

AUSSEN
WIRTSCHAFT
BEZUG VON TEXTILIEN UND BEKLEIDUNG
AUS DER TÜRKEI

ÜBERBLICK ÜBER DIE TÜRKISCHE TEXTILBRANCHE
TRENDS UND AKTUELLE ENTWICKLUNGEN
DIE TÜRKISCHE WIRTSCHAFTSLAGE UND IHRE AUSWIRKUNGEN
TIPPS, TRICKS UND WISSENSWERTES BEIM TEXTILEINKAUF

AUSSENWIRTSCHAFTSCENTER ISTANBUL
NOVENBER 2018

.....
AUSTRIA IST ÜBERALL.
.....



Eine Information des
AußenwirtschaftsCenters Istanbul

AußenwirtschaftsCenter Istanbul

Wirtschaftsdelegierter

Mag. Georg Karabaczek

T +90 212 211 14 76

E istanbul@wko.at

W wko.at/aussenwirtschaft/tr

HEAD OFFICE:

Mag. Konstantin Bekos

T +43 5 90 900/4442

E aussenwirtschaft.suedosteuropa@wko.at

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte, insbesondere die Rechte der Verbreitung, der Vervielfältigung, der Übersetzung, des Nachdrucks und die Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege durch Fotokopie, Mikrofilm oder andere elektronische Verfahren sowie der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen bleiben, auch bei nur auszugsweiser Verwertung, der Wirtschaftskammer Österreich - AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten. Die Wiedergabe mit Quellenangabe ist vorbehaltlich anders lautender Bestimmungen gestattet.

Es wird darauf hingewiesen, dass alle Angaben trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung der Wirtschaftskammer Österreich - AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA ausgeschlossen ist.

Darüber hinaus ist jede gewerbliche Nutzung dieses Werkes der Wirtschaftskammer Österreich - AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA vorbehalten.

© AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA DER WKÖ

Offenlegung nach § 25 Mediengesetz i.d.g.F.:

Herausgeber, Medieninhaber (Verleger) und Hersteller: AußenwirtschaftsCenter Istanbul
Büyükdere Cad. 100-102, Maya Akar Center K.14 D.51, 34394 - Esentepe, Istanbul/Türkiye

T +90 212 211 14 76 | F +90 212 212 01 33,

E istanbul@wko.at | W wko.at/aussenwirtschaft/tr

Inhaltsverzeichnis:

1. Einleitung	4
2. Die türkische Textilindustrie: ein Überblick	4
3. Aktuelle Trends für die Türkei und die globale Modeindustrie	6
3.1. Verantwortung Umwelt	6
3.2. Das Zeitalter der Digitalisierung: Produktion, Logistik und Smart Clothing	7
3.3. Innovative Unternehmen in der Türkei	8
4. Die türkische Wirtschaft und der Liraverfall: Chancen für den Textilimport?	8
5. Chancen für österreichische Textileinkäufer	9
6. Tipps, Tricks und Wissenswertes	9
7. Nachwort des Wirtschaftsdelegierten	10

1. Einleitung

Die Türkei war lange Zeit nicht als Produzent hochwertiger Produkte bekannt, seit den 80-iger Jahren hat sich die türkische Textilindustrie jedoch laufend weiterentwickelt. Inzwischen ist die Türkei als Bezugsland für Textilien und Bekleidung nicht mehr aus der internationalen Textilbranche wegzudenken, alleine im Jahr 2017 wurde in Österreich Bekleidung im Gesamtwert von EUR 100 Mio. aus der Türkei importiert. Vor allem die Nähe zu Europa und die besseren Umweltbedingungen als in vielen fernöstlichen Ländern machen die Türkei als Textil-Land interessant. Dieser kurze Report soll auf die aktuellen Entwicklungen im Textilbereich eingehen, ein paar Tipps und Tricks beinhalten sowie Chancen für österreichische Firmen in der Textilbranche aufzeigen.

