreter und Berater und alle Boote werden in einer Marinewerft in der Türkei gebaut. Wir haben einige lokale Komponenten auf diesen Booten, einschließlich des Technologietransfers und einige der Konsolen werden zusammen mit

Investition in die Jugend

Young Tourism Leaders (Genç Turizmciiler Derneği) wurde 2007 gegründet und hat in nur 5 Jahren viel erreicht. Die jüngste Eröffnung eines modernen Büros in Stuttgart bestätigt den beeindruckenden Fortschritt dieses dynamischen Jugendtourismusvereins.

Diese gemeinnützige Organisation widmet sich der Entwicklung der jüngeren Generation und konzentriert sich auf alle Aspekte des Tourismus in der Türkei, einschließlich des medizinischen, pädagogischen, freizeithlichen, geschäftlichen und kommerziellen. Das internationale Filialnetz von Young Tourism Leaders mit Sitz in Istanbul, wo das Unternehmen im Dezember letzten Jahres seine hochkarätige Preisverleihung abhielt, wächst rasant an und hat bald ein Büro in Berlin, noch bevor die diesjährige Preisverleihung dort stattfindet. „Wir investieren in die Jugend, die Gymnasien und die Universitäten, um den Studenten des Tourismus die Möglichkeit zu bieten, ein Teil unseres Vereins zu sein“, erklärt der Vorsitzende von Young Tourism Leaders Bulut Bagci.

„Wir haben 22 Vorstände und jeder hat speziell definierte Ziele. Normalerweise agieren diese Bereiche separat, aber wir bringen sie zusammen, um die Segmente im Tourismus zu vereinen. Wir wollen die Zukunft gemeinsam erarbeiten.“ Bagci unterstreicht, dass der Tourismussektor der Türkei einer der erfolgreichsten ist und im Vergleich zu den 16 Mio. Personen vor ein paar Jahren jetzt mehr als 23 Mio. in der Industrie arbeiten.

Young Tourism Leaders

Tel.: +90 212 219 17 21

Fax: +90 212 219 17 22

secretary@youngtourismleaders.org

www.youngtourismleaders.org



**YoungTourism
Leaders**

BAGFAŞ - TÜRKIE
ZU DIENSTEN DER LANDWIRTE
AUF
5 KONTINENTEN
FÜR NACHHALTIGES WACHSTUM
UND VERANTWORTLICHE WIRTSCHAFT
www.bagfas.com.tr

türkischen Unternehmen gebaut.

„Wenn Sie etwas in der Türkei verkaufen wollen, müssen Sie irgendeine Art von lokaler Partnerschaft haben. Neben HDW haben wir auch Atlas Elektronik vertreten und beraten auch andere Unternehmen, die nicht militärisch-orientiert sind. Mit Atlas haben wir auch eine langfristige Beziehung seit rund 35 Jahren. Unsere Beziehung mit deutschen Unternehmen ist sehr gut, weil das Vertrauen und die Kommunikation hervorragend sind und wir nichts ohne ihre Zustimmung und sie nichts ohne unser Feedback und unsere Beratung tun würden. Ich denke, der Schlüssel zu unserem Erfolg ist, dass wir nie 2 gleiche Unternehmen repräsentieren, da wir die Glaubwürdigkeit auf lange Sicht verlieren würden.“



Nihat Ergün
Minister für Wissen-
schaft, Industrie und
Technologie



Adnan Dalgakiran
Vorsitzender
TMPG

und Volumen sind für mich überhaupt nicht interessant. Was wichtig ist, ist der Cashflow und die Gewinnspanne. Mit diesen Strategien sind alle Geschäftsführer sehr frei, in ihrer Region auf ihre Weise zu fungieren.

„Niemand sollte denken, er sei unverzichtbar ist und jeder sollte seine Leistung erbringen. Meine Philosophie ist „Management durch Führung“: man soll planen, organisieren, koordinieren, kontrollieren und all dies mit einem Team von Personen tun, die man motivieren soll.

