

KOÇ, 75 YILLIK BİRİKİMİ İLE GELECEĞİ KUCAKLIYOR

Koç Topluluğu, 31 Mayıs 1926 tarihinde kurulan Koçzade Ahmet Vehbi firması'yla başladığı serüvenine, 75 yıllık bilgi ve tecrübe birikimiyle, Türkiye'nin geleceğine yaptığı yatırımlarına ara vermeden devam ediyor. Koç Topluluğu bugün, kaliteli insan gücü, profesyonel yönetimi, güçlü şirketleri ve geniş bayi ağı ile yeni bin yılın, yeni koşullarında ve uluslararası rekabette söz sahibi büyük bir kuruluş olmanın gururunu yaşıyor.

75 yılın sonunda Koç Topluluğu'nu bugünlere getiren çabayı, ilkeleri, değerleri kısaca hatırlatmakta yarar var. Bugünlere nasıl ulaştık? Geçmiş bilmeden bugünün gerçeğini değerlendiremeyiz.

Koç Topluluğu büyük bir hayalin, inanç, çalışma ve azimli bir çabanın öyküsüdür. Bu öykü, Türkiye ile birlikte gelişen, Ankara'da küçük bir ticarethaneden uluslararası boyutta bir dünya şirketine ulaşmanın onurlu serüvenidir.

Sağlam temeller üzerine kurulmuş olan Topluluğun en değerli varlığı "Koç" ismidir. Türk insanı Koç ürünleri ile özdeşleşti; onun bir parçası oldu. 1950'li yıllarda başlattığı sanayileşme hamlesi ile insanımızın yaşamını kolaylaştıran yüzlerce ürün, hizmet ve markayı yaratarak öncülük görevi yapan Koç Topluluğu yeniliklere hep açık oldu.

"Koç Kültürü" olarak bilinen başarının özünde dürüstlük, çalışkanlık, bağlılık ve inanç yatıyor. 75. Kuruluş yılını kutlayan Topluluk, geçmişinden aldığı birikim ve bugünkü potansiyeli ile geleceği kucaklıyor. Koç kimliğine uluslararası boyut ekleniyor.

Koç Topluluğu CEO ve İdare Meclisi Başkan Vekili Temel Atay, 2000 yılı Faaliyet Raporu'nda Koç Topluluğu'nun stratejilerini şu başlıklarla özetliyordu:

- Kuvvetli olduğumuz işlerde odaklanmak,
- Dış piyasalarda rekabet edebilecek teknolojiyi geliştirmek ve marka gücümüz olan işlerde faaliyetlerimizi genişleterek devam ettirmek,
- Türkiye'de lider konumumuzu ve onun sağladığı avantajları yakalamak,
- Piyasa değerimizi artırmak, Bunların sonucunda orta vadede dünyanın en büyük 200 şirketi arasında yer almak.

Koç Topluluğu'nun üst düzey yöneticileri, basına verdikleri demeçlerde dünyanın en büyük 200 şirketi arasında yer alabilmek için bugün 12 milyar ABD Doları'nın üzerinde seyreden yıllık satış hacminin yaklaşık 20 milyar ABD Doları'na yükseltilmesi gerektiğini ifade ediyor. 20 Mart 2001 tarihinde gerçekleştirilen Koç Holding'in 37. Genel Kurul toplantısında basın mensuplarının sorularını yanıtlayan Koç Holding üst yönetimi,

Topluluğun Türk insanının çeşitli sektörlerdeki beklentilerine uygun ürün ve hizmetler sunmaya devam ettikçe, ülkesindeki liderlik konumunu yurt dışına taşıyacağını ve dünyanın önde gelen kuruluşlarıyla işbirliği yaparak "Dünyanın en büyük 200 şirketi" arasında yer alma hedefine adım adım yaklaşacaklarını belirtti.

- 1990'lı Yılların Hedefi: Verimlilik ve Kaynak Yaratmak

Bugüne kadar otomotiv, beyaz eşya sektörlerinde Türkiye'de lider konumunu sürdüren Topluluk, 1990'lı yıllarda finans ve tüketim alanında yatırımlara yöneldi; enerji, iletişim teknolojisi sektörlerine girmeyi planladı. İş idaresinde yalın yönetime geçildi. Verimlilik ve kaynak yaratmak, ana hedefler olarak belirlendi. İç pazarın daralma sürecine girmesi karşısında dış ticarete yeni bir vizyonla hamleler başlatıldı. Dış Ticaret Grubu'nun 2000 yılı cirosu 1 milyar dolara ulaştı.

Koç Topluluğu'nun küresel vizyondaki yeni bir açılımı da yabancı uluslararası şirketlerle kurduğu ortaklık veya işbirliği anlaşmalarıdır.

Yamaha, LG Electronics, Sachs, Michelin Kronprinz, King Fisher, Balfour Beatty, Ece Projektmanagement, Statoil, Lovis Dreyfus, Plastic Corp. USA, ED and F Man Sugar, TNT Post Group, Cisco System, Apple, Bryce şirketleri, Koç'un ortağı veya işbirlikçisi olduğu firmaların bazılarıdır.

Ülkemizin yaşadığı depremlere ve ardarda gelen ekonomik krizlere rağmen Koç Topluluğu programlanan yatırımlarını sürdürerek geleceğe olan inancını kanıtlamış bulunuyor. 1998 yılında Gölcük'te başlanan Ford Otosan Fabrika yatırımı sürdürüldü ve 20 Nisan 2001 tarihinde törenle hizmete girdi. 650 bin dolarlık bir yatırımla kurulan fabrikada yılda 150 bin araç üretilecek ve bunun 100 bin adedi ihraç edilecek.

