



Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen 2023

im Rahmen der
Exportoffensive des Landes Kärnten 2023-2026
Unterstützung von Export und Internationalisierung für
Kärntner Unternehmen

Analysierter Markt: Türkei

Fokusbereiche: Bauwirtschaft • Green Technologies • Nahrungsmittelindustrie

Bericht erstellt von: Alexandra Kögler Bakk., MSc.

Für den Inhalt verantwortlich: Univ.-Prof. Dr. Ralf Terlutter, Dr. Svenja Diegelmann B.A., M.Sc.,
Alexandra Kögler Bakk., MSc.

Kontakte: Univ.-Prof. Dr. Ralf Terlutter
Institut für Unternehmensführung
Abteilung für Marketing und Internationales Management
E-Mail: ralf.terlutter@aau.at
Tel.: +43 463 2700 4041

Alexandra Kögler Bakk., MSc.
Institut für Unternehmensführung
Abteilung für Marketing und Internationales Management
E-Mail: alexandra.koegler@aau.at

Der vorliegende Bericht zur Projektarbeit der Universität Klagenfurt an der Exportoffensive des Landes Kärnten 2023 - 2026 besteht aus zwei Teilen.

Das erste Kapitel umfasst die **Länderanalyse für die Türkei**. Dieser Markt stellt für die Kärntner Betriebe einen interessanten Exportmarkt dar. Das Land wurde hinsichtlich der Wirtschaftslage und Perspektiven, aktuellen Wirtschaftsdaten, des Außenhandels sowie der Exportchancen, kulturellen Besonderheiten und hinsichtlich regionaler Spezifika und aktuellen Projekten analysiert. In Kapitel 1.4 wird ein **Überblick** über die **Entwicklungen** in den Branchen Bauwirtschaft, Green Technologies sowie Nahrungsmittelindustrie gegeben; es werden Exportpotentiale beleuchtet und ein Ausblick auf **Zukunfts- und Innovationstrends** gegeben. Das erste Kapitel soll Exporteuren mit wenig Leseaufwand einen Einblick in das Exportpotenzial des Landes bieten.

Das zweite Kapitel betrachtet den türkischen Markt aus der Perspektive der **wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen**. Dadurch können Leser zielgerichtet für ihre jeweiligen Branchen Informationen zum türkischen Markt erhalten.

Die WKO informiert auf ihrer Webseite über aktuelle Entwicklungen und Hinweise zur Corona-Pandemie und die Auswirkungen für die Außenwirtschaft.

Informationen über die aktuelle Corona-Situation in der Türkei, Einreise und Reisebestimmungen sowie derzeitige Schutzmaßnahmen sind unter folgendem Link abrufbar:

<https://www.wko.at/aussenwirtschaft/tuerkei-coronavirus>

Antworten auf die häufigsten Fragen rund um die Auswirkungen des russischen Angriffskrieges auf die Ukraine stehen unter folgendem Link zur Verfügung:

<https://www.wko.at/service/ukraine-faq.html>

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für beide Geschlechter. Trotz Anwendung fach- und sachgerechter Sorgfalt erfolgen alle Angaben ohne Gewähr auf Vollständigkeit, Richtigkeit und Aktualität.

EXECUTIVE SUMMARY

TÜRKEI



Nach einem Anstieg um 11,4 % im Jahr 2021 erzielte die türkische Wirtschaft in 2022 ein Wachstum von 5,7 %. Für das Jahr 2023 wird, vor allem bedingt durch die Erdbebenkatastrophe im Februar 2023, ein geringeres Wachstum prognostiziert (+3,2 %).



Die Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich und der Türkei entwickeln sich gut. Die österreichischen Warenexporte in die Türkei erzielten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 1,8 Mrd. (+21 % im Vergleich zum Vorjahr), die Warenimporte verzeichneten einen Anstieg um 25,7 % auf EUR 2,8 Mrd.



Seit dem Jahr 2018 verliert die Türkische Lira (TRY) kontinuierlich an Wert, was vor allem auf die Niedrigzinspolitik der türkischen Regierung, mit welcher die türkische Wirtschaft angekurbelt werden soll, zurückzuführen ist.



Am 14. Mai 2023 fanden in der Türkei die Parlaments- und Präsidentschaftswahlen statt. Nachdem der zu diesem Zeitpunkt amtierende Präsident Recep Tayyip Erdoğan im ersten Wahlgang knapp unter 50 % lag, gewann er die Wahl im zweiten Wahlgang am 28. Mai 2023.



Mit 6. September 2023 wurde vom türkischen Präsidenten das neue mittelfristige Programm (MTP) vorgestellt. Dabei handelt es sich um einen Wirtschaftsplan, welcher im Dreijahresturnus veröffentlicht wird. Mit diesem soll vor allem der hohen Inflation (Stand August 2023: 58,94 %) gegengesteuert und das Wirtschaftswachstum gefördert werden.



Im Oktober 2023 hat die Türkei als letztes G20-Mitglied das Pariser Klimaabkommen ratifiziert. Nun verfolgt der türkische Präsident das Ziel der Netto-Treibhausgasneutralität bis zum Jahr 2053. Zur Erreichung dieses Zieles müssen die Emissionen gesenkt und der Ausbau von grünen Energiequellen weiter vorangetrieben werden.



Der russische Angriffskrieg auf die Ukraine wird von der Türkei einerseits verurteilt, andererseits hat sich das Land als einziger NATO-Mitgliedsstaat nicht an den Sanktionen gegen Russland beteiligt. Aufgrund der für die Türkei wichtigen Beziehungen zu beiden Ländern versucht das Land, diese auch trotz des bestehenden Angriffskrieges weiterhin aufrecht zu erhalten.



Die Türkei gilt als großer, dynamischer Binnenmarkt mit einer jungen wachsenden Bevölkerung, welcher durch die günstige geografische Lage für europäische Staaten als Beschaffungsmarkt und Produktionsstandort von besonderer Bedeutung ist. Unsicherheiten ergeben sich aus politischen Risiken, der hohen Inflation sowie dem Wertverlust der Türkischen Lira.



Die Türkei spielt eine komplexe Rolle im aktuellen Konflikt zwischen Israel und Palästina. Der türkische Präsident Erdoğan hat sich zunächst als Vermittler präsentiert. Inzwischen bezieht er eine klar pro-palästinensische Position. Es ist wichtig zu beachten, dass sich die Positionen der Länder verändern können. Es ist ratsam, aktuelle Quellen zu konsultieren, um die neuesten Entwicklungen zu verstehen.

INHALTSVERZEICHNIS

EXECUTIVE SUMMARY	III
Einleitung.....	5
Länderanalyse Türkei	8
1.1. Wirtschaftslage und Perspektiven	8
1.2. Wirtschaftsdaten kompakt.....	10
1.3. Aussenhandel und Exportchancen	10
1.4. Entwicklungen und Projekte	12
Fokusbereich Bauwirtschaft: Überblick & Zukunftstrends	14
Fokusbereich Green Technologies: Überblick & Zukunftstrends.....	16
Fokusbereich Nahrungsmittelindustrie: Überblick & Zukunftstrends	17
1.5. Kulturelle Charakterisierung der Türkei	19
1.6. Landkarte Türkei und geografische Regionen	25
2. Branchen-Insights für Kärntner Unternehmen	26
2.1 Kernreaktoren, Kessel, Maschinen, Apparate und mechanische Geräte.....	26
2.2 Elektrische Maschinen, Apparate und elektrotechnische Waren	26
2.3 Holz und weiterverarbeitete Holzwaren, Holzkohle	26
2.4 Eisen und Stahl	27
2.5 Kunststoffe und Waren daraus.....	27
2.6 Chemische Erzeugnisse	27
2.7 Papier und Pappe	28
2.8 Mineralische Brennstoffe, Mineralöle, Destillationserzeugnisse.....	28
2.9 Optische, photographische Geräte, Mess- und Prüfinstrumente.....	29
Glossar	32

EINLEITUNG

Der Export stellt einen wesentlichen Motor der Kärntner Wirtschaft dar. Gerade deshalb ist es umso wichtiger nach neuen Märkten Ausschau zu halten. Die Universität Klagenfurt begleitet bereits seit 2014 wissenschaftlich die Exportoffensive des Landes Kärnten mit dem Ziel, zukünftige Exportpotenziale für Kärntner Unternehmen zu analysieren und damit eine Grundlage für die Skizzierung eines nachhaltigen Internationalisierungsplans für die Kärntner Wirtschaft zu schaffen.

Im Rahmen der Exportoffensive werden durch die Universität Klagenfurt u.a. regelmäßig vertiefende Sekundäranalysen sowie Branchenanalysen ausgewählter Länder durchgeführt und Erfahrungsberichte von Exportbetrieben und Unternehmensberatern eingeholt. Ferner wurde ein Exportleitfaden für Neuexporteure konzipiert. Regelmäßig finden auch gemeinsame Lehrveranstaltungen der Universität Klagenfurt mit der Wirtschaftskammer Kärnten und Kärntner Unternehmen statt.

Folgende Berichte und Informationen sind bislang erhältlich und stehen auf der Homepage der Wirtschaftskammer Kärnten sowie auf der Website zur Exportoffensive (<https://www.exportoffensive-ktn.at>) zum Download bereit:

- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2023.
Analysiertes Land: Indien
URL: <https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2023/05/Laender-und-B Branchenanalyse Indien final Exportoffensive 2023.pdf>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2022.
Analysiertes Land: Spanien
URL: <https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2022/11/Exportoffensive 2022 Laender-und-B Branchenanalyse Spanien.pdf>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2022.
Analysiertes Land: Frankreich
URL: <https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2022/10/Exportoffensive 2022 Laender-und-B Branchenanalyse Frankreich final.pdf>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2022.
Analysiertes Land: Slowakei
URL: <https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2022/07/Exportoffensive 2022 Laender-und-B Branchenanalyse Slowakei final.pdf>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2022.
Analysiertes Land: Polen
URL: <https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2022/04/Exportoffensive 2022 Laender-und-B Branchenanalyse Polen.pdf>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf aktuelle Entwicklungen und Veränderungen aufgrund der Corona-Pandemie im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2021.
Analysiertes Land: Serbien (Update-Bericht)
URL: <https://www.wkk.or.at/aussenwirtschaft/Exportoffensive 2021 Laender und Branchenanalyse Serbien Update.pdf>

- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2020.
Analysiertes Land: Russland
URL: https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2020/10/Exportoffensive_2020_L%C3%A4nder-und-Branchenanalyse_Russland_compressed.pdf
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2020.
Analysiertes Land: Serbien
URL: <https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2020/09/L%C3%A4nder-und-Branchenanalyse-Serbien-2020.pdf>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2019.
Analysierte Länder: Südafrika, Simbabwe und China
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2019_Laender--und-Branchenanalyse-Afrika.pdf
URL: https://www.exportoffensive-ktn.at/wp-content/uploads/2019/05/Exportoffensive-2019_L%C3%A4nder-und-Branchenanalyse-China.pdf
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2018.
Analysierte Länder: Frankreich, Brasilien, Argentinien, Uruguay und Paraguay, Afrika
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2018_Bericht-Laender--und-Branchenanalysen.pdf
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2017.
Analysierte Länder: Schweiz, Deutschland, Italien, Slowenien, Tschechische Republik, Polen, Kanada, USA, Mexiko
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2017_Bericht-Laender--und-Branchenanalysen.pdf
- ➔ Exportleitfaden für Neuexporteure
URL: <https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/exportguide.html>
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2016.
Analysierte Länder: Iran, Malaysia, Singapur, Vietnam, Neuseeland, Australien
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2016-Bericht_Laender--und-Branchenanaly_2.pdf
- ➔ Ein Bericht über die Exportbarrieren Kärntner Exporteure im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2016.
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2016-Bericht_Exportbarrieren_2.pdf
- ➔ Eine Analyse ausgewählter Märkte mit Fokus auf die wichtigsten Kärntner Waren-Exportbranchen im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2015.
Analysierte Länder: USA, Nigeria, Südafrika, Vereinigte Arabische Emirate, Indien, Mexiko, Indonesien
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2015-Bericht-Laenderanalysen_2.pdf
- ➔ Ein Bericht über die Exporterfahrungen Kärntner Exporteure im Rahmen der Exportoffensive des Landes Kärnten 2015.
URL: https://www.wko.at/service/k/aussenwirtschaft/Exportoffensive-2015-Bericht-Exportenerfahrungen_2.pdf

Im vorliegenden Bericht wird die **(1)** Länder- und **(2)** Branchenanalyse einheitlich dargestellt. Basierend vor allem auf den Länderreports und Unterlagen der Wirtschaftskammer Österreich wurden für das Land die aktuelle Wirtschaftslage ausgearbeitet sowie die Wirtschaftsdaten kompakt übersichtlich dargestellt. Zusätzlich werden die grundlegenden kulturellen Werte, basierend auf Kulturtypologien, beschrieben, um interkulturelle Probleme möglichst schon im Vorhinein vermeiden zu können. Für diese kulturelle Charakterisierung wurden die Hofstede-Studie und der World Values Survey herangezogen. Detaillierte Informationen finden sich im Glossar am Ende dieses Berichts.

