

DAS TÜRKEL-BRIEFING



Bildquelle: taisiia/AdobeStock.com

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

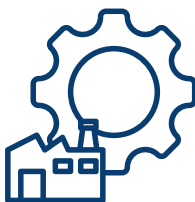
mit diesem Türkei-Briefing möchten wir Sie in regelmäßigen Abständen über den Wirtschaftsstandort Türkei informieren. Gerne stehen wir Ihnen auch als Ansprechpartner zur Verfügung, sollten Sie vertiefende Informationen zu spezifischen Themen wünschen. Unsere Kontaktdaten finden Sie auf *Seite 10*.

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



Die türkische Textilwirtschaft

› Seite 2



Grüne Transformation in der türkischen Textilindustrie

› Seite 6



Türkische Wirtschaft auf einen Blick

› Seite 9

Die türkische Textilwirtschaft:

Mit Tradition und Digitalisierung in die Zukunft

Die Textilproduktion ist einer der ältesten Wirtschaftszweige in der Türkei. Das Textilhandwerk reicht bis ins Osmanische Reich zurück und spielte damals schon eine große Rolle für die Wirtschaft und die Kultur des Landes. Die seit dem 13. Jahrhundert in traditioneller Webkunst und Färberei gefertigten Textilien markieren die Anfänge einer der heute wichtigsten Sektoren in der türkischen Wirtschaft – der Textilindustrie. Zahlreiche deutsch-türkische Textilkoooperationen bestehen bereits seit Jahrzehnten.

2024 werden im türkischen Bekleidungsmarkt voraussichtlich 16,48 Milliarden Euro umgesetzt. Der Bekleidungs-, Konfektions- und Textilsektor erwirtschafteten gemeinsam in 2023 einen Umsatz von 33 Milliarden US-Dollar, davon entfielen 23,5 Milliarden US-Dollar auf Konfektionstextilien und 9,56 Milliarden US-Dollar auf textile Produkte. Bis 2028 soll das Marktvolumen auf 18,25 Milliarden Euro wachsen, das bedeutet ein jährliches Umsatzwachstum von 2,58 Prozent.

Für die türkische Volkswirtschaft wird die Textil- und Modeindustrie auch in Zukunft eine wichtige Rolle spielen. Weltweit ist das Land für seine vielfältige und trendorientierte Mode und die Qualität seiner textilen Produkte bekannt. Im umkämpften internationalen Modemarkt können türkische Produzenten und Zulieferer mit Themen wie Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung zukünftig besonders bei jungen Konsumenten punkten – ein internationales erfolgreiches Beispiel dafür ist der türkische Modehersteller **DeFacto**.

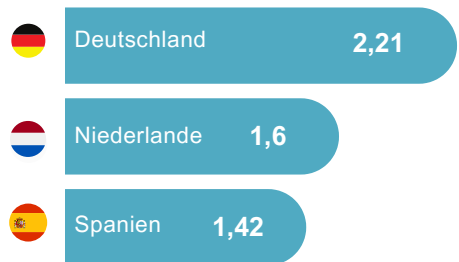
Die Türkei ist der sechstgrößte Bekleidungsexporteur der Welt. Von Januar bis September 2024 betrug das Exportvolumen des türkischen Bekleidungs- und Konfektionsbereichs 13,61 Milliarden US-Dollar,

den größten Anteil hatte daran mit 4,38 Milliarden US-Dollar die Damenbekleidung.

Nach der Automobil- und Chemieindustrie liegt der Bekleidungs- und Konfektionssektor mit einem Anteil von 10 Prozent auf Platz 3 bei den Gesamtexporten der türkischen Wirtschaft. Deutschland ist nach wie vor das Exportland Nummer 1 für die türkische Bekleidungsindustrie: Waren im Wert von 2,21 Milliarden US-Dollar wurden an den deutschen Markt geliefert, es folgen die Niederlande mit 1,6 Milliarden Exportvolumen und Spanien mit 1,42 Milliarden US-Dollar.

Top-Exportziele des türkischen Bekleidungs- und Konfektionssektors

Jan.-Sep. 2024; in Milliarden US-Dollar



Quelle: 'Istanbul Apparel Exporters' Association (IHKİB)

Die Importe von Bekleidungs- und Konfektionswaren in die EU-27 beliefen sich im Zeitraum von Januar bis Juni 2024 auf 43,8 Milliarden Euro. Aus China flossen Waren im Wert von 11,2 Milliarden Euro in die EU-27-Länder, es folgt Bangladesch mit einem Warenwert von 8,9 Milliarden Euro und schließlich auf Platz 3 der Lieferanten die Türkei mit 5,1 Milliarden Euro.

