WIRTSCHAFT

NUMMER 30 | OKTOBER 2022

DAS TÜRKEI BRIEFING

Chaosamran_Studio/AdobeStock.com

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

mit diesem Türkei Briefing möchten wir Sie in regelmäßigen Abständen über den Wirtschaftsstandort Türkei informieren. Gerne stehen wir Ihnen auch als Ansprechpartner zur Verfügung, falls Sie weitergehende Informationen zu bestimmten Themen wünschen. Auf *Seite 10* finden Sie unsere Kontaktdaten.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und freuen uns über Ihr Feedback.

modus factum

2 Möbelindustrie

6 Türkische Vorreiter in der Möbelindustrie

9 Türkische Wirtschaft auf einen Blick

Möbelindustrie

Die Möbelindustrie befindet sich weltweit in einem tiefgreifenden Wandel – dies stellt den türkischen Möbelsektor vor Herausforderungen, eröffnet zugleich neue Perspektiven. Gelingt eine kreative Gestaltung dieses Wandels und die Digitalisierung, wird die türkische Möbelindustrie ihre Position auf dem globalen Markt verfestigen. Die Möbelindustrie sorgt – direkt wie indirekt in vielen anderen Sektoren – für Beschäftigung und trägt zur Schließung des Handelsbilanzdefizits bei. Die Türkei ist ein Netto-Möbelexporteur. Der heimische Möbelmarkt spiegelt die nationale Wohlstandsentwicklung wider: je höher das Einkommen, desto größer die Nachfrage nach Möbeln.

Der Möbelsektor weltweit

Der Umsatz auf dem globalen Möbelmarkt beträgt 2022 rund 584,9 Milliarden Euro. Laut aktuellen Prognosen wird der Möbelsektor im Jahr 2026 ein Marktvolumen von 722,7 Milliarden Euro erreichen, was einem jährlichen Umsatzwachstum von 5,43 Prozent gleichkommt (CAGR 2022-2026). Das größte Marktsegment im Jahr 2022 ist das Segment „Wohnzimmermöbel“ mit einem geschätzten Marktvolumen von rund 203 Milliarden Euro. Mit einem prognostizierten Marktvolumen von 205,5 Milliarden Euro wird in diesem Jahr der größte Umsatz im Möbelsektor in den USA generiert.

Der weltweite Export befindet sich seit dem Jahr 2002 in einem stetigen Wachstum. 2002 belief sich der globale Export auf 66,5 Milliarden US-Dollar, und stieg bereits im Jahr 2008 auf 140,2 Milliarden US-Dollar. Nach einem Einbruch im Jahr 2009 (115,5 Milliarden US-Dollar) – bedingt durch die Finanz- und Wirtschaftskrise – verzeichnete der globale Export erneut Wachstumsraten. Nach einem moderaten Rückgang in den Jahren 2015 und 2016 stieg der globale Export in den Jahren 2017, 2018 und 2019 im Durchschnitt um 4,5 Prozent – 2019 belief sich der weltweite Exportwert auf 194,4 Milliarden US-Dollar.

Gut zu wissen

Der Möbelsektor umfasst die Produktion, den Vertrieb und Verkauf von beweglichen Gebrauchsgegenständen für verschiedene Aktivitäten und Funktionen wie etwa Sitzen, Schlafen, Arbeiten und Essen sowie die Aufnahme und Aufbewahrung von Objekten. Möbel werden aus unterschiedlichen Materia-lien hergestellt – aus Metall, Plastik oder Holz. IKEA ist das führende Unternehmen im Möbelmarkt. Firmen wie Wayfair holen mit der Zunahme des Onlinehandels jedoch auf.

Die USA mit 47 Milliarden US-Dollar Außenhandelsdefizit, die EU mit Möbelexport in Wert von 70 Milliarden US-Dollar und China mit 56 Milliarden US-Dollar Außenhandelsüberschuss sind die drei Giganten des weltweiten Möbelsektors.

