

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Ocak 2003

sayı 298

16. Koç Topluluğu Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı Yapıldı

Ana Hedefimiz %14 Büyüme



"En Büyük Ramstore"
Moskova'da Törenle
Hizmete Girdi

Küresel Vizyon.....4

- Ana Hedefimiz: Yılda %14 Büyümek
- Koç Holding Enerji Grubu, OPET'e %50 Ortak Oldu
- Tat, Maret, Sek ve Pastavilla Tek Çatı Altında
- Arçelik'te Neler Oluyor?

e-dönüşüm.....16

- E-Dönüşüm'de 2003 Stratejileri

Sektörel Vizyon.....20

- En Büyük Ramstore Moskova'da Hizmete Girdi

İletişim.....26

- Eğitimde Başarı'yı Ödüllendirdik

Kültürel Vizyon.....29

- Aygaz Sponsorluğunda Osmanlı Kültürüne Yeni Bir Pencere Açıldı

Toplum ve Yaşam.....30

- DemirDöküm'de Müşteri Mutluluğu

Hayata Dair.....35

- 30 Soruda Cengiz Solakoğlu
- Harley Davidson Model Koleksiyonu Rahmi M. Koç Müzesi'nde

BİZDEN HABERLER**KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI**

Yazışma Adresi: Bizden Haberler
Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1
81207 Kuzguncuk-İstanbul

Tel: (0 216) 531 00 00

Fax: (0 216) 343 15 37

İnternet: <http://www.koc.com.tr>

e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr

Ocak 2002 Sayı: 298

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına

F. Bülend Özaydınlı

Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil

Editör: Ülkü S. Osmanoğlu

Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe

Yayın Kurulu: Ali Saydam,

Can Kaya İsen, Şeniz Akan

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim

Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 288 79 70-71

Renk Ayrımı ve Baskı:

Çali Grafik Matbaacılık A.Ş.

Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Hedef Net, Rota Belirgin, Herkes Azimli

Yeni yıla yoğun bir temponun içinde girdik ve hepimizi pozitif etkileyen bu enerjiyle yeni yıl sayımızı hazırladık.

Aralık ayının 20'sinde 360 üst düzey yöneticimiz 2002 yılını değerlendirmek ve Topluluğumuzun geleceğe yönelik hedeflerini konuşmak üzere bir araya geldi.

Topluluğumuzun dünyadaki değişim sürecini doğru kavrayıp, bu değişimi hızla gerçekleştirebilmesi için Sayın **F. Bülend Özaydınlı**'nın deyişiyle "tutarlı performans" sergilememiz ve "uzun vadeli başarı için gerekli adımları cesaret ve kararlılıkla bugünden atmaya" başlamamız gerektiği yolundaki inancımız, **16. Koç Topluluğu Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı**'ndan sonra daha da pekişti.

Tutarlı Bir Performans

Yapılan tüm sunumlar bize gösterdi ki, 2003 yılı için daha çok umut besleyebilir ve daha iyimser olabiliriz. Çünkü gösterilen hedef net, rota belirgin çizilmiş.

Çeşitli sektörlerde kaydedilen gelişmelere ve başarı haberlerine tek tek bakıldığı zaman, fotoğrafın tümünü algılayabilmek ve bu büyük fotoğrafta hedefe doğru tutarlı bir performansla yol alındığını görmek mümkün. Örneklere birlikte göz atalım.

- **Koç Holding Enerji Grubu, OPET'e %50 ortak olarak akaryakıt dağıtım sektörüne iddialı bir giriş yaptı.**

- Yılda ortalama %14 büyümeyi hedefleyen Koç Topluluğu'nun gösterdiği rota çizgisinde yürüyen **Gıda ve Perakende Grubu**'nun dört şirketi için tek çatı altında toplanma kararı alındı. Sürekli ve kârlı büyümeyi hedefleyen bu birleşme kararıyla, 2007

yılında 3 milyar Euro'luk bir ciroya ulaşmak isteniyor.

- İhracat cirosunun %58'ini AB ülkelerinden sağlayan **Arçelik** de sürekli ve kârlı büyümeyi hedefliyor ve 2005 yılı sonu itibarıyla 3 milyar Euro'luk ciroya ulaşmayı hedefliyor.
- 45 milyon Dolar'lık bir yatırımla 6 ayda tamamlanan **Ramstore City**, Moskova'da törenle hizmete açıldı. Pek çok başarı haberinin içinden seçtiğimiz bu örnekler de gösteriyor ki, Topluluğumuz, geleceğe yatırım yapma yolundaki iddiasını sürekli kanıtlayarak yılları kovalıyor.

Eğitim Başarı Armağanı

"**30 Soruda**" bölümümüzün bu sayımızdaki konuğu olan Dayanıklı Tüketim Grubumuzun Başkanı Sayın **Cengiz Solakoğlu**, "çocuk denilince aklınıza ilk gelen sözcük nedir?" sorumuza "gelecek" karşılığını vermiş. Geleceğimiz olan çocuklarımızın başarılarıyla, dergimizin gelekselleşen "**Eğitim Başarı Armağanı**" töreninde bir kez daha gururlanmak fırsatını bulduk.

Dergimizin "İletişim" bölümünde okuyacağınız gibi onlar da Koç Topluluğu'nda çalışan anne-babaları ile gurur duyduklarını söylediler. Geleceğimizle ilgili olarak sadece biz değil, Topluluğumuz'da görev yapan yabancı yöneticilerimiz de iyimserliklerini dile getiriyor.

Bu sayımızda Topluluğumuz çatısı altında görev yapan yabancı yöneticilerimizin Türkiye hakkındaki düşüncelerini dile getirme fırsatını buldukları bir yazı dizisine başladık.

Hemen fark edeceğiniz gibi bu sayımız da dolu dolu.

Daha başarılı ve huzurlu günlerde buluşmak üzere... Mutlu ve huzurlu yepyeni bir yıl diliyoruz.

Ana Hedefimiz: Yılda %14 Büyümek

360 üst düzey yöneticinin katıldığı “16. Koç Topluluğu Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı”nda, “değişen dünyada ve ülkemizde Koç Topluluğu’nun yeri ve geleceği” değerlendirildi

16. Koç Topluluğu Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı 20 Aralık 2002 tarihinde, **Koç Allianz Konferans Salonu’nda** gerçekleştirildi. 360 üst düzey yöneticinin katıldığı toplantıda, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, 2002 yılında dünyaya ve Türkiye’ye damgasını vuran olaylar ile ekonomik ve siyasi gelişmeler hakkında görüşlerini açıklayarak Koç Topluluğu’nun hedefinin “ciroyu beş senede iki katına çıkarmak” olduğunu söyledi.

Dünya Tek Kutuplu Hale Geldi

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, Japonya ve Almanya’nın mali yönden zayıfladığını, NATO’nun misyonunu kaybettiğini, Rusya ve Çin’in askeri açıdan zayıfladığını belirterek, askeri ve teknoloji gücü ile ABD’nin geçmiş yıllara oranla hakimiyetini artırdığını, dünyanın tek kutuplu hale geldiğini ifade etti.

ABD’nin terörizm ve kendi ekonomik sorunları ile meşgul olduğunu, Ortadoğu’daki gelişmelerin petrolden kaynaklandığını söyleyen Rahmi M. Koç “petrol fiyatlarında görülen artış, dünya ekonomisini tehdit etme istidadı gösteriyor” dedi ve konuşmasını şöyle sürdürdü:

16. Koç Topluluğu Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı, Koç Allianz Konferans Salonu’nda yapıldı.



• Dünya ekonomisine gelince, genişlemiş Avrupa Topluluğu dahi, Amerika’ya ekonomikman bir rakip olmaktan çok uzak. Faizi, petrol fiyatlarını, finans kurumlarını kontrol eden, ekonomik büyüklüğü, en serbest piyasası, teknolojik üstünlüğü, sayısal askeri gücü hiç şüphesiz Amerika’yı dünyanın en güçlü ülkesi konumuna getirmiştir.”

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Topluluğu’nun hedefinin “ciroyu beş senede iki katına çıkarmak” olduğunu söyledi.



Türkiye’deki mevcut siyasi ve ekonomik durumu da değerlendiren Rahmi M. Koç, iç ve dış politikalarda süratle karar alma imkanının Ak Parti hükümetine sağlandığını, hükümetin bu fırsatı iyi değerlendireceklerine inanmak istediğini belirtti.

Rahmi M. Koç, Koç Topluluğu’nun gündemi ile ilgili olarak da açıklamalar yaptı ve 76 senelik tarihimizin en kötü krizini yaşayan Topluluğumuz’un geçen yıl tüm olumsuz koşullara rağmen, çok mühim yatırımlarını devam ettirebildiğini söyleyen Rahmi M. Koç, “bu seneyi UMS ve kombine olarak 10 milyar Dolar’ın biraz altında satış ve 400 milyon doların üzerinde vergiden önce kârla kapatacağımızı tahmin ediyorum” dedi.

