

DAS TÜRKEI BRIEFING



tippapatt/AdobeStock.com

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit diesem Türkei Briefing möchten wir Sie in regelmäßigen Abständen über den Wirtschaftsstandort Türkei informieren. Gerne stehen wir Ihnen auch als Ansprechpartner zur Verfügung, falls Sie weitergehende Informationen zu bestimmten Themen wünschen. Auf Seite 11 finden Sie unsere Kontaktdaten.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und freuen uns über Ihr Feedback.



Dienstleistungsexport



**Dienstleistungshandel
EU-/Deutschland-Türkei**



**Im Gespräch
mit Prof. Dr.
Ahmet Bolat**



**Türkische
Wirtschaft
auf einen
Blick**

Dienstleistungsexport

Seit 1980 ist der weltweite Dienstleistungsexport deutlich stärker gewachsen als der Weltwarenexport. Europa ist dabei die Region mit dem höchsten Anteil an globalen Ausfuhren – allerdings ist es auch die Region, deren Gewicht am Welthandel seit 1980 abnimmt. Die Bedeutung der Türkei weltweit als Anbieter von verschiedenen Dienstleistungen hat dagegen enorm zugenommen. Die Ausfuhren von Dienstleistungen haben sich von 2002 auf 2021 fast verfünffacht und diversifiziert. Die Türkei ist ein attraktives Investitionsfeld. Die Dienstleistungsbranche brachte viele erfolgreiche Start-Ups hervor, die aus dem Ausland aufgekauft wurden.

Dienstleistungsexporte weltweit

Die jüngsten technologischen Entwicklungen haben die Erbringung und den Erwerb von Dienstleistungen über Grenzen hinweg wesentlich erleichtert und somit neue Möglichkeiten für Volkswirtschaften wie für Einzelpersonen hervorgebracht. Obwohl Dienstleistungen in der Analyse und Statistik zunehmend eigenständig gehandelt werden, dienen sie auch als wichtige Inputs bei der Produktion von Gütern. Gemessen an der Wertschöpfung machen Dienstleistungen rund 50 Prozent des Welthandels aus.

Seit 2010 ist der globale Dienstleistungshandel jährlich schneller gewachsen als der Warenhandel. Laut Daten der **WTO – Welthandelsorganisation** liegt die durchschnittliche Wachstumsrate der Dienstleistungsexporte weltweit zwischen 2010 und 2020 bei 2,3 Prozent, während die Güterexporte weltweit nur um 1,4 Prozent wachsen konnten.

Der Dienstleistungssektor leistet einen signifikanten Beitrag zum globalen Brutto-Produkt. Laut **Weltbank** trug das verarbeitende Gewerbe im Jahr 2021 rund 17 Prozent zum globalen Brutto-Produkt bei, während die Dienstleistungsbranche dem BSP um 65,7 Prozent beisteuerte.

Die Ausfuhren von Dienstleistungen beliefen sich 2019 auf 6,3 Billionen US-Dollar, brachen jedoch in dem folgenden Pandemiejahr um 20,6 Prozent ein und betragen rund fünf Billionen US-Dollar. Parallel zum Rückgang der negativen Auswirkungen der Pandemie erreichte der weltweite Dienstleistungsexport im Jahr 2021 wieder die 6-Billionen-US-Dollar-Marke.

Die internationalen Dienstleistungsexporte machten 2021 etwa 6,3 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts aus. Die fünf größten Exportnationen erbrachten 17 Prozent der international gehandelten Dienstleistungen.

Das weltweite Handelsvolumen von Waren und Dienstleistungen erreichte im Jahr 2021 mit einem Anstieg um 25 Prozent einen Rekordwert von 28,5 Billionen US-Dollar.