Die Universität Klagenfurt führt laufend Lehrveranstaltungen in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Kärnten durch. Seit 2014 werden Lehrveranstaltungen im Wirtschaftsbereich der Universität Klagenfurt unter Einbindung von Kärntner Exportbetrieben angeboten. Kärntner Unternehmen bekommen die Möglichkeit, konkrete Fragestellungen in den Bereichen Marktanalyse und Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien von Studierendenteams eigenständig bearbeiten zu lassen. Das ermöglicht die praxisbezogene Einbindung der Studierenden, womit zugleich die praxisorientierte Ausbildung im Wirtschaftsbereich an der Universität Klagenfurt fortwährend gestärkt wird.

LÄNDERANALYSE TÜRKEI

1.1. WIRTSCHAFTSLAGE UND PERSPEKTIVEN

In den letzten Jahren konnte die Türkei ein gutes **Wirtschaftswachstum** verzeichnen. Nach einem Zuwachs von 11,4 % im Jahr 2021 erreichte die türkische Wirtschaft im darauffolgenden Jahr ein Wachstum von 5,7 %. Vor allem der hohe Anteil an Exporten sowie ein steigender Konsum und der damit verbundene Produktionsanstieg waren für diese positive Entwicklung verantwortlich. Auch der Finanz- und Versicherungssektor sowie der Dienstleistungsbereich trugen zum positiven Wirtschaftswachstum bei. Die Prognosen für das Jahr 2023 gehen derzeit, vor allem bedingt durch die Erdbebenkatastrophe im Februar 2023, von einem geringeren Wirtschaftswachstum aus (+3,2 %).

Laut dem türkischen Statistikamt *TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu)* betrug die **Arbeitslosenquote** in der Türkei im Dezember 2022 10,4 %. Besonders junge Menschen im Alter zwischen 15 und 24 Jahren sind von Arbeitslosigkeit betroffen. Im März 2023 war etwa jede fünfte Person in dieser Altersgruppe ohne Ausbildung oder Beschäftigung. Insgesamt umfasst der türkische Arbeitsmarkt 54 Millionen Menschen im erwerbsfähigen Alter (zwischen 16 und 64 Jahren), wovon die **Erwerbstätigenquote** jedoch nur bei 54,1 % lag. Zudem kämpft die Türkei mit einem *Brain Drain*, einer Abwanderung von hochqualifizierten Fachkräften ins Ausland. Diese Entwicklung führt zu einer immer stärker werdenden Einschränkung der Verfügbarkeit von Fachkräften im eigenen Land. Vor allem im Gesundheitsbereich ist dieser negative Trend bereits deutlich spürbar.

Ein gravierendes Problem für die türkische Wirtschaft stellt die hohe **Inflation** dar. Im Oktober 2022 erreichte die offizielle Inflationsrate einen Höchststand von 85,5 %. Preistreibend sind vor allem die Bereiche Immobilien, Lebensmittel, nicht-alkoholische Getränke sowie Möbel und Haushaltsgeräte. Beim Anstieg der Preise für Immobilien ist die Türkei weltweit führend.

Mit dem am 6. September 2023 vom türkischen Staatspräsident *Recep Tayyip Erdoğan* vorgestellten *neuen mittelfristigen Programm (MTP)*, soll vor allem der hohen Inflation gegengesteuert und das Wirtschaftswachstum gefördert werden. Bis zum Ende der Periode im Jahr 2026 soll die Inflation mittels restriktiver Geldpolitik auf einen einstelligen Wert gesenkt werden. Im August 2023 betrug die offizielle Inflationsrate 58,94 %. Es ist davon auszugehen, dass dieser Wert angetrieben von den Energiekosten im Winter wieder steigen wird. Das Programm inkludiert sieben Bereiche, in welchen Strukturereformen umgesetzt werden sollen:

- Wachstum und Handel
- Preisstabilität/Finanzstabilität
- Grüne und digitale Transformation
- Geschäfts- und Innovationsumfeld
- Öffentliche Finanzen
- Humankapital und Beschäftigung
- Katastrophenmanagement

Insgesamt sollen laut Vizepräsident *Cevdet Yılmaz* u.a. das Wirtschaftswachstum und der Handel gefördert, die Logistik im Schienenverkehr verbessert sowie eine Preis- und Finanzstabilität erreicht werden.

Die türkische Lira (TRY) verliert seit dem Jahr 2018 kontinuierlich an Wert. Derzeit steht der Wechselkurs bei TRY 28,7650 für 1 Euro (Stand: 20. September 2023). Diese Entwicklung ist vor allem auf die Niedrigzinspolitik zurückzuführen, mit welcher die türkische Wirtschaft angekurbelt werden soll.

Das Verhalten der Türkei in Bezug auf den **russischen Angriffskrieg auf die Ukraine** ist von Diplomatie gekennzeichnet. Einerseits verurteilt das Land den Angriffskrieg, andererseits ist die Türkei als einziger NATO-Mitgliedsstaat nicht an Sanktionen gegen Russland beteiligt. Zudem ist der türkische Luftraum für russische Flugzeuge weiterhin geöffnet. Eine starke Abhängigkeit der Türkei von Russland ist vor allem in den Bereichen Tourismus, Energie und Lebensmittel spürbar. In der Ukraine gilt die Türkei als wichtiger Investor. Im Jahr 2021 war das Land mit einem Volumen von USD 4,5 Mrd. der größte

ausländische Investor in der Ukraine. Durch die für die Türkei wichtigen Beziehungen sowohl zu Russland als auch zur Ukraine versucht das Land, diese auch trotz des bestehenden Angriffskrieges weiterhin zu pflegen.

Die Türkei spielt eine komplexe Rolle im **Konflikt zwischen Israel und Palästina**. Bereits vor dem Überfall der islamistischen Terrororganisation Hamas auf israelische Zivilisten am 7. Oktober 2023 hat sich die Türkei wiederholt gegen Israels Politik im Zusammenhang mit den Palästinensern ausgesprochen und hat eine pro-palästinensische Haltung eingenommen. Der türkische Präsident Recep Tayyip Erdoğan hat Israel wiederholt für seine Handlungen in Gaza und im Westjordanland kritisiert. Im aktuellen Konflikt hat sich der türkische Präsident Erdoğan zunächst als Vermittler präsentiert. Inzwischen bezieht er eine klar pro-palästinensische Position. Es ist wichtig zu beachten, dass sich die Positionen der Länder verändern können. Es ist ratsam, aktuelle Quellen zu konsultieren, um die neuesten Entwicklungen zu verstehen.

1.2. WIRTSCHAFTSDATEN KOMPAKT

Wirtschaftswachstum¹	5,7% (2022)* 3,2% (Progn. 2023)
BIP nom. pro Kopf (in USD)¹	34.570 (2022) 36.980 (Progn. 2023)
BIP nom. (in Mrd. USD)¹	897,6 (2022) 992,2 (Progn. 2023)
Inflation (Jahresende)¹	64,3% (2022) 55,0% (Progn. 2023)
Arbeitslosigkeit (Jahresende)¹	10,3% (2022) 10,1% (Progn. 2023)

Außenhandel in Mrd. USD³	2022
Wareneinfuhr	363,7
Warenausfuhr	254,2
Handelsbilanzsaldo	-109,5

Österreichische Warenexporte in die Türkei 2022 (in Mrd. EUR)¹ 1,8

Österreichische Warenimporte aus der Türkei 2022 (in Mrd. EUR)¹ 2,8

Kärntner Warenexporte in die Türkei 2022 (in Mio. EUR)² 49,0

Kärntner Warenimporte aus der Türkei 2022 (in Mio. EUR)² 118,0

Wichtigste österreichische Exporte in die Türkei (2022)³

(1) Maschinen, mech. Geräte; (2) Zugmaschinen, Kraftwagen; (3) Eisen und Stahl; (4) Elektrische Maschinen; (5) Synthetische Spinnfasern

Wichtigste österreichische Importe aus der Türkei (2022)³

(1) Zugmaschinen, Kraftwagen; (2) Bekleidung aus Gewirken; (3) Maschinen, mech. Geräte; (4) Aluminium und Waren daraus; (5) Bekleidung, ausgenom. aus Gewirken

Wichtigste Ausfuhrwaren aus der Türkei (2022)³

(1) Zugmaschinen, Kraftwagen; (2) Maschinen, mech. Geräte; (3) Mineral. Brennstoffe; (4) Eisen und Stahl; (5) Elektr. Maschinen

Wichtigste Einfuhrwaren in die Türkei (2022)³

(1) Mineral. Brennstoffe; (2) Maschinen, mech. Geräte; (3) Eisen und Stahl; (4) Edelsteine, -metalle; (5) Elektr. Maschinen

Wichtigste Handelspartner Export (2022)³

Deutschland 8,3%, USA 6,6%, Irak 5,4%, Vereinigtes Königreich 5,1%, Italien 4,9%

Wichtigste Handelspartner Import (2022)³

Russland 16,2%, China 11,4 %, Deutschland 6,6%, Schweiz 4,2%, USA 4,2%

* Tatsächliche Zahlen zum Jahr 2023 liegen erst mit einer Zeitverzögerung von 2-3 Monaten vor. Quellen: ¹ Wirtschaftsbericht Türkei, WKO Oktober 2023; ² Dashboards Außenhandel WKO; ³ Länderprofil Türkei, WKO August 2023;

Laut türkischem Statistikamt (TÜİK) erreichten die türkischen **Exporte** im Jahr 2022 ein Volumen von USD 254,2 Mrd. und damit einen Zuwachs um 12,9 % im Vergleich zum Vorjahr. Die **Importe** erreichten einen Wert von USD 363,7 Mrd. (+34 % im Vorjahresvergleich). Insgesamt konnte der türkische Außenhandel im Jahr 2022 im Vergleich zum Vorjahr ein Wachstum um ein Fünftel verzeichnen (USD 617,9 Mrd.). Im *World Gross Domestic Product Ranking* der Weltbank erreichte die Türkei im Jahr 2022 den 19. Rang.

Auch die **Wirtschaftsbeziehungen zwischen Österreich und der Türkei** entwickeln sich gut. Die Warenexporte aus Österreich erreichten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 1,8 Mrd. und damit einen Zuwachs um 21 % im Vergleich zum Vorjahr, die Warenimporte verzeichneten einen Anstieg um 25,7 % auf EUR 2,8 Mrd. In den Exporten und Importen der wichtigsten Warengruppen waren im Jahr 2022 folgende Entwicklungen erkennbar.

Wichtigste Exportwaren 2022:

- **Maschinen und mechanische Geräte** als wichtigste Exportgruppe erzielte einen Zuwachs auf EUR 305,7 Mio (+19,4 %).
- **Zugmaschinen, Kraftfahrzeuge, Traktoren, Motorräder und Fahrräder** erreichten einen Anstieg um 21,8 % auf EUR 193,6 Mio.
- Die Warengruppe **Eisen und Stahl** verzeichnete einen Zuwachs um 22,1 % auf EUR 185,3 Mio.