Rahmi M. Koç, üzerinde 1.5 yıl-

küresel vizyon

dır çalışılan stratejiyi gün geçtikçe daha belirgin hale getirdiklerini ifade ederek konuşmasını şöyle sürdürdü:

“Önümüzdeki 5 senede hedefimiz;

- Konsolide ciromuzu katlamak, yani 6.6'dan 12.5 milyar dolara çıkarmak,
- Kârlılığımızı da iki katından fazla artırmaktır.”

Böyle iddialı neticeyi elde etmek için hepimizin bu stratejiye inanamamız lazımdır”

Dünyada Değişim

Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özaydınlı** ise yaptığı konuşmada “Dünya'nın hızlı gelişimi ve değişimi önümüzdeki dönemde daha da hızlanacaktır. Türkiye ise hem bu gelişime hem de değişime ayak uydururken bizim de Koç Topluluğu olarak, Türkiye'nin hep önünde koşan bir Topluluk olmak özelliğimiz ile hızlanmamız, zorluklarını bilerek değişim sürecini yılmadan, sabır ve inanç ile gerçekleştirmemiz gerekiyor” dedi.

Türkiye’de Değişim

Bülend Özaydınlı sözlerine şöyle devam etti: “Kurucumuz rahmetli **Vehbi Koç**’un “Ülkem varsa ben de varım” sözünü hiçbir zaman aklımızdan çıkarmamamız gerekiyor. Bu kısa söz çok şeyler ifade ediyor. Bir ülkenin gücü, insanlarının, kurumlarının gücüyle doğru orantılıdır. Kurumların ve insanların gücü ise o ülkedeki eğitim seviyesi, hukuk düzeni, yönetim kalitesi, teknoloji geliştirme faaliyetleri, sanayileşme seviyesi, şeffaflık, kamu yönetiminin hesap verilebilirliği gibi faktörlere bağlıdır. Türkiye bu konulardaki sorunları nedeniyle rakibi olan gelişmekte olan ülkelere gerisinde kalmaktadır. Örneğin, 30 yıl önce Türkiye ile aynı seviyede olan Güney Kore kişi başına yaratılan katma değerde

2001 yılında Türkiye'yi dört kat geçmiştir” dedi. Özaydınlı; “Özetle, Türkiye ilk defa uzun yıllar çektiği sıkıntıların kökenine inmiş ve uzun vadeli menfaatleri için ciddi bir dönüşüm sürecine girmiştir. Bu sürecin başlangıcı tarihimizde yaşadığımız en büyük krizin hemen arkasına rastlamıştır.”

“Şu anda dip noktasında bulunan Türkiye için istikrarlı ve hızlı büyüme döneminin başlangıcında olduğumuzu düşünüyorum. Bu yeni dönemde özellikle dış politik faktörlerin bu istikrar tablosunu sekteye ugratma ihtimaline rağmen, uzun dönemde Türkiye olumlu bir gelişim gösterebilecektir. Bu, aynı zamanda, artan yabancı sermaye ile birlikte artan rekabet koşullarını da birlikte getirecektir.”

Değişen Dünyada Koç Topluluğu

“Koç Topluluğu da değişen Dünya ve Türkiye koşulları içersinde kendini, kendine yakışan bir yere konumlandırmalıydı” diyen Bülend Özaydınlı, sözlerine şöyle devam etti: “İşte bu nedenlerle, 2003 yılına başlarken sizlerle birlikte sektör sektör, şirket şirket çalıştık ve yeni bir Stratejik Plan oluşturduk. Bu plan, Koç Holding tarafından dizayn edilmiş ve şirket bazına indirilmiş bir plan değil, sizlerin katılımı ile hazırlanmış Koç Topluluğu'nun Stratejik Planı'dır. Başarı veya başarısızlığı hepimize ait olacaktır. Stratejik Planın ana hedefi yılda ortalama %14 oranında reel bir büyüme sağlamaktır.” “Ortalama %14 reel büyüyeceğiz ve büyürken kâr ve kaynak yaratacağız. Kaynak yaratmak için ise çalışma yöntemlerimizi değiştireceğiz ve önümüzdeki dönemde şirket değerlerimizi arttırmak için azami çaba göstereceğiz” diyen Özaydınlı, sözlerini

Koç Holding CEO'su F. Bülend Özaydınlı, 360 üst düzey yöneticiye hitaben “Koç Topluluğu sizin liderliğinizde değişiyor” dedi.

şöyle sürdürdü: “Önümüzdeki dönemde siz üst düzey yönetici arkadaşlarımızdan mesainizin önemli bir bölümünü şirket değerini arttırmak yönünde harcamanızı bekliyoruz. Bu noktada şirket değerinin artırılmasının kârlı bir ortamda büyümeden geçtiğini anlatmama gerek yok diye düşünüyorum. Şimdi sizlere Koç Topluluğu'nun bu ana hedefe ulaşmak için neler yapmayı planladığını özetlemek istiyorum.

- Ciromuzun önemli bir kısmını yurtdışı operasyonlarımızdan kazanacağız.
 - Rekabet gücümüz olan, geleneksel olarak başarılı olduğumuz ve tüketiciye yakın işlere odaklanarak büyüyeceğiz.
 - Faaliyette bulunan sektörlerde küçük boyutlu işler yerine büyük çaplı işlere yoğunlaşacağız.
 - Sektörde lider veya ikinci konumda olmadığımız işler ile büyüme potansiyeli olmayan işlerden çekileceğiz.
 - Markalarımızın değerini artıracğız, uluslararası markalar yaratacak veya satın alacağız.
 - Yaptığımız işlerde rekabet edebilmek için teknolojiye hakim olacağız.”
- Özaydınlı sözlerini şöyle noktalandı: “Dünya değişiyor, Türkiye değişiyor, Koç Topluluğu da bu değişim trendini saptayarak Türk iş dünyasında bu güne kadar kurduğu geleneksel öncülüğü önümüzdeki dönemde de gerçekleştirecek ve Vehbi Koç'a olan sevgi ve saygısının gereğini yerine getirecektir. Hepinize tekrar teşekkür ediyor, sizleri sevgi ve saygıyla selamlıyorum.”

Teknoloji Envanteri ve Yönetimi

Mayıs ayında üst düzey yöneticiler arasında yapılan bir anketle belirlenen “Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı'nda en çok yer verilmesi istenen üç konu” araştır-



ması sonucunda ortaya çıkan üç başlıkta sunumlar yapıldı. Ekip çalışması sonucu hazırlanan sunumlardan ilki “**Teknoloji Envanteri ve Yönetimi**” idi. Arçelik Çayırova AR-GE Direktörü **Şefik Şenyürek** ve Beko Elektronik Genel Müdürü **Ali Sümervel**, teknoloji üretirken aynı zamanda teknoloji geliştirme riskini yönetmek gerektiğini ifade ettiler. Koç Topluluğu’nun 84 şirketine gönderilen ve 51 şirketin katıldığı ankete göre 520 teknoloji tespit edildiğini bildiren konuşmacılar uluslararası şirketlerle karşılaştırmalı patent sayılarını, AR-GE harcamalarını, rekabetçi teknolojilerin etkinliğini tablo- larla açıkladılar.

Tüketicilerimizi Tanıyor muyuz?

Tanı A.Ş. Genel Müdürü **Meh-**

Arçelik Çayırova AR-GE Direktörü Şefik Şenyürek (solda), Tanı A.Ş. Genel Müdürü Mehmet Ali Neyzi (ortada) ve Beko Elektronik Genel Müdürü Ali Sümervel (sağda) toplantıda birbirinden ilginç sunumlar yaptılar.

met Ali Neyzi “Tüketiciye En Yakın Topluluk” temasını işleyerek ilgi ile izlenen bir sunum gerçekleştirdi. Konuşmasına “Tüketicilerimizi tanıyor muyuz; yeterince yakın mıyız; en iyi hizmeti verdiğimizden emin miyiz; şikâyetlerine önem veriyor muyuz; en son ne zaman bir tüketicimizle doğrudan iletişime geçtik?” soruları ile başlayan Neyzi, gerçekleştiren görüntülü ankete verilen cevapları da aktararak güçlü ve zayıf yönlerimizi ortaya koydu. Tüketicilerin bilinçlendiğine ve beklentilerinin hızla arttığına işaret eden Mehmet Ali Neyzi “Vizyon, ‘Tüketicinin gözünde en değerli ve ilk akla gelen olmak’; slogan ise ‘İyi bilen ve iyi bilinen olmaktır’ dedi.

Marka ve İtibar Yönetimi

“**Marka ve İtibar Yönetimi**” sunumunu ise, Otoyol Pazarlama Genel Müdürü **Cengiz Nayır** yaptı. “Marka nedir?” sorusunu “Tüketicinin bugün ve gelecek beklentilerine cevap veren, onun algısında farklılaşma sağlayan fiziksel ve duygusal değerler bütünüdür” diye yanıtlayan Nayır, bir araştırma ile belirlenen “Dünyanın en değerli 20 markası”nı açıkladı ve Arçelik, Koç, Beko, Migros gibi Türkiye’nin



Otoyol Pazarlama Genel Müdürü Cengiz Nayır: “Marka, tüketicinin bugün ve gelecek beklentilerine cevap veren, onun algısında farklılaşma sağlayan fiziksel ve duygusal değerler bütünüdür.”

dev markalarına sahip olduğumuz söyledi. Toplantı, konuk konuşmacılar **Asaf Savaş Akat, Deniz Gökçe** ve **Ege Cansen**’in ekonomik parametrelerle ilgili sohbeti ile sürdü.



