

Kütahya Seramik İcra Kurulu Başkanı Erkan Güral;
"Avrupa'nın 3. büyük üretim kapasitesine sahip olan Türk seramik sektörünün % 60'ı çözümlü taklitçilikte arıyor. Bu sektör bu kadar aciz olmamalı."



Kütahya Seramik Chairman of Executive Board Erkan Güral;
"Sixty percent of the Turkish ceramics industry which has the 3rd largest production output in Europe seeks the solution in imitation goods. This industry shouldn't be so helpless."

Röportaj - Interview

Serife Deniz **Ulueren**

serifel@serfed.com

1970 yılında Kütahya'da doğdu. 1991 yılında eğitimini, 1992 yılında askertik görevini tamamladı. 1993 yılından beri aktif iş hayatına Kütahya Porselen Yönetim Kurulu Üyeliği ve Kütahya Seramik İcra Kurulu Başkanı olarak devam etmektedir. 1907 Fenerbahçe ve GYİAD üyeliği, SERKAP Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Türkiye Seramik ve Refrakter Mectisi Başkan Yardımcısı, Kano ve Kürek Federasyonu Kütahya İl Temsilciliği gibi çeşitli sosyal, sportif derneklere aktif olarak görev yapan Erkan Güral, evli ve iki erkek çocuk babası olup İngilizce bilmektedir.

Was born in Kütahya in 1970. He completed his education in 1991 and his military service in 1992. He is in active business life since 1993 as Member of Kütahya Porselen Board of Directors and Chairman of Kütahya Seramik Executive Board. Erkan Güral, who actively serves in various social and sportive organizations like 1907 Fenerbahçe and GYİAD membership, Vice-Chairman of SERKAP Board of Directors, Vice-Chairman of Turkey Chambers and Exchanges Union Turkey Ceramic and Refractories Assembly and Kütahya Provincial Representative of Ski and Rowing Federation. Is

“Her zaman en farklı olanı, herkesin yaptığını değil, yapılmayanları keşfedip uyguluyoruz, alışılmışın dışında güzellikler yaratmayı amaçlıyoruz”

Yenilikçi, dinamik, yaratıcılığın yeri zamanı yok onun için. Yaptığının en iyisini, yapılmayanı bulup keşfeden ve birçok alanda farklı uygulamalarla sektörde öncülük eden dev bir kuruluşun başkanlığını yapan bir liderden bahsediyorum. Seramikten, porselene, turizmden gıdaya en iyisini alışılmışın dışında güzellikleri insanlara sunan başarılı bir aile ve lider. Kütahya Seramik İcra Kurulu Başkanı Erkan Güral ile önce federasyon merkezi, ardından fuar çekimleriyle birlikte son nokta İstanbul Ataşehir Gardenia Plaza’da söyleşimizi tamamlayabildik. En sıkıntı duyduğu ürünlerin taklit edilmesi, Çin porselenleri konularından, İtalyan Sacmi ile kurdukları tesisler, ihrakat hedefleri, sektördeki ve pazardaki konularını, çikolata üretim tesisi ve turizm alanındaki atakları dahil merak ettiğimiz tüm konuları konuştuk.

Şerife Deniz Ulueren: Kütahya Seramiğin bugünlere gelişi ve üretime başlama hikayesini bizimle paylaşabilir misiniz?

Erkan Güral: Kütahya Seramik üretimine Mayıs 1989 yılında 1,5 milyon metrekare üretimle başladı. İlk kurulduğu yıllarda 10x20 ve 20x20 ebatlarla çalışırken, daha sonra moda ile birlikte desenler ebatlar değişmeye başladı. Trend, ya çok küçük, ya da çok büyük ebatlara yöneldi. Yeni mekanlara baktığımızda da zemini, duvan eşyalarıyla birlikte birbirini tamamlayan ve destekleyen bir konsept haline geldi. Yaklaşık 18 yıllık süreçte, Kütahya Seramik’in 1,5 milyon metrekare olan üretimi, başladığımız noktadan 15 milyon metrekare üretimlere geldi. Son yaptığımız yenilikler ve yatırımlarla birlikte, büyüyen ebatlara öncülük ettik. Yeni tesislerimizde 50x50, 50x100 ebat ürünler Mayıs ayı itibarıyla işletmemizde üretime başlayacak.