Wichtigste Importwaren 2022:

- In der Warengruppe **Zugmaschinen, Kraftfahrzeuge, Traktoren, Motorräder und Fahrräder** war ein Rückgang um 6,4 % auf EUR 301,1 Mio. erkennbar.
- **Bekleidung und Zubehör, gewirkt oder gestrickt** erzielten einen Zuwachs um 15,2 % auf EUR 296,9 Mio.)
- **Maschinen und mechanische Geräte** erreichten ein Volumen von EUR 286,4 Mio. (+32,6 %)
- Die Warengruppe **Aluminium und Waren daraus** verzeichnete einen Anstieg um herausragende 50,7 % (EUR 191 Mio.)
- Auch die Warengruppe **elektrische Maschinen, Apparate und Elektrotechnik** erzielte eine Steigerung auf EUR 174,9 Mio. (+47,9 %).

Auch im Bereich der **österreichischen Dienstleistungsexporte** ist eine positive Entwicklung erkennbar. Nach einem Rückgang im Jahr 2021 um -44,7 % erreichten die Dienstleistungsexporte aus Österreich in den ersten drei Quartalen 2022 wieder einen Zuwachs um +28,2 % auf EUR 279 Mio. Die Dienstleistungsexporte aus Österreich umfassen in erster Linie das Finanzwesen und den technischen Bereich, teilweise auch den Tourismussektor.

Bei den **Dienstleistungsimporten aus der Türkei** lag die Steigerung im gleichen Zeitraum bei +34,2 %, im Jahr 2021 lag der Anstieg noch bei +50,9 % (EUR 418 Mio.). Die Dienstleistungsimporte resultieren vor allen aus dem Tourismusbereich. Im Jahr 2022 konnte wieder ein Anstieg um +60,3 % erreicht werden.

Mit einem Volumen von USD 193 Mio. und damit einem Anteil von 3 % galt Österreich im Jahr 2022 als einer der größten Auslandsinvestoren in Bezug auf Neuinvestitionen in der Türkei (Platz 10). Für das Jahr 2021 gab die *Österreichische Nationalbank (OeNB)* ein Volumen von EUR 1,2 Mrd. an österreichischen Direktinvestitionen in der Türkei an. Dieser Wert liegt jedoch deutlich unter dem Höchststand im Jahr 2014 (EUR 4,9 Mrd.).

Generell profitieren Exportunternehmen in der Türkei von der derzeit schwachen Lira und dem Trend der europäischen Unternehmen zum Nearshoring. Der erwartete Konjunkturabschwung in der EU und den USA, sowie die Abhängigkeit der Industrie von Importen der Vorprodukte könnten sich jedoch negativ auf die Entwicklungen im Außenhandel auswirken.

1.4. ENTWICKLUNGEN UND PROJEKTE

Am 14. Mai 2023 fanden in der Türkei die **Parlaments- und Präsidentschaftswahlen** statt. Etwa 60 Millionen Türcinnen und Türcen waren wahlberechtigt. Der zu dieser Zeit amtierende türkische Präsident *Recep Tayyip Erdoğan*, welcher mit seiner Partei *AKP* bereits seit 21 Jahren das Land regiert, lag im ersten Wahlgang bereits knapp unter 50 %, im zweiten Wahlgang am 28. Mai 2023 entschied er die Wahl für sich. Wie sich die türkische Wirtschaftspolitik entwickeln wird, bleibt abzuwarten. Der vom Präsidenten eingesetzte Finanzminister *Mehmet Şimşek* verfolgt bereits in Zusammenarbeit mit der Chefin der Zentralbank, *Hafize Gaye Erkan*, eine straffe Finanz- und Wirtschaftspolitik. Die neue Regierung sieht sich derzeit mit vielen Herausforderungen konfrontiert. Neben dem Wiederaufbau nach den verheerenden Erdbeben im Februar 2023 und der derzeitigen dramatischen Inflation gilt es auch, für die Flüchtlingskrise, die Korruption und das Zerwürfnis der politischen Lager Lösungen zu finden. Generell ist es entscheidend für die künftige Wirtschaftsentwicklung in der Türkei, das Vertrauen ausländischer Investoren zurückzugewinnen und zu stärken.

Außenpolitisch besonders interessant ist die Türkei im Hinblick auf den Schutz der Außengrenzen aufgrund der aktuellen Flüchtlingsentwicklungen. Zudem ist eine Erneuerung und Ausweitung der Zollunion zwischen der EU und der Türkei angedacht. Besonders positiv wertet die EU auch die Ratifizierung des **Pariser Klimaabkommens** zur Reduzierung der CO₂-Ausstöße und damit den Beitrag der Türkei zur Reduzierung der globalen Erwärmung.

Der europäische **Green Deal**, mit dem ein Übergang zu einer modernen, ressourceneffizienten und wettbewerbsfähigen Wirtschaft stattfinden soll, wirkt sich auch auf die Türkei aus. Da künftig bei Nichteinhaltung der Standards Ausgleichszahlungen zu entrichten sind, verfolgt auch die Türkei das Ziel einer raschen Anpassung der Industrie an die neuen Bedingungen. Vor allem vor dem Hintergrund, dass die EU der größte Außenhandelspartner der Türkei ist (etwa 50 % des gesamten EU-Außenhandels), ist das Thema *Green Technology* im Land derzeit von besonderem Interesse.

In ihrem Bericht aus dem Jahr 2022 mit dem Titel *Unlocking Green Finance in Turkey* analysierte die *Weltbank* die globalen Entwicklungen im Bereich **Green Finance** (Lenkung der Finanzströme auf umweltschonende Investitionen) sowie Möglichkeiten von Investitionen im Bereich des Klimaschutzes in der Türkei. Die Ergebnisse zeigten, dass sich die Türkei in den Bereichen Klima- und Umweltschutz auf einem guten Weg befindet und in den letzten Jahren erkennbare Fortschritte machen konnte. Die im Jahr 2019 ins Leben gerufene Initiative *Zero Waste* führte zur Umsetzung von diversen Recyclingprogrammen durch Unternehmen aber auch im Wohnbereich. Zudem wurden über 57.000 Tonnen Abfall aus dem Meer entfernt. Die Türkei ist dennoch nach wie vor eine sehr ressourcenintensive Wirtschaft und das Thema *Green Finance* steht noch am Beginn. In ihrem Bericht empfiehlt die *Weltbank* dazu einige Maßnahmen, welche dazu beitragen könnten, das Land in seinem grünen Wachstum durch die Erschließung grüner Finanzmittel voranzutreiben. Diese beinhalten beispielsweise die Erstellung einer Gesamtstrategie sowie die Schaffung eines nationalen Regulierungsrahmens für nachhaltige Finanzen

und sollen dazu beitragen, die für die notwendigen Klimaschutzmaßnahmen in der Türkei erforderlichen finanziellen Mittel aufzubringen.

Insgesamt ist die Türkei ein **großer, dynamischer Binnenmarkt** mit einer jungen wachsenden Bevölkerung, welcher durch seine günstige geografische Lage für europäische Staaten einen wichtigen Beschaffungsmarkt und Produktionsstandort darstellt. Politische Risiken, die hohe Inflation sowie der Wertverlust der Türkischen Lira erschweren jedoch die Nutzung der wirtschaftlichen Stärken des Landes. Eine große Herausforderung für die neue Regierung besteht vor allem darin, das Vertrauen von Investoren trotz derzeitiger Unsicherheiten wiederzugewinnen.

Dennoch bietet die Türkei für ausländische Unternehmen eine Vielzahl von vielversprechenden Geschäftsmöglichkeiten. Aufgrund der hohen Importabhängigkeit bei fossilen Energieträgern gewinnen erneuerbare Energien in der Türkei zunehmend an Bedeutung. Vor allem in den Bereichen Windkraft und Solarenergie sowie bei Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz im Industriesektor bieten sich gute Chancen für ausländische Unternehmen. Auch im Verkehrswesen werden derzeit mehrere Großprojekte umgesetzt oder sind bereits in Planung. Zunehmend an Interesse gewinnt in der Türkei auch die Digitalisierung. Mithilfe von Industrie 4.0-Konzepten sollen Unternehmen vermehrt digitalisiert und so wettbewerbsfähiger werden. Ausländische Technologieanbieter können dabei ihre Chancen in Bezug auf Beteiligungen nutzen.

Aktuelle Großprojekte in der Türkei



Projektbezeichnung: Hochgeschwindigkeitsstrecke von Thessaloniki nach Istanbul
Projektträger: TCDD Türkische Staatsbahn
Investitionssumme: USD 3,5 Mrd.
Projektstand: Geplante Vergabe: April 2024;
geplante Fertigstellung: Dezember 2028

Projektbezeichnung: Petrochemischer Komplex in Aliaga
Projektträger: Socar Türkei
Investitionssumme: USD 2 Mrd.
Projektstand: Geplante Vergabe: September 2023;
geplante Fertigstellung: Dezember 2027

Projektbezeichnung: Kraftwerk Afsin Elbistan 3600 MW
Projektträger: Aktiengesellschaft für Stromerzeugung
Investitionssumme: USD 2 Mrd.
Projektstand: Geplante Vergabe: August 2023;
geplante Fertigstellung: August 2025

Projektbezeichnung:	Ford/Volkswagen Fahrzeugproduktionswerk Kocaeli
Projektträger:	Ford Otosan Türkei/Volkswagen AG
Investitionssumme:	USD 1 Mrd.
Projektstand:	In Planung; geplante Fertigstellung: 2025

Projektbezeichnung:	Autobahn Cankiri 15, Regionalgrenze
Projektträger:	Generaldirektion für Autobahnen
Investitionssumme:	USD 500 Mio.
Projektstand:	Geplante Vergabe: August 2023; geplante Fertigstellung: Juli 2026

FOKUSBEREICH BAUWIRTSCHAFT: ÜBERBLICK & ZUKUNFTSTRENDS

ÜBERBLICK



Der **Bauwirtschaft** kommt in der Türkei große Bedeutung zu. Türkische Baukonzerne sind bereits weltweit aktiv vertreten. Dabei werden die meisten Bauprojekte in den GUS-Staaten sowie im europäischen Raum umgesetzt. Dennoch schwankte das durchschnittliche Projektvolumen in den letzten Jahren stark. Lag dieses in der türkischen Bauwirtschaft im Jahr 2021 noch bei USD 30 Mrd., waren es im Jahr 2022 nur USD 19 Mrd. Diese Entwicklung ist vor allem Ausfällen bei Großprojekten geschuldet. Auch der russische Angriffskrieg trug maßgeblich zur Reduzierung des Projektvolumens bei, da Russland als einer der wichtigsten Märkte für die Türkei in dieser Branche gilt. Um die Rückgänge in der Branche auszugleichen, verfolgen türkische Bauunternehmen die Erschließung neuer Märkte. Für ausländische Unternehmen bieten sich gute Geschäftsmöglichkeiten vor allem als Zulieferer bzw. Kooperationspartner mit türkischen Unternehmen.

ZUKUNFTSTRENDS



Großprojekte im Hochbau

In der Türkei ist der Bedarf an **sozialem Wohnungsbau** sehr hoch. Dazu kündigte der türkische Staatspräsident Erdoğan ein Großprojekt im sozialen Wohnungsbau an. Insgesamt sollen im Zuge dieses Projektes 500.000 Wohneinheiten, 250.000 Baugrundstücke für die Schaffung von Wohnraum sowie 50.000 Gewerbeobjekte entstehen. Das Großprojekt mit einem Gesamtvolumen von USD 50 Mrd. soll bis zum Jahr 2028 umgesetzt werden. Die Projektvergabe erfolgt per Lotterie, die Zuständigkeit für die Umsetzung liegt bei der *staatlichen Wohnungsbaugesellschaft TOKI*. Mit diesem Projekt sollen vor allem junge Familien aus der Mittelschicht sowie Start-Ups angesprochen werden. Auch im **Einzelhandel** und im **Logistiksektor** besteht erhöhter Bedarf an Bauten. Der zunehmende Onlinehandel treibt die Nachfrage nach Lagerflächen weiter nach oben. Aufgrund des relativ konstant gebliebenen privaten Konsums verzeichnet auch der türkische Einzelhandel ein Wachstum und investiert verstärkt in neue Einkaufszentren und Geschäftslokale.