Migros’un “B2B Projesi” Yılın E-dönüşüm Projesi Seçildi

Şirketlerde gerçekleştirilen projelerin takdir ve teşvik edilmesi amacı ile bu yıl **ilk** kez düzenlenen

Koç E-Dönüşüm Proje

Yarışması’nın sonuçları açıklandı.

Arçelik, Aygaz, Beko Elektronik, Bilkom, Birmot, DemirDöküm, Kangurum, Koçfinans, Koç.Net, KoçSistem, Migros, Otokar, Tofaş, ve Ultra TV şirketlerimiz ile Turizm Grubu ve Koç Holding’in toplam 27 proje ile başvurduğu yarışmada

Migros B2B Projesi, e-dönüşüm Yönetim Kurulu tarafından birinciliğe layık görüldü.

Finale kalan diğer 4 proje ise şöyle:

- DemirDöküm-Malzeme Sistemi Yönetimi Projesi
- DemirDöküm-Satış Yönetimi Sistemi Projesi
- Migros-OTOPOS Projesi
- Arçelik-Endirekt Alımların Elektronik Ortama Aktarılması Projesi



Migros Genel Müdürü **Ömer Bozer** ve finale kalan diğer 4 projenin genel müdürleri **Melih Batılı** ve **Nedim Esgin** plaket ve beratlarını **F. Bülend Özaydın**’dan aldılar. (Soldan sağa: Melih Batılı, F. Bülend Özaydın, Nedim Esgin ve Ömer Bozer)

Koç Holding Enerji Grubu, OPET'e %50 Ortak Oldu

LPG, endüstriyel gazlar, elektrik, doğalgaz ve madencilik alanlarında faaliyet gösteren **Koç Holding Enerji Grubu**, **OPET**'in %50 hissesini satın alarak akaryakıt dağıtım sektörüne iddialı bir giriş yaptı. Yaklaşık 4 yıl önce **OPET** akaryakıt istasyonlarında **Aygaz** otogaz satışlarına olanak veren anlaşmanın imzalanmasıyla gelişen işbirliği, 2002'nin son ayında Türkiye'nin iki güçlü firmasının ortaklığıyla yeni bir boyut kazandı. Koç Holding'de düzenlenen basın toplantısında, diğer tüm sektörlerde olduğu gibi akaryakıt alanında da öncü ve lider gruplardan biri olmayı hedeflediklerini belirten Koç Holding Enerji Grubu Başkanı **Ömer M. Koç**, "Bunu da Koç kültürü çerçevesinde yaratılan değerleri bu sektöre de taşıyıp, **OPET**'in halihazırdaki üstün ve rekabetçi avantaj yaratan değerleri ile birleştirerek yapmayı planladıklarını" ifade etti. **OPET** Yönetim Kurulu Başkanı **Fikret Öztürk** ise yaptığı konuşmada, 2002 yılında 10. yılını kutlayan **OPET**'in, Türkiye'deki 17 akaryakıt dağıtım şirketi arasında beyaz ürün satışlarında dördüncü; fuel oil satışlarında %15'lik pazar payı ile üçüncü; 330 bin

Yaklaşık 4 yıl önce OPET akaryakıt istasyonlarında Aygaz otogaz satışlarına başlanmıştı. Gelişen işbirliği, 2002'nin son ayında Koç Holding'in Nakkaştepe'deki merkezinde düzenlenen törende açıklanan ortaklıkla yeni bir boyut kazandı

Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Ömer M. Koç ve OPET Yönetim Kurulu Başkanı Fikret Öztürk ortaklıklarını el sıkışarak kutladılar.



metreküplük terminal kapasitesi ile sıralamada ikinci, enerji sektörüne akaryakıt ikmalinde ise %55'i aşan pazar payıyla sektör lideri olduğunu belirtti.

15 trilyon lira sermayeli **OPET**'in %40'ı, Koç Enerji Grubu şirketlerinden **Aygaz** tarafından 100 milyon Dolar'a satın alındı, kalan yüzde 10'luk sermaye payı ise 25 milyon Dolar karşılığında **Mogaz**, **Beko Ticaret** ve **Demir Export** arasında paylaşıldı.

Koç Holding Enerji Grubu ile **OPET**'in %50'şerlik ortaklığı, Koç Enerji Grubu'nun yaklaşık 1.1 milyar Euro olan cirosunu %50 artıracak. Bu ortaklıktan sonra Koç Holding Enerji Grubu'nun cirosu, yaklaşık 1.2 milyar Euro olan **OPET**'in payıyla, ilk yıl için 1.7 milyar Euro düzeyine yükselecek.

Türkiye'nin İlk ve Tek LPG Deniz Filosuna Sahip Şirket: Aygaz

Koç Holding Enerji Grubu'na bağlı şirketlerden **Mogaz** ve **Lipet** ile birlikte, yurtiçi ve yurtdışında **LPG** depolama, stok ve dağıtım hizmetlerini gerçekleştiren ve Türkiye'nin ilk ve tek **LPG** deniz filosuna sahip şirket olan **Aygaz**, kendi sektöründe %36 pazar payı ile lider konumunda.

Avrupa'daki zorunlu normlara uygun ve çevreye duyarlı otogaz olan **LPG**'yi Türkiye'ye ilk getiren ve Koç Topluluğu cirosunun %11'ini sağlayan Enerji Grubu, bu ortaklık ile bayi yönetimi konusunda gücünü ve deneyimini akaryakıt dağıtım sektörüne aktararak, tüketiciye daha yakın hizmet vermeyi amaçlıyor.

1992 yılında kurulan OPET'in ise 1980'lere uzanan bir geçmişi var. OPET Yönetim Kurulu Başkanı Fikret Öztürk, eski bir fizik öğretmeni. 1982'de, Mersin'de bir madeni yağ dükkânı açarak ticaret hayatına atılmış. Sonraki 10 yılda Öztürkler Petrol olarak neredeyse bütün akaryakıt dağıtım şirketlerinin toptan akaryakıt ve madeni yağ bayiliklerini yaparak, 1992 yılında 17 akaryakıt istasyonu çalıştıran, 15 bin ton madeni yağ, 250 bin ton motorin ve benzin, 100 bin ton fuel oil satan bir distribütör haline gelmiş ve şirket merkezini Mersin'den İstanbul'a taşımış. Öztürkler'in "Ö"sünün "O"ya çevrilerek "OPET" logosunu oluşturması bu döneme rastlıyor. Biri İzmit Tüpraş Rafinerisi yanında, diğeri Aliağa'da iki akaryakıt terminalinin yanı sıra Mersin'de de Türkiye'nin en büyük akaryakıt terminaline sahip olan OPET, 1997'de 12 farklı ülkeye ihracat yaptı. OPET'in %50'sini satın alarak akar-

Ömer M. Koç: "Bugüne kadar birçok uluslararası yabancı şirket ile uzun yıllara dayanan ortaklıklar tesis etmiş olan Koç Topluluğu, bugün yerli sermaye ile kurulmuş bu büyüklükte bir işe ilk kez yarı yarıya ortak"

yakıt sektöründe söz sahibi olmayı sürdüren Koç Holding Enerji Grubu, daha önce Mobil Oil ile Koç şirketi olan Mogaz üzerinden ortaklı. Mobil Oil'in Mobilgaz'daki (Mogaz) %56 hissesi, 1993 yılında 22 milyon Dolar karşılığında Aygaz tarafından satın alındı. Mogaz'ın %44'üne sahip olan Aygaz, Mogaz'ın tümüne sahip olmuştur. Koç daha sonra Mobil Oil'in elinde bulunan grup şirketlerindeki paylarını da aldı. OPET ise 2001 yılı Şubat ayında, kötü yönetim sonucu daha sonra batan ABD'li enerji devi Enron ile %8.95 oranında ortaklı. Aynı yıl bilinen nedenlerle ortaklık sona ermişti.



Tüpraş ve Petkim'in Özelleştirilmesine Sıcak Bakılıyor...

AB ile uyum paketi çerçevesinde uygulanacak olan özelleştirme çalışmalarının bir bölümü, akaryakıt sektörünün önde gelen kuruluşlarından Tüpraş ve Petkim'i de kapsıyor.

Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Ömer M. Koç, basın toplantısında bu konuda kendisine yöneltilen bir soru üzerine, Tüpraş ve Petkim gibi Türkiye açısından önemli şirketlerin özelleştirilmesine, şartlar ve dönem uygunluğu çerçevesinde katılabileceklerini ifade etti.

On Yılda Hızlı ve Tutarlı Gelişim

✓ 1992 yılında kurulan OPET, akaryakıt dağıtım sektöründe 650'yi aşkın istasyonu ile faaliyet gösteriyor.



