

AFRİKA ÜLKELERİNE BiGA İLE YAYILACAK

Bünyesinde Doğtaş ve Kelebek'i bulandıran Doğanlar Mobilya Grubu, Senegal'de fabrika kurarak BiGA markasıyla Afrika pazarına girdi. Hedef ise bölgede 80 BiGA Home mağazası açmak...

BiGA'DAN doğan ve Doğtaş, Kelebek, Lova Yatak, Ruum Store ve Kelebek Mutfak markalarının yanı sıra son dönemde Afrika pazarı için kurduğu BiGA Home ile mobilyada devleşen Doğanlar Holding yeni bir organizasyona gitti. Doğanlar Mobilya Grubu'nun CEO'luğunu Mustafa Karamemiş'e devreden İsmail Doğan, grubun Yönetim Kurulu Başkanı oldu. Senegal'e kurdukları fabrika ve "Büyük Afrika" anlamına gelen yerel marka BiGA'ya o coğrafyada büyük ilgi olduğunu anlatan İsmail Doğan "Ciddi banyo talepleri var. Üç BiGA mağazası açtık. 5 yıl içinde 80 mağaza açacağız" dedi. İsmail Doğan fabrikayı da toplam 50 milyon euro yatırımla daha da büyüceklerini anlattı. Doğan'la, yaşanan organizasyon değişimi sonrası grubun mobilyadaki hedeflerini ve gelecek planlarını konuştuk.

■ Neden böyle bir adım aldık?

Profesyonelleşme ve kurumsallaşma anlamında CEO'luğu devrettim. Şirket ciddi büyüdüncü böyle bir karar aldık. Ben de mobilya grubunun yönetim kurulu başkanı oldum. Son olarak BiGA Home ile birlikte mobilyada 6 markamız oldu. BiGA Home'un Senegal'deki fabrikasını da buradan yönetiyoruz.

■ Mobilya markalarımız kaç mağazaya ulaştı?

Yurtiçi 600, yurtdışı 85 mağazamız var. Yıl sonuna kadar 700'e yaklaşırız. İki yurt içi bir de yurt dışı tesisimiz var. Doğtaş Çanakkale BiGA'da, Kelebek Düzce'de, BiGA Home ise Senegal'de üretim yapıyor.

■ Senegal'deki fabrika yatırımınız ne durumda?

Afrika'nın en büyük mobilya üretim tesisini kurduk. Fabrika anlamında da bölgede ilk. Genelde bölgede küçük imalatçılar var. İlk etapta 15 milyon euro yatırım yaptık. 50 milyon euroya kadar çıkacak.

■ Afrika'da mağazalaşma çalışmalarını başlandı mı?

BiGA Home ismiyle 3



mağaza açtık. Ciddi bayilik talebi var. Sırayla sözleşmeleri yapıyoruz. Hükümetin bölgede attığı adımlar nedeniyle Türkler Afrika ülkelerinde çok seviyor. Markamıza karşı ciddi sıcaklık oldu. Önce Senegal ardından Batı Afrika Devletleri Ekonomik Topluluğu (ECOWAS) denilen ülkelere açacağız. Bu ülkelerden de talep var. Bölgede önce yatağın ne olduğunu anlat-tık. Yüzde 60-70'i yerde yatıyor. ECOWAS ülkelerinde 500 milyon nüfus var. Tesisi sadece Senegal için kurmadık. Şöyle bir avantajımız var. Türkiye'den ABD'ye yatak sattığımızda yüzde 22 vergi var. Senegal'den ihraç ettiğimizde vergi yok. ABD'ye yakın olması ve ABD'nin bu ülkeye döviz kotası olmaması bizim için avantaj.

Eğitime destek için vakıf
■ Bir de eğitim vakfı kurduğunuzdu duyduk...
Evet, zaten okullarımız vardı. Daha disiplinli olması için Ayşe-Ali Doğan Eğitim ve Kültür Vakfı'nı (ADVAK) kurduk. Yeni nesiller de bu işe sahip çıkmasını istiyoruz.

Mağazalaşmada bölgedeki hedefiniz ne?
Muhtemelen 70-80 tane BiGA Home mağazası açacağız. 5 yıl içinde ciddi bir potansiyel yakalayabiliriz. Bölgede ayrıca Doğtaş ve Kelebek bayilikleri de varıyor. BiGA Home oranını yerel markası haline geldi.

Peki mobilya grubunda toplam ciro ve ihracatta ne durumdasınız şu an?