Son iki yıl içinde ihracata yönelik bir araç yatırımını tamamlayan Tofaş Fabrikası, Türk otomotiv sektöründe yepyeni bir sayfa açtı. Fiat'ın Doblo modelinin Avrupa için üretim merkezinin sadece Tofaş olmasını sağlayarak yılda 100 bin adet kapasiteli. 200 milyon Euro tutarındaki yatırımını kısa sürede gerçekleştirdi ve 2000 yılının son çeyreğinde ihracata başlandı. "Türk Mühendislerinin Dünya Otomotiv Teknolojisine Bir Armağanı" olarak nitelendirilen Doblo modelinin de katkısı ile Tofaş, yılda 750 milyon ABD Dolarlık bir ihracat potansiyeline ulaşmış bulunuyor.

Dünya pazarlarına açılmayı sürdüren Migros, Rusya ve Türk Cumhuriyetleri'nden sonra 18 Mayıs 2001 günü Bulgaristan'da Ramstore'u hizmete açarak Avrupa'ya da adımını atmış bulunuyor. 450 marketi ve 568.000 m2'lik alanı ile en yakın rakiplerini iki kat geride bırakan Migros, yeni dış projeleri de gerçekleştirme yolunda.

- Finans, Enerji ve Bilgi Grubunda Yeni Projeler

Koç Topluluğu güçlü olduğu iş alanlarında yatırımlarını sürdürürken, büyümeyi hedeflediği finans, enerji ve bilgi grubu sektörlerinde yeni projelerle atılımlar yapıyor.

2000 yılında yeni bir yapılanma ile stratejik hedeflerini belirleyen Koçbank, iletişim teknolojisini müşterisinin hizmetine sundu. İnternet bankacılığı çalışmalarına yeni bir ivme kazandırdı. Koçfinans, Koç Lease, Koç Allianz Sigorta yeni açılımlarla pazar paylarını artırırken Koç Fiat Kredi şirketi faaliyete geçerek tüketicilere kredi imkânı yarattı.

Enerji sektöründe LPG dağıtıcısı olarak uzun yıllardır yer alan Koç topluluğu yüzde 38'lik pazar payını elinde bulunduruyor.

Başarılı çalışmalar sonrası Kangal, Seyitömer ve Tufanbeyli termik santrallerinin yapımı ihalesini üstlenen Topluluğun 6 Temmuz 2000 tarihinde Bursa'da hizmete açılan Entek Santrali ile toplam enerji üretimi, Türkiye kapasitesinin yüzde 10'una ulaştı. Koç Topluluğu'nun toplam elektrik üretim kapasitesi yılda ortalama 800 milyon KW-saat, buhar üretim kapasitesi de 115 ton saat.

Kasım 2000'de de Norveçli gaz ve petrol firması Statoil ile bir anlaşma imzalandı ve böylelikle ülkemizde ileride liberalleşmesi beklenen gaz sektörü için işbirliği sağlanmış oldu.

- Koç ve İletişim Teknolojileri

İnternet teknolojisinin öncülüğünde gerçekleşen dijital devrim, dünyayla neredeyse eşzamanlı olarak Koç Topluluğu'nda da yansımaları buldu ve Koç Topluluğu şirketleri "e-değişim" sürecine hızla ayak uydurarak Kasım 2000'de Cisco System ile stratejik işbirliğine girdi.

"Koç e-dönüşüm" projesi, öncelikle Koç Holding'in müşteri ilişkileri, e-ticaret, iş süreci uygulamaları ve gerekli teknolojik alt yapı çalışmalarını kapsayacak ve zaman içinde diğer şirketlere yaygınlaştırılacak. Koç Topluluğu, bilişim sektöründe KoçSistem, Koç.net, Biletix, GVZ Ses Teknolojileri ve Yazılım Hizmetleri ve Koç Bryce adlı şirketleri ile önemli yerini alırken, Apple bilgisayarlarının Türkiye distribütörü Bilkom'un hisselerinin büyük bir bölümü de Topluluk tarafından satın alındı. Böylece gruba sektörün önemli firmalarından biri eklenmiş oldu.

- Birleşmeler, Bütünleşmeler

Koç Topluluğu değişen ekonomik koşulların gereği bazı şirketlerini birleştirme çalışmalarını sürdürüyor. Bazı şirketlerin tasfiyesi ile tek yapıda kurumlaşma yolunu seçmiş bulunuyor. 2000 yılında Türk Elektrik Endüstrisi, Ardem, Atılım şirketlerinin Arçelik bünyesine alınmasından sonra Aygaz ve Gazal şirketleri de tek çatı altında toplandı. Koç Allianz Sigorta ve Koç Allianz Hayat şirketleri bütünleşti.

2001 yılında Tofaş Fabrika ve Tofaş Oto Ticaret'in birleştirilmesi sonuçlandı. Ford Otosan ve Tofaş Fiat Grupları'nda faaliyet gösteren 17 satış şirketi önümüzdeki günlerde iki şirkete dönüştürülüyor.

Rekabet gücünü yükseltmeye, dünya pazarlarına açılmaya, verimliliği ve tasarrufu artırmaya yönelik bu çalışmaların olumlu sonuçları şimdiden yansıyor.