2. Die türkische Textilindustrie: ein Überblick



Quelle: www.textiletoday.com

weltweit größten Bekleidungshersteller an sechster Stelle und bei der Herstellung von Jeansbekleidung überhaupt an dritter Stelle. Aufgrund dieser starken globalen Präsenz tendiert die Türkei zur Expansion: in naher Zukunft wird geplant, mit einer eigenen großen Marke in die weltweite Markenwirtschaft einzusteigen und durch die moderne Seidenstraße einen außergewöhnlichen Status zu erhalten.

Aufgrund dessen nehmen die Investitionen (v.a. auch in Forschung und Entwicklung, siehe unten) in der türkischen Textilindustrie immer mehr zu. Insgesamt ist für den gesamten Sektor langfristig mit einem Exportvolumen von USD 20 Mrd. pro Jahr zu rechnen. Zusätzlich dazu wird innerhalb des Landes eine Aufteilung der Produktionskette erfolgen, Istanbul soll das Modezentrum und Anatolien die Produktionsbasis werden, so der Präsident des Verbands der Istanbuler Fertigwaren- und Bekleidungsexporteure (İHKİB), Mustafa Gültepe.

Als Spitzenreiter der europäischen Bekleidungsproduzenten ergeben sich tiefgreifende Verbindungen mit der Europäischen Union. So gehören neben Straßenfahrzeugen vor allem Bekleidungsgüter zu den Hauptimportwaren der EU aus der Türkei. Der Anteil dieser Warengruppen nimmt dabei mehr als ein Drittel der EU-Importe aus der Türkei ein und die Türkei ist damit auch das dritt wichtigste Lieferland. Viele der großen Bekleidungsmarken wie Esprit, H&M, Hugo Boss, S. Oliver, Adidas, Nike und Zara lassen ihre Waren in der Türkei nähen.

Die Türkei ist vor allem wegen der niedrigen Produktionskosten für europäische Unternehmen interessant. Nun will die Türkei ihre Wettbewerbsfähigkeit auf den Weltmärkten steigern, indem sie Investitionen im Design

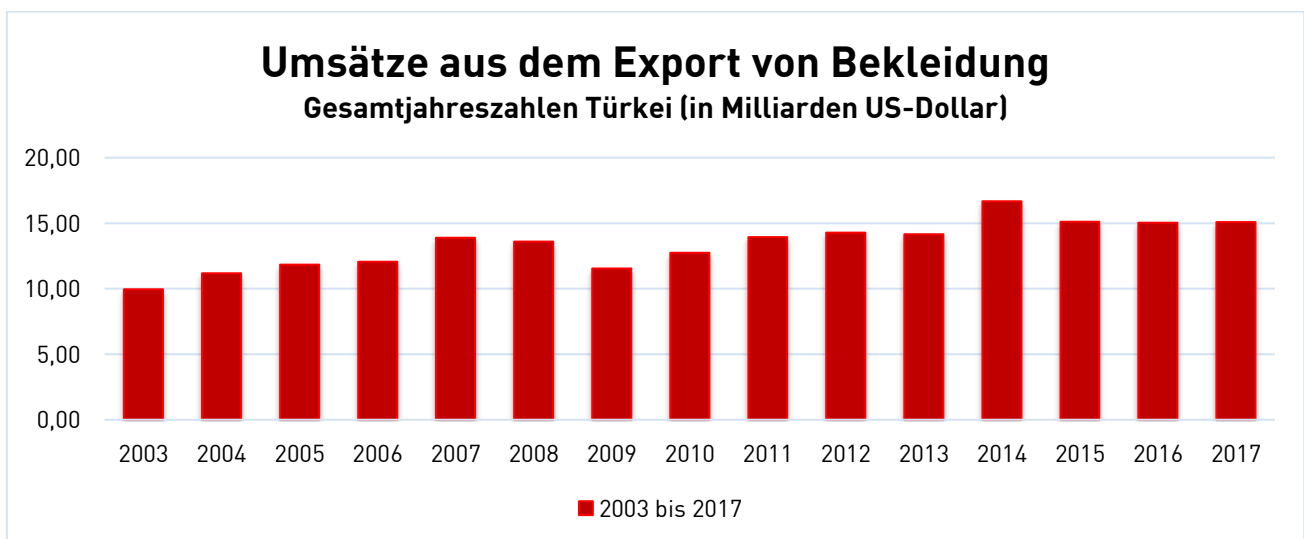
tätigt. Bekannte Modehersteller wie Ipekyol, Vakko und Zorluteks und auch andere Textilunternehmen fertigen und vermarkten eigene Marken und bauen bereits ihr Online-Vertriebsnetz aus. Zusätzlich wird verstärkt in Forschungs- und Entwicklungsprojekte investiert, um die veränderte Nachfrage ausländischer Kooperationspartner bedienen zu können.