Deprem etkisiyle bütçenin yüzde 7-8 altındayız. Anca düğün sezonu nedeniyle bu açığı önümüzdeki dönem kapatırız. İhracat tarafında ise sektör yüzde 10 geçen yılın gerisinde olmasına rağmen bizde durum tam tersi. Çünkü ABD ve İngiltere'de markamızı kendimiz konumlandırdık ve kendi organizasyonumuzla pazarımızı büyüttük. Şu anda ihracatımız geçen yıla göre yüzde 25 yukarıda. 7 milyar 200 milyon lira ciro hedefliyoruz. Ancak yıl bitti 7.5 milyar lirayla kapatırız. İhracatımızın ciro içindeki payı şu an yüzde 15. Her yıl bunu yüzde 5 büyütürsek 5 yılda yüzde 30'a ulaşmayı hedefliyoruz. Bu seviyeye getirdiğimizde tüm dengeniz sağlıklı olacak. Şu anda grubun cirosunun yüzde 60'ı mobilyadan geliyor.

Doğanlar Mobilya Grubu e-ticaret tarafında ne durumda?
E-ticarete önem veriyoruz. Gün geçtikçe de ciro artarak devam ediyor. Şu anda e-ticaretin ciro içindeki payı yüzde 3'lere. Hedefimiz bunu yüzde 15-20'lere kadar çıkarmak. Çünkü artık insanlar, özellikle yeni nesil gezerek alışverişte zaman geçirmeyi sevmiyor. Kolayca oturduğu yerden almak istiyor. Pandemi'de sonra bu iş ciddi şekilde ilerledi. Ruum Store markamızla yüzde 100 online satış yapıyoruz. Ayrıca ABD ve İngiltere'de şirket kurduk. Ciddi büyüme hedefimiz var. ABD'de Doğtaş'ı, İngiltere'de de Kelebek'i büyüteceğiz. Online tarafını da bu iki pazarda büyüteceğiz.

MOBİLYADA TAKSİT 12-24 AYA ÇIKMALI

■ Sektör olarak yaşadığınız sorunlar neler?

Türkiye'de üretilecek kullanılan ana kalemler dövizde endeksli. Dövizde hareketlenme olduğunda fiyatları yansıyor. Dövizdeki ani yükseliş ve düşüşler etkiliyor. Tansiyon gibi bir şey... Bir de bütçeye hiç yokken EYT çıktı. Ayrıca enflasyondaki artıştan dolayı çalışana ikinci zam yaptık. Önu da bütçeye koymamıştık. Şimdi tasarruf tedbirleri yaparak bütçe dengesi sağlıyoruz.

■ EYT'den dolayı kalifiye eleman kaybı oldu mu?

Sektör genel olarak kalifiye eleman bulamıyor ama bizim bir kayırmız olmadı. Genelde küçük işletmelerde kayıp oldu. En büyük sıkıntımız ise finansmana erişim ve mobilyadaki taksitin az olması. Şu anda 9 taksit var. Bu yeterli değil. Önceden 12 taksitti. Enflasyonist ortam nedeniyle bu 12-24 taksite çıkarılmak. Bununla ilgili görüşmelerimiz sürüyor. Çünkü tüketicinin krediyi ulaşması zorlaştı.

■ 11 bin 402 liraya çıkarılan asgari ücretle ilgili düşünceniz nedir?

Beklenen bir rakamdı ancak bütçede öngörmediğimiz şeydi. Bakışımızın zaman asgari ücretli enflasyonun altında eziliyor. Bizim gibi kurumsal işletmelerde sorun yok. Ama asgari ücret artınca diğer işletmeler sigortasız eleman çalıştırmaya başlıyor. Adam 'sen bana sigorta yaptırma, oraya vereceğin parayı bana ver' diyor. Böyle olunca da halksız rekabet doğuyor. Bizdeki en büyük problem kayırdı...

İTALYAN MARKAYI ALMAK İÇİN GÖRÜŞÜYOR



■ Önümüzdeki dönem yeni planlarımız var mı?

Mobilya tarafında bir İtalyan markası satın almayı düşünüyoruz. Yıl sonuna kadar sonuçlandıracağız. Görüşmeler devam ediyor. Böylece bir İtalyan, bir Türk, bir de Afrika firması şeklinde fuarlarda katılacağız. İtalyan markasının enteresan imajı var.

■ Artık fuarda yan yana üç ülkeden markanız olacak!

Tabii. Afrika 850, Türki-

ye 1100, İtalyan 2250 lira! Bu üçlü çok güzel olacak. Türkiye'den istiyorsan bu para, İtalya'dan istiyorsan bu para.

■ Bizim tasarımlarımız da güzel aslında İtalya'dan...

Tasarım yetmiyor. Bugün Çin'de de aynı şey yaşanıyor. Çin malı dediğinde insanların kafasındaki rakam belli. Dünyada konjonktür böyle. Biz de ürünü müzi anlatırken 'İtalyan tasarımına Çin malı fiyatı' diyoruz.

