

DAS TÜRKEI BRIEFING



Foto: Hadrianstor in Antalya - IgorZh/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 13 finden Sie unsere Kontaktdaten.

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



2 Tourismus



6 Die Tourismuslandschaft



9 Im Gespräch mit Deniz Uğur



12 Türkische Wirtschaft auf einen Blick

Tourismus - Exportschlager und Wachstumsmotor

Im Tourismus gehört die Türkei seit längerem weltweit zu den Spitzenreitern. Einen signifikanten Beitrag leistet dazu neben Pauschaltourismus auch der Gesundheitstourismus. Einnahmen aus der Tourismusbranche füllen die Staatskassen, decken einen Teil des Devisenbedarfs des Landes ab und helfen, das Leistungsbilanzdefizit zu schließen. Tourismus schafft Arbeitsplätze und bringt Türkinnen und Türken mit Menschen aus entlegensten Regionen der Welt zusammen und ermöglicht so spannende kulturelle Begegnungen. Tolles Wetter, günstige Lage und die Gastfreundschaft machen die Attraktivität der Türkei aus.

Tourismus weltweit auf Erholungskurs

Der Tourismus ist weltweit ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, der für Wachstum und Beschäftigung sorgt. Im Gesamtjahr 2021 belief sich die Zahl touristischer Reisen auf 415 Millionen, was ein Anstieg um vier Prozent gegenüber 2020 bedeutet. Aufgrund der Corona-Pandemie waren grenzüberschreitende touristische Reisen weltweit stark eingebrochen. Sie gingen von 1,47 Milliarden um 73 Prozent auf 402 Millionen zurück.

Der wirtschaftliche Beitrag des Tourismus im Jahr 2021, gemessen am direkten Bruttoinlandsprodukt, wird auf 1,9 Billionen US-Dollar geschätzt. Damit liegt er über die 1,6 Billionen im Jahr 2020, aber deutlich unter dem Wert von 3,5 Billionen US-Dollar vor der Pandemie. Die Exporteinnahmen aus dem internationalen Tourismus im Gesamtjahr 2021 werden auf etwa 700 Milliarden US-Dollar geschätzt,

was eine leichte Verbesserung gegenüber 2020 darstellt. Sie liegen jedoch weiterhin bei weniger als die Hälfte der Einnahmen aus dem Jahr 2019, die sich auf 1,7 Billionen US-Dollar beliefen.

Der Tourismus befindet sich weltweit wieder im Aufwind. Wenn auch das Tempo der Erholung aufgrund unterschiedlicher Mobilitätseinschränkungen, Impfquoten und des Vertrauens der Reisenden langsam verläuft und regional ungleichmäßig verteilt ist. Europa und Amerika verzeichneten 2021 die stärksten Erholungsergebnisse im Vergleich zu 2020 mit einem Plus von 19 beziehungsweise 17 Prozent. Allerdings liegen auch beide immer noch 63 Prozent unter dem Niveau vor der Pandemie.

Die Erholungsleistung der Region Karibik lag bei 63 Prozent und lediglich 37 Prozent unter dem Niveau von 2019. Der südliche Mittelmeerraum erholte sich um 57, Mittelamerika um 54, Nordamerika 17 und Mittelosteuropa um 18 Prozent.

Laut dem jüngsten Expertengremium der **Organisation für Welttourismus der Vereinten Nationen (UNWTO)** sehen 61 Prozent der Tourismusexperten bessere Aussichten für das Jahr 2022. Während 58 Prozent der befragten Experten eine Erholung hauptsächlich im dritten Quartal des Jahres 2022 erwarten, weisen 42 Prozent der Tourismusexperten auf eine mögliche Erholung erst im Jahr 2023 hin. 64 Prozent der Experten erwarten, dass die internationalen Ankünfte erst 2024 wieder auf das Niveau von 2019 zurückkehren werden.

Tourismus und Tourismuseinnahmen in der Türkei

Der Tourismus ist eine der Hauptsäulen der türkischen Wirtschaft und ein kräftiger Stimulator der Wirtschaftsdynamik seit den 1980ern. Im Jahr 2019 brach die Türkei mit 51,86 Millionen Touristen einen historischen Rekord. Ein Plus von 12,2 Prozent gegenüber dem Jahr 2018 (45,1 Millionen). Im Jahr 2020 ging die Zahl der Touristen auf 15,97 Millionen zurück, davon 12,7 ausländische Staatsbürgerinnen und Staatsbürger, 3,2 Millionen im Ausland residierende Türkinnen und Türken.

