

Çağlayan Çalışkan

Wirtschaftspartner Türkei

Ein Handbuch für
erfolgreiche Unternehmer



REDLINE WIRTSCHAFT

Çağlayan Çalışkan

Wirtschaftspartner Türkei

Ein Handbuch für
erfolgreiche Unternehmer



Çağlayan Çalışkan

Wirtschaftspartner Türkei

Çağlayan Çalışkan

Wirtschaftspartner Türkei

Ein Handbuch für erfolgreiche Unternehmer

REDLINE WIRTSCHAFT

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-636-01497-9 | Print-Ausgabe

ISBN 978-3-86881-111-7 | E-Book-Ausgabe (PDF)

E-Book-Ausgabe (PDF): © 2009 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München
www.redline-verlag.de

Print-Ausgabe: © 2007 by Redline Wirtschaft, Redline GmbH, Heidelberg
Ein Unternehmen von Süddeutscher Verlag | Mediengruppe

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Lektorat: Christina Mathoi-Pollack, Wien
Umschlag: Thomas Jarzina, Köln

Umschlagabbildung: Corbis (Hintergrund), mauritius images
Satz: Manfred Zech, Landsberg am Lech
Druck: Himmer, Augsburg
Bindearbeiten: Thomas, Augsburg
Printed in Germany

***Meiner Frau Sabine, die die Entstehung dieses
Buches geduldig und einfühlsam mitgetragen hat.***

Geleitwort

The goal of attracting investment has been a prominent feature of successive Turkish governments for several decades. To achieve this, many rules and regulations have been changed. Efforts to make procedures simpler and combating red tape have been part of this process. Despite all these efforts investment did not pick up at a rate that we wished. It was concentrated to a few countries and sectors.

The main change came not because of our bureaucratic adjustments. It was rather the decision of the EU to open accession negotiations with Turkey in December 2004. Almost immediately there was an increase from many sources. So the magic touch of the EU which worked in other candidates was successful for Turkey as well. This is because in a way starting accessions talks meant that the EU gave its blessing. Since 1999 when Turkey became a candidate, there were many reforms in the political and economic fronts. If we are to concentrate on the economic side, one must mention that this was done not only at the behest of the EU. We had two severe economic crisis in 2000 and 2001. We learned from our mistakes the hard way.

The recent developments in broad strokes are as follows:

- Simplifying the tax regime; strengthening corporate governance; reducing administrative and bureaucratic barriers; accelerating the privatization program and reforming the social security system.
- Harmonizing standards and regulations with the European Union.

- Increasing the efficiency of customs, particularly import procedures.
- An investment portal of Turkey has been designed and was launched in 2006.
- Improving the infrastructure in telecommunications sector (the number of mobile phone clients and internet); building new highways, railways (Ankara-Istanbul and Ankara-Konya Fast Train Projects), and Turkish Airlines has decided to add 23 new access lines to its current 79 external routes.
- Investing further in education and training as well as links between universities and companies.
- Securing the availability of land for investment.
- Protecting Intellectual Property Rights more effectively.
- Increasing awareness of small and medium sized enterprises (SMEs). Finally there is an agreed definition in line with the EU legislation that has been adopted.

Nevertheless, there are also peculiarities regarding each country with which doing business is essential. So in addition to changing legislation one must be aware of the way business is conducted.

This book will be helpful in both deciphering the behaviors of doing business in Turkey, as well as helping the reader invest with a minimum of difficulty.

Selim Yenel

Ambassador of the Republic of Turkey (Vienna)

Inhaltsverzeichnis

Warum dieses Buch?

1. Die Türkei in aller Munde

2. Der unbekannte Riese

- 2.1 Der Kopf einer Stute – oder: Der lange Galopp nach Westen und das Mosaik der Kulturen
- 2.2 Die regionale Wirtschaftsmacht – oder: Die Brücke zwischen Europa und Asien
- 2.3 Die Neuorientierung in der Außenpolitik – oder: „Frieden im Land, Frieden auf der Welt“
- 2.4 Die demokratische Kultur – oder: Der Kampf der Kemalisten gegen den politischen Islam
- 2.5 Der strategische Partner – oder: Die europäische Türkei und das türkische Europa
- 2.6 Der riesige Binnenmarkt – oder: Die Wolkenkratzer im Schatten der Übernachtbauten
- 2.7 Die weit entwickelte Wirtschaft – oder: Ist die Türkei ein Reformland?
- 2.8 Das Interesse internationaler Investoren – oder: Der „Emerging Market“ Europas

3. Markteintritt in die Türkei

- 3.1 Gastfreundschaft und Business
- 3.2 Business-Etikette am Bosphorus
- 3.3 Rolle des Islam
- 3.4 Marktanalysen
- 3.5 Strategien für den Markteintritt
- 3.6 Suche und Auswahl von Mitarbeitern

- 3.7 Führungskultur und Rolle der Führungskraft
- 3.8 Bürokratie und Behördenkontakte

4. Rechtssystem der Türkei

- 4.1 Rechtsstaat
- 4.2 Handelsrecht
- 4.3 Steuerrecht
- 4.4 Arbeitsrecht
- 4.5 Sozialversicherungsrecht

Anhang

- Kleine türkische Sprachschule
- Zeittafel: Beziehungen zwischen der EU und der Türkei
- Anmerkungen
- Quellenverzeichnis
- Stichwortverzeichnis
- Der Autor

Warum dieses Buch?

