

Kumaş üreciliğinde Türkiye piyasasında 2011 şampiyonu olan Kimteks, başarı merdivenlerini soluksuz çıkmaya devam eden bir firma olarak 2012'ye enerjik bir giriş yaptı. Kimteks'in daima büyüme odaklı firma stratejilerini firma Genel Koordinatörü Tanzer Gözek'le konuştuk.



Kumaşın kaliteyle buluştuğu marka **Kimteks**

Kimteks Tekstil, büyüme odaklı ve yüksek marjlı hedeflerle yola devam eden bir firma. Kimteks Tekstil'in 2012 hedeflerinde neler var?

2012'de de son 13 yılda olduğu gibi koşmaya devam edeceğiz. Bu yıl için öngördüğümüz hedefleri tutturmak için gerekli yatırımları ve çalışmaları yaptık. Bu yılda da toplam satışlarda USD bazında % 20 büyüme öngörüyoruz ve bunu gerçekleştirmek için elimizden geleni yapacağız.

Yurtdışındaki prestijinizi sağlamlaştırmak ve kalıcı kılmak için ne tarz çalışmalarınız var?

Sözünde duran ve müşterilerimizin sırtını rahatlıkla rastlayabilecekleri güvenilir bir firmayız. Kapasitemiz, stok gücümüz, kalitemiz, inovasyonumuzla, piyasadaki en iyi değer/fiyat oranını biz sağlıyoruz, ve bu oranı daha da büyütmek ana hedefimiz. Kalite ve Ar-Ge zaten işin olmazsa olmazı, ki Kimteks kumaşları üst orta markette en kaliteli olarak biliniyor, ve bugün sektörümüzde dünyanın en fazla Ar-Ge yapan firmasıyız. Yılda 3000 ün üzerinde yeni kumaş üretiyoruz. Bu rakam neredeyse rakiplerimizin tamamının toplamına eşit. Böyle bir Ar-Ge desteği müşterilerimizin en doğru kombinasyonu yakalamalarını ve satışlarının yüksek olmasını sağlıyor. Yani müşterilerimizin bizle daha iyi sıkı bir iş-

birliğine girmesi için gerekli eko-sistemi fazlasıyla sağlıyoruz.

Sektördeki yerinizi başarılı Ar-Ge çalışmalarınız belirliyor diyebilir miyiz?

Kimteks dünya dokuma modasındaki önemli bir 'Trendsetter'. Mütevazı bir firma kültürümüz var, ama artık dünya dokuma kumaş trendlerini belirleyen bir firma haline geldiğimizi de ilan etmek gerekiyor. Yani artık tasarımlarımız dünya markaları ve rakiplerimiz tarafından takip ediliyor. Şu ana kadar Kimteks'in kendine özel tasarımları bütün dünya da hepimizin bildiği dünya moda markaları aracılığıyla 100 milyonun üzerinde kullanıcıya ulaştı. Tabii Ar-Ge için sadece yatırım ve para yetmiyor, vizyon işin olmazsa olmazı.

Türkiye'de tekstil fuarcılığının uygulanışıyla ilgili görüşlerinizi alabilir miyiz?

Bir fuarın başarılı olabilmesi için alıcıları ve satıcıları cezp etmesi gerekir. Bu cazibeyi yaratmazsak kendi kendimize zaman ve para kaybı yaratırız. Dünyadaki başarılı fuarlara baktığımızda kendi nüfus ve hinterlandları kuvvetli ülkelerde bu işin devamlılığını koruduğunu görüyoruz. Bu nedenle Amerika, Rusya, Almanya, Çin, Brezilya şu an için kumaş fuarcılığında geleceği olan

ülkeler. Fransa da düzenlenen Paris Premier Vision ise kendi hinterlandının yetersiz olmasına rağmen küresel bir fuara dönüşmesi sebebiyle yıllar boyunca en önemli kumaş fuarı olarak varolacak. İngiltere ve İtalya gibi ülkelerde bile kumaş fuarları yaşamadı. Satıcıları cezbetme açısından Türkiye pazarı, İngiltere ve İtalya pazarı gibi yetersiz, bunu kabul edelim. Alıcılar ise neredeyse bütün Türk üreticileri New York, Paris vb fuarlarda zaten görüyor.

