

TurKEY to Success

**MACHINERY
& ACCESORIES
EXPORTERS UNION**

„Deutschland ist unser wichtigstes Partnerland!“

Über den Verband der Maschinen- und Zubehöreexporteure
(MAIB), seine Ziele und Pläne

Der MAIB, „Machinery & Accesories Exporters Union“, vertritt exklusiv die Interessen der türkischen Maschinenexporteure. 2002 gegründet verfügt der Verband aktuell bereits über mehr als 9.000 aktive Mitglieder, darunter hauptsächlich Maschinenhersteller und Exporteure.

Die Kernaufgabe des Verbands ist es, seine Mitglieder in allen Belangen von wirtschaftlicher Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern und in Exportgeschäften zu unterstützen und somit die Exportraten zu steigern. Schwerpunkt der Verbandsaktivitäten und seiner Mitglieder wird dabei 2012 Deutschland sein. Erstmals werden sämtliche Aktivitäten der türkischen Maschinenbauer auf deutscher Ebene kommunikativ begleitet. Dabei bündelt der Verband die komplette Kommunikation unter dem Verbandsdach, vertritt seine Mitglieder und stärkt die Kommunikationsoffensive.

„Die Vertiefung der Geschäftsbeziehungen in unserem wichtigsten Partnerland, Deutschland,

ist für uns ein konsequenter Schritt“, führt Adnan Dalgakiran, Präsident des MAIB, aus. „Das Interesse in Deutschland für hochwertige und innovative Maschinenbaulösungen ist groß und unsere Industrie kann einen kompetenten Beitrag zum wirtschaftlichen Erfolg beider Seiten leisten. Dabei geht es uns insbesondere um industrielle und wirtschaftliche Partnerschaften zum Nutzen der türkischen und deutschen Unternehmen.“

Die Intentionen des Verbands der Maschinen- und Zubehöreexporteure auf nationaler Ebene in Deutschland liegen allerdings nicht vorrangig in einer Steigerung der Exporte, sondern gleichbedeutend auch in der Intensivierung wirtschaftlicher Partnerschaften und Investitionen. Zu diesem Zweck sind für 2012 vielfältige Aktivitäten auf politischer und wirtschaftlicher Ebene geplant. Ein besonders enger Austausch soll dabei mit führenden Landespolitikern gegeben sein um Anknüpfungspunkte für gemeinsame wirtschaftliche Projekte auszuloten. ■

„Barrieren aufbrechen und neue Chancen schaffen“

Sevda Kayahan Yilmaz, **Vorstandsmitglied des MAIB und Koordinatorin der Deutschlandaktivitäten, über die kommunikativen Pläne des Verbands in Deutschland 2012.**

Für 2012 haben wir uns mit der weiteren Erschließung des deutschen Marktes für unsere Mitglieder viel vorgenommen. Im Bereich der Maschinenbauindustrie ist Deutschland mit Exportraten von über 10 Prozent einer der wichtigsten Handels-

partner der Türkei. Eine „win-win“-Situation für beide Länder erreichen wir durch umfangreiche kommunikative Maßnahmen.

Um mögliche Barrieren aufzubrechen und neue Wege aufzuzeigen, stehen am Anfang all unserer Maßnahmen Medienkontakte, durch die wir der deutschen Presse einen Überblick über den türkischen Maschinenbausektor geben wollen.

Großen Wert legen wir auf die Teilnahme an Messen um uns dort zu präsentieren, wo unsere Zielgruppe sich aufhält. Auch gegenseitige Besuche von türkischen oder deutschen Delegationen sind für uns ein wichtiges Instrument um persönliche Kontakte zu schließen und zu festigen.

Die Ergebnisse unserer Aktivitäten werden wir analysieren und unsere weitere Planung auf diesen Werten aufbauen, damit einer erfolgreichen Partnerschaft von Deutschland und der Türkei auch zukünftig nichts im Wege steht. ■

Mit Konstanz in eine erfolgreiche Zukunft

Die Bosch Gruppe wächst in der Türkei

Die wirtschaftliche Situation in der Türkei entwickelt sich rasant und bietet auch deutschen Unternehmen große Entwicklungspotenziale – ein entscheidender Faktor, den auch die Bosch Gruppe längst für sich entdeckt hat. Das Unternehmen, das seit seiner Gründung 1973 einen nachhaltigen Betrag von 1,4 Milliarden Euro in der Türkei umgesetzt hat, ist mit 9.000 Arbeitnehmern, einen Geschäftsumsatz von 1,7 Milliarden Euro auf dem türkischen Markt und einer Exportrate von 1,4 Milliarden Euro einer der Hauptgeschäftspartner der türkischen Wirtschaft.