Die eigentliche Aufgabe des Präsidenten oder Vorsitzenden ist es, visionär zu sein und nicht ein Manager, sondern ein Führer zu sein.“

Der zukunftsorientierte Vorsitzende glaubt auch, dass der Wettbewerbsvorteil der OYAK bei besseren Produkten, besserem Design und maßgeschneidertem Kundenservice liegt. „Ohne den Kunden wären Sie nichts“, sagt er. „Dem Kunden steht es frei, das Produkt zu wählen, und wir versuchen mit der besten Gewinnspanne zu verkaufen, d. h. wir sind etwas höher als unsere Wettbewerber. Wir verkaufen einen besseren Service und so müssen wir uns auch besser um die Bedürfnisse des Kunden kümmern. Die Herausforderung in der Türkei ist, dass die F&E meistens von der Seite des Marktes kommt. Wenn der Markt etwas verlangt, versuchen wir, zu innovieren und uns anzupassen. Zum Beispiel hat es nie ein Gebäude höher als 150 Meter oder mit mehr als 80 Stockwerken gegeben. Wenn Sie dies also schaffen wollen, müssen Sie innovieren. Wenn Sie dies tun, oder besser noch in Ihrem Land etwas erbauen oder erfinden, können Sie wirklich all diese Probleme lösen und das sollte jetzt das Ziel der Türkei sein.“

Wenn Sie etwas in der Türkei verkaufen wollen, müssen Sie eine lokale Partnerschaft haben.

Murad Tokcan, stellvertretender Vorsitzender, TETICO

Ein großer Name in der Zement- und Automobilindustrie ist OYAK Cement, das ein starkes Engagement gegenüber dem Know-how gezeigt hat, um einer der größten Konzerne des Landes zu werden. Als Marktführer in der Automobil-, Zement- und Stahlindustrie und an 2. Stelle im Energiesektor hat OYAK seit seiner Gründung im Jahr 2000 Vision und Mut gezeigt.

„Zwei unserer Standsäulen sind mit ausländischen Firmen: Autos mit Frankreich und Energie mit Deutschland, aber die Zement- und Stahlindustrie ist vollständig in unserem Besitz“, sagt Celal Caglar, Vorsitzender der OYAK. „Die OYAK ist eine ergänzende berufliche Vorsorge und somit ist die Grundidee, die besten Gewinne für das investierte Geld zu machen. Wir spiegeln so ziemlich die türkische Wirtschaft wieder: Wir investieren Milliarden Dollar aus den Einsparungen von etwa 10% des monatlichen Gehalts von 270.000 Menschen und mit diesem Geld produzieren wir türkischen Stahl, türkischen Zement, türkische Autos und türkischen Strom.“

„Wir arbeiten hart und waren den anderen in der Türkei immer voraus. Wir versuchen, innovativ und kreativ zu sein und wir sind sehr effizient. Wir haben ein starkes Management-Team und sind immer in Kontakt. Ich vertrete die OYAK in etwa 12 verschiedenen Unternehmen, von denen 5 an der Börse notiert sind. Unser Erfolg liegt vor allem in der Teamarbeit und unser Management ist im open-door-Stil. Wir verkaufen nie für einen Verlust und das ist unsere Strategie. Der Verkaufspreis sollte der höchstmögliche auf dem Markt sein und die Qualität und der Service sollten die Besten sein, so dass man sich einen guten Namen auf dem Markt macht. Marktanteile

Die Nr.1 für Mineralien

BAGFAS ist einer der weltweit führenden Düngemittelhersteller und wurde 1968 vom jungen industriellen Chemieingenieur Recep Gencer gegründet, der auch bei der Gründung von Etibank Borax und Boric Acid Plants mit der Unterstützung von lokalen Bauern und Geschäftsleuten mitgeholfen hat. Im Juni 2012 unterzeichnete das Unternehmen einen Vertrag mit einer Tochtergesellschaft der Gruppe ThyssenKrupp, um eine Körneranlage für CAN/AN mit einer Produktion von 660.000 Tonnen pro Jahr und einem Wert von 140,8 Mio. zu errichten.