Ş.D.U: Unicera Fuarı’ndan yeni çıktınız. Genel bir değerlendirme yapacak olursanız?

E.G: Benim son yıllarda gördüğüm en verimli, en faydalı, ziyaretçi sayısı olarak en fazla ziyaretçi alan ve en başarılı fuarlarından biri oldu. Gerek yurtiçinden gelen, gerekse yurtdışından gelen

married with two children and speaks English.

There is no time or place for innovation, dynamism or creativity for him. I am talking about a leader who is the president of a giant organization, who finds and discovers the best of what he does and what is not done and who is a pioneer in the sector with various applications in many fields. A successful family and leader offering unusual beauties, the best from ceramics to porcelain, from tourism to foodstuffs, to people. We managed to complete our interview that started at the federation headquarters, progressed with trade fair shoots, ending at İstanbul Ataşehir Gardenia Plaza only last week with Kütahya Seramik Chairman of Executive Board, Erkan Güral. We talked about all topics we were curious about, including imitation products he was most worried about, Chinese porcelain, the latest complexes they established with Italian Sacmi, which they are proud of, export targets, positions in the sector and the market and topical ones like their campaigns in chocolate and tourism areas.

Şerife Deniz Ulueren: Could you share with us Kütahya Seramik’s story of development and starting production?

Erkan Güral: Kütahya Seramik started production in May 1989 with an output of 1.5 million square meters. In its first years, the sizes we worked on were 10x20 and 20x20; then patterns and sizes started to change according to fashion. The trend is towards either the very small or very large items. When you look at new spaces, it became a concept complementing and supporting each other with floors, walls and objects. In a time period of approximately 18 years; Kütahya Seramik’s output, which was 1.5 square meters, went up to 15 square meters of output from our starting point. With our latest innovations and investments, we pioneered growing sizes. Products in size 50x50 and 50x100 will be started to be produced in our facilities in our new complexes as of May.

“We always discover and apply the most different one, not what everyone makes but what is not made; we seek to create beauty other than the usual”

konuklar, mimarlar, müteahhitter, ithalatçılar, proje sahipleri herkes çok memnun kaldığını ifade etti. Önümüzdeki yıl ümit ediyorum ki bundan daha başarılı verimli bir fuar olur. Bu yıl tüm konseptin dışında, yeni ürünlerin doğru yer ve doğru zamanda sergilenmediği bir fuar oldu.

Ş.D.U: Unicera Fuarı'na farklı bir konsept ile katıldınız. Konsept nasıl oluştu, amacı neydi?

E.G: Biz 2006 yılında fuarda uluslararası iki ödül kazandık. Geçen yıl da farklı tarz konsept yaratma amacındaydık, standımızı hazırlayan arkadaşlarla görüştük, konuştuk. Hep yapılmayanları görmeyenleri hedefledik. Yine bu yıl da farklı bir tarzla görüşüye çıkmamız gerekiyor, bu yıl da standımız büyük ilgi gördü. Gelin gibi, farklı dikkat çeken görünümüyle çok

"Aile olarak farklı alanlarda yatırım yapıp, yaptığımızın en iyisini sunmaya çalışıyoruz. Birinci ve öncelikli hedefimiz en iyisini yapmak"

olumlu tepki ve yaklaşımlar aldık, bu bizi mutlu etti. Simdiden önümüzdeki yılın fuar hazırlıklarına başladık.

Ş.D.U: Seramik kaplama malzemeleri konusunda iç ve dış pazar payınız hakkında bilgiler bilgilendirebilir misiniz?

E.G: Kütahya Seramik 2006 yılında üretiminin % 23 ünü ihracat pazarlarına sattı. 2007 ihracat hedefi olarak % 40'lara gelmeyi ve orada bırakmayı planlıyoruz. Bununla ilgili altyapı çalışmalarını tamamladık. Gerek ihracat kadrolarımız, gerek yeni müşteri adaylarımızla diyaloglarımız, yeni geliştirdiğimiz dizaynlar olsun,

bunun hazırlıklarını tamamladık.