Dabei sind die Unternehmensaktivitäten der Bosch Gruppe in der Türkei vielfältig. Seit der Gründung einer ersten Niederlassung 1910, liegen die Kernarbeitsbereiche im Automobilsektor, in langlebigen Verbrauchsgütern und Bautechnologien und in allgemeinen industriellen Technologien. Fokussiert wird dabei auf die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Ersatzteilen für die Automobilindustrie, elektrischen Handwerkzeugen, Haushaltsgeräten, Sicherheitssystemen sowie Ersatzteilen für den Heizungsbedarf.

Und der Erfolg von Bosch Türkiye zahlt sich aus. Ein eigens entwickeltes Betriebsmodell, „Perfektion in der Arbeit“, begleitet die internationale Arbeit der Bosch Gruppe seit ihrem Markteintritt. Es dient der Effizienzsteigerung und somit auch der Produktivität und wurde unter anderem durch den EFQM Qualitätspreis honoriert.

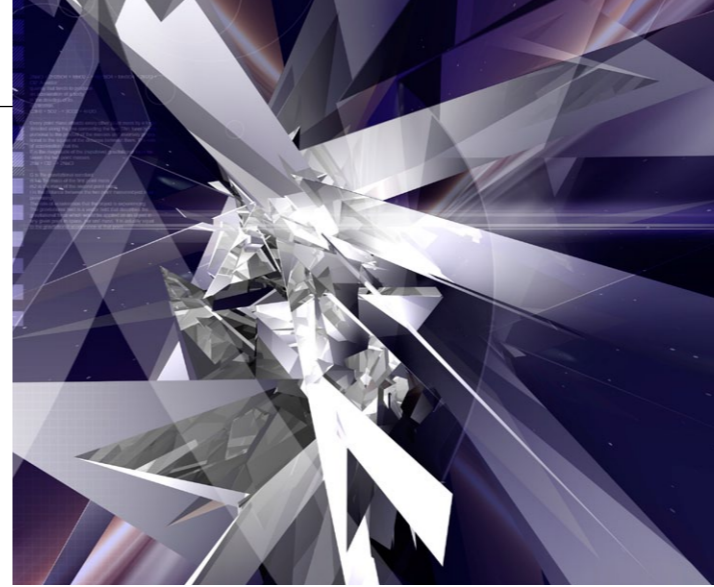
Ein besonders erfolgreiches Beispiel für die Aktivitäten der Bosch Gruppe auf dem türkischen Markt ist die Unternehmenssparte Bosch Rexroth, eines der führenden Unternehmen im Bereich Antriebs- und Kontrolltechnologien. Unter dem Slogan „The Drive & Control Company“ entwickelt und produziert Bosch Rexroth in der Türkei Produkte



Moderne Dieseleinspritzsysteme müssen höchsten Qualitätsansprüchen genügen. Prüfung an Bauteilen für Common-Rail-Injektoren im Werk Bursa (Türkei).

und Systeme, die in mehr als 80 Ländern vertrieben werden. Die dabei entstehenden Investitionen machen Bosch Rexroth zu einem unverzichtbaren Geschäftspartner der türkischen Industrie.

Die Bosch Gruppe als einer der größten Investoren in der Türkei sieht ihre Aktivitäten auf dem türkischen Markt als langfristige Maßnahme. Entwicklung, Gestaltung, Forschung, Produktion und Absatz sollen für mehrere Jahre aufrechterhalten werden. Dies geschieht mit dem Ziel, die Produktionsstätten in der Türkei nicht nur für Importe zu nutzen, sondern besonders auch die Produktion von Boschprodukten weltweit aktiver zu unterstützen. Dabei hat die Türkei sich als zuverlässiges und chancenreiches Partnerland etabliert. ■



Chancen für Innovationen

Der MAIB zeichnet zukunftsweisende Projekte aus

Zum ersten Mal veranstaltete der Verband der Maschinen- und Zubehörexporteure am 13. April 2012 in Istanbul einen Forschungs- und Entwicklungs-Projektmarkt der Produktionstechnologien im Maschinenbau und der Zubehörproduktion. Ziel war es, ein gemeinsames landesweites Forum für Industrielle, Unternehmer und Akademiker aus der Branche zu schaffen um Innovationen zu fördern und zu beschleunigen.