Dieser Trend ist dabei seit den 80er Jahren etabliert, seitdem die Türkei das Hauptlieferland von Stoffen und Bekleidung für die EU ist. Die Lieferungen konzentrieren sich auf Maschenmode, Casual-Wear für Männer, Frauen und Kinder sowie Damen- und Herrenoberbekleidung. Zu den Hauptexportgruppen gehören Denim, Gewebe, Strick, Heimtextilien, Technische Textilien, Modische Bekleidung („ready to wear“) und NOS-Ware wie T-Shirts. Insgesamt sind 62 % Strickware und 38 % Webware, wobei 80 % der Bekleidung aus Baumwolle sowie generell 65 % der eigenen Textil- und Bekleidungsproduktion exportiert wird.

Die Arbeitsbedingungen und die Umweltschutzmaßnahmen in der Türkei sind wesentlich besser als in China, wodurch die Türkei immer mehr an Bedeutung gewinnt. Die Region Istanbul ist neben Bursa, Izmir, Denizli, Usak, Gaziantep und Kayseri eines der bedeutenden textil- und bekleidungsindustriellen Zentren der Türkei. Das Land hat, verglichen mit allen übrigen europäischen Ländern auch die weitaus größte Anzahl an Beschäftigten in der Textil- und Bekleidungsindustrie und expandiert weiterhin kräftig. Allein in der Region Istanbul gibt es über 15.000 Textilunternehmen. Unter diesen den richtigen Partner zu finden, ist oftmals herausfordernd.

Top 10: Die größten Modehändler der Türkei	
1.	LC Waikiki
2.	Koton
3.	Defacto
4.	Mavi
5.	Inditex
6.	Beymen
7.	H&M
8.	Ziylan
9.	Eren
10.	Penti
Quelle: Euromonitor (2017)	

Die Hersteller in der Türkei, die sich durch Flexibilität im passiven Lohnveredelungsverkehr, in der Vermittlung und in Vollgeschäften, und durch Schnelligkeit bei Lohnaufträgen auch im No-Name-Label-Geschäft mit Versendern, Einkaufsverbänden und Filialisten im Handel auszeichnen, offerieren verstärkt eigene Mode. Auf den Modemessen in Europa zeigt sich die Türkei nach Italien als größte geschlossene Länderbeteiligung. Die Hauptziele der türkischen Bekleidungsindustrie sind die Digitalisierung der Modebranche, die Automatisierung der Produktionsprozesse sowie die nachhaltige Textilproduktion. All diese Ziele spiegeln die Herausforderungen der Zukunft in der Textilindustrie wieder (siehe nachfolgendes Kapitel). So setzen viele türkische Textilunternehmen bereits jetzt einen besonderen Fokus auf Forschung und Entwicklung (F&E), wodurch ein höchst innovatives Umfeld geschaffen wird.



Quelle: Exportverband IHKIB; türkisches Wirtschaftsministerium (2017)