OSİ LOJİSTİK SORUNLARINI ÇÖZMEK



MUSTAFA KARAMEMİŞ
DOĞANLAR MOBİLYA GRUBU CEO

“ÜRETİM TESİSLERİ, MOBİLYA ÜRETİM MERKEZLERİNE VE ŞEHİRLERE YAKIN OLMALI”

Geçtiğimiz yıl başlayan Rusya-Ukrayna Savaşı, Türk mobilya sektörünün lojistik süreçlerinde farklı sıkıntılar yaşamasına neden oldu. O dönemde neredeyse malı gönderebilecek bir kamyon bulmak bile mümkün olmuyordu. Navlun fiyatlarında da ciddi artışlar oldu. Geldiğimiz noktada lojistik fiyatlarındaki fahiş artışların, mobilya fiyatlarını da doğrudan etkilediğini görüyoruz. Bu, özellikle tüketiciye olumsuz geri dönüşü olan bir durum. Artan maliyetlerle birlikte üreticiler de ürünlere önemli bir oranda zam yapıyor. Büyük firmalar, bu dengeyi korumaya çalışarak fiyat artışlarını müşteriye zora sokmayacak şekilde gerçekleştiriyor. Ancak küçük ve orta ölçekli olan firmalar ciddi zorluklarla karşı karşıya kalıyor.

LOJİSTİK ALTYAPI GÜÇLENDİRİLMELİ

Doğanlar Mobilya olarak Türkiye'nin mobilya üretim merkezlerine ve yüksek talep gören bölgelere yakın 2 üretim tesisinde toplam 393 bin m2 açık, 139 bin m2 kapalı alanda üretim faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. 2020 yılından bugüne yapmış olduğumuz bina yatırımlarıyla Biga tesislerimizde 72 bin m2 kapalı alandan 84 bin m2 kapalı alana ulaştık. Düzce tesisimizde de tamamlanan yatırımlarla 45 bin m2 kapalı alandan 55 bin m2 kapalı alana ulaştık. Tesislerimizde son gerçekleştirilen depo yatırımları ile Biga'da 20 bin m2, Düzce'de 25 bin m2 depolama alanına sahibiz. Mobilya üretiminin yoğun olduğu şehirlerde lojistik ve operasyon merkezlerimiz mevcut. Aynı zamanda İstanbul Tuzla ve Hadımköy, Ankara ve İzmir'de lojistik yapılarımızı güçlendirmek amacıyla 19 bin m2 perakende bölge depolan oluşturduk.

ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

YILLARDIR EDİNDİĞİMİZ TECRÜBELERE DAYANARAK MOBİLYA ÜRETİCİLERİNİN LOJİSTİK ODAKLI SORUNLARINI ÇÖZEBİLMELERİ ADINA ŞU ÖNERİLERDE BULUNABİLİRİM:



011 Üretim tesislerinin mobilya üretim merkezlerine yakın olması dış tedarik sürecinde avantaj sağlıyor.



021 Büyük şehirlere yakın olması da ürün nakliyesi konusunda şirketi avantajlı hale getiriyor.



031 Mobilya sektörü, özellikle ağır ve hacimli ürün lojistiği alanında yer alan bir sektör olduğu için teknoloji odaklı çözümlere ihtiyaç duyuluyor.



041 Son yıllarda artan ihracat rakamlarıyla birlikte e-ihracatta faaliyet gösteren mobilya üreticisi firma sayıları da artış gösteriyor. Bu nedenle özel lojistik şirketlerinin sunduğu hasarsız ve hızlı taşıma seçenekleri mobilya üreticisi firmalar tarafından tercih sebebi sayılabiliyor.



051 Bütün bunların haricinde lojistik süreçlerinin sorunsuz olarak işleyişi müşteri memnuniyetine doğrudan yansdığı için üreticiler her geçen gün yükü daha da artan bu alanda yeni çözüm ihtiyaçlarına cevap alıyor. Bu yüzden sektör kendi ihtiyaçlarına cevap için toplantılar organize ederek sorunu paydaşlarıyla müzakere etmeye devam ediyor. Bu tür toplantıların süreklilik arz etmesi de büyük önem taşıyor.



Daha çok bahçe dekorasyonunun vazgeçilmez parçaları olan rattan ve hasır örgülü mobilyalar, son zamanlarda salon, mutfak ve hatta yatak odalarına da dahil olmaya başladı. Hammadde sorunu yaşayan sektör, her zaman doğal rattana ulaşamıyor. Bu durumda üreticiler de seçimlerini sentetik rattandan yana yapıyor...