Die erfolgreiche Geschäftsformel geht auf die Philosophie der Spezialisierung zurück, wie der Vorstandsvorsitzenden und Geschäftsführer Y Kemal Gencer erklärt. „BAGFAS ist seit Beginn für die Öffentlichkeit zugänglich. Damals gab es keine Einheit wie in der Türkei. Als die Börse offiziell in Istanbul gegründet wurde, war BAGFAS einer der Gründer des Marktes. Der entscheidende



Punkt war, dass BAGFAS die Aktien an die Öffentlichkeit nach dem Nennwert verkaufte, nicht nach dem Neubewertungswert.

„Wenn Sie an BAGFAS auf internationaler Ebene denken, kommt nur eines in den Sinn und das ist Dünger. Wir haben uns ausschließlich auf das konzentriert, was wir am besten können, so wie Mercedes. Statt auf die Diversifizierung des Unternehmens konzentrierten wir uns auf die Entwicklung des Unternehmens und eines qualitativ hochwertigen Produkts.“

BAGFAS produziert die Düngemittelsäuren selbst: das aktuelle Volumen beträgt 500.000 Tonnen vom Band, eine der größten Produktionen Europas. Das Unternehmen ist seiner Zeit voraus und dies auch auf eine andere Weise. „Wir waren ein grünes Unternehmen, lange bevor dies Trend wurde“, erklärt Gencer. „Wir berücksichtigten schon immer die Umwelt und haben unsere Werke so gestaltet, dass die Produktion von Schwefelsäure genügend Energie für den effizienten Betrieb liefert. Das spart zudem langfristig Kosten.“

Gencer beschreibt auch, wie wirksam ein deutscher Führungsstil war. „BAGFAS war seit jeher in einer westlichen Weise organisiert und kontrolliert, vor allem wegen meines Vaters und meiner eigenen Ausbildung innerhalb eines deutschen Systems. Die Managementaspekte in unserem Unternehmen beruhen sich auf einer vertikalen Managementstruktur, wie die chemische Integrität. Ähnlich der deutschen Unternehmen wird die Person an der Spitze der Firma spezifisch für die Position ausgebildet.“

In den letzten 5 Jahren hat Gencer intensiv mit mehreren deutschen Unternehmen an Stickstoffdüngemitteln gearbeitet, der fehlende Teil in BAGFAS Portfolio, wie er meint.

Als Mitglied der NATO muss die Türkei sicherstellen, dass alle ihre Verteidigungswaffen dem NATO-Qualitätsstandard entsprechen. Die FNSS savunma Sistemleri AS, ein Gemeinschaftsunternehmen mit BAE Systems, ist ein führender Entwickler, Hersteller und Anbieter von gepanzerten Fahrzeugen und Waffensystemen für die türkischen und die alliierten Streitkräfte. Das Unternehmen hat sich in den letzten 23 Jahren von einer lizenzierten Produktionsanlage zu einem ausgereiften Design-Haus entwickelt, indem es Multiprojekte diversifizierter Produkte in verschiedensten Umgebungen schafft. Ein solides Management, Kundenzufriedenheit und qualitativ hochwertige Produkte und Dienstleistungen haben FNSS einen internationalen Status als wichtigen Landsystemanbieter gebracht.

Seit seiner Gründung im Jahr 1988 bis zum Ende des letzten Jahres hat FNSS Lieferungen von mehr als 2.700 Fahrzeugen mit einem Kundenauftragswert von über 2 Mrd. USD abgeschlossen und Technologien in verschiedene Länder gebracht und sie betreibt nun 3 große Produktionsstandorte in Ankara, Saudi-Arabien und Malaysia. Geschäftsführer K. Nagel Kurt erklärt die Strategie der FNSS für die kommenden Jahre.

