

AB DIŞ GIYİM ÜRÜNLERİ PAZARI

Türkiye hazır giyim konusunda dünyanın en önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Türk tekstil ve hazır giyim sektörü büyük oranda ihracata yönelik bir sektördür. Kapasite yurt içi talepten fazla olup yaklaşık 30 milyar dolarlık üretim değerinin 23 milyar dolarlık bölümü ihraç edilmektedir.

Ülkemizin hazır giyim alanında en önemli rakipleri arasında düşük ihraç fiyatlarıyla Uzakdoğu ülkeleri gelmektedir. 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kalkmasıyla Çin'in, dünya tekstil ve hazır giyim pazarındaki konumu güçlenmektedir.

Dünyada, özellikle AB ülkelerinde çevre, kalite, sağlık vb. alanlarda yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak bu konularla ilgili çeşitli düzenlemelere ve uygulamalara gidilmektedir. Türk firmaları da bu gelişmeleri takip etmekte ve pek çoğu çevre etiketlerine uyum sağlamaktadır.

AB Pazarı



AB dış giyim ürünleri pazarı 2007 yılı rakamlarına göre 260 milyar Euro'ya ulaşmış bulunmaktadır. Almanya hali hazırda en büyük Pazar olarak öne çıkmaktadır. Ancak Almanya'yı izleyen İngiltere ile aralarında açık biraz daha azalmaktadır. Almanya, İngiltere, İtalya, Fransa ve İspanya AB toplam tüketiminin % 75'ini oluşturmaktadır.

AB ülkeleri arasında dış giyime en fazla para harcayan ülkeler İngiltere ve Avusturya'dır. AB'ye yeni üye olan ülkelerdeki tüketim rakamları ise AB ortalamasının altında kalmaktadır. Önümüzdeki dönemde kişi başı tüketimde artış olması beklentisi söz konusu iken fiyat üzerinde baskının süreceği tahmin edilmektedir. Farklı etnik kökenli grupların bir arada yaşamaya başlaması nedeniyle tüketici davranışları ve eğilimlerinde değişiklikler ve yeni taleplerin ortaya çıkması beklenmektedir.

Üretim

AB hazır giyim sanayi üretim rakamlarını ele aldığımızda 2007 yılında üretimde %1'lik bir düşüş olduğu gözlenmektedir. Üretimdeki düşüş üretimin yer değiştirme hareketinin halen devam ettiğini göstermektedir. Aynı şekilde sektörde çalışan kişi sayısı 2007 yılında % 6.4'lük bir düşüş göstererek 1 milyona gerilemiştir. Sektörde faaliyet gösteren firma sayısı da benzer olarak azalmaktadır.

AB Ülkeleri içinde İtalya etkin bir üreticidir. AB üretiminin % 29'u İtalya tarafından gerçekleştirilmekte, İtalya'yı Fransa, Almanya ve İspanya izlemektedir. AB ülkelerindeki birçok üretici dışardan tedarik politikası yürütmektedir.

İthalat

AB'nin 2007 yılı rakamları ile hazır giyim ürünleri ithalatı 90 milyar Euro'ya ulaşmış bulunmaktadır. İthalatın % 50'den fazla gelişmekte olan ülkelere yapılmaktadır.

2003 -2005 yılları arasında ortalama birim ithalat fiyatı % 1.4 lük bir artış gösterirken 2005-2007 yılları arasındaki dönemde % 2.9'luk bir düşüş görülmüştür. Değer bazında Almanya % 20'lik payıyla en büyük ithalatçı ülke konumundadır. Almanya'yı İngiltere, Fransa, İtalya, İspanya, Belçika

ve Hollanda izlemektedir. 2005-2007 yılları arasındaki dönemde Çin'den yapılan ithalatta % 26 oranında artış görülmüştür. AB dışı ülkelerden yapılan ithalat içinde Çin'in payı % 37'ye ulaşmıştır. AB ülkelerinin Ab dışı ülkelerden yaptığı ithalatta öne çıkan ürün grupları arasında T-shirtler, bebek giyim eşyaları, ceket, kaban, dokuma gömlek, deri giyim eşyaları yer almaktadır.

Ihracat



AB hazır giyim ürünleri ihracatı 2007 yılında 61.6 milyar Euro'ya ulaşmıştır. İtalya en büyük ihracatçı olarak göze çarpmaktadır. Toplam ihracatın % 22'si İtalya tarafından gerçekleştirilmektedir. İtalya'yı Almanya, Fransa ve Belçika izlemektedir.

Ticari Yapı

Perakendede yaşanan yoğunlaşma firmaların gruplar arası satın almaları ile artmakta, moda ürünlere yönelik düşük fiyat talepleriyle gelişmektedir. Daha önce AB ülkelerinde mevcut olan bağımsız güçlü firmalar yerine büyük çokuluslu veya franchise firmalarla farklı bir Pazar yapısı ortaya çıkmaktadır.

Hipermarket formatı hem Batı hem de Doğu Avrupa ülkelerinde önemli bir yere sahip olmaktadır. Hızla değişen moda eğilimleri ve yıl bazında artan sezon sayıları nedeniyle daha küçük miktarlarda siparişler gerçekleşmekte ve gitgide daha kısa sürelerde sevkiyat yapılması talepleri gelmektedir.