Dienstleistungshandel weltweit (in Billionen US-Dollar)	2019	2020	2021
Weltweiter Dienstleistungsexport	6,3	5,0	6,0
Weltweiter Dienstleistungsimport	6,0	4,9	5,6

Gut zu wissen

Der Dienstleistungsexport umfasst die Erbringung von Dienstleistungen über nationale Grenzen hinweg. Die Wertschöpfungsaktivitäten von Dienstleistungsunternehmen sind auf verschiedene nationale Märkte verteilt. Begünstigt wird der Dienstleistungsexport durch die Globalisierung – der verstärkten Vernetzung und Verflechtung der Weltwirtschaft, weitgehenden Abschaffung von Handelsbarrieren im Dienstleistungssektor (Stichwort: GATS) sowie der Deregulierung von Märkten und die höhere Mobilität der Arbeitenden. Daraus resultierte eine erhöhte Nachfrage nach Dienstleistungen.

Der Dienstleistungsexport umfasst u.a. Tourismus, Hotelbetrieb, Datenverarbeitung, Gesundheitsdienste und Beratung.

Die USA waren auch im Jahr 2021 mit Dienstleistungen im Wert von 795 Milliarden Dollar und einem Anteil von 13 Prozent am Weltmarkt die führende Exportnation. Gefolgt mit großem Abstand vom Vereinigten Königreich mit einem Dienstleistungsexport von 418 Milliarden US-Dollar. China, die zweitgrößte Volkswirtschaft der Welt, belegte mit 392 Milliarden US-Dollar den dritten Platz.

Laut dem **Global Trade Update – Dezember 2021** wird sich der Handel mit Dienstleistungen im Jahr 2022 mit einem Anstieg um 15 Prozent gegenüber 2021 voraussichtlich auf fast 7 Billionen US-Dollar belaufen. Diese Rekordwerte sind größtenteils auf das robuste Wachstum in der ersten Hälfte des Jahres 2022 zurückzuführen.

Die türkischen Dienstleistungsexporte

Die Dienstleistungsbranche macht mehr als 50 Prozent des türkischen Nationaleinkommens aus und ist somit ein wichtiger Bestandteil auch der verarbeitenden Industrie und der globalen Wertschöpfungsketten. Der türkische Dienstleistungssektor nimmt mit seinem Netto-Devisenzufluss einen wichtigen Platz in der türkischen Wirtschaft ein. Er sorgt für Wachstum und Beschäftigung und reduziert das Handelsbilanzdefizit. Im Jahr 2021 trug der Dienstleistungshandel mit einem Überschuss von 31,8 Milliarden US-Dollar positiv zur Leistungsbilanz bei. Der gesamte Dienstleistungssektor erwirtschaftete 60,3 Prozent des Bruttoinlandsprodukts.

Aufgrund der Pandemie brach auch der türkische Dienstleistungsexport ein: Im Jahr 2020 gingen sie um 43,1 Prozent auf 38,2 Milliarden US-Dollar zurück. Gleichwohl wurde trotz Pandemie ein Dienstleistungshandelsüberschuss von rund 14,4 Milliarden US-Dollar erzielt – ein beachtenswerter Beitrag zur Gesamtwertschöpfung.

Im Jahr 2021 beliefen sich die türkischen Dienstleistungsexporte mit einem Anstieg um 61 Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 61,4 Milliarden US-Dollar, erreichten einen Anteil von 1,1 Prozent weltweit und rangierten auf Platz 24.

Dabei betragen die türkischen Dienstleistungsexporte im Jahr 2002 nur 14 Milliarden US-Dollar, erreichten im Jahr 2019 mit 67,2 Milliarden US-Dollar ein Rekordniveau in der Geschichte der Republik Türkei.

Der Dienstleistungshandel trägt zugleich zur Schließung des Leistungsbilanzdefizits des Landes bei - wie die Tabelle auf der folgenden Seite zeigt.

7 Bio.

Die weltweiten Dienstleistungsexporte werden 2022 voraussichtlich 7 Billionen US-Dollar betragen.

6,3%

Internationale Dienstleistungsexporte machten 2021 6,3 Prozent des weltweiten BIP aus (fast 1 Prozentpunkt weniger als vor Covid-19).

22%

Im Jahr 2021 erholten sich die Dienstleistungsexporte der Entwicklungsländer deutlich um 22 Prozent gegenüber 2020.