Antibakteriyel ve küf tutmuyor

Sentetik rattan; alerji yapmayan, antibakteriyel özellikli, küf tutmayan, kokmayan, kolayca temizlenebilen ve değişen hava şartlarına uygun geri dönüştürülebilir plastik bir malzeme. Sentetik rattan bahçe mobilyası, sentetik rattandan örülerek el işçiliği ile üretiliyor. Bu maddenin doğa korumalı, kimyasal zararı olmayan ve dayanıklı bir malzeme olduğu; kar, yağmur ve dondan etkilenmediği, güneşte kalmaya bile dayanıklı olduğu belirtiliyor.



muza çıkıyor. Üretimde çoğunlukla geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanıldığı sentetik rattanın tercih edildiği bilgisini paylaşan Doğanlar Mobilya Grubu CEO'su Mustafa Karamemiş, bu ürünü doğal rattandan ayıran en önemli özelliğin, doğal rattan ürünlere kalitesini ve dayanıklılığını veren el işçiliği olduğunu söylüyor. Doğanlar Mobilya Grubu tüm rattan ürünlerini Türkiye'de el işçiliği ile anlaşmalı üretim tesislerinden temin ediyor. Doğtaş, Kelebek Mobilya, Kelebek Mutfak&Banyo, Lova ve Biga Home markaları ile çalışmaları olan Doğanlar Mobilya Grubu, geçen yıl yüzde 120 büyüyerek net kârını 180 milyon liraya ulaştırmış. Bugün ise 41 ülkeye ihracat yapıyor. Bu yıl rattan mobilya satışlarında yüzde 100 büyümeye hedefledikleri bulunduğunun da altını çizen Karamemiş, bu yıl yapılan yatırımlar ve deneyimlerle bu

sezonunda daha büyük bir ivme yakalayacaklarını belirtiyor. Doğanlar Mobilya Grubu'nda rattan malzemeli ürünler, markalar bazında farklılıklar gösteriyor. Fiyatlar ise 6 bin-30 bin lira arasında değişiyor. Bahçe mobilyası alırken kullanılan malzemelerin içeriklerine dikkat edilmesi gerektiğini söyleyen Karamemiş, "Rattanın yanı sıra özellikle iskelette kullanılan alüminyum da fonksiyonel malzemelerden. Su ile temas halinde korozyona uğramaması yani paslanmaması, dış mekân kullanımı için önemli özelliklerden. Bunun yanında alüminyumun, diğer metal malzemelere göre üçte bir oranında hafif olması, günlük kullanım için bir başka avantaj. Kullanılan minderlerin kumaşlarının da suya dayanıklı özellikte olması önemli" diyor.

"HAMMADE ÜRETİMİNİ DE YAPIYORUZ"

Özel üretim makineleriyle 20 yıldır sentetik güneş ve su koruması ekleyerek Poliüretan (P.U.) hammadde ve 'masterbatch' boya kullanarak üretim yapan Vavrattan, dünya genelinde 3 bin



Mustafa Karamemiş

noktada satış yapıyor. Şu anki cirosu 300 milyon TL olup, online satışlardan 200 milyon, ihracattan ise 100 milyon lira elde ediliyor. Vavrattan Avrupa dahil 300 farklı online satış sitesinde de yer alıyor. Türkiye’de rattan üretimini tek fabrikada gerçekleştiren firma, tüm hammaddelerin üretimini de kendilerine ait olduğunu söylüyor. Türkiye pazarında yüzde 70’lik bir pazar payına sahip olduklarının altını çizen Vavrattan Genel Koordinatörü Recep Gülmez, Avrupa pazarında ise yüzde 10’luk bir paya sahip olduklarını belirtiyor. Her yıl yüzde 40 büyümeye hedefiyle ilerleyen firma, kurumsal marketlerde showroom ve online platformlarda yer alıyor. Vavrattan ürünlerinde alüminyum rattan el örgüsü kullanıyor. Alüminyum rattan ürünler; hafif, zarif, kullanışlı ve dış etkenlerden etkilenmeden uzun yıllar boyunca dayanıklılığını koruyabiliyor. Gülmez, ayrıca rattan ürünlerin ikinci el piyasasının oldukça hareketli olduğunu da sözlerine ekliyor.



Recep Gülmez

Rattan ürünleri alırken firma güvenirliliğine dikkat etmemiz gerektiğine değinen Gülmez, “Ayrıca alüminyum kalitesi ve rattanın orijinalliği de dikkate alınmalıdır. Çünkü sektördeki diğer firmalar genellikle Çin ürünü, elektrik kablosu veya urgan ipi kullanarak üretim yapıyor ve bu ürünler, güneş ve su etkisiyle bir yıl içinde bozulup tamir gerektirebiliyor. En sık duyduğumuz şikayet de ürün kalitesinin sorgulanması ve malzeme sertifikalarının incelenmesi gerekliliği. Müşterilerin bu konuda dikkatli olması gerekiyor” diyor.