- Toplumsal Hayatın Tam İçinde

Koç Topluluğu çalışanları, küreselleşme çağının ekonomik dünyasında kutladığı 75. yılına sadece ticari başarılarıyla değil, toplumsal sorumluluğunun gereği olan faaliyetleri ve bu faaliyetlerin gurur verici sonuçlarına tanıklık ederek ulaştı. 1969 yılında kurulan Vehbi Koç Vakfı, "eğitim" alanında Koç İlköğretim Okulları, Koç Özel Lisesi, Koç Üniversitesi ve eğitim bursları ile ülkemizin sosyal yaşamına değeri ölçülemeyen katkılar sundu. Vakıf, "sağlık" alanında da Semahat Arsel Hemşirelik Eğitim ve Araştırma Merkezi (SANERC), Koç Üniversitesi Sağlık Yüksek Okulu ve Amerikan Hastanesi ile ülkemizdeki sağlık hizmetlerinin kalitesinin artırılması yolundaki çalışmalarını başarıyla sürdürdü ve 1974 yılında kurduğu Hemşirelik Fonu ile bugüne kadar 2000'in üzerinde hemşirelik öğrencisine eğitim bursu sağladı. Vehbi Koç Vakfı, "kültür" alanında da vazgeçilmez büyük bir merkez haline geldi ve çalışmalarının büyük bir bölümünü kültürel mirasımızın korunması üzerine yoğunlaştırdı. İstanbul'da Sadberk Hanım Müzesi ve Rahmi M. Koç Müzesi kuruldu ve bu iki müze, ülkemizde özel müzeciliğin öncüleri olarak kültür tarihimiz içindeki özgün yerlerini aldılar. Suna-İnan Kıraç Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü, daha sonra açılan Kaleiçi Müzesi ile birlikte Antalya ve çevresinin önemli kültür odaklarından biri olarak hizmet sunuyor. Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi (VEKAM) ise, görsel ve yazılı belge arşivi ile önemli bir eksikliği giderdi. Diğer yandan Vehbi Koç Vakfı, ülkemizin sanat, tarih ve sosyal yaşamı ile ilgili olarak çok sayıda değerli kitabı günışığına çıkardı. Koç Topluluğu 75. yılını hayatın tam içinde, maddi ve manevi başarılarıyla iz bırakmaya devam ederek, olanca dinamizmiyle ve heyecanıyla kutluyor!

"BÜTÜNLEŞME" PROJESİ İLE BİRLİKTE TOFAŞ'TA ÜRETİM VE MÜŞTERİ DEVRİMİ BAŞLADI

Tofaş Türk Otomobil Fabrikası ile Tofaş Oto Ticaret, kuruluşlarının 30. yılında bütünleşme kararı aldı. Bu birleşme sonrasında otomotiv sektöründe 1 milyar dolar ciroya ulaşan bir şirket doğdu.

14 Mayıs 2001 Pazartesi günü her iki şirketin genel kurullarının olağanüstü toplanarak bütünleşme kararı almasından sonra Koç Holding Tofaş Grubu Başkanı Bülend Özaydınlı bir basın toplantısı düzenledi.

- Müşteri Odaklı Değer Zinciri

Özaydınlı, Tofaş'ın "Bütünleşme" projesinin amacını şu cümleyle özetledi: "Fabrikadan başlayıp müşteriye kadar uzanan kanal üzerinde müşteri odaklı bir değer zinciri oluşturmak ve müşterilere daha elverişli koşullarda otomobil sağlamak."

Ekonomik krize rağmen bu yıl üretimde artış beklediklerini ifade eden Özaydınlı "Geçen yıla göre % 30-40 daha çok üretim gerçekleştireceğiz. Hedef 1 milyar dolar ciro, 170-180 bin dolayında da araç üretimidir. Bunun 750 milyon dolarlık kısmını ihracat oluşturacak" dedi. Tofaş'ın sürekli yeni yatırımlarla büyümeyi hedeflediğini belirten Bülend Özaydınlı konuşmasını şöyle sürdürdü:

"Tofaş'ın Bursa fabrikasında geliştirilen ve üretilen otomobiller, Avrupa ve dünya'da, Türkiye'de kalitenin simgesi olarak sunulmaya çalışan aynı modeller ile dişe diş rekabet etmekte, seçici, zor beğenen Avrupalı tüketiciler tarafından diğer markalara rağmen tercih edilmektedir.

2000'li yıllar Tofaş için, uzun bir stratejinin meyvelerini verdiği, değişimin beraberinde gelişimi getirdiği hamle yılları olacaktır.

Bugün gelinen bu gurur verici nokta, şirketin 30 yıllık tarihinin eseridir. Yerli otomotiv endüstrisinin, bugüne ulaşana kadar yaşadığı tüm zor koşullar ve bu koşullar karşısında edindiği deneyim, bugünün önünü açan anahtar olmuştur.

- Tempra'dan Doblo'ya Uzanan İhracat Atağı

1995 yılında Tofaş'ın Tempra ile başladığı, Palio-Siena ile devam ettirdiği ve Doblo projesiyle son haline getirdiği ihracat atağı, Türk Otomotiv endüstrisinin gelecek değerini ortaya koymaktadır."

Son 2.5 yıl içinde 500 milyon dolarlık yatırım gerçekleştirdiğini, yaşanan depremden sonra tarihinin en büyük yatırımını yaptığını ifade eden Özaydınlı "2001 kritik günlerin yaşandığı bir yıl oldu. Ancak buna rağmen vites küçültmedik. Bu dönemde ortaklar

olumsuz koşullarda bile Türk ekonomisine güvendiler. Yatırımlara devam etmeleri Türkiye'nin geleceğine olan inançlarının sürdüğünü gösteriyor" dedi.

Bülend zaydınlı, günümüzün ekonomi dünyasını değerlendirdiği konuşmasında borçlanılarak ithal edilen ürünü tüketmenin yanlış olduğunun artık anlaşılması gerektiğini ifade etti ve şöyle dedi:

"Bugün geldiğimiz nokta, son dönemde kendi kaderine bırakılan reel ekonominin ülke kalkınmasının unsuru olduğunun artık açıkça anlaşılması gerektiği bir noktadır. Bulunduğumuz nokta, üretmeden tüketmenin hem de borçlanarak ithal edip tüketmenin yanlışlığının anlaşılması gerektiği noktadır."