2021 erholte sich der Tourismus kräftig von dem pandemiebedingten Einbruch; im Gesamtjahr besuchten 30,04 Millionen Touristen die Türkei, was einen Anstieg um 85,5 Prozent ausmacht. 5,42 Millionen der Touristen (18,5 Prozent) waren türkische Staatsangehörige, die im Ausland leben.

Großteil der Touristen besuchten die Türkei zu Reise-, Unterhaltungs- sowie sportlichen und kulturellen Zwecken. Ein Teil von ihnen kam in die Türkei, um Verwandte und Freunde zu besuchen, zu shoppen und um sich medizinisch behandeln zu lassen.

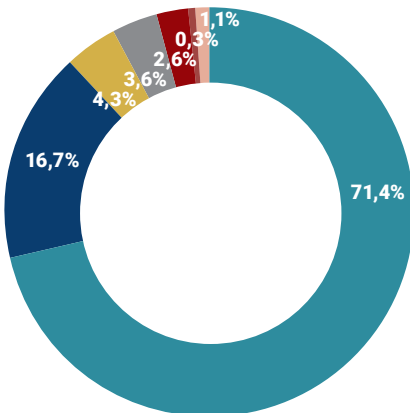
Die jährlichen Einnahmen aus dem Tourismus stiegen im Gesamtjahr 2021 gegenüber 2020 um 103 Prozent auf 24,48 Milliarden US-Dollar. Das macht etwa 3,04 Prozent des türkischen Bruttoinlandsprodukts (802,67 Milliarden US-Dollar) aus.

Top-Herkunftsländer in 2021

Besucherzahl und Anteil an der Gesamtbesucherzahl

1. Russische Föderation	4,69 Mio.	15,61 %
2. Deutschland	3,09 Mio.	10,29 %
3. Ukraine	2,06 Mio.	6,86 %
4. Bulgarien	1,4 Mio.	4,66 %
5. Iran	1,15 Mio.	3,83 %

Internationale Besucher nach Ankunftszeitpunkt in 2021

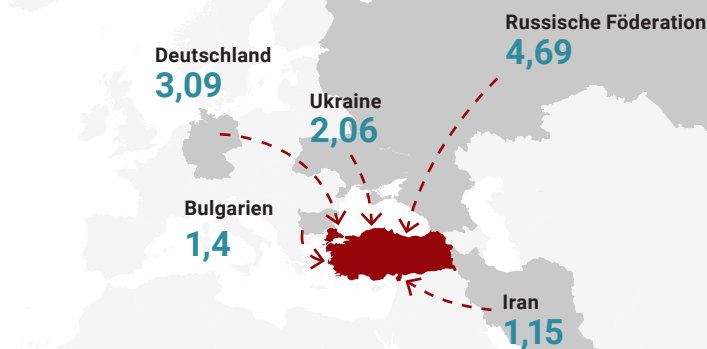


- Reisen, Unterhaltung, sportliche und kulturelle Aktivitäten
- Geschäftliche Zwecke
- Andere
- Verwandte und Freunde besuchen
- Gesundheitliche und medizinische Gründe
- Einkaufen
- Bildungszwecke

Quelle: Türkisches Statistikamt TurkStat

Top-Herkunftsländer in 2021

(Besucherzahlen in Millionen)



Quelle: Türkisches Statistikamt TurkStat,
Ministerium für Kultur und Tourismus

Die Türkei rangiert 2020 bei den internationalen Tourismusankünften auf Platz 5 und bei Tourismuseinnahmen auf Platz 11.