ENDONEZYA’DAN RATTAN GETİRİYOR

Başterziler Group 60 yıl önce manufakturacılıkla başladığı ticaret hayatında bugün, Vitello markası ile ürettiği mobilyaların yanısıra imalatı Uzakdoğu’da yapılan Vitello Garden Concept bahçe mobilyalarıyla hizmet veriyor. Bahçe mobilyasının merkez noktaları Çin ve Endonezya’da çeşitli iş görüşmeleri yapan firma, pazardaki boşluğu da göz önüne alarak bahçe sektörüne de giriş yapmış. “Bahçe mobilyalarında sıklıkla karşımıza çıkan rattanın aslında ana maddesi bambu” diyen Başterzi, esnekliği ve çoğu hava koşullarına dayanıklılığı bulunan bu malzemenin, tasarlanan ürünlerde de kullanım rahatlığı sağladığı görüşünde. Rattan, tropik iklimle sahip bölgelerde yetişiyor. Ülkemizin iklim koşullarının bambu ağacının yetişmesine olanak vermediğini söyleyen Vitello Mobilya 3. kuşak Firma Temsilcisi Emre Başterzi, ülkemizde bu sebeple kaliteli bir rattan üretiminin mevcut olmadığını dile getiriyor. Konuşmasında kendilerinin de rattanı Endonezya’dan getirttiklerini ifade eden Başterzi, koltuktan masa ve sandalyeye, sehpadan servis arabasına, salıncaktan şez-



longa, aksesuardan sandığa, gazebodan daybed’e, şömineden barbeküye ve çok çeşitli aksesuarlara kadar bahçe dekorasyonu için gerekli her türlü mobilya satışı yaptıklarını söylüyor. Bahçe mobilyası dendiğinde aklı ilk gelen ürünler arasında hasır, bambu ve rattan geldiğini vurgulayan Başterzi, gerçek teak ağacından ürettikleri A kalite mobilyalarda ağaçları devlet lisanslı ormanlardan kestiklerini belirtiyor. Birçok noktada satış noktaları bulunan firmanın ürünleri, Türkiye genelindeki 80 farklı bayisinden de temin edilebiliyor.



longa, aksesuardan sandığa, gazebodan daybed’e, şömineden barbeküye ve çok çeşitli aksesuarlara kadar bahçe dekorasyonu için gerekli her türlü mobilya satışı yaptıklarını söylüyor. Bahçe mobilyası dendiğinde aklı ilk gelen ürünler arasında hasır, bambu ve rattan geldiğini vurgulayan Başterzi, gerçek teak ağacından ürettikleri A kalite mobilyalarda ağaçları devlet lisanslı ormanlardan kestiklerini belirtiyor. Birçok noktada satış noktaları bulunan firmanın ürünleri, Türkiye genelindeki 80 farklı bayisinden de temin edilebiliyor.



Emre Başterzi

Doğanlar Mobilya Grubu CEO’su Mustafa Karamemiş, teknolojinin gelişmesiyle sentetik elyaftan üretilen mobilyaların popülerliğini artırdığını ve üretim ağıнын sentetik rattana yöneldiğini söylüyor. Rattanın dünyanın sadece belirli bölgelerinde yetişen bir malzeme olduğunu, bu kapsamda yaşanan tedarik problemlerine çözüm olarak sentetik rattanın öne çıkan malzemelerden biri olduğunu da belirtiyor. Karamemiş, üretiminde çoğunlukla geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanıldığı sentetik rattanı doğal rattandan ayıran en önemli özelliğın ise doğal rattan ürünlere kalitesini ve dayanıklılığını veren el işçiliğini olduğunu belirtiyor. Karamemiş, rattan mobilyalar ve bahçe oturma grupları temizlenirken önce tozdan arındırılması gerektiğini belirterek, “Kuru fırça veya elektrikli süpürge ile tozlar alınabilir. Kirler yüzeysel ise doğal sabun ve su kullanımını öneririz. Daha sonra, mobilyalar temiz suyla yıkanmalı ve açık havada kurutulmalıdır. Oldukça dayanıklı bir malzeme olan rattanın çok tercih edilme sebeplerinden biri de çok bakıma ihtiyaç duymayan bir malzeme olmasından kaynaklı” diyor.

“Tedarik problemine çözüm, sentetik rattan”

Doğanlar Mobilya Grubu CEO’su Mustafa Karamemiş, teknolojinin gelişmesiyle sentetik elyaftan üretilen mobilyaların popülerliğini artırdığını ve üretim ağıнын sentetik rattana yöneldiğini söylüyor. Rattanın dünyanın sadece belirli bölgelerinde yetişen bir malzeme olduğunu, bu kapsamda yaşanan tedarik problemlerine çözüm olarak sentetik rattanın öne çıkan malzemelerden biri olduğunu da belirtiyor. Karamemiş, üretiminde çoğunlukla geri dönüştürülebilir malzemelerin kullanıldığı sentetik rattanı doğal rattandan ayıran en önemli özelliğın ise doğal rattan ürünlere kalitesini ve dayanıklılığını veren el işçiliğini olduğunu belirtiyor. Karamemiş, rattan mobilyalar ve bahçe oturma grupları temizlenirken önce tozdan arındırılması gerektiğini belirterek, “Kuru fırça veya elektrikli süpürge ile tozlar alınabilir. Kirler yüzeysel ise doğal sabun ve su kullanımını öneririz. Daha sonra, mobilyalar temiz suyla yıkanmalı ve açık havada kurutulmalıdır. Oldukça dayanıklı bir malzeme olan rattanın çok tercih edilme sebeplerinden biri de çok bakıma ihtiyaç duymayan bir malzeme olmasından kaynaklı” diyor.