TOP 5

Die Top-5-Exporteure aus den Entwicklungsländern lieferten im Jahr 2021 17 Prozent der international gehandelten Dienstleistungen.

Dienstleistungshandel Türkei (in Milliarden US-Dollar)	2018	2019	2020	2021
Dienstleistungsexport	59,3	67,2	38,2	61,4
Dienstleistungsimport	28,5	28,7	23,9	29,6
Handelsbilanz	30,9	38,6	14,4	31,8

Quelle: Türkische Zentralbank (TCMB); Handelsministerium der Türkei

Bei den türkischen Dienstleistungsexporten im Jahr 2021 ist der Reisesektor (einschließlich Gesundheits- und Bildungsreisen) mit 24,4 Milliarden US-Dollar und einem Anteil von 39,8 Prozent an den gesamten Dienstleistungsexporten Spitzenreiter.

Der Logistik- und Transportsektor befindet sich mit einem Anteil von 39,8 Prozent an gesamten Dienstleistungsexporten auf Platz zwei (24,4 Milliarden US-Dollar). Auf andere Unternehmensdienstleistungen entfallen ein Anteil von 5,7 Prozent.

In den ersten neun Monaten des Jahres 2022 beliefen sich die Dienstleistungsexporte auf 66,4 Milliarden US-Dollar – dies entspricht einem Plus von 56,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Der Dienstleistungshandelsüberschuss betrug rund 37,7 Milliarden US-Dollar.

Diversifizierung der Dienstleistungsexporte

Während der Agrarsektor bis in die 1980er Jahre die Exportwirtschaft dominierte, lief der Industriesektor ihm den Rang ab. Heute ist die türkische Exportwirtschaft wesentlich diverser aufgestellt. Neben technologischen Gütern exportiert die Türkei auch unterschiedliche Dienstleistungen.

Ein wesentliches Ziel der türkischen Wirtschaftspolitik ist es, den bereits diversen Dienstleistungsexport stärker zu unterstützen. Dabei setzt sie auf Subventionen, steuerliche Vergünstigungen und Ausbau der notwendigen Infrastruktur.

Getragen wurde und wird der Anstieg von Dienstleistungsexporten überwiegend vom Tourismus sowie Fracht- und Personentransportsektor, die eine Exportsteigerung um 104 bzw. 47 Prozent zurücklegten. Auf den Tourismus- und Transportsektor entfielen 2021 etwa 83 Prozent aller Dienstleistungsexporte.

Die weltweiten Exporte von Transportdienstleistungen stiegen im Jahr 2021 um 35 Prozent an. Auch nahm der internationale Reiseverkehr 2021 wieder zu. Auf die Schwellenländer entfielen 27 Prozent der weltweiten Transportdienstleistungsexporte. Hafenbetreibergesellschaften und Bodenabfertigungsunternehmen leisten ebenfalls einen wesentlichen Beitrag zum Dienstleistungsexport der Türkei.

GUT ZU WISSEN

Wachstum der Dienstleistungsexporte, Januar – Juli 2022, nach Sektoren:

+ 126 Prozent
Reisedienstleistungen

+ 57 Prozent
Transportdienstleistungen

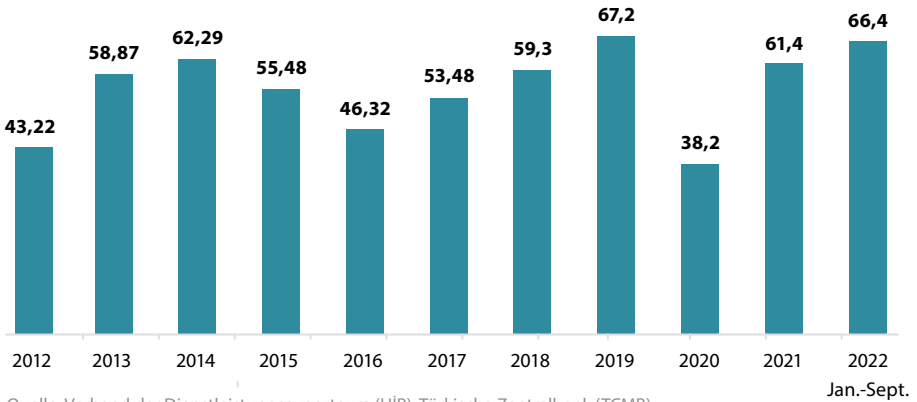
+ 24 Prozent
Wartung- und
Reparaturdienstleistungen

