möbelkultur ONLINE www.moebelkultur.de

03.06.2015 11:29 Uhr

Furniture Club Erfolgsstrategien für den türkischen Markt

Jede Menge Einsichten in den türkischen Markt lieferte der Länder-Workshop des Furniture Club am 27. Mai bei den Verbänden der Holz- und Möbelindustrie in Herford. Im Mittelpunkt standen die Erläuterungen der Entscheider von Adnan Bostan/RICC und der Nurus-Gruppe, die dabei auf die Chancen für deutsche Möbelzulieferer und Objekteinrichter auf dem türkischen Markt eingingen.

"Die Türkei ist dank ihrer dynamischen Wirtschafts- und Gesellschaftsentwicklung sowie ihrer weltweiten Aktivitäten ein interessanter, stark wachsender Markt sowohl für Möbel, für Zulieferprodukte der Möbelindustrie und das Objektgeschäft. Zwar verfügt sie über eine breite Zulieferindustrie vor Ort, trotzdem wird der überwiegende Teil der verarbeiteten Materialien importiert", sagte Andreas Rieß von Furniture Club. Okay Dogutepe stellte beim Workshop dar, wie sehr die weltweit tätige Nurus-Gruppe im eigenen Unternehmen als auch bei potenziellen deutschen Zulieferern auf innovative Produkte und Konzepte setzt. Für das Objektgeschäft bieten sich insbesondere in gehobenen Segmenten attraktive Potenziale.

Adnan Bostan bestätigte, dass Inneneinrichtungen und Zulieferprodukte „Made in Germany“ in der Türkei hohes Ansehen genießen und für Qualität, Innovation und Langlebigkeit stehen. Er rief aber die Workshop-Teilnehmer zu mehr Flexibilität und Kundennähe auf. Zudem ermunterte er zu persönlichem und reaktionsschnellem Umgang mit türkischen Kunden.

Im Anschluss an den Workshop führten die türkischen Referenten Einzelgespräche mit vier Mitgliedsfirmen und besuchten weitere vier Unternehmen zu Werksbesichtigungen. Der Furniture Club bestätigte, dass die Gespräche, die im August 2014 nach demselben Konzept im Nachgang des Türkei-Workshops für Möbelhersteller mit sieben Firmen aufgenommen wurden, in der Zwischenzeit zu ersten Kooperationen geführt haben.