MUSTAFA KARAMEMİŞ

Doğanlar Mobilya Grubu CEO'su

DOĞRU YATAĞIN SEÇİLMESİNE YARDIMCI OLUYORUZ

"Sağlıklı ve rahat bir uyku için omurga yapısını destekleyecek, isteğe göre daha sert veya yumuşak dokuda tercihler yapılabilir. Baş ve boynunuzun ihtiyaç duyduğu doğru destek için geliştirilen yastıklar, yaşam tarzınıza göre stresi ve nemi alan özel kumaşlar, uyku kalitesini artıran ekstra katmanlı alezler ile birlikte ihtiyacınıza göre seçimler yaparak uyku konforunuzu her detayda arttırabilirsiniz. Biz de Lova Yatak olarak ideal omurga desteğini sağlamak için öncelikli olarak postür analizinin yapılması, varsa sağlık problemlerinin göz önünde bulundurulması ve uyuma tipi belirlenmesini sağlıyoruz. Bu analizler sonucu kişinin ihtiyacı belirlenip doğru yatağı seçmesinde yardımcı oluyoruz."

sahip, daha yüksek bir potansiyeli içerisinde barındırıyor. Dünyada yatak pazarı ise 30 milyar Dolarn üzerinde bir büyüklüğe sahip. Çin ve ABD pazar lideri olarak başı çekiyor. Markalı yatak pazarı son yıllarda ciddi yatırım yapılan ve sektördeki payını her geçen gün artıran bir pazar. Yurtdışı atılımları ile de ekonomik payını her geçen gün genişletiyor."

KİŞİSELLEŞTİRİLMİŞ YATAK ÖN PLANDA

Yatak ve uyku pazarındaki trendler her dönem değişiklik gösteriyor. Özellikle teknolojik gelişmelerin sağladığı

avantajlar her dönem daha iyi ve daha yenilikçi ürünlerin gelişmesini sağlıyor. Bu kapsamda piyasanın dönüm noktalarına değinen Konfor A.Ş. Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ömer Çetmen, "Geçmişte daha geleneksel ve sadece bir mobilya ürünü olarak görülen yataklar artık bir sağlık ürünü olarak ön plana çıkıyor. Konfor, rahatlık ve sağlık odaklı şekillenen ve her geçen gün kişiselleştirilebilir özelliklerle geliştirilen yatak sektörü, her zevk ve ihtiyaca alternatif sunuyor. Örneğin bu sene daha doğal ve organik içerikli yataklar tercih ediliyor. Sürdürülebilir malzemelerden yapılmış ve kimyasal madde içermeyen yataklar konforlu ve sağlıklı bir uyku deneyimi sunuyor. Ayrıca sırt ve omurgayı doğal eğrilerle destekleyen ve vücut basınç noktalarını azaltan yataklar da sağlıklı bir uykunun anahtarı olmuş durumda" diyor.

Son yıllarda yenilikçi çözümler ve kişiselleştirilmiş yatak üretimi ön plana çıkmaya başladı. Ergonomik, konforlu, basınç noktalarını azaltan, hareket izolasyonu sağlayan birçok yatak alternatifi bulunuyor. Bu yataklar daha sağlıklı bir uyku deneyimi sağlıyor ve uyku kalitesinin artmasına yardımcı oluyor. Buradaki kilit noktanın Ar-Ge faaliyetleri olduğuna dikkat Çeken Çetmen, "Biz Konfor olarak, ürettiğimiz yenilikçi ve konforlu ürünlerde tasarım ve kalite çitasını yükseltmek adına Ar-Ge merkezi kurduk. 2019 yılında Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından tescillenen tasarım merkezimizdeki genç ve dinamik tasarım ekibimizle trendlere yön veren, müşterilerimizin beklentilerine hitap eden ürünler geliştiriyoruz" ifadelelerini kullandı.