Die Türkei ist in aller Munde. Vor allem aufgrund der holprigen EU-Beitrittsverhandlungen ist das Land in den letzten Jahren fast täglich in den Schlagzeilen. In der aktuellen Diskussion wird jedoch aus meiner Sicht ein wichtiger Aspekt beinahe übersehen: die Türkei ist und bleibt ein Zukunftsmarkt für international tätige und allen voran für europäische Unternehmen – ungeachtet dessen, ob die türkische EU-Vollmitgliedschaft nun zustande kommt oder nicht.

Insbesondere in der medial geführten Diskussion um den EU-Beitritt geht die Auseinandersetzung mit der Türkei nur selten in die Tiefe. Diese aufstrebende Wirtschaftsmacht vor den Toren Europas kennen und begreifen zu lernen, wird jedoch nur durch eine differenzierte Betrachtung des Landes möglich sein. Denn die heutige Türkei präsentiert sich dem aufmerksamen Beobachter als eine bunte Mischung gegensätzlicher Erscheinungen, die unmittelbar nebeneinander anzutreffen sind.

Dieses Buch hat vorrangig das Ziel, Ihnen die Vielfältigkeit der Türkei näher zu bringen und die Bedeutung des Landes als Wirtschaftspartner für die Zukunft Europas zu unterstreichen.

Im ersten Teil des Buches **„Der unbekannte Riese“** werden die vielfältigen Sachzwänge der heutigen Türkei dargelegt, beginnend mit einer Auseinandersetzung mit der Geschichte des Landes, auf die eine Vielzahl aktueller Entwicklungen zurückzuführen sind. Die Themen, die in den letzten Jahren die westliche Öffentlichkeit besonders

beschäftigen, werden ebenfalls in diesem Teil behandelt: die laufenden Beitrittsverhandlungen zwischen Brüssel und Ankara, die gegenwärtige politische Situation der Türkei, die Rolle des Militärs und des politischen Islam sowie die außenpolitische Rolle des Landes in der Region. Darüber hinaus wird die Veränderung der türkischen Gesellschaft aufgrund ihrer Brisanz für die künftige Entwicklung des Landes sowie die Bedeutung des riesigen Binnenmarktes der Türkei erläutert. Die Reife der türkischen Wirtschaft wird ebenfalls mit Fokus auf die wesentlichen Branchen und die herrschenden Trends mit dem Ziel dargelegt, den Unterschied des türkischen Marktes zu den Reformländern zu unterstreichen.

Im zweiten Teil des Buches „**Markteintritt in die Türkei**“ stehen Themenstellungen im Vordergrund, die bei einem wirtschaftlichen Engagement auf dem türkischen Markt von besonderer Relevanz sind. Sie finden hier eine Übersicht über die Markteintrittsstrategien genauso wie die Besonderheiten bei der Erstellung einer Marktstudie in der Türkei. Der Abschnitt über die Businesskultur des Landes befasst sich mit der interkulturellen Kompetenz im Hinblick auf die Gemeinsamkeiten sowie die Unterschiede zwischen dem türkischen und dem deutschsprachigen Kulturkreis einschließlich der Rolle des Islam. Der Bereich Personal als ein unverzichtbarer Bestandteil eines jeden grenzüberschreitenden Engagements wird ebenfalls in diesem Abschnitt mit einem Überblick über den türkischen Stellenmarkt sowie über die Frage der Führung türkischer Mitarbeiter behandelt. Der Umgang mit Behörden und der türkischen Bürokratie rundet den Themenfächer ab.

Im dritten Teil des Buches „**Rechtssystem der Türkei**“ befassen wir uns mit den bei einem türkischen Markteintritt relevanten juristischen Regelwerken Handels-, Steuer-, Arbeits- und Sozialversicherungsrecht des Landes. Hier finden Sie einen ersten Überblick über die Rechtsordnung

der Türkei, die im Übrigen jener des deutschsprachigen Raums recht ähnlich ist.

Schließlich gibt Ihnen der „**Anhang**“ eine kurze Einführung in die türkische Sprache und eine nützliche Literaturliste sowie Linkssammlung für eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit der Türkei.