Im Segment der Textilien und textilen Rohstoffe erreichte der Exportwert aus der Türkei von Januar bis September 2024 7,02 Milliarden US-Dollar. Hier liegt Italien als Zielmarkt auf Platz 1, gefolgt von den USA und Spanien. Deutschland rangiert auf Platz 6 der Exportländer.

Von Januar bis Juni 2024 importierten die EU-27-Länder die meisten textilen Rohstoffe und Textilprodukte aus China, die Türkei folgt hier auf dem zweiten Platz. Der Wert der textilen Waren, die aus der Türkei in die EU einfuhren, betrug 1,75 Milliarden Euro. Damit konnte die Türkei ihren Marktanteil am Textilmarkt der EU-27 in dem genannten Zeitraum um 7,6 Prozent auf 18,4 Prozent erhöhen.

Über 1 Million Beschäftigte, 1.008.940 Arbeiter und Angestellte, zählt die gesamte türkische Textil- und Bekleidungsindustrie. Allein in der Bekleidungsbranche wurden im Juli 2024 14.662 neue Mitarbeiter eingestellt, hier sind aktuell insgesamt 611.588 Menschen beschäftigt.

Branchenskizze: Vielfalt bei Produktion

Zur Textilindustrie gehören verschiedene Bereiche, in denen die Produkte zum Einsatz kommen. Sie können in die Gruppen Bekleidung und Mode, Heimtextilien und technische Textilien unterteilt werden. Viele kleine und mittelständische Unternehmen prägen die Branche.

Der bekannteste Bereich der Textilwirtschaft ist sicher die Modeindustrie mit der sogenannten Konfektionskleidung und den Luxusmarken der Bekleidungshersteller.

10 größte Textillieferanten der EU

Januar-Juni 2024; in 1.000 €

Land	Importe	Marktanteil an Gesamtimporten in %
China	2.973.071	31,2
Türkei	1.748.295	18,4
Vereinigtes Königreich	668.802	7,0
USA	606.213	6,4
Indien	555.814	5,8
Südkorea	379.993	4,0
Japan	377.437	4,0
Pakistan	354.583	3,7
Schweiz	245.135	2,6
Vietnam	195.751	2,1

Quelle: Istanbul Apparel Exporters' Association (IHKİB)

Türkische Konfektionsmarken sind für ihre Qualität, ihr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und vor allem für ihre Trendorientierung bekannt, die aktuelle Designs zeitnah in den Markt bringen. Die Konfektionsmarken aus der Türkei finden sowohl im inländischen als auch in den internationalen Märkten Abnehmer.

Der Modehersteller **Mavi** ist ein Beispiel für den Erfolg türkischer Konfektionsproduzenten: Mit Niederlassungen in 34 Ländern, davon eine Vielzahl in den USA, Kanada und Europa, ist Mavi ein wichtiger Akteur im Markt.

Auch im Segment der Luxusmarken legen türkische Hersteller zu. Luxusbekleidung zeichnet sich durch ein hohes Maß an Handwerkskunst, Qualität und zeitlosem anspruchsvollem Design aus. Das 1934 gegründete Unternehmen **Vakko** ist eine der renommiertesten und traditionsreichsten Luxusmodemarken der Türkei.

Zur Textilindustrie zählt außerdem der große Bereich der Heimtextilien, in den Möbelstoffe, Vorhänge, Bettwäsche und Handtücher fallen. Türkische Heimtextilien werden nicht nur für ihre Qualität, sondern in besonderem Maß für ihr anspruchsvolles und kreatives Design international geschätzt. Absatzmärkte sind vor allem Europa und der Nahe Osten. Das führende Heimtextilunternehmen der Türkei ist **Özdilek**, das 1971 gegründet wurde und in Bursa ansässig ist.



Standorte der türkischen Textilindustrie

Die Unternehmen der Textilindustrie verteilen sich geografisch vor allem auf 3 Schlüsselregionen der Türkei: Istanbul, Bursa und die Ägäis-Region.

