



AVRUPA'NIN EN GÜÇLÜ VE TÜRKİYE'NİN İLK
ELEKTRİKLİ TİCARİ ARACI E-TRANSİT
HATTAN İNDİRİLDİ



Bizden Haberler'in değerli okurları,

Koç Topluluğu olarak, bilhassa son birkaç senedir tüm dünyayı derinden etkileyen büyük sıkıntılara rağmen, bir asırlık köklü değerlerimiz ve geliştirdiğimiz rekabetçi yetkinliklerimiz sayesinde güçlü bir duruş sergileyerek, geleceğe doğru sağlam adımlarla yürümeye devam ediyoruz. 1 Nisan tarihindeki Koç Holding Olağan Genel Kurul Toplantımızla tüm paydaşlarımıza duyurduğumuz 2021 yılı mali sonuçlarımız da bunun somut göstergesiydi. Pandeminin tetiklediği çeşitli zorluklarla geçen bir yılı, portföy yapımız, basiretli finansal yönetimimiz ve sağlam iş stratejimiz sayesinde sıra dışı bir finansal performansla kapattık. Bundan sonra da teknoloji ve inovasyonu odağımıza alarak küresel arenada rekabetçiliğimizi artıracak ve markalarımızın gücüne güç katmaya devam edeceğiz.

Koç Topluluğu olarak, kurulduğumuz günden bu yana varlık gösterdiğimiz tüm sektörlerde sadece bugünün değil geleceğin rekabetine de odaklanan bir değer yaratma anlayışıyla hareket ettik. Daha güzel yarınlar için sürdürülebilir iş yapma prensibini faaliyetlerimizin merkezine yerleştirdik. Son dönemdeki yatırımlarıyla ticari araç segmentindeki küresel oyuncu rolünü daha da güçlendiren şirketimiz Ford Otosan, geçtiğimiz günlerde hattan indirdiği ilk E-Transit aracıyla sürdürülebilirlik konusunda da rakiplerinin önünde olacağını gösterdi. Elektrik enerjisinin tamamını yenilenebilir kaynaklardan elde eden Gölcük fabrikasında üretilen, Türkiye'nin ve Ford markasının ilk, Avrupa'nın ise en güçlü tam elektrikli ticari aracı E-Transit, Ford Otosan'ın elektrifikasyon yolculuğunda önemli bir kilometre taşı olacak. Stratejik bir hamle niteliğindeki bu süreçte emeği geçen tüm arkadaşlarımızı yürekten kutluyor, ülkemizin yarınlarına yatırım yapmaktan bir an olsun vazgeçmeyeceğimizin altını bu vesileyle bir kez daha çiziyorum.

Sürdürülebilirlik anlayışımız sadece insanlarla sınırlı değil; Koç Topluluğu tüm canlıların yaşam hakkına saygı duymayı görev biliyor. Bu duruşumuzu destek verdiğimiz projelerle de taçlandırmaya gayret ediyoruz. Koç Holding Yönetim Kurulu Üyemiz Sayın İpek Kıracı'nın önderliğinde, sokak hayvanlarıyla uyum, sevgi ve güven içinde bir yaşam hedefiyle hayata geçirilen SemtPati projesi de bunlardan biri. Sokak hayvanlarına yönelik katılımcı, kapsayıcı ve veri temelli çözümler sunan

SemtPati projesi çerçevesinde, İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB) ve İstanbul Gönüllüleri ile birlikte "Sahiplen İstanbul" sloganıyla, İBB'nin sahihsiz hayvan geçici bakımevlerinde bulunan köpeklerin, ömürlük yuvalarına kavuşmaları için bir sahiplendirme seferberliği başlatıldı. Biz de Topluluk şirketlerimizin genel müdürlüklerinde ve fabrikalarında bakılmak üzere 40 köpeği sahiplenerek, paydaşlarımıza bu konuda da ilham vermek istedik. Etki gücünün farkında bir Topluluk olarak, sokak hayvanlarıyla bir arada yaşama kültürünün toplumun geneline yayılmasına katkı sağlamak amacıyla böylesi güzel örnekler sergilemeye devam edeceğiz.

Pandemi, yaşam rutininin yanı sıra, pazarlama dünyasının bilindik formüllerinde de köklü değişimlere neden oldu. Yaygınlaşmasının yıllar alacağını düşündüğümüz çevrim içi alışveriş gibi yeni tüketim alışkanlıkları pandemiyle büyük ivme kazandı. Ancak bu yeni tablo aynı zamanda devasa miktardaki verinin dikkatle işlenip hizmete dönüştürülmesini de gerektiriyor. Dergimizin bu sayısında yer verdiğimiz "2022 Küresel Pazarlama Trendleri" raporu, pandemiyle ortaya çıkan bu yeni dünyanın fotoğrafını çekiyor. 5 ülkeden 1000 üst düzey yönetici ve küresel ölçekte 11 bin 500 tüketiciyle yapılan görüşmeler sonucunda ortaya çıkan rapor, aynı zamanda bu alanda çalışan yöneticilere de markalarını nasıl başarıya ulaştırabileceklerine dair yol gösteriyor.

Son dönemlerde yaşananlarla ve maalesef 21. yüzyılda yanı başımızda süregiden savaş gibi insani acılarla bazen karamsarlığa kapılsak da, çocuklar masumiyetleri ve hayat coşkularıyla daha güzel yarınlara dair hiç bitmeyecek umudumuzun eşsiz simgeleri... Mustafa Kemal Atatürk ve silah arkadaşları tarafından yoktan var edilmiş bir ülkede hayat bulmuş bir Topluluk olarak, tüm faaliyetlerimizde geleceğin mirasçıları olan çocuklarımıza daha güzel bir dünya bırakmayı hedefliyoruz. Bu vesileyle hem Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin kuruluş yıl dönümünü hem de dünya üzerinde çocuklara armağan edilmiş ilk bayram olan 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı canı gönülden kutluyorum. Bu vesileyle, ülkemizin kurucusu Büyük Önder Mustafa Kemal Atatürk'ü bir kez daha minnetle anıyorum.

Pandeminin hız kaybettiği şu günlerde daha güzel yarınlara hep birlikte, el ele ulaşacağımıza dair umudumuzu bir kez daha yineliyoruz. Özverili çalışmaları ve adanmışlıklarıyla umudumuzu korumamıza ve çoğaltmamıza yardımcı olan siz değerli çalışma arkadaşlarımızın, bayilerimizin, yetkili servislerimizin, tedarikçilerimizin ve kıymetli ailelerinin Ramazan Bayramı'nı içtenlikle kutluyor, sevdiklerinizle birlikte daha nice bayramları sağlık, mutluluk ve huzurla karşılamanızı diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Levent Çakıroğlu

BU

4

NELER OLDU?

Koç Holding'in 58. Olağan Genel Kurulu Gerçekleşti

Sendeo, Türkiye'nin 81 ilinde Hizmet Vermeye Başladı

Tüpraş, "İklimle Bağlantılı Finansal Beyanlar Görev Gücü"ne Katıldı

MSCI ESG Derecelendirmesinin Lideri Yapı Kredi

Otomotiv Perakende Sektörüne Yön Veren İki Dev Marka Birleşti

Otokar, Asya-Pasifik'teki Varlığını Artırmayı Hedefliyor

Geleceğin Marinaşı Kuşadası'nda Hayat Buluyor

Koçfinans Genel Müdürü Y. Pınar Kitapçı, Business Agility Conference'ın Düşünce Liderleri Arasında!



KOLEKTİF

Can Dostlarımızı "Sahiplen İstanbul"



26

VİZYON

Efsane Transit Elektriklendi

Otokoç 2. El'in İlk Bayisi Denizli'de Hizmete Girdi

18

SA-

HAYALLER HEDEFİMİZ

Tüpraş, "Teknoloji ve İnovasyonda Kadın Gücü Programı" Kapsamında Batman Üniversitesi ile İş Birliği Başlattı

32



YAKIN PLAN 34

Pandemi Pazarlama Dünyasında
Neleri Değiştirdi?



YAŞAM 42

Atatürk'ün Manevi Evlatları

MESLEK SIRRI 38

Aygaz Hatay, İskenderun bayisi
Zekai Emre: "Aygaz'ın 'Güvenilir'
Marka İmajı Rekabette Öne
Geçmemize Yardımcı Oluyor"

DA

KÜLTÜR SANAT

48

Sanatın Gücü İyileştiriyor

Arter'de Doğa Üzerine Düşünce
Yolculuğu

YI-

ENGLISH SUMMARIES 54

KOÇ HOLDİNG'İN 58. OLAĞAN GENEL KURULU GERÇEKLEŞTİ

KOÇ HOLDİNG'İN 58. OLAĞAN GENEL KURULU, KOÇ HOLDİNG ŞEREF BAŞKANI RAHİMİ M. KOÇ, YÖNETİM KURULU BAŞKAN VEKİLİ ALİ Y. KOÇ, YÖNETİM KURULU ÜYESİ İPEK KIRAC, KOÇ HOLDİNG ÜST YÖNETİMİ VE HİSSEDARLARIN KATILIMIYLA 1 NİSAN CUMA GÜNÜ NAKKAŞTEPE'DEKİ HOLDİNG MERKEZİNDE GERÇEKLEŞTİ.



Koç Holding'in 58. Olağan Genel Kurulu'na Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç'un katılmaması sebebiyle Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç Başkanlık etti. Toplantıda katılımcılar ile 2021 yılı Faaliyet Raporu paylaşılırken, Yönetim Kurulu Raporu okundu.

Rahmi M. Koç: "Ülkemizin geleceğine güveniyoruz ve yatırımlarımıza kararlılıkla devam edeceğiz"

Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Faaliyet Raporu açıklamasında, "Koç Topluluğu olarak sağlıklı bilançomuz, kuvvetli likiditemiz, döviz kazandırıcı faaliyetlerimiz, geniş tedarik zincirimiz ve aralıksız sürdürdüğümüz yatırımlarımız sayesinde bu zorlu dönemde de ülkemiz için değer yaratmayı

sürdürdük" diyerek sözlerine şöyle devam etti: "2021 yılındaki 17,3 milyar TL (1,9 milyar ABD doları) yatırım ile beraber son 5 yılda yaklaşık 53 milyar TL (8,9 milyar ABD doları) yatırım gerçekleştirmiş olduk. Her fırsatta dile getirdiğimiz üzere, ülkemizin geleceğine güveniyoruz ve yatırımlarımıza kararlılıkla devam edeceğiz." Eğitim, bilim, sağlık, kültür ve sanat alanlarındaki çalışmalarıyla toplumsal kalkınmaya çok yönlü destek olduklarını belirten Rahmi M. Koç, "Yarım asrı geride bırakan Vehbi Koç Vakfı sayesinde, ticari başarılarımızla yarattığımız katma değeri çeşitli projeler ve yatırımlar yoluyla halkımızla paylaşıyoruz" ifadelerini kullandı.

Ömer M. Koç: "Aşının yanı sıra tedavi imkânlarının

da gelişmesiyle, 2022'nin ikinci yarısında pandeminin önemli ölçüde kontrol altına alınabileceği öngörülüyor"

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç ise Faaliyet Raporu'nda yer alan açıklamasında COVID-19 pandemisinin yarattığı sıkıntılarla baş etmek zorunda kaldıkları bir yılı daha geride bıraktıklarını belirterek şöyle dedi: "2022 yılında tüm dünyaya yetecek kadar aşı üretilmiş olacak; ancak maddi imkânları yetersiz ülkelerin aşığı erişiminde küresel dayanışmayla hareket edilemezse, sene sonunda gördüğümüz gibi yeni varyantlarla riskin süreceği âşikâr. Yine de, aşının yanı sıra tedavi imkânlarının da gelişmesiyle, 2022'nin ikinci yarısında pandeminin önemli ölçüde kontrol altına alınabileceği öngörülüyor.

NELER OLDU?

Ancak her hâlıkârda, ülkeler ve toplumsal kesimler arasında derinleşen eşitsizliklerle, pandemi sonrasında siyasi risklerin arttığı bir dünya bulacağımız kanaatindeyim.”

“Şartlar ne olursa olsun, miras aldığımız asırlık kurumsal değerlere sınıksız sarılarak Ülkemiz ve insanlık adına en iyisini yapma gayretinde olacağız”

Koç Topluluğu’nun belirsizliklerle dolu bir seneyi daha memnuniyet verici finansal neticelerle geride bıraktığına dikkat çeken Ömer M. Koç, “Tüm gruplarımız, bütçe öngörülerinin üzerinde bir performans sergilediler. Sürekli değişebilen koşullara uygun kararları alarak, riskleri yönetip fırsatlardan istifade ederken, uzun vadeli stratejik odağımızı da muhafaza ettik. Yapı Kredi’de ortağımızın hisselerinin satın alınması ve Koç Holding ile Arçelik hisselerinin geri alım programları piyasa tarafından müspet karşılandı. 2020’de duyurduğumuz Arçelik-Hitachi ortaklığının tamamlandığı ve Ford Otosan’ın ülkemizin elektrifikasyon odaklı en büyük otomotiv yatırımına fiilen başladığı bir seneyi geride bırakıyoruz. Arçelik’in Whirlpool’un Türkiye’deki şirketini ve Entek’in Süloğlu rüzgâr enerjisi santralini satın alması da yıl içinde attığımız diğer önemli adımlardı. Başarılı finansal neticelerimize yansıyan operasyonel ve stratejik kararları hızla alıp hayata geçirirken, değişimi kucaklayan bir kültürü yerleştirme çabalarımızın meyvelerinden istifade ediyoruz. Dijital dönüşüm,

çevik yönetim, sıfır bazlı bütçeleme, inovasyon ve girişimcilik projelerimizle şekillenen kültürel dönüşüm programımızın kapsamına bu sene, önemli bir adım atarak karbon dönüşüm ayağını da ekledik. Küresel ekonominin ve siyasetin en önemli gündem maddelerinden biri hâline gelen bu konunun, yakın gelecekteki rekabetçiliğimizi şekillendireceği açıktır. Karbon Dönüşüm Programımız, bizi bu geleceğe hazırlayacak iddialı ve gerçekçi bir bakış açısı sunacak. Ne mutlu ki, 2021 senesinde de ülkemizin en itibarlı markası olarak gösterildik. Her zaman vurguladığım üzere, itibarımızın en önemli unsuru geleceğimiz olan gençlerimiz nezdindeki algımızdır. Koç Topluluğu, onların umutlarını besleyen ve ideallerini gerçekleştirmelerini mümkün kılan ‘güvenilir bir paydaş’ olmak için elinden geleni yapmayı sürdürecektir. Şartlar ne olursa olsun, miras aldığımız asırlık

kurumsal değerlere sınıksız sarılarak ülkemiz ve insanlık adına en iyisini yapma gayretinde olacağız” dedi.

Levent Çakıroğlu: “Yaşanan zorluklara rağmen, portföyümüzün yapısı, basiretli finansal yönetim ve sağlam iş stratejimizle seneyi sıra dışı bir finansal performansla kapattık”

Koç Holding CEO’su Levent Çakıroğlu da Faaliyet Raporu’nda yer alan açıklamasında, “Yaşanan zorluklara rağmen, portföyümüzün yapısı, basiretli finansal yönetim ve sağlam iş stratejimizle seneyi tüm gruplarımızda bütçenin üzerinde, sıra dışı bir finansal performansla kapatmanın mutluluğunu yaşıyoruz” derken şunları kaydetti: “2021’de konsolide gelirlerimiz %89 artışla 346,7 milyar TL’ye ulaşırken, kombine yurt dışı gelirlerimiz 19 milyar ABD doları seviyesinde gerçekleşti. Belirsizlik ortamına rağmen 2021’de

yaptığımız 17,3 milyar TL kombine yatırımla, son 5 senedeki yatırımlarımızın toplam tutarını 53 milyar TL’ye çıkardık. Küresel büyüme vizyonumuz doğrultusunda yurt dışı yatırım faaliyetlerimizi de sürdürüyoruz. Koç Topluluğu’nun bilhassa son iki senedir büyük zorluklar altında başarıyla sınıyan performansının ardında, hem bir asırlık köklü kurumsal değerlerimizden aldığımız güç hem de inançla sarıldığımız dönüşüm programları sayesinde geliştirdiğimiz modern yetkinliklerimizin büyük rolü var. Dijital dönüşüm, inovasyon, kurum içi girişimcilik, çevik yönetim ve sıfır bazlı bütçeleme

KOÇ HOLDİNG’İN YENİ YÖNETİM KURULU

Koç Holding 58. Olağan Genel Kurul Toplantısı sonucunda seçilen Yönetim Kurulu şu isimlerden oluşuyor:

Rahmi M. Koç - Şeref Başkanı
Ömer M. Koç - Yönetim Kurulu Başkanı
Ali Y. Koç - Başkan Vekili
Semahat S. Arsel - Üye
Caroline N. Koç - Üye
İpek Kırarç - Üye
Levent Çakıroğlu - Üye ve CEO
Jacques A. Nasser - Üye
Emily K. Rafferty - Bağımsız Üye
Dr. Cem M. Kozlu - Bağımsız Üye
Peter Martyr - Bağımsız Üye
Michel Ray de Carvalho - Bağımsız Üye

NELER OLDU?

gibi, özünde gelecek odaklı, çok boyutlu bir kültürel değişim içeren programlarımızla, yurt içinde ve uluslararası itibarlı platformlarda paydaşlarımıza örnek gösteriliyoruz." "Yürüttüğümüz tüm dönüşüm programlarının öznesi, gurur duyduğumuz insan kaynağımızdır"

diyen Levent Çakıroğlu sözlerini şöyle sürdürdü: "Kapsamlı programlarla tüm şirketlerimizde çevik yönetim anlayışını yaygınlaştırıyor, şirket içi diyalog mekanizmalarını iyileştiriyoruz. Stratejik iş gücü dönüşümü çalışmalarımız da 2021 yılında

hız kazandı. Forbes Dergisi'nin yayımladığı 'Dünyanın En İyi İşverenleri' araştırması listesinde son 5 yıldır devam eden Türkiye 1.'liğini 2021 yılında da bırakmadık; Koç Holding bir önceki yıla göre 124 sıra yükselerek dünyanın en iyi 165'inci işvereni seçildi." ■

2021 YILINDA KOÇ HOLDİNG VE KOÇ TOPLULUĞU...

Faaliyet Raporu'nda Yönetim Kurulu'nun 2021 yılına ilişkin genel değerlendirmesi şöyle yer aldı:

- Koç Holding, Fortune'un "Dünyanın En Büyük 500 Şirketi" sıralamasında yer alan tek Türk şirkettir. Ayrıca, Forbes tarafından yayımlanan "Dünyanın En İyi İşverenleri" listesinde bu yıl da Türkiye'nin 1 numarası olmuştur.
- 2021 yılında Koç Holding'in kombine gelirleri 544,3 milyar TL olmuştur.
- Küresel büyüme, güçlü markalar yaratma, tüm paydaşlarımız için hep daha fazla değer sağlama ve insan kaynağımızı geliştirme hedefleri yatırımlarımıza yön vermeye devam etmiştir. 2021'de yapılan 17,3 milyar TL kombine yatırım ile son 5 yıllık toplam tutar 53 milyar TL'ye ulaşmıştır. En fazla yatırım otomotiv sektöründe gerçekleştirilmiş, onu enerji ve dayanıklı tüketim sektörleri izlemiştir.
- Ar-Ge, inovasyon, teknoloji ve dijital dönüşüm Topluluğumuzun odaklandığı başlıca alanlar arasında olmaya devam etmiştir. 2021 yılında yaklaşık 3,3 milyar TL Ar-Ge yatırımı yapılmıştır. Koç Topluluğu, Türkiye'de özel sektör Ar-Ge yatırımlarının yaklaşık yüzde 7'sini gerçekleştirmektedir.
- Koç Topluluğu'nun yurt dışı gelirleri, özellikle otomotiv ve dayanıklı tüketim şirketlerimizin ihracat performansları ile 19 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiş; yurt dışı gelirlerin toplam kombine gelirler içindeki payı yüzde 32 olmuştur. Tüpraş dahil yabancı para ve yabancı paraya endeksli gelirler, toplam kombine gelirlerin yüzde 53'ünü oluşturmuştur.
- 31 Aralık 2021 itibarıyla, Borsa İstanbul 100 endeksindeki (BIST 100) halka açık şirketleri ile

Koç Holding'in toplam değerinin, BIST 100'deki şirketlerin piyasa değeri içindeki payı yüzde 21 seviyesinde gerçekleşmiştir.

- Koç Topluluğu'nun kombine gelirlerinin Türkiye'nin GSYH'sine oranı yüzde 8 seviyesinde olup; ihracatı Türkiye'nin toplam ihracatının yaklaşık yüzde 7'sini oluşturmuştur.

Koç Topluluğu'nun sürdürülebilirlik öncelikleri ile buna bağlı performansına detaylıca yer verilen Koç Holding 2021 yılı Faaliyet Raporu'nda öne çıkan başlıklar ise şöyle:

- Koç Topluluğu'nun iş modelinin odağında faaliyet gösterdiği ülkeler ve dünya için uzun vadeli, sürdürülebilir değer yaratmak bulunmaktadır. Bu doğrultuda, Koç Holding sürdürülebilirlik alanındaki çalışmalarını "Geleceğe. Birlikte" stratejisi çerçevesinde yönetmektedir.
- İklimle Bağlantılı Finansal Beyanlar Görev Gücü'ne (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures - TCFD) destek veren şirketler arasında yer alan Koç Holding iklim değişikliğinden kaynaklanan riskleri ve oluşabilecek fırsatları TCFD çerçevesinde yönetmeyi, paydaşlarına düzenli olarak açıklamayı ve ekosistemine yaygınlaştırmayı hedeflemektedir.
- Koç Holding 2050 karbon nötr hedefi doğrultusunda, Kapsam 1 ve Kapsam 2 sera gazı emisyonlarını 2017 referans yılına göre 2030 yılında %27, 2040 yılında %49 oranında azaltmayı hedeflemektedir. Bu hedefe ulaşmak için gereken düşük karbon ekonomisine geçiş yol haritasını oluşturmak adına Topluluk genelinde Karbon Dönüşüm Programı başlatılmıştır.

SENDEO, TÜRKİYE’NİN 81 İLİNDE HİZMET VERMEYE BAŞLADI

MAYIS 2021’DE İSTANBUL’DA BAŞLADIĞI YOLCULUĞUNA EYLÜL 2021’DE 16 İL İLE DEVAM EDEN VE ŞUBAT AYI İTİBARIYLA DA 81 İLİN TAMAMINDA HİZMET VERMEYE BAŞLAYAN SENDEO, 8 TRANSFER, 5 DAĞITIM MERKEZİ VE 1.000’DEN FAZLA TESLİMAT NOKTASIYLA LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN YENİLİKÇİ, SÜRDÜRÜLEBİLİR VE TEKNOLOJİK MARKASI OLMAYA DEVAM EDİYOR.

Bir yıldan kısa bir sürede Türkiye’nin 81 ilinde faaliyet göstermeye başladıkları için son derece gururlu olduklarını belirten Sendeo Genel Müdürü Özgün Şahin, “E-ticarettteki yükseliş kargo ve lojistik şirketlerinin hacimlerinde, taşıdıkları ürün portföylerinde ciddi değişimleri de beraberinde getiriyor. Bugün dağıtım ve teslimat sektöründe toplam hacmin yarısından fazlasını e-ticaret gönderileri oluşturuyor. Biz de teknolojik altyapımız, cesur ve yenilikçi bakış açımız, genç ve dinamik kadromuz, operasyonel kalitemizle sektörde fark yaratacağız. Sektörün yenilikçi ve sürdürülebilir markası olarak hem bugüne hem de geleceğe odaklanıyoruz. Teknoloji odaklı bakış açımız ve yenilikçi yaklaşımımızla son noktaya teslim edeceğimiz gönderileri, müşterilerimizin istediği gibi, mutlulukla ve güvenle teslim edeceğiz” dedi.

“Müşteri memnuniyetinde lider marka olma vizyonu ile hareket ediyoruz”

Klasik dağıtım operasyonlarından farklı olarak çalıştıklarını söyleyen Şahin, “81 ili kapsayan hizmetimizi klasik dağıtım operasyonlarından farklı olarak şubeler yerine transfer ve dağıtım merkezleriyle gerçekleştiriyoruz. 81 ilde; 8 transfer, 5 dağıtım merkezi ve 1.000’in üzerinde teslimat noktasıyla lojistik sektörünün yenilikçi ve teknolojik markasıyız. 2022 yılı sonuna kadar 11 transfer, 45 dağıtım merkezi ve 2.400 teslimat noktasına ulaşmayı hedefliyoruz” dedi. Türkiye’nin en büyük e-ticaret



markaları ile çalıştıklarını söyleyen Şahin, “81 il operasyonumuzun tamamlanmasıyla birlikte ileri teknoloji ile harmanlanmış ürünlerimiz ve artan istihdam sayımızla birlikte günlük teslimat sayımızı Eylül ayına göre yüzde 260 arttırdık. Bu oranın 2022’nin sonunda 10 kat artmasını bekliyoruz. Kasım ayında 2025 yılına kadar 60 milyon dolar yatırım hedefimiz olduğunu söylemiştik ve bu yatırımlarımızı gerçekleştirmeye başladık. Müşteri memnuniyetinde lider marka olma vizyonu ile hareket ediyoruz” ifadelerini kullandı.

Teslimat noktalarıyla gönderiler güvenle sahiplerine ulaşıyor

Teknolojiyi iş süreçlerinin merkezine oturttukları faaliyetlerine başlayan marka, süreçlerini “akıllı lojistik (smart logistic)” çatısı altında gerçekleştiriyor. Akıllı lojistik hem operasyonel süreçlerde hem de müşteri deneyiminde kullanılıyor. Sendeo teslimat noktaları da bunlardan biri. Teslimat noktalarıyla sektöre yeni bir anlayış getiren

ve bu iş modeliyle pazarda fark yaratan Sendeo’da müşteriler gönderilerini, kendilerine en yakın Sendeo noktasından güvenle teslim alabiliyor. Teslimat noktası hizmeti veren perakende noktalarının trafiğinin artması da bu iş modelinin bir diğer avantajı olarak öne çıkıyor.