✓ Terminal kapasitesi (depolama) 330.529 metreküpün üzerinde olan OPET, Türkiye'nin ikinci büyük depolama kapasitesine sahip olan akaryakıt şirketidir.

✓ Stratejik konuma sahip yüksek tonajlı terminalleriyle OPET, şu anda 10.3 pazar payıyla Türkiye'nin en büyük dördüncü petrol şirketi ve enerji sektörünün bir numaralı yakıt ikmalcisi durumunda.

✓ ISO 9002 Kalite Belgesi'ne sahip OPET Madeni Yağları, başta Ortadoğu ve Balkan ülkeleri olmak üzere Avrupa ve Asya'da 15 ülkeye ihraç ediliyor.

✓ OPET, yapımına başlanan Marmara Terminali ile ülkenin en büyük depolama kapasitesine ulaşmayı ve Akdeniz piyasasında uluslararası rekabet içine girmeyi planlıyor.

Rakamlarla Opet 2002

17 akaryakıt dağıtım şirketi arasında:

- Beyaz ürün satışlarında pazar payı olarak 4.
- Fuel oil satışlarında 3.
- Terminal kapasitesi olarak 2.
- Enerji sektörü nafta satışlarında 1. sırada
- Opet Madeni Yağları bugün 19 ülkeye ihraç ediliyor.
- Opet ve Sunpet toplam istasyon sayısı 1.000'i aştı.

Tat, Maret, Sek ve Pastavilla Tek Çatı Altında!

Koç Topluluğu Gıda ve Perakende Grubu'na bağlı dört şirketin birleştirilmesi yolundaki çalışmalara başlandı.

Birleşme kararını **Koç Holding**'in Nakkaştepe'deki merkezinde 29 Kasım 2002 Cuma günü, bir basın toplantısıyla açıklayan Gıda ve Perakende Grubu Başkanı **Hasan Yılmaz**; "böylesine hızla değişen bir dünyada sadece yerinde kalmak, mevcut durumunu korumak isteyenlere yer yok. Hepimiz, ülkemizin bu yeni dünya düzeninde hak ettiği yeri alabilmesi için var gücümüzle çalışmalı, önce değişime ayak uydurmalı, mümkünse bir adım önüne geçebilmek için çaba harcamalıyız" sözleriyle başladığı konuşmasını, "Bazı Sektörlerde

Koç Topluluğu Gıda ve Perakende Grubu'na bağlı 4 şirketin Tat çatısı altında birleşmesiyle 5 yılda 3 milyar Euro'luk ciroya ulaşılması hedefleniyor

Gıda ve Perakende Grubu Başkanı Hasan Yılmaz:
"Lojistik, üretim, satınalma, ithalat ve ihracatta tek bir elden hareket edilerek, yaratılacak sinerjiler ile tasarruf sağlanacaktır."

Odaklanmak", "Liderlik", "Uluslararası Rekabet", "AR-GE ve Marka" prensipleri hakkında bilgi vererek, şöyle sürdürdü:

"Her işi yapmamak, gerçek anlamda rekabetçi olduğumuz sektörler üzerinde yoğunlaşmak, derinleşmek, bazı işlerden çıkmak, bazılarını birleştirmek, kaynaklarımızı dağıtmadan, etkin bir şekilde kullanabilmek durumundayız."

"Yaptığımız işlerde, Türkiye'de ve bulunduğumuz coğrafi bölgede 'Lider' olmayı hedefliyoruz. Yaptığımız işlerde sadece Türk pazarında değil, uluslararası piyasalarda da etkin olmalıyız. Üreteceğimiz üstün kaliteli ve düşük maliyetli ürünlerle yurtdışı gelirlerimizi çoklamak, Koç Topluluğu'nu, Türkiye piyasasındaki olası iniş-çıkışların etkisinden koruyacaktır. Nitekim 2002 yılı kombine gelirlerinin yaklaşık 1/3'ü yurtdışı gelirlerden oluşmaktadır. Rekabetçi avantajımızı sürdürebilmek, arzuladığımız 'Lider' konumuna gelebilmek için araştırma, geliştirme, teknoloji ve marka yatırımlarımızı artırarak devam edecek, odaklanacağımız sektörlerde kendimize ait teknoloji-miz ve markamız olmasına özen

göstereceğiz."

Koç Topluluğu'nun Tat, Maret, Sek ve Pastavilla gibi, her biri tüketicinin beğenisini kazanmış ve kendi dalında öncü olan gıda üretim şirketlerinin tek çatı altında toplanabilmesi için 29 Kasım 2002 Cuma günü, ilgili şirketlerin Yönetim Kurulları toplanarak, bu konuda yetki istemek üzere olağanüstü genel kurullarını toplama kararı aldılar.

Tat çatısı altında gerçekleştirilecek olan birleşme çalışmaları, Rekabet Kurulu, SPK, Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü ve Sanayi Bakanlığı izinlerini takiben en geç Mart 2003'te tamamlanmış olacak.

Seçilmiş Kategorilerde Sürdürülebilir Büyüme

Tat Konserve Sanayi, Maret Marmara Besicilik ve Et Sanayi, Pastavilla Makarnacılık Sanayi ve SEK Süt Endüstrisi Kurumu'nun birleşmesi ile hayata geçecek olan yeni oluşum, Türkiye'nin en büyük gıda şirketlerinden biri olacak.

Tüketim Grubu'nun gıda şirketleri ile ilgili vizyonu da şöyle:

"Türk tüketicisinin beklentilerini en iyi anlayan, tüketicilere en iyi değeri sunan, güçlü markaları, yaratıcılığı,



yenilikleri ve artan verimliliği ile istikrarlı ve kârlı büyüyen, iddialı bir gıda şirketi haline gelmek.” Hasan Yılmaz, bu vizyona uygun olarak tespit edilen ana stratejileri ise şöyle sıraladı: “Seçilmiş kategorilerde sürdürülebilir büyüme, güçlü marka ve kanal yönetimi, ihracata odaklanma ve kaynak optimizasyonu”...

“Seçilmiş kategoriler derken, katma değeri yüksek, yenilikçi, yaratıcı, ardında araştırma, geliştirme ve teknoloji olan, yeni ürün gruplarından bahsediyoruz” diyen Hasan Yılmaz, sözlerini şöyle sürdürdü:

“Sek şirketinin bu sene piyasaya sürdüğü ‘hazır sahlep’ ve ‘sıvı dondurma karışımı’nı bu konuda yapılan önemli çalışmalara örnek olarak sayabiliriz. Yani sadece süt/yoğurt üretmek değil, Türk tüketicisinin damak zevkine hitap eden, satınalma gücüne uygun, katma değeri yüksek ürünler de yapılabilmektedir”.

“Türkiye’de Tat Tesislerinde Üretilmiştir”

Koç Topluluğu Gıda ve Tüketim Grubu Başkanı Hasan Yılmaz’ın en çok gurur duyduğu konulardan biri, halen Japonya’da birçok ürünün, ‘Türkiye’de Tat Tesislerinde Üretilmiştir’ ibaresi ile satışa sunuluyor olması.

Hasan Yılmaz, gruptan sadece Tat şirketinin ihracatının 20 milyon Dolar’ın üzerinde olduğunu ifade ederek, “yüksek koruma duvarlarına rağmen, bu sene birçok Avrupa ülkesine çeşitli domates türevlerinin ihracatının gerçekleştirildiğini; Pastavilla ürünlerinin ise Amerika Birleşik Devletleri’nden Suudi Arabistan’a, Yemen’den İsrail’e kadar birçok ülkeye ihraç edildiğini” bildirdi.

2007 Yılında Hedef, 3 Milyar Euro

“Topluluğun hedefleri doğrultusunda, tüketiciye en yakın olma özelliği ile bu sektöre öncelik verildiğini” belirten Yılmaz, “Koç Topluluğu’nun ortaya koyduğu tema ve kendine biçtiği hedeflere ulaşmasında bu açıdan Gıda ve Perakende Grubu’na önemli bir rol düşüyor” dedi.

Gıda ve Perakende Grubu’nun cirosunu 2007 yılında, 3 milyar Euro’ya çıkarmayı hedeflediklerini belirten Yılmaz, “yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda, tüketicilere en iyi sunan güçlü markalar, yaratıcılık, yenilik ve artan verimlilik ile istikrarlı ve kârlı bir konuma ulaşacaklarını ifade etti. Hasan Yılmaz, konuşmasını şöyle sürdürdü:

“Kaynak optimizasyonu, tüm gıda şirketlerimizin tek çatı altında toplanması, işlerin tek elden yürütülmesi sonucu ortaya çıkan tasarrufların AR-GE, teknoloji ve markaların ardına konulması, tüm iş süreçlerinin bu yeni yapı altında yeniden tanımlanarak maliyet yapımızın daha da rekabetçi hale getirilmesi ve ortaya çıkan kaynağın, gerek iç, gerekse dış pazarlardaki büyümeyi tetiklemesi demektir. Tüm bunların sonucu olarak şirket kârlılığında önemli artışlar beklenmektedir. Bu dört şirketin tek elden yönetimi, üretimden satışa, pazarlamadan lojistiğe, insan kaynakları kullanımından finansman ve bilgi teknolojilerine kadar birçok alanda önemli faydalar getirecektir.”