+ 12 Prozent
Telekommunikation, Computer-
und Informationstechnologie

+ 12 Prozent
andere Dienstleistungen

Türkische Dienstleistungsexporte

(in Milliarden US-Dollar)



Quelle: Verband der Dienstleistungsexporteure (HİB); Türkische Zentralbank (TCMB)

Die Branche Vergnügungs- und Kulturdienstleistungen verzeichnete 2021 einen Exportanstieg um 181 Prozent, womit sie die Schwelle von 500 Millionen US-Dollar überschritt. *Die Vergnügungs- und Kulturdienstleistungsbranche trägt wesentlich zur Bekanntheit der Türkei und der Kultur des Landes und somit der Soft Power bei.* Sie besteht aus – auch international – erfolgreichen Medienunternehmen, Kunstgalerien, Werbeagenturen und internationale Messeorganisationen.

Der Software- und Informationsdienstleistungssektor legte ein stabiles Exportwachstum um 21 Prozent zurück und erreichte einen Wert von 2,5 Milliarden US-Dollar.

Vielversprechend ist auch der Finanzdienstleistungssektor, der mit einer Exportsteigerung um 57 Prozent einen Exportwert von etwa 600 Millionen US-Dollar erreichte. Die türkische Software- und Informatikindustrie ist ebenfalls eine dynamische Branche.

Das türkische Gesundheitssystem exportiert Gesundheitsdienste – von Zahnmedizin über Haartransplantation bis hin zur Schönheitschirurgie. Die Türkei ist ein Rising Star auf diesem Gebiet. In den zurückliegenden zehn Jahren wurden zahlreiche Kliniken eröffnet, die Tausende von Patienten aus aller Welt anlockten. Ausschlaggebend für den Erfolg waren privatwirtschaftliche Investitionen sowie wirtschaftspolitische Anreize der Regierung, die den Gesundheitstourismus stimulierten. Hinzu kommt, dass das Qualitäts-Preis-Verhältnis im Vergleich zu westlichen Ländern günstiger ist.

Die Türkei bietet nicht nur Gesundheitsdienste an, sie hat sich längst zu einem Zentrum für technologische Innovationen entwickelt. Ein Beispiel hierfür ist, dass in der Haartransplantation angewendete robotergestützte Scansystem **KE-BOT**. Entwickelt wurde es von der Haartransplantationsklinik **ASMED** in Kooperation mit **TÜBITAK** und den **Universitäten Kocaeli** und **Hacettepe**.

KE-BOT scannt den gesamten Kopf in einem 360-Grad-Kreis und misst vor der Operation mit einem optischen System, das auf "Deep Learning" basiert, die Stärke und Anzahl der Haarwurzel in dem Bereich. Ebenso wird gemessen wie viele Haarwurzeln bei der Operation transplantiert worden sind, erklärt **Dr. Koray Erdoğan**, CEO und Ärztlicher Direktor des ASMED Haartransplantationszentrums.

„Dank der von KE-BOT durchgeführten Messung ist es möglich, den Einsatz richtig zu planen. Neben diesem weltweit einmaligen System, das wir vollständig in der Türkei entwickelt haben, stammen noch viele weitere Innovationen im Bereich der Haartransplantation aus der Türkei“, so Dr. Erdoğan.

Dienstleistungshandel EU-/Deutschland-Türkei

Europa und Deutschland sind wirtschaftlich eng mit der Türkei verflochten – durch Handel, Direktinvestitionen sowie Produktions- und Wertschöpfungsketten. Der Dienstleistungshandel zwischen der Europäischen Union bzw. Deutschland und der Türkei hat enorm zugenommen.