3. Aktuelle Trends für die Türkei und die globale Modeindustrie

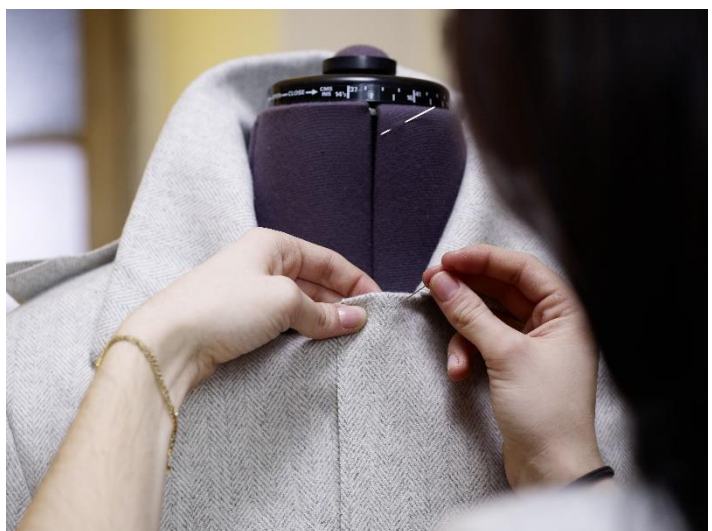
Noch nimmt in der Türkei die Baumwolle-Produktion einen wesentlichen Stellenwert ein, denn mit einer jährlichen Ernte von etwa 800.000 Tonnen Baumwolle ist das Land der sechstgrößte Produzent weltweit. Allerdings bilden sich global gesehen eindeutige Tendenzen heraus: weg von Baumwolle, hin zu Kunstfasern. Abhängig vom spezifischen Grundstoff ergeben sich allerdings weitreichende Auswirkungen über das Preisschild hinaus, die meistens nicht bekannt sind. Zwei davon sollen nun kurz beleuchtet werden: die Effekte auf die Umwelt sowie die Auswirkungen auf die Produktion und die Produkte selber.

3.1. Verantwortung Umwelt

Die Konfektionsindustrie wird von globalen Trends beeinflusst und geformt. Ein eindeutiger Trend hierbei ist die Reduktion der Verwendung von Baumwolle sowie deren Substitution durch Polyester. Doch beide Rohstoffe enthalten Kosten, die nicht im endgültigen Produktpreis enthalten sind: die Kosten der Umweltauswirkungen. Produktionsanalysen zeigen, dass allein für die Herstellung und den Transport eines T-Shirts aus Baumwolle 2700 Liter Wasser verbraucht werden. Aufgrund dieses hohen Rohstoffverbrauchs kommt es heutzutage zu einer vermehrten Verlagerung der Produktionsstätten in Länder, die günstige Produktionskosten aufweisen. Auch der Lebenszyklus von Modeprodukten endet nicht nach dem Gebrauch; was mit nicht mehr getragenen Kleidungsstücken passiert, spielt eine wesentliche Rolle für den ökologischen Fußabdruck eines Produkts. So nimmt der Second-Hand-Gebrauch genauso zu wie das Recycling von Textilien. Vor allem die Verwendung von recyceltem Material ist zunehmend auf dem Vormarsch und wird richtungsweisend für die globale Textilindustrie sein.

Neben der ressourcenintensiven Baumwolle stellen auch Kunstfasern – allen voran Polyester – ein globales Problem dar. Da Kunststoff nicht durch Mikroorganismen zersetzt werden kann und keiner Mineralisation unterworfen ist, zersetzt es sich nur mechanisch – und dies sehr langsam. Ein Plastiksackerl benötigt 10 bis 20 Jahre, eine PET-Flasche 450 Jahre und eine herkömmliche Angelschnur 600 Jahre (!), bevor sie zerfällt. Zuvor werden verschiedene Größenstadien durchlaufen, an dessen unterem Ende das Mikroplastik steht – ein Begriff der inzwischen weitläufig bekannt ist. Ein wesentlicher Faktor für den Grad der Umweltverschmutzung durch Textilien stellt somit deren konsumierte Menge dar. Ein geringerer Konsum und langlebigere Materialien tragen wesentlich zur Reduktion von Umweltbelastungen durch Kleidung bei. Des Weiteren leisten ökologisch produzierte Naturfasern einen positiven Beitrag zur Umweltverträglichkeit des gesamten Textilsektors.