Tat Genel Müdürü **Namık Bayraktaroğlu**’nun yaş haddinden emekliye ayrılmasının ardından 1 Ocak 2003’ten itibaren bu görev, daha önce Unilever’de hizmet vermiş olan **Erdal Kesrelioğlu** tarafından yürütülüyor.

Tat Konserve Sanayi, Maret Marmara Besicilik ve Et Sanayi, Pastavilla Makarnacılık Sanayi ve Sek Süt Endüstrisi Kurumu’nun birleşmesi ile hayata geçecek olan yeni oluşum, Türkiye’nin en büyük gıda şirketlerinden biri olacaktır

Tat, Maret, Sek ve Pastavilla, kalite ile özdeş markalar...



“Yepyeni Fırsatlar Ülkesi: Türkiye”

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyeleri Oswald Maucher ve John Mc Arthur'a 3 Kasım seçimleri sonrasındaki Türkiye'yi ve Avrupa Birliği'ni sorduk. İkisi de, Türkiye'nin zor bir dönemden geçtiğini, ancak koşullara çabuk adapte olabilme özelliği nedeniyle sorunlarının üstesinden geleceğine inanıyor

Su anki politik ve ekonomik durumunu göz önüne aldığınızda Türkiye hakkındaki izlenimleriniz nelerdir?

Oswald Maucher: Son seçim sonuçları gösterdi ki, Meclis'te kararlı çoğunluğun sağlanmış olması, hükümetin de sağlamlığını getirecek. Sanırım bu durum, beklenen kalkınmanın gerçekleşmesi için çok önemli. Herkesin yeni yönetimden beklentisinin, ileriye dönük bir politika izlemeleri olduğunu düşünüyorum. Bu da hem Avrupa için hem de Türkiye'nin ekonomik ve politik durumu için çok uygun olacak.

John Mc Arthur: Türkiye'nin durumunun şu anda değeren-

(Sağda) Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi, Nestlé SA Seref Başkanı Oswald Maucher: “Yabancı yatırımcının da buraya gelmesi için doğru bir zaman.”

dirilmesi elbette güç; çünkü seçimlerden yeni çıkan bir ülke. Hükümet henüz birçok şey yabancı ve ekonomide çok büyük yapısal değişiklikler var. Ekonomik, toplumsal ve politik açıdan çok fazla belirsizlik olduğu için, sanırım Türkiye için zor bir dönem. Şu anda birçok olumsuzluk yaşanmasına rağmen, her şeyin yoluna gireceğini umuyoruz.

• Yabancı yatırımcılar için Türkiye'nin pozisyonunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

O. Maucher: Türkiye'nin yabancı yatırımcı için çok uygun bir durumu olduğunu düşünüyorum. Çünkü öyle ya da böyle Türkiye kalkınacak, ülkede gücü elinde tutan tüm taraflar aynı tür serbest ekonomiyi benimsiyor; bu da gerçekleşme şansını artırıyor. Burası çok güzel bir yer. Şu anki mevcut sorunlara rağmen gelişiyor. Genel olarak söylemek gerekirse, uzun vadede alım gücünüz ve ulusal üretiminiz artacak ve yabancı yatırımcının da buraya gelmesi için doğru bir zaman olduğunu düşünüyorum.

J. Mc Arthur: Türkiye'de uzun vadeli ciddi yatırımlar yapacak kişiler için önemli fırsatlar var; ancak tabii her işte olduğu gibi



bu da inişli çıkışlı olabilir. Çok büyük bir pazardan söz ediyoruz; yeni deneyimler yaşanabilir. Türkiye'nin önemli bir iğgücü var ve Türkiye çok üretken bir ülke. İşlerin bazen karmaşık olmasıysa dünyanın birçok yerinde yaşanan bir şey... Türkiye, dünyanın belli başlı önemli ülkelerinden bir tanesi ve sanırım buranın bir parçası olmaya istekli olanlar veya zaman içinde yatırım yapmak isteyenler için, çok büyük fırsatlar var. Zaten insanlar da buraya bu nedenle geliyor.

• Türkiye'nin AB'ye kabulü durumunda, Türkiye ve AB'nin ekonomik dengeden nasıl etkileneceğini düşünüyorsunuz?

O. Maucher: Türkiye'nin AB'ye girmesi halinde ekonomide doğabilecek sorunlar çok küçük çaplı olacak. Çünkü Türkiye ve AB'nin ekonomik birliği her ba-

(Solda) Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi, Dünya Bankası Başkan Danışmanı John Mc Arthur: “Uzun vadede zorluk yaşayacağınızı düşünmesemde, kısa dönem zorlayıcı olacak.”



kımdan öngörülmekte ve herkes tarafından ve her anlamda garanti altına alınmaktadır. Ekonomik açıdan biraz zaman alacak olsa da, Türkiye’de ve Avrupa’da herkes bu birleşmenin gerçekleşmesi konusunda görüş birliğinde... Birleşme, Avrupa için ve Avrupa ekonomisi için çok faydalı olacak. Ancak geçiş döneminde, her adaptasyon beraberinde bazı problemleri de getirir. Demek istediğim, kısa vadede belli problemler yaşanacak ama uzun vadede herkes biliyor ki, bu çok iyi olacak. Burası çok büyük bir ülke ve ekonomik olarak da AB ile bağlantılı ve bu da her iki taraf için yararlı.

J. Mc Arthur: Sanırım kısa vadede birçok problemle karşılaşılma olasılığı yüksek, ama uzun vadede her şey iyi olacak. Türkiye yüzlerce yıldır varlığını sürdürmektedir. Türk insanı düşünebileceğiniz hemen her şeye oldukça başarılı bir şekilde adapte olabiliyor. Uzun vadede zorluk yaşayacaklarını düşünmesem de, kısa dönem zorlayıcı olacak. Sanırım geçiş dönemi esnasında ekonomik denge bozulacak, belirsizleşecek; tıpkı Avrupa’da 1950’lerin sonunda olduğu gibi. Birçok yeni sektörün pazara girmesi oldukça zor geçen bir süreçti ama kurumların hepsi çok iyi adapte oldu ve hepsi de çok iyi anladılar ki, farklı endüstriler, farklı ülkeler aralarında uzlaşmak zorundalar. Herkesi başarılı bir şekilde bir araya getirmek önemli olduğundan, Avrupa’daki adaptasyon süreci, etkisi hâlâ sürecek bir şekilde başarıyla tamamlandı. Bunun Türkiye için de aynen böyle olacağını düşünüyorum.

• **Uluslararası deneyimlerinizden yola çıkarak, Koç Holding’in iş kültürünü ve yönetimini değerlendir misiniz?**

O. Maucher: Koç Topluluğu, Türkiye’deki diğer şirketlere göre teknolojik olarak daha ileride. Çünkü uluslararası zihniyete sahip bir kuruluş olma geleneğini daima devam ettirdi ve daha da gelişecek. Koç, gelenekle gelişimi daima akıllıca bir araya getirdi ve çağdaş işletme yönetimini benimsedi.

J. Mc Arthur: Koç Topluluğu, bir aile firması olmaktan çıkıp, olumlu yönde evrimleşerek, çok açık ve kurumsal bir yapıya kavuştu. Yönetim süreci kesinlikle çok daha açık bir şekilde işliyor. **Rahmi Koç**’un niyeti de bu düşüncüyü sürdürmek. Tüm dünyadaki ekonomi tarihini incelediğimizde, bu tarzda olan şirketlerin çoğunda, onlarca yıl süren geçiş döneminde parça sayısı azalıp parçaların kapasitesi büyümüştür. O zaman da farklı sektörlerde dünyanın en iyileriyle daha bir rekabet edebildiler. Sanırım bu şirket ve Türkiye’deki diğer büyük şirketler, bankalar dahil, önümüzdeki birkaç on yılda, bunun gibi birleşip sağlamlaşma sürecinden geçecekler. Bunun normal bir süreç olduğunu düşünüyorum, zaten böyle süreçler dünyanın her yerinde tekrar tekrar yaşanıyor.

