MÖBELMARKT online

www.moebelmarkt.de vom 04.09.2014

# Furniture Club Wie „tickt“ der türkische Markt

Referenten beim Türkei-Workshop des Furniture Club (v.l.): Galip Kaynar, Inhaber und Geschäftsführer der Arti D Group, Julia Greven, Vorstandsmitglied der Cabinet Schranksysteme AG, Onur Kiral, Mitglied der Geschäftsleitung der Fatih Kiral Mobilya, Faruk Kurt, Sales Manager East Europe and Asia der Cabinet Schranksysteme AG. Foto: Furniture Club

Herford.

Türkische Kunden möchten einen „Lifestyle“ und nicht nur ein Möbel kaufen, und man muss ihnen schon etwas Besonderes, Innovatives bieten, um sich gegen die breite Konkurrenz durchzusetzen und einen höheren Preis zu rechtfertigen. Dies hat weitreichende Konsequenzen für die Zusammenarbeit deutscher Möbelhersteller mit Partnern im türkischen Möbelhandel und Objektgeschäft. Dies sind einer Pressemitteilung zu Folge einige Ergebnisse eines Workshops des Furniture Clubs, der am 29. August bei den Verbänden der Holz- und Möbelindustrie Nordrhein-Westfalen in Herford statt fand. Türkische Referenten schilderten hierbei in seltener Deutlichkeit, wie der türkische Möbelmarkt „tickt“ und welche Wege sie deutschen Herstellern empfehlen, um sich dort Chancen zu eröffnen.

Was türkische Kunden mit „Made in Germany“ eigentlich verbinden und wie man sich positionieren sollte, um das geeignete Image aufzubauen, war eines der zentralen Themen der Präsentationen und der regen Diskussionen. „Fundiert und offen haben die Referenten klare Aussagen zum türkischen Markt und der Struktur gemacht und warum sich deutsche Möbelhersteller aus ihrer Sicht bisher im türkischen Markt schwer tun. Nach ersten eigenen Erfahrungen und Analysen konnten wir wichtige neue Praxisinfos für unser Unternehmen mitnehmen, insbesondere aus den persönlichen Gesprächen mit den türkischen Fachhändlern“, lobt Ralf Treczokat, Exportmanager der Gwinner Wohndesign GmbH den Workshop.

Mit zwei Geschäftsführern renommierter türkischer Möbelhändler und Objekteinrichter sowie einem deutschen Möbelhersteller mit eigenem Showroom in Istanbul bot der Workshop einerseits Insider-Informationen aus der Praxis des türkischen Möbelmarktes. Andererseits konnten durch die Gelegenheit zu persönlichen Fragen, Einzelgesprächen und Firmenbesuchen bereits konkrete Ansätze für eine mögliche Zusammenarbeit ausgelotet werden. Als Basis diente dabei ein Auszug aus der Marktstudie des Furniture Club zu den Besonderheiten des türkischen Möbelhandels und Objektgeschäfts.

„Sehr deutlich“ wurde nach Meinung von Dr. Daniel Böllhoff, Gebr. Nehl Holzindustrie GmbH & Co.KG, „dass die unbestreitbaren Marktpotenziale im türkischen Möbelmarkt nur mit viel persönlichem und finanziellem Engagement zu erschließen sind und die türkischen Kunden im gehobenen Segment durchaus hohe Anforderungen an Qualität, Originalität und Flexibilität stellen. Wir wissen nun, worauf wir uns einlassen.“