Viel Spaß bei der Lektüre!
Istanbul, Wien, im Juni 2007

1. Die Türkei in aller Munde

Woran denken Sie, wenn Sie das Wort „Türkei“ lesen? Welche Bilder steigen in Ihrem Kopf auf? Welche Assoziationen drängen sich an die Oberfläche? Vielleicht denken Sie an Frauen im Kopftuch, an zwangsverheiratete Töchter oder an die Opfer von Ehrenmorden. Oder es kommen Bilder der gebrochen Deutsch sprechenden Gastarbeiter mit dickem Schnurrbart hoch, denen Sie flüchtig in der Straßenbahn begegnen. Möglich, dass Sie an die schönen Strände der Südtürkei denken, jene türkisblauen Küsten auf den Plakaten der Türkei-Werbung. Oder es drängen die Warnrufe von Politikern in Ihr Ohr, die lauthals vor einer Entfremdung des Heimatlandes warnen.

Das herrschende *Türkei-Bild in Europa* wird meines Erachtens im Wesentlichen von folgenden Faktoren geprägt: von der Begegnung mit den türkischen Gastarbeitern, die mehrheitlich die ländliche Türkei repräsentieren; von gelegentlichen Urlaubsaufenthalten im touristischen Süden der Türkei mit Strand, Sonne und Meer, die wenig dazu dienen, das Land und seine Kultur kennen zu lernen; von Meldungen der Massenmedien, die manchmal den Eindruck vermitteln, dass Auflagenstärke und Einschaltquoten mehr Gewicht in den Redaktionsstuben haben als eine objektive und differenzierte Berichterstattung; und nicht zuletzt von populistischen Politikerparolen, die im Zuge der EU-Beitrittsverhandlungen mit der Türkei die Integrationsprobleme der in Europa lebenden Türken

inklusive zugehöriger Vorurteile und Ängste zum Inhalt der Debatte machen.

„Wien darf nicht Istanbul werden!“

Politisches Kleingeld machen mit Emotionen der Wähler ist in Europa salonfähig geworden. Das ist demokratiepolitisch eine bedenkliche Entwicklung, die immer öfter auf fruchtbare Erde fällt und populistischen Politikern Aufwind verschafft. Sie verwenden die Themen „Ausländer“, „Islam“ und „EU-Beitritt der Türkei“ in den letzten Jahren und vor allem in Wahlkampfzeiten sehr oft zur Stimmungsmache. Dies führt zu einer stärkeren Polarisierung der Gesellschaft und trägt weder zur Verständigung zwischen den Völkern noch zur Integration etwas bei, sondern lässt in den Köpfen der Menschen ein unvollständiges Bild der Türkei beziehungsweise der Türken im Allgemeinen entstehen.

Um mögliche Missverständnisse zu vermeiden, möchte ich unterstreichen: ich stelle hier nicht die freie Meinungsäußerung in Frage, sondern kritisiere vielmehr die Qualität der geäußerten Meinung selbst sowie die dadurch hervorgerufenen Reaktionen. Denn die Politiker haben eine wesentliche Rolle bei der Gestaltung der Gesellschaft, durch welche sie eben zur Erfüllung dieser wichtigen Aufgabe verpflichtet und legitimiert werden. Ihre populistischen und polarisierenden Praktiken mögen heute beinahe zur Gewohnheit geworden sein, doch dies entbindet sie nicht von ihrer Verantwortung.

Eine den äußersten rechten Flügel Österreichs repräsentierende politische Partei sorgte in den vergangenen Jahren mit Werbeslogans wie „Daham statt Islam“¹ oder „Wien darf nicht Istanbul werden!“ wiederholt für Aufregung – vermutlich stammen diese Zeilen aus der Feder eines Texters, der noch nie am Bosphorus gewesen ist. Noch erschreckender als solche Parolen sind meines Erachtens zwei Dinge: Zum einen sind es die aktuellen

Wahlergebnisse im deutschsprachigen Raum, die unmissverständlich zeigen, dass eine nicht zu unterschätzende Zahl von Wählern diese Art von Politik durchaus unterstützt, da sie sich offensichtlich bedroht fühlt. Zum anderen scheuen sich auch die Zentrumsparteien christlicher oder sozialistischer Prägung, ja sogar die liberalen Bewegungen, im Zusammenhang mit der Türkei etwas Positives zu sagen. Denn selbst die Befürwortung von „ergebnis-offenen“ Beitrittsgesprächen mit Ankara führt unweigerlich zu Stimmenverlusten bei den Wählern.²

Die politische Antwort auf diese Entwicklung blieb nicht aus. Eine in Wien organisierte Ausstellung des deutsch-türkischen Künstlers Feridun Zaimoğlu trug den verheißungsvollen Namen „Kanack Attack. Die dritte Türkenbelagerung“. Ich möchte bezweifeln, ob diese Ausstellung dazu beigetragen hat, eine Auseinandersetzung für eine bessere Verständigung beziehungsweise eine Bildkorrektur in den Köpfen zu initiieren. Viel mehr sehe ich die Gefahr, dass gerade durch auf Provokation aufbauende Aktivitäten die Kernwählerschichten mehr und mehr zementiert werden. Angstmechanismen führen zwangsläufig zu einer defensiven Haltung.