Hotelbau

Der türkische **Tourismus** befindet sich auf Wachstumskurs. Im heurigen Jahr besuchten bis August 2023 etwa 33 Mio. Touristen die Türkei. Dies entspricht einem Zuwachs im Vergleich zum gleichen Vorjahreszeitraum von 14 %. Laut *Bericht zur Entwicklung des Tourismussektors der Welttourismusorganisation* erreichte das Land im Ranking der Touristenzahlen im Jahr 2022 weltweit den 4. Rang. In Bezug auf das Gesamteinkommen konnte die Türkei mit einem Volumen von USD 41,4 Mrd. den 7. Platz weltweit erzielen. Trotz dieser positiven Entwicklung ist im Jahr 2023 die Anzahl der Übernachtungen ausländischer Touristen im ersten Halbjahr um 9 % zurückgegangen. Auch inländische Touristen haben ihren Aufenthalt im eigenen Land verkürzt, was vor allem auf die hohe Inflation im Land zurückzuführen ist. Insgesamt ist der Hotelsektor in der Türkei jedoch sehr beständig und bietet eine breite Auswahl an Unterkünften in unterschiedlichen Preisklassen. Obwohl laut *türkischem Statistikkamt TÜİK* die Baugenehmigungen im Hotelsektor in den ersten sechs Monaten des Jahres 2023 einen Rückgang um 45 % Prozent verzeichneten, ist mittelfristig mit sehr guten Geschäftschancen im Hotelbau zu rechnen. Brancheninsider erwarten hohe Investitionen von Hotelketten in den Bau und Ausbau von Hotels, was sehr gute Geschäftschancen für in- und ausländische Unternehmen als Subunternehmer oder Lieferanten, beispielsweise im Bereich der Hotelausstattung, bietet.

Erdbebensicheres Bauen

Nach den **starken Erdbeben** im Februar 2023 liegt der Fokus verstärkt auf dem **Wiederaufbau**. In diesem Zusammenhang spielt auch erdbebensicheres Bauen eine große Rolle. Viele der eingestürzten oder beschädigten Gebäude waren alt oder instabil, daher steigt die Nachfrage nach neueren Bauten. Vor allem in Istanbul, wo Wissenschaftler vor weiteren starken Erdbeben in den kommenden Jahren warnen, geben viele Menschen Gutachten zur Evaluierung der Erdbebensicherheit ihres Wohnraumes in Auftrag. Bereits im Jahr 2012 wurde das städtische Transformationsprogramm *Kentsel Dönüşüm* zur Sanierung erdbebengefährdeter Wohngebiete gestartet. Im Zuge dieses Programmes werden entweder bestehende erdbebengefährdete Gebäude vom Staat abgerissen und wieder neu aufgebaut oder es wird den Wohnungseigentümern ermöglicht, mittels staatlichen Förderungen, z.B. mit vergünstigten Krediten, neuen Wohnraum über private Bauunternehmen zu schaffen. Über dieses Programm wurden bisher bereits 3,3 Mio. Wohnobjekte erneuert bzw. auf ihre Erdbebensicherheit untersucht. Aufgrund der Erdbeben im Februar soll die Umsetzung von Erneuerungen nun rascher abgewickelt werden. Aktuell soll ein neues Gesetz zur städtischen Transformation in Planung sein, was sich positiv auf den Bau von neuen erdbebensicheren Gebäuden auswirken dürfte.

Nachhaltigkeit und Energieeffizienz

Das Thema **nachhaltiges Bauen und Energieeffizienz** gewinnt im Bauwesen zunehmend an Bedeutung. Das Interesse an innovativen Baustoffen und neuen Technologien wie beispielsweise zentrale oder ferngesteuerte **intelligente Klimatisierungssysteme** sowie **stromsparender Beleuchtung** nimmt zu. Gemäß dem präsidentialen Rundschreiben Nr. 2019/18 vom 15. August 2019 muss der Energieverbrauch in öffentlichen Gebäuden zwischen den Jahren 2020 und 2023 um mindestens 15 % reduziert werden (bei Gebäuden ab einer Fläche von 10.000 m² und einem Energieverbrauch von 250 Tonnen Rohöl-äquivalent (TEP)). Zudem müssen alle Wohnungen seit dem 1. Jänner 2020 einen Energiepass vorweisen.

Am 19. Februar 2022 wurde die Verordnung um Anforderungen für ein *Near Zero Energy Building (NSEB)* erweitert. Darunter versteht man ein Gebäude, welches eine hohe Energieeffizienz (mindestens Energieklasse B) und einen bestimmten Anteil an erneuerbaren Energien (mind. 5 %, ab dem Jahr 2025 mind. 10 %) aufweist. Gebäude im Geltungsbereich der *NSEB* mit einer Gesamtfläche von 5.000 m² müssen ab 1. Jänner 2023 den Anforderungen entsprechen. Ab 1. Jänner 2025 sollen die *NSEB*-Anforderungen bereits ab einer Fläche von 2.000 m² gelten. Da ein Großteil der Gebäude in der Türkei unzureichend gedämmt ist, bieten sich auch hier gute Geschäftschancen. Aufgrund der gesetzlichen

Vorgaben ist die Nachfrage an Materialien zur **Wärmedämmung** groß. Am häufigsten wird derzeit expandiertes Polystyrol (EPS) zur Wärmedämmung eingesetzt. Seit Juni 2022 sind staatlich geförderte Kredite für Maßnahmen zur Wärmedämmung verfügbar, was zu einem Investitionsanstieg führen dürfte.

FOKUSBEREICH GREEN TECHNOLOGIES: ÜBERBLICK & ZUKUNFTSTRENDS

ÜBERBLICK



Im Oktober 2023 hat die Türkei als letztes G20-Mitglied das **Pariser Klimaabkommen** ratifiziert. Der türkische Staatspräsident Erdoğan verfolgt nun verstärkt das Ziel der **Netto-Treibhausgasneutralität** bis zum Jahr 2053 und hat dafür die Kapazitäten im Umweltministerium und der Personen, die im Bereich Klimaschutz tätig sind, aufgestockt. Zudem ist ein Projekt zur Einführung eines *Emissionshandelssystems ETS (Emission Trading System)* in Planung, welches von der *Weltbank* unterstützt wird und im Jahr 2026 starten soll. Im Jahr 2023 wurden weiters vom türkischen Ministerium für Energie und natürliche Ressourcen der **Türkiye National Energyplan** sowie die **Türkiye Hydrogen Technologies Strategy and Roadmap** veröffentlicht, welche die Umsetzung der Klimaziele konkretisieren sollen. Insgesamt müssen zur Erreichung des Netto-Null-Ziels die Emissionen gesenkt und der Ausbau von grünen Energiequellen forciert werden. Letzteres verfolgt die Türkei vor allem vor dem Hintergrund, bei der Stromversorgung unabhängiger von ausländischen Lieferanten zu werden.

ZUKUNFTSTRENDS



Erneuerbare Energien und Wasserstoff

Die Türkei weist insgesamt einen **hohen Energiebedarf** auf. Um diesen zu decken und gleichzeitig die Abhängigkeit der Türkei von Gas- und Kohleimporten zu reduzieren, ist die türkische Regierung auf der Suche nach Alternativen, wozu u.a. auch erneuerbare Energien zählen. Bereits im Jahr 2020 entfiel etwa die Hälfte der Kapazitäten zur Stromerzeugung auf erneuerbare Energien. Dabei setzt das Land vor allem auf Solar- und Windkraft. Beide Bereiche sollen weiter ausgebaut werden. So soll sich die Kapazität von **Solarenergie** verfünffachen (auf etwa 53 Gigawatt) und jene von **Windkraft** verdreifachen (auf 30 Gigawatt). Obwohl es strenge Local-Content-Anforderungen gibt, ist der türkische Markt dennoch offen für internationale Anbieter. Daher haben vor allem internationale Anbieter von Windkrafttechnik bereits gemeinsam mit lokalen Partnern kooperiert.

Auch das Thema **Wasserstoff** gewinnt in der Türkei zunehmend an Bedeutung. Die im Jänner 2023 vom türkischen Ministerium für Energie und natürliche Ressourcen veröffentlichte nationale Wasserstoffstrategie verfolgt vor allem zwei Hauptziele: Einerseits die Reduzierung der Produktionskosten für grünen Wasserstoff bis zum Jahr 2035 auf unter USD 2,4 pro Kilogramm Wasserstoff und andererseits den Ausbau der Wasserstoff-Elektrolyseure-Kapazitäten bis auf 70 Gigawatt im Jahr 2053. Für die Herstellung von grünem Wasserstoff sollen ebenfalls Solar- und Windkraft eingesetzt werden. Vor allem in der sehr energieintensiven türkischen Stahlindustrie könnte grüner Wasserstoff künftig bei der Stahlherstellung verstärkt zum Einsatz kommen. Geschäftschancen ergeben sich daher für ausländische Unternehmen vor allem in der Unterstützung bei der Einführung und Implementierung von Wasserstofftechnologien.

E-Mobility

In der Türkei gewinnen Hybrid- und Elektrofahrzeuge zunehmend an Bedeutung. Laut Aussage des *türkischen Statistikamtes TÜİK* stieg der Verkauf von Elektro- und Hybridfahrzeugen im heurigen Jahr enorm an (Verkauf Hybridwagen: +48 %, Elektrofahrzeuge +488 %). Mit Ende Juni 2023 waren in der Türkei 50.499 Elektro- und Hybridautos zugelassen. Zudem kam in diesem Jahr das erste türkische Elektroauto auf den Markt. Bei dem Fahrzeug handelt es sich um einen rein elektrischen SUV des Herstellers *Togg*, welches als erstes Elektroauto in der Türkei entwickelt und gebaut wurde. Insgesamt sind einige Investitionen in diesem Sektor geplant. *Togg* plant eine Verdopplung der Produktion von 175.000 auf 350.000 Fahrzeuge und *Toyota* sowie die chinesischen Unternehmen *Skywell* und *Great Wall* die Errichtung von Batterieproduktionsstätten. Bis zum Jahr 2025 möchte der türkische Bushersteller *TEMSA* mehr als 50 % seiner Fahrzeuge auch als Elektrovariante anbieten. Das Unternehmen fertigt zudem auch die zugehörigen Batterien in seinem Werk. Insgesamt hat vor allem die Markteinführung des Elektroautos von *Togg* international für Aufsehen gesorgt und dazu geführt, dass einige ausländische Unternehmen bereits ihr Interesse bekundet haben, ihre Elektrofahrzeuge sowie Fahrzeugteile in der Türkei produzieren zu lassen.

Abfallwirtschaft

Im Jahr 2017 wurde von der türkischen First Lady Emine Erdoğan das sogenannte *Zero Waste-Project* ins Leben gerufen. Ziel dieses Projektes ist es, ein generelles Bewusstsein für Umweltagenden zu schaffen und Abfälle nach den Grundsätzen der Nachhaltigkeit zu sammeln, wiederzuverwerten sowie generell zur Abfallvermeidung beizutragen. Weiters soll das Projekt auch dazu dienen, das Thema Recycling unter den Bürgern zu fördern. Dazu wurden separate Recyclingbehälter in den Städten zur besseren Mülltrennung eingeführt. Im Zuge dieses Projektes wurden zwischen den Jahren 2017 und 2020 bereits insgesamt 397 Mio. Tonnen Rohstoffe, 315 Mio. Kilowattstunden Energie, 345 Mio. Kubikmeter Wasser sowie 50 Mio. Barrel Öl eingespart. Zudem wurden 17 Mio. Tonnen recyclebarer Abfall gesammelt, 2 Mrd. Tonnen Treibhausgasemissionen vermieden und 209 Mio. Bäume gerettet. Das Projekt wurde mittlerweile auch um das sogenannte *Zero Waste Blue* erweitert, das sich zusätzlich für den Kampf gegen die Verschmutzung der Meere und Küsten einsetzt. Im Jahr 2021 wurde das *Zero Waste Project* mit dem *Sustainable Development Goals Action Award des United Nations Development Programs (UNDP)* ausgezeichnet. Auch der UN-Generalsekretär *António Guterres* lobte bei der UN-Generalversammlung am ersten *Zero Waste Day* am 30. März 2022 die Initiative als ein Vorzeigeprojekt und ermutigte andere Länder dem Beispiel der Türkei in dieser Sache zu folgen.