40 MİLYAR DOLARLIK KÜRESEL PAZAR

Piyasanın dönüm noktalarına değinerek yatak sektörüne ilişkin bilgiler paylaşan Bambi Yatak Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Adem Çetmen, Türkiye'de yaylı yatak üretiminin başlamasının, altyapının oluşturulmasını sağlayan ilk adım olduğunun altını çizdi. Süngerden yaya geçişin sektör için önemli bir kırılım noktası olduğunu söyleyen Çetmen, "Paket yaylar, visco, latex kullanımı, malzemelerdeki değişimlerle birlikte ve elbette



Her insanın parmak izi nasıl farklıysa, ihtiyaç duyduğu rahatlık ve konfor gibi kişisel tercihleri de aynı oranda farklılık gösterir. Uyku, sağlıklı bir yaşamın temel yapı taşıdır. Yatak seçimi de direkt olarak uyku kalitesini etkileyen önemli bir etken olarak çıkar karşımıza. Bu sebeple de değişen ve dönüşen tüketici istekleri artık markaların sadece kaliteli ürün üretmesini değil, kendilerine özel çözümler geliştirmesine de dikkat ediyor. Halihazırda yatak sektörü düşünüldüğünde ise, bu durum pazarda yer alan firmalar için tercihten ziyade bir zorunluluk haline büründü. Çünkü artık tek tip yatak üreterek kullanıcıların taleplerini karşılamak ve pazar da ayrılmak pek de mümkün değil gibi görünüyor. Bizler de her sektöre ışık tuttuğumuz dergimiz, bu sayısında yatak sektörünü ele alarak bu alanın sektör temsilcilerine sorularımızı yönelttik.

SÜRDÜRÜLEBİLİR GELECEĞE İLK ADIM

Toplumun bilinçlenmesi ile uyuma alışkanlıkları ve vücut tipine göre yatak ve yastık seçimleri, terleme, kilo ve benzeri sorunlara yönelik çözümleriyle sektör büyük bir ivme yakaladı. Sektörün hareketlenmesiyle birçok kuruluşun sadece yatak alanına yatırım yapmaya başladığını söyleyen Doğanlar Mobilya Grubu CEO'su Mustafa Karamemiş, "Ev tekstilini de yatak ile üreterek, bu ürünlerin birlikte satılabileceği mağazacılık sistemi başladı. Sektör bu noktada bir dönüm yaşadı. Bu adım, mobilya sektöründeki kuruluşların, kendi markaları ile zincir mağazalar açmasını sağladı. Günümüzün yüksek teknolojisi ve özel teknikleri ile ideal vücut ortopedisini destekleyen, omurga sağlığını ve vücut ısısını düşünen akıllı yataklar tasarlanabiliyor" dedi.

Yatak sektörünün sürdürülebilirliği için çalışmalarına hız kesmeden devam ettiklerini ifade eden Karamemiş, "Çevreye duyarlı olmak, tüketimi azaltmaya çalışmak, daha uzun ömürlü ürünleri tercih etmek, geri dönüşüm, yeniden kullanıma kazandırmak... Tüm bu ifadeleri uygulayarak tasarladığımız sürdürülebilir gelecekte zincirin bir parçası olmak için çalışıyoruz. Biyolojik olarak parçalanabilir materyaller, ürünlerin ham maddesi olarak tercih edilirse karbon ayak izi de azaltılabilir. Uluslararası Seaqual kuruluşu ile



ÖMER ÇETMEN

Konfor Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

SÜRDÜRÜLEBİLİR YAŞAMA DESTEK

"Konfor Yatak markamızla çıkardığımız tüm ürünleri sürdürülebilir yaşama katkı sağlayacak ve uyku konforunu en üst seviyede yaşatacak bir şekilde tasarlıyoruz. Bunlardan en yenisi ise Konfor Natura Latex & Vegan. Tamamen doğaya ve canlılara duyarlı bir içgüdüyle hazırlanan Konfor Natura Latex & Vegan, hayvanlardan elde edilen deri, kürk, kemik, jelatin, yün, ipek gibi metaller içermiyor ve üretimini hiçbir aşamasında hayvanlar üzerinde test edilmiyor. Pamuk liflerinden elde edilen pamuk konfor katmanı ve yüksek kalite doğal latex konfor katmanı sayesinde kaliteli bir uyku deneyimi sunan Konfor Natura Latex & Vegan, çevre ve ekoloji dostu bir ürün olarak üretildi."



geri dönüştürülmüş plastiklerden elde edilen kumaşlardan ürettiğimiz Wellness Rest yataklarla sürdürülebilir geleceğe ilk adımımızı attık" diye konuştu.

Teknolojinin artmasıyla doğru orantılı gelişen yatak sektörünün piyasadaki ekonomik payına da değinen Mustafa Karamemiş, şöyle söyledi; "Türkiye'de, son dönemlerde hızla sanayileşen bir sektörün gelişimini hep birlikte izliyoruz. Dünyadaki yatak üretiminin yüzde 40'ını yaylı, yüzde 45'ini sünger yataklar oluşturuyor. Türkiye'de ise yatak pazarının yüzde 95'ini yaylı, yüzde 5'ini sünger yataklar oluşturuyor. Türkiye'de yatak sektörü 400 milyon Dolarlık bir hacme

Son 5 yılda değişen tüketici trendleri doğrultusunda yeni kategorilere girip başarılı olan şirketlerin sayısı artıyor. Türkiye'nin en köklü hazır giyim şirketlerinden Vakko, yeme-içmenin ardından geçtiğimiz nisan ayında ilk otelini Nişantaşı'nda açarak turizme girdi.

