

Istanbul II: Positive Verlautbarungen

Vom 24. bis 29. Januar fand in Istanbuls Messezentrum CNR Expo die Imob statt, die bereits zweite Istanbuler Möbelmesse im noch jungen Jahr 2017. Im Vorfeld sprach einiges für einen eher schwierigen Verlauf dieses seit zwölf Jahren veranstalteten Events. Negative Auswirkungen wurden durch die Aufspaltung der türkischen Möbelmesse-Szene befürchtet – eine Situation, die es bereits im Vorjahr zu bewältigen galt. Abträglich für das Besucherinteresse aus Mitteleuropa ist zudem die zeitliche Nähe zur imm cologne. Last but not least dämpften die jüngsten Terroranschläge vor allem bei potenziellen Besuchern aus Mitteleuropa die Lust auf einen Besuch Istanbuls.



Volle Gänge: Nach offiziellen Angaben verzeichnete die Imob im Vergleich zum Vorjahr einen Besucherzuwachs.



Ein breit angelegtes Matchmaking-Programm unterstrich den Business-Charakter der Imob.



Zahlreiche Aussteller zielten mit ihren Produkten auf Einkäufer aus dem Mittleren Osten.

Trotz reichlich negativer Vorzeichen melden die Imob-Veranstalter, die Möbelindustrieverbands-Föderation Mosfed und die Messgesellschaft CNR, mehr als positive Zahlen. Über 160.000 Interessenten hätten die Imob 2017 besucht, darunter knapp 47.000 aus dem Ausland – aus insgesamt 114 Ländern. Zum Vergleich: 2016 wurden im offiziellen Schlussbericht 148.221 Besucher ausgewiesen (32.784 aus dem Ausland). Glaubt man diesen Angaben, ist vor allem das Interesse aus dem Ausland stark angestiegen, wäh-

rend sich das Inlandsinteresse ungefähr auf Vorjahresniveau bewegte.

Wie aus Istanbul zu hören war, habe hauptsächlich die Besucherfrequenz aus dem Mittleren Osten, aus diversen Balkanländern, aus GUS-Staaten und Nordafrika zugenommen. Auf der anderen Seite gab es Aussteller, die trotz bestehender Geschäftsbeziehungen nicht einen einzigen Einkäufer aus Mitteleuropa auf ihrem Stand begrüßen konnten. Offensichtlich reagierten Einkäufer aus traditionell eher unruhigen Regionen gelassener auf die jüngsten Anschläge in der Türkei als ihre Kollegen aus Zentraleuropa.

Nichts geändert hat sich an der Größe der Imob. An der Messe beteiligten sich erneut über 500 Unternehmen, die rund 150.000 qm Ausstellungsfläche (brutto) belegten.

Die Organisatoren der Imob sehen ihre Veranstaltung vor allem als Motor für das Exportgeschäft der türkischen Möbelindustrie. Im Ausland haben sich die Möbelproduzenten des Landes ehrgeizige Ziele gesteckt, an denen unverändert festgehalten wird. Nachdem das Exportvolumen auf zuletzt

3 Mrd. US\$ ausgebaut werden konnte, soll dieser Wert bis 2023, wenn der 100. Geburtstag der türkischen Republik gefeiert wird, auf 10 Mrd. US\$ gesteigert werden. Damit will man in die Top 5 der weltweit größten Möbelexporteure aufsteigen. Derzeit liegt das Land noch auf Platz 13, was den Produktionswert betrifft, rangiert man auf Position 12.

Wie Mosfed-Präsident Ahmet Gülec erklärte, würden allein im Umfeld der Imob Exportgeschäfte in Höhe von 750 Millionen US\$ generiert. Dies entspricht dem gleichen Wert, der schon für die Ismob genannt wurde.

Damit die Imob als Export-Plattform und Business-Messe punkten kann, haben sich die Veranstalter einiges einfallen lassen. So wurden beispielsweise zahlreiche ausländische Interessenten über ein „International Hosted Buyers Program“ rekrutiert, das den Besuchern diverse Vergünstigungen und Serviceleistungen bot. Als exportfördernde Maßnahmen wurden zudem 260 Treffen zwischen Einkäufern aus den Golfstaaten, Nordafrika, aber auch aus Europa mit türkischen Lieferanten

organisiert. Erstmals gab es spezielle Initiativen zur Ankurbelung des internationalen Objektgeschäfts – vor allem in Saudi Arabien, Qatar und Kasachstan. Als eine der entscheidenden Stell-schrauben, an denen die türkischen Möbelproduzenten drehen müssen, um ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit festigen und ausbauen zu können, hat Mosfed Verbesserungen im Design ausgemacht. Folgerichtig spielte auch dieses Thema auf der Messe eine wichtige Rolle, das u.a. in Design-Seminaren mit den finnischen Designern Mikko Laakkonen, Yuki Abe, Sebastian Jansson und Samuli Naamanka behandelt wurde.

Bleibt abschließend die Frage, wie es mit den türkischen Möbelmessen insgesamt weitergeht. Weder Lieferanten noch Einkäufer können am Fortbestand der aktuellen Situation ein Interesse haben. Zwei Events innerhalb von zwei Wochen nutzen keinem etwas. Gerüchte, wonach es zukünftig wieder nur eine einzige Messe geben soll, fielen daher während der Imob auf fruchtbaren Boden. Me

moebelmarkt.de → THEMEN



Es gab aber auch genügend Anbieter, die sich auf einen westlichen Wohnstil konzentrierten.