„Die Rüstungsindustrie in der Türkei hat ein stetiges Wachstum in den letzten Jahren gezeigt und ihr Umsatz ist von 1,9 Mrd. USD im Jahr 2006 auf 4,3 Mrd. USD im Jahr 2011 gestiegen. Die Exporte haben sich von 490 Mio. USD auf 1,1 Mrd. USD über den selben Zeitraum erhöht, dies macht jedoch nur einen Anteil von 1% aller Exporte aus. Trotz der Prognosen der Regierungsbehörden den Verteidigungsumsatz auf 8 Mrd. USD und Rüstungsexporte auf 2 Mrd. bis 2016 zu steigern, wird sein Gewicht sich in Bezug auf die wirtschaftlichen Faktoren aufgrund des langsamen Auftragswesens der Branche nicht sehr verändern.“

„Wir müssen daher nach anderen Bereichen suchen, in denen der Verteidigungssektor als Treiber für die türkische Wirtschaft wirkt. Der primäre Bereich, der in den Sinn kommt, ist die Forschung



www.mavi.com

und Entwicklung. Zwischen 2006 und 2011 wurden die Ausgaben für F&E von mageren 80 Mio. USD auf 990 Mio. USD erhöht. Gleich hinter F&E folgt die Ausbildung und Entwicklung von hoch qualifizierten Arbeitskräften. Ich kann auch sagen, dass unsere Export-Marketingfähigkeiten bereits eine wirksame Rolle bei der Unterstützung der Exporteure in anderen Sektoren spielen, da wir bereits eine lange Erfahrung in unseren Marketing-Bereichen besitzen.“

Der globale Verteidigungs-Trendsetter will nun der Anbieter Nummer 1 von zuverlässigen und erschwinglichen Lieferanten für andere Streitkräfte der Welt sein. Er macht große Fortschritte auf dem internationalen Markt durch die Einrichtung lokaler Gesellschaftsunternehmen, die helfen, deutlich mehr Unternehmen zu erfassen. „Von welcher Seite man es auch betrachtet, es ist klar, dass FNSS gute Renditen für ihre Partner in absehbarer Zeit bringt“, sagt Kurt. „Deutschland sollte sich die lokalen hochwertigen und jungen Arbeitskräfte durch die Erschaffung von Einrichtungen in der Türkei zu Nutzen machen. Wir fordern potenzielle Neulinge auf, die attraktiven Anreize für F&E zu studieren, die die Türkei diesen Unternehmen bei der Entwicklung neuer Produkte im Land bietet. Die Türkei begrüßt Investitionen, die einige unserer Aktivitäten in der E&F der Türkei übertragen. Investoren sollten einen Blick auf das Gesetz 5746 in Bezug auf F&E-Investitionen werfen.“

Weltweite Präsenz der lokalen Marken

Die weltweite Anerkennung von Mavi Jeans wächst ständig. Mavi, das „blau“ in Türkisch bedeutet, begann als Unternehmen vor 20 Jahren mit Schwerpunkt in der Herstellung und dem Vertrieb von hochwertigem Jeansstoff für internationale Marken. Fünf Jahre später hat sie beschlossen, dank des wachsenden Vertrauens in die Qualität des Produktes eine eigene Marke zu werden. Seitdem ist sie zur führenden Jeans-Marke im Land geworden, mit Konzessionen in Kaufhäusern oder Fachgeschäften in 50 Ländern, darunter Deutschland, den USA, Kanada und Australien, wo sie neben erstklassigen und Top-Marken verkauft wird.