Ş.D.U: Seramik Kaplama Malzemeleri pazarında Kütahya Seramik "Yenilikçi ve Dinamik" bir şirket olarak algılanmaktadır. Bu imajı sürdürmek için yeni çalışmalarınız var mı?

E.G: Biz her zaman en farklı olanı, alışılmadık dışına güzellikler yaratmayı amaçlıyoruz. Toplantı masasında, öğlen yemeğinde, müşterilerle konuşurken, her fikri not alıp, hemen değerlendirip uygulamaya geçiyoruz. Doğru uygulanması için doğru kişilerle uzman firmaları tespit ediyoruz. Kendi içimizde yapmış olduğumuz değerlendirme

Ş.D.U: You are just out of Unicera Trade Fair. If you make an overall evaluation?

E.G: It was one of the most productive, most beneficial trade fairs which drew the largest number of visitors I have seen in recent years. Guests, architects, contractors, importers and project owners, both local and also international, all stated that they were highly satisfied. Next year, I hope that it will be a trade fair more successful and productive than this. Beyond the whole concept, this year it was a trade fair where new products were exhibited in the right place and at the right time.

Ş.D.U: You participated in Unicera Trade Fair with a different concept. How did this concept develop, what was its purpose?

E.G: We won two international awards in the trade fair in 2006. So, last year we sought to create a different style of

"As a family, we try to invest in different fields and to offer the best of what we make. Our first and priority target is to make the best"

concept, we talked with our colleagues preparing our stand. We always aimed at those never done, never seen. Again, this year, we had to be presented in a different style. We got very positive reactions and approaches with our bride-like, different look which drew attention. This made us very happy. We already started preparations for next year's trade fair.

Ş.D.U: Could you tell us about your domestic and international market share in ceramic tile?

E.G: Kütahya Seramik sold 23 % of its output to export markets in 2006. We plan to reach 40 % as an export target and to keep it there. We completed out related infra-

structure work. With our export cargos and our dialogs with new potential customers and designs we developed, we started to pick up the fruits of these too.

Ş.D.U: In the Ceramic Tile market, Kütahya Seramik is perceived as an innovative and dynamic company. Do you have any activities for maintaining this image?

E.G: We always seek to create the most different one, beauty which is not accustomed to, all the time. At conference meetings, at lunch time, when we talk to customers, we take note of all ideas and launch them immediately. We determine the right people, experts and firms for correct implemen-

toplantılarında, mevcut piyasada herkesin yaptığını değil, yapılmayanları keşfedip uygulamaya çalışıyoruz.

Ş.D.U: Ürün tasarımları için dizayn ekiplerinin bulunuyor. Tasarım dünyasında yaşıyoruz ve tasarım yatırım yapan firmalar lider oluyor. Siz bu ligde kendinizi nerede değerlendiriyorsunuz?

E.G: Yeni desen ve ürün geliştirme konusunda Türkiye'de üç firma varsa, biri Kütahya Seramik'tir. Bunu çok iddialı söyleyebiliyorum. Çünkü Kütahya Seramik'in taklit edilen ürün sayısına baktığınız zaman bunu rakiplerimiz doğrulamış oluyor. Tüm desenlerimiz tescilli olmasına karşın; Türkiye'de, bizim sektörümüzdeki kolay yolu seçme yani taklit yolu yıllardır yaşadığımız bir sıkıntı. Bunun önüne geçebilir miyiz bilemiyorum ama bugünlerde gündemde olan, sıkıntı duyduğumuz konulardan biri. Hukuki yollardan hakkımızı arıyoruz ama Türkiye'de kanunlarda bazı maddelerin açık olması bu sıkıntımızı gidermeye yardımcı olamıyor. Sektörde 23, 24 firma üretim gerçekleştiriyor. Bunlardan 15 tanesi Kütahya Seramik'i taklit ediyor. Sektörün ne kadar araştırma geliştirmeye önem verdiğinin (vermediğinin) en açık ifadesidir.

