

Fact Sheet ประเทศ เยอรมนี ประจำเดือน เมษายน 2564

1. ข้อมูลทั่วไป	2. เครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจ*			
พื้นที่ 348,540 ตารางกิโลเมตร		ปี 2019	ปี 2020	ปี 2021 (ไตรมาส 1)
เมืองหลวง กรุงเบอร์ลิน (Berlin)	GDP (พันล้านยูโร) ¹	3,435.8	3,332.2	-
เมืองสำคัญ Hamburg, Köln, München, Frankfurt	GDP per Capita (ยูโร) ²	41,342	40,072	-
ประชากร 83.1 ล้านคน (30 ก.ย. 2020)	GDP Growth (%) ³	0.6	-4.9	-
ภาษาราชการ เยอรมัน	Good & Services exports (%change) ⁴	3.9 (ก.พ.)	0.3 (ก.พ.)	-1.2 (ก.พ.)
ระบอบการปกครอง แบบประชาธิปไตย	Inflation (%)	1.3 (มี.ค.)	1.4 (มี.ค.)	1.7 (มี.ค.)
นายกรัฐมนตรี นาง Angela Merkel / ประธานาธิบดี นาย Frank-Walter Steinmeier	Unemployment Rate (%) ⁵	3.2 (ก.พ.)	3.4 (ก.พ.)	4.6 (ก.พ.)
อัตราแลกเปลี่ยน 1€ = 37.98 บาท (วันที่ 30 เม.ย 64) โดยเฉลี่ยปี 2019 1€ = 1.120 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2018 1€ = 1.181 US\$ โดยเฉลี่ยปี 2017 1€ = 1.130 US\$	สินค้าส่งออกที่สำคัญของเยอรมนีปี 2019** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เครื่องจักรกล 16.5, รถยนต์และชิ้นส่วน 15.9, เคมีภัณฑ์ 15.5, อิเล็กทรอนิกส์ 6.8, อิเล็กทรอนิกส์ 5.1, สินค้าบริโภค 4.5, อุปกรณ์ตรวจวัด และตั้งค่า 4.0, รถประเภทอื่นๆ 3.5, สินค้าจากเหล็ก 3.1, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 2.1, อื่นๆ 22.5			
ทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ บิทมัส ลิกไนต์ เกลือ สีนะวาร์ แร่เหล็ก ทองแดง นิกเกิล ยูเรเนียม ธาตุโปแตสเซียม	ตลาดส่งออกที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ⁶ ปี 2019** (เรียงตามลำดับ) ได้แก่ อเมริกา ฝรั่งเศส จีน เนเธอร์แลนด์ อังกฤษ อิตาลี โปแลนด์ อื่นๆ สินค้านำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนีปี 2019** (หน่วย = ร้อยละ) ได้แก่ เคมีภัณฑ์ 13.8, รถยนต์และชิ้นส่วน 10.6, เครื่องจักรกล 9.8, อิเล็กทรอนิกส์ 8.3, สินค้าบริโภค 6.2, สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4.4, น้ำมันดิบ 3.2, สินค้าจากเหล็ก 2.7, อื่นๆ 31.5 ตลาดนำเข้าที่สำคัญของประเทศเยอรมนี ⁷ ปี 2019** ได้แก่ (หน่วย = ร้อยละ): เนเธอร์แลนด์ จีน ฝรั่งเศส เบลเยียม อิตาลี โปแลนด์ สาธารณรัฐเช็ก อื่นๆ			

*จาก Statistische Bundesamt โดย GDP ไตรมาสที่ 1 ของปีนั้น จะออกในเดือน พ.ค. ของทุกปี

**จาก German Trade & Invest ซึ่งข้อมูลจะ Up Date ปีละ 2 ครั้ง ในเดือนพ.ค. และเดือนพ.ย. (ซึ่งจะมีการปรับข้อมูลพื้นฐาน 1 ครั้ง ในเดือน พ.ค. เท่านั้น)