Istanbul ist die größte Stadt der Türkei und als Handelszentrum ein exponierter Standort für die Textilindustrie. Hier sind viele Textilunternehmen angesiedelt, darunter führende türkische Modemarken und Designer. Branchenmessen und Ausstellungen in Istanbul sind Treffpunkte für nationale und internationale Einkäufer der textilen Wirtschaft und fördern die weltweiten Handelsbeziehungen.

Durch ihre geografische Lage mit Zugang zu den wichtigsten Schifffahrtswegen und der Nähe zu den europäischen Märkten ist Istanbul der Mittelpunkt für Produktion und Export vieler Waren und Güter.

In Bursa lag schon im Osmanischen Reich das Zentrum der Seidenproduktion. Bis heute ist die Region für ihre hochwertigen Stoffe aus Seide, Baumwolle und synthetischen Fasern bekannt. Eine gut ausgebaute Infrastruktur und modernste Produktionsanlagen machen Bursa zu einem der wichtigsten Standorte für die Textilindustrie.

Die Ägäis-Region beheimatet 2 weitere Zentren des Sektors. In Izmir werden hauptsächlich Konfektionsbekleidung und Heimtextilien gefertigt, während Denizli vor allem für seine Handtuch- und Bademantelproduktion bekannt ist, die zum Großteil für den internationalen Markt produziert werden. So kamen zum Beispiel 35.000 textile Einheiten, die für Events im Rahmen der Sommerolympiade 2024 nach Paris geliefert wurden, aus einem Werk in Denizli.

Custom-made: Deutsch-türkische Textilkooperationen

Die Beziehung zwischen Deutschland und der Türkei im Textilsektor geht weit über das Handelsvolumen hinaus – Deutschland ist das wichtigste Exportziel der türkischen Bekleidungs- und Konfektionsindustrie. Gleichzeitig lassen zahlreiche deutsche Mode- und Textilmarken ihre Produkte in der Türkei fertigen, was die enge wirtschaftliche Verflechtung beider Länder weiter unterstreicht.

Schon seit 1999 ist die deutsche Mode- und Lifestylemarke **Hugo Boss** mit einer Produktionsniederlassung in İzmir vertreten. Das Werk gehört zu den größten Textilproduktionen weltweit und beschäftigt mehrere Tausend Mitarbeiter. Hier wird ein Großteil der Anzüge von Hugo Boss und andere Konfektionswaren hergestellt. Die geografischen Standortvorteile und qualifizierten Arbeitskräfte in der Türkei sind für Hugo Boss wichtige Faktoren für das langjährige Engagement im Land.

Auch andere deutsche Unternehmen sehen in der Türkei einen attraktiven Standort für ihre Produktions- und Vertriebsaktivitäten. So hat die **Karl Mayer Gruppe**, ein weltweit führender Hersteller von Textilmaschinen, 2023 einen eigenen Standort in Bursa eröffnet. Das Unternehmen produziert und liefert Maschinen an die Textil-, Automobil- und Möbelindustrie. 1991 verkaufte die Karl Mayer Gruppe ihre erste Kettenwirkmaschine in die Türkei. Seitdem haben sich die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seinen türkischen Partnern kontinuierlich weiterentwickelt. Am Standort Bursa betreibt die Gruppe ein Verwaltungsgebäude und bietet seinen Kunden in einer Akademie Schulungen für seine neuesten Maschinen an.

Ein weiteres bedeutendes Beispiel für die erfolgreiche Kooperation zwischen Deutschland und der Türkei in der Textilbranche ist die **ERKO-Gruppe**. Als regionale Zweigniederlassung koordiniert ERKO den Vertrieb der Maschinen von Karl Mayer und managt die Kundenbeziehungen in der Region.



Internationale Textilmaschinenmesse

- Seit 2004 findet die Internationale Textilmaschinenmesse (ITM) in Istanbul statt, sie ist heute eines der wichtigsten Treffpunkte für die globale Textilindustrie. 1.385 Aussteller aus 71 Ländern präsentierten im Juni 2024 neueste Technologien und Maschinen für die Textilproduktion. Die 66.200 Fachbesucher informierten sich über aktuelle Trends in den Bereichen Weben, Stricken, Färben, Drucken und Finishing.
- Der deutsche Logistiker DB Schenker war mit seinem Joint Venture, der DB Schenker Arkas der einzige offizielle und autorisierte Partner der ITM 2024.
- Die nächste ITM wird vom 9. bis zum 13. Juni 2026 in Istanbul stattfinden.

