

OTTO-GROUP INVESTIERT IN RUSSLAND

Unter der Dachmarke **Otto Group Russia** ist die Otto-Gruppe seit 2006 im russischen Markt aktiv. Mit rund einem Dutzend Marken erwirtschaftet der Konzern dort inzwischen etwa 550 Mio. Euro Umsatz. Am erfolgreichsten hat sich die Marke **Bonprix** entwickelt, die mittlerweile mehr als 200 Mio. Euro erzielt. Die Perspektiven für den russischen Distanzhandel, der sich aus dem Kataloggeschäft und dem **E-Commerce** zusammensetzt, sind hervorragend, glauben die Otto-Verantwortlichen. Während der Anteil des Distanzhandels am gesamten Einzelhandel in Deutschland rund acht Prozent beträgt, liegt

dieser Anteil in Russland noch unter drei Prozent. Prognosen zufolge wird sich vor allem das **Onlineshopping** in Russland stark entwickeln und sich in den kommenden fünf Jahren von heute rund 8,2 Mrd. Euro mehr als verdoppeln. Um weiterhin von dieser hohen Dynamik des russischen Distanzhandels profitieren zu können, plant die Otto Group weitere **Investitionen** in Höhe von rund 50 Mio. Euro. Ein Großteil der Summe fließt dabei in den Ausbau der Logistik-Infrastruktur. Die Fläche des Logistikzentrums in Tver wird verdoppelt – weitere 700 Arbeitsplätze sollen dazukommen. ●

EXPORT DEUTSCHER KÜCHEN GIBT NACH

Die deutsche **Küchenmöbelindustrie** lieferte von Januar bis Mai 2013 Küchen im Wert von rund 609 Mio. Euro ins Ausland. Aufgrund der schwächelnden Nachfrage innerhalb der EU reduzierte sich der Exportwert laut **Verband der Deutschen Möbelindustrie** (VDM) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum damit um 2,5 Prozent. Im gleichen Zeitraum wurden jedoch Küchen im Wert von nur 40 Mio. Euro nach Deutschland eingeführt. ●

RUSSEN REAGIEREN AUF FURNITURE CLUB

Der Synergieansatz des **Furniture Club**, ausländischen Entscheidern eine „One-Stop-Shop“-Plattform im Einrichtungsbereich zu bieten, trägt bereits erste Früchte. So erhielt der Furniture Club u.a. die Anfrage eines bedeutenden russischen Generalunternehmers für die Einrichtung von **1.000 Modilhäusern**, für die nun interessierte Mitgliedsunternehmen ihre jeweiligen Kompetenzbereiche zu einem kompletten Angebot zusammengeführt haben. ●

SAUDI-ARABIEN IM FOKUS

Design-Booster für **Saudi-Arabien**: Die internationale Messegesellschaft **Reed Exhibitions** und die einflussreiche IIDA (International Interior Design Association) haben eine strategische Partnerschaft geschlossen.

Im Rahmen zahlreicher Messen in der Region wird die IIDA sich bei Preisverleihungen, Workshops und Kennenlertreffen einbringen. Als Ziel haben die beiden Organisationen ausgerufen, „die Design-Industrie in der Region zu vereinen und die Standards in dem Sektor anhand von Best-Practices und Fallbeispielen aus aller Welt zu verbessern.“ Die **IIDA** – 1994 gegründet – mit Sitz in Chicago zählt aktuell 13.000 Mitglieder in 33 Ländern.

Ganz oben auf der Agenda des Design-Verbands steht nun, zwei Ableger in Saudi-Arabien und Katar zu gründen. **Chery Durst**, Executive Vice President und CEO der IIDA, freut sich über die Aktivitäten auf der Ara-

bischen Halbinsel: „Diese spannende Partnerschaft ist aus dem gemeinsamen Wunsch heraus entstanden, Design im Nahen Osten zu promoten. Die **Kooperation** hilft uns dabei, das Ansehen des Berufsstands der Interior Designer's zu erhöhen und die gesamte Design-Industrie in der Region mit unserem Wissen und unseren Mitteln zu unterstützen. Wir freuen uns darauf, die Partnerschaft auf der ersten von Reed organisierten regionalen Design-Messe, der **Decofair** in Jeddah, mit Leben zu füllen.“

Die Decofair gilt als Saudi-Arabiens einziges Design-Event für den mittleren bis gehobenen Bereich. Die **Messe** findet vom 29. November bis 2. Dezember 2013 im Jeddah Centre for Forums & Events statt und feiert dabei bereits ihren fünften Geburtstag.

Die neue Partnerschaft hebt die Decofair allerdings erstmals auf die ganz große internationale Messebühne. ●

Zum dritten Mal geht vom 26. bis zum 30. März 2014 der internationale Wettbewerb „Hülsta Woodwinds“ über die Bühne. Mit der Veranstaltung wollen Hülsta und die GWK Gesellschaft für Westfälische Kulturarbeit hochbegabte junge Holzbläser fördern. Teilnehmen können Solisten aus aller Welt, die nicht älter als 27 Jahre sind und an einer Musikhochschule studieren, studiert haben oder Privatunterricht erhalten.