FOKUSBEREICH NAHRUNGSMITTELINDUSTRIE: ÜBERBLICK & ZUKUNFTSTRENDS

ÜBERBLICK



Die Türkei gilt als **siebtgrößter Agrarproduzent der Welt** und profitiert vor allem von der günstigen geografischen Lage und den guten klimatischen Bedingungen. Das Land produziert sowohl für das Inland als auch für den Export. Der Sektor zeichnet sich als sehr wachstumsstark aus und gilt als modern und gut entwickelt. Sowohl lokale Großunternehmen als auch internationale Akteure wie z.B. Coca Cola sind bereits auf dem türkischen Markt vertreten. Weiters gibt es laut *Vereinigung der türkischen Nahrungsmittel- und Getränkeverbände (TGDF)* in der Türkei insgesamt etwa 54.000 kleinere Herstellungsunternehmen in dieser Branche. Der Export spielt im türkischen Nahrungsmittelsektor eine große Rolle. Laut *türkischem Statistikamt TÜİK* umfassten die Exporte von Nahrungsmitteln und Getränken im Jahr 2021 ein Volumen von etwa USD 16 Mrd. Im gleichen Zeitraum wurden Waren im Gesamtwert von USD 7 Mrd. importiert.



Nachhaltigkeit

Im Jahr 2021 hat die Türkei den Aktionsplan für den **Green Deal** mit Zielen und Maßnahmen zur Steigerung der Nachhaltigkeit in der Landwirtschaft angenommen. Zu den wichtigsten Maßnahmen zählen demnach u.a. die Verringerung des Einsatzes von Pestiziden, antimikrobiellen Mitteln und chemischen Düngemitteln, die Weiterentwicklung der ökologischen bzw. biologischen Produktion sowie eine zunehmende Nutzung erneuerbarer Energien in der Landwirtschaft. Im Rahmen des UN-Gipfels für Ernährungssysteme hat das Land zudem den *National Food Systems Pathway* vorbereitet. Dieser umfasst insgesamt 10 Prioritäten und 117 Maßnahmen. Die Hauptziele, welche bis zum Jahr 2030 erreicht werden sollen, sind u.a. die Verbesserung der öffentlichen Gesundheit, der Lebensmittelsicherheit, eine Verstärkung der Kontrollen, eine Verringerung der Lebensmittelverschwendung, die Sensibilisierung der Konsumenten für einen nachhaltigen Konsum, eine effizientere Nutzung von Wasserressourcen sowie ein nachhaltiger Umgang mit natürlichen Ressourcen. Ein weiteres Programm im Bereich der Agrarwirtschaft in der Türkei ist das sogenannte *Environmentally Based Agricultural Land Protection Programme (ÇATAK)*. Dieses soll zur Verbesserung der Boden- und Wasserqualität und der Nachhaltigkeit erneuerbarer natürlicher Ressourcen beitragen. Zudem zielt das Programm darauf ab, das Bewusstsein der Produzenten für Umweltagenden in diesem Sektor zu schaffen. Ein besonderer Fokus liegt bei ÇATAK auf der Vermeidung negativer Auswirkungen der in der Landwirtschaft eingesetzten Methoden auf die Umwelt. Dafür bietet das Programm den türkischen Landwirten wirtschaftliche Anreize bei der Verwendung von neuen Technologien.

E-Commerce

Seit Beginn der Corona-Pandemie machte sich in der Türkei ein starker Zuwachs an E-Commerce im Lebensmittelhandel bemerkbar. Viele Einzelhändler bieten ihre Waren verstärkt auch online an. In großen türkischen Städten existiert bereits ein gutes Angebot an Lieferanten, welche die Haushalte schnell und kostengünstig beliefern. Ausbaupotenziale gibt es derzeit noch in der Logistik von Kühl- und Tiefkühlprodukten. Dies bietet gute Geschäftschancen für in- und ausländische Unternehmen im Bereich Kältetechnik. Insgesamt verfügt der E-Commerce-Sektor über ein hohes Wachstumspotenzial. Schätzungen zufolge beträgt die jährliche Wachstumsrate im E-Commerce-Sektor für Lebensmittel in den kommenden Jahren etwa 4,1 %.

Internationale Lebensmittel und Gesundheitsbewusstsein

Die Türkei ist ein Markt mit viel Potenzial für die Einführung internationaler und gesunder Lebensmittel. Die Bevölkerung ist sehr jung und das Interesse an importierten Lebensmitteln ist groß, vor allem auch in der wachsenden Mittelschicht. Bio-Lebensmittel sind derzeit nicht in allen Nahrungsmittelsegmenten zu finden, weshalb dieser Sektor viele Möglichkeiten bietet. Auch Spezialprodukte, wie z.B. glutenfreie Nahrungsmittel, sind derzeit noch eine Nische, die von ausländischen Unternehmen bearbeitet werden kann. Insgesamt wird erwartet, dass mit zunehmendem Gesundheitsbewusstsein der türkischen Bevölkerung das Interesse an Bio-Lebensmitteln weiter steigen wird. Zudem geht man derzeit davon aus, dass Convenience-Produkte aufgrund von Single-Haushalten und der steigenden Berufstätigkeit von Frauen vermehrt nachgefragt werden, was auch in diesem Bereich Geschäftschancen für ausländische Hersteller bietet.

1.5. KULTURELLE CHARAKTERISIERUNG DER TÜRKEI

Die Türkei ist eine präsidentiale Republik mit einer Fläche von 783.563 km² und etwa 85,3 Mio. Einwohner. Die offizielle Landessprache ist Türkisch. Die Hauptstadt der Türkei ist Ankara. Der größte Teil des Landes (97 %) gehört zu Asien. 3 % der Türkei liegen auf dem europäischen Kontinent. Das Land grenzt an die Länder Georgien, Armenien, Iran, Irak, Syrien, Griechenland und Bulgarien. 99,8 % der Einwohner sind islamischer Religionszugehörigkeit. 0,2 % sind Christen oder gehören ethnischen Minderheiten an.






Die Türkei verfügt über eine Vielzahl natürlicher Ressourcen wie Kohle, Eisenerz, Kupfer, Chrom, Quecksilber, Gold, Kalkstein und Marmor. Angebaut werden vor allem Weizen, Zuckerrüben, Tomaten, Gerste, Mais, Kartoffeln.

Das Klima in der Türkei variiert je nach Landesteil. In Istanbul herrscht ein mediterran-pontisches Klima vor, in Izmir, an der Ägäis sowie an der Mittelmeerküste ist das Klima mediterran. Kontinentales Klima findet man in Ankara und im anatolischen Hochland. Im Osten dominiert ein raues Klima, während es an der Schwarzmeerküste niederschlagsreich und kühl ist.

Die Währung der Türkei ist die Türkische Lira (TRY), welche per 10.10.2023 einen Kurs von EUR 1,-- = 29,3789 TRY verzeichnete. In der Türkei gibt es eine Zeitzone: Mitteleuropäische Zeit (MEZ) +2 Stunden. Es gibt keine Zeitumstellung zwischen Winter- und Sommerzeit.

Für österreichische Staatsbürger ist eine Einreise in die Türkei für touristische Aufenthalte von bis zu 90 Tagen innerhalb eines Zeitraums von 180 Tagen ohne Visum möglich. Visa für andere Zwecke, wie beispielsweise für Montagearbeiter, müssen vor Reiseantritt an der zuständigen türkischen Vertretungsbehörde mittels Online-Termin beantragt werden. Weitere Informationen zur Ein- und Ausreise sind auf der Homepage des Bundesministeriums europäische und internationale Angelegenheiten unter <https://www.bmeia.gv.at/reise-services/reiseinformation/land/tuerkei> ersichtlich.

Folgende Aspekte sollten bei geschäftlichen Treffen beachtet werden:

-  **Die Begrüßung** ist in der türkischen Geschäftskultur ein entscheidender Anfang für eine erfolgreiche Kommunikation. Es gilt als unhöflich, jemanden, zu dem man kein persönliches Verhältnis hat, mit dem Vornamen anzusprechen. Zudem gilt Blickkontakt in der Kommunikation als extrem wichtig.
-  Zu **Verhandlungen** mit türkischen Geschäftspartnern sollten viel Zeit und Geduld mitgebracht werden. Zudem ist auf die Sitzordnung zu achten. Bei kleineren unwesentlichen Verhandlungspunkten empfiehlt es sich nachzugeben, um beim türkischen Geschäftspartner nicht einen Eindruck von Sturheit zu hinterlassen.
-  In der Türkei werden **Entscheidungen** meist auf höchster Ebene getroffen. Im Besonderen gilt das für türkische Behörden.
-  Eine starke Familienstruktur ist in der türkischen Geschäftswelt von besonderer Bedeutung. Die Familie ist in der Türkei der Eckpfeiler der Gesellschaft und auch in der Geschäftswelt bedeutsam. Unternehmen werden sehr oft **von Familien geführt**, daher ist es wichtig, dass Familien gut zusammenarbeiten und miteinander auskommen.
-  In der türkischen Geschäftskultur sind **Geschäftssessen** sehr wichtig, da diese die Beziehungen stärken. Viele Geschäfte werden in der Türkei bei Geschäftsessen abgewickelt. Zudem zeichnet sich die Geschäftskultur in der Türkei durch Gastfreundschaft aus. Eine Einladung zum Abendessen sollte daher niemals abgelehnt werden.



Es ist besonders darauf zu achten, dass **Geschenke** keine Schweinefleischprodukte oder Alkohol enthalten. Beim ersten Geschäftstreffen sind Geschenke nicht üblich.



In der Türkei ist die **Business-Kleidung** formell und konservativ. Freizeitkleidung wird bei Geschäftstreffen nicht gerne gesehen.

Einordnung nach Hofstede

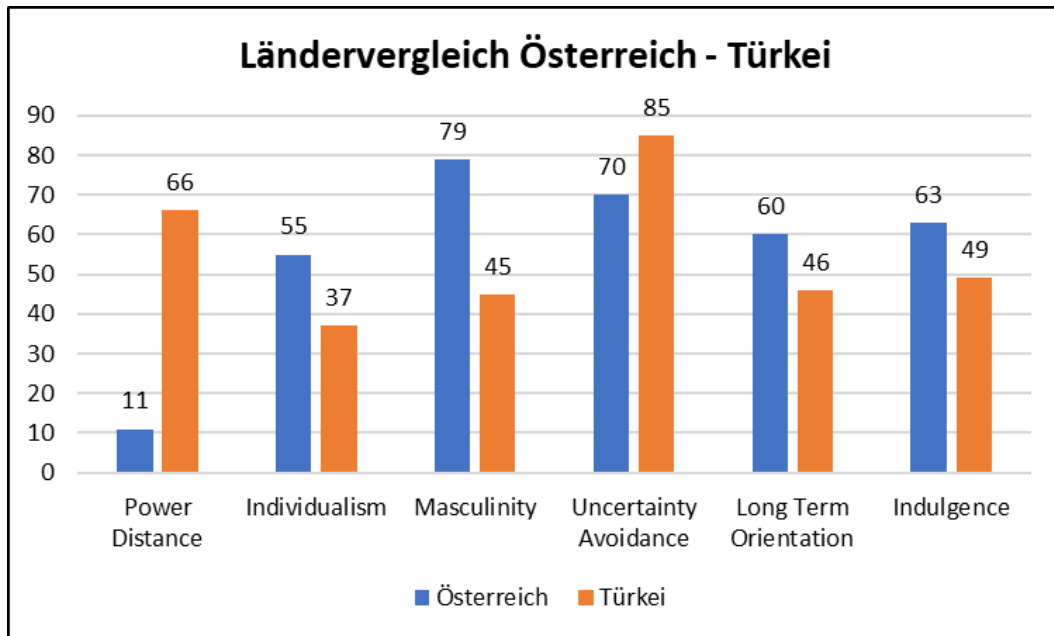
Nähere Informationen zur Hofstede-Studie und zu den Kulturdimensionen finden Sie im Glossar.