Ş.D.U: Teknik seramik yatırımı ile neleri hedefliyorsunuz?

E.G: Yeni yatırımımızda İtalyan Sacmi ile yaptığımız işbirliği sonucu, Türkiye'de benzeri olmayan bir tesis kurduk. İstediginiz her ebadı, rengi, deseni üretebilecek tesise sahibiz şu anda. Lider firma olmanın belli koşulları var, yenilikçilik ve farklılaşma yolunda atılan adım ve katma değerden bahsediyorum. Bunların yerine getirilebilmesi için, vizyonunuzun daha farklı yönde açık olması gerekiyor. Makine seçiminden önce, ne satacağımızı tespit ettik ve ona göre yatırım yaptık. Keyifli ve



tation. In evaluation meetings we hold in our company, we try to discover and implement not what is already done in the market, but those that are not done.

Ş.D.U: You have design teams for product designs. We live in the world of design and firms investing in design become leaders. Where do you put yourself in this league?

E.G: If there are three firms in Turkey on product development, one of them is Kütahya Seramik. I can say this with contention because when we look at the number of imitated products, our competitors have verified this. Although our designs are registered, picking the easy road in our sector; I mean the road of imitation, is a problem we have been going through over the years in Turkey. I don't know if we can put a stop to this but this is a topical subject today which we have problems with. We seek our rights through legal remedies but the fact that certain ways are allowed in laws in Turkey does not help us eliminate this problem. There are 23-24 manufacturing firms in the sector. Of these,

15 firms imitate Kütahya Seramik. This is the clearest indication of to what extent the sector is committed to [not committed to] research and development.

Ş.D.U: What are you aiming at with technical ceramic investment?

E.G: As a result of our collaboration with İtalyan Sacmi, we set up a facility with no match in Turkey with our new project. Right now, we have a facility which can produce any size, color or design you want. To be a leading firm has some requirements. I'm talking about the step taken towards innovation and differentiation and added value. To fulfill these, your vision must be open in a different direction. Before choosing machinery, we determined what we would sell and invested accordingly. We got its pleasant and nice results. We displayed the first products in Unicera and they were very well received. This drives us. Right now, we started to prepare the second concept. It will be ready by the end of June. Our customers took great pleasure from these activities, too.

"Ürün geliştirme konusunda Türkiye'de üç firma varsa, biri Kütahya Seramik'tir. Bunu çok iddialı söyleyebiliyorum. Çünkü taklit edilen ürün sayısına baktığınız zaman bunu rakiplerimiz doğrulamış oluyor"



"If there are three firms in Turkey on product development, one of them is Kütahya Seramik. I can say this with contention because when we look at the number of imitated products, our competitors have verified this"

güzel neticelerini aldık, ilk ürünleri Unicera'da sergiledik ve çok beğenildi bu da bize güç verdi. Su an ikinci konsepti hazırlamaya başladık, Haziran sonu itibarıyla hazır olacak. Müsterilerimiz de bu çalışmalarından çok keyif aldı.

Ş.D.U: Siz köklü bir aile şirketisiniz, geleceğe yönelik başka yatırımlar düşünüyor musunuz?

E.G: Yeni faaliyetlerimizden Sapanca'da Mild markasıyla çikolata üretim tesisi kurduk. 15 Mayıs itibarıyla deneme üretimlerini bitirip, satışa yönelik tüm ürün grubumuz hazır hale gelecek. Aile olarak farklı alanlarda yatırım yapıp, yaptığımızın en iyisini sunmaya çalışıyoruz. Birinci ve öncelikli hedefimiz en iyisini yapmak. Çikolata ile başladık, önümüzdeki haftalarda, aylarda, değişik ürün gruplarıyla destekleyip en iyi lezzetleri yakalayıp, damakta tatlar bırakacak ürünler üretmek için tüm hazırlıklarımız devam ediyor.

Ş.D.U: 2007 sezonuna nasıl bir giriş yaptınız, bu yılın ikinci yarısındaki beklentileriniz?