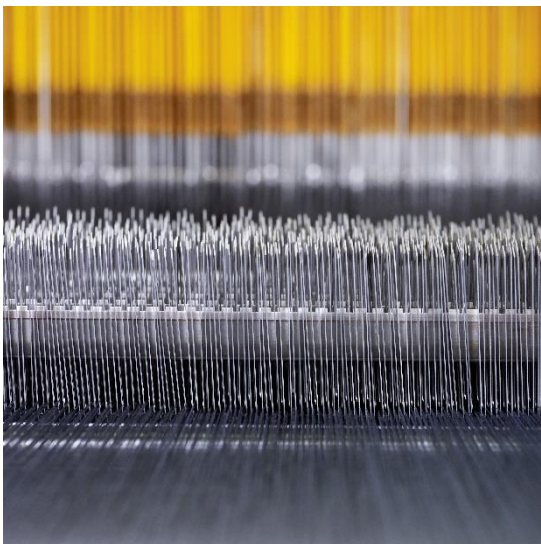
Dies sind nur zwei Beispiele für die ökologischen Herausforderungen in der Textilindustrie, die es zu lösen gilt – doch es zeichnet sich schon ein deutlicher Wandel ab. Das Bewusstsein der Menschen für Umweltverschmutzung und -schutz hat in den letzten Jahren merklich zugenommen. Neben der nachhaltigen Lebensmittelproduktion ist auch die Nachfrage nach ressourcenschonenden Produktalternativen rasant angestiegen und hat nun auch die Modeindustrie erreicht. Die Antworten darauf nennen sich „Responsible Fashion“, „Grüne Mode“, „Organic Clothing“, „Ethic Clothing“ oder „Fair Fashion“ – alles Konzepte um den ökologischen Fußabdruck unseres Kleidungskonsums zu reduzieren und ein breiteres Bewusstsein für die Umweltproblematik der Fashionindustrie zu schaffen. Denn nach dem Öl- und Petroleumsektor ist die Modeindustrie (und allem voran Fast Fashion und billige Kleidung) der Sektor, der die Umwelt am zweitstärksten belastet bzw. verschmutzt.



3.2. Das Zeitalter der Digitalisierung: Produktion, Logistik und Smart Clothing

Der Digitale Wandel macht auch nicht vor der Modeindustrie halt. Dies stellt die Textil- Bekleidungsindustrie vor große Herausforderungen, da sich das klassische Zusammenspiel zwischen Marke und Kunde verändert. Vor allem die steigende Individualisierung, die Vernetzung von Geräten und Menschen sowie die fortschreitende Automatisierung von Produktions- und Logistikprozessen rückt zunehmend in den Fokus der Modebranche. So erfordern Technologische Innovationen sowie veränderte Kundenerwartungen neue Geschäftsmodelle und Organisationsprinzipien.

Eine der neuesten und zugleich spannendsten Innovation stellt der 3D-Druck dar. Bisher beschränkte sich dessen Anwendung rein auf die Erstellung von Prototypen mit sehr geringen Stückzahlen, doch dies soll sich nun sukzessive ändern. Adidas plant bereits heuer (2018) die Produktion von 100.000 Paar Schuhen mittels 3D-Print. Dabei werden sämtliche Materialien mit Ausnahme der Schnürsenkel gedruckt, die Mitarbeiter sind nur mehr für die Überwachung der Maschinen zuständig. Statt einer Produktionszeit von drei Monaten, dauert die Herstellung dieser Menge dann nur mehr fünf Stunden – nein, dies ist kein Schreibfehler. Die Anwendung des 3D-Drucks bietet somit weitreichende Individualisierungsmöglichkeiten und hilft, Kunden durch den Verkauf von Designdateien, Stoffen und Schnittmustern an sich zu binden.