“Mutlu çalışan eşittir mutlu müşteri”

Çok kısa bir süre içerisinde önemli bir yol kat ettiklerini söyleyen Şahin, “400 kişilik bir ekiple başladığımız yolculuğumuza büyüyerek devam ediyoruz. 4 aylık süre içerisinde istihdamımızı yüzde 70’ten fazla artırdık. 2022 yılı içerisinde 2.500 çalışan sayısına ulaşmayı hedefliyoruz. Saha operasyon sorumlularımızdan üst yönetime kadar motivasyonu yüksek, dinamik ve yenilikçi bir ekiple çalışıyoruz. Hedeflerimize ulaşacak ve bizi başarıya götürecek en temel unsurun ‘mutlu çalışan eşittir, mutlu müşteri’ olduğuna inanıyoruz ve tüm yatırımlarımızı bu amaç etrafında gerçekleştiriyoruz” dedi. ■

TÜPRAŞ, "İKLİMİLE BAĞLANTILI FİNANSAL BEYANLAR GÖREV GÜCÜ"NE KATILDI

2050 YILINDA KARBON NÖTR OLMA YOLUNDA "STRATEJİK DÖNÜŞÜM PLANI"NI GEÇTİĞİMİZ KASIM AYINDA AÇIKLAYAN TÜPRAŞ, BU HEDEFİNE YÖNELİK ÇALIŞMALARINI GÜÇLENDİRMEK ÜZERE "İKLİMİLE BAĞLANTILI FİNANSAL BEYANLAR GÖREV GÜCÜ"NE DESTEK VEREN KÜRESEL ŞİRKETLER ARASINA KATILDI.

Tüpraş, sürdürülebilirlik alanındaki öncü uygulamalarına bir yenisini daha ekledi. Bir süre önce, Koç Holding'in başlattığı Karbon Dönüşüm Programı kapsamında, "2050 Karbon Nötr hedefini ve Stratejik Dönüşüm Planı"nı açıklayan Tüpraş, "İklımle Bağlantılı Finansal Beyanlar Görev Gücü"ne (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures - TCFD) destek veren küresel şirketler arasında yerini aldı. İklim kriziyle mücadelede ve düşük karbon ekonomisine geçiş yolculuğunda, Koç Holding'in ortaya koyduğu vizyon doğrultusunda ilerlediklerini ve bu yöndeki çalışmalarını uzun süre önce başlattıklarını dile getiren Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu, "60 yılı aşkın köklü birikimimizden aldığımız güçle 'Enerjimiz Geleceğe' diyerek başlattığımız yolculuğumuzda, geleceğin enerjisini üretmek için dönüşüyor, sürdürülebilir bir dünya için değişiyoruz. 2050'de karbon nötr olmayı taahhüt ettiğimiz ve odaklanacağımız yeni iş alanlarına yönelik açıkladığımız Stratejik Dönüşüm Planımız kapsamında, farklı enerji türlerini entegre bir iş modeliyle üretmeyi, gelecekte de Türkiye'nin en büyük enerji sanayii şirketi konumumuzu güçlendirmeyi ve Türkiye'nin temiz enerji dönüşümüne öncülük etmeyi hedefliyoruz. Bu doğrultuda yeni yatırımlar yaparak, mevcut varlıklarımızı sürdürülebilir kârlı büyüme yaklaşımıyla yönetmeyi amaçladık. Çalışmalarımızda



özellikle iklim değişikliği ile mücadele konusunu önceliklendirdik. Tüm iş süreçlerimizde iklim değişikliği risklerini yönetirken, Yeşil Mutabakat başta olmak üzere, İklimle Bağlantılı Finansal Beyan Görev Gücü gibi uluslararası platformlardaki gelişmeleri de yakından takip ediyor, gelecek planlarımızı buna göre oluşturuyoruz. Düşük karbon ekonomisine geçişte, dünyanın önde gelen kuruluşlarını bir araya getiren, İklimle Bağlantılı Finansal Beyanlar Görev Gücü'ne destek veren şirketler arasına katılmamız, sürdürülebilir gelecek vizyonumuzun somut bir göstergesi. Böylece, iklim krizinden kaynaklanan riskleri ve fırsatları daha etkin ve şeffaf bir şekilde yönetecek, raporlamalarımız kapsamında tüm paydaşlarımıza düzenli bir şekilde açıklayacağız" dedi.

Tüpraş, Stratejik Dönüşüm Planı

kapsamında, emisyonlarını azaltarak dengeli, çeşitlendirilmiş ve temiz enerji portföyüyle karbon nötr bir enerji şirketine dönüşmeyi hedefliyor. Yeni plan kapsamında, dönüşüm için gereken kaynağı mevcut faaliyetlerine yönelik verimlilik ve katma değerli ürün yatırımlarından sağlayacak olan Tüpraş, yeni enerji yatırımlarının ağırlıklı kısmını, biyoyakıtlar alanına ve yeşil hidrojen üretimiyle entegre bir iş modeli kurmak için ihtiyaç duyduğu sıfır karbonlu elektrik tesislerine ayıracak.

Tüpraş, ilk aşama olarak üretim faaliyetlerinden kaynaklı Kapsam 1 ve 2 emisyonlarını 2017'ye göre 2030 yılında yüzde 27, devam eden yatırımlarla da 2035 yılında yüzde 35 oranında azaltmayı taahhüt ediyor. Şirket, 2050 itibarıyla faaliyetlerine karbon nötr olarak devam etmeyi öngörüyor. ■

MSCI ESG DERECELENDİRMESİNİN LİDERİ YAPI KREDİ

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR DÜNYA İÇİN SINIRLARI KALDIRMAK ADINA VAR GÜCÜYLE ÇALIŞAN YAPI KREDİ, ŞİRKETLERİN UZUN VADELİ ÇEVRESEL, SOSYAL VE YÖNETİŞİM (ESG) RİSKLERİNE KARŞI DİRENCİNİ ÖLÇEN MSCI ESG DERECELENDİRMESİNDE NOTUNU 3 SEVİYE BİRDEN YÜKSELTEREK BB'DEN AA SEVİYESİNE TAŞIMAYI BAŞARDI.

ESG riskleri karşısında emsallerine kıyasla şirketlerin bu riskleri ne kadar iyi yönettiklerini görmek ve sektör liderlerini belirlemek için yapılan ESG derecelendirmesinde Yapı Kredi, AA notuyla "Lider" sınıfına girmeye hak kazandı. Çevresel, sosyal ve yönetim boyutlarında yedi ana başlıkta yapılan değerlendirmeler sonucunda Yapı Kredi, Türkiye'de AA seviyesinde puan alan tek banka oldu.

Söz konusu derecelendirmede ele alınan konular arasında; "Finansman Faaliyetlerinde Çevresel Etkilerin Gözetilmesi", "İnsan Sermayesinin Gelişimi", "Gizlilik ve Veri Güvenliği", "Tüketicinin Finansal Olarak Korunması" ve "Kurumsal Davranış" gibi bankanın tüm paydaşlarına katma değer sağlayacak çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) faaliyetlerinin değerlendirildiği başlıklar yer alıyor.

ESG risklerini en iyi şekilde yönetiyoruz

Sürdürülebilir ekonomik büyümenin ancak çevresel ve sosyal sürdürülebilirlikle mümkün olabileceğinin altını çizen Yapı Kredi CEO'su Gökhan Erün, şu değerlendirmede bulundu: "Tüm dünyada büyük önem kazanan çevresel, sosyal ve yönetim yani ESG konularında, tüm kurumların üzerine düşen görevleri titizlikle yerine getirmesi gerekiyor. Bu alanda uzun yıllardır sektöre örnek olan işlere imza atmış bir kurum olarak biz de sürdürülebilirlik konularının dünyamız, sektörümüz ve tüm paydaşlarımız için öneminin farkındayız. Ülkemizin en köklü finans

kuruluşlarından biri olarak bu konuda sahip olduğumuz sorumluluğa yakışır şekilde hareket ediyoruz. Uluslararası finans kuruluşlarının standartlarına paralel olarak güçlü bir ESG yaklaşımını sergilerken, bu konuda dünyadaki en kapsamlı yaklaşım olan 'Ekvator Prensipleri'ne de her geçen gün daha uyumlu hâle gelerek kendimizi geliştirmeye devam ediyoruz.

Bununla birlikte, ana hissedarımız Koç Holding liderliğinde geçtiğimiz yıl hayata geçirilen Karbon Dönüşüm Programı kapsamında, kredi portföyümüzden kaynaklanan emisyonların hesaplanması ve sonrasında bu emisyonlara yönelik azaltım hedefleri belirlenmesine yönelik bir proje de başlattık. Bu proje kapsamında, Koç Grubu genelindeki ortak hedef olan 2050 karbon nötr hedefine ulaşabilmek amacıyla, kredi portföyümüzden kaynaklı emisyonları zaman içinde azaltmayı ve portföyümüzün geçiş süreci ile ilgili stratejiler geliştirmeyi hedefliyoruz. Öte yandan, küresel iklim krizi ile mücadele kapsamında İklimle Bağlantılı Finansal Beyanlar Görev Gücü'ne (TCFD) destek veren şirketler arasında yer alıyoruz. Ayrıca, Bilim Temelli Hedefler Girişimi'ne (Science Based Target Initiative) emisyonlarımızı azaltma taahhüdü vererek Paris Anlaşması'nın hedefleri doğrultusunda gezegenimize katkıda bulunuyoruz."

Sorumlu bir yaklaşım sergiliyoruz

Yapı Kredi olarak kredilendirme faaliyetlerinden kaynaklanan çevresel ve sosyal etkileri etkin bir şekilde yönettiklerini



belirten Erün, şunları aktardı: "Kredilendirme kararlarında finansal incelemelerin yanında, ESG odaklı ek değerlendirmelerle potansiyel risk ve fırsatları da belirleyerek yapılan analizlerin kapsamını genişletiyoruz. Bu sayede, müşterilerimizde de sürdürülebilirlik odaklı dönüşümü desteklemeyi hedefliyoruz. ESG alanındaki titiz çalışmalarımız hem ulusal hem uluslararası alanda takdir görüyor. Son olarak dünyanın önde gelen ESG derecelendirme kuruluşlarından MSCI ESG derecelendirmesinde 'Lider' sınıfında yer alan ülkemizdeki tek finans kuruluşu olmaktan dolayı çok gururluyuz. Önümüzdeki dönemde de sürdürülebilirliği; ekonomik, sosyal ve çevresel her alanda benimseyerek tüm iş süreçlerimize entegre etmeye ve sürdürülebilir bir gelecek için var gücümüzle çalışmaya devam edeceğiz." ■

OTOMOTİV PERAKENDE SEKTÖRÜNE YÖN VEREN İKİ DEV MARKA BİRLEŞTİ

GÜÇLERİNİ TEK BİR MARKA ALTINDA BİRLEŞTİREN OTOKOÇ VE BİRMOT, TÜM FAALİYETLERİNİ OTOKOÇ OLARAK DEVAM ETTİRECEK. SÖZ KONUSU YENİ YAPILANMAYLA BİRLİKTE TÜM ARAÇ MARKALARI VE HİZMETLER OTOKOÇ ADI ALTINDA TOPLANDI.

Otokoç ve Birmot'un güçleri, "Otokoç" adı altında birleşti. Otokoç Otomotiv tarafından yapılan açıklamaya göre söz konusu yeni yapılanmayla birlikte daha önce Otokoç ve Birmot altında yer alan tüm araç markaları ve hizmetler Otokoç markası altında toplandı. Türkiye'nin lider otomotiv perakendecisi Otokoç Otomotiv çatısı altındaki Otokoç ve Birmot'un tek bir isim altında birleşmesinin getirdiği avantajlara dikkat çeken Otokoç Otomotiv Perakende Genel Müdür Yardımcısı Uğur Güven, "Türkiye'nin en önemli ve en inovatif şirketlerinden biri olarak konumlanan, tüketici bilinirliği yüzde 90'ları aşan, sektörel sivil toplum kuruluşlarında aktif rol alarak

otomotiv sektörünün büyümesine ilave katma değer yaratmaya devam eden Otokoç Otomotiv, bu birleşme ile şimdi daha da büyüyecek. 'Yenilikçi mobilite çözümleri geliştiren, küresel ve lider referans noktası olma vizyonu' doğrultusunda hayata geçirilen bu yeni güç birliği ile kurum olarak büyümeye devam ederken, Türkiye mobilite sektöründeki liderliğimizi daha da pekiştireceğimize ve otomotiv perakende sektörünün daha da güçleneceğine yürekten inanıyorum" dedi.

Birmot ve Otokoç'un tek bir isim altında birleşmesiyle birlikte Ford, Ford Trucks, Volvo, Fiat, Alfa Romeo, Jeep ve Maserati markaları Otokoç bünyesinde toplandı. ■



Uğur Güven, bu birleşmeyle Otokoç Otomotiv'in daha da büyüyeceğine vurgu yapıyor.

KOÇ HOLDİNG, İŞE ALIM SÜREÇLERİNDE KENDİ TASARLADIĞI YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİSİNİ KULLANACAK

KOÇ TOPLULUĞU, İŞE ALIM SÜREÇLERİNİ YAPAY ZEKÂ TEKNOLOJİSİ İLE BİRLEŞTİRİYOR. KOÇ HOLDİNG'İN TASARLADIĞI YAPAY ZEKÂ YAZILIMI, ADAYLARIN ÖZGEÇMİŞLERİNİ OTOMATİK OLUŞTURARAK VERİ TABANINA İŞLEMENE VE YETENEĞE UYGUN POZİSYON AÇILDIĞINDA ADAY BAŞVURMADAN DEĞERLENDİRMENE ALMA İMKÂNI SUNUYOR.

Koç Holding, insan kaynakları alanında kendi kaynaklarıyla geliştirdiği yenilikçi bir uygulamayı daha hayata geçirdi. Koç Holding'in tasarladığı yapay zekâ yazılımı ile Koç Topluluğu'nun kurumsal kariyer platformu Koç Kariyerim'de açık pozisyonların en hızlı şekilde doğru yeteneklerle buluşturulması hedefleniyor. Koç Kariyerim kullanıcıları, bilgilerini, tek tek girmek zorunda kalmadan, sadece mevcut özgeçmişlerini sisteme yükleyerek otomatik olarak profillerini oluşturabilecek; yapay zekâ destekli yazılım sayesinde işlenen veriler, kişinin yeteneğine uygun bir pozisyon açıldığında başvuru yapılmasına gerek kalmadan eşleştirilecek.

Koç Holding, geliştirdiği bu sistem ile yine bir ilki gerçekleştiriyor. Koç Holding liderliğinde, KoçDigital ile birlikte tasarlanan sistem, yapay zekâ algoritması ile hem Türkçe hem de İngilizce özgeçmişlerdeki verileri yüksek başarı oranı ile işliyor. Sistem sayesinde, açık pozisyonlar daha hızlı bir şekilde, daha doğru yeteneklerle eşleşiyor; sadece adaylar için değil, işe alım uzmanları için de zaman tasarrufu sağlanıyor. Milyonlarca adayın bilgisini tarayarak pozisyona uygun yeteneklerden rafine ve doğru eşleşmiş bir aday havuzu yaratan sistem, nitelikli adayların gözden kaçmasına engel olurken, işe alım sürecinde de eşitlikçi bir yapı sunuyor. ■

OTOKAR, ASYA-PASİFİK'TEKİ VARLIĞINI ARTIRMAYI HEDEFLİYOR

DÜNYANIN FARKLI BÖLGELERİNDE ELDE ETTİKLERİ DENEYİMLERİ, ARAÇ GELİŞTİRME ÇALIŞMALARINA YANSITTIKLARINI BELİRTEN OTOKAR GENEL MÜDÜRÜ SERDAR GÖRGÜÇ, "OTOKAR ARAÇLARI HALİHAZIRDA ASYA-PASİFİK BÖLGESİNDE BAŞARIYLA HİZMET VERİYOR. AMACIMIZ BURADAKİ VARLIĞIMIZI ARTIRMAK. BÖLGEDEKİ FARKLI İŞ BİRLİĞİ VE İHRACAT FIRSATLARINI YAKINDAN TAKİP EDİYORUZ" DEDİ.

Otokar, kara sistemleri alanındaki ürün ve kabiliyetlerini küresel çapta tanıtmaya devam ediyor. Otokar'ın savunma sanayii alanında global bir oyuncu olduğunu belirten Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç, "Savunma sanayiinde her geçen gün yeni başarılar elde ediyor; global ölçekteki bilgi birikimimiz, tasarım ve mühendislik kabiliyetlerimiz, Ar-Ge çalışmalarımız ile ön plana çıkıyoruz. Son 10 yılda ciromuzun yaklaşık yüzde 8'ini Ar-Ge faaliyetlerine ayırdık. Araçlarımız çok farklı coğrafyalarda, zorlu iklim koşullarında, riskli bölgelerde aktif olarak hizmet veriyor. Dünyanın farklı bölgelerinde elde ettiğimiz deneyimleri, araç geliştirme çalışmalarımıza yansıtıyoruz. Otokar araçları halihazırda Asya-Pasifik bölgesinde başarıyla hizmet veriyor. Amacımız buradaki varlığımızı artırmak. Bölgedeki farklı iş birliği ve ihracat fırsatlarını yakından takip ediyoruz" dedi. Otokar'ın halihazırda NATO ve Birleşmiş Milletler'in kara sistemleri tedarikçilerinden biri olduğuna dikkat çeken



Görgüç; "Askeri araçlarımız Türk ordusu ve güvenlik güçleri dahil dünyada 35'ten fazla dost ve müttefik ülkedeki 55 kullanıcı envanterinde yer alıp aktif olarak hizmet veriyor. Uluslararası arenada büyük global oyuncularla rekabet ediyoruz. Ürün tedarikinin yanı sıra kara araçlarında Ar-Ge ve teknoloji transferi kabiliyetlerimizle de ön plana çıkıyoruz" açıklamasını yaptı. ■

OTOKAR, BIG SEE AWARDS'TAN İKİ ÖDÜLE DÖNDÜ

KULLANICI BEKLENTİLERİNE GÖRE TASARLAYIP ÜRETTİĞİ ARAÇLAR İLE TÜRKİYE'NİN YANI SIRA 50'DEN FAZLA ÜLKEDE TOPLU ULAŞIMDA FARK YARATAN OTOKAR, BIG SEE AWARDS 2022'DE "MOBİLİTE" KATEGORİSİNDE ÖDÜLLERİN SAHİBİ OLDU.

Otokar, uluslararası platformlarda elde ettiği başarılarına yenilerini eklemeye devam ediyor. Geçen yıl Territo U aracı ile BIG SEE Awards 2021'de ve European Product Design Award'da farklı ödüllere layık görülen Otokar, bu yıl da tasarımdaki başarısını tescilledi. Şirket, yaratıcılığı keşfetmek ve teşvik etmek amacıyla her yıl Avrupa'da düzenlenen tasarım yarışması BIG SEE Awards 2022'de rakiplerini geride bıraktı.

Tasarım anlamında özgün çalışmaların yaygınlaşmasına katkıda bulunan BIG SEE Awards'a katılan Otokar, yurt dışı otoritelerin değerlendirmelerinde bir kez daha öne çıktı. Başta Avrupa olmak üzere dünyanın 50'den fazla ülkesinde milyonlarca yolcuya konforlu, güvenli seyahat imkânı sunan Otokar'ın Ticari Araçlar Endüstriyel Tasarım ekibi tarafından Türkiye'de tasarlanan ve tamamı Otokar mühendisleri tarafından üretilen Kent Körüklü otobüsünün BRT versiyonu ve yeni elektrikli otobüsü Kent



Electra, ürün tasarımı dalında "Mobilité" kategorisinin kazananları oldu. Bu yıl 22 jüri üyesinin yer aldığı BIG SEE Awards'ta 21 ülkeden 6 kategoride yüzlerce ürün yarıştı. Otokar daha önce Avrupa pazarı için geliştirdiği Territo otobüsü ile bu ödüle layık görülmüştü. ■

ARÇELİK, 8 YILDA 10 MİLYON HANENİN GÜNLÜK TÜKETİMİNE EŞDEĞER SU TASARRUFU SAĞLADI

ARÇELİK, İŞ LİDERLERİNİ SU YÖNETİMİ KONUSUNDA HAREKETE GEÇİRMİYİ HEDEFLEYEN CEO WATER MANDATE'İN TÜRKİYE'DE SAYILI DESTEKÇİLERİNDEN BİRİ OLDU. ARÇELİK CEO'SU HAKAN BULGURLU, "ESKİ TEKNOLOJİYE SAHİP ÜRÜNLERİ, GÜÇLÜ AR-GE'MİZLE GELİŞTİRDİĞİMİZ ENERJİ VE SU VERİMLİLİĞİ DAHA YÜKSEK, ÇEVRE DOSTU ÜRÜNLERLE DEĞİŞTİREREK SON 8 YILDA 8,1 MİLYON TON SU TASARRUFU SAĞLADIK; BU 10 MİLYON HANENİN GÜNLÜK SU TÜKETİMİNE EŞİT" DEDİ.

Arçelik, Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin girişimi olan ve iş liderlerini su yönetimi konusunda harekete geçirmeyi hedefleyen CEO Water Mandate'in destekçisi olduğunu açıkladı. CEO Water Mandate'e destek veren şirketler, su yönetimi konusunda hem kendi operasyonlarında hem de tüm değer zinciri boyunca çalışmalar yapıyor, su yönetimi konusunda iş birlikleri geliştiriyor; dünyanın karşı karşıya kaldığı su sorununa ilişkin çözümler geliştirmeyi hedefliyor. Arçelik CEO'su Hakan Bulgurlu, "Ar-Ge ve inovasyon gücümüz ile enerji ve su verimliliği daha yüksek ürünler geliştiriyoruz. Son 8 yılda eski teknolojiye sahip ürünleri çevre dostu yeni ürünlerle değiştirerek 8,1 milyon ton su tasarrufu sağladık; bu 10 milyon hanenin günlük su tüketimine eşit. Ayrıca son 12 yılda işletmelerimizde gerçekleştirdiğimiz su verimliliği ve yağmur suyu geri kazanımı çalışmalarımız ile 2,17 milyon m³ su tasarruf ettik; bu miktar da yaklaşık 2,7 milyon hanenin günlük su tüketimine denk. 2030'a kadar Türkiye, Romanya, Rusya, Tayland, Güney Afrika ve Pakistan üretim tesislerimizde ürün başına su çekimini 2015 baz yılına göre %45 oranında azaltmayı hedefliyoruz" dedi. ■



POINTE DE CAU (NB123) DENİZLE BULUŞTU

RMK MARINE, FRANSIZ MÜŞTERİSİ SOGESTRAN SHIPPING İÇİN KIZAK İNŞA SÜRECİ TAMAMLANAN NB123 İNŞA NUMARALI 4.700 DWT'LUK POINTE DE CAUX İSİMLİ KİMYASAL TANKERİ PLANLANAN TARİHTE BAŞARIYLA DENİZE İNDİRDİ.

Sogestran Shipping Genel Müdürü Benoist Grosjean ve RMK Marine Genel Müdürü Adnan Nefesoğlu, geminin ilk defa mavi sularla buluştuğu etkinlikte gerçekleştirdikleri konuşmalarda süreçten duydukları memnuniyeti

dile getirerek, projede emeği geçen herkese teşekkür ettiler. Konuşmasında ayrıca, geminin spesifik özelliklerinin yanı sıra emniyet hususlarından da bahseden Benoist Grosjean, gemi inşa sürecinin büyük bir özen ve

ciddiyetle gerçekleştirildiğini de sözlerine ekleyerek RMK Marine'e, Sogestran Shipping'in teknik personeline ve tüm alt yüklenicilere gayretlerinden ötürü minnettarlığını ifade etti.

Etkinlikte yapılan konuşmalarda bundan sonraki aşamada, NB123 projesinin denizde donatım faaliyetlerinin de başarıyla yerine getirileceği vurgulandı. Liman ve seyir tecrübelerini içeren süreçlerin de sonlanması ile geminin anahtar teslimi gerçekleşecek ve tamamlanan proje RMK Marine'in gurur tablosundaki yerini alacak. ■



KOÇTAŞ 2022 YILINDA DA EĞİTİMİN “YANI BAŞINDA”

KOÇTAŞ, “YANI BAŞINDA” PROGRAMI İLE 2022 YILINDA DA İHTİYAÇ SAHİBİ İLKÖĞRETİM OKULLARININ YENİLENMESİNE KATKIDA BULUNMAYI SÜRDÜRÜYOR.

Koçtaş, Türkiye’nin dört bir yanında ihtiyaç sahibi ilköğretim okullarına destek olmayı sürdürüyor. Koçtaş, 2020 yılında hayata geçirdiği "Yanı Başında" programı aracılığıyla okulların iç cephelerinin yenilenmesi için boya ve boyacı malzemeleri desteği sağlıyor. 2020 yılında 7 okula, 25. yılı olan 2021 yılında ise 25 okula iç cephe boyası ve boyacı malzemeleri desteği veren Koçtaş, Yanı Başında programı kapsamında 2022 yılında ise 30 okulun daha iç cephesinin yenilemesi için harekete geçti. Koçtaş Genel Müdürü Devrim Kılıçoğlu, Koçtaş’ın insana ve topluma değer katma misyonu ile çeşitli projeler hayata geçirdiğini belirterek “Eğitim alanında verdiğimiz destekleri tek bir çatı altında toplayarak 2020 yılında başlattığımız 'Yanı Başında' programımız ile çocukların daha temiz ve ferah ortamlarda eğitimlerine devam etmelerine katkı sağlıyoruz. İhtiyaç sahibi ilköğretim okullarını, Polisan Kansai Boya ve İzmir Fırça’nın da katkılarıyla destekliyoruz. Programımız ile bugüne kadar 32 okulumuzu yeniledik. Bu yıl da 30 ihtiyaç sahibi okulun daha yanı başında olarak yıl sonunda toplamda 62 okulumuza katkıda bulunmayı



hedefliyoruz. En büyük gücümüz olan çalışanlarımızın da desteğiyle, ihtiyaç sahibi okullarımızı belirliyoruz ve mağazalarda oluşturduğumuz ekiplerimiz bölgelerindeki bu okullara gerçekleştirdikleri ziyaretlerle ihtiyaç analizlerini yapıyorlar. Böylesine önemli bir projede çalışma arkadaşlarımızla birlikte ilerlemenin gururunu yaşıyoruz. Yanı Başında programımızı ara vermeden sürdüreceğiz” dedi. ■

FIAT 500, İNGİLTERE’DE “EN İYİ ŞEHİR OTOMOBİLİ” SEÇİLDİ

FIAT 500, İNGİLTERE’NİN UZMAN 29 OTOMOBİL GAZETECİSİNDEN OLUŞAN (UKCOTY) “İNGİLTERE’DE YILIN OTOMOBİLİ” JÜRİSİ TARAFINDAN “EN İYİ ŞEHİR OTOMOBİLİ” SEÇİLDİ.