Gesundheits-tourismus

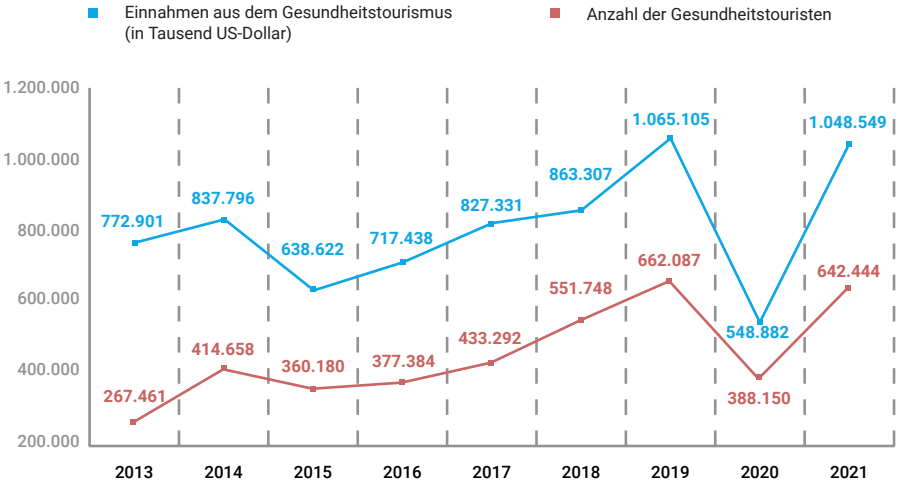
Es wird erwartet, dass die Einnahmen aus dem Medizintourismus weltweit um 11,7 Prozent, von 32,02 Milliarden US-Dollar im Jahr 2021 auf 35,77 Milliarden US-Dollar im Jahr 2022 steigen wird. Für das Jahr 2026 wird ein Wachstum des globalen Marktes für den Medizintourismus auf 54,43 Milliarden US-Dollar prognostiziert.

Der Gesundheitstourismus ist auch für den europäischen Tourismussektor von großer Bedeutung. Die Türkei ist für viele Europäerinnen und Europäer auf ihrer Suche nach weniger kostspieligen Behandlungen ein beliebtes Reiseziel.

Im zurückliegenden Jahr verzeichnete der türkische Gesundheitstourismus einen beachtlichen Erfolg. Die Zahl derer, die zwecks Gesundheitsfürsorge oder Behandlung in die Türkei einreisten, belief sich 2021 auf 642.444. Das Niveau von 2019 wurde nur knapp verfehlt – damals kamen 662.087 Menschen in die Türkei, um sich behandeln zu lassen. 2020 ging die Zahl der Gesundheitstouristen pandemiebedingt auf 388.150 zurück.

Die Einnahmen aus dem Gesundheitstourismus im Jahr 2021 betrugen knapp 1,05 Milliarden US-Dollar. Das macht 4,29 Prozent türkischer Tourismuseinnahmen und 0,13 Prozent des türkischen Bruttoinlandsprodukts aus.

Gesundheitstourismus in der Türkei



Quelle: USHAŞ International Health Services Inc, Türkisches Statistikamt TurkStat

Der Erfolg im Gesundheitstourismus stützt sich auf ein modernes, hochtechnologisches und effektives Gesundheitssystem. Im Jahr 2020 waren landesweit 1.534 Krankenhäuser aktiv. 900 dieser Krankenhäuser wurden vom Gesundheitsministerium betrieben (2019: 895), 566 von privaten Unternehmen. Ab 2020 wurden zahlreiche neue Krankenhäuser gebaut, die Bettenkapazitäten in allen Kategorien wurden massiv ausgebaut und das Gesundheitspersonal – sowohl Ärztinnen und Ärzte als auch Pflegekräfte – aufgestockt.

Die Türkei hat in den zurückliegenden Jahren massiv in den Gesundheitssektor investiert. So stiegen die gesamten Gesundheitsausgaben im Jahr 2020 gegenüber dem Vorjahr um 24,3 Prozent

und beliefen sich auf 249,93 Milliarden TL. Der Anteil des Staates stieg um 26,3 Prozent und erreichte einen Wert von 198,62 Milliarden TL. Der Anteil des privaten Sektors stieg um 17,3 Prozent auf 51,87 Milliarden TL. 79,2 Prozent der gesamten Gesundheitsausgaben wurden aus dem Staatshaushalt gedeckt.

Der Gesundheitstourismus wird von unterschiedlichen – sowohl zentralstaatlichen als auch kommunalen – Maßnahmen unterstützt, eine große Bandbreite an Dienstleistungen stehen zur Verfügung. Diese reichen von Dolmetscherunterstützung, über Patienten- und Zertifizierungsunterstützung bis hin zu Beratungsunterstützung und Messebeteiligungsförderung.