E.G: Normalde Şubat ayı ortaları ve sonunda seramik sezonu başlıyordu. Ancak bu yıl yaşadığımız cumhur-

Ş.D.U: You are a well established family company, are you considering other investments for the future?

E.G: We set up a chocolate production facility under Mild brand in Sapanca which we launched recently. It will complete its trial runs as of May 15 and our product group oriented to sales will be ready. As a family, we are trying to invest in different fields and offer the best of what we do. Our first and priority target is to make the best. We started with chocolate. In upcoming weeks and months, we are preparing to capture the best tastes and produce products which will lead sweet memories in the palate supported by different product groups.

Ş.D.U: How did you start the 2007 season? Your expectations in the second half of this year?

E.G: Normally the ceramic season started mid-February and at the end of the same month. However, launching of the season is delayed due to the arguments on the presidential elections we are going through. There is a stagnation coming from the bottom. Everyone is expecting a movement in the price of the Dollar. No cancellations but there are deferred orders, I believe this will happen in the second half of the year. For now, Turkey has lost its six months of the season because of these incidents. I hope that in the second six months, morale will be reinstated, sales will increase and the market will capture its emotion and will pick up speed.

Ş.D.U: Can you tell us about your activities in the field of tourism?

E.G: We have a spa hotel with 650-bed capacity we established in a wonderful nature for which the

başkanlığı seçimi tartışmalarıyla birlikte sezonun açılması gecikmiş durumda. Tabandan gelen bir durgunluk var. Herkes dolar hareketliliği bekliyor. İptal değil ancak ertelenmiş talepler var, bu hareketlilik yılın ikinci yarısında başlar diye düşünüyorum. Şimdilik bu olaylar nedeniyle Türkiye altı ayını sezonda kaybetmiş durumda, ikinci altı ayda moralier yerine gelip, satışların artacağını ve piyasanın heyecanını yakalayıp hızlanacağını umuyorum.

Ş.D.U: Turizm alanındaki aktivitelerinizden bahsedermisiniz?

E.G: Sapanca'da yine yatırımı devam eden müthiş bir doğanın içinde kurduğumuz 650 yatak kapasiteli Spa otelimiz bulunuyor. İstanbul'un hareketliliğinden, gürültüsünden yorulduğunuz hissettiğiniz zaman 45 dakikada ulaşılabilen farklı ve güzel bir mekan olacak. Şuan otelin kaba inşaatı bitti.



investment is in progress. It will be a different and beautiful setting one can get to in 45 minutes when you feel that you are tired of the busy, noisy Istanbul. Right now the basic construction of the hotel has been completed. We plan to launch it for our visitors in mid-September.

Ş.D.U: You entered the glass mosaic area by BREZZA brand. What are your targets there?

E.G: Brezza means breeze in Italian. Since breeze has endless choices of color, this idea stemmed from this. We offered innovations to our customers, creating products of endless sizes and endless colors. It is a product patented by us. We exhibited at Antalya Building Fair before Unicera, we thought it would

get a reaction, there was demand well above our expectations. It has been committed to orders as a commercial product.

Ş.D.U: What do you think about the Turkish Ceramic Industry under pressure from China?

E.G: On this topic, I can speak on behalf of SERKAP. As Kütahya Seramik, we don't have such a problem. Especially, Secretary General Germyan Saatçioğlu had notable contributions together with our colleagues, members of SERKAP Board of Directors, in this subject. We achieved developments which will serve as a foundation of elimination of this problem due to the Chinese mission and Ankara contacts. It has gone into implementation as of now. The Turkish manufac-

turer went through major problems. We solved this problem for the ceramic industry. The infrastructure for next year's activities is ready. But I believe there are more problems regarding tableware which concern my own firm. Efforts were made on this subject in previous years but they were not enough. In China, there are as many high quality products as there are poor quality ones but poor quality ones come to Turkey. Chinese ware are mostly sold in the marketplace. We eat out of porcelain plates. In poor quality porcelain, they use a high amount of lead to ensure a cheap price; therefore, this toxic lead is introduced in our body through food, leading to irreparable health problems; the health of people deterior-

Ş.D.U: BREZZA markasıyla cam mozaik alanına girdiniz. Bu konudaki hedefleriniz nelerdir?