Yeni Fiat 500 bir ödül daha kazandı. Fiat markasının ikonik modeli, 2022 İngiltere’de Yılın Otomobili (UKCOTY) Ödülleri kapsamında “En İyi Şehir Otomobili” seçildi. İngiltere’nin 29 saygın otomotiv gazetecisinden oluşan jürinin oylarıyla ödüle layık görülen 500, böylece dokuz farklı kategorinin galibi ile mücadele ederek “2022 İngiltere’de Yılın Otomobili” unvanı için yarışmaya hak kazandı. Fiat 500, gerek bir Cabrio versiyona sahip olması gerekse ikonik ve çekici tasarımıyla İngiliz jürinin puanlarını

aldı. Yeni ve tamamen elektrikli 500’ün bu yıl altıncı kez düzenlenen “İngiltere’de Yılın Otomobili Ödülleri”nde “En İyi Şehir Otomobili” seçilmesinde, batarya verimliliği ve ayrıca rekabetçi fiyatı da önemli bir rol oynadı. Değerlendirmesine “Yeni 500 ile bir ödül daha aldığımız için gururluyuz” diyerek başlayan Fiat CEO’su ve Stellantis Global CMO’su Olivier Francois “Fiat 500, marka mirası ve kültüre dayanan gerçek bir inovasyon örneği. Yeni ve tamamen elektrikli 500 ile Fiat’ın geçmişinin en iyi yönlerini gözler önüne sererken, aynı zamanda, gezegenimizin korunmasına yardımcı olmak için geleceğe odaklandık. Fiat olarak çabamız, daha iyi bir gelecek inşa etmeye yardımcı olmak için kentsel ulaşım dünyasında lider bir oyuncu olarak gücümüzü ortaya koymak. Bunu; İtalyan Dolce Vita (Tatlı Hayat) dokunuşunu insanların hayatlarına dahil ederek, kendimize özgü ve benzersiz bir tarzda yapıyoruz. Böylece insanlar hayatın güzelliğinin tadını çıkarırken, sıfır emisyon da hedefleyebiliyor” dedi. ■

TÜBİTAK'TAN KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NE “EN BAŞARILI KURUM ÖDÜLÜ”

TÜBİTAK'IN EV SAHİPLİĞİNDE, TÜRKİYE'NİN, “UFUK AVRUPA” PROGRAMINA RESMİ KATILIMI NEDENİYLE GERÇEKLEŞTİRİLEN AÇILIŞ ETKİNLİĞİNDE KOÇ ÜNİVERSİTESİ, “EN BAŞARILI KURUM ÖDÜLÜ”NE LAYIK GÖRÜLDÜ. KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NDE YÜRÜTÜLEN ÜÇ PROJE DE, PROGRAM KAPSAMINDA EN BAŞARILI PROJELER ARASINA GİRDİ.

Koç Üniversitesi, dünyanın en büyük inovasyon ve araştırma programı olan “Ufuk 2020” kapsamında TÜBİTAK tarafından, “En Başarılı Kurum Ödülü”ne layık görüldü. Türkiye'nin, “Ufuk Avrupa” programına resmi katılımı nedeniyle TÜBİTAK'ın ev sahipliğinde gerçekleştirilen Ufuk Avrupa Programı Açılış Etkinliği kapsamında, bir önceki program olan “Ufuk 2020”nin başarılı kurum ve kuruluşlarına yönelik Ödül Takdim Töreni düzenlendi. İstanbul'da hibrit katılımla gerçekleştirilen törende, Koç Üniversitesi Ufuk 2020 kapsamında Türkiye'nin en başarılı kurumu seçildi. Koç Üniversitesi bu ödüle, program kapsamında hayata geçirdiği 52 proje ile Türkiye'deki üniversiteler arasında en fazla sayıda proje üreten ve toplamda



23,8 milyon avro ile en yüksek fon desteğini alan üniversite olması nedeniyle layık görüldü. Bu genel başarının ötesinde, Koç Üniversitesi akademisyenlerince yürütülen ve Avrupa Komisyonu tarafından toplamda 6 milyon avro ile fonlanan

üç proje de en başarılı projeler arasında ödüle layık bulundu. Koç Üniversitesi adına En Başarılı Kurum Ödülü'nü Koç Üniversitesi Araştırma ve Geliştirmeden Sorumlu Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Özgür Barış Akan aldı. ■

“İŞİMİZ TEMİZ PROJESİ” TÜRKİYE'YE YAYILIYOR

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ (TOBB) KADIN GİRİŞİMCİLER KURULU TARAFINDAN MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI HAYAT BOYU ÖĞRENME GENEL MÜDÜRLÜĞÜ VE OPET'İN DESTEĞİYLE GELİŞTİRİLEN “İŞİMİZ TEMİZ PROJESİ” KAPSAMINDA PİLOT İLLERİN ARDINDAN 17 İLDE DAHA HİJYEN EĞİTİMLERİ BAŞLIYOR.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) Kadın Girişimciler Kurulu tarafından Millî Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü ve Opet iş birliğiyle hayata geçirilen “İşimiz Temiz Projesi”, pilot iller İzmir, Muğla ve Antalya'dan sonra Türkiye genelinde yaygınlaşıyor. Projenin yaygınlaştırma çalışmaları kapsamında İzmir, Muğla ve Antalya'ya ek olarak Adıyaman, Antalya, Aydın, Balıkesir, Bursa,

Çanakkale, Denizli, Edirne, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, İstanbul, İzmir, Kocaeli, Konya, Mersin, Muğla, Nevşehir, Samsun ve Şanlıurfa'dan birer temsilci olmak üzere toplam 60 il koordinatörü ile bir araya gelinerek bilgi paylaşımında bulunuldu. Konuşmasına projeye katkı sağlayan herkese teşekkürlerini sunarak başlayan Opet Yönetim Kurulu Kurucu Üyesi ve TOBB Kadın Girişimciler Kurulu Başkanı Nurten Öztürk “Çoklu paydaş katılımı

esasıyla yürüttüğümüz İşimiz Temiz Projesi ile ülkemizde faaliyet gösteren mikro işletmelerin hijyen kalitesini ve tercih edilebilirliğini artırmak için tüm gücümüzle çalışmaya devam ediyoruz. Ülkemizin temiz, hijyenik ve sağlıklı hizmet sunan binlerce işletmeye sahip olmasını amaçladığımız İşimiz Temiz Projesi'nin, yeni dönemde 20 ilde uygulanacak olmasının mutluluğu ve heyecanı içerisindeyiz” dedi. ■

GELECEĞİN MARİNASI KUŞADASI'NDA HAYAT BULUYOR

SETUR MARİNALARI, KUŞADASI MARİNA RENOVASYON PROJESİ İÇİN HAZIRLIKLARA BAŞLADI. "YENİ NESİL MARİNA, YENİ NESİL YAŞAM" SLOGANI İLE HAYATA GEÇİRİLECEK PROJE TAMAMLANDIĞINDA KUŞADASI, YENİ BİR SOSYAL YAŞAM ALANINA DAHA KAVUŞACAK.

Setur Marinaları, Kuşadası Marina'yı yenileyerek kapasitesini artıracak. Yat kapasitesini, denizde 550, karada 150'ye yükseltecek olan Kuşadası Marina renovasyon projesi ile halihazırda sunulan hizmetler farklı tekne tiplerine ve daha fazla ziyaretçiye hitap edecek biçimde genişletilecek. Kuşadası Marina renovasyon projesi, tekne ve ziyaretçi odaklı hizmetlerini genişletmesinin yanında kent sakinleri için de yeni bir yaşam alanı sunacak. Proje kapsamında inşa edilecek sosyal tesisler, etkinlik alanları, yürüyüş yolları kent sakinlerinin ve Kuşadası'nı ziyaret eden yerli ve yabancı turistlerin ziyaretine açık olacak. Kentin sosyal ve kültürel yaşamına katkı sunacak tüm detayların planlandığı proje Kuşadası'nın değerini artırarak farklı alanlarda önemli bir katma değer sağlayacak.

"Yenilenen Kuşadası Marina ile kent ekonomisine ve istihdama katkıda bulunmayı amaçlıyoruz"

Setur Marinaları Kuşadası Marina Müdürü Hakan Tellioglu, yenileme çalışmalarına başlanacak olan marina ile ilgili olarak şunları söyledi: "Geleceğin marinasını inşa etme hedefi doğrultusunda 'Yeni Nesil Marina, Yeni Nesil Yaşam' sloganı ile hayata geçireceğimiz proje tamamlandığında Kuşadası'nı yepyeni bir sosyal yaşam alanına kavuşturacağız. Mart ayının başında inşa çalışmalarına başladığımız ve kentle bütünleştireceğimiz Kuşadası Marina renovasyon projesini 2023 yılının Aralık ayında tamamlayayı,

12 ay kesintisiz hizmet sunacağımız marinamızda kış aylarında kente gelen ziyaretçi sayısında artış sağlamayı hedefliyoruz. Bu artışın Kuşadası'ndaki işletmeleri ve esnafı olumlu yönde etkileyerek kent ekonomisine önemli bir katkı sunacağını düşünüyoruz. Proje kapsamında oluşturulacak yeni işletmeler, Kuşadalılara yeni iş fırsatları yaratarak istihdamı da artıracak."

Yeşil alan miktarı artacak

Çapa atmadan 90 metreye kadar yat ve mega yat bağlama, kesintisiz elektrik, su altyapısı, uzman palamar hizmeti ve teknik atölyelerde ihtiyaç duyulan tüm servislere hızlı ulaşım olanağı sağlamak üzere tasarlanan proje ile tekne boylarında büyüme ve ortalama metrede artış planlanıyor. Tüm marinalarında ve bulundukları bölgelerde denizin, çevrenin ve doğal ortamın korunması konusuna özel bir hassasiyet gösteren Setur Marinaları, Kuşadası Marina renovasyon projesi kapsamında 4 bin 500 metrekare olan yeşil alan miktarını 10 bin metrekare artırarak 14 bin 500 metrekareye yükseltecek. Renovasyon projesi, çevre ve insan dostu mimarisini tamamlayacak olan Akdeniz iklimine uygun peyzaj tasarımı ile de fark



yaratarak sahip olduğu görsellik ile denizden ve karadan tüm ziyaretçilerin buluşma noktası olacak.

Seçkin markalar Kuşadası ile buluşacak

Kuşadası Marina renovasyon projesi ile mevcut durumda 6 bin 200 metrekare olan ticaret merkezi alanı 14 bin 500 metrekareye yükseltilecek. Projenin tamamlanması ile Kuşadası Marina, ulusal ve uluslararası alanda tanınırlığı olan dekorasyon, tasarım ve giyim mağazalarının yanı sıra yeni kafe ve restoranlar ile etkinlik ve spor alanlarına ev sahipliği yapmaya başlayacak. Yeni markalar ve kaliteli işletmelerle yaratılacak cazibe merkeziyle, kent daha çok yatçı ve ziyaretçi için uğrak noktası hâline gelecek. ■

KOÇFİNANS GENEL MÜDÜRÜ Y. PINAR KİTAPÇI, BUSINESS AGILITY CONFERENCE'IN DÜŞÜNCE LİDERLERİ ARASINDA!

KOÇ GRUBU'NUN "ÇEVİK ÇALIŞMA" KONUSUNDA ÖNCÜ ŞİRKETLERİNDEN BİRİ OLAN KOÇFİNANS'IN GENEL MÜDÜRÜ Y. PINAR KİTAPÇI, 23-24 MART 2022 TARİHLERİNDE NEW YORK'TA DÜZENLENEN BUSINESS AGILITY CONFERENCE'TA, FARKLI ÜLKELERDEN KONFERANSA KATILAN VE KONUŞMA YAPAN 13 YÖNETİCİ VE DÜŞÜNCE LİDERİ ARASINDA YER ALDI.

Deneyimlerini ve içgörülerini paylaşmak için dünyanın farklı ülkelerinden gelen yönetici ve düşünce lideri konuşmacıların katılımıyla gerçekleşen Business Agility Conference 23-24 Mart 2022 tarihlerinde New York'ta düzenlendi. Yeni nesil şirketler için bağımsız bir araştırma ve danışmanlık kuruluşu olan Business Agility Institute tarafından düzenlenen konferans, inovasyona giden yolda kararlılıkla yürüyen ve bu yolda başarılı olan deneyimli çevik çalışma uygulayıcılarını bir araya getirdi. Dünyanın farklı ülkelerinden konferansa katılan ve konuşma yapan 13 yönetici ve düşünce lideri arasında Koçfinans Genel Müdürü Y. Pinar Kitapçı da yer aldı.

"Çeviklik her şirket için farklı ilerleyen bir yolculuk, kendi yolunuzu keşfetmeye hazır olmalısınız"

Çevikliğin sadece kişilerin kendilerini geliştirmeleri için harika bir yol değil, Türkiye'de başarılı bir firma olabilmek için de bir zorunluluk olduğunu belirten Y. Pinar Kitapçı, faaliyet gösterdikleri finans alanında kredi teklifinin hızlı, kolay, sorunsuz ve tamamen satın alma deneyimine entegre olacağı bir geleceğe gidildiğini ve böyle bir ortamda müşteri tabanını korumak ve genişletmek için çevikliği artırmanın tek seçenek olduğunu söyledi. Y. Pinar Kitapçı sözlerine şöyle devam etti: "Dönüşüm yolculuğumuzda hem iyi uygulamalarımız hem de öğrenimlerimiz oldu. Örneğin, müşteri içgörülerini, NPS ölçümlerini, tasarım odaklı düşünmeyi merkeze aldık. OKR sistemini kullanmaya başlamamız; kişisel hedefler, takım hedefleri ve şirket hedefleri arasında net



bir şekilde bağlantı kurulmasına, hedeflerimizi esnek ve şeffaf yönetmemize yardımcı oldu. Koç Holding'in Agile Akademi oluşumu deneyim paylaşımları ile birbirimizden öğrenmenin yolunu açtı, liderlik programlarıyla, hizmetkâr liderliğe geçiş yolculuğumuzda bize destek oldu."

Çeviklikte, her durum ve her şirket için doğru veya yanlışların aynı olmadığı gibi, hazır tariflerin de her şirket için geçerli olmadığını belirten Y. Pinar Kitapçı, "Bu yüzden her kurum kendi yolunda yürümeli, yargılardan uzak durmalı ve sabit fikirli olmamalı" dedi. 2 yıl önce başladıkları yolculukta çok hızlı yol kat ettiklerinin ve artık çevik bir ekip olarak çalıştıklarının altını çizen Kitapçı, bu yolculukta öğrendiklerini kısaca şöyle özetledi:

"Değişimin liderlerden başlaması, orta düzey yöneticilerin hızlıca bu sürece dahil edilmeleri çok önemli. Deneyerek öğrenmeye açık olmak, tüm deneyimi tutarlılıkla kurgulamak ve her fırsatta değişim iletişimini sürdürmek gerekiyor. Çeviklik her şirket için farklı ilerleyen bir yolculuk, kendi yolunuzu keşfetmeye hazır olmalısınız. Her zorluk, yeni bir olasılık için yeni bir kapı açacaktır. Değişime kendimizden başlamaktan daha iyi bir ilk adım olmadığına inanıyorum." ■



KOÇ'TAN İYİLİK
VE SAĞLIK DOLU BİR FIRSAT!

FITBIT AKILLI SAAT DESTEĞİ



Koç Holding Emekli Vakfı, Bilkom ve Yapı Kredi
iş birliğiyle; Fitbit akıllı saatlerde
%50'ye varan indirimler Koçlulara hediye!
Detaylı bilgi icindekocvar.com'da.



İçinde Koç var.



EFSAANE TRANSİT ELEKTRİKLENDİ

◆◆◆

Avrupa'nın en güçlü elektrikli ticari aracı E-Transit'in üretimi, elektrik enerjisinin tamamını yüzde 100 yenilenebilir kaynaklardan elde eden Kocaeli Fabrikaları'nda başlıyor. Ford Otosan, bu adımla birlikte Ford'un Avrupa'daki elektrikli ticari araç üretim üssü hâline geliyor.

Ford Otosan, Ford'un Avrupa'daki ilk elektrikli ticari aracı Ford E-Transit'i, Kocaeli Fabrikaları'nda hattan indirdi. Törene, Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Ford Otosan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç, Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Haydar Yenigün, Ford Otosan Genel Müdürü Güven Özyurt ve Ford Otosan çalışanları katıldı. Ford Otosan, otomotiv sanayisinin dönüşümündeki liderliğini elektrifikasyon sürecine de taşıyor. Daha önce Gölcük Fabrikası'nda Plug-in Hybrid (PHEV) üretimi için yeni bir seri üretim hattı açan Ford Otosan, burada üretilen Türkiye'nin segmentinde ilk PHEV ticari araçlarıyla uluslararası ödüller elde etmişti. Geçen yıl Mart ayında açıklanan, elektrikli ve bağlantılı yeni nesil ticari araç projelerine yönelik 10 yıl etki süresine sahip, 2 milyar euro tutarındaki yatırım planının önemli adımlarından biri ise, E-Transit'in üretilmesiyle hayata geçiyor. Batarya montajı dahil Türkiye'de üretilen ilk



tam elektrikli ticari aracın üretim sorumluluğu ile, Ford Otosan Kocaeli Fabrikaları da Türkiye'nin ilk elektrikli araç entegre üretim tesisi konumuna ulaştı. Elektrik enerjisinin tamamını yüzde 100 yenilenebilir kaynaklardan elde eden Gölcük Fabrikası'nda üretilen Avrupa'nın en güçlü tam elektrikli ticari aracı E-Transit, bu anlamda Ford Otosan'ın elektrifikasyon yolculuğunda önemli bir kilometre taşı.

Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank: "E-Transit ile tarihî bir ana şahitlik ediyoruz"

Törende yaptığı konuşmada otomotiv sanayisinin Türkiye'nin ihracatı açısından önemine değinen ve otomotivde yeni nesil araçlara doğru yaşanan dönüşümde, Türkiye'nin öncü olması gerektiğini belirten Sanayi ve Teknoloji Bakanı Mustafa Varank; "Ford Otosan'ın geçen yıl duyurduğu 2 milyar euroluk yatırımın ve 10 yıllık vizyonunun ilk aşamasındayız. Bugün otomotiv sektöründe hızlı bir dönüşümden bahsediyoruz. 2030'da dünyadaki araçların yüzde 30'u elektrikli ve bağlantılı araçlardan oluşacak. Türkiye otomotiv sanayisindeki üretim gücü ile dünyadaki 14 üretici arasında yer alıyor. Ülkemiz elektrikli araç pazarında aslan payını almaya talip" dedi ve sözlerini şöyle sürdürdü:

"Ford Otosan'ın bugün ortaya koyduğu E-Transit ile tarihî bir ana şahitlik ediyoruz. Sektörde Türkiye'yi bir adım öne çıkaracak elektrikli transitlerin hayırlı olmasını diliyorum. Ford Otosan, Türkiye'nin gözbebeği ve Ford Otosan'ın kapasitesini artırması ihracatımızı da artıracak. Yatırımlar artarsa Türkiye kazanacak."





Ali Y. Koç: "E-Transit'in ülkemizde, Türk mühendisleri ve işçileri tarafından üretilmesi, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarından itibaren adım adım büyüyen sanayileşme hamlelerinin bir neticesidir"

Türkiye'nin ve Ford Avrupa'nın ilk elektrikli ticari modeli olan ve elektriği yüzde 100 yenilenebilir enerjiden tedarik edilen Gölçük Fabrikası'nda üretilen E-transit'i hattan indirmenin kıvancını yaşadıklarını belirten Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Ford Otosan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç ise, "Bugün Koç Topluluğu ve Ford Otosan olarak sadece bizim için gurur verici bir adım atmıyoruz; Türk otomotiv sanayisinin geldiği noktayı; ülkemiz sanayisinin teknoloji, üretim ve insan gücü açısından ulaştığı zirveyi de kutluyoruz. Gururla ifade edebilirim ki; Ford Avrupa'nın ilk elektrikli ticari modeli E-Transit'in ülkemizde, Türk mühendisleri ve işçileri tarafından üretilmesi, Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk yıllarından itibaren adım adım büyüyen sanayileşme hamlelerinin bir neticesidir" dedi. Ford Otosan'ın son dönemde yaptığı

yatırımları hatırlatan Ali Y. Koç, sözlerine şöyle devam etti: "Bütün bu yatırımlarımızın gayesi ortak: Ülkemizin bugün ve gelecekte küresel ölçekte rekabet edebilme gücünü daha da artırmak. Bu doğrultuda otomotiv ana sanayimizi, giderek gelişen yan sanayi ekosistemimizle birlikte, küresel üretim ağının en önemli ve vazgeçilmez oyuncularından biri hâline getirmek." Ford Otosan'ın, 60 yılı aşkın köklü kurumsal kültürü ve tecrübesiyle, kurulduğu günden bu yana Türkiye'de sanayinin gelişimiyle birlikte anıldığını ifade eden Ali Y. Koç, "Geçmişten bugüne attığımız adımlara baktığımızda, dünyada otomotiv sektörünün gidişatını doğru okumayı başardığımızı memnuniyetle görüyoruz" diye konuştu. Ali Y. Koç, "Dünyamız, büyük etkileri olan siyasi, ekonomik, toplumsal ve teknolojik değişimlerle, yeni riskler ve fırsatlarla dolu farklı bir geleceğe yol alırken, Türkiye'nin her yönüyle kalkınmasına destek olmak amacıyla, Koç Topluluğu olarak –şartlar ne olursa olsun– gelecekte de ülkemiz için yatırım yapmaya ve katma değer yaratmaya, var gücümüzle devam edeceğiz" dedi.

*Ali Y. Koç:
"Bütün bu yatırımlarımızın gayesi ortak: Ülkemizin bugün ve gelecekte küresel ölçekte rekabet edebilme gücünü daha da artırmak."*

Güven Özyurt: "Stratejik adımlarımızın ve bugüne kadarki başarılarımızın bir ürünü"

Hızla değişen bir dünyada Ford Otosan'ın esnekliği, yüksek kaliteli üretimi ve verimliliği ile öne çıktığını; üst düzeydeki üretim ve mühendislik



çözümleri ile müşteri taleplerini hızlı bir şekilde karşıladığını belirten Ford Otosan Genel Müdürü Güven Özyurt, sözlerini şöyle sürdürdü: "Halihazırda Ford'un Avrupa'da sattığı Transit ailesi araçların yüzde 87'sini Kocaeli Fabrikalarımızda üretiyoruz.

Ford'un Avrupa'daki ilk elektrikli aracının, âdeta Transit'in evi hâline gelen Kocaeli'de hattan inmesini, elektrikli araçlar konusundaki stratejik adımlarımızın ve bugüne kadar imza attığımız başarıların bir ürünü olarak görüyoruz. Efsane Ford Transit'in

elektriklenmesi, başka dönüşümlerin de kapısını aralıyor. Önümüzdeki seneden itibaren sorumluluk alanımız Ford'un diğer elektrikli modellerinin üretimiyle daha da genişliyor ve Ford Otosan, Ford'un elektrikli ticari araç üretim üssü hâline geliyor."

AVRUPA'NIN EN GÜÇLÜ TAM ELEKTRİKLİ TİCARİ ARACI E-TRANSİT, TİCARETE YÖN VERECEK

Batarya montajı dahil Ford Otosan tarafından üretilen Avrupa'nın en güçlü tam elektrikli ticari aracı E-Transit, ticaretin geleceğine yön vermeye devam edecek. 50 yılı aşkın sürede 10 milyonun üzerinde üretimle Ford'un Avrupa'daki en uzun ömürlü modeli ve dünyanın en çok tercih edilen ticari aracı hâline gelen Ford Transit'in elektrikli versiyonu E-Transit, Ford'un otomotiv sektöründeki elektrik dönüşümüne liderlik etme vizyonunu da ortaya koyuyor.



Ford E-Transit, güçlü batarya kapasitesi ile ortalama filo kullanıcılarının günlük olarak sürdüklerinden 3 kat daha fazla mesafe kaydedebiliyor. Van, çift kabin van ve kamyonet gibi üç farklı gövde seçeneğiyle sunulacak E-Transit hem AC hem de DC hızlı şarj özelliğine sahip. Böylece AC şarj ile yaklaşık 8,2 saatte yüzde 100 şarj olabilirken 115 kW DC Hızlı şarj özelliği ile de 34 dakika içinde yüzde 15'ten yüzde 80'e kadar şarj gerçekleştirebiliyor.



OTOKOÇ 2. EL'İN İLK BAYİSİ DENİZLİ'DE HİZMETE GİRDİ

♦ ♦ ♦

İkinci el araç satışında Türkiye'nin lideri konumunda bulunan Otokoç 2. El, giderek büyüyen ikinci el pazarındaki ihtiyaçlara cevap verme ve tedarik kanallarını geliştirme stratejisi doğrultusunda satış kanallarını çeşitlendirerek bayilik ağı oluşturmaya başladı.

Otokoç 2. El'in ilk bayi açılışı, 1 Nisan 2022 tarihinde Denizli'de gerçekleşti.

Giderek büyüyen ikinci el otomotiv pazarındaki ihtiyaçlara cevap vermek için satış kanallarını çeşitlendiren Otokoç 2. El, tedarik kanallarını geliştirerek bayilik ağı oluşturmaya başladı. Otokoç 2. El'in ilk bayisi Denizli'de açıldı. Bayi açılışı vesilesiyle düzenlenen tören Denizli Valisi Ali Fuat Atik, Denizli Büyükşehir Belediye Başkanı Osman Zolan, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Otokoç Otomotiv Genel Müdürü İnan Ekici, Bayi Sahibi ve Turkuaz Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Zeybekci, Denizli yerel yöneticileri ve davetlilerin katılımıyla gerçekleşti.

Ali Y. Koç: "Otokoç 2. El markamızın büyüme hikâyesinin sektöründe referans kaynağı olmasını temenni ediyoruz"

Koç Topluluğu'nun neredeyse bir asır önce başlayan yolculuğuna, uzun vadeli değer yaratma hedefi ve küresel büyüme vizyonu çerçevesinde devam ettiğinin altını çizen Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Otokoç 2. El'in ilk bayi açılış töreninde yaptığı konuşmada, "Kuruluşumuzdan bu yana Topluluğumuzun en önemli iş

Ali Y. Koç: "Bu yıl içerisinde Türkiye'nin dört bir yanında bayi teşkilatı yapılanmamızı tamamlamayı hedefliyoruz."



kollarından biri olan otomotivi bu güçlü yatırım ve büyüme perspektifiyle ele alıyoruz. Otomotiv öyle bir sektör ki; üretimden satışa ve satış sonrasına uzanan, çok büyük bir değer zincirini, dev bir ekosistemi kapsıyor. Bu değer zincirinin nihai müşteriye doğrudan temas eden halkalarındaki yatırımlarımızı ve yeniliklerimizi de sürdürüyoruz.

Otokoç Otomotiv'in bugün bir araya gelmemize vesile olan adımı da bunun bir örneği. Bayilik sistemini de devreye aldığımız ikinci el pazarında önemli hedeflerimiz var. Bu iddiamızı, Otokoç 2. El markamızla sağlam bir kurumsal temele oturtuyor ve ne mutlu ki, bugün ilk bayimizi Denizli'de açıyoruz. Topluluğumuzun diğer tüm faaliyetlerinde olduğu gibi, Otokoç 2. El markamızın büyüme hikâyesinin de sektöründe referans kaynağı olmasını temenni ediyoruz. Otokoç 2. El, teknolojiyle desteklenmiş, her koşulda müşteri memnuniyetini esas alan ve çevik bir yönetim anlayışıyla faaliyetlerini sürdürecektir. Bu yıl içerisinde Türkiye'nin dört bir yanında bayi teşkilatı yapılanmamızı tamamlamayı hedefliyoruz" dedi.