Im Jahr 2021 realisierte der türkische Dienstleistungssektor - Tourismus ausgeschlossen - Exporte in Höhe von 34,8 Milliarden US-Dollar, während sich die Importe auf 27,9 Milliarden US-Dollar beliefen.











Die Türkei wickelte das Gros ihres Dienstleistungshandels mit der Europäischen Union ab. Die türkischen Dienstleistungsexporte in die Länder der Europäischen Union beliefen sich im Jahr 2021 auf 12,68 Milliarden US-Dollar, während entsprechende Exporte in andere europäische Länder 5,91 Milliarden US-Dollar betragen. Die Importe aus den Ländern der Europäischen Union beliefen sich im Jahr 2021 auf 12,16 Milliarden US-Dollar, die Importe aus anderen europäischen Ländern auf 3,56 Milliarden US-Dollar.

Die EU-Länder waren mit 36,5 Prozent die Ländergruppe mit dem größten Anteil an den gesamten Dienstleistungsexporten, während die Türkei 43,5 Prozent ihrer Dienstleistungen aus den EU-Ländern importierte.

Deutschland belegte auf Länderbasis den ersten Platz bei den türkischen Dienstleistungsexporten - mit einem Anteil von 11,9 Prozent an den Dienstleistungsexporten und einem Exportvolumen von 4,13 Milliarden US-Dollar. Die USA folgten mit einem Anteil von 10,8 Prozent und Großbritannien mit einem Anteil von 5,5 Prozent und Exportvolumen von 3,77 bzw. 1,9 Milliarden US-Dollar. Die Exporte in diese Top 3-Länder machten 28,2 Prozent der Dienstleistungsexporte im Jahr 2021 aus.

Bei den Importen rangiert Irland mit einem Anteil von 10,6 Prozent und Importen im Wert von 2,96 Milliarden US-Dollar im Jahr 2021 auf erstem Platz. Gefolgt von Deutschland mit einem Anteil von 8,6 Prozent und Importen im Wert von 2,41 Milliarden US-Dollar. Die Vereinigten Staaten belegen mit einem Anteil von 8,5 Prozent und Importen im Wert von 2,38 Milliarden US-Dollar den dritten Platz.

Top-10 Zielländer türkischer Dienstleistungsexporte in 2021*

Länder	Mio. US-Dollar	in %
 Deutschland	4.130	11,9
 USA	3.770	10,8
 Vereinigtes Königreich	1.900	5,5
 Irak	1.654	4,8
 Schweden	1.182	3,4
 Frankreich	1.178	3,4
 Russland	1.138	3,3
 Italien	966	2,8
 Niederlande	912	2,6
 Irland	893	2,6

*Tourismus ausgeschlossen

Quelle: Türkisches Statistikamt TurkStat



Prof. Dr. Ahmet Bolat

Vorstandsvorsitzender der Turkish Airlines und Präsident des Türkischen Verbands der Dienstleistungsexporteure.

Im Gespräch mit Prof. Dr. Ahmet Bolat

Das Türkei Briefing hat mit dem Verbandschef der Dienstleistungsexporteure und Vorstandsvorsitzender der Turkish Airlines ein Gespräch über die Ziele, Dynamiken und Potenziale des türkischen Dienstleistungssektors geführt.

Herr Prof. Dr. Bolat, seit wann gibt es den Verband der Dienstleistungsexporteure?

■ Unser Verband wurde 2018 gegründet, 2021 erhielt es mit einem Beschluss des Handelsministeriums sein Generalsekretariat - Unterstützung erhielten wir dabei von unserem Staatspräsidenten. Wir arbeiten eng mit der Generaldirektion für internationalen Dienstleistungshandel des Handelsministeriums zusammen.

Was war der Gründungszweck des Verbandes? Wie ist es aufgebaut?