Die Tourismuslandschaft

Der türkische Tourismus ist vielfältig aufgestellt. Die Türkei ist mit ihrer geographischen Lage und ihrer vorzüglichen Natur ein Tourismus-Paradies. Auch wenn der sommerliche Meer- und Strandurlaub im Vordergrund stehen, sind alternative Tourismusarten in der Türkei ebenfalls sehr beliebt. Von den zahlreichen Tourismusarten, die zunehmend die Aufmerksamkeit auch von ausländischen Touristen auf sich ziehen, seien folgende explizit benannt:

- ▶ **Naturtourismus:** Bergsteigen, Hochlandtourismus, Rafting, Vogelbeobachtung, Höhlentourismus, Unterwassertauchen
Wo? Schwarzmeerregion, Artvin, Taurusgebirgen, Ägäis und Mittelmeer

- ▶ **Wintersportarten:** Ski-Fahren
Wo? Bursa und Erzurum
- ▶ **Jachttourismus**
Wo? In der Ägäis gibt es zahlreiche Jachthäfen und Jachtmarinen
- ▶ **Kulturtourismus:** Besichtigung von Klöstern, Heiligenstätten, archäologischen Grabstätten, historischen Monumentalbauten, Kongresstourismus
Wo? Landesweit, siehe auch unten
- ▶ **Sporttourismus:** Golf, Fußball-Sommer- und Wintercamps, Luftsport
Wo? Antalya und an der Mittelmeerküste

Die Türkei ist reich an Denkmälern und Grabstätten, die von der **UNESCO** als Weltkulturerbe zertifiziert sind.

Divriği-Moschee
und Krankenhaus
in Sivas



Divriği-Moschee und Krankenhaus

In der zentralanatolischen Provinz Sivas gelegen, ist die Große Moschee und das Krankenhaus von Divriği ein sehenswertes Gebäude. Die monumentale Säulenmoschee ist mit einem zweistöckigen Krankenhaus und einem Grab kombiniert.

Die Moschee wurde 1228/29 im Auftrag vom seldschukischen Emir Ahmed Shah erbaut. Der Gebäudekomplex besteht aus einer sechseckigen, spitz zulaufenden Kuppel über der Gebetsnische, einer Kuppel über der Moschee, einem Waschbecken in der Mitte der Gebetshalle und kunstvoll geschnitzten monumentalen Steinportalen.



Foto: nejdettuzen/AdobeStock.com

Hattusa – Die Hauptstadt des Hethiter-Reiches

Die Ruinen von Hattusa liegen bei dem Dorf Boğazkale im anatolischen Hochland, etwa 150 Kilometer östlich von Ankara am Nordrand der antiken Landschaft Kappadokien. Die Stätte zählt seit 1986 zum UNESCO-Weltkulturerbe.

Hattusa war von ca. 1600 bis 1200 v. u. Z. Hauptstadt und zentraler Kultort des Hethitischen Reiches mit Sitz der Großkönige und der Reichsverwaltung. Neben Ägypten und Assyrien waren die Hethiter die dritte Großmacht des Alten Orients. Einzigartige Monumente der hethitischen Kunst und Kultur sind hier archäologisch erfasst und wurden erforscht. Dazu zählen die neun Kilometer langen Mauern mit ihren eindrucksvollen Toren ebenso wie die reichen Keilschrifttafelarchive, die ein Schlüssel zum Verständnis von Religion und Kult, Staatspolitik, historischer Geographie und vielen anderen Aspekten des Lebens im Alten Orient sind.



Foto: nejdettuzen/AdobeStock.com

Göbekli Tepe – die frühholo- zäne Gesellschaft Obermesopotamiens

Der rein steinzeitliche Siedlungshügel von Göbekli Tepe »Hügel mit Nabel« in der südosttürkischen Provinz Şanlıurfa wird seit 1995 gemeinsam mit dem Museum

Şanlıurfa ergraben. Die monumentalen, mit Skulpturen und Reliefs ausgestatteten Kreisanlagen aus der Zeit um 9000 v.u.Z. kennzeichnen den »Hügel mit Nabel« als rituelles Zentrum und Kommunikationsplattform für eine offenbar großräumig vernetzte jägerische Bevölkerung. Auf den Pfeilern befinden sich großformatige Reliefs einer großen Vielfalt wilder Tiere wie Raubkatzen, Stiere, Keiler, Füchse und Schlangen.