Fokus legte der Verband dabei nicht nur auf die Erweiterung des Bewusstseins für Forschung und Entwicklung sowie Innovationen, sondern auch darauf, eine Kultur zur Projekterstellung und -entwicklung zu schaffen. Besondere Bedeutung haben dabei für die Veranstalter jene Projekte, die aufgrund finanzieller, wirtschaftlicher oder infrastruktureller Hinsicht ohne Förderung nicht realisiert werden könnten. Dies schuf einen Anreiz speziell für kleinere unbekanntere Projektgruppen.

Und das Interesse an dieser Förderung ist groß. Insgesamt 181 Projektbewerbungen wurden eingereicht, aus denen das Bewertungskomitee 66 für die Ausstellung auswählte. Weitere 142 Projekte wurden immerhin im Projektheft der Veranstaltung veröffentlicht. Prämiert und mit Geldpreisen honoriert wurden jeweils die ersten drei Plätze in den Kategorien Akademiker, Industrielle und Unternehmer. Zusätzlich gab es noch zwei Sonderpreise. Und auch die Verbandsführung war sehr zufrieden mit dem Ablauf des Pilotprojektes. „Wir freuen uns sehr über diese positive Resonanz und die Vielzahl der Einsendungen“, führt Adnan Dalgakiran, Vorstandsvorsitzender des MAIB, aus. „Das zeigt uns, dass die Themen Forschung und Entwicklung sehr ernst genommen werden und einen hohen Stellenwert haben. Wir planen auf jeden Fall, solche Projektmärkte nun regelmäßig durchzuführen und sind uns sicher, dass die prämierten Projekte der türkischen Wirtschaft nach ihrer Realisierung einen bedeutenden Aufschwung geben können und positive Signale setzen.“

Das Fazit des Verbands nach dieser erfolgreichen Veranstaltung ist, dass durch solche Preisauszeichnungen Synergien geschaffen werden. Diese tragen dazu bei, die Zielsetzung der Branche für Exportergebnisse durch Produktion mit hoher Wertschöpfung zu erfüllen. Der Verband wird die ausgezeichneten Projekte und ihre Entwicklung natürlich auch zukünftig verfolgen und unterstützen. ■

„Wir schaffen Vorteile für Deutschland und die Türkei“

Adnan Dalgakiran, Vorstandsvorsitzender des MAIB, über die Strategie des Verbands in Deutschland

now_TurKEY to success: Der Verband der Maschinen- und Zubehörexporteure hat sich für 2012 viel vorgenommen. Besonders Deutschland soll als strategischer Partner ausgebaut werden. Worin liegen Ihre Gründe für diese Konzentration auf den deutschen Markt?

Adnan Dalgakiran: Die Türkei hat in den letzten zehn Jahren einen außerordentlich großen Zuwachs in der Maschinenherstellung und im Maschinenexport verzeichnet. Deutschland ist eines unserer Hauptexportländer und dadurch wichtigster Handelspartner. Eine Zusammenarbeit der beiden Länder ist für uns einfach ein nächster logischer Schritt, aus dem sowohl Deutschland als auch die Türkei Vorteile ziehen können. Ich glaube daran, dass aus der Kooperation der Türkei als sechstgrößter Maschinenhersteller Europas und einem der bedeutendsten Länder Eurasiens in der Maschinenherstellung mit Deutschland, einem der Weltmarktführer in der Maschinenherstellung und der Maschinenteknologie, sehr wichtige Synergien entstehen werden.

Welche Art von Aktivitäten sind für Ihr Partnerland Deutschland geplant?