Grüne Transformation in der türkischen Textilindustrie

Mit der im 19. Jahrhundert beginnenden Industrialisierung, bei der mechanische Webstühle und dampfbetriebene Maschinen in den Betrieben zum Einsatz kamen, hat sich die Textilproduktion ständig weiterentwickelt und ist inzwischen ein wichtiger Wirtschaftsfaktor für die Türkei. Traditionelle Handwerkskunst, innovative Produktionsmethoden und KI-Anwendungen im gesamten Produktzyklus sowie neue E-Commerce-Vertriebsstrukturen sichern heute der türkischen Textilindustrie einen führenden Platz im internationalen Wettbewerb.

Die türkische Textil- und Bekleidungsindustrie hat in den letzten Jahren – auch beschleunigt durch die Pandemie – erheblich in neue Fertigungsprozesse investiert. Digitalisierung und Automatisierungen wurden unter dem Eindruck der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels und der E-Commerce-Plattformen intensiv ausgebaut.

Künstliche Intelligenz (KI), Internet of Things (IoT) und elektronische Robotik sind in der türkischen Textilfertigung mittlerweile eine Selbstverständlichkeit und werden fortlaufend in alle Prozesse integriert.

Der Textilsektor ist ebenfalls ein Treiber beim Ausbau der digitalen Infrastruktur – durch die Verlagerung der Vertriebsketten in den Onlinehandel müssen die türkischen Bekleidungsunternehmen sehr schnell liefern und effizientes Nearshoring und optimale Bestandhaltung betreiben, um weiter wettbewerbsfähig zu bleiben. Die in die digitalen Technologien getätigten Investitionen haben dazu beigetragen, dass türkische Hersteller flexibel auf die Marktbewegungen und Verbraucherwünsche reagieren können.

Beispielhaft für eine gelungene Integration der 4.0-Technologien im türkischen Textilsektor ist die seit 2015 in İzmir existierende Produktionsanlage der deutschen Marke **Hugo Boss**. Dort vernetzt die künstliche Intelligenz halb- und

vollautomatische Maschinen und Roboter zur Optimierung sämtlicher Produktionsprozesse.

Das ebenfalls in İzmir beheimatete türkische Unternehmen **Sun Tekstil** setzt KI zur Umsetzung seiner Nachhaltigkeitsvision ein: Die Umweltbelastungen sollen in jedem einzelnen Herstellungsschritt, von der Auswahl der Rohstoffe über den Energieverbrauch bis hin zu den Emissionen in der Logistikkette, verringert werden. Dafür hat das Unternehmen erst kürzlich mit der **NTT DATA Business Solutions AG** eine Kooperation vereinbart, um die Nachhaltigkeitstransformation zu beschleunigen.

Die türkischen Textilhersteller sind auf einem erfolgreichen Weg, um im internationalen Wettbewerb unter den aktuellen Herausforderungen ihre Position zu halten und auszubauen. Das **Ministerium für Industrie und Technologie** flankiert die Modernisierungsmaßnahmen der Hersteller.

Laut Minister **Mehmet Fatih Kaçır** wurden in den vergangenen 22 Jahren Investitionen in Anlagen im Wert von 34 Milliarden US-Dollar gefördert und mehr als 1 Million neue Arbeitsplätze geschaffen. 45 Unternehmen allein aus der Textilwirtschaft spielen eine Schlüsselrolle im Bereich Forschung und Entwicklung, die gemeinsam in den 78 Technoparks und 54 Designzentren der Türkei an kreativen Technologielösungen für eine Industrie 4.0 arbeiten.

Ein Ziel für alle: Umwelt bewahren

Der **Green Deal** der europäischen Kommission will Europa bis 2050 zum ersten klimaneutralen Kontinent machen. Eine moderne, ressourcen-effiziente und treibhausgasneutrale Wirtschaft soll bis dahin entstehen. Alle Industriezweige sind bereits mit Nachhaltigkeitsinitiativen auf dem Weg zu einer klimagerechten Umwelt und als einer der großen Wirtschaftsakteure des Landes setzt auch die türkische Textilindustrie vielfältige Maßnahmen für nachhaltige Produktionsabläufe um.