İnan Ekici: "2026 yılı sonuna kadar 30 civarında bayiye ulaşmayı hedefliyoruz"

İkinci el otomobil sektörünün uzun süredir tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de tutarlı bir şekilde büyümeye devam ettiğini, öncülük ve güven vizyonu doğrultusunda attığı adımlarla 94 yıldır sektörde standartları belirleyen Otokoç Otomotiv çatısı altında çözüm sağlayan



Otokoç Otomotiv Genel Müdürü İnan Ekici

*İnan Ekici:
"Denizli bayimiz,
ortaya koyacağı
hizmet kalitesi,
müşteri memnuniyeti
ve yüksek performans
ile gelecekte yurt
genelinde açılacak
yeni bayilerimiz için
son derece ilham
ve cesaret verici bir
örnek teşkil edecek."*



Denizli bayisi ve Turkuaz Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Zeybekci, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç

Otokoç 2. El'in de sektöründe ilk akla gelen marka olarak konumlandığını belirten Otokoç Otomotiv Genel Müdürü İnan Ekici, "Sektöre kurumsal bir yaklaşım getirerek araç satışı, aynı gün nakit ile araç alımı, profesyonel ekspertiz hizmetleri, yaygın hizmet ağı, temassız teslimat ve online satın alma gibi yenilikçi seçenekleriyle 2. el araç konusunda güven noktası olarak faaliyet gösteren Otokoç 2. El markamızla, Türkiye çapında 25 lokasyonda hizmet veriyoruz.



Bayi sahibi ve Turkuaz Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Zeybekci

Otokoç 2. El olarak araç satın alırken veya satarken tüm süreçlerin en kolay, hızlı ve şeffaf şekilde gerçekleşmesini sağlıyor, katma değerli hizmetlerimizle müşterilerimize her zaman yanlarında olduğumuzu hissettiriyoruz. Bunun yanı sıra Türkiye'de 2021 yılında toplam 24.000 adet satışın gerçekleştiği kurumsal ikinci el araç pazarında liderlik konumumuzu ve dünyada bölgesel bir oyuncu olma hedefine yönelik yatırımlarımızı sürdürüyoruz. Gelineen noktada, Otokoç Otomotiv'i daha da üst düzey bir büyüklüğe taşıyacak yeni bir atılımla karşınızdayız. Giderek büyüyen ikinci el sektöründeki ihtiyaçlara cevap verme ve tedarik kanallarını geliştirme stratejimiz doğrultusunda, satış kanallarını çeşitlendirmenin ve bayilik ağı oluşturma'nın ilk adımını bugün itibarıyla kıymetli şehrimiz Denizli'de atıyoruz. Bu adım Otokoç 2. El çalışanları için olduğu kadar, Denizli kentine ve halkına da katkı sağlayacak bir sürecin başlangıcı olma özelliği taşıyor. Otokoç 2. El'in bu yeni dönemin ilk durağı olan Denizli bayimiz, ortaya koyacağı hizmet kalitesi, müşteri memnuniyeti ve yüksek performans ile gelecekte yurt genelinde açılacak yeni bayilerimiz için son derece ilham ve cesaret verici bir örnek teşkil edecek. Bu

çerçeve, Otokoç 2. El satış kanallarını 2022 sonuna kadar 10, 2026 yılı sonuna kadar ise kademeli olarak toplamda 30 civarında bayiye ulaşılarak büyümeyi hedefliyoruz" şeklinde konuştu.

Nihat Zeybekci: "Denizli'deki ikinci el otomotiv pazarını 2-3 katına çıkaracağımıza olan inancımız tam"

Bayi sahibi ve Turkuaz Otomotiv Yönetim Kurulu Başkanı Nihat Zeybekci de açılışta yaptığı konuşmada, "Turkuaz Otomotiv bünyesinde Otokoç 2. El'in açılışını yapmaktan ötürü çok heyecanlı ve gururluyuz. Her ne yaparsak yapalım bugüne kadar en iyisini yapmaya çalıştık. Denizli, Türkiye'nin parlayan yüzü olacak diyerek, pek çok güzel işler yaptık. Denizli'nin ikinci el otomotiv pazar yeri olmasında da bu yatırımın önemli yeri olacak. Denizli'deki ikinci el otomotiv pazarını 2-3 katına çıkaracağımıza olan inancımız tam. Otokoç markasının şehrimize gelişi büyük bir fırsat. Otokoç, Türkiye'nin en büyük ve itibarlı markalarından. Otokoç'un güvencesi, Turkuaz'ın itibarı ile ikinci el dendiğinde Denizli akla gelsin istiyoruz. Otokoç 2. El'in Denizli'ye çok önemli kazanımlar sağlayacağına inanıyor, bu açılışın hepimiz için hayırlı olmasını temenni ederim" dedi.

WORLD PAY'İN TEMASSIZ ÖDEME YÖNTEMLERİYLE ÖDEMELERİNİZİ KOLAYCA GERÇEKLEŞTİRİN!

Siz de World Mobil'i indirin, World Pay ile alışverişe dair tüm ödemelerinizi
güvenle ve hızlıca gerçekleştirin.

**MOBİL
ÖDEME**

**ARAÇTA
ÖDEME**

**QR KOD
İLE
ÖDEME**



**WORLD
PAY**

**YapıKredi
WORLD**



CAN DOSTLARIMIZI “SAHIPLEN İSTANBUL”

♦ ♦ ♦

İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB), İstanbul Gönüllüleri ve SemtPati, İBB'nin geçici bakımevlerindeki köpekleri sahiplendirmeye yönelik “Sahiplen İstanbul” sloganıyla seferberlik başlattı. Sokak hayvanlarıyla uyum, sevgi ve güven içinde bir yaşam hedefiyle geliştirilen SemtPati uygulaması üzerinden mizaç testi yapılmış, temel eğitimleri tamamlanmış köpeklerin bilgilerine tek noktadan ulaşılabilecek. Köpek sahiplenmek isteyen ve başvuru formunu dolduran İstanbullular, İstanbul Gönüllüleri ve İBB Veteriner Hizmetleri Müdürlüğü tarafından yapılacak değerlendirme sonucunda can dostlarına kavuşacak.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi (İBB), İstanbul Gönüllüleri ve SemtPati, hikâyelerine yeni bir kahramanı dahil etmek isteyenler için kalpleri ısıtacak bir iş birliğine imza attı. Sahipsiz hayvan geçici bakımevlerinde bulunan köpekleri ömürlük yuvalarına kavuşturacak sahiplendirme hamlesi kapsamında hayvanseverler, SemtPati uygulaması üzerinden ön başvuruda bulunabiliyor. Başvuru formunu dolduran İstanbullular, İstanbul Gönüllüleri ve İBB Veteriner Hizmetleri Müdürlüğü tarafından yapılacak değerlendirme sonucunda can dostlarına kavuşuyor. "Sahiplen İstanbul" sloganıyla başlatılan proje kapsamında hayata geçirilen uygulamada her köpeğin yaş ve cinsiyet bilgileri ile fotoğrafının da yer aldığı sayfalar bulunuyor. Hayvan sağlığı ve bakımıyla ilgili temel bilgilerin de sunulduğu "SemtPati" mobil uygulaması, iOS ve Android cihazlardan ücretsiz şekilde indirilebiliyor.

Hayvan sahiplendirilmesi toplumsal bir konu

Projeye ilişkin olarak yaptığı değerlendirmede sokakta yaşayan hayvanların sahiplendirilmesinin önemine vurgu yapan İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, "Hızlı kentleşme, başta köpekler olmak üzere tüm sokak canlılarını mağdur ediyor. Onların doğal ortamlarını, birkaç senede kocaman sitelere, semtlere, hattâ ilçelere dönüştürebiliyoruz. Sokak canlıları da yaşama mücadelesi veriyorlar. Dünyada, binlerce, on binlerce kapasiteli barınaklar yapılabilmiş gibi bir algı var. Ancak canlıya olan saygı buna müsaade etmez. Bu sorunları çözecek pratik uygulamalara ihtiyacımız vardı. İstanbul Büyükşehir Belediyesi olarak bizi bu projede destekleyen iş insanı İpek Kırac hanımefendiye ve İstanbul Gönüllüleri'ne teşekkür ediyorum. Bakımevlerimizdeki 40'a yakın canımızı sahiplenen Koç



İpek Kırac, dünyanın en güzel şehirleri arasında yer alan İstanbul'un, sahip olduğu çeşitlilik ve kapsayıcılık ile SemtPati'nin başlangıç noktası olarak projedeki yerinin her zaman çok değerli olacağını belirtiyor.

Topluluğu'ndaki firmalara da teşekkür ediyorum. Bu güzel davranışın tüm şirketlere ve kurumlara örnek olmasını diliyorum. İnaniyorum ki İstanbul halkı da bakımevlerimizde, sıcak yuvalarını bekleyen can dostlarımıza karşı duyarsız kalmayacak. Çağrımıza kulak verip hayvan sahiplenen tüm İstanbulluları şimdiden tebrik ediyorum" dedi.

İpek Kırac: "Uygulamamıza kaydolan tüm hayvanseverlere aktif yurttaşlık sorumluluğunu üstlendikleri için gönülden teşekkürlerimi sunuyorum"

İstanbul Büyükşehir Belediyesi ile 1,5 yıl önce imzaladıkları protokolden bu yana önemli bir yol katettiklerini belirten SemtPati projesinin kurucusu ve Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi İpek Kırac, "Şehirlerimizin doğal bir parçası olan sokak hayvanlarıyla beraber uyum, sevgi ve güven içinde bir yaşam

hedefiyle hayata geçirdiğimiz SemtPati projemizde, öncelikle yolun başından itibaren bizimle olan Başkanımız Ekrem İmamoğlu'na gösterdiği samimi ilgi için teşekkür ederim. Dünyanın en güzel şehirleri arasında yer alan İstanbul'un, sahip olduğu çeşitlilik ve kapsayıcılık ile SemtPati'nin başlangıç noktası olarak projemizdeki yeri her zaman çok değerli olacak. İstanbul Büyükşehir Belediyesi bünyesindeki Veteriner Hizmetleri Müdürlüğü'ne, uygulamamızı her geçen gün daha iyi bir noktaya taşıyan KoçSistem'e ve bugüne kadar İstanbul'un 20'ye yakın ilçesinde yaygınlaştırma çalışmaları yürüten İstanbul Gönüllüleri başta olmak üzere uygulamamıza kaydolan tüm hayvanseverlere aktif yurttaşlık sorumluluğunu üstlendikleri için gönülden teşekkürlerimi sunuyorum" dedi.

"Projemizin yeni adımında 'Sahiplen İstanbul' sloganıyla yaygın ve etkili bir sahiplendirme yapılmasına destek olacağız"

SemtPati projesinde yeni bir sayfa açtıkları için duyduğu heyecanı dile getiren İpek Kırar, "İstanbul Büyükşehir Belediyesi ve İstanbul Gönüllüleri iş birliği ile yürüttüğümüz projemizin yeni adımı, köpeklerin onları sevecek bir aileye kavuşması adına 'Sahiplen İstanbul' sloganıyla yaygın ve etkili bir sahiplendirme yapılmasına destek olacağız. Sokak köpeklerini kayıt altına alarak ihtiyaçlarını tespit etmeyi ve yerel yönetimlerin veriye dayalı karar alma süreçlerini desteklemeyi hedefleyen projemizin mobil uygulamasını da sahiplendirme alanına odaklanacak

BAKİMEVİNDEKİ UYGULAMALAR

İBB Veteriner Hizmetleri Müdürlüğü, rehabilitasyon çalışmaları kapsamında bakımevlerindeki tüm hayvanların kısırlaştırma, aşı ve anti parazitlerini yaparak kayıt altına alıyor. Hayvanseverler tarafından sahiplenilen tüm köpekler de bu bakımların ardından yeni yuvalarına teslim ediliyor. Sahiplenilen köpekler ayrıca İBB veteriner hekimleri ve köpek eğitmenleri tarafından mizaç testine tabi tutulduktan sonra tasma ve temel yürüyüş eğitimi alıyor.

şekilde güncelledik. Sahiplenilmeye uygun, mizaç testleri, bakımları yapılmış, eğitimleri tamamlanmış köpeklerin bilgilerine tek bir platformdan ulaşılması, hem ailelerine yeni bir üye kazandırmak isteyen hayvanseverlere kolaylık sunacak,

hem de dostlarımızın daha kısa sürede yeni yuvalarına kavuşmalarına katkı sağlayacak. Eğer bunu başarabilirsek, hayvan dostlarımızın sahiplendirilmesi adına dijital dönüşümün ve platformların gücünden faydalanmış olacağız" şeklinde konuştu.



"Çalışma arkadaşlarımıza ve bayilerimize de sahiplendirme yaparak kampanyayı çok daha büyük bir ekosisteme yaymayı planlıyoruz"

Koç Topluluğu Şirketlerinin de İBB bakımevlerinden 40 köpeği sahiplenerek onlara sıcak bir yuva sunduğunun altını çizen İpek Kıracı, "Arçelik, Ark İnşaat, Düzey, Koçtaş, Otokar, RMK Marine, Sendeo ve Tat Gıda; genel müdürlüklerinde ve fabrikalarında bakmak üzere can dostlarımızı ömürlük yeni yuvalarına kavuşturdu. Önümüzdeki dönemde bu şirketlerimize yenilerinin eklenmesini bekliyoruz. Bundan sonraki süreçte Koç Topluluğu'ndaki çalışma arkadaşlarımıza ve bayilerimize de sahiplendirme yaparak kampanyayı çok daha büyük bir ekosisteme yaymayı planlıyoruz. Farklı yaş gruplarını sokak hayvanları konusunda bilinçlendirmek ve doğru iletişim yollarını öğretmek amacıyla hayata geçirdiğimiz eğitimleri de ilköğretim okullarında yaygınlaştırmaya devam edeceğiz" dedi.



*Tanışturalım!
Otokar'ın
yeni üyesi
Cabbar...*



*Koçtaş
çalışanları
güne
"Picker" ile
merhaba
diyor.*



*Sabun ve Hurma ile tanışmak
isterseniz Düzey'e buyrun!*



*Ketçap ve Mayonez
denince artık akla
Tat'ın yeni üyeleri
gelecek.*

Koç Topluluğu şirketleri tarafından İBB'nin geçici bakımevlerinden sahiplenilen 40 köpek yıllardır özlemini çektikleri sıcak yuvalarına kavuştu.

Farklı yaş gruplarındaki çocuklar sokak hayvanlarıyla doğru ve güvenli iletişim kurma eğitimleriyle bilinçlendirildi

SemtPati projesi kapsamında başlatılan farkındalık eğitimlerinin ilki geçtiğimiz aylarda, 7-10 yaş grubundaki çocukların katılımıyla Koç Topluluğu Spor Kulübü'nde gerçekleşti. Çocukları sokak hayvanlarıyla doğru ve güvenli iletişim kurma konusunda bilinçlendirmek amacıyla düzenlenen eğitimin ardından gerçekleşen atölye çalışmasında ise kedi-köpek kulüpleri çocuklar tarafından boyanarak barınaklara bağışlandı.



SEMPATİ BİR "TIK" UZAĞINIZDA!

Şehirlerin doğal bir parçası olan sokak hayvanlarıyla uyum, sevgi ve güven içinde yaşanacak örnek mahalleler oluşturma amacıyla başlatılan SemtPati projesi, KoçSistem'in desteği ile geliştirilen bir de mobil uygulamaya sahip. SemtPati mobil uygulaması aracılığıyla yaygın ve etkili bir sahiplendirme yapılması, sokak hayvanlarının kayıt altına alınarak ihtiyaçlarının tespit edilmesi ve yerel yönetimlerin veriye dayalı karar alma süreçlerinin desteklenmesi hedefleniyor. Şehrini sahiplenen ve daha iyi bir İstanbul hayal eden İstanbul Gönüllüleri'nin desteğiyle yönetilen SemtPati uygulamasına dileyen herkes kaydolabiliyor. SemtPati mobil uygulaması ile aynı zamanda İstanbul Gönüllüleri, hayvanseverler ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi arasında sokak hayvanlarının bakımına yönelik etkili bir koordinasyon sağlanıyor. Kullanıcılar, mahallelerinde birlikte yaşadıkları köpeklerle dair bilgileri uygulamadan kolaylıkla



takip edebiliyor. Uygulamada bulunan "Semt Sakinleri" bölümünde ise sokak köpeklerinin fiziksel özellikleri, sağlık ve beslenme bilgileri, konumları ve fotoğrafları uygulamaya kaydedilerek

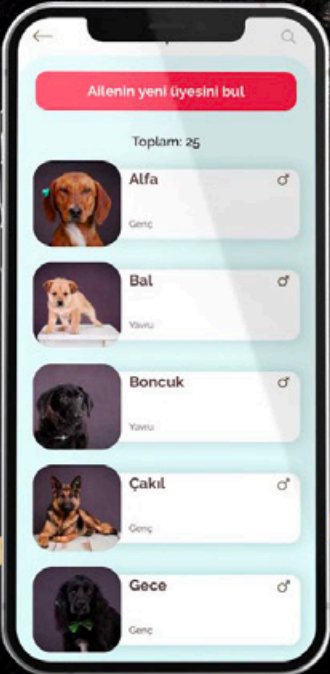
mahalle mahalle tüm şehrin sokak köpeği haritalandırmasının çıkarılması amaçlanıyor. Oluşturulan bu veri tabanı, İstanbul Büyükşehir Belediyesi tarafından saklanıyor ve kontrol ediliyor. Kullanıcılar, uygulama aracılığıyla İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin geçici bakımevlerinde sahiplendirilmeye uygun köpekleri görüntüleyebiliyor ve başvuru formunu doldurarak köpek sahiplenme sürecini başlatabiliyor.

Uygulama, sahiplenme sürecinden hayvan bakımı ve sağlık rutinlerine, hayvanlarla doğru ve güvenli iletişim yöntemlerinden İBB Veterinerlik Hizmetleri kapsamında gerçekleştirilen çalışmalara dek pek çok konuda içeriğe sahip. Kullanıcılar, sokak hayvanlarına yönelik soru, istek ve önerilerini de uygulama içerisinden doğrudan ALO 153 Çözüm Merkezi hattına bağlanarak bildirebiliyor.



Ailenize yeni bir üye,

hikâyenize yeni bir kahraman
katılsın ister misiniz?



#Sahiplenİstanbul



Google Play
'DEN ALIN



App Store'dan
İndirin

Koç Topluluğu şirketleri teknoloji ve inovasyon alanında toplumsal cinsiyet eşitliğini sağlamak adına hayalleri gerçeğe dönüştürmek için çalışıyor...



TÜPRAŞ, "GENÇ BEYİNLERDE İNOVASYON VE KADIN GÜCÜ PROGRAMI" KAPSAMINDA BATMAN ÜNİVERSİTESİ İLE İŞ BİRLİĞİ BAŞLATTI

♦ ♦ ♦

Tüpraş "Genç Beyinlerde İnovasyon ve Kadın Gücü Programı" ile özellikle kız öğrenciler olmak üzere üniversite öğrencilerinin girişimcilik alanında farkındalıklarını artırmayı, girişimcilik ekosisteminde daha aktif yer almalarını sağlamayı amaçlıyor.

Tüpraş "Genç Beyinlerde İnovasyon ve Kadın Gücü Programı"nı 18 Mart tarihinde, Batman Üniversitesi Batı Raman Kampüsü, Rektörlük Konferans Salonu'nda, 18 Mart tarihinde tüm öğrencilere yönelik düzenlediği "İnovasyon ve Girişimciliğin Temelleri Semineri"yle başlattı. Böylece şirket,

üniversitelerde girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmayı, kız öğrenciler başta olmak üzere gençlerin teknoloji ve inovasyon ekosistemine erişimlerini kolaylaştırmayı ve takip eden yıllarda faaliyet gösterdiği iller olan Kocaeli, Kırıkkale, İstanbul ve İzmir'deki üniversitelerle iş birliği yaparak programı yaygınlaştırmayı hedefliyor.

"Genç Beyinlerde İnovasyon ve Kadın Gücü Programı"nın yüzde 60'ı kız öğrencilerden oluşuyor

Programın birinci etabında, Tüpraş tarafından tüm öğrencilere yönelik olarak her akademik eğitim-öğretim döneminde, "İnovasyon ve Girişimciliğin Temelleri Seminerleri" düzenleniyor. Seminerler aracılığıyla öğrencilerle

yaratıcı düşünce, inovasyon ve girişimcilik araçları, Tüpraş'ta girişimcilik, girişimcilik ekosistemine ilişkin son gelişmeler paylaşıyor. İkinci etabında ise değerlendirmelere göre seçilecek 3. ve 4. sınıf lisans öğrencilerinden oluşan 40 kişilik bir gruba yoğunlaştırılmış girişimcilik eğitimleri verilecek. İçeriği Tüpraş tarafından üniversiteye özel hazırlanmış olan girişimcilik programının yüzde 60'ını kız öğrenciler oluşturacak. Program yenilikçi fikir geliştirme, yeni bir girişime başlama, problemi anlama, çözümü tasarlama, pazar araştırması, iş modeli bileşenleri, girişimcilik araçları ve sunum teknikleri gibi modüllerden oluşuyor. Öğrenciler, alacakları eğitimlerle problemleri ve ihtiyaçları anlayıp bu doğrultuda bir ürün geliştirme yetkinliğini, ürettikleri çözümü potansiyel kullanıcı üzerinde deneyerek geliştirme yaklaşımını ve probleme çözüm geliştiren girişimci düşünce yapısını kazanacaklar. Katılımcılara çevrim içi eğitimlerin yanı sıra Tüpraş mentörleri atanarak, fikirlerini geliştirmeleri ve uygulamaya dökmeleri için katkı sağlanıyor. Ayrıca öğrencilerin yetkinliklerine katkı sağlayacak kişisel gelişim eğitimleriyle de desteklenmesi planlanıyor. 12 hafta sürecek girişimcilik programı kapsamında, öğrenciler Tüpraş'ın kurum içi girişimcilik programında girişimciliği deneyimlemiş iç mentörlerin desteğiyle, inovatif proje üretmek için 5'er kişilik 8 grup hâlinde çalışacak. Proje fikirlerinin ticarileştirilmesi aşamasında ise, uygun olan projelerin Koç Üniversitesi Girişimcilik Araştırma Merkezi K-Works başta olmak üzere uygun girişimcilik kanallarına yönlendirilmesi planlanıyor.

Yelmenoğlu: "Kadınların hayatın her alanında daha görünür olduğu, ilham veren güçlü ekosistemler yaratmanın mümkün olduğuna inanıyoruz"
Koç Holding'in Birleşmiş Milletler Kadın Birimi Nesiller Boyu Eşitlik

Forumu'ndaki küresel liderliği doğrultusunda, teknoloji ve inovasyon alanında açıkladığı taahhütlerine katkı vermek üzere, "Genç Beyinlerde İnovasyon ve Kadın Gücü Programı"nın ilk adımını yine Tüpraş'ın temellerinin atıldığı Batman'dan başlatmaktan gurur duyduklarını kaydeden Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu, "Batman Üniversitesi'nin kıymetli rektörü başta olmak üzere, emeği geçen tüm akademisyenlerimize teşekkür ediyorum. Burada elde edeceğimiz tecrübeler rafinerilerimizin bulunduğu diğer illerde de yürüteceğimiz çalışmalarda bize yol gösterecek. Programa katılan öğrencilerimizin, alacakları eğitimlerle iyi birer girişimci adayı olacağına yürekten inanıyorum. Gençlerimizin edindikleri yaratıcı düşünme yöntemlerini ve girişimcilik deneyimini, bakış açılarına ve kariyerlerine yansıtarak, hayatlarına dokunmayı istiyoruz. Hedefimiz, beş yılda üniversitelerle yürüteceğimiz iş birlikleriyle 10.000 kız öğrenciye ulaşabilmek" dedi. Yelmenoğlu, sözlerine şöyle devam etti: "Biz, kadınların hayatın her alanında daha görünür olduğu, ilham

veren güçlü ekosistemler yaratmanın mümkün olduğuna inanıyoruz. Geleceğin yetkinlikleriyle donatılmış kız çocuklarının yetişmesinde, inovasyon ve teknolojiye kadınların güçlenmesinde rehberlik edecek bir programın parçası olmak son derece gurur verici. Elbette bu hedefler sadece bir başlangıç, süreç içinde çok daha büyük adımları atacağız ve sayımızı daha da artıracakız."

Prof. Dr. İdris Demir: "Program ile öğrencilerimize yeni bir kapı aralanacak"

Tüpraş ile yürütülen iş birliğinden duydukları memnuniyeti dile getiren Batman Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. İdris Demir, "Program ile öğrencilerimize yeni bir kapı aralanacak. Kadınların girişimcilik yeteneklerinin artırılmasının ve dijitalleşmenin önem kazandığı günümüzde teknoloji ve yenilik odaklı iş fikirlerinin hayata geçirilebilmesi adına bu projeleri çok önemsiyoruz. Batman Üniversitesi olarak öğrencilerimize her alanda gelişim imkânı sağlamaya çalışıyoruz. İçerisinde insanı barındıran her proje, bizim için çok kıymetli ve emek verilmeye değerdir" şeklinde konuştu.

TÜPRAŞ'IN "TEKNOLOJİ VE İNOVASYONDA KADIN PROGRAMI"NIN TOPLUMA YÖNELİK TAAHHÜTLERİ

Tüpraş, Koç Holding'in Birleşmiş Milletler Kadın Birimi Nesiller Boyu Eşitlik Forumu'ndaki küresel liderliği kapsamındaki taahhütlerine katkı sağlamak üzere, "Teknoloji ve İnovasyonda Kadın Programı"nı geliştirdi. Şirket, "Teknoloji ve İnovasyonda Kadın Programı" ile kız çocuklarının STEM (Fen, Teknoloji, Mühendislik, Matematik) alanlarında çalışma potansiyellerini ortaya çıkartmayı, kadınların güçlenmesine rehberlik etmeyi, kadınların ve kız çocuklarının teknoloji ve inovasyon ekosistemine erişimlerini kolaylaştırmayı amaçlıyor. İlk adımı "Genç Beyinlerde İnovasyon ve Kadın Gücü Alt Programı" ile başlatılan program kapsamında yürütülecek farklı eğitim projeleriyle 5 yılda, 90 bini ortaokul, 10 bini üniversite olmak üzere toplam 100 bin kız öğrenciye ulaşmayı taahhüt ediyor.



PANDEMİ, PAZARLAMA DÜNYASINDA NELERİ DEĞİŞTİRDİ?

♦ ♦ ♦

"Pandemi sonrası yeni bir dünya" sloganına her geçen gün yeni bir kanaldan kanıt geliyor. Küresel denetim, yönetim ve vergi danışmanlığı şirketi Deloitte'un "2022 Küresel Pazarlama Trendleri" raporu, yeni bir dünyanın yeni pazarlama stratejilerini gerektirdiğini ortaya koyuyor.