Ziel der Einführung einer digitalen Produktion ist des Weiteren die Beschleunigung der Prototypenproduktion, der Produktionszeit und der Logistikprozesse. So können durch Innovationen wie der des 3D-Druck die Produktion von Mustern und Prototypen als Vorstufe der analogen Massenproduktion enorm beschleunigt werden. Zudem verkürzen diese Produktionstypen die Produktionszeit deutlich – auch der Druck von natürlichen bzw. naturnahen Fasern wird in wenigen Jahren kein Problem mehr darstellen. Man geht jedoch davon aus, dass frühestens ab 2022 die digitale Produktion in einem größeren Umfang ausgeweitet wird. Neben der Produktion selbst, spielt auch die Logistik eine bedeutende Rolle im Zeitmanagement. Geschwindigkeit ist heutzutage eine der wichtigsten Herausforderungen der Textilindustrie, da Kunden durch Anbieter wie

Amazon, Zalando & Co kurze Lieferzeiten gewohnt sind. Effiziente Wege mittels dezentralen, hochautomatisierten Lagern und Lagerrobotern, Regalsystemen und Sortiermaschinen sowie die Einbeziehung von Big Data in die Lagerlogistik sind daher eine Notwendigkeit, um den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden. Eine Beschleunigung der Logistikprozesse wird darüber hinaus durch die Technologisierung der Kleidung ermöglicht. Smarte Bekleidung mit integrierten Sensoren und Geo-Location-Chips können mit den Logistiksystemen direkt kommunizieren und auf diese Weise entlang der gesamten Wertschöpfungskette eindeutig identifizierbar und lokalisierbar sein. Gleichzeitig erhalten jedoch auch Kunden Informationen zur Herstellung der Kleidung – oder wann sie beispielsweise das letzte Mal gewaschen wurde.

In der Fertigbekleidungsindustrie gibt es somit einen stetigen Bedarf an Innovationen in der Textilinfrastruktur. Nicht nur bei Fasern, Garnen und Gewebetechnologien gibt es ausreichend Anreize zur Weiterentwicklung der Textilindustrie, welche für die Produktion und personalisierte Fertigung selbst sowie für die Verkürzung der Lieferzeiten benötigt werden. Smart Clothing und funktionelle Kleidung werden zunehmend genauso wichtig werden wie das Design und die Qualität selbst. Der Anstieg der Individualisierung läutet den Wandel vom Standard-Kunden zu spezifischen Kundengruppen ein – so zeichnen sich nach neuesten Studien neun spezifische Kundengruppen in den Bereichen Economy bis Premium mit jeweils individuellen Bedürfnissen ab. Die Mode des 21. Jahrhunderts lässt nicht auf sich warten.

Weitere Informationen gibt es auf der Homepage des türkischen [Verbandes für Bekleidungs-Experteure](#).

3.3. Innovative Unternehmen in der Türkei

In der Türkei gibt es eine Vielzahl von Unternehmen, die auf diese Trends schon aufgesprungen sind und in die Zukunft der Bekleidungsindustrie investieren. Gerne dürfen wir hier einige Beispiele anführen (Quelle: Türkisches Modemagazin Ekonomist; GTAI).

Die führenden türkischen Unternehmen, die zunehmend in F&E sowie Design im Textilbereich investieren sind unter anderem TYH Tekstil (www.tyh.com.tr) in Istanbul, Hassan Tekstil (www.hassan.com.tr) in Istanbul, die Firma Narkonteks (www.narkonteks.com) in Izmir, Farbe Textile (www.farbetextile.com) in Izmir oder Taypa Tekstil (www.taypa.com.tr) in Istanbul. Diese hauptsächlich exportorientierten Firmen mit einem Umsatz von jeweils mehr als rund USD 100 Mio. beschäftigen eigene F&E-Abteilungen und investieren eine substantielle Menge ihres Umsatzes in die Entwicklung eigener nachhaltiger Kollektionen. Neben der Lohnfertigung für namhafte internationale Marken produzieren sie nämlich auch eigene Labels – und der Anteil dieser Eigenmarkenprodukte ist ständig im Steigen.

4. Die türkische Wirtschaft und der Liraverfall: Chancen für den Textilimport?

Für die türkische Wirtschaft ist das Jahr 2018 herausfordernd: Die steigende Unternehmensverschuldung, die von 20 % des Bruttoinlandsproduktes im Jahr 2004 auf fast 70 % zu Ende des Jahres 2017 angewachsen ist, die Herabsetzung der Kreditwürdigkeit der Türkei, und vor allem die Abwertung der türkischen Lira beeinträchtigen spürbar den Handel mit internationalen Partnern und den Geschäftsalltag.