Dalgakiran: Bei unseren innerdeutschen Aktivitäten konzentrieren wir uns auf fünf Hauptaugenmerke. Dazu gehören neben Kontinuität und systematischem Arbeiten auch die Vielseitigkeit unseres Konzeptes sowie die Ansprache von verschiedenen Ziel- und Bezugsgruppen, zu denen wir persönliche Kontakte pflegen. Darüber hinaus setzen wir erstmalig verstärkt auf eine Einbindung von PR und Marketing um umfassende Synergien zu erzielen. Die Besonderheit liegt meines Erachtens im Zusammenspiel dieser fünf Elemente. Nur so können wir eine umfangreiche Konzentration auf dem deutschen Markt erreichen und zugleich positive Entwicklungen in der Zusammenarbeit des Maschinenbausektors beider Länder verzeichnen.

Haben Sie eine abschließende Botschaft an den deutschen Maschinenbausektor und die Verbände?

Dalgakiran: Der MAIB freut sich sehr über persönliche Kontakte und daraus resultierende Kooperationen in dieser Branche. Wir möchten Hemmschwellen überwinden und Wege für die Zukunft öffnen. Ich lade daher alle Vertreter des deutschen Maschinenbausektors und der Dachverbände aus diesem Bereich ein, sich ein genaueres Bild der türkischen Maschinenbauindustrie zu machen. Sprechen Sie uns gerne an, wenn Sie gemeinsame Projekte mit türkischen Unternehmen planen oder Unterstützung benötigen. Unser Ziel ist es für 2012 mit unseren kommunikativen Aktivitäten den Unternehmen und Verbänden beider Länder in kurzer Zeit neue Möglichkeiten zu eröffnen. Über diese Entwicklung halten wir Sie natürlich in den folgenden Ausgaben dieses Newsletters auf dem Laufenden. ■



Adnan Dalgakiran



Am Standort Bursa entwickelt und fertigt Bosch Komponenten für die Automobilindustrie. Zudem wird in Bursa Industrietechnik gefertigt.

Durmazlar Machinery Synergien durch internationale Zusammenarbeit

Ali Durmaz hatte 1956 die Vision eines türkischen Unternehmens zur Produktion von Maschinenbauteilen, das neben der türkischen Mentalität und Fachkenntnissen besonders deutsche Produktionswege und Arbeitsdisziplinen in sich vereint. Darauf aufbauend gründete er die Durmazlar Machinery – immer in enger Zusammenarbeit mit deutschen Unternehmen.

Die Produktionsmaschinen wurden komplett aus Deutschland importiert, darunter neben neuen auch bereits gebrauchte Maschinen. Bis 1975 produzierte Durmazlar Machinery nur für den türkischen Markt, 1976 weitete Ali Durmaz, der mittlerweile unter dem Spitznamen „Ali, der Deutsche“ bekannt war, die Produktion aus und konnte erstmalig auch Waren zum Export anbieten – natürlich in sein Partnerland Deutschland. Dies war allerdings nur ein erster Schritt auf dem Weg zu weltweiten Exporten. Mittlerweile wird Durmazlar Plc. als internationale Marke anerkannt, ein Erfolg, der auch in der Zusammenarbeit mit deutschen Ingenieuren begründet ist.



Durma: eine international anerkannte Marke mit weltweiter Marktpräsenz

Durmazlar Plc. produziert und vertreibt seine Produkte weltweit unter dem Markennamen Durma. Den höchsten Absatz erzielen dabei Produkte aus den Sparten Laser- und Stanzmaschinen, automatische Stahlverarbeitungsanlagen, Abkantpressen, Schneide- und Biegemaschinen, Plasmaschneidsystemen sowie hydraulische Zylinder. Mit einer Produktionsfläche von 150.000 m² in der Türkei und über 1.000 Mitarbeitern, davon allein 56 Ingenieuren, ist Durmazlar Plc. ein bedeutender türkischer Arbeitgeber. Und trotz der weltweiten Marktpräsenz gilt Durmazlar Plc. immer noch als Vorzeigebispiel für erfolgreiche wirtschaftliche Kooperationen zwischen Deutschland und der Türkei. ■



Daten, Zahlen, Fakten

9.000 exportierende Unternehmen aus **22 Branchen** bündeln als Mitglieder ihre Interessen unter dem Dach des Verbands der Maschinen- und Zubehörexporthändler, das entspricht einem Großteil aller türkischen Unternehmen in dieser Branche.

Die Mitglieder des MAIB haben 2010 einen Gesamtumsatz von mehr als **40 Milliarden Euro** realisiert.

