



Informierten im Rahmen der Internationalen Begegnungswoche der IHK über Marktchancen in den arabischen Emiraten (von links): Klaus Brinkmann (Bugatti), Wolfram Jacob (Geschäftsführer Arbeitgeber-

verband Herford), Andreas Peter (Vorsitzender Arbeitgeberverband), Eckhard Schunck (Hypo-Vereinsbank), Dr. Philip Malroney (Poggenpohl) und Gero Frommholz (Frommholz-Polstermöbel). Foto: Schelberg

Die Golfstaaten locken mit neuen Wachstumschancen

Drei heimische Unternehmen berichten über Erfahrungen

Herford (pjs). Im heißen Wüstensand sind noch Schätze zu heben – auch wenn sich das wirtschaftliche Klima merklich abgekühlt hat. Davon sind heimische Unternehmen wie Frommholz, Poggenpohl und Brinkmann überzeugt.

Über Geschäfts- und Wachstumsmöglichkeiten in den Märkten am Golf informierte der Arbeitgeberverband Herford am Mittwoch im MARTa. Mit einem Durchschnittsjahreseinkommen von 200 000 US-Dollar in der arabischen Bevölkerung und durch ehrgeizige Investitionsprojekte bleiben die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) für deutsche Unternehmer interessant, betonte Andreas Peter, Vorstandsvorsitzender des Arbeitgeberverbandes Herford.

Auch deutsche Polstermöbel sind am Golf gefragt, wie Umsatzzuwächse von 60,7 Prozent im vergangenen Jahr belegen. Der Polstermöbel-Spezialist Frommholz

hatte ein erstes Engagement Anfang des Jahrzehnts in Dubai nach kurzer Zeit wieder aufgegeben: »Wir sind damals sehr blauäugig dorthin gegangen«, räumte Firmenchef Gero Frommholz ein. Wichtig seien Präsenz vor Ort und der richtige Partner. 2007 stiegen die Polstermöbel aus Spenge erneut ein, diesmal mit eigener Vertriebsgesellschaft und einer auf den Geschmack der orientalischen Kundschaft zugeschnittenen Stoffkollektion. 2008 wurde ein Showroom eingerichtet. Ende 2009 soll Zwischenbilanz gezogen werden.

Seit 1986 ist der Luxusküchen-Hersteller Poggenpohl in den VAE aktiv und hier nach den Worten von Dr. Philip Maloney inzwischen klarer Marktführer: »Erfolg braucht viel Zeit und bedeutet harte Arbeit.« Poggenpohl ist vor allem im Projektgeschäft erfolgreich, hat mehrere tausend Villen und Appartements am Golf ausge-

stattet. Dennoch bezeichnete Malroney die Situation in Dubai als schwierig: »Die Boomjahre sind vorbei. Aber wir glauben, dass sich der Markt stabilisieren wird.« Künftig solle der Fokus stärker auf das Endkundengeschäft gelegt werden. Nach einem zweiten Küchenstudio in Dubai wird 2010 eines in Abu Dhabi eröffnet, Auch in Oman und Teheran will Poggenpohl Dependancen einrichten.

Einen wachsenden Markt für deutsche Marken sieht auch Klaus Brinkmann im Mittleren Osten: In Dubai hatte

Erfolg bedeutet harte Arbeit

die Brinkmann-Gruppe 2003 ihren ersten Bugatti-Store eröffnet. Bis 2010 sollen es neun Geschäfte in den riesigen Shopping-Malls der Emirate sein. Um diese Mono-Label-Stores bewirtschaften zu können, mussten die Herforder ein komplettes Kollektionsprogramm zusammenstellen. Im Oktober wird Bugatti bei der Messe »Fashion-Expo« in Abu Dhabi vertreten sein.