Kulturdimensionen	Werte*	Charakterisierung
Machtdistanz	66	Die Türkei weist einen hohen Wert auf; hohe Akzeptanz von Hierarchien und Top-Down-Strukturen in Organisationen sowie der Gesellschaft
Individualismus / Kollektivismus	37	Mit einem Wert von 37 ist die Türkei eine kollektivistische Gesellschaft; das „Wir“ ist besonders wichtig, Menschen fühlen sich der Familie oder Organisation zugehörig
Maskulinität / Femininität	45	Die Türkei ist nach Hofstede eine eher feminine Gesellschaft, was in der großen Bedeutung von Familie und Freunden sichtbar wird
Unsicherheitsvermeidung	85	Die Türkei ist ein Land mit hoher Unsicherheitsvermeidung; großer Bedarf an Gesetzen und Regeln; Rituale dienen zur Reduzierung von Ängsten
Langzeitorientierung / Kurzzeitorientierung	46	Die Türkei liegt mit einem Wert von 46 im Mittelfeld dieser Dimension und weist daher keine eindeutige Ausprägung auf
Nachsicht / Zurückhaltung	49	Mit einem Wert von 46 liegt die Türkei im Mittelfeld dieser Dimension und weist daher keine eindeutige Ausprägung auf

*Werte 1 bis 100

Ländervergleich Österreich – Türkei

Im Ländervergleich zwischen Österreich und der Türkei sind folgende Unterschiede in den einzelnen Kulturdimensionen nach Hofstede erkennbar:



Machtdistanz (Power Distance):

Österreich liegt weit unter dem Wert der Türkei (66). In Österreich ist Unabhängigkeit wichtig und es wird auf Dezentralisierung gesetzt. Manager zählen auf die Erfahrung ihrer Teammitglieder. Umgekehrt erwarten auch die Mitarbeiter, dass sie in Entscheidungen miteinbezogen werden. Die Kommunikation ist in der Regel direkt und partizipativ.

Individualismus (Individualism):

Mit einem Wert von 55 liegt Österreich im Mittelfeld in dieser Dimension. Die Türkei ist mit einem Wert von 35 eine kollektivistische Gesellschaft und legt damit besonderen Wert auf Familie und Freunde.

Maskulinität (Masculinity):

Österreich ist mit einem Wert von 79 eine maskuline Gesellschaft. Das bedeutet, dass sie stark erfolgsorientiert ist. Wettbewerb und Leistung sind von besonderer Bedeutung. Mit einem Wert von 45 gilt die Türkei tendenziell zu den femininen Gesellschaften.

Unsicherheitsvermeidung (Uncertainty Avoidance):

Nach Hofstede ist Österreich ein Land mit hoher Unsicherheitsvermeidung. Entscheidungen werden nach sorgfältiger Analyse aller verfügbaren Informationen getroffen. Österreich liegt damit unter dem Wert der Türkei (85). Gesetze und Regeln sind von besonderer Bedeutung.

Langzeitorientierung (Long Term Orientation):

In dieser Dimension erzielt Österreich einen Wert von 60. Dies spricht für eine pragmatische Kultur. Sparen und Bildung sind in Österreich bedeutsam, um gut auf die Zukunft vorbereitet zu sein. In Österreich ist dies ausgeprägter als in der Türkei. Mit einem Wert von 46 lässt sich die Türkei im Mittelfeld einordnen.

Nachsicht/Zurückhaltung (Indulgence):

Mit einem Wert von 63 liegt dieser für Österreich höher als der der Türkei (49). Nachsicht und Zurückhaltung sind in Österreich stärker ausgeprägt als in der Türkei.

Quelle: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=austria%2Cturkey>

Einordnung nach der World Values Survey

Die Türkei befindet sich in der Dimension **traditionelle vs. säkular-rationale Werte** in Richtung traditionelle Werte. Auf der Dimension der **Selbstentfaltung- vs. Überlebenswerte** weist die Türkei eine Ausprägung in Richtung Überlebenswerte auf. Nähere Informationen zur World Values Survey und zur Einordnung der Türkei in die Kulturkarte finden Sie im Glossar.

LINK-BOX

AußenwirtschaftsCenter Istanbul

istanbul@wko.at

QUELLEN

Weitere Informationen finden Sie hier:

Wirtschaftsbericht Türkei April 2023, AußenwirtschaftsCenter Istanbul

<https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/tuerkei-wirtschaftsbericht.pdf>

Länderprofil Türkei Oktober 2023, Wirtschaftskammer Österreich

<https://www.wko.at/statistik/laenderprofile/lp-tuerkei.pdf>

Dashboards Außenhandel: Außenhandel nach Partnerländern, Wirtschaftskammer Österreich

<https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html>

Junge Bevölkerung bietet Potenzial für den Arbeitsmarkt, Juli 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/istanbul/wirtschaftsumfeld/junge-bevoelkerung-bietet-potenzial-fuer-den-arbeitsmarkt-1020800>

Erdoğan erklärt Abkehr von niedrigen Zinsen, September 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/wirtschaftsumfeld/erdo%C4%9Fan-erklaert-abkehr-von-niedrigen-zinsen-1034778>

Türkei: Inflationsrate von August 2021 bis August 2023, Statista

[https://de.statista.com/statistik/daten/studie/987938/umfrage/monatliche-inflationsrate-in-der-tuerkei/#:~:text=Die%20Inflationsrate%20der%20T%C3%BCrkei%20steigt,der%20Europ%C3%A4ischen%20Union%20\(EU\)](https://de.statista.com/statistik/daten/studie/987938/umfrage/monatliche-inflationsrate-in-der-tuerkei/#:~:text=Die%20Inflationsrate%20der%20T%C3%BCrkei%20steigt,der%20Europ%C3%A4ischen%20Union%20(EU))

Finanzen.at, Währungsrechner Euro – Türkische Lira

<https://www.finanzen.at/waehrungsrechner/euro-neue-tuerkische-lira>

Wirtschaft in der Türkei kämpft gegen die Krise, Juni 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/wirtschaftsumfeld/wirtschaft-in-der-tuerkei-kaempft-gegen-die-krise-247908>

Parlaments- und Präsidentschaftswahl 2023, Bundeszentrale für politische Bildung

<https://www.bpb.de/themen/europa/tuerkei/520318/parlaments-und-praesidentschaftswahl-2023/>

Europäischer Grüner Deal, Europäische Kommission

https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/european-green-deal_de

Unlocking Green Finance in Turkey, February 2022, The World Bank

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/099040002232227038/pdf/P174569076d6f30a20916807841092b30f3.pdf>

Türkei bleibt trotz Unsicherheiten wichtiger Produktionsstandort, Juni 2023,

Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/wirtschaftsumfeld/tuerkei-bleibt-trotz-unsicherheiten-wichtiger-produktionsstandort--253472>

Türkei: Gesamtbevölkerung von 1950 bis 2022 und Prognosen bis 2050, Statista

<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/19318/umfrage/gesamtbevoelkerung-in-der-tuerkei/>

Turkey, The World Factbook

<https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/turkey-turkiye/summaries/>

Türkei Los Geht's- Länderreport Aussenwirtschaft Austria 2023

<https://www.wko.at/service/aussenwirtschaft/tuerkei-laenderreport.pdf>

GDP-Ranking World Bank

https://databankfiles.worldbank.org/public/ddpext_download/GDP.pdf

Wechselkurs EUR – TRY 10.10.2023, finanzen.at

<https://www.finanzen.at/waehrungsrechner/euro-neue-tuerkische-lira>

Turkish Business Culture for Investors or Workers in Turkey, MHR & Partners

<https://mhrpartner.com/en/turkish-business-culture-for-investors-or-workers-in-turkey/>

Der Wiederaufbau steht im Fokus der Baubranche, Mai 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/der-wiederaufbau-steht-im-fokus-der-baubranche--631498>

Die Auftragsbücher der türkischen Bauunternehmen sind gut gefüllt, Oktober 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/die-auftragsbuecher-der-tuerkischen-bauunternehmen-sind-gut-gefuellt-1043050>

Türkei will ihr Tourismuspotenzial noch stärker ausschöpfen, Oktober 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/tuerkei-will-ihr-tourismuspotenzial-noch-staerker-ausschoepfen-1039580>

Türkei – Auf dem Weg zu Netto-Null, September 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/specials/tuerkei-auf-dem-weg-zu-netto-null-816936>

Türkiye National Energy Plan 2022

https://enerji.gov.tr/Media/Dizin/EIGM/tr/Raporlar/TUEP/T%C3%BCrkiye_National_Energy_Plan.pdf

Türkiye Hydrogen Technologies Strategy and Roadmap

https://enerji.gov.tr//Media/Dizin/SGB/en/HSP_en/ETKB_Hydrogen_T_Strategies.pdf

E-Mobility, März 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/e-mobility--600900>

Verkauf von Kfz zieht stark an, Oktober 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/verkauf-von-kfz-zieht-stark-an-1027634>

Zero Waste Project, Republik Türkiye, Ministerium für auswärtige Angelegenheiten

<https://www.mfa.gov.tr/null-abfall-projekt.de.mfa>

The Zero Waste Project receives UNDP Turkey's first Global Goals Action Award, UNDP

<https://www.undp.org/turkiye/press-releases/zero-waste-project-receives-undp-turkeys-first-global-goals-action-award>

Zero Waste Blue, Akademi Çevre

<https://akademicevre.com/en/zero-waste-blue/>

Türkische Nahrungsmittelindustrie hat hohes Wachstumspotenzial, Juli 2023, Germany Trade & Invest

<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/tuerkische-nahrungsmittelindustrie-hat-hohes-wachstumspotenzial-649990>

eCommerce revenue development in the Food market in Turkey, ECDB

<https://ecommercedb.com/markets/tr/food>

OECD iLibrary Turkey

<https://www.oecd-ilibrary.org/sites/c2e35ce5-en/index.html?itemId=/content/component/c2e35ce5-en>

1.6. LANDKARTE TÜRKEI UND GEOGRAFISCHE REGIONEN



Landkarte Türkei: <https://www.weltkarte.com/europa/landkarten-und-stadtplaene-der-tuerkei/landkarte-tuerkei-politische-karte.htm> Zugriff: 10.10.23.

2. BRANCHEN-INSIGHTS FÜR KÄRNTNER UNTERNEHMEN

2.1 KERNREAKTOREN, KESSEL, MASCHINEN, APPARATE UND MECHANISCHE GERÄTE

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Kernreaktoren, Kessel, Maschinen, Apparate und mechanische Geräte“ im Wert von EUR 2.374 Mio. Dies entspricht einem Anteil von 25,2 % an den gesamten Kärntner Exportleistungen und befindet sich damit auf Platz 1 der wichtigsten Exportpositionen.

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Mit einem Volumen von EUR 306 Mio. und einem Anteil von 16,9 % war die Warengruppe „Kernreaktoren, Kessel, Maschinen, Apparate und mechanische Geräte“ im Jahr 2022 die größte Gruppe im Export österreichischer Waren in die Türkei. Laut *Turkish Machinery (Vereinigung der türkischen Maschinenexporteure)* ist der türkische Maschinenbau auf Wachstumskurs. Im Jahr 2021 exportierte der Sektor Waren im Wert von insgesamt USD 23 Mrd. Hauptexportmärkte sind die EU und die USA. Die Türkei gilt als sechstgrößter Maschinenhersteller in Europa, international belegt das Land Platz 27. Vor allem vor dem Hintergrund, dass der Trend in Europa zur Regionalisierung im Zusammenhang mit ihren Netzwerkstrategien weiter zunimmt, ist die Türkei als Beschaffungsmarkt in dieser Branche von besonderer Bedeutung. Zunehmend verfolgt das Land auch das Thema Nachhaltigkeit. Diesbezüglich profitieren Unternehmen von Unterstützungsleistungen des türkischen Handelsministerium im Rahmen der *Financing the Green Transition* der Europäischen Kommission.