3. ยุทธศาสตร์/กิจกรรม	4. สถานการณ์เศรษฐกิจ
3.1 ยุทธศาสตร์ 1. แสวงหาช่องทางตลาดใหม่ เช่น Food Service, HORECA, Institution และ Online เช่น โครงการส่งเสริมเมนูอาหารไทยใน Canteens เยอรมนี โครงการบูรณาการกลุ่มประเทศยุโรปส่งเสริมสินค้า/บริการไทยเข้าสู่ธุรกิจHORECA เป็นต้น 2. นำประเด็นที่ EU และเยอรมนี ใช้เป็นข้อกีดกันทางการค้า เช่น Sustainability, Food Safety มาร่วมทำกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์ ร่วมกับสินค้าส่งออกของไทย 3. ส่งเสริมสินค้าไทย กับบริษัท Start Up 4. สร้างนักธุรกิจผ่าน ผปก.ไทยสัญชาติเยอรมัน และนักศึกษาไทย ในเยอรมนี 5. นำระบบจัดการและเทคโนโลยีของเยอรมนี มาพัฒนาสินค้าส่งออกของไทย ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ด้วยการจับคู่การค้าระหว่างบริษัท ร่วมทุน หรือการรับช่วงการผลิต	นโยบายเศรษฐกิจ: การเตรียมการออกกฎหมายด้านการตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่จะมีผลบังคับใช้ ภายในปี 2023 โดยที่ภาคเอกชนต่างก็ยังคงมีความกังวลใจว่า จะส่งผลเสียต่อนโยบายเศรษฐกิจ และการประกอบธุรกิจของประเทศ ในขณะที่ สหภาพยุโรป (EU) ก็ได้ออกมาประกาศ ที่จะส่งเสริมให้มีการออกหลักเกณฑ์ฯ ที่มีความคล้ายกัน แต่มีความเข้มข้นมากกว่า อย่างไรก็ตาม รัฐสภา EU ได้ออกประกาศ จะมีการบังคับให้มีการใช้กฎหมายตรวจสอบห่วงโซ่อุปทาน ทั้งทั้ง EU แล้ว แนวโน้มเศรษฐกิจ: ความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ ของผู้ประกอบการเยอรมัน กลับมาดีขึ้นเล็กน้อย โดยดัชนีผู้ประกอบการ ifo เดือนเมษายน ขยายตัวขึ้นเป็น 96.8 จุด จากเดิม 96.6 จุด ในเดือนมีนาคม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่พอใจกับสถานการณ์ในการประกอบธุรกิจในปัจจุบัน แต่การประเมินการประกอบธุรกิจในช่วงครึ่งปีหลัง ก็ไม่ได้สูงเท่ากับเดือนที่ผ่านมา

