

„Gıda sektörü çok fazla emek isteyen bir sektör!”

İşte Bilgi: Marmara Import-Export GmbH 1980 yılında babanız ve amcalarınız tarafından kurulduğunda Almanya’da girişimcileri destekleyecek projeler, krediler, teşvikler yoktu. Şirket hayata geçerken babanız ve amcalarınızın karşılaştıkları sorunlar nelerdi?



Volkan Kuru: O zamanlar tüketici üretilen herşeyi almaya hazırdu fakat Türk olarak bir şirket açmak zordu. Hallerde kiralık yer vermiyorlardı, engelleri aşmak zorucuydu. Çalışma koşulları ağırdı ve çalışma saatleri uzundu, günde neredeyse 18 saat. Teknolojik imkanlar yoktu. Türkiye ile telefonda görüşmek bile lükstü. Yola çıkan tırın durumunu öğrenemiyorduk. Özsermayemiz sınırlıydı ve sermaye bulma imkanı çok azdı. Sermaye daha fazla olsaydı, daha çabuk büyüyebilirdik.

İşte Bilgi: Her ne kadar aile içinde kalsa da Marmara’da yönetimin değiştiğini söyleyebiliriz. Yeni yönetim eskisine göre farklılıklar gösteriyor mu? Evetse, ne gibi değişiklikler yaptınız?

Volkan Kuru: Benim görevim, babam ve amcalarımın sıfırdan başlayıp bugünlere getirdiği Marmara’yı çok daha ileri bir seviyeye taşımak ve eskiye nazaran üretim, kalite ve verimlilik açısından büyük fark yaratmaktır. Bu amaçla, aile şirketi olarak kurulan Marmara’yı kurumsal bir şirket haline getirmeye çalışıyorum. Kısa ve uzun dönemli stratejik kararlar alarak hedeflerimize ulaşmak için yapılması gereken herşeyi yaptık ve yapmaya devam ediyoruz. Ranting’deki Avrupa lojistik merkezimize taşınmamız da bu kararlardan biriydi. Aynı şekilde profesyonel ekibimizin görev alanlarının geliştirilmesi, personel seçiminde kalifiye eleman tercih etmemiz, Ausbildung çerçevesinde eleman yetiştirip daha sonra bünyemize dahil etmemiz de bunlara örnek olarak verilebilir. Avrupa bayiliği yaptığımız markaları özenle seçiyoruz. Ürün portföyümüzü

stratejik olarak belirliyoruz ve markalaşma hedefimiz doğrultusunda kendi markamızın gelişimine önem veriyoruz. Kendi ürünlerimizi geliştirirken paketin içindeki ürünün kalitesinden ambalajına ve perakende satış fiyatına kadar piyasanın gerçeklerini ve beklentilerini göz önüne alıyoruz. Ürün portföyümüzü geliştirmenin yanında coğrafi olarak da faaliyet alanlarımızı geliştirdik. Daha önceki yıllarda yoğun olarak Almanya’da faaliyet gösterirken, şu anda 20 kişilik bir satış ekibiyle Avrupa’nın diğer bölgelerine de hergün hizmet veriyoruz. Özellikle Almanya başta olmak üzere Belçika, Fransa, Avusturya ve Hollanda’ya hakim durumdayız.

İşte Bilgi: Kısa bir süre önce seçimler gerçekleşti, yeni hükümet görev başında. Bu hükümetten sektör adına ne gibi beklentileriniz var? Gıda sektörü için arzu ettiğiniz / beklediğiniz yasal düzenlemeler var mı?

Volkan Kuru: Biz her ne kadar Alman şirketi olsak da yaptığımız ticaretin ana tedarikçi ülkesi Türkiye’dir. Sattığımız ürünlerin çoğu Türkiye’den geliyor. Avrupa Birliği, kendi ürünlerini korumak için bazı ürünleri gümrüklendiriyor veya kotalar koyuyor. Örneğin; domates salçasına % 14,4 gümrük vergisi koyarak İtalyan ve Portekiz salçalarını korumayı hedefliyor. Ya da Türk zeytinyağına gümrük maliyetleri koyarak İspanyol, İtalyan ve Yunan zeytinyağlarını koruyor. Ama bulgur gibi AB’de yetişmeyen ve ciddi bir tüketimi olan ürüne neden gümrük uygulandığını anlamıyoruz. Bulgur için kilo başına belli bir miktar gümrük vergisi ödemek zorunda kalıyoruz. Bu da fiyatlara yansıyor. Bu tür bir üründe gümrüğün uygulanmasını doğru bulmuyorum. Ayrıca antepfıstığı, fındık, kuru incir gibi Türkiye’de bol yetişen ürünlerin ithalatında çok fazla bürokratik işlemler var. Bu işlemlerin de kolaylaştırılmasını arzu ediyoruz.

İşte Bilgi: Marmara Import-Export GmbH’nin geleceğini nasıl görüyorsunuz? Hedefleriniz neler? Girmek istediğiniz yeni bir pazar, tasarladığınız yeni ürünler var mı?