China ist – Stand 2020 – weltweit das Top-Exportland mit Möbelausfuhren im Wert von 70,09 Milliarden US-Dollar und einem Anteil von 36,1 Prozent an weltweiten

Top 10 Möbelexporteure weltweit

(2020, in Millionen US-Dollar)

Land	2016	2017	2018	2019	2020
China	56.931	56.296	64.287	64.629	70.086
Polen	10.646	11.553	13.387	13.400	13.113
Deutschland	12.530	12.987	14.080	13.770	12.758
Vietnam	5.572	6.318	6.998	8.985	11.364
Italien	10.684	11.244	12.203	11.681	10.596
Mexiko	8.022	8.215	8.193	8.111	7.033
USA	8.509	8.456	8.355	7.863	6.587
Tschechische Republik	4.124	4.548	4.792	4.517	4.244
Kanada	4.679	4.661	4.714	4.760	4.007
Türkei	**2.234**	**2.360**	**2.687**	**3.416**	**3.427**

Quelle: Türkisches Industrieministerium

Möbelexporten. Gefolgt wird die Volksrepublik von Deutschland und Polen mit Exporten im Wert von 13,11 bzw. 12,76 Milliarden US-Dollar sowie einem Anteil von 6,8 bzw. 6,6 Prozent.

Die Türkei ist mit einem Exportwert von 3,42 Milliarden US-Dollar und einem Anteil von 1,8 Prozent am weltweiten Möbelexport auf Platz 10 im globalen Ranking. Zum Vergleich: 2017 war die Türkei auf Platz 18, 2018 auf Platz 14 im Ranking. 2020 wuchsen die Exporte trotz Coronapandemie. Von 2016 auf 2020 wuchsen sie um 53,4 Prozent.

Die Türkei ist zugleich ein wichtiger Absatzmarkt aufgrund ihres Bevölkerungswachstums, ihrer jungen Bevölkerungsstruktur und Wirtschaftsdynamik. Ihr aktueller Anteil am weltweiten Import ist jedoch mit einem Importwert von 499 Millionen US-Dollar und einem Anteil von 0,3 Prozent überschaubar, ihr weltweiter Rang auf Platz 43 eher bescheiden.

Die USA, Deutschland, Frankreich, England und Japan sind weltweit die fünf größten Möbelimporteure.

Top 10 Möbelimporteure weltweit & Position der Türkei

(2020, in Millionen US-Dollar)

Land	2016	2017	2018	2019	2020
1. USA	51.565	54.875	59.133	56.005	55.102
2. Deutschland	14.816	15.295	16.195	15.754	15.703
3. Frankreich	8.201	8.798	9.609	9.387	8.607
4. VK	8.702	9.239	9.530	9.652	8.369
5. Japan	6.534	6.734	7.054	7.229	7.007
6. Kanada	6.864	7.291	7.340	7.297	6.563
7. Niederlande	4.144	4.857	5.529	5.719	6.186
8. Österreich	3.277	3.372	3.755	3.575	3.722
9. Schweden	3.320	3.380	3.547	3.415	3.502
10. Polen	3.226	3.392	3.732	3.630	3.324
...	...	...	...	...	...
43. Türkei	**606**	**615**	**593**	**554**	**499**

Quelle: Türkisches Industrieministerium

Der Möbelsektor im Wandel

Der Möbelsektor befindet s ich i n e inem tiefgreifenden Wandel. Die Trends in der Möbelbranche sind, laut einem **PWC**-Bericht, vor allem von den modernen gesellschaftlichen Entwicklungen wie etwa das steigende Umweltbewusstsein, die zunehmende Mobilität der Verbraucherinnen und Verbraucher, die wieder steigende Beliebtheit und Neigung zum Stadtleben sowie von der Digitalisierung geprägt. Sie folgen den modernen gesellschaftlichen Anforderungen und sind getrieben durch die neuesten Technologien. Während beispielsweise die Digitalisierung dem Einzelhandel enorme Wachstumspotentiale bietet, verlangt die Green-Awareness der Verbraucherinnen und Verbraucher nach einer nachhaltigen und fairen Möbelproduktion sowie energieeffiziente Wo hnkonzepte und trendbewusste Möbel aus Re- oder Upcycling-Prozessen.