Die türkische Lira hat traditionell immer langsam abgewertet, der Wertverlust im Jahr 2018 und der daraus resultierende Rückgang der Kaufkraft sind aber dramatisch wie lange nicht zuvor. So erschwert die Abwertung der Währung den Firmen im Lande den Einkauf von Rohstoffen, die sie für die Herstellung der Produkte benötigen. Die Verträge für Rohstoffe und Maschinen mit Vorlieferanten sind üblicherweise in Euro/Dollar abgeschlossen und müssen nun teurer als bisher eingekauft werden, weil die türkische Lira im Vergleich zum Euro und US-Dollar an Wert verliert.

Im August 2018 war 1 USD bis zu 7 TL wert – vor 5 Jahren lag der Gegenwert von 1 USD noch bei 2 TL (Stand Oktober 2013). Auch wenn sich die Lira langsam wieder erholt (auf derzeit Anfang November rund 1 USD = 5,5 TL), hat diese Abwärtsentwicklung auch eine Auswirkung auf die die Preise der Exportwaren. Die Schwäche der Devisen wird den Handel mit internationalen Unternehmen beeinträchtigen, da türkische Unternehmen weniger Waren als bisher importieren können.

Aus reinen Produktionskosten-Perspektive gesehen, bringt der Lira-Verfall zunächst deutliche Vorteile. Die in Lira ausgezahlten Löhne würden günstiger kommen. Man muss aber auch bedenken, dass die Lebenshaltungskosten vor Ort durch die Inflation (aktuell sind es mehr als 20 %) steigen und die Löhne angepasst werden müssen. Eine wirkliche Einsparung lokaler Kosten ist



Entwicklung der Türkischen Lira in den letzten drei Jahren (Quelle: www.finanzen.net)

daher nicht möglich und wenn gegeben die Hersteller diese Kostenersparnis selten an europäische Einkäufer weiter. Aus objektiver Sicht ist die Lira-Krise daher nicht unbedingt der Anlass künftig vermehrt in der Türkei einzukaufen, sondern andere Gründe sprechen dafür, in der Türkei einzukaufen.

Wie die Entwicklung weitergeht, ist noch nicht absehbar. Fest steht nur, dass die europäischen Anbieter kaum Alternativen „vor ihrer Haustüre“ haben. Nach aktuellem Stand ist es auch nicht nötig, die Beschaffung aus der Türkei wegzuverlagern. Auch wenn manche Zulieferer wegen der Wirtschaftskrise in Insolvenz gehen, gibt es genügend Alternativen im Land. Man kann diese Krise sogar als Chance sehen, dass lediglich die seriösen Hersteller überleben und ihre Textilien weiter anbieten können.

5. Chancen und Vorteile für österreichische Textileinkäufer

Zusammenfassend bietet die Türkei für die Textilbranche immense Vorteile und Chancen:

- Hohe Produktionsqualität;
- vergleichsweise günstige Preise (auch ohne Liraverfall);
- die Nähe zu Europa;
- die Transportzeiten auf wenige Tage verkürzt;
- Schnelle Reaktion der Textilhersteller durch große Produktionskapazitäten;
- gut ausgebildete Arbeiter;
- jahrzehntelanges Know-how in der Fertigung;
- innovative Produktideen;
- bestehende Zollunion mit der EU und 21 weitere Freihandelsabkommen.

6. Tipps, Tricks und Wissenswertes

Es gibt in der Türkei zigtausende Textilhersteller: wie kann man einen seriösen Geschäftspartner finden? Grundlegend ist der Ruf einer Firma in der Türkei in der Textilbranche bekannt. Gerne gibt Ihnen das AußenwirtschaftsCenter Istanbul Kontaktdaten von Textilunternehmen bekannt, mit denen österreichische und andere ausländische Firmen bisher schon gute Erfahrungen gemacht haben. Wir benötigen jedoch dazu genaue Informationen zu Stückanzahl und der gesuchten Qualität.