Auch in Deutschland lässt sich eine ähnlich gelagerte Diskussion beobachten. Vorstöße wie etwa jener von Claudia Roth, am „Tag der Wiedervereinigung“ zukünftig auch den Beginn der Beitrittsverhandlungen mit der Türkei mitzufeiern, oder jener der grünen Fraktion im bayerischen Landtag, fünf islamische Feiertage einzuführen, tragen wohl kaum zur Integration, sondern mehr zur Polarisierung bei. Bei beiden Meldungen stehen meines Erachtens der populistische Effekt und das provokative Medienecho zu sehr im Vordergrund. – Und die Antwort lässt nicht lange auf sich warten. Etwa gab der scheidende Ministerpräsident Bayerns, Edmund Stoiber, als Hauptredner auf der Bühne der Passauer Dreiländerhalle zum Besten, dass er die

Einführung von islamischen Feiertagen in Bayern von einer Besserstellung von „unseren Christen in der Türkei“ abhängig sehe.³ In seiner wohl letzten Aschermittwoch-Rede versuchte er „einige Pflöcke einzuschlagen“ und scheute dabei nicht davor zurück, vor seinen treuesten Fans auch die Themen EU-Beitritt der Türkei, Ausländer und Religion rhetorisch gekonnt bis zur Unkenntlichkeit zu polemisieren. Er fand im Passauer „Mekka der Konservativen“ einen fruchtbaren Boden, um seine „Grundlinien konservativer Politik“ als Vermächtnis an seine Nachfolger aufzuzeigen. Leider übersieht der erfahrene Politiker in seinen Formulierungen mehr oder weniger bewusst den Unterschied zwischen konstruktiver Integrationspolitik und populistischen Hetzparolen. Er entscheidet sich vielmehr für eine entbehrliche Scheinkonfrontation mit der türkischstämmigen Bevölkerung Deutschlands, die sich kaum so prominent zu Wehr setzen kann.

Türken in Europa

Heute leben Schätzungen zur Folge etwa vier Millionen Menschen mit türkischen Wurzeln in Europa. In Deutschland sind es knapp drei Millionen und in Österreich fast eine viertel Million. Ihre genaue Zahl kann mangels verlässlicher Datenquellen nicht exakt erfasst werden. Die amtlich registrierte Staatsbürgerschaft bietet aufgrund der zahlreichen Türken, die in den letzten Jahrzehnten Staatsbürger des Gastlandes geworden sind, keine verlässliche Genauigkeit. Auch die im Haushalt vorwiegend verwendete Sprache ist aufgrund der ebenfalls zahlreichen Mischehen zwischen Türken und Europäern kein zuverlässiges Merkmal. Daher ist jegliche statistische Erfassung dieser Gruppe mit Unsicherheit verbunden, ganz zu schweigen von nicht registrierten Personen.

Das Gros der Türken in Europa, die so genannten *Gastarbeiter*, blickt mittlerweile auf eine mehr als

vierzigjährige Vergangenheit zurück. Die ersten unter ihnen kamen schon in den 1960er Jahren und wurden auch Teil des deutschen Wirtschaftswunders. Anfänglich war es ihr Ziel, so schnell wie möglich, spätestens nach ein paar Jahren in der Fremde, wieder in ihre ursprüngliche Heimat zurück zu kehren. Doch die Pläne änderten sich, viele holten ihre Familien nach, sie waren nun in Europa zu Hause. Die so genannte „*erste Generation*“ hat jedoch ihre Koffer nie richtig ausgepackt, sie wollten ja nächstes Jahr nach Hause zurückkehren. Sie pflegen daher ihre Traditionen besonders, um ihre bedrohte Identität zu wahren und ihre Sehnsucht nach der Heimat zu stillen. Sie sind als Zugehörige der Arbeiterklasse meist Teil der unteren Gesellschaftsschicht, sparen ihr Geld und investieren in der Türkei, um eines Tages dort zu leben. Manche von ihnen führen kleine Unternehmen, von wenigen Ausnahmen abgesehen in Branchen wie Einzelhandel, Gastronomie, Frisöre und Ähnliches, grundsätzlich gehören sie aber der Arbeiterschicht an.