<p>6. เจาะกลุ่ม Niche Market เช่น กลุ่มเพศทางเลือก กลุ่มรักษาสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มสถาบัน (Horeca) กลุ่มรักสัตว์ กลุ่มรักขี้สแควล์ และกลุ่ม Hipster</p> <p>7. ส่งเสริม Product/ Service Champion ที่มีศักยภาพ เช่น ข้าวออร์แกนิกส์ อาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าบริการ (ร้านอาหารไทยและสปา)</p> <p>8. ส่งเสริมอาหารฮาลาล ในกลุ่มชาวมุสลิม โดยเฉพาะผู้อพยพ เช่น ชาวซีเรีย อัฟกานิสถาน ที่หนีสงครามมาอยู่ในเยอรมนี</p> <p>9. การบูรณาการร่วมกับภาคเอกชน ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจการค้าของประเทศ โดยผลักดันสินค้าเชิงรุกเป็นรายตลาด</p> <p>10. การกระชับความสัมพันธ์ทางการค้า เน้นการใช้กลยุทธ์พันธมิตรหุ้นส่วน (Strategic Partnership) สร้างผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การเจรจา FTA กับสหภาพยุโรป หรือความร่วมมือตามยุทธศาสตร์ อินโด-แปซิฟิก เป็นต้น</p>	<p>การระบอบฯ รอบที่ 3 และการขาดแคลนสินค้า intermediate goods ทำให้เศรษฐกิจของประเทศ เกิดการชะลอการขยายตัวลง ดัชนีธุรกิจสินค้า intermediate goods ของประเทศเยอรมนี (สินค้าที่นำไปประกอบ หรือเป็นชิ้นส่วนเพื่อผลิต สินค้าสำเร็จรูป) ตัวเลขดัชนียังคงขยายตัวสูงสุดตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2018 บริษัทส่วนใหญ่ดำเนินการไปได้ดีกว่าที่คาดหมาย ความต้องการสินค้ายังคงสูงอยู่ การใช้กำลังการผลิตในประเทศขยายตัวขึ้น จากร้อยละ 81.9 เป็น 86.2 แต่การประเมินสถานการณ์ในอนาคต กลับไม่ดีขึ้น กว่าร้อยละ 45 ของผู้ประกอบการ แจ้งถึงปัญหาขาดแคลนสินค้า intermediate goods ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงที่สุด ตั้งแต่ปี 1991 เป็นต้นมา</p> <p>ดัชนีธุรกิจบริการ ลดการขยายตัวลงจากในเดือนที่ผ่านมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความพอใจกับสถานการณ์การค้าในปัจจุบันลดลง อีกทั้งค่าการประเมินการประกอบธุรกิจในอนาคต ก็ได้ลดลงอีกครั้ง ในขณะที่ธุรกิจโลจิสติกส์ได้รับผลประโยชน์จากการขยายตัวสูงมากกระทบกันจากภาคอุตสาหกรรม แต่ธุรกิจบริการอื่น เช่น ธุรกิจท่องเที่ยว และร้านอาหาร สถานการณ์ ก็ยังไม่ดีขึ้น</p> <p>ดัชนีการค้า ขยายตัวขึ้นเล็กน้อย ส่วนใหญ่มาจากการประเมินสถานการณ์ ในปัจจุบัน ในขณะที่ ค่าประเมินการในอนาคต กลับลดลงอย่างมาก โดยสถานการณ์การค้า ของกลุ่มผู้ค้าส่ง ยังคงดีกว่ากลุ่มผู้ค้าปลีก</p> <p>ดัชนีธุรกิจก่อสร้าง กลับมาลดตัวลงอีกครั้ง ผู้รับเหมาก่อสร้าง ไม่ค่อยพอใจกับสถานการณ์ ในปัจจุบัน และค่าประเมินสถานการณ์ในอนาคต ก็ได้ปรับตัวลดลงตาม เช่นกัน ผู้ประกอบการจำนวนมาก ต่างก็แสดงความกังวลใจกับปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบ ด้วยเช่นกัน</p>
<p>3.2 กิจกรรมในช่วงเดือน เมษายน 2564</p> <p><u>สคต.เบอร์ลิน</u></p> <p>1. ส่งเสริมการขายสินค้า OTOP ทาง Online ผ่านการเผยแพร่ ภาพยนตร์ สั้น และ นำเสนอ ผ่าน ช่อง Youtube: https://www.youtube.com/channel/UC1hqt6ayrv7VWVY14d0f2cuw</p> <p>2. ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมตราสัญลักษณ์ Thai Select ทาง Online ผ่านการเผยแพร่ คลิปวิดีโอสั้น และนำเสนอผ่านช่อง Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=X1TXc5ik0sk&t=6s</p> <p>3. ประชาสัมพันธ์ ผู้นำเข้าสินค้าอาหารในเขตอาณา เพื่อเชิญชวนเข้าร่วมงานแสดงสินค้างานแสดงสินค้า Thaixef Hybrid Edition</p> <p>4. ประสาน และปรับปรุงรายชื่อร้านอาหาร ติดตามการดำเนินงาน และสถานภาพล่าสุด ร้านอาหารที่ได้รับตรา Thai Select ในเขตอาณา</p> <p>5. จัดทำรายงานสถานการณ์/โอกาส การส่งเสริมการค้าในธุรกิจต่างประเทศ ตลาด e-commerce ปี 2020 ในเยอรมนี</p> <p>6. ประชุมร่วมกับผู้บริหาร บริษัท Thai Coconut Co., Ltd ผู้ส่งออกสินค้าอาหารไทย มีความต้องการที่จะเปิดตลาด และจำหน่ายสินค้าแนวใหม่ ในประเทศเยอรมนี</p> <p>7. ประสาน และอำนวยความสะดวกบริษัท Aalenaa Nierstein GmbH เข้าร่วมโครงการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ตลาดภูมิภาคอเมริกา และยุโรป ในช่วงโควิด-19</p>	<p>สถานการณ์การค้า:</p> <p>อีกหนึ่งแนวโน้มสถานการณ์เทรดการค้า ที่เกิดขึ้นในช่วง Lockdown ได้แก่ การซื้อสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก เนื่องจาก Work from Home ทำให้ต้องอยู่บ้าน และมีเวลามากขึ้นในการดูแลสินค้า ส่งผลให้สถานการณ์การค้าของธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยงมีผลเชิงบวกที่มากกว่าแนวโน้มเทรดของการเลี้ยงสัตว์ และความต้องการของอาหารสัตว์</p> <p>สถานการณ์การลงทุน:</p> <p>สถานการณ์การลงทุน และแนวโน้มเทรดของการควบรวมบริษัท หรือซื้อ Start Ups เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ในเยอรมนี ทำให้บริษัทดั้งเดิม เข้าถึงรูปแบบการประกอบธุรกิจ ในอนาคต ผ่าน Start Ups ที่มีศักยภาพจำนวนมาก และเกิดการลงทุนเพิ่มขึ้น ในปริมาณที่สูงขึ้น</p> <p>มีบริษัทไทยที่เข้าไปลงทุนในเยอรมนี ได้แก่ 1.) Thai Union ถือหุ้น 51% ในบริษัทอาหารทะเล Rügen Fisch อีกทั้งยังเป็นเจ้าของบริษัท 2.) Marine Nutrients GmbH อีกด้วย 3.) คาร์เพท อินเตอร์เนชั่นแนล ไทยแลนด์ จำกัด (มหาชน) 4.) แพรนด์ต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) 5.) บริษัท กลุ่มเซนทรัล จำกัด (Central Group) 6.) บริษัท บุญรอดบริวเวอรี่ จำกัด 7.) Harikul Group Co., Ltd. 8.) KOERNER Agro Export Center Co., Ltd. 9.) Charoen Pokphand Food PCL ถือหุ้น Paulsen Food GmbH 10.) Delta Electronics (Thailand) PLC. 11.) The Thai Silk Co., Ltd. 12.) Siam Offset Co., Ltd. 13.) Thann-Orzya Co., Ltd. 14.) Holistic Medical Center 15.) Qualy Co., Ltd. 16.) EASTERN POLYMER GROUP 17.) Bangkok Solar</p>