Lüks pazarında farklı kategorilere girerek büyümelerini sürdürdüklerini söyleyen Vakko CEO'su Jaklin Güner, "Lüksün olduğu her alanda var olmak istiyoruz" diyor.

Sadece lüks pazarında değil mücevherden gıdaya, hazır giyimden mobilyaya kadar pek çok sektörde tanınan markalar yeni kategorilere girerek büyümelerini sürdürüyor.

Son 5 yılda LC Waikiki, Dream markasıyla gece giyimine girdi. Yeni kategoriye girip başarılı olan şirketlerden biri de yemek siparişi platformu Migros Yemek'i hayata geçiren Migros oldu.

Zen Pırlanta yeni dönemde parfümde; Flo ise Instreet markasında tekstil ürünlerinde büyüme hedefinde. Instreet'in cirosunun yüzde 40'ı tekstilden geliyor. Bunun yanında şirket aksesuar kategorisine de yatırım yapmayı planlıyor.

Yeni girilen kategorilerin ciroya katkısı ise sektöre ve şirkete göre değişmekle birlikte yüzde 10-20 arasında değişiyor. Yeni girilen kategoriler sadece toplam ciroya katkı yapmakla da kalmıyor. Şirketin yeni müşteri ve pazar payı kazanması gibi pek çok alanda avantaj sağlıyor.

Markaların hedefinde ise yeni kategorileri global trendler ve müşteri beklentileri çerçevesinde geliştirmek bulunuyor.

KATEGORİLER ÇOĞALYOR

Markalaşmış ürünler tüketicinin gözünde iyi bir imaja sahip. Bu ürünler tüketici tarafından doğru-

Yeni kategorinin ciroya katkısı	
Şirket	
Sinoz	52
Mayi Tuz	40
Avva	30
Dimes	21(*)
Ayakkabı Dünyası	20
T-Soft	20
Boğaziçi Dağıtım	10 - 20
Polifarma	15
Mavi	14
Marks & Spencer Türkiye	10

(*) Brüt kâra katkısı

dan kaliteli olarak algılanıyor ve bu ürünlere güven duyuluyor. Şirketin aynı markayla yeni ürün kategorilerine girdiğinde başarı şansının yüksek olduğunu söyleyen Bahçeşehir Üniversitesi İşletme Bölüm Başkanı Prof. Dr. Elif Yolbulan Okan, "Ayrıca rakiplerine göre yeni kategoriye girişi de daha az maliyetli oluyor" diyor.

Son dönemde bu stratejiyle hareket eden pek çok şirket faaliyet gösterdiği kategori sayısını artırdı. Son 5 yılda kategori sayısını Doğanlar Mobilya 15'e, Dimes 7'ye, Sinoz 16'ya, T-soft ise 9'a çıkardı. Kolonya markası olarak çıkan Rebul da bugün yeni girdiği alanlarla 8 farklı kategoride faaliyet gösteriyor.

Geçen yıl bahçe ve aksesuar kategorilerine girdiklerini söyleyen Doğanlar Mobilya Grubu CEO'su Mustafa Karamemiş, 3 yıl önce ise ev tekstiline girdiklerini belirtiyor.



Kaç yeni kategori?

Şirket	Kaç kategoride var?	5 yılda kaç yeni kategoriye girdi?
Avva	12	8
Watsons	41	7
Doğanlar Mobilya	15	6
T-Soft	9	6
Mayi Tuz	5	4
P&G	(**)	4 (*)
Sinoz	16	4
Tadım	(**)	4 (*)
Dimes	7	3
Atelier Rebul	8	2
Boğaziçi Dağıtım	3	2
Marshall	3	2 (***)
GAP Türkiye	4	1
Marks & Spencer Türkiye	6	1
Orge Enerji Elektrik	3	1
Zen Pırlanta	3	1
Ayakkabı Dünyası	2	0

(*) 2019-2020 arasında girdiği kategori sayısı.
(**) Verisi yok
(***) Alt kategorilerle birlikte

Biga Home Afrika'da üretimde

DGNMO Afrika yatırımı BİGA HOME üretime başladı. İlk mağazasını Dakar merkezde açtı. İkinci satış noktası yakında Saly bölgesinde aktif olacak. Türk mobilya şirketleri yurtdışında önemli yatırımlar yapmaya başladı. Kayserili BRN Yatak'ın ABD'de tesis kurmasının ardından Doğanlar Holding de Afrika'ya yönelmişti. Doğaş, Kelebek, Lova Yatak, Ruum Store gibi markaların sahibi Doğanlar Holding'in Senegal'de üretime başlayacağını da duyurmuştu. Dakar'da da üretime başlayan Biga Home çalışanları, "Hedefler büyük, enerjimiz yüksek" dediler.