Im vergangenen Jahr war Mavi mit einem Wachstum von 56% eine der am schnellsten ansteigenden Marken in Deutschland. Sie war der verdiente Gewinner des Infosys Business of the Year Award der European Business Awards Ruban d'Honneur und wurde in diesem Jahr zur besten Jeans-Marke von deutschen Händlern im Sportswear Magazin Deutschland ausgezeichnet. Wie Geschäftsführer Cuneyt



FNSS gepanzertes Fahrzeug mit einem ferngesteuerten 25mm Panzerturm.

Yavuz sagt: „Wir haben unsere Firma in Europa am Ende des Jahres 1996 in Frankfurt gegründet und öffneten dann unsere Flagship-Stores in Berlin und Frankfurt. Wir positionierten unsere Marke im erstklassigen Markt von Anfang an und begannen in Kaufhäusern wie Breninger und Peek & Cloppenburg zu verkaufen. Wir waren auf dem europäischen Markt genauso erfolgreich wie in der Türkei. Wir waren bei Berlins Bread and Butter über 10 Jahre dabei und waren die erste türkische Marke, die bei der Mercedes Benz Berlin Fashion Week teilnehmen genommen hat.“

„Wir wollen die jetzige Anzahl von 70 Shop-in-Shops in Deutschland erhöhen und zeigen, dass wir ein profitables Geschäftsmodell haben. Wir verkaufen hochwertige Produkte 2 oder 3 Mal unterhalb des Preises der Wettbewerber. Wir haben auch vor kurzem mit den 2 weltberühmten Persönlichkeiten Adriana Lima und Jon Kortajarena zusammengearbeitet, die der Marke eine sehr starke globale Präsenz und Energie gebracht haben.“

Batu Logistics trägt auch ihren Teil zur Verknüpfung der Türkei mit der Welt bei. Dieses internationale Logistikunternehmen, das sich mit Speditions-, Transport- und Logistikkösungen befasst, hat ein Lager und Depot in Mannheim gebaut, das den Betrieb ein- und ausgehender Lagerungen und Handhabungen für den deutschen Markt dient. Unter der Leitung des Vorsitzenden Taner Ankara rühmt sich die Firma der jüngsten Flotte in der Türkei. Im Dienste seiner Kunden in den Bereichen Straßen-, See-, Luft- und Schienenverkehr, Lager-/Bestandverwaltung, Zollabfertigung und Lösungen im Außenhandel und dank seiner Infrastruktur, seines Kommunikationsnetzwerks und seiner umweltfreundlichen Betriebsweise wächst die Struktur von Batu Logistics in Europa weiterhin.

In den letzten 10 Jahren hat die Regierung auch neue Bergbaugesetze und Anreize geschaffen, um lokale und internationale Investoren zu gewinnen und die Exploration von Gold oder Basismetallen

durchzuführen.

Das Land ist ein bedeutender Produzent von einer Reihe von wertvollen Mineralien. Es besitzt mehr als 70% der weltweiten Borreserven und einen bedeutenden Reichtum an Kohle, Kupfer, Gold, Eisenerz, Kalkstein und Marmor.

Der lokale Goldhersteller Tüprag, der 12,5 Tonnen dieses Edelmetalls pro Jahr produziert, hat schwer daran gearbeitet, einen guten „soziale und ökologische Lizenz“ zu erhalten, während er die Bodenschätze des Landes ausschöpft. Tüprag beschäftigt derzeit 1.500 Mitarbeiter.

Der Direktor Mehmet Yilmaz sagt: „Die Aufrechterhaltung einer Verbindung und der totalen Kommunikation mit der lokalen Bevölkerung, den Administratoren und den lokalen Vertretern ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Bergbauprojekt. Als wir anfangen, lag der Goldpreis bei 300 USD pro Feinunze. Jetzt schwankt er bei 1.600 USD. Wir stecken dies in die Wirtschaft und als Folge liegen wir auf Platz 30 der größten Unternehmenssteuerzahler des Landes. Wir wollen unsere Kapazität um 50% erhöhen, das eine weitere Investition in Höhe von rund 300 Mio. USD bedeutet. Wenn man sich die Prognosen für Goldpreise anschaut, wäre jetzt der optimale Zeitpunkt für Deutschland zu kommen und die Explorationsprojekte zu verfolgen.“

Als ein rasch industrialisierendes Land ist die Türkei auf einer Mission, Ihre langjährige Abhängigkeit von Kohlenwasserstoff zu überwinden. Die Energieausgaben entfallen auf über 50% des aktuellen Landesdefizits und die Regierung erforscht zunehmend Möglichkeiten in der On- und Offshore-Exploration, insbesondere im Osten sowie im Schwarzen Meer und im Mittelmeer.