Die Coronapandemie beförderte den Wandel im Möbelsektor. Menschen fingen an, mehr Zeit zuhause zu verbringen: Das Schlafzimmer war nicht mehr nur der Ort zum Entspannen, sondern gleichzeitig auch das neue Büro. Möbelhersteller trugen der neuen Situation Rechnung, indem sie ihre Produktion diversifizierten. Sie fokussierten sich immer mehr auf multifunktionale Möbel – so wurden beispielsweise Betten produziert, die sich in Arbeitstische umfunktionieren ließen, sowie Bett-Schrank Kombinationen oder Arbeitstische. Der Möbelsektor nahm verstärkt Menschen ins Visier, die Home Office machten. **Nuri Gürcan**, Vorsitzender des **Vereins für Unternehmer im Möbelsektor (MOBSAD)** hat während der Hochphase der Coronapandemie auf den Trend aufmerksam gemacht, dass immer mehr Menschen einen Teil ihrer Wohnung als Arbeitsplatz nutzen müssen. Dies habe die Nachfrage nach multifunktionalen Möbeln erhöht. Nahezu alle Möbelhersteller veränderten ihre Produktion entsprechend der neuen Bedarfslage. Die neue Produktpallette mache rund zehn Prozent der gesamten Möbelproduktion aus – was nach aller Voraussicht nach weiter steigen werde.

«Die Trennung und Nutzung eines Teils der Wohnungen als Arbeitsbereich hat die Nachfrage nach funktionellen Möbeln erhöht. Alle Unternehmen begannen mit der Produktion, um diesen Bedarf zu decken.»

(Nuri Gürcan, Vorsitzender des MOBSAD)

Hierdurch werden Wohnungen angenehmer und komfortabler, so Gürcan – der neue Trend werde für einen Anstieg der Möbelverkäufe um mindestens fünf Prozent sorgen.

Mustafa Balcı von dem **MOSDER** (**Verein der Möbelhersteller der Türkei**) verweist darauf, dass die türkische Möbelindustrie viel Wert auf Versorgungssicherheit legt. Aktuell würden nur fünf Prozent der Rohstoffe, die in den exportierten Möbeln stecken, aus dem Ausland stammen. Dies zeigt, dass die Exporte des Möbelsektors nicht von Importen abhängig sind. Der Möbelsektor weist eine positive Handelsbilanz auf. Die türkischen Möbelhersteller decken damit einen Großteil ihres Bedarfs an – beispielsweise Produktionsmaschinen, Muster und Technologie – aus dem heimischen Markt ab.

Der türkische Möbelsektor

Im türkischen Möbelsektor liegt der Schwerpunkt bei den kleinen und mittelgroßen Betrieben, die Zahl der großen Betriebe steigt jedoch stetig. Großteil der Produktion findet überwiegend in mittelgroßen Betrieben statt.

In den letzten Jahren ist die Anzahl von Unternehmen mit ausländischem Kapital ebenfalls gestiegen, auch wenn ihr Anteil eine eher zu vernachlässigende Größe darstellt. Ein gutes Beispiel ist hierfür die nordische Einzelhandelskette **IKEA** – das Möbelkaufhaus brachte mit seinen Filialen in İstanbul, İzmir, Bursa und Ankara neue Dynamik in den Sektor. IKEA kündigte zuletzt an, seine Produktion verstärkt in die Türkei zu verlagern, um Störungen in den globalen Lieferketten zu vermeiden und Transportkosten zu reduzieren. Die Produkte, die in der Türkei produziert werden, sollen weltweit exportiert werden.

Die türkische Möbelproduktion ist konzentriert in den Provinzen İstanbul, Ankara, Bursa (İnegöl), Kayseri, İzmir und Adana – diese sind zugleich die bevölkerungsstärksten Provinzen.

Vadim Andrushchenko/AdobeStock.com

Die Metropolstadt İstanbul besitzt zwei große Standorte: Masko im Organsierten Industriegebiet İkitelli (Organize Sanayi) und Modoko in Ümraniye.