Historische Häuser
in Odunpazarı –
Eskişehir

Foto: resu/AdobeStock.com

Der historische Viertel: Odunpazarı

Im historischen Viertel, der ältesten Siedlung der Stadt Eskişehir, ist die traditionelle türkische Architektur und die urbane Struktur erhalten. Der Odunpazarı Viertel ist ein Freiluftmuseum mit seinen 30 Straßen und Gassen, 300 Häusern, 3 Moscheen, einem Sozialkomplex, 2 Karawansereien, 15 Brunnen und einem Gasthaus, und steht seit 2012 auf der Tentativliste des UNESCO-Weltkulturerbes. Der Viertel ist originalgetreu restauriert und dicht besiedelt.

Odunpazarı war 400 Jahre lang ein Zentrum des Mevlevi-Sufiordens und war und ist daher mit der Tradition, Muster und Philosophie des Mevleviordens eng verwickelt.

Wir erwarten in diesem Sommer Gästeströme in die Türkei. Bucht so schnell wie möglich!



Deniz Uğur
Geschäftsführer
Bentour-Reisen

Das Türkei Briefing im Gespräch mit Deniz Uğur über Herausforderungen, Potenziale und Stärken des türkischen Tourismussektors

Deniz Uğur, CEO von Bentour Reisen, blickt trotz Herausforderungen wie Pandemie, geopolitische Verwerfungen und Krieg in der Ukraine mit Zuversicht auf den Sommer. Er verweist auf brachliegende Potenziale und Stärken des türkischen Tourismus.

Herr Uğur, Sie sind seit Jahren in der Tourismusbranche tätig. Wie ist der türkische Tourismussektor aufgestellt?

■ Die Türkei ist führend im Pauschal-tourismus. Die Region Antalya sowie Bodrum und Dalaman bedienen große Menschenmengen. Der türkische Tourismus hebt sich durch Flexibilität und Preiswertigkeit hervor. Der Sommerurlaub in der Türkei ist für viele in Deutschland ein besonderes Erlebnis, sie kehren

glücklich zurück. Wer einmal die Türkei besucht, kommt auch wieder. Der türkische Tourismus trägt zum Seelenfrieden in Deutschland wesentlich bei.

Was zeichnet die Türkei aus?

■ Die absolute Nummer 1 ist die türkische Gastfreundschaft. Ein Gast zu bewirten ist in der türkischen Kultur stark verankert, da brauchen wir keine besondere Schulung. Die Touristen

erfahren hier menschliche Wärme und Wertschätzung, die sie brauchen. Das Land liegt geographisch optimal, binnen weniger Stunden ist man dort. Und ist aus zahlreichen Flughäfen gut und preiswert zu erreichen. Klimatisch ist die Türkei auch einmalig. In Antalya schirmen zum Beispiel das Taurusgebirge die Kälte des anatolischen Hochlands ab. So kann man auch im Oktober im Meer schwimmen. Auch die Vielfalt der türkischen Küche und die qualitativ sehr wertvolle Gastronomie hebt die Türkei besonders hervor. Auch die Hardware ist spitze: Hotels sind hochmodern, komfortabel, technisch sehr gut ausgestattet, bieten neben Sportmöglichkeiten und Tours auch Kulturelles an. Und sie sind auch noch sehr preiswert.



**Wer einmal die
Türkei besucht,
kommt auch
wieder.**

Wie hat sich die Corona-Pandemie auf den türkischen Tourismus ausgewirkt?

■ In den letzten zwei Jahren haben wir im Tourismus die Mutter aller Krisen erlebt. Allerdings wurden wir schnell initiativ, haben gemeinsam mit den türkischen Behörden, politischen Entscheidungsträgern und auch mit SunExpress zum Beispiel Lösungen erarbeitet. Im Rahmen eines Safety-Programms wurden Abstandsregelungen, Hygienevorschriften und Maskenpflicht eingeführt, die sich als effektiv herausstellten. Der türkische Tourismus war weltweit führend. Die SunExpress war die erste Chartersgesellschaft, die ab Juni 2020 wieder in die Türkei geflogen ist. Im Jahr 2020, wo viele Tourismusunternehmen einen Nullumsatz hatten, haben wir immerhin 35 Millionen Euro erwirtschaftet. Unterm Strich hat der türkische Tourismus sehr

gut performt und Devisen ins Land eingespült. Die türkische Tourismusbranche reagierte auf die Pandemie flexibel, verfiel nie in Resignation. Das Jahr 2021 war dann viel besser, der türkische Tourismus kam auf etwa 70-75 Prozent des Niveaus von 2019.