Aysun Demir

Rahmi M. Koç, Güneydoğu Avrupa İş Danışma Konseyi İcra Kurulu Başkanlığı’na Seçildi

Güneydoğu Avrupa’da daha iyi ekonomik politikaların geliştirilmesi ve uygulanması amacıyla ayrı ayrı faaliyet gösteren SECI ve İstikrar Paketi Danışma Konseyleri birleşme kararı aldı

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, Güneydoğu Avrupa ülkelerinin hükümetlerine iş konularında danışmanlık hizmeti veren “Güneydoğu Avrupa İş Danışma Konseyi”nin İcra Kurulu Başkanlığı’na seçildi. Güneydoğu Avrupa’da daha iyi ekonomik politikaların geliştirilmesi ve uygulanması amacıyla ayrı ayrı faaliyet gösteren SECI ve İstikrar Paketi Danışma Konseyleri’nin 11 Aralık 2002 tarihinde Üskü’de gerçekleştirdikleri ortak toplantıdaki birleşme kararının ardından 5 kişilik yeni İcra Kurulu oluştu. Konsey’in temel hedef ve misyonu, Güneydoğu Avrupa ülkelerinin hükümetlerine iş konularında danışmanlık hizmeti vermek ve bölgesel iş geliştirme merkezleri, ortak network’ler oluşturarak, Güneydoğu Avrupa’ya yapılacak yatırımı teşvik ederek, bölgesel ticaret faaliyetlerini desteklemek olarak tanımlanıyor. SECI (Güneydoğu Avrupa İşbirliği Girişimi), bugüne değin, bölgenin siyasi, kültürel ve özellikle de ekonomik kalkınmasına katkıda bulunacak çözüm ve projeler üretmek amaçlı olarak çalışmalarını sürdürdü. Bölgesel ticaretin gelişmesine yönelik olarak, yatırım imkânlarını kısıtlayan bürokratik koşulların azaltılmasına yönelik önemli çalışmalar yapmış olan SECI, özellikle KO-Bİ’lerin geliştirilmesi odaklı çalışmaları büyük önem veriyor.



küresel vizyon



arçelik'te neler oluyor?



Arçelik yeni bir logo ile ilgiyle karşılanan bir kampanya başlattı. Bu değişimin amacı ve süreci hakkında bilgi verebilir misiniz?

Arçelik aslında logosunu farklılaştırarak sürekli iyileştirmekte olduğu hizmet modelini ve yıllardır taşıdığı tüketici duyarlılığını değiştirmede. Çelik ile başlayan reklam kampanyasında da bu sessiz yenileşme ve sürekli kendini aşma heyecanını Türk halkıyla paylaşmak istedi. Son senelerde 60'ların sanayici kimliğinden uzaklaşmıştı Arçelik. Her şeyini borçlu olduğu tüketicisiyle global yenilik ve

Arçelik Genel Müdürü Nedim Esgin: "Türkiye de 'en tanınmış'tan 'en iyiye' giden süreç, çalışanları ve milyonlarca tüketicisi ile bütünleşen Arçelik'in hedefini Avrupa'ya taşıdı."

Tüketicisiyle yakın ve sıcak bir ilişki içinde olan Arçelik, Türkiye'de esen değişim rüzgârlarının öncülüğünü yapıyor.

Bu değişimin en renkli simgesi ise Çelik. Arçelik Genel Müdürü Nedim Esgin ile Arçelik'in "dünya şirketi" olma vizyonu üzerine konuştuk

kalitenin ötesinde mutlak müşteri memnuniyeti ilkesiyle daha yakın ve sıcak ilişki içindeydi. Buna bir de "dünya şirketi" olma vizyonu eklenince değişim, inanç ve heyecanı, kurumun dışına taşı. Türkiye de artık 70'lerin ülkesi değil; şirketleri, insanlarıyla kabuğuna sığamamanın dinamizmini yaşıyor. Müşterilerinin çoğunun kadın, nüfusun yüzde ellisinin 35 yaşın altında olduğu bir ülkede ürünleriyle 15 milyon hanede hizmet gören bir kurumun da bu değişimi kimliğine yansıtması doğal. Önümüzdeki birkaç ay içinde yaşamakta olduğumuz bu değişimin tüketici için değer yaratan teknoloji örneklerini göreceğiz.

• Arçelik ürünleri yurtdışı pazarlarda Beko markası ile

tanınıyor. Global pazarlarda Arçelik'i marka olarak sunacak mısınız?

Şu anda ihracatımızın yüzde 60'ı Beko markasıyla yapılıyor. İhracat yapılan ülke sayısı 80'e ulaştı. Yine, ihracat ciromuzun yüzde 58'i AB ülkelerinden sağlanıyor. Yeni satış noktaları yaratmak ve mevcut pazarlardan pay almaya çalışmak öncelikli hedeflerimizden.

Şartlarımıza uygun yeni şirket alımı için çalışmalarımız devam ediyor. İşte bu noktada devreye Arçelik giriyor; yani tüm markalarımız yurtiçi, yurtdışı Arçelik çatısı altında birleşiyor. Bu nedenle global pazarlara da Arçelik markasıyla girmeyi düşünüyoruz.

• Son bir yıl içinde çeşitli ülkelerde satın aldığınız firma ve tesisleri nasıl değerlendireceksiniz? O ülkelerde tanı-



nan markalarla üretimi sürdürecek misiniz?

Son bir yıl içinde satın aldığımız şirket ve markaların hepsi belirli amaçlar için Arçelik şirketi bünyesine dahil edilmiştir. Bunlara ayrı ayrı baktığımızda; Almanya-Blomberg'in bize güçlü, üst müşteri segmentinde tanınmış ve iyi bir pazar payı olan bir Alman markasını ve ürün gamımızda bulunmayan yeni bir ürünü, çamaşır kurutma makinesini kazandırdığını görüyoruz. Avusturya-Elektra Bregenz, yıllardır geliştirilmiş Built-in fırının ürün gamımıza dahil oldu. Ülkenin en tanınmış ulusal markasıyla birlikte lokal marka olan Tirolia'yla önemli bir pazar payına sahip olduk.

Romanya-Arctic için, Romanya'nın Arçelik'i, diyebiliriz. Yüzde 45 pazar payıyla lider, açık ara en tanınmış marka. Tamamen dolmuş olan buzdolabı üretimimiz için ek kapasite imkânına kavuştuk.

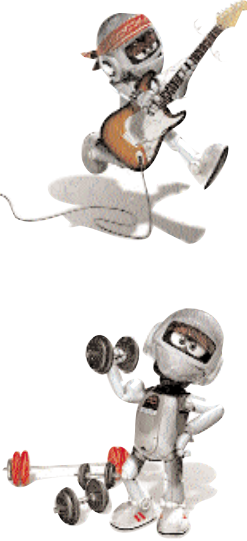
İngiliz Leisure ve Flavel markaları yine İngiltere pazar payı için alınan markalarımız. Bün-yemize yeni katılan şirketlerimizin modernizasyon çalışmaları büyük bir hızla devam ediyor.

• 2003 yılında Avrupa beyaz eşya pazarında Arçelik kaçıncı sırada yer alacak?

Bizim için sıra bir hedef değil. Amacımız hem organik olarak hem de satın almalarla sürekli ve kârlı büyümek. Arçelik'in hedefi 2005 yılı sonu itibarıyla 3 milyar Euro'luk ciroya ulaşmaktır. Bu rakamın yarısının yurtiçi, diğer yarısının da yurtdışı pazarlardan sağlanmasını planladık.

• 2002 yılında Arçelik'in ciro, kârlılık ve ihracat rakamlarını açıklar mısınız?

İhracatta yıl sonu rakamımızın



Arçelik reklamları ile tanıdığımız Çelik, değişim heyecanını simgeliyor.



“Kâğıtsız ofis”, “Arçelik Tüketici Evi” ve “Çin’de bir fabrika” projeleri hayata geçmeye başladı

geçen yıla göre yüzde 45 oranında artarak 410 milyonu yakalayacağını tahmin ediyoruz. Dokuz aylık sonuçlara göre, satışlarımız 1.4 katrilyon TL, net dönem kârımız da 127 trilyon TL oldu.

• “Kâğıtsız ofis”, “Arçelik tüketici evi”, “Çin’de bir fabrika”... Hepsi çok ciddi projeler. Bunlar hayata geçerse, üretimde bulunduğunuz alanlarda Türkiye’yi nasıl bir gelecek bekliyor?

Arçelik olarak bu projeleri hayata geçirmeye başladığımızı söyleyebiliriz. Gelecekte çalışmalarımızın tamamını elektronik ortama geçirmeyi planlıyoruz. Örneğin çalışanlarımız yıllık izinlerini hangi tarihlerde kullanacaklarını internet ortamında İnsan Kaynakları'na bildirecek artık. Bilgisayar hayatımızın vazgeçilmezi biliyorsunuz, kâğıt üzerinde haberleşme yerine, elektronik ortamda tüm gruba ya da kişiye konuyu ile-

tiyor, daha hızlı geri dönüş alıyor ve tüm çalışmalarınızı elektronik ortama taşımakla, milyonlarca dolara varan kazanımlar elde edebiliyorsunuz. Arçelik'te gerek satın alma, gerek yetkili servisler, gerekse tüm diğer birimlerde elektronik ortam etkin bir şekilde kullanılmaktadır. “Tüketici Evi” bizim için son derece önemli. Tüketicilerin görüşlerini, beğenileri daha ürün tasarlanma aşamasındayken öğrenebiliyoruz.