<p>8. ประชุมร่วมกับผู้บริหาร canteen กิจกรรมส่งเสริมเมนูอาหารไทย 4 Regions Thai Street Food โดยกำหนด การจัดกิจกรรมแนะนำ/ ถ่ายทอดการปรุงอาหารไทย แก่ หัวหน้าพ่อครัว/แม่ครัวเยอรมัน ในเดือนพฤษภาคม 2564</p> <p>9. ประสานบริษัทสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา หรือการจัดพิมพ์สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น สูตรเมนูอาหารไทย 4 ภาค ทำเนียบรายชื่อร้านอาหารไทย Thai Select Restaurantführer สำหรับการประชาสัมพันธ์ ในขบวนการจัดกิจกรรมส่งเสริมเมนูอาหารไทย</p> <p>10. ประสาน และอำนวยความสะดวก บริษัท Meeressalgenland UG ในด้านกฎระเบียบ และข้อจำกัดต่างๆ สำหรับสินค้าอาหารแนวใหม่ หรือ Novel Food โดยผู้นำเข้า มีความต้องการที่จะเปิดตลาด และจำหน่ายสินค้าสำหรับวางอಂಗุ่น ในยุโรป และประเทศเยอรมนี</p> <p>11. ประสาน และอำนวยความสะดวก บริษัท Hotel Augusta KG นัดหมาย การเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหาร และผลิตภัณฑ์การเกษตร ผ่านช่องทาง Online Live Streaming กำหนด จัด วันที่ 28 เมษายน 2564</p> <p>สคต.แฟรงก์เฟิร์ต</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.หารือกับ Ms. Ratchadakorn Kochตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท Tonrak KG ผู้นำเข้าผักและผลไม้สด ณ นครมิวนิก 2. หารือกับผู้ประกอบการและพาณิชย์จากจังหวัดสระแก้ว เพื่อส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สปาและเครื่องสำอางสมุนไพรไทย 3. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Medica 2021 (16-19 พ.ย. 2564) 4. ดำเนินการเตรียมการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า Anuga Fair 2021 (9-13 ต.ค.2564) 5. ดำเนินการเชิญชวนผู้นำเข้าเยอรมนีเข้าร่วมกิจกรรม Online Business Matching โครงการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ตลาดภูมิภาคอเมริกาและยุโรปในช่วงโควิด-19 (OBM USEU) - (30 มีนาคม 2564) 6. ดำเนินการเชิญชวนผู้นำเข้าเยอรมนีเข้าร่วมกิจกรรม Online Business Matching สินค้าชิ้นส่วน ยานยนต์ (20-23 เมษายน 64) 7. ดำเนินการเชิญชวนผู้นำเข้าเยอรมนีเข้าร่วมโครงการส่งเสริมการขายสินค้าอาหารและผลิตภัณฑ์การเกษตรไปยังตลาดต่างประเทศ ผ่านช่องทาง Online Live Streaming (W.I.D.E. World International Direct Export) 8. ดำเนินการประสานสมาคม Federal Association of German Associations for Commercial Agencies and Distribution (CDH) ในการช่วยประชาสัมพันธ์งานกิจกรรม Online Business Matching สินค้าชิ้นส่วน ยานยนต์ 9. ดำเนินการจัดประชุมคณะทำงานร่วมขยายตลาดสินค้าและบริการของไทยในต่างประเทศ (เซลล์แมนประเทศ) สินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ 10. ดำเนินการเชิญชวนผู้นำเข้าเยอรมนีเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สปาและเครื่องสำอางสมุนไพรไทย จังหวัดสระแก้ว 	<p>Power Co., Ltd. 18.) Chatchawan Import Export and Packaging Ltd., Part 19.) CHI-MAS S&K Ohg 20.) FICO Corporation เข้าซื้อกิจการโรงแรม 8 แห่ง ในเยอรมนี 19.) Cobra Advanced Composites Co., Ltd. 21.) TCC Group ผู้ถือหุ้นใหญ่ โรงแรม Fraser Suite 22.) บริษัท ยู ซิตี จำกัด (มหาชน) บริษัทแม่ของ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ที่เป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ของ Vienna House Capital เจ้าของ Vienna International Hotel Management ในสัดส่วนร้อยละ 35.64</p>
--	---