Welche Herausforderungen ergeben sich aus den geopolitischen Turbulenzen in der Region?

■ Der türkische Tourismus ist stark von Nachrichten abhängig. Die Konflikte in der Nachbarschaft haben Einfluss, allerdings gelingt es der Türkei auch, das Land vor negativen Auswirkungen abzusichern. In der Südosttürkei, nahe der syrischen Grenze haben wir festgestellt, dass die Türkei die Region befriedet und ein effektives Sicherheitsnetzwerk aufgebaut hat, so dass man die Region ohne Sicherheitsbedenken besuchen kann. Gleichwohl machen wir uns auch Sorgen, dass dieses Jahr weniger Touristen aus Russland und der Ukraine kommen könnten. Wir hatten eigentlich ein Top-Jahr voraus und hätten auch die Zahlen von 2019 erreichen können, wenn es nicht zum Ukraine-Russland-Krieg gekommen hätte. Allerdings haben wir auch andere Möglichkeiten. Umso wichtiger wird jetzt der deutsche Markt. Und wir werden alles tun, um neue Märkte zu erschließen. Brachliegende Potenziale gibt es in Zentralasien und in China, so dass keine großen Lücken sich auftun werden.

Wie schätzen Sie die Potenziale des türkischen Tourismus?

■ Die Potenziale sind bei weitem nicht ausgeschöpft – zum Beispiel im Städtetourismus. Da haben wir eine Weltstadt wie Istanbul mit zweitausendjähriger Geschichte, monumentale Bauwerke und Shoppingmöglichkeiten. Zu nennen wäre auch das Tersane-Projekt; dort wo einst Schiffe gebaut wurden, entstehen fünf Fünf-Sterne-Hotels. Die Stadt hat zahlreiche interessante Museen, aber es könnten ruhig noch viele weitere Museen entstehen. Das Land hat geschichtlich und archäologisch viel mehr anzubieten.

Ja, vor allem in Deutschland gibt es einen großen Nachholbedarf was Reisen anbetrifft.

Was ist zu tun, um geopolitische Auswirkungen abzufedern und den türkischen Tourismus weiter voranzubringen?

■ Wir sollten weiterhin an dem Safety-Programm festhalten. Es ist wichtig, dass wir weiter auf Nachhaltigkeit setzen. Denn Nachhaltigkeit ist mindestens genauso wichtig wie Wirtschaftlichkeit. Wenn es uns gelingt, beides miteinander zu verbinden, können wir mehr Touristen anziehen. Vonnöten ist auch, in das Image des Landes zu investieren. Je besser die Türkei in der Außenwahrnehmung steht, desto mehr Menschen werden sich auf den Weg in die Türkei machen. Die Türkei wird bereits jetzt in der Weltöffentlichkeit wieder positiver wahrgenommen, die Bemühungen Ankaras, im Russland-Ukraine-Krieg zu vermitteln, hat das Ansehen des Landes gestärkt. Das wird auch im Tourismus positiv zu Buche schlagen. Jetzt kommt es umso mehr darauf an, dass auch im Bereich der Rechtsstaatlichkeit Fortschritte erzielt werden. Denn das wird das Land in einem ganz anderen Lichte erscheinen lassen. Gleichwohl muss man auch Regierungsmitgliedern, Entscheidungsträgern und lokalen Behörden zugutehalten, dass sie zuhören, kritikfähig sind und lösungsorientiert zusammenarbeiten.

Seit 2007 ist Deniz Uğur Gesellschafter und Geschäftsführer von Bentour Reisen. Zuvor war er im Travel Management bei BBDO und der FIFA tätig.

Es könnte aber nach der Corona-Pandemie auch zu einer Stausituation kommen...

■ Ja, vor allem in Deutschland gibt es einen großen Nachholbedarf was Reisen anbetrifft. Die Nachfrage ist sehr groß, so dass die Preissteigerung in der Türkei kompensiert wird. Antalya ist jetzt schon in den Buchungseingängen die Nummer 1 vor Mallorca im Pauschal Tourismus.

Wie lassen sich der Kunst- und der Wintertourismus voranbringen?

■ Es werden mittlerweile zahlreiche Studienreisen angeregt. Aber wir müssen neue Vertriebswege erdenken. Es ist zwar nicht realistisch, Ski-Urlauber aus der Schweiz für die Türkei zu interessieren, aber Norddeutsche, Belgier, Niederländer oder Osteuropäer könnte man schon dafür begeistern.