Die „*zweite Generation*“ bilden die in Europa geborenen oder aufgewachsenen Kinder der ersten Gastarbeiter. Sie erleben eine andere Spannung, denn sie sind zu sehr türkisch, um Europäer zu sein, und gleichzeitig zu sehr europäisch, um Türken zu sein. Ein Leben zwischen den Stühlen sozusagen. Zu Hause wird ihnen die türkische Kultur ihrer Eltern vermittelt, deren Heimat sie bestenfalls von wenigen Urlaubsfahrten her kennen. Ihre Sprache ist eine Mischung aus Türkisch und Deutsch. Der sozialen Schicht ihrer Eltern können sie schwer entfliehen. Nicht selten erhalten sie aufgrund ihrer eher schlechten Deutschkenntnisse eine Sonderschul-, bestenfalls aber eine Berufsschulbildung. Es gibt wenige Ausnahmen, die aus diesem System ausbrechen können. Meist sind es besonders herausragende Persönlichkeiten, darunter findet man prominente Unternehmer, Filmemacher, Buchautoren, ja sogar Abgeordnete.

Die Enkel der ersten Gastarbeiter bilden schließlich die „*dritte Generation*“, sie kommen in Europa auf die Welt, erhalten meistens eine vollständig europäische Ausbildung und wählen andere Berufe als ihre Vorfahren. Sie sind meist Europäer mit türkischen Wurzeln, es entsteht die oft polemisch diskutierte „Multi-Kulti-Gesellschaft“. Sie haben kaum Bezug zur Türkei, sie fühlen sich eher als Deutsche beziehungsweise Österreicher denn als Türken. Meist besitzen sie bereits die Staatsbürgerschaft ihrer Wahlheimat, sie dienen im Bundesheer als Soldaten oder pflegen Alte und Kranke als Zivildienstler. Soziale und kulturelle Spannungen erleben sie eher in ihrem eigenen „Gastarbeiter-Milieu“ als mit der restlichen Gesellschaft. Doch es gibt auch eine dritte Generation, die weiterhin unter den gleichen Umständen lebt wie die erste und zweite Generation. Sie wählen dieselben Berufe wie ihre Vorfahren, ihre Deutschkenntnisse sind noch immer gering und ihr Sozialstatus hat sich kaum geändert. Die Zahl der Sonderschüler unter den Türken der dritten Generation ist weiterhin hoch. Sie sind somit nicht Europäer mit türkischen Wurzeln, sondern vielmehr Entwurzelte. Die umstrittene Theorie der von selbst funktionierenden Integration von Ausländern ab der dritten Generation hat sich somit nicht, zumindest nicht zur Gänze bewahrheitet.

Die Türkei diente in der Geschichte vielen Völkern Jahrtausende lang als Heimat und weist mit ihrer großen Fläche und Einwohnerzahl eine bunte Vielfalt an Kulturen und Lebensstilen auf. Die türkischen Gastarbeiter in Europa kommen vorwiegend aus ländlichen Gebieten der Türkei. Ihnen ist Europa und die europäische Kultur oft gleich fremd wie die städtische Türkei und deren Metropolen. Während die Menschen aus dem ländlich strukturierten Zentral- und Ost-Anatolien eine eher konservative Grundhaltung an den Tag legen, sind die Bewohner der Westtürkei und vor allem jene in den Großstädten meist von europäischem sowie amerikanischem Gedankengut und ebensolcher Lebensart

geprägt. Es existiert darüber hinaus ein steiles Einkommensgefälle in der Ost-West-Achse des Landes, begleitet von einem signifikanten Unterschied im Bildungsniveau.

Somit präsentiert sich die Türkei als eine bunte Kollage, in der sich viele Gegensätze direkt nebeneinander befinden. Die Businesswelt der Wirtschaftsmetropole am Bosphorus ist für die gesamte Türkei genauso wenig repräsentativ wie die Vielzahl der in Europa lebenden Türken. Daher sind Rückschlüsse auf die heutige Türkei, die ausschließlich auf der Begegnung mit den türkischen Gastarbeitern in Europa beruhen, manchmal irreführend.

Die schöne Südtürkei

Eine Meinungsumfrage aus Deutschland belegt, dass über 70 Prozent der Befragten die Türkei als ein attraktives Reiseland mit schönen und beeindruckenden Landschaften sowie einer überaus gastfreundlichen Bevölkerung ansehen; hingegen nur 11 Prozent bezeichnen die Türkei als ein weltoffenes Land und einen guten Standort für ausländische Unternehmen.⁴ Dieses Ergebnis ist sicherlich Grund zur Freude für den recht erfolgreichen türkischen Fremdenverkehrssektor, der seit eh und je mit den restlichen Mittelmeerländern um die Gunst europäischer Urlauber wetteifert. Und Jahr für Jahr verbringen über 25 Millionen Menschen, übrigens beinahe jeder fünfte darunter kommt aus dem deutschsprachigen Raum, ihren Urlaub an der unvergleichlichen Küste oder sie bereisen die einzigartigen Landschaften Anatoliens mit Highlights wie den Kalkterrassen von Pamukkale oder dem Tüfgestein von Kapadokien.