Bereket Enerji ist ein wichtiger Referent bei der Suche des Landes nach einer nachhaltigen Energieversorgung und hat sich als echter Pionier im Bereich der erneuerbaren Energien etabliert. Das Unternehmen wurde im Jahr 1995 gegründet und trat somit zu einem Zeitpunkt in den Strommarkt, als die Regierung schnelle Investitionen erforderte, um der Nachfrage nachzukommen.

„Nur 30% der Wasserkraftkapazität des Landes wurde zu jener Zeit verwendet, so arbeiteten wir entsprechend, um sie zu erhöhen“, sagt Ceyhan Saldanlı. „Zuerst haben wir die Ressourcen und Möglichkeiten bewertet und dann den Sektor nachhaltig in Einklang zu diesen Ressourcen und Chancen entwickelt. Wir haben klein angefangen, da wir Schwierigkeiten bei der Finanzierung hatten, aber sobald wir unser Know-how präsentierten, konnten wir Investoren für größere Projekte finden und von da an vergrößerten wir uns exponentiell.“

„Energie ist der wichtigste Teil der Wirtschaft. Sie formt die Regierungspolitik, weil der Betrieb aller anderen Sektoren von ihr abhängt. Auf einer individuellen Ebene ist sie ebenfalls sehr wichtig. Die aktuellen Zahlen zeigen, dass die Nachfrage in der Türkei im Vergleich zu den westlichen Ländern niedrig ist, jedoch erwarten wir, dass sie in den nächsten Jahren drastisch steigen wird. Es gibt

**ARMORED PLATFORMS
FOR MULTI ROLES & MISSIONS**

www.fnss.com.tr

FNSS Savunma
Sistemleri A.Ş.



zwei Wege zum Wachstum: einerseits neue Kapazitäten aufbauen und andererseits die alten aktualisieren, wie kohle- und gasbetriebene Kraftwerke. Die Türkei ist enorm reich an Schiefergas und dies erlaubt es dem Land, die Einfuhr von Flüssigerdgas zu reduzieren. Der erste Schritt ist jedoch in die Entwicklung geeigneter Technologien zu investieren.

Saldanli glaubt, dass die enge Beziehung, die im Energiesektor bereits zwischen Deutschland und der Türkei besteht, deutschen Anlegern das Gefühl gibt, als ob sie zu Hause investieren.

„Die Energiepolitik ist hier seit den 1980er Jahren stabil geblieben, auch wenn die Regierungen seitdem gewechselt haben. Dies ist ein wichtiger Faktor im Hinblick auf die langfristige Investition. Es gibt auch Joint Ventures und Konsortien zwischen Deutschland und der Türkei, um Stromanlagen zu schaffen“, sagt er. „Führende deutsche Energieunternehmen stellen bereits Ausrüstung und Investitionen im Energiesektor in der Türkei bereit. Sie bieten auch ihr Know-how, Fertigkeiten und Wissen im Projektmanagement.“

„Eine Beziehung zwischen Bereket Enerji und einem deutschen Investor muss für beide Parteien profitabel sein. Es muss eine Win-Win-Partnerschaft geben, die neue Möglichkeiten schafft. Ich möchte die Deutschen zu ihrer Unterstützung von erneuerbaren Energiequellen gratulieren. Sie haben höhere Gebühren für ihren Strom akzeptiert und dies ist ein großer Schritt vorwärts. Die deutschen Unternehmen waren Pioniere in der Entwicklung der Nutzung dieser Energien und wir können Hand in Hand arbeiten, um den Anstieg der erneuerbaren Energien von nun an zu sehen.“