■ Unser Verband besteht aus verschiedenen Sektorenausschüssen. Zu ihren Aufgaben zählen u.a. eine Dienstleistungsexportstrategie zu erarbeiten, sektorale Probleme zu identifizieren und an Problemlösungen zu arbeiten. In Workshops und Schulungen werden branchenspezifische Strategien für den Dienstleistungsexport erarbeitet und vermittelt, an denen sich unsere Mitglieder aktiv beteiligen. Mitgliedsunternehmen sind sehr daran interessiert, Kontakte auf dem internationalen Markt zu knüpfen, Erfahrungen mit Messen und verschiedenen Organisationen zu sammeln, und Einblicke in die Markteintrittspraktiken zu gewinnen.

Welche Aktivitäten umfassen konkret die Unterstützungsleistungen?

■ Wir unterstützen Branding-Prozesse unserer Unternehmen in den Bereichen Gesundheitstourismus, Transport, Beherrschung, TV-Serien, Bildung und Einzelhandel. Wir stehen auch dem türkischen Software-Informatik-Sektor zur Seite – sowohl bei der Internationalisierung als auch Markenentwicklung etwa mit dem Programm **E-Turquality**. Als Verband ist es uns sehr daran gelegen, Dienstleistungsexporte weiter auszubauen, die Absatzmärkte zu diversifizieren und den Eintritt in neue Märkte zu begleiten.

Wie wollen Sie das erreichen?

■ Unsere Unterausschüsse beobachten sehr genau die Branchenentwicklung und arbeiten an Lösungen für die Probleme und Belange unserer Exporteure. Wir bringen unsere sektoralen Handels- und Beschaffungskomitees und unsere Exporteure mit den wichtigen internationalen Akteuren der Branche zusammen und nehmen aktiv an nationalen und internationalen Messen teil. Wir versorgen unsere Mitgliedsunternehmen mit dem grünen Pass, mit dem sie visumfrei reisen dürfen. Wir führen Clustering-Projekte durch, die vom Handelsministerium unterstützt werden. Unsere Kooperationsaktivitäten mit nationalen und internationalen Organisationen setzen wir fort.

Welche Länder stehen bei den Dienstleistungsexporten der Türkei im Vordergrund?

■ Japan, die USA, Frankreich, Deutschland und Spanien stehen im Fokus. Mit Unternehmern aus diesen Ländern streben wir Partnerschaften an. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit einer richtigen Strategie den globalen Markt zu unserem Zielmarkt machen werden. Wir schlagen der Legislative Gesetze vor, die den Handel stimulieren und die Wettbewerbsfähigkeit stärken sollen.

Welche Leistungen sind besonders erfolgsversprechend?

■ Der Software- und Informationsdienstleistungssektor entwickelt sich immens. Von großer Bedeutung ist dabei die Entwicklung von Exportverfolgungsmechanismen in der Branche, die Gewährleistung der Rückverfolgbarkeit und die Erhöhung der Anzahl von Softwareentwicklern. Es geht auch um Schonung und Schutz von geschulten Humanressourcen, Verhinderung der Abwanderung von Fachkräften. All dies werden einen Riesenexportprung ermöglichen: Ich erwarte, dass in den nächsten fünf Jahren die jährlichen Exporte des Sektors auf zehn Milliarden US-Dollar steigen werden.

Wie ist der türkische Gesundheitssektor aufgestellt?

■ Die Türkei gehört im Gesundheitstourismus weltweit zu den Top-10-Ländern. Mit ihren gut ausgebildeten Fachkräften im Gesundheitssektor, der Vielfalt der angebotenen Dienstleistungen sowie der medizinischen Ausrüstung und der technologischen Infrastruktur der Krankenhäuser besitzt das Land ein enormes Entwicklungspotenzial – vor allem bei komplexen Behandlungen in der Onkologie, Kardiologie und Organtransplantation. Mehr noch: Die Türkei ist nicht nur ein attraktiver Standort und ein beliebtes Zentrum für ästhetische Operationen. Sie verfügt darüber hinaus über eines der besten Gesundheitssysteme, ist auch in komplexen Behandlungen erfahren. Qualitätskontrolle ist dabei ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg: Es werden regelmäßig Inspektionen durchgeführt, um die Qualifikation von zwischengeschalteten Einrichtungen sicherzustellen. Internationale Gesundheitstouristen sind davon überzeugt, dass der Staat den Gesundheitssektor unterstützt. Die Einnahmen der Branche steigen exponentiell.