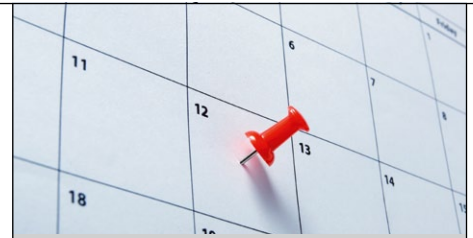
2011 exportierte die türkische Maschinenindustrie Maschinen und Zubehör im Wert von mehr als **12 Milliarden Dollar**. Diese Summe entspricht fast 10 Prozent des Gesamtexportes in 2011.

2012 plant der Verband der Maschinen- und Zubehörexporthändler seine Aktivitäten auf dem deutschen Markt deutlich auszuweiten und erstmalig kommunikativ zu begleiten. Der Besuch von drei Messen (Hannover Messe, Hannover Euroblech und Euromold Frankfurt) steht ebenso auf der Agenda wie wirtschaftliche und politische Zusammenkünfte.

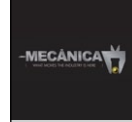
Die türkische Maschinenbauindustrie exportiert in mehr als **200 Länder**, wobei Deutschland der größte Handelspartner und somit entscheidender Wirtschaftsfaktor ist.



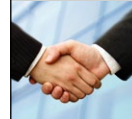
Im Langzeitvergleich zeigt sich, dass die Exportraten des türkischen Maschinenbausektors in den letzten zehn Jahren um **1.000 Prozent** gestiegen sind, das bedeutet eine Verzehnfachung, ein Wert, der in anderen Industriesparten nur selten erreicht wird.



Termine



22.-26. Mai 2012
Mecanica, Sao Paulo, Brasilien



11.-14. Juni 2012
Delegationsreise

Im Juni 2012 besucht der Vorstand des Verbands Deutschland um wichtige landespolitische und wirtschaftliche Kontakte zu knüpfen und zu pflegen. Auf der Agenda für die viertägige Reise stehen neben Zusammenkünften mit Vorstandsmitgliedern einflussreicher deutscher Verbände (zum Beispiel VDMA, VDW) auch Medienkontakte mit führenden Wirtschaftsmedien und natürlich auch der Hürriyet Deutschland. Darüber hinaus nutzt der Vorstand des Verbands der Maschinen- und Zubehörexporthändler den Deutschlandaufenthalt zur Kommunikation mit Landespolitikern um die Aufgaben und Ziele des Verbands auch auf kommunaler Ebene zu präsentieren.



23.-27. Oktober 2012
Euroblech, Hannover

Notieren Sie sich schon einmal den Termin für die Hannover Euroblech im Oktober 2012. Gerne begrüßen wir Sie an unserem Stand. Dort stellen wir Ihnen unseren Verband vor und präsentieren Neuheiten unserer Mitgliedsunternehmen.



27.-30. November 2012
Euromold, Frankfurt/Main



www.makinebirlik.com

TurKEY to Success

Pressekontakt

c/o lankenfeld public relations gmbh
Andreas Lankenfeld
Hohe Straße 8, 40213 Düsseldorf
Fon +49 (0) 211 31 1630 10
Fax +49 (0) 211 31 1630 24
E-Mail: lankenfeld@lankenfeld.com

Verbandskontakt

HA - International Business and Policy Development
Dr. Hakan Akbulut
Çayyolu Park Caddesi, Park Koru Sitesi No:13
06810 Yenimahalle/ANKARA/TÜRKEI
Fon +90 545 9 6099 66
Fax +90 312 2 1712 86
E-mail: ha@hakanakbulut.eu
www.hakanakbulut.eu

Impressum

Herausgeber:
MAIB (ASSOCIATION of MACHINERY MANUFACTURERS)
Mahatma Gandhi Cad. No:103 G.O.P.
06700 Çankaya / ANKARA / TÜRKIE
Fon + 90 312 4 47 27 40 / Fax + 90 312 4 46 96 05
www.makinebirlik.com

Verantwortlich für Inhalt und Konzeption:
lankenfeld public relations GmbH

Artwork, Layout und Realisation:
Niehaus III GmbH Werbeagentur
Jägerhofstraße 21-22, 40479 Düsseldorf
Fon +49 (0) 211 4 69 07-0 / Fax +49 (0) 211 4 69 07-90
www.niehaus3.de