Türkiye tekstil de kendisini yıllarca taşıyan Rus bloğu, Ortadoğu ve Kuzey Afrika'ya odaklanmış bir fuar düzenlemeli diye düşünüyorum. Şurası kesin ki, bu ülkelerde satılan kumaşlar batı modasından daha farklı ve bu nedenle bu ülkelerden gelen alıcılar Paris de mutlu olamıyorlar. Bu ülkeleri en iyi anlayanlar zaten bizleriz ve neredeyse bütün Türk kumaşçıların bu bölgeler için geliştirdikleri ve satmakta oldukları farklı koleksiyonları var.

Fuar alanı ise İstanbul'un marka şehir olma özelliğinin iyi kullanılacağı ve bu paralelle Türk kumaşının marka konumlandırılmasının üst segmente taşınacağı, İstanbul Boğazi kenarında, bize yakışacak bir 5 yıldızlı Hotelde oluşturulmalıdır. Çok büyük bir fuar olmasına gerek yoktur, ama



Kimteks Tekstil Genel Koordinatör
Tanzer Gözek

orta büyüklükte, kalite vurgusunun yapıldığı, ziyaretçiler&katılımcıların konfor ve estetik anlamda keyif alacakları üst düzey&farklı bir ortam oluşturulmalıdır. Ne yazık ki şu anki fuar merkezlerimiz ve sunum tarzımızı daha iyiye götürmek zorundayız. Bu şartlar sağlanırsa, Doğu Bloku ve Ortadoğunun cazibe merkezi olan İstanbul fuarına müşteriler gelirler, hem de hafta sonunu İstanbul da geçirirler. Kalitenin ve Estetiğin cazibesine katılan müşterileri gelecek yıl bir daha gelirler. Müşteriler geldikçe diğer ülkelerden başka üreticiler de katılımcı olmak isterler. Yıllar boyunca Paris Fuarı'na katılımcı veya ziyaretçi olarak giden Türk Tekstilcileri hem ziyaret hem ticaret anlamında fuara aileleriyle birlikte gittiler. Bizim İstanbulumuz Paris'ten daha güzel, öyle bir tablo sunalım ki, Rusya'dan, İran'dan müşterilerimiz gelirirken aileleriyle gelmek istesin.

Türkiye'de tekstil'in bulunduğu noktaya ilgili sizin değerlendirmelerinizi alabilir miyiz?

Türk tekstili kabuk değiştirdi, bunu anlayalım. Bizim isteğimiz tekstilde de ileri teknoloji, inovatif ve katma değeri yüksek işler yapılabileceğinin düşünülmesi. Hatta şu anda aktif bütün Türk tekstil işletmeleri, bugünkü dünya rakipleri ile kıyaslandığında, katma değerde çıtayı yükseltir konumdadır. Kişi başına düşen ciro açısından bakarsak, bugün birçok tekstil sanayicisi, markalardan daha fazla ciro yapmakta. Eskiden binlerce kişilik kadrolarla yapılan Türk tekstili, artık daha az ama daha etkin ve profesyonel kadrolarla çok büyük işler başarabilmekte. Üniversite ve yüksekökl mezunu istihdamında da, diğer sektörlerle kıyaslandığımızda, en azından ilk 3 te olduğumuz görülecektir. Ar-Ge harcamalarının top-

lam ciroya oranını incelersek de, yine markalarla kıyasladığımızda, tekstil sanayicilerinin daha fazla bir oranda Ar-Ge harcaması yaptıklarını tespit edebiliriz.