2.2 ELEKTRISCHE MASCHINEN, APPARATE UND ELEKTROTECHNISCHE WAREN

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Elektrische Maschinen, Apparate und elektrotechnische Waren“ im Wert von EUR 1.507 Mio. (+ 24,9 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die österreichischen Exporte in die Türkei in der Warengruppe „Elektrische Maschinen, Apparate und elektrotechnische Waren“ erreichten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 164 Mio., was einem Anteil von 9,1 % entspricht. In der Türkei sind am 26. Dezember 2022 zwei neue Verordnungen in Bezug auf die Entsorgung von Elektro- und Elektronik-Altgeräten sowie auf die beschränkte Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in Elektro- und Elektronikgeräten in Kraft getreten. Mit diesen werden die Pflichten von Herstellern, Importeuren und Händlern dieser Produkte in der Türkei genau festgelegt.

2.3 HOLZ UND WEITERVERARBEITETE HOLZWAREN, HOLZKOHLE

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Holz und Waren daraus, Holzkohle“ im Wert von EUR 864 Mio. (+ 1,7 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die österreichischen Exporte in die Türkei im Bereich „Holz und weiterverarbeitete Holzwaren, Holzkohle“ erzielten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 23 Mio. (Anteil von 1,3 %). Damit belegte diese Warengruppe keinen Platz unter den Top 10

der Warenexporte von Österreich in die Türkei. Das Land gilt als wichtiger Produzent von Holzbaustoffen wie Faserplatten, Parkett und Paneele für das In- und Ausland. Im Jahr 2021 stiegen die Exporte von Holzbaustoffen um 48 % auf USD 985 Mio. (Vergleich 2020: USD 667 Mio.). Zu den wichtigsten Exportländern in diesem Sektor zählen vor allem Irak, Kanada, Tunesien, Ägypten und Iran.

2.4 EISEN UND STAHL

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Eisen und Stahl“ im Wert von EUR 293 Mio. (+ 17 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die Exporte Österreichs in die Türkei in der Warengruppe „Eisen und Stahl“ erzielten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 185 Mio. (Anteil von 10,3 %). Stahl gilt als sehr gut wiederverwertbarer Rohstoff. In diesem Zusammenhang gewinnt auch das Recycling von Stahlschrott zunehmend an Bedeutung und trägt damit zu einer nachhaltigeren Stahlindustrie bei. Daher wird von vielen Ländern verstärkt Stahlschrott importiert, um ihn dann im eigenen Land weiterzuverarbeiten. Im Jahr 2020 war die Türkei mit einem Importvolumen von etwa 22,4 Mio. Tonnen Stahlschrott führend. Insgesamt umfasste die türkische Stahlproduktion im Jahr 2022 ein Volumen von 35,1 Mio. Tonnen, was einem Rückgang von 12,9 % im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Dennoch gilt die Stahlindustrie als eine der am weitesten entwickelten Branchen in der Türkei und lag im Jahr 2022 mit einem Exportvolumen von USD 21,1 Mrd. und einem Anteil von 8,3 % an vierter Stelle der türkischen Gesamtexporte (Volumen 2022: USD 254,2 Mrd.). Die türkische Stahlindustrie ist bei Rohstoffen und Vorprodukten stark von Importen abhängig, was gute Geschäftschancen für ausländische Unternehmen bietet.

2.5 KUNSTSTOFFE UND WAREN DARAUS

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Kunststoffe und Waren daraus“ im Wert von EUR 545 Mio. (+ 14 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die österreichischen Exporte in die Türkei in der Warengruppe „Kunststoffe und Waren daraus“ umfassten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 128 Mio. und damit einen Anteil von 7,1 %. In der Türkei gewinnt das Thema Wärmedämmung zunehmend an Bedeutung. Hochwertige Fenster und Türen mit guter Wärmedämmung erfreuen sich großer Beliebtheit. Bei Fenstern greift man dabei vor allem auf Kunststoffprodukte zurück. Aufgrund der Einführung des Energiepasses für Wohnungen im Jahr 2020 ist auch weiterhin von einer positiven Entwicklung in diesem Bereich auszugehen.

2.6 CHEMISCHE ERZEUGNISSE

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „anorganische chemische Erzeugnisse“ im Wert von EUR 453 Mio. (+ 28 % gegenüber Vorjahr) und Waren der Gruppe „verschiedene chemische Erzeugnisse“ im Wert von EUR

281 Mio. (+ 14,2 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die Warengruppen „anorganische chemische Erzeugnisse“ sowie „verschiedene chemische Erzeugnisse“ konnten im Jahr 2022 keinen Platz unter den Top 10 der Warenexporte von Österreich in die Türkei erzielen. In der Türkei konnten die Chemieexporte im Jahr 2022 einen Anstieg um 32 % auf ein Volumen von USD 33,6 Mrd. verzeichnen. Dieser Anstieg ist jedoch vor allem auf Preiseffekte zurückzuführen. Vor allem große, multinationale Unternehmen wie z.B. Bayer dominieren die Produktion in diesem Sektor. Hergestellt werden in der Türkei vor allem petrochemische Erzeugnisse, Seifen, Waschmittel, Düngemittel und Pestizide sowie Farben, Lacke und synthetische Fasern. Besonders gute Geschäftschancen ergeben sich für ausländische Unternehmen bei Spezialfarben sowie Lacke. Vor allem umweltfreundliche Farben werden zunehmend nachgefragt.

2.7 PAPIER UND PAPPE

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Papier und Pappe“ im Wert von EUR 366 Mio. (+ 48,8 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die Exporte von Österreich in die Türkei konnten in der Warengruppe „Papier und Pappe“ im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 47 Mio. und damit einen Anteil von 2,6 % erreichen. In der Türkei regelt die *Verordnung über die Verpackung und Verpackungsreste (Ambalaj Atıklarının Kontrolü Yönetmeliği)* als gesetzliche Grundlage die Herstellung von Verpackungen unter Berücksichtigung umweltfreundlicher Kriterien. Das primäre Ziel ist die materielle Wiederverwertung von Verpackungsabfällen, sofern dies wirtschaftlich und technisch möglich ist. Andernfalls kommen alternative Recyclingverfahren zum Einsatz oder die Abfälle finden als Energiequellen Verwendung. Generell werden in der Türkei die Pflichten und die Verantwortung hinsichtlich Verpackungen zwischen den Herstellern, der Umweltagentur, den Lieferanten sowie dem Handel aufgeteilt. Seit dem Jahr 2020 sind Hersteller in der Türkei verpflichtet, bei der Herstellung von Papier und Pappe einen Anteil von 35 % an recycelten Materialien einzuhalten.

2.8 MINERALISCHE BRENNSTOFFE, MINERALÖLE, DESTILLATIONSERZEUGNISSE

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Mineralische Brennstoffe, Mineralöle, Destillationserzeugnisse“ im Wert von EUR 246 Mio. (+ 104,4 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Bei den Exporten von Österreich in die Türkei konnte diese Warengruppe im Jahr 2022 keinen Platz unter den Top 10 des österreichischen Außenhandels mit der Türkei erzielen. Auf dem globalen Markt für fossile Brennstoffe kommt der Türkei aufgrund ihrer Kohle-, Öl- und Gasreserven eine besonders große Bedeutung zu. Derzeit gilt Kohle noch als wichtigster fossiler Brennstoff im Land. Das liegt in erster Linie an der hohen Verfügbarkeit und des im Vergleich zu anderen Brennstoffen günstigeren Preises. Auch Erdgas und Erdöl kommt häufig zum Einsatz. Dennoch zeigt die Entwicklung in den letzten Jahren einen Wandel in Richtung Unabhängigkeit von ausländischen Energiequellen und die Nutzung von inländischen Ressourcen sowie erneuerbaren

Energien. Daher investiert die türkische Regierung verstärkt in erneuerbare Energien und forciert den Ausbau von Kernenergieprojekten, was insgesamt zu einer verminderten Nachfrage nach fossilen Brennstoffen führt. Generell gilt die Türkei als wichtiger Transitstaat für Öl- und Gaslieferungen in europäische Staaten. Es ist davon auszugehen, dass die Pipelineprojekte TANAP und TurkStream, welche Erdgas aus Aserbaidschan und Russland ins Land befördern, die Gasnachfrage in der Türkei erhöhen.

2.9 OPTISCHE, PHOTOGRAPHISCHE GERÄTE, MESS- UND PRÜFINSTRUMENTE

Weltweite Exporte von Kärntner Unternehmen: Kärntner Unternehmen exportierten im Jahr 2022 Waren der Gruppe „Optische/Fotografische Geräte, Mess- und Prüfinstrumente“ im Wert von EUR 251 Mio. (+ 2,9 % gegenüber dem Vorjahr).

Exporte von österreichischen Unternehmen in die Türkei: Die österreichischen Exporte in die Türkei in der Warengruppe „Optische, photographische Geräte, Mess- und Prüfinstrumente“ umfassten im Jahr 2022 ein Volumen von EUR 42 Mio., was einem Anteil von 2,3 % entspricht. In der Türkei schützen Antidumpingverfahren und Schutzzölle bestimmte Branchen vor ausländischer Konkurrenz. Von diesen Schutzzöllen betroffen sind u.a. auch optische Waren und Messinstrumente.

REFERENZEN UND WEITERE INFORMATIONEN ZU DEN BRANCHEN-INSIGHTS:

Alle Berichte und Artikel, die für die Branchen-Insights verwendet wurden, sind online kostenlos verfügbar. Für den Download ist zum Teil eine Anmeldung erforderlich.

KESSEL, MASCHINEN, APPARATE UND MECHANISCHE GERÄTE	Zeichen stehen auf Grün, März 2022, Turkish Machinery https://www.makinebirlik.com/images/d/library/bb74dadbc-bc15-470b-bb19-2b725e498b02.pdf Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html
ELEKTRISCHE MASCHINEN, APPARATE UND ELEKTROTECHNISCHE WAREN	Turkish regulations on electrical and electronic equipment enters into force, Februar 2023, CMS https://cms-lawnow.com/en/ealerts/2023/02/turkish-regulations-on-electrical-and-electronic-equipment-enters-into-force?format=pdf&v=21 Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html
HOLZ UND WAREN DARAUS, HOLZKOHLE	Der Wiederaufbau steht im Fokus der Baubranche, Mai 2023, Germany Trade & Invest https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/der-wiederaufbau-steht-im-fokus-der-baubranche--631498 Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html
EISEN UND STAHL	Statistiken zur weltweiten Stahlindustrie, Statista https://de.statista.com/themen/834/stahlindustrie/#topicOverview Turkish Export by Industry, Turkish Steel Exporters Association https://www.cib.org.tr/en/statistics.html Türkei – Auf dem Weg zu Netto-Null, September 2023, Germany Trade & Invest https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/specials/tuerkei-auf-dem-weg-zu-netto-null-816936 Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html
KUNSTSTOFFE UND WAREN DARAUS	Der Wiederaufbau steht im Fokus der Baubranche, Mai 2023, Germany Trade & Invest https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/der-wiederaufbau-steht-im-fokus-der-baubranche--631498 Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html
CHEMISCHE ERZEUGNISSE	Gemischte Aussichten in der türkischen Chemieindustrie, Mai 2023, Germany Trade & Invest https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/gemischte-aussichten-in-der-tuerkischen-chemieindustrie-556610 Der Wiederaufbau steht im Fokus der Baubranche, Mai 2023, Germany Trade & Invest https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/branchen/der-wiederaufbau-steht-im-fokus-der-baubranche--631498 Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html
PAPIER UND PAPPE	Umgang mit Verpackungen in Europa, Juli 2023, Deutsche Industrie- und Handelskammer https://www.dihk.de/resource/blob/33922/5d462c6fb0363d9a6986709b3f7febad/dihk-broschuere-verpackungen-in-europa-data.pdf

Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich
<https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html>

MINERALISCHE BRENNSTOFFE, MINERALÖLE, DESTILLATIONSERZEUNISSE Fossile Brennstoffe Türkei, Statista
<https://de.statista.com/outlook/io/energie/fossile-brennstoffe/tuerkei>
Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich
<https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html>

OPTISCHE/FOTOGRAFISCHE GERÄTE, MESS- UND PRÜFINSTRUMENTE Schutzmaßnahmen Zollbericht Türkei, Juni 2023, Germany Trade & Invest
<https://www.gtai.de/de/trade/tuerkei/zoll/schutzmassnahmen-837974>
Österreichische Außenhandelsstatistik: Außenhandel nach Partnerländern und Gütern nach HS-Kapitel, Wirtschaftskammer Österreich
<https://www.wko.at/service/zahlen-daten-fakten/dashboards-aussenhandel.html>

GLOSSAR

Hofstede-Studie

Datenerhebung: Die Kulturdimensionen nach Hofstede basieren auf umfangreichen Forschungen, die von Professor Geert Hofstede, Gerd Jan Hofstede, Michael Minkov und ihren Forschungsteams durchgeführt wurden. Geert Hofstede definiert dabei Kultur als „die kollektive Programmierung des Bewusstseins, durch die sich Mitglieder einer Gruppe von Menschen einer anderen unterscheiden“. Das Modell beinhaltet sechs kulturelle Dimensionen und gibt eine Idee darüber, wie Werte am Arbeitsplatz von Kultur beeinflusst werden.