Was raten Sie Touristen und Reisebüros in Deutschland?

■ So früh wie möglich zu buchen. Wir bieten jetzt die Flex-Option auch im Pauschal Tourismus an. Für eine Gebühr von 29 Euro kann man 14 Tage vor der Reise zurücktreten. Reiseagenturen sollten bedenken, dass der deutsche Markt seit langem nicht mehr der einzige große Markt ist. Es gibt Gästeströme aus vielen anderen Ländern.

Wir bedanken uns für dieses Gespräch.

Türkische Wirtschaft auf einen Blick

Industrieproduktionsindex
(ggü. Vorjahresmon., in %)

01/22 7,6

BIP-Wachstum
(ggü. Vorjahresquartal, in %)

Q4/21 9,1

Arbeitslosigkeit
(ggü. Vormonat, in %)

01/22 11,4

Einwohnerzahl
(in der Türkei, 2021)

84.680.273

Quelle: Türkisches Statistikamt TurkStat

Türkei wächst ungebremst weiter

Im vierten Quartal legte das Bruttoinlandsprodukt gegenüber dem Vorjahresquartal um beachtliche 9,1 Prozent zu. Im Vergleich zum Vorquartal lag das BIP-Wachstum bei 1,5 Prozent. Im Gesamtjahr 2021 legte die türkische Wirtschaft um 11 Prozent zu.

Damit liegt die Türkei im vierten Quartal 2021 auf der **OECD**-Rangliste hinter Kolumbien (10,7 Prozent) und Israel (9,2 Prozent) auf Platz drei. Zum Vergleich: Das BIP Deutschlands legte um 1,4, Frankreichs um 5,4 und Polens um 7,6 Prozent zu. Der OECD-Durchschnitt liegt bei 4,9 Prozent.

Das türkische BIP-Wachstum geht größtenteils auf die Exportwirtschaft zurück. Beim Export erzielte die Türkei einen historischen Rekordwert.

Export boomt

Die türkische Exportwirtschaft setzt ihren Höhenflug fort. Im Januar 2022 stiegen die Exporte im Vergleich zum Vorjahresmonat um 17,2 Prozent und beliefen sich im Monatswert auf 17,59 Milliarden US-Dollar. Top-Exportziel war im Januar 2022 mit 1,62 Milliarden US-Dollar Deutschland, gefolgt von den Vereinigten Staaten (1,2 Milliarden), Italien (1,02 Milliarden), Vereinigtes Königreich (0,95 Milliarden) und Irak (0,88 Milliarden). Die Exporte an die Top-5 Länder machten 32,4 Prozent des Gesamtexports der Türkei aus.

E-Commerce in der Türkei wächst weiter

Die Pandemiebeschränkungen wirkten sich auf die Einkaufsgewohnheiten in der Türkei nachhaltig aus. Die E-Commerce-Investitionen erreichten 10 Milliarden TL (723,4 Millionen US-Dollar). Der E-Commerce-Sektor wuchs im Jahr 2020 um rund 50 Prozent und erreichte 2021 einen neuen Höhepunkt. Im ersten Halbjahr 2021 wurde ein Wachstum von 75 Prozent verzeichnet. Das Kurierunternehmen der **Koç Holding** werde bis 2025 weitere Investitionen in Höhe von 60 Millionen US-Dollar tätigen.

Das Unternehmen **Sendeo**, das insgesamt 500 Zusteller und 780 Mitarbeiter beschäftigt, plant, diese Zahl auf 2.000 bzw. 2.500 zu erhöhen.

Laut Analysten soll das Volumen des E-Commerce in der Türkei im vergangenen Jahr 400 Milliarden TL (28,9 Milliarden US-Dollar) überschritten haben. Laut einer Studie der **International Data Corporation** werden die weltweiten Investitionen in die digitale Transformation in den nächsten vier Jahren auf 7,4 Billionen US-Dollar belaufen.



Foto: Rawpixel.com/Shutterstock.com

DAS TÜRKEI-BRIEFING

Herausgeber

modus factum GmbH
Ferdinandstraße 29-33
20095 Hamburg

Tel.: +49 40 333 988 78
E-Mail: info@modusfactum.com
www.modusfactum.de

V.i.S.d.P.
S. Dizman
M. Subasi