YAZI
Yasemin Balaban

Pandemi, birçok farklı alanda olduğu gibi tüketimde de yeni alışkanlıkların, yeni kanalların önünü açtı. Daha önce kullanmayanların bile zorunluluklar nedeniyle yönelmesi sonucu yükselişe geçen çevrim içi alışveriş, artık hemen herkesin gündelik hayatının bir parçası. Bu durumun uzantısı olarak, ilgilendiğimiz ürünlerle ilgili bize sürekli bildirim gelmesi ise şaşılacak bir durum olmaktan çıktı. Artık kişiselleştirilmiş hizmetler bekliyoruz ama bir yandan da kişisel verilerimizin kullanılması konusunda endişeler taşıyoruz. İşte bu tablo, pazarlama alanında çalışan uzmanların önüne yeni görevler koyuyor. Bir yandan tüketicilerle ilgili devasa ölçekteki veriyi işleyip ürün ve hizmete dönüştürmek diğer yandan da kişisel verilerin hassasiyetini gözetmeye çalışmak pazarlamacıların ip üstünde dengeyi korumasını gerektiriyor. Yönetim ve vergi danışmanlığı, denetim gibi hizmet alanlarında en önemli küresel şirketlerden biri olan Deloitte tarafından hazırlanan “2022 Küresel Pazarlama Trendleri” raporu pandemiyle ortaya çıkan yeni dünyanın manzarasını çizerken bu alandaki yöneticilere de yol gösteriyor. Beş ülkeden 1.000 üst düzey yönetici ve küresel ölçekte 11 bin 500 tüketici ile yapılan görüşmeler, pazarlama alanındaki kuralların giderek karmaşıklaştığını gözler önüne seriyor. Dijital ve fiziksel kanalların entegrasyonundan çeşitlilik için artan taleplere kadar pek çok yeni trend söz konusu. Yani birçok eski yöntem artık işlemiyor. Yeni pazarlama stratejilerinin odak noktasında ise fiziksel pazarla dijitali harmanlayan çözümler bulunuyor. Giderek daha karmaşıklaşan bir dünyada markaların nasıl başarıyla büyüyebileceğinin cevaplarının ele alındığı rapor, hızlı büyüyen şirketlerin noktasal çözümlerin ötesine geçerek bütünsel müşteri deneyimine eğildiklerini gözler önüne seriyor. Bu strateji, işletmenin tamamına hâkim olan bir varoluş amacının harekete geçirilmesinden müşteri

veri stratejilerinin tümüyle elden geçirilmesine kadar pek çok ayağı içeriyor.

Kârlılık dışında amaçlar

İşletmelerin amacının en yüksek kârın elde edilmesinden öteye geçmesi gerektiği beklentisi giderek daha yaygın hâle geliyor. 2021 Edelman Güven Barometresi bulgularına göre tüketicilerin yüzde 68’i şirketleri değişime zorlayacak güce sahip olduklarına inanıyor, yüzde 86’sı ise CEO’ların toplumsal sorunlarla ilgili görüş belirtmelerini bekliyor. Deloitte’a göre daha eşitlikçi bir dünya oluşturmak, net sıfır emisyonu ulaştırmak ya da tüketici gizliliğini korumak gibi yaklaşımlar artık çok daha fazla önemseniyor. Bu doğrultuda birçok işletme neden var olduğunu ve kârlılık dışında nasıl bir etki bıraktığını farklı bir şekilde tanımlıyor. Bu, onları ürünün sunulmasından çalışanlara ve toplum katılımına kadar her şeyi yeniden düşünmeye zorluyor. Rapora göre hızlı büyüyen kuruluşlarda çalışanlar için şirket amacı, yüzde 66 oranında, karar alırken bir rehber olarak görev yapıyor. Yüzde 41’i için ise amaç kurumsal sosyal yatırım stratejisini yönlendiriyor. Raporda, “Markalar kime hizmet ettiklerini ve söz konusu bireylerin spesifik olarak neye önem verdiklerini bildiklerinde amaçlarını bir rekabetçi üstünlük şeklinde konumlandırabilirler ve daha da önemlisi söz konusu tüketicilerin beklediği yönde hareket edebilirler” ifadesiyle amacın önemine dikkat çekiliyor.

Çeşitlilik ve kapsayıcılık artık daha önemli

Yeni tüketiciler etnik köken, cinsel yönelimler gibi konularda daha hassas. Özellikle gençler şirketlerden de çeşitlilik ve kapsayıcılık bekliyor. Tüketiciler yalnızca bir gün içinde, uyanık oldukları saat aralığında 10 bine kadar reklama maruz kalıyor. Tüketiciler ve özellikle genç kuşaklar bu mesajlardan

sadece “sezon sonu indirimi”yle ilgili detaylardan daha fazlasını bekliyor. Bunun yerine bir markanın hem halka açık olarak hem de kamera arkasında çeşitliliği ve kapsayıcılığı destekleyip desteklemediğini sorguluyorlar. “11 bin 500 küresel tüketiciyle gerçekleştirdiğimiz anketimizi yanıtlayanlardan 18-25 yaş aralığındaki en genç olanlar satın alma kararları verirken kapsayıcı reklamcılığı daha fazla dikkate aldılar” ifadesinin yer verildiği raporda yalnız kapsayıcılığı veya çeşitliliği pazarlamanın yeterli olmadığı, çünkü çok sayıda tüketicinin sosyal adaletsizliklere uygulanabilir şekilde eğilmeyi taahhüt eden markalara daha fazla bağlılık gösterdiği ve müşteri bağlılığı için şirketlerin adil sonuçları desteklediklerini göstermeleri gerekebileceği belirtiliyor.

Analitiklik mi, yaratıcılık mı?

Yapay zekâyla ilgili gelişmeler, kuşkusuz pazarlama ve reklamcılar için oyun kurallarını değiştirdi. Tüketiciden gelen binlerce veri yapay zekâyla işlenip pazara sunulacak ürünleri ve hizmetleri şekillendiriyor. Bu da pazarlama ve reklam ekiplerinde analitik yaklaşımların, yaratıcı yaklaşımların önüne geçmesi olasılığını yaratıyor. Bu, işe alımlarda da öne çıkan bir eğilimi ortaya çıkarıyor. Raporda bu eğilime ilişkin şunlar söyleniyor: “Veri yoğunluğunun arttığı bu

Daha eşitlikçi bir dünya oluşturmak, net sıfır emisyonu ulaştırmak ya da tüketici gizliliğini korumak gibi yaklaşımlar artık çok daha fazla önemseniyor.

ÇEŞİTLİLİK, EŞİTLİK, KAPSAYICILIK

Çeşitlilik, eşitlik ve kapsayıcılık (ÇEK) ilkeleri yeni nesil pazarlamada öne çıkan unsurlardan biri. Tüketiciler bu konulardaki kapsayıcı tutumları şirketlerden de görmek istiyor. Rapor, bu kapsamda da şirketlere önerilerde bulunuyor:

- Ekiplerin ve tedarikçilerin pazarınızı doğru yansıttığından emin olun. Hizmet verdikleri pazarları yakından yansıtan içerideki ve dışarıdaki ekipler, marka ve ulaşmayı arzu ettikleri tüketiciler arasındaki kültürel ve demografik mesafeyi azaltabilirler.
- Farklı sesleri yeniden organizasyona getirin. Pazarlama üst düzey yöneticileri (CMO'lar) genellikle müşteriyle ilk temasta bulunan

hat olduklarından ellerindeki bu etki uyandırma pozisyonunu süreklilik içinde yeterince temsil edilmeyen toplulukların ihtiyaçlarını takip etmek ve işletmelerine getirmekle ve bu seslerle yüzleri kampanyalarında kullanmakla sorumludur.

- Taahhütleriniz ölçülebilir olsun. Sonuç olarak hiçbir mesaj bir markanın samimiysiz olarak etiketlenmesi durumunda bu güçlüğün üstesinden gelmesine yardımcı olamaz. Bunu çözmenin bir yolu ÇEK hedeflerinizin sadece işaretlenmesi gereken bir kutu olarak kalmaması, aynı zamanda gerçek ölçülebilir sonuçlar yaratmasını sağlamaktır.

Tüketiciler artık veri gizliliğine daha fazla önem veriyor. Kişisel bilgilerinin, satın alma ve internette tarama alışkanlıklarının nasıl kullanıldığı hakkında endişeleri bulunuyor.

ortamda pazarlama profesyonellerinin daha analitik becerilere sahip kişileri işe alma eğiliminde olduğunu görüyoruz. 556 küresel pazarlama üst düzey yöneticisi (CMO) ile yaptığımız ankette onlardan en yüksek performans gösteren çalışanlarının en iyi becerilerini tanımlamalarını istedik. Her sektörde analitik uzmanlık neredeyse yaratıcı becerileri az farkla geride bıraktı ki 10 yıl öncesinde bu neredeyse hiç duyulmamış bir şeydi!" Her ne kadar veri işleme öne çıksa da yaratıcılık hâlâ önemini koruyor. Yeni hedef; veri bilimcileri, stratejistleri, programcıları ve yaratıcı becerileri bir araya getirerek bütüncül bir yapıya ulaşmak. Sosyal medya pazarlama dünyasında da son dönemde önemli araçlardan biri. Şirketler artık kreatif işlerini ajanslar yerine influencerlara bırakabiliyor.

Günümüzde pek çok ajansın yaptığı işi ismarlama ya da markaya özel çözümler olarak görmeyen şirketler için influencerlar bir kurtarıcı rolü üstlenmiş durumda. "Bu kişiler hem ürünlere hem de müşterilere neredeyse herkesten daha yakın. Dahası, influencer ajanslarının çok hızlı büyüdüğü Çin gibi bazı ülkelerde influencer pazarlama sektörü, dünyanın büyük bir kısmından yıllarca ileri durumda" ifadelerinin dikkat çektiği raporda TikTok'un yakın zamanda, influencerların markalara danışmanlık yaptığı "kreatör kampları"na yer verdiğine değiniliyor. Görünen o ki şirketler dijital ve fiziksel ortamı ve becerileri birleştiren hibrit yapılar oluşturmaktan büyük yarar görecektir.

Veri gizliliğinin önemi artıyor

Son yıllarda sosyal medya kullanımı pazarlama dünyasında da değişim yarattı. Müşteriyle ilişkiler için denemeler yapılan bu kanallarda büyük veri ve yapay zekâ başrole çıkarken çerezler kullanılarak müşteriler doğrudan hedeflendi ancak dünya yeniden değişmeye başladı. Tüketiciler artık veri gizliliği istiyor. İlgili reklamları beğenebileceklerini söylerken kişisel bilgilerinin, satın alma tercihlerinin ve internet tarama alışkanlıklarının nasıl kullanıldığı hakkında da endişelerini dile getiriyor. Buna karşılık, düzenlemeler sıkılaştı ve birçok web tarayıcısı ve teknoloji şirketi üçüncü taraf çerezlerini devre dışı bırakıyor; hattâ önümüzdeki dönemde bu konuda ilave değişiklikler ve kısıtlamalar bekleniyor. "Üçüncü taraf çerezlerin aşamalı olarak kullanımdan kaldırılması, kaliteli potansiyel müşteriler bulmak, uzaklaşmış olan müşterilerle yeniden etkileşim kurmak ve çeşitli dijital reklam kampanyalarının etkinliğini ölçmek dahil olmak üzere pazarlama profesyonellerinin müşterilerle etkin biçimde etkileşime geçme kabiliyetini çeşitli sebeplerle engelleyebilir" ifadelerine yer verilen rapor, hızlı büyüyen markaların bu kısıktan kurtulduğunu ortaya koyuyor.

Hızlı büyüyen markaların pazarlamadan sorumlu üst düzey yöneticileri (CMO'ları) birinci taraf verileri özellikle iki temel alanda, dinamik reklam optimizasyonu yoluyla kişiselleştirilmiş içerik sunma ve programatik medya aracılığıyla kullanıcılara reklam sunmak için veri kullanma alanlarında daha karmaşık yollar tercih ediyor. Bu yeni yaklaşım için e-postaların optimize edilmesi için başlangıç noktası; ancak veri altyapısını bütüncül bir şekilde ele almak gerekiyor.

Şeffaflık ve insaniyet

Birinci taraf veri stratejisi tek başına yeterli değil. İnsan odaklı bir veri deneyimi tasarlamak, verilerinin kullanımını yararlı bulan ve ürkütücü bulan bireyler arasındaki ince dengeyi gözetmeyi de gerektiriyor. Bir alışveriş uygulaması indirdiğinizde ve gizlilik politikasını kabul ettiğinizde, ekranınızdaki simgenin arkasındaki şirket, hakkınızda, bankacılık işlemlerini nerede yaptığınız, çevrim içi satın alma eğiliminiz ve internette gezinme sürenizin ortalaması gibi birçok şeyi öğrenebilir. Ancak rapora göre tüketicilerin yüzde 53'ü aktif dinlemeyi ürkütücü buluyor.

Güvenilir veri deneyimlerine bakıldığında, şeffaflık ve insaniyet en önemli hususlar olarak öne çıkıyor. "Aslında markalar şeffaflık ve insaniyet sergilediğinde, müşterilerin ürünü geliştirmeye yardımcı olacak kişisel bilgileri sağlama olasılıkları 2,5 kat ve beklenenden daha fazla değer elde ettiklerini hissetme olasılıkları 1,7 kat daha fazla" denilen raporda tüketici gizliliği alanında yolu bulmanın giderek daha da zorlaştığına dikkat çekiliyor. Ancak şeffaf olmak ve tüketici ihtiyaçlarını ön plana almak daha yararlı marka ilişkilerine olanak veriyor. Yeni dönemde öne çıkan bir diğer eğilim ise dijital ve fiziksel mecrayı birleştiren hibrit yaklaşımlar. Raporda ankete katılan yöneticilerin yüzde 75'inin takip eden 12 ay içinde hibrit deneyimler sunmak için daha fazla yatırım yapacakları

ortaya konuyor. Yöneticilerin yüzde 43'ü kişiselleştirmeyi, yüzde 43'ü inovasyonu, yüzde 40'ı müşteri bağlantısını ve yüzde 38'i kapsayıcılığı artırmak için hibrit çözümler arıyor.

Yapay zekâyı zekice kullanmak

Doğru zamanda yapılan tekliflerin ve başarılı satış sonrası hizmetlerin tüketicilerin satın alma kararları üzerinde önemli etkisi bulunuyor. Rapor, insan dokunuşu ile yapay zekâyı entegre ederek her ikisinde de yeni açılımlar sağlanabileceğine dikkat çekiyor. Tüketicilerle yapılan anketlerde can alıcı iki noktanın öne çıktığı görülüyor: Zamanında yapılan teklifler ve bilgili müşteri hizmetleri. Yapay zekâyı müşteri deneyimine uyarlamak ve insanların görevleri ile makinenin becerileri arasındaki uyumu sağlamak önemli. Müşteriler için dinamik bir deneyim,

ihtiyaç duydukları yardımı ve bilgiyi istedikleri zaman, istedikleri yerde ve istedikleri şekilde sunmak anlamına geliyor. Bunu sağlamanın bir yolu, markaların daha kişiselleştirilmiş ve yaratıcı pazarlama yapması, aynı zamanda müşteri davranışlarını tahmin etmesine yardımcı olan yapay zekâ kullanması olarak gösteriliyor. Raporda yapay zekâ kullanımının incelikleri ise şu sözlerle anlatılıyor: "Yapay zekâ tek başına yeterli değil. Örneğin, canlı hizmet vermeyen bir self-servis sohbet robotu, müşteriye şirketin yararlı olmaktan çok maliyet tasarrufuna öncelik verdiği mesajını iletebilir; deneyim tasarımı aşamasında, iletişim merkezlerinin insani tarafının da olduğu unutulmamalıdır." Tüm dünya gibi pazarlamada da oyunun kuralları değişiyor. Bu değişim rüzgârının kanatlarına binen şirketler kazanan tarafta olacak.

PAZARLAMADA YENİ DÜNYA DÜZENİ

Deloitte'un "2022 Küresel Pazarlama Trendleri" raporunda, Covid-19 pandemisiyle birlikte pazarlama alanında birçok kuralın geçersizleştiğine dikkat çekilerek şu sözlerle yer veriliyor:

"Son 18 ay, müşteri etkileşimine ilişkin stratejileri daha önce hiç olmadığı kadar değiştirdi ve bu değişikliğe görülmemiş bir karmaşıklık eşlik etti. İnsanların dijital ve fiziksel kanallar arasında mekik dokuduğu pandemi sonrası dünyada doğrusal müşteri yolculukları neredeyse geçmişin bir kalıntısı hâline geldi. Müşteriler daha özelleşmiş ve kişiselleştirilmiş deneyimler beklerken, aynı zamanda verilerinin nasıl elde edildiği ve kullanıldığı konusunda daha tedbirliler. İnsanlar malların ve hizmetlerin bir düğmeye basılmasıyla elde edilebilir olması beklentisi içinde olduklarından, kolaylığın tanımı değişmiş durumda. Ürünler ve hizmetler bir yana, insanlar daha çok bir markanın varlık nedenine duyarlılık gösteriyorlar. Bu nedenle markalar yalnızca kârı maksimize etmeye odaklandığında, tüketiciler henüz önlerine bir teklif dahi konmadan markadan uzaklaşıyorlar. Bu trendler organizasyonun dört duvarı arasında da benzer şekilde karmaşıklık yaratıyor. Yapay zekâ müşteri deneyiminde temel unsur hâline geldikçe, takımlar yaratıcılığı ve analitiği bir arada kullanabilen ve entegre edebilen doğru yetenek karmasını oluşturma mücadelesi veriyor. Buna paralel olarak markalar durmaksızın sahip oldukları yeteneklerin, pazara sunmayı ümit ettikleri deneyimler kadar temsil edici ve kapsayıcı özellikte olmasını sağlamaya çalışıyor."



“AYGAZ’IN ‘GÜVENİLİR’ MARKA İMAJI REKABETTE ÖNE GEÇMEMİZE YARDIMCI OLUYOR”

♦♦♦

Koç Topluluğu ile uzun yıllara dayanan bir iş birliği içinde olan Aygaz Hatay, İskenderun bayisi Zekai Emre, Aygaz’ın müşteri memnuniyetini odağına alarak hayata geçirdiği proje ve uygulamalar sayesinde rekabette öne çıktıklarına dikkat çekiyor. Zekai Emre, “Bugün Aygaz dediğiniz zaman herkesin aklına tüketiciye güven veren ve müşteri memnuniyetinde zirvede olan bir şirket geliyor” diyor.

Kaç yıldır Aygaz bayisisiniz?
Bize kısaca Aygaz bayisi olma sürecinin nasıl geliştiğini anlatabilir misiniz?

Aygaz bayisi olma serüvenimiz, rahmetli muhterem babamın Koç Topluluğu'nun vizyon ve misyonunu çok benimsemesi ve Topluluk ile ortaklık yapma hedefi doğrultusunda 1978 yılında terzilik mesleğini bırakarak ALPA şirketinden beyaz eşya alması ile başladı. Koç Topluluğu ile ortaklığımız, 1992 yılında Aygaz beyaz eşya ve Aygaz tüplü gaz bayiliğini de alarak karşılıklı saygı ve sevgi çerçevesinde büyük emeklerle bugünlere kadar geldi. İleri görüşlülüğü ve saygınlığıyla bizleri bugünlere getiren, Koç Topluluğu ortaklığını bize miras bırakan babam Muhsin Emre'yi de bu vesileyle bir kez daha rahmetle ve minnetle anmak isterim.

Aygaz, Türkiye enerji sektörünün öncü gücü olma misyonu doğrultusunda 60 yılı aşkın süredir "ilk"lere imza atıyor. Aynı zamanda yatırımları ile de enerji sektöründeki ekosistemin gelişmesine katkı sağlıyor. Bu çerçeveden baktığınızda Aygaz bayisi olmak size rekabette nasıl bir avantaj sağlıyor?

Enerji sektörünün en eski ve en güvenilir şirketlerinden biri olan Aygaz çatısı

altında faaliyet göstermek elbette ki rekabette bize avantaj sağlıyor. Aygaz'ın tüketicinin dimağındaki "güvenilir" marka imajı rekabette öne geçmemize yardımcı oluyor. Bu başarıda tüm Aygaz çalışanlarının rolü olduğunu düşünüyorum. Bundan dolayı ben de Aygaz yönetimine çalışanlıklarından ve başarılarından dolayı teşekkürü bir borç bilirim.

Aygaz, kendisini çağın ihtiyaç ve beklentileri çerçevesinde değiştirmeye ve dönüştürmeye azami derecede özen gösteriyor. Örneğin, eskiden siparişleri küçük kâğıtlara yazardık. Aboneleri ve veresiyeleri kayıt defterlerinde tutardık. Adresler kaybolur, defterler yıpranırdı. Müşteri bilgilerini saklamak çok meşakkatliydi, kırtasiye giderleri de cabasıydı. Aygaz'ın inovasyona verdiği önem, yönetimin ileri görüşlülüğü ve yeniliklere açık olmasının da etkisiyle Koç Sistem tarafından Aygaz Ekspres programı geliştirilerek bayilerin iş süreçleri daha konforlu hâle getirildi. İşimizi daha hızlı ve daha sorunsuz yapabilmemize olanak sağlayan bu ve benzeri uygulamalar sayesinde hem yaptığımız işten daha fazla keyif alıyoruz hem zamanımızı daha verimli kullanabiliyoruz hem de rekabette öne geçiyoruz.

Yaşam değişiyor ve dönüşüyor. Enerji sektöründeki talepler de buna bağlı olarak farklılaşıyor. Aygaz'ın son tüketiciye temas eden yüzü olarak siz, müşteri istek ve beklentilerinde nasıl bir değişim ve dönüşüm gözlemliyorsunuz?

Çok sevdiğim ve çok meşhur olan bir söz vardır; "Değişmeyen tek şey değişimin kendisidir" diye. Bu söz aslında her şeyi açıklıyor. Aygaz, müşteri memnuniyetini tüm iş süreçlerinin merkezine alıyor. Bugün Aygaz dediğiniz zaman herkesin aklına tüketiciye güven veren ve müşteri memnuniyetinde zirvede olan bir şirket geliyor. Bunu rakiplerimiz de bu şekilde kabul ediyor. Hâliyle bu yaklaşım da müşteri memnuniyetinin yüksek olmasına neden oluyor. Biz bayiler de müşteri memnuniyet oranımızın yüksek seyretmesinden dolayı çok mutluyuz. Müşterinin memnuniyetini daha da yukarılara taşımak için elimizden gelen her türlü fedakârlığı yapmaya da her zaman hazırız. Neticede insan kendine nasıl davranılmasını, nasıl değer verilmesini, nasıl hizmet edilmesini istiyorsa karşısındakine de aynı şekilde yaklaşmalı. Bu duruma müşteri penceresinden de bakıldığında aynı sonuç ortaya çıkıyor. İşte Aygaz'ın müşteri memnuniyetine bakışı da tam



"Aygaz bayileri olarak kırdığımız her satış rekorunda hem şirketimizin büyümesine katkıda bulunduğumuzu hem de ülkemiz için katma değer yarattığımızı biliyoruz."

olarak böyle. Özetle Aygaz çatısı altında faaliyet gösteren her birey kendisine nasıl davranılmasını istiyorsa müşteriye de öyle davranıyor. Bu da hâliyle müşteri memnuniyetinin yüksek olmasına yol açıyor.

Aygaz, enerji sektörünün en önemli şirketlerinden biri. Yıllardır kaydettiği satış rakamlarıyla ekonominin de lokomotif şirketlerinden. Bu başarıda bayiler olarak nasıl bir rolünüz olduğunu düşünüyorsunuz?

Kurucumuz merhum Vehbi Koç'un da dediği gibi "Devletim ve ülkem var oldukça ben de varım". Biz de Aygaz'ın başarısına bu bakış açısıyla yaklaşıyoruz ve diyoruz ki "Koç Topluluğu varsa bizim de ticaretimiz var demektir". Aygaz bayileri olarak kıldığımız her satış rekorunda hem kendi şirketimizi hem de çatısı altında faaliyet gösterdiğimiz ve büyük bir aile olarak nitelendirdiğimiz şirketimizin büyümesine katkıda bulunduğumuzu; devletimiz, ülkemiz ve milletimiz için katma değer yarattığımızı, gayrisafi yurtiçi hasılanın büyümesine, insanların refah seviyelerinin artmasına katkı sağladığımızı biliyoruz. Bundan da büyük bir mutluluk duyuyoruz.

Günün büyük bir çoğunluğunu çalışanlarınızla geçiriyorsunuz. Kimi zaman ailenizden daha çok onları görüyorsunuz. Kaç kişilik bir ekipsiniz? Çalışanlarınızla aranızda nasıl bir ilişki var?

Çalışma arkadaşlarımızı kendi ailemizden farklı görmüyoruz. Dediğiniz gibi ailemizden çok onları görüyor, onlarla muhabbet ediyor, iyi günde gülüp kötü günde ağlıyoruz. Çalışanlarım da kendilerinden yaşça büyük olmamdan dolayı beni bir abi, amca ve baba gibi görüyorlar sağ olsunlar. Mevcut durumda 10 kişilik, çoğunluğu genç, dinamik ve hevesli bir ekibimiz bulunmakta olup halihazırda ekip arkadaşlarımızdan ikisi 25 yıl, ikisi de 10 yılı aşkın süredir bizimle çalışıyor. En

hassas olduğumuz konu çalışanlarımızın sosyal haklarından eksiksiz ve koşulsuz yararlanmasıdır. Bunun yanında en çok dikkat ettiğimiz diğer konular da çalışanlarımızın eğitimleri ve iş yerindeki hijyen.

Bu konuda son olarak şunu söyleyebilirim ki biz Koç Topluluğu'ndan öğrendiklerimizi iş arkadaşlarımıza harfiyen yansıttığımızda başarının kendiliğinden geldiğini gördük.

Pek çok bayimizin müşterileriyle aile sıcaklığında bir iletişim kurduğunu biliyoruz. Siz, müşterilerle olan diyalogunuzda nelere dikkat edersiniz? Müşterilerle doğru ve güvenilir iletişimi sağlamanın püf noktası sizce nedir?