Wie ist es um den türkischen Bildungssektor bestellt?

■ Die Zahl der internationalen Studenten in der Türkei steigt seit Jahren, unser Land rangiert jetzt schon weltweit auf Platz zehn. 2022 studierten über 300.000 internationale Studentinnen und Studenten aus mehr als 140 Ländern in der Türkei. Wenn dieser Trend anhält, wird der Einkommensbeitrag der Bildungsdienstleistungen zur Wirtschaft unseres Landes im Jahr 2025 voraussichtlich drei Milliarden US-Dollar überschreiten. Bildung trägt zur Soft Power der Türkei wesentlich bei.

Gibt es ähnliche Branchen?

■ Ja, die Unterhaltungs- und Kulturindustrie. Sie befindet sich in einem Wandel, Digitalisierung verändert diese Branche grundlegend. Damit eröffnet sie große Chancen. Unser Land gehört mittlerweile beim Export von Unterhaltungs- und Kulturdienstleistungen weltweit zu den Top-10. Beim Export von TV-Serien ist die Türkei sogar weltweit nach den USA an zweiter Stelle. Türkische Serien erreichten rund 800 Millionen Zuschauer in mehr als 130 Ländern, die vom Balkan bis zum Nahen Osten, von Afrika bis zu Europa, Lateinamerika und Südostasien reichen. Die türkischen Serien sind Exportschlager und polieren das internationale Image des Landes auf, wecken Interesse an der Türkei und stimulieren den Tourismus. Unser Land wird besucht von Millionen, die entweder bei uns studieren, sich medizinisch oder ästhetisch behandeln lassen oder ihren Urlaub verbringen – viele von ihnen lernen die türkische Sprache.

Wie war das Jahr 2022 für Ihren Verband?

■ Die Pandemie ging auch an uns nicht spurlos vorbei. Kaum schwächte sie ab, da kam es zum russischen Angriffskrieg in der Ukraine. Dennoch stieg die Mitgliederzahl unseres Verbandes und unsere Exporte an. 2021 hatten wir 1.972 Mitglieder, 2022 waren es schon 3.575. Im Jahr 2021 exportierten wir Dienstleistungen im Wert von 61,4 Milliarden US-Dollar und hatten im Dienstleistungshandel einen Überschuss von 31,8 Milliarden US-Dollar. Bis Ende 2022 spielten wir eine wichtige Rolle bei der Schließung des Leistungsbilanzdefizits unseres Landes, indem wir Dienstleistungen in Höhe von 90 Milliarden US-Dollar exportiert und einen enormen Anstieg der Exporte um 46 Prozent erzielt haben. Die Handelsbilanz bei den Dienstleistungen belief sich auf einen Überschuss in Höhe von über 50 Milliarden US-Dollar. Wir haben 2022 einen positiven Beitrag für unser Land geleistet und werden weiter unseren Weg gehen.

Was sind Ihre Erwartungen für 2023?

■ Entgegen den weltweit geäußerten Rezessionserwartungen sind wir zuversichtlich, dass wir auch in diesem Jahr unsere Ziele erreichen werden. Wir streben eine Mitgliederzahl von 4.500 und einen Anstieg der Dienstleistungsexporte um 45 Prozent auf 130 Milliarden US-Dollar an. Wir sind optimistisch, dass 2023 ein Jahr sein wird, in dem die Bedeutung von Dienstleistungsexporten viel stärker ins Bewusstsein rücken wird.

Vielen Dank für dieses Gespräch Herr Bolat.

ZUR PERSON

Prof. Dr. Ahmet Bolat, geboren 1959 in Konya, absolvierte 1981 sein Studium zum Maschineningenieur an der İstanbuler Technischen Universität und promovierte 1988 an der University of Michigan. 1981 startete Bolat seine Karriere als Konstruktions- und Produktionsingenieur beim Unternehmen Yıldız Kalıp, von 1988 bis 2002 war er Professor an der King Saud University in Riad. Ab 2005 war er Vizepräsident für Investment Management bei Turkish Airlines, zwischen 2012 und 2022 Chefinvestment und Technology Officer. Seit 2022 ist Prof. Dr. Bolat der Vorstandsvorsitzende der Turkish Airlines und Präsident des Türkischen Verbands der Dienstleistungsexporteur.