Kumaş üreticiliğinde markalaşmış bir isim olan Kimteks olarak hem iç piyasada hem de dünyada tercih edilir olmak için nasıl bir teknoloji ve donanımına sahipsiniz?

Şu anda dokuma kumaş denildiğinde tüm dünyada akla gelen ilk isim haline geldik. Pamuk ve keten karışımı ürünlerle birlikte Yıllık 20 milyon metre üretim kapasitesi olan tesisimizde yaklaşık olarak 13 milyon metre polyester viskon kumaş üretmekteyiz. Zara, Ann Taylor, vb gibi 20 nin üzerinde dünya moda devinin aktif tedarikçisi konumundayız. 2011 yılında 50 Milyon usd lik ihracat rakamını yakaladık, ve dış giyim kumaşlar(Denim, gömleklilik, örme harici giyimlik kumaşlar) olan kendi kategorimizde Türkiye 1. Si olduk.

Kimteks yarattıkları istihdamla da rakipleri içerisinde önemli bir konuma sahip. İş imkanı yaratmak konusunda nasıl bir hedefleri olduğu konusunda Gözek şunları söyledi: " Tesisimizde toplam 480 kişiyle çalışıyoruz. Fason dokumacılar, büküm ve iplikçilerle birlikte bu sayı toplamda 1500 kişi civarında. Böyle bir iş gücünü, hem de % 100 türk katma değeriye, yani çok az bir ithal girdiyle, başka hiçbir sektörde yaratmak mümkün değil.. .

Uzakdoğu'nun ucuz üretim ve işgücüsüyle tüm dünyanın tekstil dengelerini değiştirdiği bir dönem de yaşadınız. Bu dönemi sizden dinleyebilir miyiz?

Yüksek adetli ve kaliteli istihdam ihtiyacı nedeni ile tekstil sektörü, Türkiye'nin istihdam garantisi olmaya devam edecek-

tir. 2011 de gelen ve aslında en az 7-8 yıl geç kalmış anti-damping vergisiyle birlikte, tekstil istihdamının önü kesinlikle daha da açılacak, Türkiye deki sermaye birikiminin ve iş yapma yetisinin de tekstile çok şey borçlu olduğunu unutmayalım. Tekstil bir koza, koza olmadan kelebek olmaz. Ar-Ge, pazarlama, üretim, kalite, yatırım, insan kaynakları, vb konularını tekstilde daha küçükken öğrenen birçok firma, kendini daha da geliştirip, dünya devi haline gelebiliyor. Sabancı, Zorlu, Sanko, vb bir çok firma, bu durumun en güzel örnekleri.

2000 li yıllarda etkin ve başarılı bir Makro ekonomi yönetimi ile neler yapılabileceği konusunda adeta dünyaya ders veren ve alkışlatan ekonomi yönetim birimlerimizin tamamının, artık sadece Makro ve para politikalarıyla değil, bunun yanında mikro-üretim ağırlıklı bir büyüme politikasına ağırlık vermenin zorunlu hale geldiğine karar vermesi gerekliliğidir.

Son 20 yılı değerlendirirken, ki özellikle de yeni oluşan Avrupa krizi de bunu kanıtlamıştır ki, ürettiğinden fazlasını harcayan ülkelerin sonu iyi değildir. Bu formül, dünya rezerv para birimi olan dolar elinde tutan ABD haricinde bütün ülkelere kesin olarak işler.

Üreten Almanya'ya karşı üretemeyen diğer Avrupa ülkelerinin bugünkü durumu, Kore'nin ve özellikle son dönemde Brezilya ile Çin' in üretim bazlı büyüme hedeflerine odaklanmaları ve bunu yaparken kendi üreticilerini dünyada eşbenzeri görülmemiş gümrük duvarlarıyla korumaya almış olduklarını ve en ama en önemli faktör olan kurlarını rekabetçi bir noktada tuttuklarını görüyoruz. \