- *"Kr Etmek İçin üretmek, üretmek İçin Yatırım"*

"Tofaş Türk Otomobil, 30 yıllık tarihinde, ülke gerçekleri ölçeğinde varolmasına karşın, ülke politikalarının oluşturduğu son 10 yıla damgasını vuran üretim yerine 'nereden olursa kr et' seçeneğinin cazibesine kendisini kaptırmamış ve reel ekonominin baş aktörlerinden olma stratejisini asla bırakmamıştır.

Kr etmek için üretim, üretmek için yatırım: Tofaş'ın otuz yıllık stratejisi olmuştur.

Btnleşmeyle doğan yeni Tofaş, yoluna bu bilinç ve yeni hedeflerle devam edecektir.

Yeni Tofaş, geleceğine güveniyor. Yeni Tofaş, Türkiye'nin geleceğine güveniyor."

Koç Holding'in Tofaş bütünleşmesine paralel 17 otomotiv bayi şirketini de birleştirme kararının, değişim sürecinin ve müşteriye yakınlaşma projesinin bir parçası olduğuna işaret eden Bülend zaydınlı, gazetecilerin soruları zerine Tofaş Türk Otomobil Fabrikası A.ř.'nin CEO'su Jan Nahum'un görevini sürdüreceğini, yeni şirkette Koç Holding ve Fiat paylarının aynı kalacağını belirtti.

KOÇ HOLDİNG HALKLA İLİşKİLER KOORDİNATÖRÜ CAN AĞDAş:
"E-FORUM İLE ORTAK AKLA ULAşABİLECEĞİZ."

Koç Topluluğu alışanları arasında "Koç e-dönüşüm 2003" Projesi'nin bir parçası olarak başlatılan "e-forum" uygulaması yoğun ilgi gördü. e-forum, Can ağdaş'ın deyişiyle "Koç Topluluğu alışanlarının serbest kürsüsü."

Elektronik ve Internet teknolojileri sayesinde kültürel bir dönüşüme uğrayan iş dünyasındaki önemli uygulamaları Topluluk bünyesinde yaygınlaştırmak amacıyla başlatılan "Koç e-dönüşüm 2003" Projesi için çalışmalar sürdürülüyor. e-dönüşümün bir kolu olan ve Mayıs ayından itibaren başlatılan e-forum'la ilgili bilgi almak üzere Koç Holding Halkla İlişkiler Koordinatörü Can Çağdaş ile görüştük.

- *e-forum nedir?*

e-forum, Koç Topluluğu çalışanlarının bir serbest kürsüsüdür. Bildiğimiz forumlardan tek farkı elektronik ortamda gerçekleşiyor olmasıdır. Bu forumda birincisi çalışanlar sistemin eksikliklerini veya aksaklıklarını ifade edebilecekler, ikincisi ise e-forum sayesinde yeni fikirler oluşacak. Bu fikirler de tartışmaya açık olacak ve bir ağaç gibi yeşerip, büyüyebilecek. e-forum'a bir tartışma süreci demek de yanlış olmaz.

- *e-forum'un amaçlarından söz eder misiniz?*

e-forum'un önemli amaçlarından biri fikirlerin tartışılabilmesi. Çok sık tekrarlanan bir söz var; "bilgi paylaşıldıkça çoğalır". İşte e-forum buna da imkân sağlıyor. İnsanlar yeni duydukları veya öğrendikleri herhangi bir konuyu toplulukla paylaşma imkânına sahip oluyorlar. e-forum'un en önemli amaçlarından biri, bilgiyi paylaşabilmek, dolayısıyla fikirleri tartışmaya açabilmek.

Koç Topluluğu'nda şirketlerin her biri kendilerinden sorumlu. Şirketlerin çalışanları da kendi şirketlerine karşı sorumlu. Ama Topluluğun bütününe göz önüne almak gerekiyor. Böyle bir elektronik forum Topluluğun bütününe yönelik olduğu için "kuruma bağlılığı" artıracaktır. Yani "aile" bağlarını daha fazla güçlendirecektir.

Eğer çalışanlar kendilerini kurumun bütününe ait hissederse, çalışmalarındaki verim de artacaktır. "Aidiyet" ise bir toplulukta çalışan insanların sahip olmaları gereken en önemli kavram. Eğer e-forum'la, aidiyet duygusunu yakalayabilirsek bu mükemmel bir sonuç olur.

e-forum'un bir diğer amacı "demokratik bir ortam" sağlamak. Böylelikle herkes bir amaca yönelik olan her düşüncesini istediği zaman söyleyebilme hakkına sahip oldu.

Bir kurumun insan kaynakları sermayesi, iş sermayesi, bir de entelektüel sermayesi vardır. e-forum Koç Topluluğu'nun "entelektüel sermayesine katkı"da da bulunacak.

Ayrıca bizim kendimizi kritik etme, değerlendirme, özeleştiri verme yeteneğine sahip olmamız gerekiyor. "Otokritik" toplam kalite yönetiminin en önemli felsefelerinden biridir.

e-forum Koç Topluluğu'nda bir "kültür değişikliği" sağlayacak diye düşünüyoruz.

Çünkü bu proje, demokratik ve yaratıcılığı teşvik eden bir projedir. Dolayısıyla pek çok çalışmada güzel duygular uyandıracaktır.

Belki de varılacak sonuçların en önemlisi "ortak akıl üretilmesi"dir. Bir kişi fikir üretir ama üretilen bu fikrin toplum içinde tartışılıp, detaylanması ve demlenmesi gerekir. Fikir tek bir kişiden çıkmış olsa bile, zamanla ortak akıl haline gelir, ki bu mükemmel bir olaydır.