Stichprobe: Die Daten wurden zwischen 1967 und 1973 im Unternehmen IBM gesammelt. Die Stichprobe umfasst mehr als 70 Länder, wovon Hofstede für die Auswertung zuerst die 40 Länder mit den größten Befragtengruppen verwendete. Anschließend wurde die Analyse auf 50 Länder und 3 Regionen erweitert. Nachfolgende Studien, die die früheren Ergebnisse bestätigten, erfassten Personen- und Berufsgruppen wie beispielsweise Piloten von kommerziellen Fluggesellschaften in 23 Ländern, Manager des öffentlichen Dienstes in 14 Ländern, Verbraucher in 15 Ländern und Eliten in 19 Ländern. Im Buch „Cultures and Organizations – Software of the mind“ sind Ergebnisse zu den Dimensionen für 76 Länder aufgeführt, die unter anderem Replikationen und Erweiterungen der IBM-Studie zu unterschiedlichen internationalen Bevölkerungsgruppen von verschiedenen Wissenschaftlern beinhalten.

Kulturdimensionen: Nach Hofstede werden sechs Kulturdimensionen unterschieden. Diese sind:

**Machtdistanz
(Original: Power Distance)** Das Ausmaß, in dem eine Ungleichverteilung der Macht akzeptiert wird. Ein hoher Grad von Machtdistanz bedeutet, dass Machtunterschiede von Individuen akzeptiert werden, ein geringer Grad gibt an, dass Ungleichheiten in der Machtverteilung abgelehnt werden.

**Individualismus/
Kollektivismus
(Original: Individualism/Collectivism)** Der Grad der gegenseitigen Abhängigkeit, den eine Gesellschaft unter ihren Mitgliedern aufrechterhält. In individualistischen Gesellschaften sorgen die Menschen tendenziell allein für sich und ihre direkte Familie. Kollektivistische Gesellschaften haben eine höhere Gruppenorientierung und Gruppenwerte stehen im Vordergrund.

**Maskulinität/Femininität
(Original: Masculinity/Femininity)** Ein hoher Wert an Maskulinität besagt, dass die Gesellschaft von Wettbewerb, Leistung und Erfolg angetrieben wird. Es gibt ein Wertesystem, das in der Schule beginnt und sich während des gesamten Lebens fortsetzt. Ein niedriger Wert bedeutet, dass in der Gesellschaft die Lebensqualität an erster Stelle steht und diese ein Zeichen des Erfolgs ist.

**Unsicherheitsvermeidung
(Original: Uncertainty Avoidance)** Das Ausmaß, in dem sich Organisationen, Gesellschaften oder deren Mitglieder auf etablierte soziale Normen, Rituale und Praktiken verlassen, um Unsicherheiten und unvorhersehbare Situationen zu vermeiden.

**Langzeitorientierung/
Kurzzeitorientierung** Das Ausmaß, wie eine Gesellschaft an Altherwürdigem festhalten oder sich eher an der Zukunft orientieren. Gesellschaften mit einem niedrigen Wert in dieser Dimension bevorzugen es beispielsweise,

(Original: Long Term Orientation/ Short Term Orientation)

Traditionen und Normen beizubehalten und den gesellschaftlichen Wandel mit Argwohn zu betrachten. Gesellschaften mit einem höheren Wert in dieser Dimension fördern Sparsamkeit und Anstrengungen in der modernen Bildung, um sich auf die Zukunft vorzubereiten.

Nachsicht/Zurückhaltung (Original: Indulgence/ Restraint)

Das Ausmaß, in dem Menschen versuchen, ihre Wünsche und Impulse auf der Grundlage ihrer Erziehung zu kontrollieren. Eine relativ schwache Kontrolle wird als "Nachsicht" bezeichnet, und eine relativ starke Kontrolle wird als "Zurückhaltung" bezeichnet. Kulturen können daher als nachsichtig oder zurückhaltend bezeichnet werden. Das Ausmaß, in dem Individuen in sozialen Beziehungen bestimmt, selbstbewusst, konfrontativ und aggressiv auftreten. Ein hoher Grad impliziert ein forsches und direktes Auftreten.

Werte des untersuchten Landes nach Hofstede:

Dimensionen	Türkei
Werte 1-100	
Machtdistanz	66
Individualismus/Kollektivismus	37
Maskulinität/Femininität	45
Unsicherheitsvermeidung	85
Langzeitorientierung/Kurzzeitorientierung	46
Nachsicht/Zurückhaltung	49

Weitere Informationen zur Hofstede-Studie:

<https://www.hofstede-insights.com/>

World Values Survey

Datenerhebung: Die World Values Survey ist eine vergleichende Analyse von soziokulturellen, moralischen, religiösen und politischen Werten diverser Kulturen. Die WVS wird seit 1981 von Wissenschaftlern unter der Koordination der World Values Survey Association (Stockholm) durchgeführt. Die WVS misst 80% der Kulturen der Weltbevölkerung. Die Datenerhebung erfolgt mittels detaillierter Fragebögen, die nahezu alle Bereiche des Lebens abdecken: Ökologie, Wirtschaft, Bildung, Erziehung, Emotion, Familie, Geschlecht, Sexualität, Regierung, Politik, Gesundheit, Glück, Freizeit, Freunde, Moral, Religion, Gesellschaft, Staat und Arbeit. Eine erste Befragung wird zehn Jahre später wiederholt, um eine Längsschnittmessung der Entwicklung der Werte in den jeweiligen Ländern zu erhalten. Dieses Vorgehen wird in der World Values Survey auch „Wellen“ genannt. Weitere Wellen folgen in Abständen von fünf Jahren.

Stichprobe: Die WVS hat ihren Beginn in Europa (1982); durch die dezentrale Organisationsstruktur der World Values Survey wuchs das Netzwerk stetig. Heute befragen 180 Wissenschaftler Menschen in fast 100 Ländern. Die sechste Welle wurde 2014 veröffentlicht.

Ergebnisse: Zur Aufschlüsselung der komplexen Wertesysteme wurde ein Modell mit zwei Dimensionen entwickelt.

Auf der einen Dimension werden **traditionelle Werte** (traditional values) gegenüber **säkular-rationalen Werten** (secular-rational values) ermittelt. In Gesellschaften mit traditionellen Werten spielt

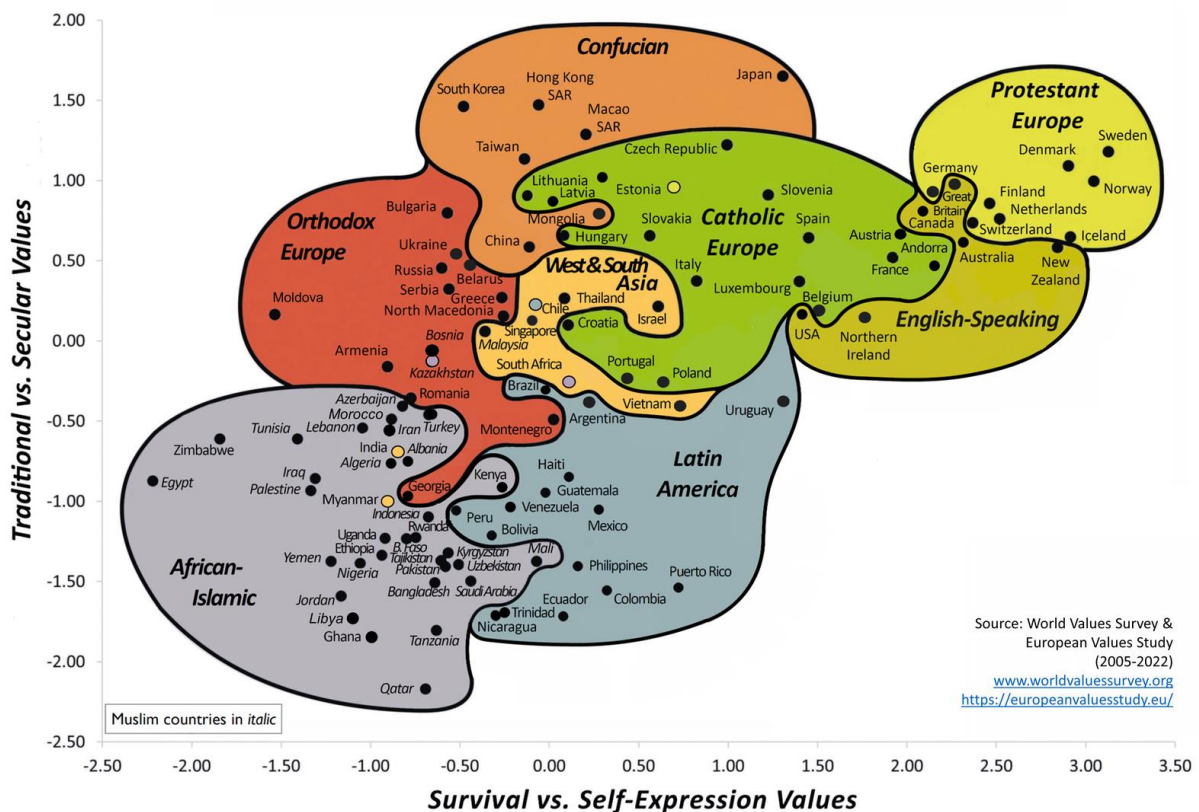
Religion eine starke Rolle. Weitere Indikatoren sind Patriotismus, nationalistische Anschauungen, Achtung vor Autorität in Gesellschaften, Gehorsam und traditionelle Familienwerte. Themen wie Scheidung, Abtreibung und Euthanasie erfahren in diesen Gesellschaften eine totale Ablehnung. In Gesellschaften mit weltlich-rationalen Werten sind die gegensätzlichen Werte anzutreffen.

Auf der anderen Dimension stehen auf der einen Seite Werte, die mit existenziellen Dingen zu tun haben, die **Überlebenswerte** (survival values), und auf der anderen Seite Werte, die damit zu tun haben, dem Selbst Ausdruck zu geben, die **Selbstentfaltungswerte** (self-expression values). Der Übergang von der Industriegesellschaft hin zu einer wissensbasierten Gesellschaft führt zu einem Wertewandel. Die Sicherung des eigenen Überlebens wird als selbstverständlich betrachtet, so dass das Streben nach Besitztum und Sicherheit zugunsten anderer Werte ersetzt wird. Das subjektive Wohlbefinden der Menschen und die Lebensqualität stehen im Mittelpunkt und Werte wie Freiheit, Selbstverwirklichung und Mitbestimmung gewinnen an Bedeutung. Auch Themen wie Umweltschutz, Gleichberechtigung der Geschlechter, Toleranz und Akzeptanz gegenüber Ausländern und Homosexuellen sowie die Beteiligung an wirtschaftlichen und politischen Entscheidungen erfahren hohe Priorität.

Die Werteprofile der untersuchten Länder lassen sich schließlich anhand dieser Dimensionen in einer soziokulturellen Landkarte darstellen.

Kulturkarte, Quelle: <https://www.worldvaluessurvey.org/images/Map2023NEW.png>

Stand: 10.11.2023.



Weitere Informationen: <http://www.worldvaluessurvey.org/wvs.jsp>