Der Anteil der Türkei am weltweiten Möbelexport war im Jahr 2020 mit 1,8 Prozent eher überschaubar, gleichwohl ist aufgrund der Dynamik in der Branche davon auszugehen, dass dieser signifikant steigen wird. Im Jahr 2018 belief sich der Möbelexport auf 2,68 Milliarden US-Dollar, 2019 auf 3,06 Milliarden US-Dollar und 2020 – trotz Coronapandemie – auf 3,42 Milliarden US-Dollar.

2021 brachen die türkischen Möbelexporte – laut den Daten der Exporteure-Vereinigung – mit 4,3 Milliarden US-Dollar den bisherigen Rekord. Im Januar 2022 startete die Exportsparte der Branche mit einem Plus von 14 Prozent ins neue Jahr. Die türkischen Möbelexporte stiegen im Januar 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 14 Prozent auf 325,5 Millionen US-Dollar und haben den höchsten Januar-Exportwert aller Zeiten verzeichnet.

Die meisten Ausfuhren des Möbelsektors gingen im Januar 2022 in die USA, nach Deutschland, England, in den Irak und nach Libyen – Katar verzeichnete mit 90 Prozent den höchsten Zuwachs. Exportiert wurden vor allem Kinderbetten und Wiegen, Sitzmöbel, Holzmöbel für Ess- und Wohnzimmer, Metallmöbel und zum Bett umbaubare Sitzmöbel.

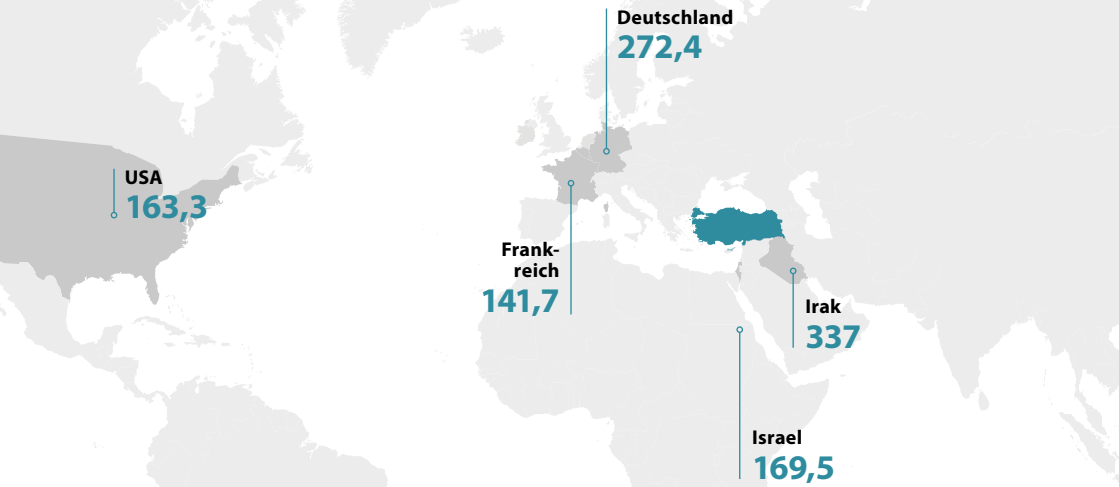
«Wir wollen bis Ende 2022 zu den Top 5 der Möbelexporteuren gehören»

erklärt **Ahmet Güleç**, Präsident des **Istanbuler Verbandes der Möbel-, Papier- und Forstproduktexporteure** gegenüber der Nachrichtenagentur Anadolu.

Die Möbelindustrie hat in den ersten acht Monaten des aktuellen Jahres ihren Exportanteil von Monat zu Monat gesteigert. Allein im August 2022 belief sich der Export auf insgesamt 407 Millionen, in den acht Monaten kumulativ auf 3,11 Milliarden US-Dollar.

Dabei war Irak mit Einfuhren in Wert von 337 Millionen US-Dollar das Hauptzielland türkischer Exporte, gefolgt von Deutschland mit Einfuhren in Wert von 272,4 Millionen US-Dollar. Die Exporte nach Israel beliefen sich auf 169,5 Millionen, die in die USA auf 163,3 Millionen und nach Frankreich auf 141,7 Millionen US-Dollar.