- *e-forum uygulama sürecinden ve katılım aşamasından bahsedebilir misiniz?*

e-forum fikri üç ay önce doğdu ve yaklaşık bir aydır uygulama sürecindeyiz. Forum önce belirli kişilere açıldı ve insanların hangi başlıklar altında yazışmak isteyecekleri soruldu. Sonuçlara göre başlıklar oluşturuldu. e-forum'da yazılanları Koç Topluluğu çalışanlarının hepsi okuyabilir. Ancak söz konusu kişi, mesaj yazmak için kendisine bir kullanıcı adı ve şifresi almak yani üye olmak zorundadır. Şu ana kadar 335 çalışmamız üye oldu ve toplam 199 mesaj yazıldı.

- *Daha çok hangi konular üzerine yazışmalar yapıldı? Bu yazışmaların içeriğinden bahsedebilir misiniz?*

Tüketim grubu şirketlerinin yatırımları, projeleri, teknolojik gelişmeleri, dağıtım kanalları hakkındaki görüşler paylaşıldı. Görüş bildirenler, dünyadaki gelişmeler konusunda fikirlerini ifade ederken kaynakça göstermeyi de ihmal etmiyor.

e-forumda otomotiv şirketlerinin bayi ve servis ağı hakkında da görüşler var. Sektördeki gelişmeler aktarılıyor.

Kültür Sanat konusunda çalışanlarımız oldukça duyarlı. Koç Topluluğu'ndaki kültürel ve sanatsal faaliyetler üzerine görüş ve önerilerin yanı sıra yaşadıkları şehirlerdeki sanatsal ve kültürel etkinliklere ilişkin duyuruları da belirtiyorlar.

"Yeni Fikirler" başlığına ilgi gerçekten yoğun.

Biz ayrıca, bilginin sınırsız paylaşımı, fiziksel sınırların ortadan kalkması, küreselleşme, iş yapma süreçlerindeki değişim, giderek artan rekabet, bu rekabette avantaj yaratma ve benzeri konulardaki görüşleri paylaşmak ve bilgi kaynağı önerilerini almak için "Yeni Ekonomi" adında bir başlık yarattık. Bu başlık da ilgi gördü. Yoğun iş temposundan biraz olsun uzaklaşmak isteyenler için de bir başlık oluşturduk: "Turizm." Bu başlığın altında hafta sonlarını, günü birlik kültür gezilerini, doğa yürüyüşlerini, gittikleri tatil yörelerini

anlatabiliyorlar. Scuba diving, kaya tırmanışı, tracking gibi etkinliklerin bilgilerini de burada paylaşabilecekler.

Örneğin motorsporlarıyla ilgilenen ancak farklı şirketlerde görevli olan çalışanlarımızın tanışıp, birlikte bir aktivitede bulunmaları da e-forum'la mümkün olabilecek. Bu tür bir aktivite için girişimde bulunanlar oldu.

Ayrıca Teknoloji, Tüketim, e-Koç, ekonomi, Enerji, Finansman, İnsan Kaynakları, İnşaat ve Madencilik, Kocweb Intranet, koç olimpiyatları, KoçHaber, Ar-Ge, Bilgi Teknolojisi, Çevre, Dayanıklı Tüketim, Dış Ticaret, Diğer (Muhtelif), e-dönüşüm, e-forum, e-kitap adlı başlıklarımız mevcut. Bu başlıklara da zaman içinde ilginin artacağını düşünüyoruz. Konu başlıkları zaman içinde değişebilir.

- *e-forum, e-dönüşüm'ün bir ayağı... Bunun gibi başka aktiviteler var mı?*

Daha önce Topluluk içinde çalışanlarla ilgili bilgileri kapsayan mavi bir kitabımız vardı. Onu elektronik ortama taşıdık. Bir süre sonra 'e-arşiv' projemiz hayata geçecek ve ardından elektronik eğitim (e-eğitim) başlayacak.

- *Katılımcılardan neler bekliyorsunuz?*

Yaratıcılık, özeleştir, açıklık bekliyoruz. Yeni fikirler üretmelerini ve e-forum'a sürekli katılmalarını istiyoruz. Bu bizim iç iletişimimiz için de bir imkân. Şu ana kadar gösterdikleri ilgiye devam edeceklerine ve katma değer yaratacaklarına inanıyoruz.

AVRUPA'NIN İLK RAMSTORE'U SOFYA'DA AÇILDI!

Türkiye'de perakende sektörünün lideri Migros, yurt dışına Ramstore'lar ile yaptığı atılımını, Doğu'da Rusya, Kazakistan, Azerbaycan gibi ülkelerden sonra, ilk kez Batı'da Bulgaristan ile başlattı. 2000 yılında temeli atılan ve tamamı Migros Türk'ün yatırımı olan Ramstore Bulgaristan, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, Türkiye Sofya Büyükelçisi Tahsin Burcuoğlu ve Sofya Belediye Başkanı Stefan Sofiyanski'nin konuşmalarının ardından hizmete açıldı.

Tören, Koç Holding Yönetim Kurulu üyeleri Sevgi Gönül, Erdoğan Gönül ve Dr. Nüsret Arsel, Koç Grubu Başkanlarından Cengiz Solakoğlu, Hasan Bengü, Tuğrul Kudatgobilik, Bülent Bulgurlu, Kutsan Çelebican, Migros Genel Müdürü ve Ramstore Yönetim Kurulu Başkanı Oktay Irsıdar, Bulgaristan'ın resmi yetkililerinin katılımıyla gerçekleşti.