Die türkische Exportversammlung **TİM** unterstützt alle Branchen mit einem Aktionsplan für Nachhaltigkeit, einer langfristigen Strategie zur Optimierung aller Unternehmenspraktiken. Initiativen zum Einsatz neuer Technologien sowie die Förderung des Anbaus von Biobaumwollen helfen den Unternehmen der Textilindustrie bei ihren Bemühungen, nachhaltige Produktionsprozesse zu etablieren: Energieeffizienz, Abfallvermeidung oder die Verwendung ökologischer Rohstoffe stehen dabei ebenso auf der Agenda wie die Vermittlung betriebswirtschaftlich ökologischer Unternehmensführung, beispielsweise die Einführung der Grundsätze einer Kreislaufwirtschaft, die Erfüllung der Voraussetzungen für Umweltzertifikate, gezielte Mitarbeiterschulungen sowie das Management einer verantwortungsbewussten Lieferkettenlogistik.

Auch die Branchenverbände **İTHİB (İstanbul Textile and Raw Materials Exporters' Association)** und **İHKİB (İstanbul Apparel Exporters' Association)** fördern die Textilunternehmen mit umfangreichen Angeboten zu Nachhaltigkeitspraktiken, die im Einklang mit den Zielen des Green Deals stehen.

Türkische Unternehmen verpflichten sich zu Nachhaltigkeit

Die international renommierte türkische Bekleidungsmarke **DeFacto** ist seit Jahren für ihren Einsatz um nachhaltiges Wirtschaften in der Textilindustrie bekannt. Im vergangenen Jahr wurde DeFacto bei den **Global RLI Awards** in London dafür mit dem Titel „Sustainable Retailer of the Year“ ausgezeichnet. Die Global RLI Awards ehren laut Satzung „Visionäre in der Welt des Handels und der Freizeit“. Der Preis wird von der britischen **Retail & Leisure International** verliehen, dem wichtigsten angelsächsischen Branchenmedium.

DeFacto hat Nachhaltigkeit in seinen gesamten Wirtschaftskreislauf integriert: Vom Design über die Produktion bis zum Vertrieb setzt die türkische Modemarke Standards für ökonomisch umweltgerechtes Handeln. Auch Inklusion und Vielfalt sind Merkmale der Unternehmensphilosophie und kennzeichnen die Markenidentität. Bis 2030 will DeFacto 90 Prozent seiner Kollektionen nachhaltig produzieren und den CO₂-Ausstoß um 55 Prozent verringern. 2050 will das Modeunternehmen eine Climate-Positive-Marke sein.

In dem Ende 2021 in Berlin eröffneten Flagship-Store von DeFacto setzt das Unternehmen auf neue Technologien für den stationären Einzelhandel: Virtual Reality, Augmented Reality und Robotik vernetzen sich und ermöglichen ein physisch und digital neues Einkaufserlebnis. Konsumenten können mit Produkten und Roboterberatern interagieren.

Ein weiteres Beispiel für die Umsetzung nachhaltiger Unternehmenspraktiken sind die türkische **Sun Tekstil** und ihre Tochter **Ekoten**.

Sie zeigen, wie eine grüne Transformation in der Textilindustrie auf den Weg gebracht werden kann: 63 Prozent ihrer Produkte werden aus nachwachsenden Rohstoffen gefertigt (2023) und der Einsatz von digitalem Design und 3D-Druck hat nicht nur die Effizienz bei der Produktion erhöht, sondern auch den Abfall verringert. Das Unternehmen setzt außerdem Bioenergie ein und hat 95 Prozent Wasserrückgewinnung mit der Installation einer innovativen Kläranlage erreicht.

Baumwollproduktion – zunehmend ökozertifiziert und nachhaltig

Baumwolle ist eine Naturfaser, die dank ihrer Struktur und Eigenschaften schon seit Jahrtausenden für die Herstellung von Textilien genutzt wird. Aus der Rohware werden Baumwollballen gepresst, die anschließend von Spinnereien zu Garn weiterverarbeitet werden. Aus diesen Garnen entstehen die Stoffe für Textilien aller Art.

Die Türkei ist der sechstgrößte Baumwollproduzent weltweit. Modernste Anlagen verarbeiten die Rohbaumwolle zu Garnen für die Textilproduktion. 60 Prozent der türkischen Baumwollproduktion ist in Südostanatolien angesiedelt.

Seit 2019 wird hier mit dem **Better Cotton Project** die nachhaltige Baumwollproduktion gefördert, die bereits erste Erfolge erzielte: Der Wasserverbrauch konnte um 45 Prozent und der Einsatz von Düngemitteln um 3 Prozent gesenkt werden.