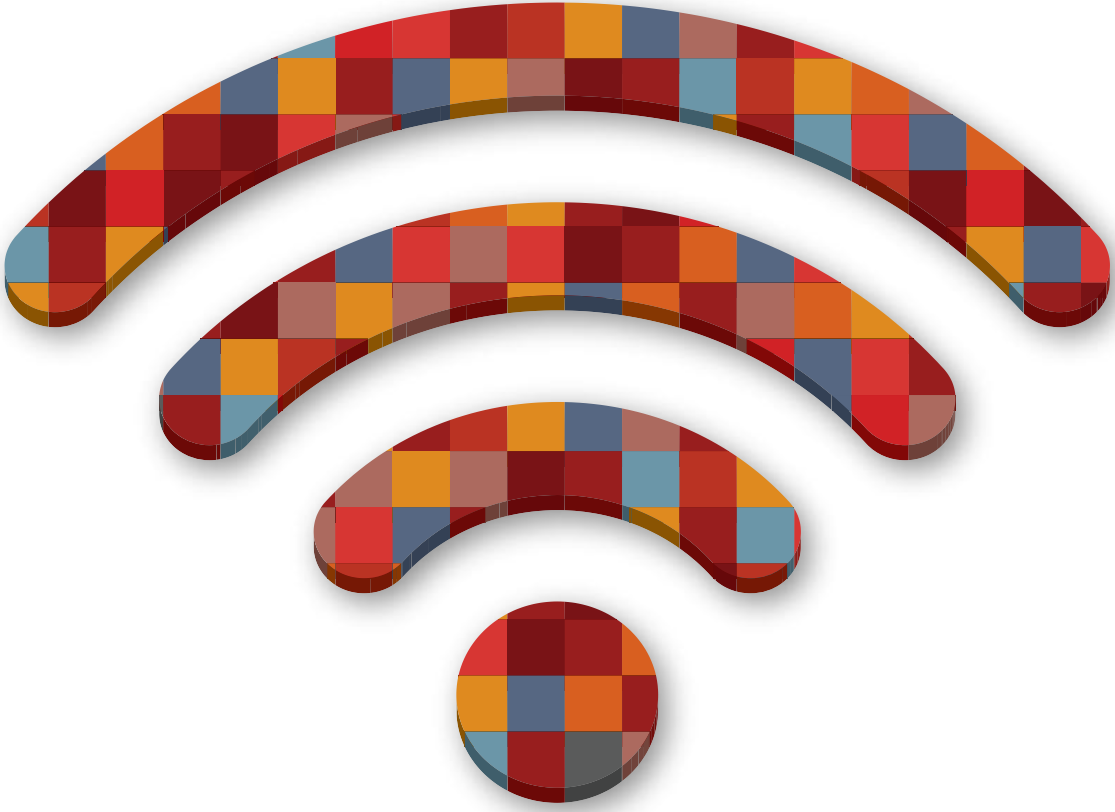
Önce samimi ve dürüst olmak, sonra yaptığımız işin önemini bilip bu doğrultuda personel seçimini gerçekleştirmek ve müşterilerimizin hassas olduğu konularda personellerimizi eğitmek öncelikli gündem maddelerimizi oluşturuyor. Mesela müşterilerle kurduğumuz iletişim dilinin belli bir samimiyette olmasına özen gösteririz. Gelen siparişlerde müşterilerimizi "günaydın, iyi günler ve iyi akşamlar" diye karşılız ve yolcu ederiz. Aynı şekilde elemanlarımızın da müşterimize ulaştırdığı siparişlerde bu şekilde davranması bizim için son derece önemli. Müşterilerimizle

aramızda güven ve samimiyet odağında bir iletişim yakaladığımıza inanıyorum. Zira müşterilerimiz başka siparişlerinde sipariş elemanını evlerine almazken bizim personelimizi evlerine misafir ediyorlar. Bunda bizim güven odağında tesis ettiğimiz iletişim dilimizin, dış görünüşümüze çok dikkat etmemizin rolü büyük. Ayrıca işe kâr odaklı bakıp sürekli eleman değiştirmenin de uzun vadede kaybettirdiğini biliyoruz. Çünkü müşteri yıllarca aynı kişiden hizmet alınca ister istemez aralarında bir güven duygusu oluşuyor. Bu da sizi tercih etmesine neden oluyor.

Son olarak hem diğer bayilerimize hem de Aygaz ve Koç Topluluğu yöneticilerine iletmek istediğiniz bir mesajınız var mı?

Bayi arkadaşlarıma naçizane tavsiyem Koç Topluluğu'na ve Aygaz yönetimine güvensinler. Bakın daralan tüpgaz piyasasında üst yönetimimiz Aykargo fikriyle yola çıktılar ve Sendeo markasını yarattılar. Biz bayilere yeni bir iş alanı sağladılar. Bugünden söylüyorum, yakın bir zamanda Sendeo Türkiye'nin en büyüğü olacak. Lütfen cesaretli olup taşın altına ellerini korkmadan koysunlar. Aygaz ve Koç Topluluğu yöneticilerine de iletmek istediğim mesaj şu: Bayileri de Koç Vakfı'na üye yaparak birikimlerini değerlendirmelerine önayak olmalarını isterim.





İnternetin olduğu her yerde
KoçBayi yanınızda!

www.kocbayi.com.tr

KoçBayi



ATATÜRK'ÜN MANEVİ EVLATLARI

♦ ♦ ♦

Bütün çocukları severdi. Hattâ o kadar severdi ki, onlara bir bayram hediye etti.

Ama onun da eğitimi ve yetiştirilmesiyle yakından ilgilendiği manevi evlatları vardı. Bu yıl 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nı kutlarken Atatürk'ü, mirasında da isimleri geçen manevi çocuklarının öyküleriyle anıyoruz.

YAZI
Arzu Erdoğan

Hayatin olgunlaştırdığı çocuklar vardır... Anne ya da babasını erken yaşta kaybetmiş, tüm çocukça nazlanmalar içinde yarım kalmış, kendisini nazlandıracak kimse bulamamış çocuklar... İşte o çocuklardan biriydi Mustafa Kemal... Babasını 12 yaşında kaybedince, annesiyle dayısının çiftliğine yerleşmiş, kargaları kovalayan Mustafa olmuştu. Aslında haksızlık da etmemek lazım, İpek Çalışlar'ın "Mustafa Kemal Atatürk" adlı kitabında anlattıklarına göre, dayısı kardeşinin ve onun çocuklarının huzuru ve mutluluğu için elinden geleni yapmıştı. Ancak küçük yaşta rol modelini, babasını kaybetmiş bir çocuğun kalbindeki yaraları kim, ne kadar sarabilirdi ki?

Duygularını yazdığı bir günlüğü olmadığını için o zamanlarda neler hissettiğini, iç dünyasında neler yaşadığını bilmek mümkün değil. Sadece en yakınlarının ruh hâlinden anladıklarından veya tahminlerinden ibaret bilinenler... Ama herkesin birleştiği bir nokta var ki, o da kendi gibi yaralı çocuklara karşı duyduğu şefkat duygusu... Yapabildiği, başarabildiği kadarıyla hem cumhurbaşkanlığı döneminden önce

hem de sonra ailesini kaybetmiş veya zorluklar içinde varlığını sürdürmeye çalışan çocuklara kol kanat germiş ve "manevi evladım" demişti.

Aslına bakılırsa, yakınlarının anılarına göre, bütün çocuklara karşı büyük bir sevgi besliyordu Atatürk. Özel kalemi Hasan Rıza Soyak, "Atatürk çocukları çok severdi. Onun dilinde çocuk 'sevgi' demektir. Sevdikleri hangi yaşta olursa olsun 'çocuk' diye seslenirdi. Bütün çocuklar onun öz çocukları gibiydi. O, bu yavrulara öylesine gönül vermiş, onlar da öylesine ona candan bağlanmışlardı ki, dünyada böyle bir mutluluğa erişmiş kaç insan vardır?" diye anlatıyor Ata'nın duygularını... Aslında haksız da değil. Çocuklara olan derin sevgisi sayesinde bağımsızlığımızın ilanı olan Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin kuruluş gününü çocuklara bayram olarak hediye etti. Ve kendisinin önderliğinde 23 Nisan her yıl Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı olarak kutlanıyor. Bütün çocukları severdi kuşkusuz. Ama kendisinin "manevi evladım" dediği çocukları da vardı. Ve o çocuklar onun hayatının neşesi, büyük gurur kaynakları oldular. Bu çocuklardan İhsan, Ömer,

Afife, Abdurrahim ve Zehra'yı (Zühre) Cumhuriyet'ten önce; Sabiha, Afet, Rukiye, Nebile, Ülkü ve Mustafa'yı da Cumhuriyet'ten sonra evlat edinmişti. Ne yazık ki İhsan, Ömer ve Afife hakkında günümüze çok fazla bilgi ulaşmamış.

Abdurrahim Tunçak

Van doğumlu Abdurrahim, 8 yaşında iken 1916 yılında Osmanlı-Rus Savaşı sırasında ailesini kaybetmişti. Mustafa Kemal, Kafkas Cephesi'nde 2. Ordu Komutanlığı'na vekâleten atanmış ve komutanlığında Bitlis ve Muş illeri Rus işgalinden kurtarılmıştı. Bu dönemde Mustafa Kemal'e aileleri savaşta ölen öksüz ve yetimlerden bahsedilmişti. Bunlardan birisi de 8 yaşındaki Abdurrahim'di. Mustafa Kemal, küçücük yaşta ailesini kaybetmiş bu kara gözlü çocuğu evlat edinmeye karar verdi. Ama bir ulusun yeniden dirilişini sağlayacak planların arifesindeydi. O nedenle 9. Ordu Müfettişi olarak Samsun'a gittiğinde Abdurrahim'i İstanbul'da Beşiktaş Akaretler'deki evde, annesinin yanına bırakmak zorunda kaldı.

Üç yıl sonra zaferi kazanıp Ankara'ya döndüğünde Abdurrahim'i de yanına aldı. Salih Bozok'un oğlu Cemil ile beraber Çankaya Köşkü'ne yakın bir ilkökula yazdırdı. "Okulun tatil günlerinde beni imtihan ederdi. Önce okulda neleri öğrendiğimi sorar sonra da o konularda sorular yöneltirdi. Bunun dışında her akşam Fikriye Hanım'la otururken beni yanına çağırır, o gün okulda ne yaptığımı sorar, dersleri anlayıp anlamadığımı öğrenmek isterdi. İlkokul üçüncü sınıfta olduğum yılı. Eve karnemi getirdim. Notlarım çok yüksekti. Mustafa Kemal Paşa her zamanki dikkatiyle karnemi inceledi. Notlarımın çok yüksek olmasını yadırgamış. Bana belli etmedi ama bu konudaki kuşkusunu daha sonra Fikriye Hanım'a söylemiş. Öğretmenlerin bana iltimas geçtiğini düşünüp, Mahmut Soydan'a gidip öğretmenim Tahsin Bey ile konuşmasını rica etmiş. Mahmut Bey, ertesi gün hocamla görüşmüş.



Abdurrahim Tunçak, Atatürk'ün Cumhuriyet öncesinde evlat edindiği çocuklardan biriydi.

Tahsin Bey ona benim çok iyi bir öğrenci olduğumu söylemiş. 'Kendisine kesin surette iltimas yapılmış değildir' demiş. Mahmut Bey bu konuşmayı nakledince, Paşa çok memnun olmuş" diyerek eğitim yıllarını anlatan Tunçak, daha sonra Sanayi Mektebi'ne kaydedildi. Atatürk Latife Hanım'la evlenince İzmir'e, Zübeyde Hanım'ın yanına gönderildi ve ayrılıklarında tekrar Ankara'ya geri döndü.

Atatürk, Abdurrahim'in eğitimiyle yakından ilgilendi; liseyi bitirdikten sonra "Artık askere değil teknik adama ihtiyacımız var" diyerek İstanbul'a gönderdiği Abdurrahim'in İstanbul Valiliği ve belediye yardımıyla Fransızca ve matematik öğrenmesini sağladı ve bu eğitimin ardından onu İETT'nin o zamanki Belçikalı genel müdürü Hansens'e götürüp "Biz bu gencin ihtimamla yetişmesini istiyoruz" diyerek ona emanet etti. Sonra Almanca öğrenmesini sağladı ve 1929 yılında onu Berlin Teknik Üniversitesi'ne göndererek tüm giderlerini kendi karşıladı.

Soyadı Kanunu'nda "Tunçak" soyadını alan Abdurrahim Bey, Savarona Yatı'nın satın alınması görüşmelerinde tercümanlık yaparak işlemleri yürüten Hasan Rıza Soyak'a da yardımcı oldu. Yıllar önce kendisiyle röportaj yapan gazeteci Mete Akyol'a "Kendimi bildiğimde annem olarak kabul ettiğim Zübeyde Hanım'ı, ablam Makbule Hanım'ı, bir de Paşamızı tanıdım. Benim ailem, bu aileydi. Ben kendimi bu ailenin çocuğu olarak kabul ettim ve hep böyle kaldım. Gerçek annemin ve babamın kim olduğunu asla öğrenemedim. Rivayete göre babam bir memurmuş. Tayin edildiği Diyarbakır'da annem ölmüş. Babam beni İstanbul'a getirmiş ve hemen arkasından askere alınmış, cepheye gönderilmiş. Bir daha dönmemiş. Haberi de gelmemiş..." diye bir açıklama yapan Abdurrahim Tunçak, Atatürk'ün ölümünden sonra Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası'na girdi, emekli olana kadar da orada çalıştı ve 1999 yılında hayata gözlerini yumdu.

Sabiha Gökçen

1913 yılında altı çocuklu bir ailenin son çocuğu olarak Bursa'da dünyaya geldi Sabiha Hanım. II. Abdülhamid tarafından Bursa'ya sürgün gönderilen Vilayet Başkâtibi Hafız Mustafa İzzet'in kızıydı. İlkokula gittiği yıllarda babasını ve annesini peş peşe kaybetti. Çok zorlu olsa da kardeşlerinin yardımıyla öğrenim hayatını sürdürmeye çalıştı. Atatürk, 1925 yılında çıktığı Bursa gezisinde Sabiha Hanım'la tanıştı. Kendisinden yatılı okumak için yardım isteyen bu cevval kızın üzücü hikâyesini öğrenen Mustafa Kemal, küçük Sabiha'nın ağabeyi ile konuşarak onu evlat edindi. Gezinin sonunda Sabiha, Gazi ile beraber Ankara'ya doğru yola çıktı. Önce Çankaya İlkokulu'nu, daha sonra da Üsküdar Kız Koleji'ni bitiren Sabiha Hanım'ın kaderi, 1935 yılında manevi babasıyla gittiği Türkkuşu Uçuş Okulu'nun açılış töreninde değişti. Yabancı planör ve paraşütçülerin gösterilerini izlerken, onlardan aldığı davet kendisini çok heyecanlandırdı. Bunun üzerinde Atatürk kendisine paraşütçü olmak isteyip istemediğini sorduğunda, heyecanla başını salladı. Atatürk, okul müdürü Fuat Bulca'ya onu ilk kadın kursiyer olarak kaydettirmesi

talimatını verdi. Paraşütçülüğü de sevdi, ama kısa bir süre sonra uçmak için yaratıldığını anlamıştı. Bu yüzden hemen pilot lisansını aldı. Gökçen, yedi erkek öğrenciyle birlikte planör ve motorlu uçak pilotluğu konusunda ileri bir kurs için Rusya'ya gönderildi. Ancak Moskova'dayken ablası Zehra'nın hayatını kaybettiği haberini alınca morali bozuldu, bir süre sosyal faaliyetlerden kendini soyutladı ve Türkiye'ye döndü. Daha sonra Atatürk'ün ısrarıyla yeniden çalışmalarına başladı. Eskişehir Havacılık Okulu'nda Sami Uçan ve Muhittin Bey'den özel uçuş eğitimi aldı. 25 Şubat 1936'da ilk kez motorlu bir uçakla uçmaya başladı. Gökçen'in, uçuş eğitimindeki başarısı, Atatürk'ü çok memnun etmişti ve "Beni çok mutlu ettin. Şimdi sana ne planladığımı anlatabilirim. Belki de ilk asker sen olacaksın. Dünyanın ilk Türk asıllı kadın askeri pilotu olmak ne kadar gurur verici bir olay, tahmin edersiniz değil mi? Şimdi hemen harekete geçip sizi Eskişehir'deki Tayyare Okulu'na göndereceğim. Orada özel eğitim alacaksınız" dedi. O yıllarda harp okullarına kız öğrenci kabul edilmediği için Atatürk'ün emriyle kişiye özel bir üniforma verilen Sabiha Hanım, Eskişehir Teyyare Mektebi'nde 11 aylık



Sabiha Gökçen, dünyanın ilk kadın savaş pilotuydu.

özel bir eğitim programına katıldı ve uçuş diplomasını aldı. Sonrasında ise yine Eskişehir 1. Uçak Alayı'nda savaş pilotu olmak üzere eğitim gördü.

Soyadı Kanunu sırasında Atatürk'ün isteğiyle Gökçen soyadını alan Sabiha Hanım, 8 bin saat uçtu, 32 farklı askerî operasyona katıldı. Dünyanın ilk kadın savaş pilotu olarak Guinness Rekorlar Kitabı'na ve tarihe geçti. 1996 yılında ABD Hava Kuvvetleri tarafından yayımlanan "Tarihin En Büyük 20 Havacısı" posterinde yer alan tek kadın savaş pilotuydu.

1955 yılında aktif olarak uçmayı bırakan Sabiha Gökçen, Türk Hava Kurumu Yönetim Kurulu Üyesi oldu. 2001 yılında ise hayata gözlerini yumdu...

Ayşe Afet İnan

11 Ekim 1925'te İzmir'e gelen Atatürk, gezdiği ilkokullardan birinde Afet İnan ile karşılaştı. 1908 yılında Selanik'in Doyran kazasında doğan Afet İnan, Ata ile tanıştığında 17 yaşında genç bir öğretmendi. Balkan Savaşları sırasında ailesiyle birlikte anavatan topraklarına gelmiş, annesini 1915 yılında veremden kaybetmişti. Babası yeniden evlenince de öğretmen olmaya karar verip kendini ona göre yönlendirmişti. Afet İnan ilköğrenimini Eskişehir'in Mihalıççık ilçesinde, Ankara ve Biga'da tamamladıktan sonra gittiği Bursa Kız Öğretmen Okulu'nu 1925 yılında bitirdi. İlk görevine 17 yaşındayken, babasının işi gereği bulundukları İzmir'de Reddi İlhak İlkokulu'nda başladı. Atatürk, Afet İnan'ın ailesinin Makedonya kolunu tanıdığından, kendisinin mesleği ve durumuyla ilgilendi. Genç kızın eğitimini sürdürmek ve yabancı dil öğrenmek istediğini öğrenince, bu dileği yerine getirebilmek için babasıyla konuştu. Ailesinden de kabul alınca, genç kızla birlikte Ankara'ya döndü. Aynı yıl Fransızca öğrenebilmesi için onu İsviçre'nin Lozan kentine gönderdi. Afet İnan burada iki yıl kalarak dilini geliştirdi. Döndüğünde Notre Dame de Sion'da



Afet İnan, gezi ve protokol ziyaretlerinde Atatürk'e sık sık eşlik ederdi.

eğitimine devam etti. Bir yıl sonra ortaöğrenim tarih öğretmenliği sınavına girerek öğretmenlik belgesini aldı. Böylece de Ankara Musiki Öğretmen Okulu'na, tarih ve yurt bilgisi öğretmeni olarak atandı. Afet İnan, Atatürk'ün her zaman gurur duyduğu çocuklarından biri oldu. Cumhurbaşkanı ve siyasetçilerin Türkiye ziyaretlerinde mutlaka kendisine eşlik etmesini istemişti. Türk Tarih Kurumu'nun kuruluş çalışmalarında yer alan ve uzun yıllar asbaşkanlığını yapan Afet İnan, 1938'de lisans, 1939'da doktora çalışmalarını tamamlayarak 1942'de doçent ve 1950'de de profesörlüğe yükseldi. 1985 yılındaki ölümüne kadar Atatürk'ün düşüncelerini, kişilik özelliklerini ve onunla ilgili hatıralarını anlattığı birçok kitap yayımladı.

Rukiye Erkin

1911 yılında Seydişehir'de doğan Rukiye Hanım'ın babası Rıza Bey, I. Dünya Savaşı yıllarında askerlik vazifesi esnasında Mustafa Kemal'in yazıcılığını ve postacılığını yapmıştı. Askerden döndükten sonra bakırcılık yapmaya başladı, ama genç yaşta vefat etti. Annesini de küçük yaşta kaybeden Rukiye ve ablaları hem yetim hem de öksüz kaldı. Mustafa Kemal Konya ziyaretlerinden birinde, eski yazıcısı Rıza

Bey'i araştırırken kızlarının durumunu öğrendi. İlk üçü bir şekilde hayata tutunduğundan küçük Rukiye'yi yanına aldı, eğitimiyle bizzat ilgilendi. Rukiye de diğer kardeşleri gibi ilkokul eğitimini Çankaya İlkokulu'nda, ortaöğrenimini İstanbul Notre Dame de Sion'da tamamladı. Hakkında çok fazla bilgi yok Rukiye Erkin'in. Ama görünen o ki liseden sonra eğitimine devam etmek istememiş. 1930 yılında Jandarma 1. Mülazımı Hüsnü Bey (Erkin) ile evlendi. Nikâhları Ankara'da Mustafa Kemal'in huzurunda, Belediye Başkanı Nevzat Bey tarafından kıyıldı. Düğün ise 22 Mayıs 1930 tarihinde Dolmabahçe Sarayı'nda yapıldı. Düğün ihtiyaçlarının tamamı Atatürk'ün kişisel hesabından karşılandı, düğünde ilk dansı kızıyla kendisi yaptı. Evliliğinden bir oğlu olan Rukiye Erkin, 1995 yılında hayatını kaybetti.

Zehra (Zühre) Aylin

Asıl adı Zühre olan ve 1912 yılında Amasya'da doğan Zehra, 1916 yılında babası Mehmed'i, 1917 yılında da annesi Havva'yı kaybetti. Babasının öldüğü yıl, Amasya Yetim Kızlar Yurdu künye defterine kaydı yapıldı. Babasının Kurtuluş Savaşı'nın efsanevi yüzbaşılardan olduğu söylense de Prof. Dr. Metin Orbay ve arkadaşlarının yazdığı "Kimsesizler Sığınağı: Amasya

Yetim Kızlar Yurdu" kitabında babasının esnaf olduğu ve seferberlikte savaşa gittiği bilgisi veriliyor sadece. Kendisinin bir de Nuriye isimli kız kardeşi varmış, ama onun hakkında ne yazık ki başka bilgi bulunmuyor.

Zehra'nın kaderi, 25 Eylül 1924 yılında eşi Latife Hanım'la birlikte Amasya'ya ziyarete gelen Mustafa Kemal Paşa'nın, o zamanki adı Darül Eytam olan Öksüzler Evi'ni ziyaretiyle değişti. Aralarında nasıl bir sohbet gerçekleşti bilinmez, ama Zehra dönüş yolunda Paşa'nın ilk manevi kızı olarak Ankara'ya doğru yola koyuldu. İlkokulu, Çankaya Köşkü'nün bahçesindeki iki dershaneli özel bir okulda tamamladı. Bu okuldaki derslere manevi kız kardeşleri Sabiha, Rukiye ve Kılıç Ali, Fuat Bulca ve Salih Bozok'un çocuklarıyla birlikte katıldı. Küçük kız ortaöğrenim için bugün Robert Kolej olan Arnavutköy Amerikan Kız Koleji'ne gönderildi. Bir süre kardeşi Sabiha gibi havacılığa heves etse de sonra ilgisini kaybetti. Bu arada Soyadı Kanunu çıktı ve Zehra, Aylin soyadını aldı. Kolej mezuniyetinin ardından yüksek öğrenim için Londra'da Saint Hilde College'a gönderildi. Ancak burada bir dönemlik eğitimden sonra yurda dönmek istedi. Manevi babası Atatürk ise onun eğitimini tamamlamayıp diplomasını aldıktan sonra yurda dönmelerini istedi. Bu süreçte, –belki de vatan hasretiyle– Zehra hastalandı. Bunun üzerine Atatürk tarafından yurda dönmeye izin verildi. Talihsiz genç kız yola çıktı, ama ülkesini bir daha dünya gözüyle görmedi. Yıl 1935'ti. Yurda dönmek için Londra'dan trenle Paris'e geçerken Amiens istasyonuna yaklaşıldığında hava almak için koridora çıkan Zehra, pencereden düşüp can verdi. Elçilik görevlilerinden Firuz Kesim, Zehra'nın ölümü ile ilgili bilgileri Çankaya'ya gelerek anlattığında Atatürk, "Şimdi müteessir oldum. Çok zeki ve inatçı bir kızdı, severdim" diyerek üzüntüsünü dile getirmişti.

Nebile İrdelp

Beylerbeyi Tekkesi şeyhinin kızı ve İzmit Valisi Eşref Bey'in yeğeni olan Nebile Hanım, Atatürk tarafından 1928 yılında evlat edinildi. Evlat edinilme hikâyesi ise ilginç, çünkü Nebile, Ata'nın diğer çocukları gibi yoksul değildi. İddiaya göre Nebile, Atatürk'ü çok merak ettiği için İstanbul Çapa Öğretmen Okulu'nda öğrenciyken, üç arkadaşıyla kaçıp Dolmabahçe Sarayı'na geldi. Hattâ Saray'a gizlice girdi. Tabii yakalanınca kovulmamak için gözyaşlarıyla yalvardı. Bunun üzerine Nebile'yi hizmetçi olarak işe aldılar. Aradan ne kadar zaman geçti bilinmez ama bir gün Nebile, Atatürk'ün karşısına çıktı ve "Paşam ben alt katın hizmetçisiyim, sizi tanımak istedim" dedi. Kendisini tanıttıktan günlerdir ondan haber alamadıkları için perişan olan ailesine haber verildi ve 18 yaşındaki Nebile artık Atatürk'ün manevi kızı olarak bir yıllık bir süreç için onun yanında kaldı. Yılın sonunda Viyana Büyükelçiliği Başkâtibi Çerkes Tahsin Bey ile evlenen Nebile Hanım'ın, Ankara Palas'ta Atatürk'le olan dans fotoğrafı akıllarda kalan bir görsel olarak da tarihe geçti. Nebile Hanım 1931 yılında Tahsin Bey'den ayrılıp İzmit Kâğıt Fabrikası'nda görevli mühendis Sabahattin İrdelp ile ikinci

evliliğini yaptı. 1942 yılında ikinci eşinden de boşanan Nebile Hanım, yakalandığı menenjit ve verem hastalığından kurtulamayarak 1943 yılında hayata gözlerini yumdu.

Ülkü Adatepe

Ülkü'nün annesi Selanikli Vasfiye Hanım, Atatürk'ün annesi Zübeyde Hanım tarafından evlatlık olarak alınıp büyütüldü. Zübeyde Hanım ile Selanik'ten İstanbul'a, oradan da Ankara'ya gelen Vasfiye Hanım, Zübeyde Hanım ölünce de Atatürk'ün kız kardeşi Makbule Atadan'ın yanında kaldı. İlk kocasından dul kalan Vasfiye, köşke gelerek Atatürk'e sığındı; bir süre sonra da Orman Çiftliği'nde istasyon şefi olan Tahsin Çukuroğlu ile evlendi. Aile 1932'de bir kız çocuğuna sahip olduğunda onu 40 günlük iken köşke getirdi; Atatürk çocuğa "Ülkü" adını koydu ve onu yanına aldı. Son günlerine kadar yanından ayırmadığı küçük Ülkü onun için bir "yoldaş" oldu. Özel kalemi Hasan Rıza Soyak anılarında Ülkü ile Atatürk arasındaki özel bağı şöyle anlatıyordu: "Bir gün yanına gittiğim zaman Ülkü'yü yine büyük Ata'nın kucağında bulmuştum, şakalaşıyorlardı. Çocuk katıla katıla gülerken onun altın



Nebile İrdelp ile Atatürk'ün dansı, "modern Türkiye"yi yansıtan fotoğraflardan biri.