Top 5 Exportmärkte der türkischen Möbelindustrie
(Januar - August 2022; in Millionen US-Dollar)



Türkische Vorreiter in der Möbelindustrie

Die Türkei hat eine entwickelte Möbelindustrie. Erfolgreiche Möbelhersteller und Trendsetter haben sich auch weltweit in vielen Ländern einen Zugang zum nationalen Markt erkämpft. Vor allem in Europa und in den Vereinigten Staaten sind sie mittlerweile etabliert.

Die multikulturelle Bevölkerungsstruktur und vielfältigen Traditionen der Türkei sowie ihre Brückenlage zwischen Asien und Europa spiegelt sich auch in der Möbelproduktion des Landes wider. Ein breites Inventar an Modellen und Designs ist verfügbar – von traditionellen östlichen Hausdesigns bis hin zu zeitgenössischen europäischen Formen. Das Land im Dreh- und Angelpunkt von Europa, Asien und Afrika ist Stand- und Produktionsort zahlreicher Top-Möbelhersteller und Möbelmarken. Einige wenige von ihnen sind unten aufgelistet.

Möbelhersteller und Unternehmer wie **Enza**, **İstikbal**, **Bellona**, **Mudo** und **Modalife** spielten eine Vorreiterrolle in der Möbelbranche, die ihren Erfolgsweg in unterschiedlichen Städten gestartet haben. Diese Städte – İstanbul, İnegöl, Ankara, Kayseri, İzmir – haben sich zu Zentren entwickelt, die Möbelproduktion clustert sich um diese Städte herum. Von dort aus erkämpften sich die Möbelunternehmen ihre Stellung am Weltmarkt, von dort aus beliefern sie zahlreiche Länder.

FollowTheFlow/AdobeStock.com

Enza

Enza Home ist die Konzeptmarke der Marke Yataş. Die modernen Möbeldesigns von Enza Home werden Kunden in 247 Geschäften weltweit zur Schau gestellt und zur Dekoration ihrer Wohnungen verwendet.

Kelebek Mobilya

Eine der etabliertesten Möbelmarken der Türkei, Kelebek Mobilya, hat ihren ersten Concept Store in England eröffnet. Mit dem Ziel, eine globale Marke zu werden, bietet Kelebek Mobilya seine Produkte den Verbrauchern in mehr als 200 Möbel- und Küchengeschäften in der Türkei an. Außerdem ist das Unternehmen auf dem internationalen Markt mit dem Export von Standard- und Spezialprodukten in etwa 12 Ländern tätig.

İstikbal

Das 1957 gegründete İstikbal ist einer der größten, ältesten und bekannten Möbelhersteller in der Türkei, mit Hauptsitz in Kayseri. Der Möbelhersteller hat mehr als 1.000 Geschäfte und exportiert in verschiedene Länder.

Bellona

Bellona wurde 1997 im zentralanatolischen Kayseri gegründet, mit dem Ziel hochwertige Möbel für jeden Raum eines Hauses anzubieten. Mit Fokus auf das moderne Stadtleben bietet die Marke anspruchsvolle und praktische Möbel in zuverlässiger Qualität für jeden Raum. Mit mehr als 750 Filialen in der Türkei und 55 Filialen auf fünf Kontinenten hat sich Bellona einen Namen auf dem zukunftsweisenden Markt für hochwertige Heimtextilien gemacht.

Mudo

Mudo wurde 1964 in einem kleinen Geschäft im İstanbuler Stadtteil Beyoğlu gegründet. Seitdem ist es das Hauptziel der Marke, internationalen Modetrends in der Möbelindustrie zu folgen. Mudo Concept bietet eine große Auswahl an Produkten, darunter Accessoires sowie Wohn- und Büromöbel.

Modalife

Modalife wurde in den 1990er Jahren in der Hauptstadt Ankara gegründet. Es begann in einem kleinen Büro und hat mittlerweile drei Fabriken und über 140 Geschäfte in der ganzen Türkei. Modalife ist als „Hochzeitspacker“ der Türkei bekannt, da es relativ erschwingliche Haushaltswarenpakete für frisch verheiratete Paare anbietet.