Baumwollproduzenten in Şanlıurfa und Diyarbakır werden im gesamten Anbauprozess mit Schulungen und technischen Mitteln unterstützt. Ziel ist es, langfristig eine effiziente Wassernutzung, Bodenschutz, Lebensraumerhaltung, Minimalisierung von Schadstoffen und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu etablieren und erhalten.

Auch die Digitalisierung der Landwirtschaft ist Teil des ehrgeizigen Projektes. Dabei stehen Präzisionslandwirtschaft und Kapazitätsmanagement im Fokus. Die Ergebnisse fließen in die Erstellung einer Biodiversitätskarte der Region ein.

Ein wichtiger Meilenstein für eine nachhaltige und ökologische Baumwollproduktion, die langfristig vollständig nach den Better-Cotton-Standards arbeiten und als Better-Cotton-Region zertifiziert werden soll.

1.830 Landwirte bauen auf einer Fläche von 38.000 Hektar bereits Baumwolle mit einer Better-Cotton-Lizenz an. Das Better Cotton Project wird vom UN-Entwicklungsprogramm **UNDP** und der Regionalentwicklungsverwaltung **GAP** unterstützt und vom **Growth and Innovation Fund (GIF)** finanziert. Es ist Teil der **Better-Cotton-Initiative**, einer Multi-Stakeholder-Interessengemeinschaft für nachhaltige Baumwollproduktion, die in der Türkei durch die Organisation **İPUD** (İyi Pamuk Uygulamaları Derneği) vertreten wird. Die integrierte Ressourcennutzung und die Minimierung der Umweltbelastungen sind die Hauptziele der Initiative.



Türkische Wirtschaft auf einen Blick

Industrieproduktionsindex

(ggü. Vorjahresmon., in %)

08/24 -5,3

BIP-Wachstum

(ggü. Vorjahresquartal, in %)

Q2/24 2,5

Arbeitslosigkeit

(in %)

08/24 8,5

Einwohnerzahl

(2023)

85.372.377

Quelle: Türkisches Statistikamt TurkStat

Weltbank stellt der Türkei 1,9 Mrd. USD zur Verfügung

Der türkische Finanzminister **Mehmet Şimşek** hat im Rahmen seiner USA-Reise anlässlich der **G20-** und **Weltbank-Treffen** eine Reihe bedeutender Kreditabkommen mit der Weltbank abgeschlossen.

Im Fokus stehen 4 zentrale Projekte, die auf die Steigerung der Energieeffizienz, das Hochwasser- und Dürremanagement, den grünen Wandel sowie den Wiederaufbau von Industriegebieten in erdbeben-geschädigten Regionen abzielen.

Insgesamt erhält die Türkei durch diese Abkommen rund 1,9 Milliarden US-Dollar an Finanzmitteln von der Weltbank. Damit steigt das Gesamtvolumen der in diesem Jahr von der Weltbank bereitgestellten Finanzhilfen auf 3,9 Milliarden US-Dollar.

Exporte steigen um 2,3 Prozent

Den Angaben des **türkischen Exportverbands (TİM)** zufolge stieg der Export der Türkei im Zeitraum von Januar bis September 2024 um 2,3 Prozent und erreichte 166,2 Milliarden US-Dollar.

Nach Ländergruppen betrachtet war die **Europäische Union (EU-27)** mit einem Anstieg von 3,7 Prozent und einem Volumen von 72,57 Milliarden US-Dollar der wichtigste Handelspartner der Türkei. Unter den Ländern führte Deutschland mit Exporten im Wert von 13,50 Milliarden US-Dollar die Liste an, gefolgt von den USA (9,79 Milliarden US-Dollar) und dem Vereinigten Königreich (9,46 Milliarden US-Dollar).

Erneuerbare Energien dominieren türkische Stromproduktion

Laut einer Erklärung des **türkischen Energieministeriums** wurden in den ersten 8 Monaten dieses Jahres insgesamt 232,6 Terawattstunden Strom in der Türkei produziert. Davon wurden 62,8 Prozent aus heimischen und erneuerbaren Energiequellen gewonnen.

Den größten Anteil an der Stromproduktion hatte in diesem Zeitraum die Wasserkraft mit 24,5 Prozent. Aus Wasserkraft wurden in diesen 8 Monaten 57,1 Terawattstunden Strom erzeugt.



Foto: Rawpixel.com/Shutterstock.com

DAS TÜRKEI-BRIEFING

Herausgeber

modus factum GmbH
Gertrudenkirchhof 10
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