Sonne, Strand und Meer sowie die vielfältige Küche: der zweiwöchige Pauschalurlaub beschert den erholungshungrigen Gästen viele aufregende Momente. Spätestens beim wöchentlich dargebotenen türkischen

Folkloreabend im All inclusive Club haben die Touristen die Gelegenheit zu realisieren, in welchem Mittelmeer-land sie dieses Jahr ihren Sommerurlaub verbringen. Und mit den braungebrannt vor den massenüberströmten Ausgrabungen aus der Römerzeit aufgenommenen Urlaubsfotos lässt sich so manche Anekdote dem neidisch blickenden Nachbarn zu Hause erzählen. Doch so einprägsam, aufregend und angenehm diese Erlebnisse auch sein mögen, zur Beurteilung der Türkei in ihren reichhaltigen und vielschichtigen Sachzwängen können sie wenig beitragen.

Massenmedien und die Türkei

Kennen Sie den berühmten Mann aus Anatolien, dessen Abbildung, wie er mit wettergegerbter Haut auf seinem Esel durch die trockenen Felder reitet, zahlreiche Medienberichte über die Türkei schmückt? Auch wenn ihn in der Türkei kaum jemand kennt, ist er in Europa beinahe zu einer Berühmtheit geworden. Der westliche Betrachter möchte annehmen, dass das einzige verfügbare Verkehrsmittel in Anatolien ein unterernährter Esel ist und die Straßen wie die Pisten in der Sahara aussehen. Natürlich gibt es immer noch Dörfer, die manchmal einen ganzen Winter lang nicht erreicht werden können und deren Bewohner von der Außenwelt völlig abgeschnitten ihrem Schicksal überlassen sind. Dennoch, die Türkei ist keineswegs ein Entwicklungsland mit unzureichender Infrastruktur, sondern verfügt über eine beachtliche logistische Anbindung. Das medial verwertete Bildmaterial aus dem Archiv suggeriert jedoch ein äußerst rückständiges Image, das sich in den Köpfen festsetzt und nur schwer zu korrigieren ist.

Und nicht zu vergessen sind auch die regelmäßigen Berichte in den Massenmedien über Anatoliens verkaufte Töchter, die in Kopftücher gehüllt aus den Titelseiten bunter Printmedien blicken. Einige Bestseller-verdächtige Titel haben ihre bedrückenden Schicksale zum Thema und

bevölkern die Regale in den Bücherläden. Diese jungen Frauen und Mädchen sind ohne Zweifel die Leidtragenden einer tief greifenden Veränderung der türkischen Gesellschaft, die mittlerweile nicht nur auf türkischem, sondern auch auf europäischem Boden stattfindet. Sie erfüllen mit ihren aufrüttelnden Berichten über ihr Leben zwischen den Stühlen eine wichtige Aufgabe und sind die Fahnenträgerinnen einer Bewegung, die den folgenden Generationen türkischer Frauen den Weg in die persönliche Freiheit, Selbstbestimmung und Emanzipation ebnet, die tragenden Säulen eines jeden sozialen Wandels. Doch all diese Bilder sind mit einer derart einprägsamen Kraft gesegnet, dass sie alle anderen Aspekte überdecken. Die türkische Gesellschaft birgt diese traurigen Schicksale, ja. Allerdings kann der Stellenwert und die Rolle der türkischen Frau im sozialen Gefüge der heutigen Türkei nicht allein dadurch beurteilt werden.

Was macht die Türkei zum Zukunftsmarkt Europas?

Erstens ist die **Entwicklung des türkischen Markts** vor allem in den letzten fünf Jahren anhand volkswirtschaftlicher Indikatoren recht beeindruckend belegbar: Die türkische Konjunktur zeigte zwischen 2002 und 2006 ein sehr dynamisches Bild und die Wirtschaftsleistung wuchs um mehr als ein Drittel, das entspricht einer durchschnittlichen Wachstumsrate von rund sieben Prozent pro Jahr. Die Türkei befindet sich mit einem Bruttoinlandsprodukt von rund 400 Milliarden US-Dollar gegenwärtig unter den größten zehn Volkswirtschaften Europas. Ein grober Vergleich mit den jüngsten EU-Mitgliedern macht diese Dimension deutlich: die türkische Wirtschaft weist die rund zehnfache Größe Bulgariens und die vierfache Größe Rumäniens auf. Das Außenhandelsvolumen entwickelte sich im Zeitraum 2002-2006 genauso rasant und übersprang 2006 die 200

Milliarden US-Dollar-Grenze – für 2007 beträgt das Ziel sogar 260 Milliarden US-Dollar. Die traditionell recht hohe Inflationsrate konnte in dieser Periode ebenso deutlich gesenkt werden und unterschritt nach mehr als drei Jahrzehnten erstmals wieder die Zehn-Prozent-Marke. Das Haushaltsbudget erreichte Ende 2006 praktisch eine schwarze Null und die gesamte Staatsverschuldung im Vergleich zum Bruttoinlandsprodukt lag bei 61 Prozent. Doch auch die Problemfelder gibt es nach wie vor, darunter die bedrohliche Entwicklung des Zahlungsbilanzdefizits und der Arbeitslosigkeit sowie die ausufernde Schattenwirtschaft.