Yatırımın Bulgaristan'ın en büyük Türk yatırımı olması ve açılış töreninde her iki ülkenin iş ve siyaset dünyasından liderlerin buluşması, yerli ve yabancı basının yoğun ilgisine neden oldu.

Türkiye Büyükelçisi Tahsin Burcuoğlu törende yaptığı konuşmada, çok mutlu olduğunu belirterek, bu güzel yatırımın Bulgaristan'ın diğer kentlerinde de devam etmesini arzuladıklarını söyledi. Sofya Belediye Başkanı Stefan Sofiyanski ise, Ramstore yatırımının hayatlarını olumlu etkileyeceğini, 11 yıl önce bu tür marketleri sadece gazetelerde okuduklarını söyleyerek, Koç Holding'e yatırımı kısa bir sürede gerçekleştirdikleri için teşekkür etti.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç açılış töreninde yaptığı konuşmasında, Koç Topluluğu'nun Doğu'da 3 ülkede yaptığı yatırımlardan sonra Batı'nın ilk Ramstore'unu Türkiye'nin komşusu Bulgaristan'da açmaktan duyduğu mutluluğu belirtti. Güneydoğu Avrupa İşbirliği Girişimi'nin eşbaşkanı olduğunu belirten Koç, gayelerinin muhtelif projeler meyanında, bu bölgeye yatırım yaparak, halkın refah seviyesini artırmak ve dolayısı ile huzursuzluğu, çekişmeyi ve çatışmayı önlemek olduğunu ve böylece de arkadaşlarını burada yatırım yapmaya ikna ettiğini belirtti. Bulgaristan'ın ekonomik göstergelerini takdirle izlediklerini dile getiren Koç, Bulgar ve Türk mallarının raflarda yan yana yer alacağını, Ramstore'la Türkiye'nin Bulgaristan'a yaptığı en büyük yatırımı gerçekleştirdiklerini ve tesisin 33 milyon marka mal olduğunu belirtti.

Migros Genel Müdürü Oktay Irsıdar ise "Sofya'dan sonra Varna, Filibe ve Burgaz ilgi alanımız" dedi.

Suriye'yi ilginç ve ilgiye değer bir ülke olarak değerlendirdiklerini belirten Irsıdar, yatırım için Suriye hükümetinden beklentileri bulunduğunu bu beklentiler gerçekleştiği takdirde yatırım yapabileceklerini belirtti. Irsıdar, "Hangi ülkede yatırım yapıyorsak, o ülkede lider olmayı hedefliyoruz" diyerek sözlerine son verdi.

- Ürünlere Yoğun İlgil

Sofya'da hizmet vermeye başlayan Ramstore ile Bulgar tüketiciler kalitesi ve rekabetçi fiyatları ile Türk ürünlerine yoğun ilgi gösterdiler. Bulgaristan ile ilk kez Batı'ya da adımını atan Ramstore % 30 oranında Türk ürünlerini Sofyalılar'a sunuyor. Onbinlerce Sofyalı'nın akınına uğrayan Ramstore hipermarkette ilk gün 10 ton muz, 8 ton tavuk-et, 2 tır meşrubat, 12.000 ekmek, 5 ton domates, 3 ton kaşkaval, 6000 lt. şarap, 10 ton ayçiçekyağı, 5000 gömlek, 3000 çift terlik, 3000 iç çamaşır, 25 ton deterjan tükendi. 25.000 kalem ürünün geniş teşhirle, rekabetçi fiyatlarla satışa sunulduğu Ramstore, ilk günden şehrin önemli merkezi konumunu aldı.

Bulgarlar'ın günlük yaşamının bir parçası olmaya aday Ramstore Sofya, Başkent Sofya'da toplu konut yerleşim bölgeleri ile şehir merkezini birleştiren en büyük tren ve metro istasyonlarının arasındaki ana kavşakta, Zapaden Park bölgesinde (İstanbul anlamına gelen) Stamboliyski Bulvarı'nda bulunuyor. 15.000 m2 kapalı alana sahip Ram-store içinde fast food restaurant, banka, müzik ve CD bölümü, fırın ve kuruyemiş yan birimleri de bulunuyor. Kapalı ve açık 500 araçlık otoparkı bulunan hipermarkete otoparktan modern asansörlerle direkt çıkış bulunuyor.

SEYAHAT REHBERİNİZİN YENİ ADI: www.bookinturkey.com

Diyelim ki evleniyorsunuz ve bir balayı programı yapmadınız. Dilerseniz "bookinturkey"nin hazır paket programlarından ve % 20'ye varan indirimlerden yararlanabilir, isterseniz kendiniz bir paket oluşturabilirsiniz. Türkiye'nin yeni turizm portalı "bookinturkey" ile ilgili daha ayrıntılı bilgi almak için Koç Holding Yeni İş Geliştirme Koordinatörlüğü'nde Proje Yöneticisi olarak görev yapan Tunç Berkman ve "bookinturkey" yöneticilerinden Tülin Betir Kırıl ile görüştük.

- *"bookinturkey"nin kuruluş amacı nedir?*

"bookinturkey", Türkiye'deki turizm hareketlerini bir portala taşımak amacıyla kuruldu. Koç Topluluğu turizm alanında çok güçlü. Acentası, otelleri ve turizme yönelik daha pek çok hizmeti mevcut. Bunları tamamen bir turizm portalına taşıyıp, sadece Koç Topluluğu'nun gücünü değil, bütün Türkiye'nin gücünü bir portalda birleştirmeyi düşündük.

- *Neden "bookinturkey"?*

Ortağımız Protel bu ismi seçmişti. İsmi seçilme sebebi yurtdışındaki turistlerin de bu siteyi kullanıp, Türkiye'ye gelmesini sağlamak. Ama zaman geçtikçe siteye eklenen ürünlerle sitenin portfölyosu değişti ve gerek yurtiçi, gerek yurtdışına yönelik bir hal aldı. "bookinturkey", kolay hatırlanan ve Türkiye'ye yönelik bir isim. "To book in", rezerve etmek demek...