Die türkische Genel Energy plc das größte Explorations- und Produktionsunternehmen in Nordirak mit 7 Konzessionen und war das erste, das eine Vereinbarung in Kurdistan im Jahr 2002 unterzeichnete. Nach dem Zusammenschluss mit Vallares im November 2011 erwartet Genel der größte Gasproduzent in Kurdistan im Laufe der nächsten 3 bis 4 Jahre zu werden.

Seine Mission ist, die Türkei mit der notwendigen Energie aus verschiedenen Quellen zu versorgen. Der Präsident Mehmet Sepil und erster Öl-Pionier, der nach Kurdistan ging, meinte: „Der Handel zwischen Nordirak und der Türkei liegt jetzt bei 8 Mrd. USD und das Business steigt exponentiell.“

Der Geschäftsführer des Unternehmens Tony Hayward sagt: „Es gibt jetzt mehr als 85.000 Türken im Nordirak, die dort Geschäften nachgehen. Die türkischen Geschäfte in den Einkaufszentren und die Fast-Food-Restaurants sind fast die gleichen wie in Istanbul. Die meisten der jungen Leute sprechen Türkisch und es besteht eine reale regionale Integration. „Heute produzieren wir rund 50.000 Barrel pro Tag. Wir erwarten, dies auf 150.000 Barrel pro Tag in den nächsten paar Jahren und voraussichtlich auf 300.000 innerhalb von 4 oder 5 Jahren zu steigern. In Bezug auf Gas haben wir das Potenzial, 25% des derzeitigen türkischen Gasmarkts aus unseren Erdgasfeldern im Nordirak zu versorgen, sollten wir unsere Ziele erreichen.“



 Genel Energy

www.genelenergy.com



Etwa 30.000 ausländische Firmen sind zufriedene Investoren in der Türkei. Davon fast 5.000 Unternehmen mit deutschem Kapital.



TÜRKEI: AUCH FÜR SIE EIN ERFOLGREICHER INVESTITIONSSTANDORT IN STRATEGISCHER LAGE?

Die Vorteile liegen auf der Hand:

- Eine der weltgrößten Volkswirtschaften (Rang 16) und Zielland internationaler Investoren (Rang 13)
- Eine der schnellst wachsenden Wirtschaften mit robusten Wachstumsraten von 9,2% in 2010 und 8,5% in 2011
- Bevölkerung von 75 Mio., davon die Hälfte unter 30 Jahren
- Etwa 500.000 Hochschulabsolventen jährlich
- Junge, gut ausgebildete Fachkräfte
- Hohe Produktivität, hohes Arbeitsethos, hohe Kaufkraft
- Hohe Wettbewerbsfähigkeit durch attraktive Investitionsförderungen sowie exklusive F&E Unterstützung
- Brücke zu Europa, Kaukasien, Mittelasien, dem mittleren Osten und Nordafrika

REPUBLIC OF TURKEY PRIME MINISTRY
INVESTMENT SUPPORT AND
PROMOTION AGENCY



**YOUR ONE-STOP-SHOP
IN TURKEY**

invest.gov.tr

Anfangen ist leicht, beharren eine Kunst.

Deutschlandweit mit 12 Filialen vertreten bietet die İsbank ein breites Spektrum an Produkten und Dienstleistungen an, nicht nur im Rahmen Ihrer Türkei-Transaktionen sondern in allen Ihren Bankangelegenheiten.

- Berlin
- Berlin-Kreuzberg
- Düsseldorf
- Frankfurt
- Gelsenkirchen
- Hamburg
- Karlsruhe
- Köln
- München
- Mannheim
- Nürnberg
- Stuttgart