Produktionszentren der Möbelbranche

Die Türkei ist bekannt für eine Vielzahl von Möbelherstellern. Es gibt viele verschiedene Stile, Muster und Produkte von verschiedenen Marken. Diese Möbelhersteller clustern sich in wenigen Städten.

İstanbul: Hauptstadt der Möbelindustrie – die größte Metropolstadt der Türkei beherbergt die bekanntesten Möbelmarken, u.a. die Mudo, die in İstanbul gegründet wurde.

Ankara: Die Hauptstadt ist nicht nur Standort für viele Möbelhersteller, sondern auch Ausgangspunkt namhafter Möbelhersteller wie Modalife und Lazzoni.

İnegöl: Die westtürkische Kreisstadt ist ein wichtiger Produktionsstandort.

Kayseri: Wichtige türkische und weltweite Unternehmen wie İstikbal, Bellona und Kilim wurden hier gegründet.

İzmir: Beherbergt viele bekannte Unternehmen wie Alfemo und Comfort und hat eine florierende Möbelindustrie.

Türkische Wirtschaft auf einen Blick

Industrieproduktionsindex (ggü. Vorjahresmon., in %)	BIP-Wachstum (ggü. Vorjahresquartal, in %)	Arbeitslosigkeit (in %)	Einwohnerzahl (2021)
08/22 1	Q2/22 7,6	08/22 9,6	84.680.273

Quelle: Türkisches Statistikamt TurkStat

Exporte steigen auch im August an

Im Monat August 2022 stieg der Export der Türkei um 13,1 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat an. Der Import wuchs um 40,4 Prozent. Exporten im Wert von 21,33 Milliarden US-Dollar, stehen Importe im Wert von 32,5 Milliarden US-Dollar gegenüber. Nimmt man Energie- und Goldexporte raus, beträgt der Exportwert im August 2022 17,98 Milliarden US-Dollar, der Anstieg gegenüber dem Vorjahresmonat 9,3 Prozent. Der Import ohne Energie- und Goldeinfuhren beträgt 21,45 Milliarden US-Dollar, der Anstieg gegenüber Vorjahresmonat 16,6 Prozent.

Der Anstieg des Exports betrug in dem Zeitraum Januar–August 2022 18,2 Prozent, des Imports 40,7 Prozent. Entsprechend vergrößerte sich das Handelsbilanzdefizit im Monat August 2022 um 159,9 Prozent, in dem Zeitraum Januar–August 2022 um 146,3 Prozent.

Den größten Anteil an dem Gesamtexport realisierte das verarbeitende Gewerbe. 79,5 Prozent der Importe sind Zwischengüter bzw. Vorprodukte, 11,6 Prozent Investitionsanlagen, 8,8 Prozent Verbrauchsgüter.

Deutschland Top-Exportzielland

Deutschland ist im Monat August 2022 das Top-Exportzielland türkischer Güter. Die Exporte nach Deutschland beliefen sich im August 2022 auf 1,66 Milliarden US-Dollar. Mit 1,48 Milliarden Güter sind die USA das zweitgrößte Exportzielland der Türkei, mit 1,26 Milliarden US-Dollar gefolgt vom Irak, mit 1,1 Milliarden US-Dollar das Vereinigte Königreich und mit 0,95 Milliarden US-Dollar Russland.

Arbeitslosigkeit auf niedrigstem Stand seit 2014

Die Arbeitslosenquote in der Türkei sank im August um 0,4 Prozentpunkte gegenüber dem Vormonat auf 9,6 Prozent und damit auf den niedrigsten Stand seit März 2014.

Die Quote fiel zum ersten Mal seit Januar 2018 in den einstelligen Bereich, teilte das türkische Statistikamt (TurkStat) mit.

Investitionen im Wert von 1,16 Milliarden US-Dollar

Vier Projekte mit Investitionen im Wert von 1,16 Milliarden US-Dollar werden mit staatlichen Beihilfen bezuschusst, teilte das türkische Amtsblatt mit.