Türkische Wirtschaft auf einen Blick

Industrieproduktionsindex
(ggü. Vorjahresmon., in %)

11/22 -1,3

BIP-Wachstum
(ggü. Vorjahresquartal, in %)

Q3/22 3,9

Arbeitslosigkeit
(in %)

11/22 10,2

Einwohnerzahl
(2021)

84.680.273

Quelle: Türkisches Statistikkamt TurkStat

Exportwirtschaft auf Wachstumskurs

Der Exporteinheitswertindex stieg im November um 6,0 Prozent im Vergleich zum Vorjahresmonat. Der Index bei den Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren stieg um 10,9 Prozent, bei Rohstoffen (ohne Kraftstoffe) um 2,6 Prozent, bei Kraftstoffen um 36,7 Prozent und in der verarbeitenden Industrie (ohne Lebensmittel, Getränke und Tabak) um 4,2 Prozent an.

Der Exportmengenindex ging im November gegenüber dem Vorjahresmonat jedoch um 3,8 Prozent zurück. Im Vergleich zum Vorjahresmonat sank der Index bei Nahrungsmitteln, Getränken und Tabak um 0,2 Prozent und in der verarbeitenden Industrie (ohne Nahrungsmittel, Getränke, Tabak) um 2,5 Prozent, während er bei Rohstoffen (ohne Kraftstoffe) um 9,0 Prozent, bei Kraftstoffen um 3,5 Prozent anstieg.

Umsätze wachsen

Der Gesamtumsatz (2015=100) in den Bereichen Industrie, Bau, Handel und Dienstleistungen ist im November 2022 jährlich um 99,7 Prozent gestiegen. Der jährliche Branchenumsatzindex stieg um 91,6 Prozent, der Bauumsatzindex um 96,9 Prozent, der Handelsumsatzindex um 98,1 Prozent und der Dienstleistungsumsatzindex um 127,2 Prozent an.

Internalisierung der türkischen Wirtschaft schreitet voran

In der Türkei ist die Zahl der Joint-Venture-Unternehmen mit ausländischem Beteiligungskapital im Jahr 2022 um 50 Prozent gestiegen. Dabei rangierten die Russen, die 1.363 der 20.135 Unternehmen gründeten, an erster Stelle. Die Zahl der Unternehmen mit ausländischen Joint Ventures lag im Jahr 2010 bei 2.479, stieg im Jahr 2015 auf 4.729, im Jahr 2019 auf 12.634. Im Jahr 2021 stieg die Zahl der Unternehmen mit ausländischem Beteiligungskapital gegenüber dem Vorjahr um 29,7 Prozent auf 13.445.

Auf Länderbasis war Russland der Spitzenreiter – im Jahr 2022 wurden in der Türkei insgesamt 1.363 Unternehmen mit russischen Partnern gegründet. 140 davon Aktiengesellschaften, 1.223 GmbH. Mit 1.300 Unternehmen – 55 Aktiengesellschaften, 1.245 GmbH – folgten iranische Staatsbürger. An dritter Stelle kamen deutsche Staatsbürger mit 484 Unternehmen – 111 Aktiengesellschaften, 373 GmbH.

62 Prozent bzw. 12.462 der im Jahr 2022 gegründeten ausländischen Joint-Venture-Unternehmen sind in Istanbul tätig – gefolgt von Antalya mit 1.648 und Ankara mit 821 Gründungen.



DAS TÜRKEI BRIEFING

Herausgeber

modus factum GmbH
Ferdinandstr. 29-33
20095 Hamburg

Tel.: +49 40 333 988 78

E-Mail: info@modusfactum.com

www.modusfactum.de

V.i.S.d.P.

Sacit Dizman

Gülşah Tezol