E.G: Brezza İtalyanca meltem anlamına geliyor. Meltem esinti, sonsuz renk seçenekleri olduğu için, bu fikir buradan doğdu. Sınırsız ölçülerde ürün, sınırsız renklerde tasarım yaratarak müşterilerimize yenilikler sunduk. Patenti bize ait olan bir ürün. Unicera'dan önce Antalya Yapı Fuarı'nda sergiledik, beklemediğimiz çok üzerinde bir talep oldu, ticarete dönüşmüş bir ürün olarak siparişlere bağlanmış durumda.

Ş.D.U: Çin baskısı altında kalan Türk Seramik Sektörü için ne düşünüyorsunuz?

E.G: Bu konuyla ilgili olarak SERKAP adına konuşabilirim. Kütahya Seramik olarak böyle bir sıkıntımız yok. SERKAP Yönetim Kurulu Üyesi arkadaşlarımızla birlikte özellikle bu konuda Genel Sekreterimiz Sayın Germiyan Saatçioğlu'nun takdire sayan katkısı ve çalışmaları oldu. Çin heyeti ile ve Ankara'daki temaslarımız neticesinde bu sorunun ortadan kalkmasının tabanını oluşturacak gelişmeleri kaydedtik. Şu an itibarıyla uygulamaya başlandı. Türk üreticisi çok sıkıntı yaşadı. Seramik sektörü için bu sorunu çözdük. Önümüzdeki yıl çalışmalarının altyapıları hazırlandı. Ama kendi firmamı ilgilendiren sofraya esyası ile ilgili daha fazla sorun olduğunu düşünüyorum. Önceki yıllarda bu konuya yönelik çalışmalar yapıldı ancak yeterli olmadı. Çin'de kalitesiz ürünler kadar kaliteli ürünler de var fakat Türkiye'ye ne yazık ki kalitesiz ürünler geliyor. Çin malları daha çok pazarlarda satılıyor. Porselen tabaklardan yemek yiyoruz. Kalitesiz porselende ucuz maliyeti sağlayabilmek için içindeki kurşun miktarını fazla tutuyorlar, dolayısıyla bu zehirli kurşun, gıdalar vasıtasıyla vücudumuza yerleşip telafisi olmayan sağlık sorunlarına yol açıyor, yıllar içinde insanların sağlığı bozuluyor. Bu son derece önemli bir konu, ciddi şekilde üzerinde durulması gerekiyor, kullananları uyarıyoruz, dikkatli olmalı ve kalitesiz ürün satın almamalıdır.

Ş.D.U: Seramik ve iş dünyasındaki yaşamınız dışından biraz bahsedebilir misiniz?

E.G: Fenerbahçe taraftarıyım, İstanbul'daki tüm maçlara gitmeye çalışıyorum. Kış aylarında karda hafta sonları arkadaşlarımla birlikte dağlarda, aktivitelerimiz oluyor. En değerli varlıklarım evlatlarımla ve eşimle birlikte vakit geçirmekten ve doğa aktivitelerinden keyif duyuyorum.

“Çin’de kalitesiz ürünler kadar kaliteli ürünler de var ama Türkiye’ye ne yazık ki kalitesiz ürünler geliyor. Kalitesiz porselende bulunan kurşun miktarı, ileride telafisi olmayan sağlık sorunlarına yol açıyor, bu son derece önemli bir konu, kullananları uyarıyoruz”

rate in time. This is a very important subject; it must be addressed very seriously. We caution the consumers; they must be careful and not buy them.

Ş.D.U: Could you tell us a little about your life outside ceramics and the business world?

E.G: I am a Fenerbahçe fan, I try to go to all games in İstanbul. In winter months, I take pleasure in spending time with my most valuable assets; my children and my wife, and nature activities in the snow and in mountains with my friends on weekends.

“In China there are as many high quality products as there are poor quality ones but poor quality ones come to Turkey. The amount of lead in poor quality porcelain leads to non-reparable health problems in the future; and this is a very important matter, we are cautioning the consumers.