Investitionen im Wert von 434 Millionen US-Dollar sind vorgesehen für die Hybridauto- und Batterieproduktion von **Toyota**, 467 Millionen US-Dollar für das Solarmodul des Unternehmens **Smarta Güneş A.Ş**, 205 Millionen US-Dollar für die Produktion von Anhydrit in TN Maleik A.Ş. und 41 Millionen US-Dollar für die Produktion von Spülmaschinenkapseln in Adana.

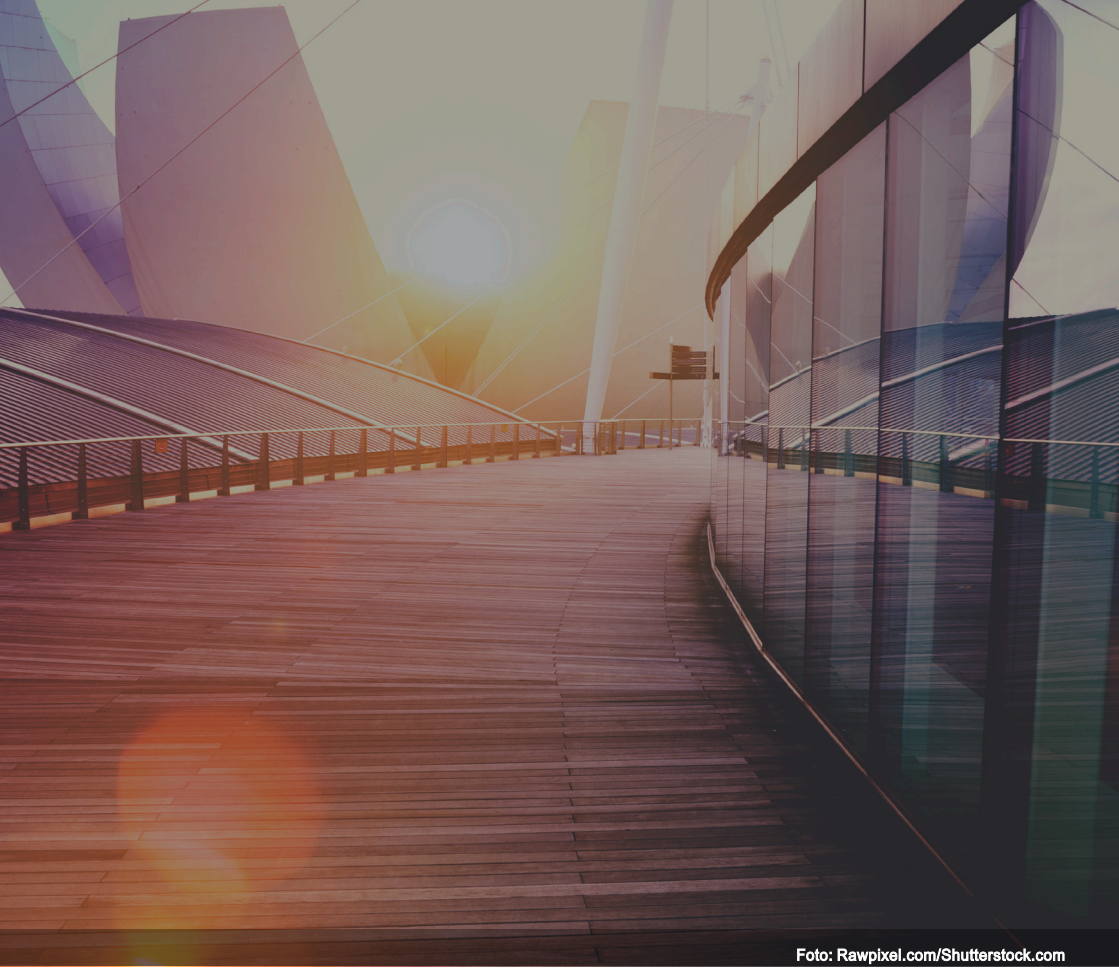


Foto: Rawpixel.com/Shutterstock.com

DAS TÜRKEI BRIEFING

Herausgeber
modus factum GmbH
Ferdinandstr. 29-33
20097 Hamburg

Tel.: +49 40 333 988 78
E-Mail: info@modusfactum.com
www.modusfactum.de

V.i.S.d.P.
Sacit Dizman
Gülşah Tezol