- *Projenin doğuş ve hayata geçiş öyküsünü anlatır mısınız?*

Proje, Koç Topluluğu'na Kasım ayında geldi. Ancak bizim projeyi onaylamamız Nisan aylarına denk geldi. Bizim zaten bir seyahat ve yaşam sitesi yapmak gibi bir düşüncemiz vardı. Bize sunulan pek çok proje içinde bunu seçtik. Çünkü her geçen gün

genişletilebilen bir proje. Sonra düşünmeye başladık ve hayaller kurduk ve şimdi bu hayallerimizi uygulama aşamasındayız.

- *Turizm amaçlı internet kullanımını yaygın mı?*

Size bir istatistiki bilgi verebilirim. Amerika'da şu anda 21 milyon kişi seyahat rezervasyonlarını internet üzerinden yapıyor. Bunların 7 milyonu seyahat rezervasyonları için sadece internet kullanıyor. 2001 rakamlarına baktığımız zaman internet cirosu 1.3 milyar dolar civarında. Seyahatte şöyle bir avantaj var: Siz bir hizmet satıyorsunuz. Hizmet alırken de kişiler gittikleri yerlerin detaylı bilgilerini görmek istiyor. Eskiden bir acentaya ya da havayolu şirketine gidip, tek bir yerden rezervasyon yapıyordunuz. Artık gittiğiniz yerin oteli var mı yok mu, o tarihlerde boş yer mevcut mu diye bakıp, uçak biletinizi de kontrol edebilirsiniz. Ayrıca gittiğiniz yerin tarihi yerleri nerelerdir, nerelerde yemek yenir, nasıl aktiviteler yapabilirsiniz; bunların tümünü görebilirsiniz. Bu içerik zenginliği de müşterinin daha bilinçli bir tercih yapmasını sağlıyor.

- *"bookinturkey"nin kent rehberliği de yapan diğer sitelerden farkı nedir?*

Türkiye'de eğer bir gün turizme tam anlamıyla internet yön verecekse, bunu en iyi biz yaparız, diye düşünüyoruz. Öncelikle çok fazla ürünümüz var ve çok renkli seçenekler sunuyoruz. Bu kadar kapsamlı bir site, Türkiye'de ilk kez hizmete giriyor. Biz gerçek zamanlı bir rezervasyon sistemi yapıyoruz. Yani otellerin rezervasyon sistemine, o otelin bir resepsiyon elemanı gibi giriyoruz. Rezervasyon sisteminden o kontenjanı anında satıyoruz. Bu sistemi acentalara da taşıdık.

- *Koç Topluluğu içindeki diğer şirketlerle işbirliği yapacak mısınız?*

Evet, Topluluk içinde, hatta dışında da çapraz satış imkanları olacak. Örneğin, Biletix'le işbirliğimiz olacak. Konser ya da maç organizasyonunda müşterilerimize özel indirimli paketler sağlayacağız. Otel için ayrı, yolculuk ve etkinlik biletleri için ayrıca uğraşmalarına gerek kalmayacak. Koç Allianz da bu siteden seyahat sigortası satacak. Puan uygulamaları olacak. Toplanan puanlar Biletix ya da Kangurum'da kullanılacak. Akıllıkart kullanımını yaygınlaştıracacağız. Kısaca biz "onestopshop" denen hizmeti vereceğiz.

- *Hedef kitleniz kimler?*

Kurumsal müşteriler ve internet kullanıcıları bizim hedef kitlelerimiz. Bu sistemin Koç Topluluğu'nun ve diğer kurumların merkezi seyahat sistemi haline gelmesini istiyoruz. Bunun dünyada da örnekleri var, General Electric ve Cisco gibi... Sitede sunduğumuz

hizmetler maliyetleri düşürüyor ve merkezi takibi daha kolay oluyor. Bu da şirketlere büyük bir avantaj sağlıyor. Sitenin İngilizce, Almanca, Fransızca versiyonları mevcut. E-mail yoluyla kampanyalar yapacağız. Yahoo gibi arama motorlarında tanıtımımızı yapıp, yurtdışında da tanınmamızı sağlayacağız. Site aynı zamanda Türkiye'nin de tanıtımını yapacak. Sosyal bir amaca da hizmet etmiş olacağız. Butik oteller de bu sitede yer alacak.

- *Son olarak "bookinturkey"nin içeriğinden bahseder misiniz?*

İçerik olarak, Türkiye turizm sektörü ile ilgili genel bilgiler, Türkiye'nin yaklaşık bin oteli hakkında detaylı bilgi, yörelere özel destinasyon bilgileri (nerede kalınır, nereleri gezilir, ne yenir, özel günleri, önemli telefonlar, sezonu, günlük hava durumu, gece hayatı, outdoor ve spor olanakları...), İstanbul otel haritası, macera turları (yamaç paraşütü, rafting, kano, kamping, trekking) hakkında bilgiler, kullanıcıyı turizm ve turizm ürünleri hakkında bilgilendiren yazılar, restaurant bilgileri ve Türkiye'nin seçkin butik otelleri hakkında detaylı bilgiler kullanıcının hizmetine sunulmuştur.

"M/T LIEKE THERESA"YA İYİ YOLCULUKLAR

RMK Marine, Hollanda Unifleet BV firmasının siparişi üzerine inşa ettiği 3900 DWT'luk kimyasal tanker "M/T Lieke Theresa"yı 21 Nisan 2001 tarihinde törenle denize indirdi.