<p>11. ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรม Online Business Matching โครงการส่งเสริมการค้าผ่านช่องทางออนไลน์ตลาดภูมิภาคอเมริกา และยุโรปในช่วงโควิด-19 (OBM USEU) บนเฟซบุ๊กสำนักงาน</p> <p>12. เข้าร่วมชมงานแสดงสินค้า BIOFACH / VIVANESS 2021 eSPECIAL ในรูปแบบดิจิทัล</p> <p>13. ดำเนินการเตรียมการ โครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์สินค้าและบริการไทยในต่างประเทศ</p>

5. สถานการณ์การค้าระหว่างประเทศไทยกับเยอรมนี									
เป้าหมายส่งออก	มูลค่าการศารรวม (ล้าน USD)			มูลค่าการส่งออก (ล้าน USD)			มูลค่าการนำเข้า (ล้าน USD)		
	2020	2021		2020	2021		2020	2021	
		(ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%)		(ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%)
	9,283.57	2,558.28	8.74	4,071.33	1,175.95	13.29	5,212.24	1,382.33	4.87
ที่มา: MenuCom									

6. สินค้าส่งออกหลักของไทยไปตลาดเยอรมนีปี 2020 – ปี 2021 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2020	2020 (ม.ค.-มี.ค.)	2021 (ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-มี.ค.)	
1	เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	481.9	110.4	199.6	80.84	
2	รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	201.7	77.1	136.1	76.49	
3	อัญมณีและเครื่องประดับ	565.7	145.3	133.7	-7.98	
4	แผงวงจรไฟฟ้า	376.4	122.7	100.5	-18.04	
5	ผลิตภัณฑ์ยาง	213.3	39.4	98.5	149.80	
6	เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ	178.3	47.2	69.6	47.38	
7	ก๊อ๊ก วาล์วและส่วนประกอบ	130.8	37.5	39.6	5.48	
8	มอเตอร์และเครื่องกำเนิดไฟฟ้า	50.6	20.2	32.5	60.52	
9	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่อง	157.3	53.4	31.8	-40.40	
10	เลนส์	100.7	27.7	29.2	5.32	
ที่มา: MenuCom						

7. สินค้าหลักที่ไทยนำเข้าจากตลาดเยอรมนีปี 2020 – ปี 2021 (หน่วย: ล้าน USD)						
อันดับ	สินค้า	2020	2020 (ม.ค.-มี.ค.)	2021 (ม.ค.-มี.ค.)	+/- (%) (ม.ค.-มี.ค.)	
1	เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,090.7	301.0	287.2	-4.61	
2	เคมีภัณฑ์	550.8	141.2	149.2	5.65	
3	ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์	500.1	144.3	145.3	0.68	
4	เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	541.2	152.4	139.1	-8.73	
5	เครื่องมือเครื่องใช้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ การ	336.9	80.0	107.5	34.40	
6	ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม	415.8	108.5	105.4	-2.86	
7	แผงวงจรไฟฟ้า	152.2	43.2	59.5	37.79	

8	เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	154.0	37.6	49.6	31.92
9	รถยนต์นั่ง	115.5	40.5	39.6	-2.36
10	ผลิตภัณฑ์โลหะ	130.4	37.0	32.8	-11.18
ที่มา: MenuCom					

Updated วันที่ 30 เม.ย. 64

¹ Bruttoinlandsprodukt

² BIP pro Kopf

³ Preisbereinigt, verkettet

⁴ Export/Außenhandel

⁵ ILO-Arbeitsmarktstatistik

⁶ Hauptabnehmerländer

⁷ Hauptlieferländer