Wenn Sie einen möglichen Partner gefunden haben und hinsichtlich dessen Qualität unsicher sind, unterzieht das AußenwirtschaftsCenter Istanbul Ihren möglichen Geschäftspartner einer genauen Untersuchung und hört sich hinsichtlich der Bonität und des Rufs um. Melden Sie sich gerne unter istanbul@wko.at. Da es in der Türkei außer dem Handelsregister keine Datenbanken mit Firmeninformationen gibt, empfehlen wir außerdem ggf. die Einholung einer Bonitätsauskunft. Die Preise (pro überprüfter Firma liegen bei):

- EUR 65,- für Normalauskünfte (Bearbeitungsdauer 6 Arbeitstage)
- EUR 90,- für Eilauskünfte (Bearbeitungsdauer 2 Arbeitstage)

Sollten Sie mit einer Ihnen noch unbekanntem Firma eine Geschäftsbeziehung eingehen wollen, dann empfehlen wir – auch aufgrund der wirtschaftlichen Situation in der Türkei – dies nur mit Lieferung Zug-um-Zug gegen eine Bankgarantie/Akkreditiv zu tun. Derzeit spüren wir leider, dass es vermehrt Probleme bei Lieferungen gibt, da den Firmen die Liquidität fehlt, um wirklich die Produkte selbst herzustellen.

Um Streitigkeiten über die Qualität der Produkte zu vermeiden, empfiehlt es sich die Ware vorab genau zu überprüfen. Institute wie **SGS** führen Überprüfungen durch, damit sichergestellt ist, dass die gelieferte Ware den vereinbarten Qualitäts-/Preiskategorien entspricht.

Generell empfiehlt es sich in der Türkei persönlich mit den Produzenten in Kontakt zu treten. Ein Besuch in der Produktionsstätte wird dabei durchaus positiv wahrgenommen. Gerne stellt das AußenwirtschaftsCenter Istanbul für Sie auch ein Besuchsprogramm zusammen. An einem Tag können dann mehrere Produktionsstätten besichtigt werden, damit Sie auch ein Gefühl für die jeweilige Qualität der Stoffe & Verarbeitung bekommen. Unsere Branchenexpertin für den Textilbereich Funda Büyükerhun begleitet Sie gerne. Bitte geben Sie uns jederzeit Bescheid, wenn Sie Interesse an einem solchen intensiven Einkaufsprogramm haben. Gerne erstellen wir ein personalisiertes Angebot in Form einer Umfassenden Projektbetreuung für Sie (Frau Funda Büyükerhun, T +90 212 211 14 76, E istanbu@wko.at).

7. Nachwort des Wirtschaftsdelegierten

Der Einkauf aus der Türkei ist nicht immer einfach, der türkische Markt bietet aber Chancen, die es in anderen Ländern so nicht mehr gibt. Österreichischen Firmen können wir jedenfalls empfehlen ihre Geschäftspartner genau zu beleuchten und dann abzuschätzen, ob sich ein Geschäftsabschluss auszahlt.

Gerne unterstützen wir auch Ihr Unternehmen auch bei der Marktrecherche, um Ihnen vor einem Vertragsabschluss einen guten Überblick zu geben. Sollten Sie konkrete Rechtsfragen haben oder sich Probleme mit Ihren türkischen Geschäftspartnern ergeben, unterstützen wir Sie ebenso gerne. Einen guten Überblick zum Thema Zollrecht gibt unser „[Fachreport zum türkischen Zollrecht](#)“ unter www.wko.at/service/aussenwirtschaft/tuerkei-zollrecht-leitfaden.pdf.

Wir freuen uns jederzeit über Ihre Anfrage unter istanbul@wko.at oder ankara@wko.at und wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Marktbearbeitung in der Türkei!

Mag. Georg Karabaczek
Der österreichische Wirtschaftsdelegierte in Istanbul
Österreichisches AußenwirtschaftsCenter Istanbul

AUSSENWIRTSCHAFT AUSTRIA

AußenwirtschaftsCenter Istanbul
Büyükdere Cad. 100-102
Maya Akar Center K.14 D.51
34394 - Esentepe, Istanbul/Türkiye
T +90 212 211 14 76