RMK Marine ile Hollanda Unifleet BV firması arasındaki kontrat uyarınca inşa edilmekte olan 3900 DWT'luk kimyasal tanker "M/T Lieke Theresa" 21 Nisan 2001 tarihinde yapılan törenle denize indirildi. Törene denizcilikten sorumlu Devlet Bakanı Prof. Dr. Ramazan Mirzaoğlu, Hollanda Unifleet BV firması sahipleri ve yöneticileri Mr. Ebel Slobben, Mr. Harm ve Mr. Cees Heuvelman, RMK Marine Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve CEO Temel Atay, Koç Holding Turizm ve Hizmetler Grubu Başkanı Dr. Bülent Bulgurlu ve davetliler katıldı.

Denizcilikten sorumlu Devlet Bakanı Ramazan Mirzaoğlu, törende yaptığı konuşmada Denizcilik Bakanlığı'nın kurulması ile ilgili çalışmaların sonuçlandırılma aşamasına geldiğini ve yasa tasarısının önümüzdeki günlerde Bakanlar Kurulu'na sunulacağını ifade etti.

Törende konuşan RMK Marine Genel Müdürü Sezai Işık, bir geminin inşa edilip donanımının sağlanarak denize indirilmesinin hem armatör, hem de tersane açısından çok önemli bir kilometre taşı olduğunu ifade etti. RMK Marine Genel Müdürü Sezai Işık, M/T

Lieke Theresa donatımının ve seyir tecrübelerinin tamamlanmasını takiben, Temmuz ayı içinde armatörüne teslim edileceğini ve ülkemize önemli bir döviz girdisinin sağlanacağını da bildirdi.

Deniz Ticaret Odası Başkanı Cengiz Kaptanoğlu, ekonomik krize rağmen denizcilik sektöründe olumlu gelişmeler yaşandığını söyledi.

Törende gazetecilerin sorularını yanıtlayan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, denizcilik alanında da ihracata yönelik yatırımların başarıyla sonuçlanmasının fevkalade onur verici olduğunu belirterek, fiyatlarda anlaşıldığı taktirde 4 gemi daha yapılacağını söyledi.

Törende konuşan Hollanda Heuvelman Shipping & Trading şirketinin sahibi Mr. Harm Heuvelman, tankerin adının ne anlama geldiğini açıklayarak şöyle konuştu: "Lieke, kardeşimin küçük kızının adı olup, bu geminin isim annesidir. "Theresa" ise bugün burada bulunan Sayın Knud Lysgaard ve Sayın Tombach Mortensen'in Danimarka'da yerleşik Herning Charter şirketinin adından gelmektedir. Herning şirketi, Lieke Theresa'nın da aralarında bulunduğu kimyasal ve bitkisel yağ tankerlerimizin charterlerini yapan bizim çok yakın iş ilişkisi içinde bulunduğumuz bir firmadır."

TAT, MCDONALD'S VE PIZZA HUT'LARLA DÜNYADA!

Tat, 1986 yılından itibaren Türkiye'deki McDonald's'lara ketçap üretimi ve satışı yapıyor. McDonalds ile Tat'ın işbirliği restaurant mutfağında hamburgerin içine konulan özel ketçabın teneke kutu ambalajdaki üretimi ile başlamıştı. Bugün McDonald's'larda kasada servis sırasında tüketiciye sunulan McDonald's markalı 15 gramlık küçük porsiyon poşetlerdeki ketçap da Tat'ın ürünüdür.

McDonald's, her yıl düzenli bir şekilde, Amerika'da yerleşik AIB International firmasına üretim tesislerini denetletiyor. Değişik ülkelerde yaptırmış olduğu ketçapları "cutting test" diye tabir ettikleri bir müsabaka ile sınıflıyor. Tat, 2000 denetiminde "excellent" derecesi almıştı. Ketçap kalitesinde ise AB notu ile 7 ülke arasında en yüksek notu toplayarak birinciliğe yerleşti.

Türkiye'de ilk defa McDonald's'larda hamburger içine konulan ketçabın mevcut teneke kutu ambalajın yerine yeni elastik poşetlerde, orijinal terimle "bag in box"larda ambalajlanması çalışmaları da Tat tarafından sonuçlanmak üzere... Bu ambalaj türü restaurant mutfağında kullanılan ketçabın ve diğer bazı ürünlerin dünya üzerindeki bilinen en modern ambalaj şeklidir. Bu yatırım sayesinde Tat, Türkiye'nin yanı sıra, McDonalds'ın diğer birçok ülkedeki restaurantlarına büyük miktarlarda "bag in box" ve küçük 15 gramlık porsiyon poşetlerini ihraç edecek. McDonald's ile 15 yıldır sürdürülen bu ilişkiler sonucunda Tat, McDonalds'ın "Global Supplier" listesinde yer alan ender firmalardan biridir.

- Tat - Pizza Hut İlişkileri Gelişiyor

Tat'ın Pizza Hut ile olan ilişkileri uzun yıllara dayanıyor. Bugün Türkiye'de faaliyet gösteren 18 Pizza Hut restaurantı tüm pizza sosu alımlarını Tat'dan yapıyor. Tat, Pizza Hut için teneke kutu ambalajlarda, pizza hamurunun üstüne peynir ve diğer pizza katkı maddelerinden önce dökülen özel bir domates sosu üretiyor. Tat, Pizza Hut için ürettiği bu özel pizza sosunu İngiltere, Polonya, Kuveyt, Bahreyn, Lübnan, Ürdün, Katar, Oman Sultanlığı, Yemen, Hong Kong, Tayvan ve Çin'deki Pizza Hut restaurantları dahil olmak üzere, dünya çapında çok sayıda Pizza Hut restaurantına da ihraç ediyor.