Volkan Kuru: Son yıllarda çok pozitif bir trend çizdik, doğru adımlar attık, altyapımızı güçlendirdik. Dolayısıyla geleceğimizi de parlak görüyorum. Alanımızda Avrupa’nın en başarılı şirketi olmaya devam etmek istiyoruz. Daima inovatif ve piyasanın ihtiyaçlarına uygun ürünler sunmak istiyoruz. Örneğin; aile yapıları küçüldüğü ve ebeveynler çalıştığı için, annelerimizin hazırladığı geleneksel ev yemekleri kalitesinde 14 yeni üründen oluşan hazır yemeklerin satışına başladık. Diğer yandan Türkiye’de güçlü olan markalar Avrupa pazarına açılmak için bizimle temasa geçiyorlar. Onlar için de güvenilir bir iş ortağı olmaya devam etmek istiyoruz.

İşte Bilgi: Gıda sektöründeki şirketlere ve yeni girişimcilere ne gibi tavsiyelerde bulunabilirsiniz?

Volkan Kuru: Bu sektör çok fazla emek isteyen bir sektör. Ayrıca iyi bir ekip, iyi bilgi ve ciddi miktarda sermaye gerekiyor. Diğer sektörlere nazaran gıda sektörü, kriz ortamına daha dirençli olmasına rağmen, bu işe adım atmadan önce iyi düşüncelerini ve sektörün zorluklarını göz önünde bulundurmalarını tavsiye ediyorum. ■

Vom Familienbetrieb zu einem institutionellen Unternehmen

Volkan Kuru ist Geschäftsführer der Marmara Import-Export GmbH. Er hat mit uns seine Erfahrungen über die Chancen und Schwierigkeiten in der Branche geteilt.

Die Marmara Import-Export GmbH wurde 1980 durch den Dipl.-Ing. Hüseyin Kuru (Onkel von Volkan Kuru) und seinen Brüdern Mustafa, Ibrahim und Mülâhim gegründet. Ziel war es die in Deutschland lebenden Türken mit der ganzen Vielfalt landestypischer Produkte zu versorgen. Die Nachfrage nach türkischen Produkten war zu der Zeit sehr groß. Für Türken war es jedoch sehr schwer ein Unternehmen zu gründen. Sie wurden zum Teil strukturell ausgeschlossen und konnten nur unter größten Schwierigkeiten eine Fläche auf dem Großmarkt anmieten. Dazu waren die Arbeitszeiten für die Unternehmer selbst sehr lang. 18 Std. pro Tag waren keine Seltenheit. Zudem gestaltete sich die Finanzierung sehr schwierig, es gab keine Fördermittel wie heute.

Heute hat sich die MARMARA-Gruppe zu einem Handelsunternehmen von europäischer Dimension entwickelt – mit mehr als 150 Mitarbeitern an 3 Standorten. Neben der Unternehmenszentrale in Ratingen wird der Betrieb auch in Hannover und Frankfurt geführt.

Volkan Kuru hat es sich zum Ziel erklärt die erfolgreiche Arbeit seines Vaters und seiner Onkel fortzuführen und die Marmara GmbH weiter voran zu bringen. Er ist bestrebt das ursprüngliche Familienunternehmen in ein institutionelles Unternehmen umzuwandeln. Ein erster Schritt in die Richtung war der Umzug der Logistikzentrale von Düsseldorf nach Ratingen. Weitere Maßnahmen sind:

- Einstellung von qualifiziertem Personal
- Sicherung des Personalnachwuchses durch Erhöhung der Ausbildungsangebote
- Sorgfalt bei der Auswahl der Marken für die man den Vertrieb übernimmt
- Sorgfalt bei der Qualität, Verpackung und der Preisfindung des Warenangebots
- Pflege und Ausbau der Marke "Marmara"
- Ausweitung des Vertriebsnetzes

Was die Arbeit von Marmara zusätzlich erschwere, sei die Erhebung von Einfuhrsteuern auf bestimmte Produkte. Bei Produkten wie Tomatenmark, Olivenöl usw. die auch in Italien, Spanien, Griechenland oder Portugal hergestellt und innerhalb der EU vertiebt werden, könne Volkan Kuru die Erhebung von Steuern oder die Anwendung von Einfuhrbeschränkungen aus Protektionismuszwecken noch irgendwie nachvollziehen. Aber für Einfuhrsteuern auf Produkte wie Bulgur, die hauptsächlich in der Türkei produziert und angeboten werden, habe er keinerlei Verständnis. Von der Politik erwarte er in diesen Angelegenheiten ein Umdenken.

Existenzgründern möchte Volkan Kuru zu wissen geben, dass die Lebensmittelbranche sehr schwierig ist und großen Anstrengungen bedarf. Er ist der Meinung, dass man nur mit einem guten Team, guter Kenntnis der Branche und einem großen Finanzpolster Erfolg haben kann. Auch wenn die Branche generell krisenresistent sei, dürfe man die Herausforderungen keinesfalls außer Acht lassen. ■



Logistikzentrale von Marmara in Ratingen