Halen ithalatçı toptancı konumu önemli olmakla birlikte rollerinde azalma görülmektedir. Önümüzdeki yıllarda hipermarketlerin, satın alma gruplarının ve franchise şirketlerinin rolünün artması beklenmektedir. Tedarikçilerin kendi ürünlerini yurtdışında ürettime eğilimine paralel olarak perakendeci ve toptancılarda da doğrudan ithalata yönelimin artması beklenmektedir.

Dağıtım Kanalları

Teorik anlamda ithalat fonksiyonu üreticiler, toptancılar veya perakendeciler tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak bazı ülkelerde ithalatçı ve ithalatçı toptancı ayrımı görülmektedir.

İthalatçı toptancılar kendi hesaplarına alım yapar, ürünlerin sorumluluğunu üzerlerine alarak ülke içindeki satış ve dağıtım işlevini yürütürler. İthalatçı ve ihracatçı arasında başarılı bir iş ilişkisi kurulması durumunda pazara uygun ürün tedarik edilmesi, yeni moda eğilimleri, kalite ve malzemelere yönelik Pazar beklentilerinin tespiti konularında da iyi bir koordinasyonu beraberinde getirecektir.

İthalatçı üreticiler günümüzde kendi mağazaları veya franchise yöntemiyle perakende sektörünün içinde yer almaktadırlar.



Acenteleri yabancı üretici ile perakendeciler arasında aracılık rolünü üstlenen genelde komisyon bazlı çalışan oluşumlardır. Bir acentenin birden fazla üreticiyi temsil ettiği görülmektedir.

İthalatçı perakendeciler 20'nin üzerinde department store mağazaları bulunan büyük perakendecilerdir. Kendi satın almaları aracılığı ile alım yaparlar.

Ülkemiz ihracatçıları için geçerli olabilecek fırsatlar

- AB ülkelerinde üretimde görülen düşüş daha düşük maliyetli üretim yapan ülkelere ürün tedarik edilmesi konusundaki eğilimi arttırmaktadır. Daha düşük piyasa segmentinin yanında üst gelir gruplarına yönelik daha iyi tasarımı ürünlerle ihracat konusunda da fırsatlar görülmektedir
- AB ülkelerindeki ithalatçılar tasarım ve numune hazırlama, lojistik, pazarlama gibi diğer fonksiyonlarda kendilerini uzmanlaştırdıklarından basit üretim faaliyetleri diğer ülkelere yapılmakta. Zaman içinde bu tür işlevlerin de AB ülkeleri dışında kaydığı görülmektedir.

- Önümüzdeki yıllarda da spor giyime odaklanmanın devam edeceği beklenmektedir. Aynı zamanda doğal kumaş ve malzemelerden üretime yönelim beklenmektedir. Özellikle pamuklu malzemenin önemi artacaktır.
- Ekonomik gelişmelerin etkisiyle düşük gelir gruplarındaki tüketicilerin düşük fiyatlı ürünlere olan talebinin devam etmesi beklenmektedir.
- Üretici ve ihracatçılarımız hem yüksek kaliteli hem de çevreye karşı duyarlı ürün ve üretim talepleriyle gitgide daha fazla karşı karşıya kalacaklardır.

Almanya ile ilgili önemli satın alma grupları ve ilgili linkler

- Ardek (<http://www.ardek.de>) , bebek çocuk ürünleri
 - Katag-abz (<http://www.katag.net>)
 - Unitex (<http://www.unitex-gmbh.de>)
 - Sütegro (<http://www.suetegro.de>) bayan giyim
 - Spor mağazaları Intersport (<http://www.intersport.com>) ve Sport 2000 (<http://www.sport2000.de>)
 - <http://www.dino-online.de> (firma araştırması için)
 - P&C <http://www.peek-und-cloppenburg.de>
 - C&A <http://www.c-and-a.com>
 - Sinn Leffers <http://www.sinnleffers.de>
 - Wöhrle <http://www.woehrl.de>
 - K+L Ruppert <http://www.kl-ruppert.com>
 - Strauss Innovation <http://www.strauss-innovation.de>
 - Esprit Europe <http://www.espritholdings.com>
 - Bonita Mode <http://www.bonita.de>
 - Popken Group <http://www.ullapopken.com>
 - Orsay <http://www.orsay.de>
- Men

- Pohland <http://www.pohland.de>
- Bonita Group <http://www.nicolas-scholz.de>

Leisure

- New Yorker <http://www.newyorker.de>
- Mister+Lady Jeans
- Western Store Beran <http://www.mljeans.de>
- Jeans Fritz Schaeffer-Kuehn <http://www.jeans-fritz.de>

Sports

- Runners Point Hannover Finanz <http://www.runnerspoint.de>

Discounters

- Ernsting's Family <http://www.ernstings-family.de>
- Takko <http://www.takko.de>

- Tengelmann-Gruppe <http://www.kik-textilien.com>
- Adler Metro Group <http://www.adler-mode.de>
- NKD Daun & Cie. <http://www.nkd.de>

The Outerwear Market in the EU

Turkey is one of the prominent countries in the ready made garments sector.

The EU is the most important market for Turkey in this sector. The market of for outerwear in EU reached to € 260 billion in 2007.

Germany is still the most important country in clothing consumption in the EU. Five countries (Germany, UK, Italy, France and Spain) account for 75% of EU outerwear consumption.

However consumers in the UK and Austria are the biggest spenders on outerwear in the EU.

The EU import for outerwear reached the value of € 90.0 billion in 2007, 51% of this amount came from developing countries.

Kaynak: www.cbi.nl, www.igeme.gov.tr, www.trademap.org