Zweitens ist der ***Binnenmarkt der Türkei*** in etwa gleich bedeutend wie jener im gesamten südosteuropäischen Raum: Das Land wird im Jahr 2008 nach staatlicher Prognose etwa 75 Millionen Menschen beherbergen, was in Summe der Einwohnerzahl aller zehn neuen EU-Mitglieder der Erweiterungsrunde von 2004 entspricht. Die Einwohnerzahl des jüngsten Mitglieds Bulgariens beträgt rund ein Zehntel und jene Rumäniens rund ein Viertel. Die türkische Bevölkerung wächst, wenn auch in den letzten Jahren tendenziell etwas langsamer, aufgrund der relativ hohen Geburtenrate um eine Million Menschen pro Jahr, und die Hälfte der Einwohner ist weniger als 27 Jahre alt. Rund zwei Drittel der Türken leben heute in den Städten und konsumieren betont markenbewusst. Allein in der Metropole Istanbul existieren mehr als vierzig Einkaufszentren, landesweit gibt es noch einmal so viele. Das durchschnittliche Pro-Kopf-Einkommen ist mit rund 5.500 US-Dollar im EU-Vergleich zwar niedrig, doch unter Betrachtung nach Kaufkraftparitäten ergibt sich ein Wert von über 9.000 US-Dollar, welcher sich mit manchen EU-Ländern durchaus messen kann. Die steile Einkommenskurve bedeutet im Übrigen eine große Schicht an Konsumenten, die bei Luxusgütern für eine immense

Nachfrage sorgt. So verfügt das oberste Fünftel in der Einkommensskala über die Hälfte des verfügbaren Einkommens beziehungsweise über etwa zehnmal so viel wie das unterste Fünftel.

Drittens stellt die **geographische Lage der Türkei** einen wichtigen Faktor dar: Die Türkei liegt auf zwei Kontinenten, Europa und Asien, und erstreckt sich vom Balkan bis zum Nahen Osten. Ihre Fläche umfasst rund 780.000 Quadratkilometer, was in etwa der zweifachen Fläche Deutschlands beziehungsweise der neunfachen Österreichs oder der achtzehnfachen der Schweiz entspricht. Das Land ist von drei Seiten von Meeren begrenzt, dennoch zählt die Türkei nicht zu den großen Seefahrernationen der Welt. Der überwiegende Teil des Landes ist gebirgig, die zahlreichen Flüsse sind zwar nicht befahrbar, jedoch stellen sie hinsichtlich Energiegewinnung sowie Bewässerung wichtige Ressourcen dar. Nur ein Viertel des Landes ist bewaldet, rund ein Drittel wird landwirtschaftlich genutzt. Das türkische Territorium befindet sich zudem auf dem Knotenpunkt wichtiger Transportwege zu Land und zur See, wie etwa die strategisch bedeutenden Meeresengen Bosphorus und Dardanellen. Durch die Türkei führen zudem Pipelines für Erdöl und Erdgas, die zur Energieversorgung Europas lebenswichtig sind. So gelangt gegenwärtig Erdöl aus der kaspischen Region über die Türkei zum Mittelmeer und von dort weiter nach Westen. Unter anderem soll das ehrgeizige Nabucco Pipeline-Projekt bald dazu führen, die Abhängigkeit Europas vom russischen Erdgas zu vermindern. Auch ägyptisches Erdgas soll schon bald über die Türkei nach Europa gelangen.

Viertens ist **die kulturelle Brückenrolle der Türkei** von besonderer Bedeutung: Die türkische Wirtschaft hat den Reichtum eigener Wurzeln in der Verständigung sowohl mit

dem Okzident als auch mit dem Orient gut genutzt und unterhält heute ein dichtes Geflecht wirtschaftlicher Beziehungen in beide Himmelsrichtungen. Die Türkei stellt einerseits als einziges muslimisches Land mit einem funktionierenden demokratischen und laizistischen System für die instabilen Nachbarregionen ein einzigartiges Modell dar, andererseits ist sie ein wichtiger wirtschaftlicher und sicherheitspolitischer Stabilitätsfaktor. Und dies trotz oder gerade wegen einer gemäßigt islamistischen Alleinregierung an der Macht, denn ausgerechnet diese hat die Ausrichtung nach Westen wie keine andere zuvor auf ihre Fahnen geheftet. Aufgrund der erfolgreichen Geschäftsbeziehungen türkischer Unternehmen im benachbarten Ausland kommt dem Land somit eine Art Sprungbrettfunktion zu, die europäischen Investoren als Tor zu den Regionen Kaukasus, Kaspisches Meer, Naher Osten sowie arabische Halbinsel und Nordafrika dienen kann.