Ürünün hedef kitesine göre değişik gelir gruplarından tüketiciler Tüketici Evi'ne gelerek, zamanlarını ayırıp ürünü inceliyor. Sonra da görüş ve önerilerini bizimle paylaşıyorlar. Bir süre önce çamaşır makinesi için yaşadığımız olayı sizinle paylaşmak istiyorum. Ürün tüm aşamalardan geçti ve üretime geçmeden önce de focus gruplara sunuldu. Gelen bilgiler doğrultusunda öğrendik ki daha çalışmanın başındayken tüketicileri prosesin içine katmak gerekliliği. Artık tüketici, tasarım aşamasında sürecin içine giriyor.

Şu anda Çin’de, bant kiralama sistemiyle buzdolabı üretimi yapıyoruz. Bu sayede ihracatımız daha da arttı ve geçtiğimiz Ağustos ayında İngiltere’de buzdolabı pazarında Beko markamız lider oldu. Önümüzdeki dönem Çin’de aynı sistemi diğer ürünler için de kullanmayı düşünüyoruz. İlgili arkadaşlarımız bu konuda projeler üretiyor ve Çin’e giderek şirketleri inceliyorlar. Konuyla ilgili çalışmalarımız dünya şirketi olma hedefimizle birlikte büyük bir hızla devam ediyor.

E-Dönüşüm'de 2003 Stratejileri

Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Uzmanlık Merkezi E-Dönüşüm Proje Yöneticisi Sinan Yasun, E-Dönüşüm projesinin Koç Topluğu için büyük bir katma değer sağlayacağına inandığını ve bu proje sayesinde rakiplerinden bir adım öne geçtiklerini söylüyor

Koç Topluğu genelinde 2001 yılında başlatılan E-Dönüşüm Projesi, kısa zamanda son derece etkin duruma geldi. E-Dönüşüm, belirli bir süre sonunda tamamlanması beklenen bir proje değil, şirketlerde ve merkezde yürütülen birçok elektronik dönüşüm projesinin yönetimine ait bir metodoloji... Sürekli yenilenip geliştiriliyor. Peki, E-Dönüşüm konusunda, 2003 yılında Koç Topluğunu ne gibi yenilikler bekliyor? Bu sorunun yanıtını almak için Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Uzmanlık Merkezi E-Dönüşüm Proje Yöneticisi **Sinan Yasun** ile görüştük.

• Projeden sorumlu biri olarak, E-Dönüşüm projesini nasıl değerlendiriyorsunuz?

E-Dönüşüm projesi, Koç 2000 projesinden sonra Topluluk bütününde başlatılan en kapsamlı projedir. 2001 yılının başında başlatılan proje, yaklaşık 1.5 yıl gibi oldukça kısa sayılabilecek bir sürede Cisco System firmasının katkılarıyla çok önemli bir aşamaya geldi. Geriye baktığımızda bir takım getiriler elde ettiğimizi görüyoruz.

Bunların bir kısmı, şirketlerimizin maliyetlerini düşüren, onlara ciddi parasal katkılar sağlayan ve ölçülebilen finansal getiriler olarak ortaya çıkarken, bir kısmı tedarikçi ve çalışan memnuniyeti gibi finansal sonuçlara yansımayan göstergelerdi. Ayrıca Topluluk'taki kültür değişimi-



Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Uzmanlık Merkezi E-Dönüşüm Proje Yöneticisi Sinan Yasun (solda) ve Stratejik Planlama Uzmanı Tolga Seyrek E-Dönüşüm Projesi'nin II. fazından oldukça umutlu.

mine katkıda bulunan ve yepyeni bir çalışma tarzına yönelik sonuçları da beraberinde getirmiştir...

• E-Dönüşüm projesinin finansal getirileri ne oldu?

Aslında, dünya örneklerine kıyasla elde ettiğimiz mesafe büyük değil. Elektronik dönüşümlerini tamamladığını varsaydığımız Cisco Systems veya Oracle gibi firmalar yaklaşık 1 milyar dolar civarında tasarruflar elde ettiklerini ifade ediyorlar.

Bu şirketlerin 2001 yılı sonu itibari ile cirolarına baktığımızda Cisco'nun 22 milyar dolar, Oracle'in 11 milyar Dolar civarında gelir elde ettiğini görüyoruz. Neredeyse cironun %5-10 arası değerlere yaklaşan tasarrufu söz konusu.

Koç Topluğu'na baktığımızda bu yıl sonu itibarıyla 10 milyar Dolar'a yakın kombine bir gelir bekleniyor. Kıyasladığımızda, E-Dönüşüm projesiyle bizim de çok daha yüksek getiri elde etmemiz beklenebilirdi. Ama bu bir başlangıç. Ayrıca söz konusu şirketlerin verdikleri rakamları nasıl hesapladıklarına dair tam bir bilgimiz yok. Biz de farklı bir hesaplama yöntemi ile, yani müşteri memnuniyeti ya da çalışan memnuniyeti gibi finansal etkisi ölçülemeyen değerleri de dikkate alarak daha anlamlı rakamlara ulaşabiliriz. Şu andaki hesaplama yöntemleriyle tasarruflarımızın sembolik olduğunu söyleyebiliriz. Asıl hedef son 1.5 yıl içerisinde mavi yakalıdan beyaz yakalıya kadar bir değişimin yaşanması, Bilgi Teknolojisi (BT) standartlarının alt yapılarının oluşturulmasıydı. Bu hedeflerimize büyük ölçüde ulaştık.

GRUP	İlk Yatırım Maliyeti (\$)	Direkt Getiri/Yıl (\$)
Koç Holding	248.500	9.320.000
Turizm ve İnşaat	1.021.500	5.311.000
Dayanıklı Tüketim	552.500	4.169.000
Tüketici Finansmanı ve Sigorta	110.000	3.500.000
Bilgi Grubu	1.064.405	2.682.497
Gıda ve Perakende	918.140	2.010.022
Tofaş Fiat	411.000	1.504.500
Enerji	443.000	728.000
Genel Toplam	4.769.045	29.225.019

• **Hedeflerinize ulaşmanızda, üst düzey yöneticilerin de projeyi sahip lenmesinin büyük payı olsa gerek...**

Elbette, Koç Holding üst yönetimi; CEO'dan Başkanlara ve Genel Müdürlere kadar herkes bu projeye ciddi şekilde destek verdi. Başkanlarımızın bir çoğu projenin yürütme kurulunda aktif olarak rol aldı. İlk kez düzenlenen E-Dönüşüm Proje Yarışması'nda öne çıkan projeler ve şirketler 16. Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı'nda takdir edildi ve toplantı paralelinde ilk kez düzenlenen E-Dönüşüm Fuarı'nda tanıtıldı. Topluluğumuzda 12 stratejik iş birimi var. I. Faz olarak adlandırdığımız 2001-2002 döneminde 8 stratejik iş biriminin önde gelen şirketlerinde projenin hayata geçtiğini görüyoruz. Hep söylediğimiz bir şey var; 80'e 20 kuralı. Aslında Topluluğumuzun toplam gelirlerinin yüzde 80'ini oluşturan şirketler bu projenin içerisinde. Projeye katılan 14 şirketin, toplam 100 civarındaki şirket içinde adetsel olarak az olduğu düşünülebilir. II. Faz'da en az 2 katına çıkması hedeflenen şirket sayısına ek olarak gerçekleştirilecek proje içerikleri ve seçim kriterleri de oldukça farklı olacaktır.

• **14 şirket dışında kalan şirketleri bu projeye dahil etme çalışmaları, 2003 yılı hedefleri arasında mı?**

Evet, bu şirketleri de projeye katma çalışmalarını 2003 yılı hedefleri arasına aldık. Bazı istisnalar olabilir. 2003 yılı başında başlayıp yıl sonuna kadar devam edecek ve II. Faz dediğimiz bu bölümde başka hedeflerimiz de var. I. Faz, bu projenin kültürel anlamda, yaşam ve iş yapış biçimi olarak algılanması yönünde bir test dönemi idi. Bu test başarıyla sonuçlandı. Artık, belli bir güven ortamı oluştu. II. Fazda daha büyük ve daha yaygın projelere el atmamız gerekiyor.

• **Koç Topluluğu'nun genelini etkileyebilecek ve bugünkünden farklı projeleriniz var mı?**

Cisco'nun metodolojisi dışında bizim, dünyanın diğer önde gelen teknoloji firmaları ve danışmanlık şirketleriyle de çalışarak E-Dönüşüm sürecini zengin-

leştirmemiz gerekiyor. Hedefimiz E-Dönüşüm metodolojisini, tıpkı Koç 2000'de olduğu gibi, Koç'un kendi varlığı, kendi ürünü ve kendi markası haline getirmek...

• **Bunun içinde, projenin şirketler tarafından çok iyi kavranıp, iş yapma biçimi olarak kabul etmeleri gerekiyor sanırım.**

Elbette, özellikle mevcut başarı hikâyelerine yenilerinin eklenebilmesi için birinci gereklilik bu. İkinciye, artık bu projeyi girdisi çıktısı ve süreçleri belli olan bir metodoloji olarak kavramamız gerekiyor.