En küçük manevi çocuğu Ülkü ile Atatürk'ün çok özel bir ilişkisi vardı.

sarısı saçlarını çekiyor, burnuna yapıştıra yapıştıra, ara sıra yumuk elleriyle yüzüne tokatlar indiriyordu. Bir aralık bana baktı. Gök mavisi gözleri sevgi ve neşeden ışı ışıldı; 'Çocuklar ne sevimli, ne tatlı yaratıklar değil mi? En çok hoşuma giden hâlleri nedir, bilir misin? İki yüzlülük bilmemeleri, bütün istek ve duygularını içlerinden geldiği gibi açıklamalarıdır' dedi."

Ülkü büyüdükçe Atatürk'ün ona olan sevgisi de büyüdü; onu yurt gezilerinde yanında götürmeye başladı, küçük çocuğun yaşına göre olgun davranışlarından ve zekâsından çok etkilendi. Ne yazık ki ikili arasındaki tatlı ilişki Atatürk'ün zamansız ölümüyle son buldu. Atası öldüğünde Ülkü beş buçuk yaşlarındaydı.

Yıllar boyu kullanılan ünlü Türk alfabesi kapağında Atatürk'ün isteği üzerine kendisini minik Ülkü'ye harfleri öğretirken gösteren, İhâp Hulusi tarafından yapılmış resimleri yer aldı. Ülkü, Atatürk'ün çocuk sevgisinin simgesi oldu âdeta. Üç kez evlendi Ülkü Adatepe; 2012 yılında geçirdiği trafik kazasında ise hayata gözlerini yumdu...

Mustafa Demir (Sığırtmacı Mustafa)

Sığırtmacı, yani sığır çobanı Mustafa, 1918 yılında Efide Hanım ve Recep Bey'in üç çocuklarının ortancası olarak dünyaya geldi. Ailesi, bütün varlıklarını

Bulgaristan'da bırakarak Türkiye'ye göçmüştü. Bu nedenle Mustafa çalışmak ve aile bütçesine katkıda bulunmak zorunda kaldı. 1929 yılında gezinti yaparken yolunu kaybeden devrin Cumhurbaşkanı Atatürk ile karşılaşması, bütün yaşamını değiştirdi. Küçük çocuk Paşa'ya yolu tarif etti, sorularına rahat

tavırlarla cevap verdi. Ancak çok zayıf ve hastaydı. Bu Atatürk'ün bir türlü aklından çıkmadı. Yaverlerine çocuğu bulmaları emrini verdi. Sonrasında ailesinden izin alarak onu yanına aldı. Önce çocuğun tedavisi yapıldı. Ardından okuma yazma bilmeyen Mustafa, İstanbul'da ilkokulu, Işık Lisesi'nin orta kısmını ve Kuleli Askeri Lisesi'ni bitirdi. 1941 yılında Kara Harp Okulu'ndan tankçı teğmen olarak mezun olup Türk Silahlı Kuvvetleri'ne katıldı. Yüzbaşı rütbesindeyken Rıfkiye Hanım ile evlendi. 1954 yılında, Makbule Atadan tarafından manevi evlat olarak kabul edildi; hattâ kızı Tacinur'a ismini Makbule Hanım verdi. Bir süre sonra sağlık sebebiyle orduda personel sınıfına geçti. Çeşitli askerlik şubelerinde görev aldıktan sonra 1960 yılında kalp rahatsızlığı nedeniyle binbaşı rütbesindeyken emekliye ayrıldı ve ömrünün son yıllarını Yalova'da geçirdi. 15 Ocak 1987'de yaşamını yitirdi ve Yalova'da toprağa verildi.



Atatürk ile karşılaşması, Sığırtmacı Mustafa'nın hayatını değiştirdi.



SANATIN GÜCÜ İYİLEŞTİRİYOR

♦ ♦ ♦

Sanata gönül vermiş, Türkiye’de bu alanın gelişimi için çok değerli çalışmalara öncülük etmiş bir insandı Sevgi Gönül... Koç Okulu’nun 2004 yılından itibaren düzenlediği Sevgi Gönül Sanat Gecesi, onu daima hatırlayıp onurlandırmayı ve onun ektiği tohumları geleceğe taşımayı sağlıyor. Bu etkinliğin pandemide üç yıldır gerçekleştirilememesi nedeniyle bu sene özel, dijital bir kitap hazırlandı; sanatın bizi nasıl iyileştirildiği anlatıldı ve Sevgi Gönül bir kez daha anıldı.

YAZI
Yasemin Balaban

İlki 27 Mart 2004'te, Sevgi Gönül'ün vefatının ilk yılında düzenlenen ve "yaratıcılık ruhu"na adanan Sevgi Gönül Sanat Gecesi, onun sanatsever kişiliğini öğrencilerin çabasında yaşatan bir etkinlik. Sanatçı olmayı hedefleyen veya sanatla kendini anlamlandıran çocukları cesaretlendirmek, bu etkinliğin odak noktasında. Yıllar boyu Koç Okulu'nun kültür sanat etkinliği olarak düzenlenen Sevgi Gönül Sanat Gecesi son üç yıldır pandemi kısıtlamaları nedeniyle yapılamadı. Bu nedenle, dijital bir kitabın hazırlanmasıyla Sevgi Gönül büyük emek verdiği bu başlıkla bir kez daha anıldı.

Kitabın ana teması, sanatın iyileştiriciliği... "Karantina! Yeni bir sanat akımının adı oldu. 'Sanat bize iyi gelecek' diyerek kolları sıvadık. Zorlu günleri resim, seramik çalışmaları yaparak, film izleyerek, fotoğraf çekerek, şarkılar söyleyerek, enstrüman çalarak, dans ederek, canlandırma yaparak unutmaya çalıştık. Sanatla avunduk. Sanat yoluyla birbirimizi iyileştirmek için tek yürek olduk. Performansları dijital taşıyıp, kocaman bir aile olduk." Sunuş bölümünde bu sözlerin dikkat çektiği "Sanatın Gücüyle İyileşirken" adlı dijital kitap, Koç Okulu'nun sanat çalışmalarını çevrim içi ortamda sergiliyor. Sanatın her kolunda üretilen değerler bu kitapta bir araya geliyor. Tüm öğrenci ve öğretmenler için büyük önem taşıyan, sanat dünyasında da özel bir yeri olan gecenin ertelenmesinin yarattığı üzüntünün üstesinden gelmeyi, üretilen çalışmaları paylaşmayı amaçlayan kitap, akademi ve sanat dünyası açısından ilham verici bir belge özelliğini taşıyor. Koç Okulu, kurulduğu günden bu yana farklı etkinliklerle drama, müzik ve dans performansları, resim, seramik, fotoğraf sergileri düzenliyor. Bu sayede öğrencilerin performans sanatları ve görsel sanatların farklı dallarına ilk etapta ilgi ve sevgi, ardından bilinçli bir kavrayış geliştirmelerine, kişisel duygu ve düşüncelerini sanatın evrensel

diliyle ifade etmek için gerekli donanımı kazanmalarına aracı oluyor. Kitap, bu çalışmalardan yeni bir kesit sunuyor.

Bir sanat okulu gibi...

Pandemi döneminde sadece yüz yüze eğitim değil, sanat eğitimi uygulamaları da ortamı değiştirdi. Koç Okulu'nda da pandemiye ilaç olacak sanatın her dalındaki üretim faaliyetleri, akademik kadro ve öğrencilerin çabalarıyla çevrim içi ortamda devam etti. Pandeminin Mart 2020'de başlamasından itibaren Koç Okulu'nda sanata dair yapılanları, sanatsal uygulamadaki değişim sürecini, sürecin eğitimcilerde ve sanatçı olarak öğrencilerdeki yansımalarını bu kitapta bulmak mümkün. Kitap, yedi farklı sanat dalı üzerinden öğretmen, öğrenci ve mezun görüşleri, üretilen eserler ve dijital içeriklerle bir arşiv niteliği taşıyor. Sevgi Gönül Sanat Gecesi'nin kendileri için önemini anlatan pek çok öğrenci ve öğretmenin görüşlerine yer verilen kitapta müzik öğretmeni Gürsel Türker'in şu sözleri, faaliyetlerin ne kadar önemli olduğuna işaret ediyor: "Sevgi Gönül Sanat Gecesi benim için bir sanat okulu gibi. Her yıl drama oyuncularını, koristleri, solistleri, dansçıları, orkestrası, kostümü, dekoru, sergisi, ses-ışık ve teknik ekibi gibi bölümlerden, çeşitli duygusal bağlardan oluşan, ayrı ayrı ifade biçimlerine sahip ama tek bir değer için çalışan önemli bir sanat topluluğu. Yıllar içinde çok öğrencimiz mezun oldu bu etkinlikten ama hiç kopmamışız. Bir de gitgide büyümüşüz. Birbirimize ve sanata en çok ihtiyacımızın olduğu pandemi sürecinde yani evlere kapandığımızda bunu yaşadık, yaptığımız projeler sayesinde hâlâ birlikteydik. Bu nedenle benim için sadece hazırlık ve sahneleme süreci değil, etkinliğin sonrası da çok şey ifade ediyor."

"Sanata ve birbirimize sarıldık"

Pandemi ve eve kapanma sürecinde Koç Okulu'nda devam eden sanat faaliyetlerinin öne çıktığı kitapta,



Sevgi Gönül'ün Türkiye'de sanatın gelişimi için yaptıkları daima akıllarda...

sanatın herkese nasıl da iyi geldiği şöyle anlatılıyor: "Pandemi sürecinde tüm zorluklara rağmen dijital platformda gerçekleştirdiğimiz derslerimiz, sergilerimiz, törenlerimiz, bize birçok şey kazandırdı. 'Sanat bize iyi gelecek' mottosuyla sanata ve birbirimize sarıldık. Çizdik, boyadık, kestik, yapıştırdık. Araştırdık inceledik, sanal da olsa sergi gezdik, sanatçıları dinledik. Yavaş yavaş normalleşmeye başladık. Geriye dönüp baktığımızda zor zamanlarda, bir olarak zorlukların üstesinden gelebilmek, kaybettiklerimizin yanında kazandıklarımızı da görebilmek yanımıza kâr kaldı."





Fotoğraflar: Sena Nur Taşelime

Eva Jospin; Panorama, 2016

ARTER'DE DOĞA ÜZERİNE DÜŞÜNCE YOLCULUĞU

♦ ♦ ♦

Arter'de 31 Mart'ta başlayan ve "Locus Solus" başlığını taşıyan karma sergi, doğanın bizim dışımızda var olan, gelişen ve yok olan şeylerin ve varlıkların bir kataloğundan ibaret olmadığının farkındalığı üzerine temelleniyor.

Günlük koşuşturmanız içerisinde bir an durun ve büyük bir kentin haritasını zihninizde canlandırın. Örneğin, birbirinden ilginç semt isimleriyle bezenmiş İstanbul'u... Rivayete göre Fatih Sultan Mehmet'in topraklarını uzun yıllar barındırdığı için Topkapı ismi verilen mahalleyi, yüzyıllar önce inşa edilen deniz feneri nedeniyle Fenerbahçe adını alan burnu, Tevfik Fikret'in kuş yuvasını andıran evinden ismini alan Aşiyan'ı... Bir de buraları henüz ayak basılmamış hâliyle hayal etmeye çalışın. Belki zihninizde bir imaj canlanacak ancak

insanların izlerini silerken tarihi, kültürü ve yaşanmışlıkları da silmiş olacaksınız ve o yer, artık "o yer" olmaktan çıkacak... Şimdi de tersinden düşünelim... Tarihi, kültürü, yaşanmışlıkları, üzerinde yeşerdiği doğadan çekip sıyırmak mümkün mü? Örneğin, Haliç semtindeki tarih ve kültür, büyük ölçüde bir doğa harikası olan "Altın Boynuz" ile şekillenmedi mi? Bir başka deyişle; doğa ile kültür arasındaki birbirini karşılıklı olarak şekillendiren bağlantı, sürekli yeni gerçeklikler

oluşturuyor. Her bir toprak parçası bugüne dek sayısız yaşanmışlığa tanıklık etmiş; onlarla şekillenmiş ve elbette tarih boyunca yaşanan öykülerin seyrini etkilemiş. Ve tabii hiçbir şey olduğu yerde durmayacak; gelecekte de bu dinamik ilişki yepyeni tablolar ortaya çıkaracak. Bütün bunları zihnimizde canlandırmamız için ise elimizdeki en güçlü anahtar her zamanki gibi sanat olacak. İşte, bugüne dek birbirinden ilginç sergilerle bizi kültürel ve felsefi yolculuklara çıkaran Arter'in yeni grup sergisi Locus Solus, bu tema etrafında geziniyor; doğa-kültür ilişkisi üzerine farklı bir bakış açısı geliştirmeye davet ediyor



Xuefeng Chen; Örigö, 2020–2021

ziyaretçilerini... Küratörlüğünü Selen Ansen'in üstlendiği sergide hem Arter Koleksiyonu'ndan seçilen yapıtlar hem de bu sergi için hazırlanan büyük ölçekli üretimler yer alıyor.

"Doğanın doğallığı" diye bir şey var mı?

Locus Solus, doğanın bizim dışımızda var olan, gelişen ve yok olan şeylerin ve varlıkların bir kataloğundan ibaret olmadığının farkındalığı ve doğanın doğallığının artık verili sayılamayacağı kanaati üzerine temelleniyor. Sergide "doğa", yerler ile insan ve insan-olmayan varlıklar arasındaki geniş bağlantılar ağı üzerine yeniden düşünme imkânı çıkıyor ziyaretçinin karşısına... Ortak anlatıların, ritüellerin, kolektif bilinçdışının ve bireysel deneyimlerin şekillendirdiği çok katmanlı bir inşa olan bu doğa fikri, aynı zamanda insani korkuları ve arzuları da yansıtıyor.



Mariana Vassileva; Su Birikintisi, 2011

Latince "yalnız yer" veya "biricik yer" anlamlarına gelen serginin ismi ise Raymond Roussel'in aynı adlı romanından geliyor. Roussel, bu romanında

okurlarını bir malikanenin bahçesindeki tuhaf icatlar ve muhteşem yapılar arasında gezintiye çıkarıyor. Locus Solus ismi, Roussel'in romanındaki teatral evrene atıfta bulunarak serginin mekânsal vurgusunu açığa çıkarırken, bir yandan da imgelerin ve sembollerin

fiziki sınırların ötesine yolculuk edebildiği bir yere açılıyor.

İmgelemi özgürleştirmek...

Sergi maden, bitki, hayvan ve insan varoluşları arasındaki karşılıklı ilişkileri, bu varoluşların birbirlerine aidiyetlerini ve nüfuz etme biçimlerini tekrar düşünmeyi amaçlıyor. Her biri kendi başına bir dünya oluşturan yapıtlar bir araya gelerek, doğayı mitolojilerin, kolektif inanç ve ritüellerin, bireysel hikâye ve deneyimlerin, toplumsal korkuların ve arzuların beslediği ve biçimlendirdiği, kültürel ve tarihsel bir yapı olarak düşünmeyi öneren bir deneyim sunuyor. Doğa ile kültürün birbirini içeren ayrılmazlıklarını vurgulayan yapıtlar, tarih boyunca oluşturulmuş yerleşik kategorilerden kopmayı arzularken bir yandan da kökleri derinlere uzanan bu ikiliklere ışık tutuyor.

Sergideki her bir yapıt, doğal olan ile yapay olanın bir arada varlıklarını sürdürmekle yetinmeyip aynı zamanda iç içe geçip çarpıştıkları başlı başına bir dünya sunuyor. Buraya adım atan ziyaretçiler, yitik yerler, bilinçdışı manzaralar, yabancı topraklar, hayali mekânlar, buralar, oralar ve yok-yerler, mucizevi diyarlar, göksel, yerüstü ve yeraltı âlemler, kentlerde neredeyse hiç karşımıza çıkmayan

yerler –dağlar, ormanlar, adalar, çöller, hattâ cennetler– arasında geziniyor. Ziyaretçiler bu gerçek ya da hayali, fiziki ya da zihinsel alanlar arasında gezinirken, geçmiş yaşamların, miras alınmış pratiklerin, süregelen imgeler ve söylemlerin izlerini takip ettiklerini hissediyor. Varış noktası olmayan bu yolculuğun (şayet olacaksa) amacı ise imgelemi çağdaş toplumların doğrusal ve ilerlemeci gidişatına bağımlılıktan kurtarmak olarak tarif ediliyor. Birbirinden değerli sanatçıların yapıtları aracılığıyla olgular, kurgular ve duygular perspektifinden doğa üzerine derin düşüncelere dalmayı isterseniz, Arter'deki sergiyi kaçırmayın...

SERGİDE YER ALAN SANATÇILAR

Murat Akagündüz, Jananne Al-Ani, Halil Altındere, Maddalena Ambrosio, Yüksel Arslan, Claus Böhmler, Xuefeng Chen, Tacita Dean, Osman Dinç, İnci Eviner, Thomas Geiger, Jytte Høy, Ahmet Doğu İpek, Eva Jospin, Ella Littwitz, Miklós Onucsán, Panamarenko, Sarkis, Yehudit Sasportas, Erinç Seymen, Bülent Şangar, Yaşam Şaşmazer, Cengiz Tekin, Endre Tót, Thu Van Tran, Mariana Vassileva, Werner Zellien.

MEMENTO İSTANBUL: HRISTOFF AİLE ARŞİVİ

7 AĞUSTOS 2022'YE KADAR

Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık'ın düzenlediği, temelini üç kuşaklık bir sanatçı ailenin yıllar içinde biriktirdiği fotoğraflar, resimler, kişisel eşyalar ve objelerden alan ilginç sergi, ailenin yaşadığı şehrin de tarihine ışık tutuyor.



ANKARA'NIN SESLERİ

PODCAST SERİSİ

Koç Üniversitesi Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi (VEKAM), aylık podcast serisiyle dinleyicilerini Ankara'nın kültür-sanat ortamını alternatif bir bakış açısıyla keşfetmeye davet ediyor!



GEÇMİŞİN İLHAMIYLA BUGÜN

1 MAYIS 2022

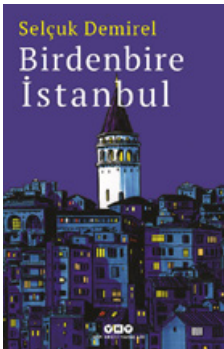
Sadberk Hanım Müzesi'nin çevrim içi gerçekleştireceği atölye çalışmasında Motif sergisi ve müze ziyaretinin ardından (6 yaş üzeri) çocuklar, kâğıtları kesecek, şekil verecek, renklendirecek ve kendi motiflerini oluşturacak.



BİRDENBİRE İSTANBUL

KİTAP

Yapı Kredi Yayınları'ndan çıkan "Birdenbire İstanbul", Selçuk Demirel'in çizimlerinde her zaman ayrı bir yeri olan İstanbul'u şairler eşliğinde dolaşmak isteyenler için, tam bir edebi ve görsel şölen vaat ediyor.



BEN, BOZKIR YELİ

KİTAP

İnsanın doğadaki durumlarını, duyuş ve düşünüş biçimlerini öyküleştirilen Tuncer Erdem hayvanların, bitkilerin, mevsimlerin, hava durumlarının türlü çeşidini mevsimlere ayrılmış öykülerle ve çizgilerle dile getiriyor.



BAHAR MASALLARI

ÇOCUK KİTABI

"Mevsim Masalları" serisi Bahar Masalları'yla devam ediyor. Tarık Demirkan'ın derlediği, Feridun Oral'ın rengârenk resimleriyle can verdiği masallar baharın coşkusunu, umudunu içinde hissetmenizi sağlayacak.



Hünerli ellerden, kusursuz ve rahat bir şıklığa.

Hem rahat etmek hem şık görünmek istiyorsanız
gelin size el yapımı bir ayakkabı verelim.

El yapımı ayakkabı zanaatını sürdüren nadir ustaların kaliteli deri kullanarak,
titizlikle yaptıkları ayakkabılar sizi ömür boyu rahat ettirecektir.



BizdenHaberler

English Summaries



Dear Bizden Haberler readers,

We're happy to be greeting our esteemed Koç Group colleagues working outside Turkey through the pages of our in-house magazine for the second time. I'm sure you're all aware of the great difficulties that have deeply affected social and economic life all over the world in the course of the last couple of years. Yet despite everything, as Koç Group we are successfully withstanding every hardship thanks to the strength of our century-old values and of the competitive competencies that we have built up. Material evidence of that success is to be seen in the 2021 financial results that we announced to all of our stakeholders at Koç Holding's annual general meeting on 1 April 2022. We closed a year beset with a host of pandemic-triggered challenges with an outstanding financial performance thanks to a well-structured portfolio, to prudent financial management, and to sound business strategies. The efforts of all of our colleagues have contributed greatly to this success. Looking ahead, I am completely confident of our ability to do even more and to further increase our presence in the international arena through the strength that we receive from you.

Since the day Koç Group was founded, contributing as much as possible to making the dream of a sustainable world a reality has been fundamental to the conduct of its operations in every sector in which it has been active. Our group's trailblazing role in sustainability was recently demonstrated when the E-Transit-Ford's and Turkey's first and Europe's most powerful-all-electric van rolled off our Ford Otosan assembly line. Produced at our Gölcük plant, which derives all of the electricity that it uses from 100% renewable sources,

the E-Transit represents a major milestone in Ford Otosan's electrification journey. Sincerely thanking each and every one of our colleagues who had a hand in this truly strategic move, I also want to take this opportunity to reiterate that not even for a moment will we ever cease to invest in our country's future.

Koç Group's approach to sustainability issues is of course not limited to people: we consider it our duty to respect the right of life to all living things and we endeavor to make that approach a reality through projects that we support. One example is SemtPati, a project led by Koç Holding Board of Directors member İpek Kırarç with the aim of coming up with participatory and inclusive solutions for living harmoniously, sympathetically, and safely with stray animals. Wishing to serve as an example ourselves, forty of the project's dogs have been adopted and given homes at the headquarters and factories of Koç Group companies. As this project moves forward, our group will continue to be mindful of giving it the support it needs.

Covid-19 has brought about radical changes in the customary formulas of the world of marketing as well in the rituals of our everyday lives. New consumption habits such as online shopping that we had supposed would take years to become truly widespread suddenly gained tremendous momentum as the pandemic unfolded. "What has this pandemic changed in the world of marketing?", an article appearing in this issue of Bizden Haberler, presents a snapshot of a newly-emerging world in the form of a summary of 2022 Global Marketing Trends, an international consultancy's report based on the results of interviews with 1,000 senior executives and 11,500 global consumers. The article also provides guidance on how executives can make their brands successful in this new business environment.

Till we meet again in our next issue...

Levent Çakıroğlu

KOÇ HOLDİNG'S 58TH ORDINARY GENERAL ASSEMBLY CONVENED

KOÇ HOLDİNG'S 58TH ORDINARY GENERAL ASSEMBLY CONVENED ON 1 APRIL 2022, FRIDAY AT THE HOLDİNG'S HEADQUARTERS IN NAKKAŞTEPE WITH THE PARTICIPATION OF KOÇ HOLDİNG HONORARY CHAIR RAHMI M. KOÇ, VICE CHAIR OF THE BOARD OF DIRECTORS ALİ Y. KOÇ, BOARD OF DIRECTORS MEMBER İPEK KIRAÇ, KOÇ HOLDİNG'S SENIOR MANAGEMENT AND SHAREHOLDERS.



Due to the absence of Koç Holding Chair of the Board of Directors Ömer M. Koç, the General Assembly Meeting was presided by Ali Y. Koç. At the meeting, 2021 Annual Report was shared with the participants and the Board of Directors Report was read out.

Rahmi M. Koç: "We are confident in our country's future and we will resolutely continue with our investments"

In his statement in the Annual Report, Koç Holding Honorary Chair Rahmi M. Koç said: "Thanks to a healthy balance sheet, robust liquidity, FX-earning businesses, extensive supply-chain capabilities, and uninterrupted investments, the Koç Group for its part continued to create value for the whole country during what was a very challenging year. Of the approximately TL 53 billion (USD 8.9 billion) that our

group has invested during the last five years, TL 17.3 billion (USD 1.9 billion) was booked in 2021. As we have taken every opportunity to make clear, we are confident in our country's future and we will resolutely continue with our investments." Noting that Koç Holding supports social wellbeing in a variety of ways through the efforts in the areas of education, science, health, and culture & art, Rahmi M. Koç continued, "Thanks to the Vehbi Koç Foundation, which has completed half a century of service, we have been sharing the added value generated by our commercial success with our country and its people through various projects and investments."

Ömer M. Koç: "It is projected that the pandemic will be broadly brought under control in the second half of 2022 with the

development of new treatments as well as vaccines"

In his statement in the Annual Report, Koç Holding Chair of the Board of Directors Ömer M. Koç underlined that they left behind another year in which they had to deal with the difficulties brought about by the COVID-19 pandemic, and remarked as follows: "By 2022, enough vaccines will have been produced to inoculate the whole world. However, it is clear that the risk will continue with the emergence of new variants, as we observed at the end of the year, unless we can act in global solidarity to make sure that the countries with insufficient financial means have access to the vaccine. However, it is projected that the pandemic will be broadly brought under control in the second half of 2022 with the development of new treatments as well as vaccines. In any case, I believe that with widening inequalities

ENGLISH SUMMARIES

between countries and social segments, we will enter an era of increasing political risks in the world in the wake of the pandemic.”