Fünftens ist die **dynamische und stark wachsende türkische Wirtschaft** in zahlreichen Bereichen viel weiter entwickelt als jene der so genannten Reformländer des ehemaligen Ostblocks in Südosteuropa. Die Öffnung der türkischen Wirtschaft begann zwar bereits in den 1950er Jahren, jedoch stellte das Liberalisierungsprogramm des Jahres 1980 die wichtigste Wende für das Land sowie die heutige ökonomische Struktur dar. Auch wenn geschichtlich gesehen der Einfluss des Staates auf die Wirtschaft maßgeblich war, ist der Rückzug der öffentlichen Hand gut gelungen, wie die zahlreichen Privatisierungen in den letzten Jahre zeigen. Im Gegensatz zu zentral- und osteuropäischen Staaten war die Türkei ja bekanntlich kein kommunistisches Land und kennt daher die freie Marktwirtschaft schon sehr viel länger als Europas Randgebiete. Annahmen in der Beurteilung der Türkei, die

auf den Expansionserfahrungen in diesen Reformmärkten beruhen, können daher irreführend sein.

Sechstens ist in den letzten Jahren ein enorm **wachsendes Interesse ausländischer Investoren am türkischen Markt** zu beobachten. Der türkische Markt wurde unter anderem durch Liberalisierungen bei Firmengründungen sowie die Senkung der Körperschaftsteuer für ausländische Investoren attraktiver gemacht. Lagen die ausländischen Direktinvestitionen im letzten Jahrzehnt bei zirka ein bis zwei Milliarden US-Dollar pro Jahr, so änderte sich dies durch die genannten Maßnahmen blitzartig: bereits das Jahr 2005 brachte den Rekordwert von fast zehn Milliarden US-Dollar an Direktinvestitionen ausländischer Unternehmen in der Türkei ein, und mit 20 Milliarden US-Dollar waren es im Jahr 2006 bereits doppelt so viel. Für 2007 wird ein weiteres Ansteigen des ausländischen Kapitalzuflusses auf über 22 Milliarden US-Dollar prognostiziert. Meldungen der türkischen Regierung zufolge wurde bereits in den ersten Monaten dieses Jahres ein Volumen von 13–14 Milliarden US-Dollar getätigt, sodass von offizieller Seite bis Jahresende sogar mit einer Summe von 30 Milliarden US-Dollar gerechnet wird.

Siebtens spielt die Türkei nicht nur als Beitrittskandidat, sondern auch als **strategischer Partner für die Zukunft Europas** eine wichtige Rolle. Und dies unabhängig davon, ob im nächsten Jahrzehnt eine EU-Vollmitgliedschaft der Türkei zustande kommt oder eine andere Form gefunden wird, die „privilegierte Partnerschaft“ oder sonst wie genannt wird. Die tiefe wirtschaftliche Verflechtung der Türkei mit Europa kann jedenfalls nicht mehr beiseite geschoben werden: etwa die Hälfte des türkischen Außenhandels findet bereits mit den EU-Ländern statt. Die aktuellen Beitrittsgespräche zwischen der EU und der Türkei,

wenn auch von großen Herausforderungen für beide Seiten begleitet, bringen das Land durch weitreichende Reformen näher an Europa heran und verbessern das Investitionsklima weiterhin.

2. Der unbekannte Riese

2.1 Der Kopf einer Stute – oder: Der lange Galopp nach Westen und das Mosaik der Kulturen

Die frühen Kulturen Anatoliens

Die ersten ständigen Siedlungen in Zentral- und Südostanatolien wurden vor rund 10.000 Jahren gegründet und gehören zu den ältesten der Welt. Manche Experten vermuten den biblischen Garten Eden in der Südosttürkei, in der Nähe der Stadt Urfa.⁵ Die ältesten keilschriftlichen Funde in Zentralanatolien sind etwa 4.000 Jahre alt. Sie stammen von den Hethitern, die ein Vielvölkerreich und den ersten Rechtsstaat des Altertums gründeten. Ihr Rechtssystem beruhte auf dem Prinzip der Wiedergutmachung und Entschädigung anstatt auf Vergeltung. Die Hethiter hinterließen zudem die älteste Verfassung der Geschichte sowie einen Friedensvertrag mit Ägypten.⁶

Etwa zur gleichen Zeit erlebte in Westanatolien die Stadt Troja ihre Glanzzeit. Diese Kultur brachte das große literarische Werk Homers hervor. Um 1.000 vor Christus begann die Gründung der Stadtstaaten Westanatoliens unter dem Einfluss griechischer Kolonien, die sich stark mit Handel befassten und durch die erste Münzprägung Geld als Zahlungsmittel einführten. Westanatolien war zu dieser Zeit