“Whatever the circumstances, we will strive to do the best for our country and humanity by remaining faithful to the century-old corporate values, which we have inherited”

Pointing out that the Koç Group left behind another year of most satisfactory financial results despite the myriad of uncertainties, Ömer M. Koç stated, “All of our businesses exhibited a performance beyond their budgets. We have maintained our long-term strategic focus, while managing the risks and taking advantage of the opportunities by taking decisions in line with constantly changing conditions. The purchase of our partner’s shares in Yapı Kredi and the share buyback programs for Koç Holding and Arçelik were welcomed by the market. The partnership between Arçelik and Hitachi, which we announced in 2020, was completed in 2021, while Ford Otosan embarked on our country’s largest electrification automotive investment during the year. Arçelik’s acquisition of Whirlpool’s company in Turkey and Entek’s acquisition of the Süloğlu wind power plant were other important steps we took during the year. As we rapidly take and implement operational and strategic decisions, which are reflected in our successful financial results, we benefit from the fruits of our hard work to establish a culture that

embraces change. This year, we took an important step forward when we added carbon transition to the scope of our cultural transformation program, which is shaped by our digital transformation, agile management, zero-based budgeting, innovation and entrepreneurship projects. It is clear that this issue, which has become one of the most important agenda items of the global economy and politics, will shape our competitiveness in the near future. Our Carbon Transition Program will offer an ambitious and realistic perspective, which will prepare us for this future. We are delighted to have been recognized as the most reputable brand of our country in 2021 as well. As I always emphasize, the most important element of our reputation is how our young people - who are our future - perceive us. The Koç Group will continue to go to the greatest lengths to be a ‘reliable stakeholder’ which will

feed their hopes and enable them to realize their ideals. Whatever the circumstances, we will strive to do the best for our country and humanity by remaining faithful to the century-old corporate values, which we have inherited.”

Levent Çakıroğlu: “We have concluded the year with an outstanding financial performance, despite all the challenges, thanks to the structure of our portfolio, our prudent financial management and our sound business strategy”

In his statement in the Annual Report, Koç Holding CEO Levent Çakıroğlu said, “We are delighted to have concluded the year with an outstanding financial performance which exceeded our budgets in all businesses, despite all the challenges, thanks to the structure of our portfolio, our prudent financial management and our sound business strategy.” His statement continued as follows: “In 2021, our consolidated revenue increased by 89% to reach TL 346.7 billion, while our combined international revenue stood at USD 19 billion. We boosted the total volume of our investments over the last 5 years to TL 53 billion, undertaking TL 17.3 billion in combined investment in 2021, even in an environment of uncertainty. In line with our global growth vision, we also press forward with our foreign investment activities. The strength we derive from our century-old established corporate values as well as our modern competencies, which we have developed through the transformation programs we faithfully

KOÇ HOLDİNG’S NEW BOARD OF DIRECTORS

The Board of Directors elected at the 58th Ordinary General Assembly Meeting of Koç Holding is composed of the individuals named below:

Rahmi M. Koç - Honorary Chair
Ömer M. Koç - Chair
Ali Y. Koç - Vice Chair
Semahat S. Arsel - Member
Caroline N. Koç - Member
İpek Kırarç - Member
Levent Çakıroğlu - Member and CEO
Jacques A. Nasser - Member
Emily K. Rafferty - Independent Member
Dr. Cem M. Kozlu - Independent Member
Peter Martyr - Independent Member
Michel Ray de Carvalho - Independent Member

ENGLISH SUMMARIES

implement have played a major role in the performance of the Koç Group, which has been successfully tested against significant adversities, especially in the last two years. We are held up as an example to our stakeholders on domestic and international platforms with our programs, which are future-oriented and involve a multidimensional cultural change, including the digital

transformation, innovation, in-house entrepreneurship, agile management and zero-based budgeting.” “Our human capital, which is a source of tremendous pride for our group, is the subject of our cultural transformation journey”, said Levent Çakıroğlu. “We expand the agile management approach in all of our companies with comprehensive programs and improve internal

dialogue mechanisms. Our strategic workforce transformation efforts also gained momentum in 2021. For a fifth year, we retained our position as Turkey’s number 1 in the ‘World’s Best Employers’ survey list published by the Forbes Magazine in 2021. Koç Holding was named as the world’s 165th best employer, rising 124 places compared to the previous year.”

KOÇ HOLDİNG AND THE KOÇ GROUP IN 2021:

The Board of Director’s review of 2021 in the Annual Report focused on the following:

- Koç Holding is the only Turkish company to be listed among the “World’s Largest 500 Companies” by Fortune. In addition, Koç Holding was once again ranked as Turkey’s number one in the “World’s Best Employers” list published by Forbes.
- In 2021, Koç Holding’s combined revenues reached TL 544.3 billion.
- Expanding our global presence, creating strong brands, generating ever more value for our customers and improving our human resources continued to shape our investments. The Koç Group’s total combined investments reached TL 53 billion over the last 5 years including TL 17.3 billion investments in 2021. The highest amount of investments was made in the automotive sector, followed by the energy and consumer durables sectors.
- R&D, innovation, technology and digital transformation remained among our group’s main focus areas. Investing nearly TL 3.3 billion in R&D in 2021, the Koç Group accounted for approximately 7% of the total private sector R&D investments undertaken in Turkey.
- The Koç Group’s international revenues stood at USD 19 billion, supported in particular by our automotive and consumer durables companies, contributing 32% to the Group’s total combined revenues. Foreign currency and foreign currency linked revenues, including Tüpraş, made up around 53% of total combined revenues.

- As of 31 December 2021, Koç Holding and its publicly traded companies at Borsa İstanbul 100 index (BIST 100) accounted for 21% of the total market capitalization of the companies listed on BIST 100.
- The Koç Group’s combined revenues correspond to around 8% of Turkey’s GDP and its exports account for around 7% of Turkey’s total exports.

The highlights of the Koç Holding 2021 Annual Report that tackled the Koç Group’s sustainability priorities and associated performance in detail are as follows:

- Creating long-term, sustainable benefits for the world and the countries in which it operates lies at the heart of the Koç Group’s business model. Koç Holding manages its efforts in this area within the framework of the “Lead. Together” strategy.
- Koç Holding, which is among the companies that support the Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), aims to manage the risks and potential opportunities arising from climate change within the framework of TCFD, to regularly disclose them to its stakeholders and to extend them across its ecosystem.
- In line with its 2050 carbon neutrality target, Koç Holding commits to reduce Scope 1 and Scope 2 greenhouse gas emissions by 27% in 2030 and by 49% in 2040, compared to the 2017 baseline year. To devise the roadmap for transitioning to a low-carbon economy necessary for achieving this target, the Carbon Transition Program has been launched across the Koç Group.

FIRST OTOKOÇ 2. EL DEALERSHIP OPENED IN DENİZLİ

DIVERSIFYING ITS SALES CHANNELS IN ORDER TO RESPOND TO THE NEEDS OF A STEADILY GROWING PRE-OWNED VEHICLE MARKET, OTOKOÇ 2. EL IS DEVELOPING ITS VEHICLE-SOURCING CAPABILITIES AND HAS SET ABOUT CREATING A DEALERSHIP NETWORK.



Turkey's leading seller of pre-owned vehicles Otokoç 2. El has set about creating a dealership network in line with its strategy of diversifying its sales channels and developing its vehicle-sourcing capabilities in order to respond to the needs of the country's steadily growing pre-owned vehicle market. Otokoç 2. El's first dealership has opened in Denizli.

Speaking during the ceremony marking the opening of the first Otokoç 2. El dealership, Koç Holding Vice Chair Ali Y. Koç emphasized that the journey on which the Koç Group embarked nearly a century ago is still continuing in line with the group's goal of creating long-term value and its vision of pursuing global growth. "The automotives industry is a gigantic ecosystem, a sector that ranges across a huge value chain encompassing production, sales, and after-sales products and services" he said. "For our own part we are also continuing to invest and innovate in links of that value chain with which end-users

come into direct contact. Having set our sights on some key objectives in the pre-owned vehicle market, we have begun creating a dealership network of our own in it. We have set this ambition on a solid corporate base through our Otokoç 2. El brand, whose first dealership we are pleased to be opening here in Denizli. Our hope is that the growth story of our Otokoç 2. El brand will serve as a sectoral benchmark. Otokoç 2. El will continue in this direction taking an agile-management approach that is supported by technology and is rooted in the principle of unconditional satisfaction at all times."

Otokoç Otomotiv CEO İnan Ekici noted that by conducting its operations under the aegis of Otokoç Otomotiv, Otokoç 2. El had established itself as the pre-owned vehicle market brand that first comes to people's minds in Turkey. "In line with our strategy of responding to the needs of a steadily growing pre-owned vehicle market and of developing our vehicle-sourcing capabilities, we

have taken our first step in the direction of diversifying our sales channels and creating a dealership network here in the esteemed city of Denizli" he said. "Our Denizli dealership is just the first stop on a new journey on which Otokoç 2. El has embarked but the service quality, the customer satisfaction, and the superior performance that it delivers will serve as an extremely inspiring and emboldening example for new dealerships that will open up elsewhere in the country. Our goal is to expand Otokoç 2. El's sales outlets to 10 dealerships by the end of 2022 and to gradually bring the total number to around 30 by the end of 2026."

Also speaking at the opening ceremony was dealership owner and Turkuaz Otomotiv Chair Nihat Zeybekci, who said "This investment is going to play a key role in Denizli's becoming an important secondhand automotives marketplace. We're completely confident that we can double and even triple the size of Denizli's secondhand automotives market."

LEGENDARY FORD TRANSIT GOES ELECTRIC

WITH THE START OF PRODUCTION OF THE E-TRANSIT, EUROPE'S MOST POWERFUL ELECTRIC VAN, AT A KOCAELI PLANT WHOSE OWN ELECTRICITY IS ENTIRELY FROM RENEWABLE SOURCES, FORD OTOSAN IS BECOMING FORD'S ELECTRIC COMMERCIAL VEHICLE MANUFACTURING BASE IN EUROPE.

Ford E-Transits, Ford of Europe's first all-electric van, have begun rolling off the assembly line at a Ford Otosan Kocaeli plant. A ceremony held to mark the occasion was attended by Minister of Industry and Technology Mustafa Varank, Koç Holding Vice Chair and Ford Otosan Chair Ali Y. Koç, Koç Holding CEO Levent Çakıroğlu, Koç Holding Automotive Group President Haydar Yenigün, Ford Otosan General Manager Güven Özyurt, and Ford Otosan employees.

Long in the forefront of the transformation of the Turkish automotives industry, Ford Otosan is also taking the lead in the industry's electrification as well. Production of the E-Transit is a major step forward in the realization of the 10-year, EUR 10 billion plan that Ford Otosan announced in March 2021 concerning its investments in electric and connected next-generation commercial vehicle projects. Given responsibility for all aspects (including battery assembly) of the first all-electric van made in Turkey, Ford Otosan's Kocaeli Gölcük plant is now the country's first integrated electric vehicle production facility. As it happens, the same plant derives all of the electricity that it uses from 100% renewable sources so its production of the E-Transit, Europe's most powerful all-electric van, represents a major milestone in Ford Otosan's electrification journey.

Voicing his gratification that Turkey's and Ford of Europe's first all-electric E-Transit vans are coming off the assembly line of a factory in Gölcük whose own electricity is entirely from 100% renewable sources Koç Holding Vice Chair and Ford Otosan Chair Ali Y. Koç said "This is more than just a source of pride for Koç Group and



Koç Holding Vice Chair and Ford Otosan Chair Ali Y. Koç, Minister of Industry and Technology Mustafa Varank

Ford Otosan. It's also a celebration of the progress which the Turkish automotives industry has made and the point that our country's industrial prowess has reached from the standpoints of its technology, production capabilities, and human resources. I take pride when I say that the production of the E-Transit in our country by Turkish engineers and workers is the outcome of the step-by-step progress in industrialization that our country has been making since the early years of the Republic."

Reminding his listeners of Ford Otosan's recent round of investments, Mr Koç added "All of our investments have one thing in common and that is to further increase our country's global competitiveness both today and in the future. They're also intended to make the Turkish automotives industry with its increasingly more capable submanufacturing ecosystem one of the most important and indispensable players in the global production network." Noting that Ford Otosan's flexibility and

its high-quality production and efficiency distinguished it in today's rapidly-changing world and that the company's top-notch production and engineering-solution capabilities enable it to quickly respond to customers' wishes, Ford Otosan General Manager Güven Özyurt went on to say:

"Some 87% of the Transit-family vehicles that Ford presently sells in Europe are made at our Kocaeli plant, which has in effect become the Transit's home turf. That Ford of Europe's first all-electric vehicles should be coming out of Kocaeli is something we regard as a product of our strategic progress and of the successes we've achieved so far. The electrification of the legendary Ford Transit opens the door to other transformation possibilities. Starting next year, we will be taking on even more responsibilities in the production of Ford's other electric models. Ford Otosan is becoming Ford's electric commercial vehicle manufacturing base in Europe."

MERGER OF TWO TURKISH AUTOMOTIVES INDUSTRY GIANTS

JOINING FORCES UNDER A SINGLE BRAND, OTOKOÇ AND BİRMOT WILL CONTINUE DOING BUSINESS AS OTOKOÇ. IN THE NEW STRUCTURE, BOTH COMPANIES' AUTOMOTIVES BRANDS AND SERVICES COMBINED UNDER THE OTOKOÇ BRAND.

Birmot and Otokoç have joined forces under the Otokoç name. Announcing the merger, Otokoç Otomotiv said under the new structure, all of the two companies' existing automotives brands and services have been brought under the Otokoç banner. Noting the advantages arising from the merger of Birmot's operations into Otokoç, Turkey's leading automotives retailer, Otokoç Otomotiv Retail COO Uğur Güven said "With its position as one of Turkey's most important and innovative companies, a brand recognition of over 90% among consumers, and a reputation for generating added value that nourishes automotives-industry

growth by playing a role in the sector's NGOs, Otokoç Otomotiv will grow even more as a result of this union. This alliance is informed by our vision of being a global name and benchmark leader in the development of innovative mobility solutions. As we continue to pursue growth in line with that vision, I sincerely believe that we will further buttress our leadership of Turkey's mobility industry and that the country's automotives retailing sector will become even stronger." Along with the merger of Birmot and Otokoç, the Ford, Ford Trucks, Volvo, Fiat, Alfa Romeo, Jeep, and Maserati brands have also been brought under the aegis of Otokoç.



OTOKAR AIMS TO STRENGTHEN ITS PRESENCE IN ASIA-PACIFIC

Stating that Otokar military vehicles are actively used in five continents, General Manager Serdar Görgüç, said, "As a listed NATO and UN supplier, Otokar's military vehicles are actively in service in more than 35 countries and almost 55 end users in different climates and geographies around the world. Otokar also stands out with its technology transfer and local production capabilities. With this respect Asia-Pacific region is particularly important for Otokar, where our wide range of vehicles operate successfully for many years. We aim to expand our activities in the region in order to meet the existing and future requirements of our clients. In this context, we focus on collaboration opportunities including local production models through transfer of technology."

Highlighting that in the last decade Otokar has allocated approximately 8 percent of its revenues for R&D expenditures Görgüç continued, "Otokar stands apart with its expertise in design, development and system integration of both combat proven wheeled and tracked platforms, where they are internationally known for their survivability, superior mobility and modularity in



challenging terrains and extreme weather conditions. We continue to introduce innovative solutions in land systems by taking into account the current and future requirements of modern armies and security forces. We analyze the different needs and expectations of our users for land systems, simulate these requirements in house and develop solutions that meet these requirements in the fastest manner thanks to our excellence in R&D, engineering and testing."

YAPI KREDİ IS THE LEADER OF MSCI ESG RATING

YAPI KREDİ, MAKING EVERY EFFORT TO REMOVE THE LIMITS FOR A SUSTAINABLE WORLD, HAS RAISED ITS MSCI ESG RATING, WHICH MEASURES COMPANIES' RESISTANCE TO LONG-TERM ENVIRONMENTAL, SOCIAL, AND GOVERNANCE (ESG) RISKS, BY THREE LEVELS FROM BB TO AA.

Yapı Kredi received an AA rating in the 'Leader' category of the evaluation designed to examine how well organizations manage these risks and to recognize industry leaders in the face of ESG risks compared to their peers. Yapı Kredi was the only bank in Turkey to obtain an AA rating as a consequence of the evaluations done under seven primary themes in environmental, social, and governance dimensions. Environmental, social, and governance (ESG) activities that will provide added value to all stakeholders of the bank, such as "Financing Environmental Impact," "Access to finance," "Human Capital Development," "Privacy&Data Security," "Consumer Financial Protection," and "Corporate Behavior," were among the topics evaluated in the rating.

We take the most effective approach to managing ESG risks

While underlining that sustainable economic growth can only be possible with environmental and social sustainability, Yapı Kredi CEO Gökhan Erün made the following statement: "All institutions must meticulously fulfill their duties in environmental, social, and governance issues, ESG, which have gained great importance all over the world. As an institution that has accomplished exemplary works in this field for many years, we are aware of the importance of sustainability for our world, our industry, and all our stakeholders. In line with our responsible banking

philosophy, we operate responsibly in this area. While exhibiting a strong ESG approach with the standards of international financial institutions, we continue to improve ourselves by becoming more and more compatible with the "Equator Principles", which is known as the most comprehensive approach in the world.

In addition, within the scope of the Carbon Transformation Program, which was implemented last year under the leadership of our main shareholder Koç Holding, we also started a project to calculate the emissions from our loan portfolio and then set reduction targets for these emissions. Within the scope of this project, we aim to reduce the emissions originating from our loan portfolio over time and to develop strategies related to the transition period of our portfolio in order to reach the 2050 carbon-neutral target, which is the common goal across the Koç Group. On the other hand, we are among the companies that support The Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) within the scope of combating the global climate crisis. In addition, we contribute to our planet in line with the goals of the Paris Agreement by committing to the Science Based Target initiative to reduce our emissions."

We take a responsible approach with an awareness of sustainability

Stating that as Yapı Kredi, they effectively manage the environmental and social impacts



arising from their lending activities, Erün said: "In addition to financial reviews in lending decisions, we expand the scope of analyzes by identifying potential risks and opportunities with additional ESG-focused evaluations. In this way, our aim is to support sustainability-oriented transformation in our customers as well. Our meticulous work in the field of ESG is appreciated both nationally and internationally. Finally, we are very proud to be the only financial institution in our country to be included in the 'Leader' class in the MSCI ESG Rating, one of the world's leading ESG rating agencies. In the upcoming period; we will continue to integrate sustainability into all our business processes by adopting it in all economic, social and environmental areas and to work with all our strength for a sustainable future."

ADOPT A FOUR-FOOTED FRIEND, İSTANBUL!



Istanbul Metropolitan Municipality (İBB) İstanbul Volunteers, and SemtPati have launched a “Sahiplen İstanbul” (“Adopt A Four-Footed Friend, İstanbul!”) campaign to encourage people to adopt dogs held in İBB’s temporary shelters. Developed in line with the campaign’s goal of living harmoniously, sympathetically, and safely with stray animals, the SemtPati app provides users access to information about dogs whose temperament has been tested and whose basic training has been completed. Users who want to adopt a dog can fill out a form provided in the app and send it in. After the information has been checked by İstanbul Volunteers and the İBB Animal Welfare Department, they’ll be getting a new four-legged friend.

Istanbul Metropolitan Municipality (İBB) has launched an “Adopt A Four-Footed Friend, İstanbul!” campaign to help dogs held in the municipality’s temporary shelters find a Forever Home. The campaign is being conducted jointly with İstanbul Volunteers and SemtPati. People who’d like to adopt a dog from the İBB shelters can apply for one using the SemtPati app. After the information has been checked by İstanbul Volunteers and the İBB Department of Animal Welfare, they’ll be getting a new four-legged friend of their own. The app gives users access to pages containing photographs and information (age, gender etc) about the dogs that are up for adoption and it also provides basic information about pet health and care. The SemtPati mobile app may be downloaded and installed free of charge on iOS and Android devices.

İpek Kırac: “Through the “Adopt A Four-Footed Friend, İstanbul!” campaign we’re supporting widespread, effective adoption as a way of helping dogs find a loving home and family”

Noting that the SemtPati project had made important progress since the signing of an agreement with İstanbul Metropolitan Municipality a year and a half ago, project founder and Koç Holding Board of Directors member

İpek Kırac said “In this new phase of the project that we’re carrying out jointly with İstanbul Metropolitan Municipality and İstanbul Volunteers, we’re supporting widespread, effective adoption as a way of helping dogs find a loving home and family through our “Adopt A Four-Footed Friend, İstanbul!” campaign. Our project’s mobile app, whose original aim was to register strays, identify their needs, and support local governments in making data-based decisions about them, has been updated to address the issue of getting these animals adopted as well. Providing users with direct access to information about dogs whose temperament has been tested, whose basic training has been completed, and which are up for adoption not only makes it easier for people eager to add a new member to their families but will also help our four-legged friends find a home in much less time. If we can achieve that, we will have benefitted from the power of digital transformation and platforms in the adoption of our animal friends.”

“Koç Group companies have become the forever homes of nearly forty doggy friends”

Noting that Koç Group companies had also become the adoptive homes of nearly forty dogs from İBB shelters, İpek Kırac said “These four-legged friends



have found forever homes of their own at Arçelik, Ark İnşaat, Düzey, Koçtaş, Otokar, RMK Marine, Sendeo, and Tat Gıda headquarters and factories. We anticipate that more of our companies will also be joining in this effort in the period ahead. As the next step, we plan to expand the campaign to encompass a much larger ecosystem by encouraging adoption among Koç Group and dealership personnel. We will also expand the scope of our efforts to promote public awareness about strays and how to interact with them among different age groups to include primary school pupils as well.”

WHAT HAS THIS PANDEMIC CHANGED IN THE WORLD OF MARKETING?



More evidence of the realities of a “Post-Pandemic World” seems to be streaming in through yet another new channel these days. Global auditing, management, and tax consultancy Deloitte’s 2022 Global Marketing Trends report reveals that a new world is also going to need new marketing strategies.

As it has done in so many aspects of our lives, the global pandemic has given birth to new consumption habits and to new ways of addressing them. Published by Deloitte, 2022 Global Marketing Trends lays out the landscape of the world emerging from this pandemic and it provides guidance on how to navigate it. Interviews with 1,000 senior executives from five countries and 11,500 consumers from all over the world reveal that the rules in the business of marketing are getting increasingly more complex. There’s a host of new trends ranging from digital and physical channel integration to increasingly more demand for diversity. All of which is to say that quite a few of the old methods are no longer going to work. The new marketing strategy focus is on solutions that blend the physical market with the digital. Asking the question how brands can grow successfully in such an increasingly more complex world, the report reveals that the fastest-growing companies are the ones that go beyond so-called “point solutions” and focus on an “integrated customer experience” instead.

Purposes other than profitability

The expectation that the purpose of businesses should go beyond maximizing profits is becoming more common. According to 2021 Edelman Trust Barometer findings, 68% of consumers believe they have the power to force corporations to change and



86% of people expect CEOs to speak out on societal issues.

Much more attention is being given nowadays to issues such as creating a more equitable world, reaching net-zero emissions, and protecting consumer privacy. In line with this, many organizations are redefining why they exist and how they make an impact beyond profit. This in turn is forcing them to rethink everything from their product delivery and brand messaging to employee and community engagement strategies.

According to Deloitte, high-growth brands (those with at least 10% growth over the past year) are 66% more likely to see purpose as a means to guiding employee decision-making and 41% are more likely to have purpose drive the corporate social responsibility investment strategy. Drawing attention to the importance of purpose, the report

says “When brands know whom they are serving and what those individuals specifically care about, they can position their purpose as a competitive differentiator and, as importantly, move in the direction those consumers are expecting.”

Diversity and inclusion more important now

Today’s consumers are more sensitive to issues such as ethnicity and sexual orientation. In its survey of 11,500 global consumers, Deloitte found the youngest respondents (from 18 to 25 years old) took greater notice of inclusive advertising when making purchase decisions. “But it’s not enough to just market inclusiveness or diversity, as our results also show 57% of consumers are more loyal to brands that commit to addressing social inequities in their actions” says the report, while also

adding that appealing to the loyalties of future customers may require brands to demonstrate that they are authentically promoting equitable outcomes in all their spheres of influence.

Analytical expertise or creative?

Ongoing developments in artificial intelligence (AI) are certainly changing the rules of the game for marketers and advertisers. Vast amounts of consumer data are processed and used to inform the products and services being supplied to markets nowadays. This creates the possibility that analytical approaches may take precedence over creative ones among marketing and advertising teams. The reality of this is tellingly revealed in corporate recruitment trends and hiring practices. According to Deloitte "In this more data-intensive environment, we already see marketers gravitating toward hiring more analytical skills. When we surveyed 556 global chief marketing officers (CMOs) and asked them to identify the top skills of their highest performers, analytical expertise edged out creative skills in almost every industry, with the exception of the consumer industry—something that would be almost unheard of 10 years ago." Nonetheless, however much precedence analytical skill sets may take, creativity is still important. The new goal is to bring data scientists, strategists, programmers, and creatives together to make a whole that is greater than the sum of its parts. In recent years, social media platforms have become some of the most important tools used in the world of marketing. Companies that no longer regard the work delivered by agencies as sufficiently bespoke or brand-specific solutions are turning to influencers instead. It seems that companies will benefit greatly from creating hybrid structures that combine digital and physical environments and skills.

The growing importance of data privacy

The use of social media has brought about many other changes in the world of marketing in recent years. Consumers for example are now very concerned about data privacy and while they may appreciate "relevant" ads, they may also be uneasy about how their personal information, purchase references, and browsing habits are being used. "The phasing out of third-party cookies can hinder marketers' ability to effectively engage with customers in myriad ways, including finding quality prospects, re-engaging customers who have considered a brand's products but possibly moved away, and measuring the effectiveness of digital ad campaigns" says the Deloitte report, which then points out that "high-growth brands" are finding ways to get out of this impasse. Such brands' chief marketing officers (CMOs) prefer instead to deploy first-party data in more sophisticated ways, specifically in two key areas: delivering personalized content via dynamic creative optimization and using data to serve ads to users via programmatic media. In this new approach, optimizing emails is only the beginning: a more holistic view of one's data infrastructure is also required.

Transparency and humanity

First-party data strategies on their own however are not enough. Designing a human-first data experience also requires striking a balance between those who think using their personal data is helpful and those who don't. According to the report for example, 53% of respondents said that interactions in which their devices seemed to be listening to them were "creepy". As for trusted data experiences, transparency and humanity are indeed the most important issues: "When

brands demonstrate transparency and humanity, customers are 2.5 times more likely to provide personal information that helps improve the product and 1.7 times more likely to feel they have received more value than expected" says the report, which also notes that while finding one's way through the consumer privacy landscape is becoming increasingly more difficult, using consumer data transparently and always with consumers' needs in mind can lead to brand relationships.

Another newly-emerging trend is to focus on "hybrid" approaches that deliver integrated physical and digital experiences. According to the report, 75% of the global executives surveyed said they would be investing more in hybrid experiences over the next twelve months while 43% are looking for hybrid solutions to increase personalization, 43% to increase innovation, 40% to increase customer connection, and 38% to increase inclusion.

Using artificial intelligence intelligently

The report points out that integrating human-performed tasks and AI capabilities gives rise to many new opportunities. From the surveys that Deloitte conducted, two key issues emerge: timely offers and knowledgeable customer service. What is important is to optimize AI within the customer experience so as to achieve harmony between human tasks and machine capabilities. A dynamic experience for customers means delivering the assistance and information they need, whenever, wherever, and however they want it. The way to achieve this says Deloitte is for brands to use AI both to deliver more personalized and creative marketing material and to help them predict customer behavior.