II. Faz'da hem metodolojinin oluşturulması hem de SAP, Microsoft, Oracle ve McKinsey gibi dünya devlerinin bu konudaki yaklaşımlarının da Koç E-Dönüşüm metodolojisinin içine entegre edilmesi söz konusu.

En iyi kombinasyonun ortaya çıkarılması ve bunun da yaşayan bir süreç haline gelmesi gerekir. Şirketlerde kalmaması, sürekli gelişen, geliştirilen bir metodoloji olması lazım.

• **Projenin, etkin bir yayılıma sahip olmasını nasıl sağlandı?**

Cisco'nun 'Sihirli 3' diye adlandırdığı bir kural vardır; "3 kişiyi, 3 ayı, 300 bin doları geçen projeler yapmayın!" der-

ler. Bu hızlı ve sonuç getiren projeler üretilmesini sağlamak amacıyla konulmuş bir kuraldır. Koç Topluluğu genelinde şirketlerde proje yönetimi becerisini kazandıran alt yapı, 1994 yılında başlayan Koç 2000 projesiyle kurulmuştu. Koç 2000 projesi Toplam Kalite hareketi olarak başladı ve birçok şirketimiz Türkiye'de ve Avrupa'da kalite ödülleri aldı. Topluluk genelinde Toplam Kalite kavramı herkesin içine sindirdiği bir yaklaşım oldu. Koç 2000 projesi sayesinde ekip çalışması kültürünün hazır olması nedeniyle çok hızlı yol alındı ve rakiplerimize göre elektronik dönüşüm alanında bir adım öne geçildi.

• **Bu avantaj, Koç Topluluğu'na ne gibi katkılar sağlayacak?**

Bir kere, çalışanlarımız üzerinde psikolojik ve moral etkileri var. E-Dönüşüm projesinde bir adım önde olmamız her alanda bize avantaj sağlayacak. Müşteriler için daha hızlı erişilebilir ürün ve hizmetlere sahip olmamız önemli bir rekabet avantajı yaratacak. Ek olarak doğrudan rekabet içinde olmadığımız Koç dışı şirketlerle bu deneyimimizi paylaşmak istiyoruz. İkinci olarak E-dönüşümde elde ettiğimiz tecrübeleriyle kamudaki e-devlet hareketine katkıda bulunmayı amaçlıyoruz.

E-Forum'un Ödül Kazanan Projeleri Belli Oldu

Koç Topluluğu çalışanları arasında elektronik ortamda bilgi paylaşımı ve tartışma ortamının yaratılmasını amaçlayan E-Forum Portalı'nda uygulamaya konulan **"Ödüllü Proje Yarışması"**na Ekim ve Kasım ayında gelen öneriler birleştirilerek E-Dönüşüm Yürütme Kurulu tarafından değerlendirildi. Bu değerlendirmeler sonucu ödül kazanan projeler aşağıdaki şekilde belirlendi.

Ödül Alan Kişi ve Projeleri:
Birincilik Ödülü:
Katma Değer Yaratacak

E-Dönüşüm Projelerinin Hayata Geçirilmesi

Berrin Sinanoğlu / Koçfinans

Ödülü: Arçelik Fritöz

İkincilik Ödülü:

Koç intranetinde Sanal Alışveriş

Funda Genç / Koçfinans

Ödülü: Arçelik Tost Makinası

Üçüncülük Ödülü:

TEV-TEGV-Turmepa gibi kamu yararına çalışan Vakıfların internetten online bağış alması.

Ümit Güvenç / Tat Konserve

Ödülü: Fotoğraflarla Atatürk Kitabı



II. Koç Bilişim Teknolojileri Günü ve Aynı Dilden Konuşmak...

Bilişimle ilgili projeleri paylaşmak amacıyla, 13 Aralık'ta Koç Holding'in Nakkaştepe'deki merkezinde düzenlenen **"II. Koç Bilişim Teknolojileri Günü"**, Koç Topluluğu'nda bilişim alanında görev yapan çok sayıda yöneticiyi bir araya getirdi.

"Değişim Şart"

Toplantının açılış konuşmasını yapan Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı **Cengiz Solakoğlu**, Türkiye'nin örnek ve öncü sanayisini oluşturan Koç Topluluğu'nun, bu alandaki önderliğini devam ettirebilmesi için değişime ayak uydurması gerektiğini belirtti. Değişimin kolayca gerçekleşmediğini, ancak değişime ayak uydurulmadığı takdirde, bisikletin üzerinde pedalı çeviremeyen adam misali düşüleceğini söyleyen Solakoğlu, Koç Topluluğu'nun bilişim teknolojilerindeki yeniliklere her zaman açık olduğunu

II. Koç Bilişim Teknolojileri Günü'nde bilişim alanında görev yapan çok sayıda yönetici, aynı dilde konuşabilecek ortamını sağlayabilecek olan projeleri dinleme fırsatını buldu.

Koç Bilişim Teknolojileri Günü'nün ikincisinde yapılan konuşmalarda, ülkemiz sınırlarını aşarak dünyanın 200 şirketi arasında yer almayı hedefleyen Koç Topluluğu'nun bilişim teknolojilerine verdiği önem bir kez daha vurgulandı

na dikkat çekerek şöyle dedi: "Böyle bir değişimi ve bilgi teknolojisinin kullanımını uyguladığınız için çok şanslısınız. Dün, Arçelik yetkili satıcılarıyla yaptığımız toplantıda, Ankara'nın doğusundaki 800 bayimizin bilişim teknolojisine ayak uydurmayı başardığını gördük. Erzurum, Erzincan ve Kars'ı da kapsayan bayilerden yaklaşık 350 tanesi, sirkülerini tamamen bilgisayarlardan alıyor, siparişlerini online bağlantıyla merkeze aktarabiliyor ve merkez stok sistemlerini bu şekilde takip ediyor. Takım oyunu oynamak

ve aynı lisanı konuşmak, aynı hedefe ulaşmak için birlikte çalışmak gerektiriyor. Bizim yapacağımız çalışma sadece bizim etkinliğimizi, verimliliğimizi, rekabet gücümüzü artırmakla kalmayacak, Türkiye'deki büyük özel sektör kuruluşlarından başlayarak KOBİ'lere kadar örnek teşkil edecektir." Daha sonra söz alan Bilişim Hizmetleri Koordinatörü **Alper Göğüş** ise, Bilişim Teknolojileri (BT) Standartları'nın sürekli geliştirilmesi ve Koç Topluluğu'ndaki şirketlerin standartlara uyup uymadığının izlenmesi

Bilişim Hizmetleri Koordinatörü Alper Göğüş, konuşmasında, Microsoft, HP ve Dell ile anlaşmalar yapıldığını, Varlık Envanteri Projesi'nin 42 şirketin katılımıyla tamamlandığını açıkladı

gerektiğini belirterek şöyle dedi: "Şirketlerin BT Standartları'na uymaları ve uygulamalarının izlenmesi son derece önemli. Satın alma avantajlarının sağlanabilmesi için, Promena sistemi dahilinde KoçSistem, Beko ve Bilkom şirketlerinin dahil olduğu projeyi hayata geçirmeye uğraşıyoruz.

BT alımlarının planlanması konusunda Koç Holding mali grup hesap planlarında yeni kodlar açtı ve bununla ilgili tamim yayınlandı. Gelecekte faturalama sistemindeki harcamalarımızın hesap kodları altında toplanması gerekiyor. Bir grup web tabanlı uygulamayla çok daha detaylı takip edebileceğimiz sistemi hazırlıyoruz. Tüm şirketlerimizin web ortamından yararlanabileceği bir yazılım hazırlamaktayız."

Merkezi satın alma projesinde BT Kurulu'na düşen görevlerden en önemlisinin fiyat analizinin yapılması olduğunu belirten Alper Göğüş, konuşmasında, Microsoft, HP ve Dell ile anlaşmalar yapıldığını, Varlık Envanteri Projesi'nin 42 şirketin katılımıyla tamamlandığını açıkladı.

Göğüş konuşmasında ayrıca Ford Otosan, Migros, Koçbank, Aygaz, Setur, Koç Sistem, Koçnet, Koç Holding Mali Grup ve Koç Holding Bilişim Hizmet Kadrosu'ndan oluşan Proje Ekibi'yle, Mart ayında yapılacak ilk denetim için dokümanları iletmeyi hedeflediklerini söyledi.

(Altta) Bilişim Hizmetleri Koordinatörü Alper Göğüş: "Tüm şirketlerimizin yararlı bir biçimde web ortamından yararlanabileceği bir yazılım hazırlamaktayız."

(Sağda) Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Cengiz Solakoğlu: "Koç Topluluğu bilişim teknolojilerindeki yeniliklere her zaman açık oldu."

e-dönüşüm Rekabeti Artırır

Toplantıya katılanlar arasında yer alan Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Direktörü **Tayfun Uğur**, E-dönüşüm projesinin en önemli amacının, hem Koç Topluluğu'nun hem de bu projeye dahil olan şirketlerin rekabet gücünü artırmak olduğunu belirtti. "Türkiye'de Koç Topluluğu bir organizasyon olarak Devlet ve Silahlı Kuvvetler'den sonra üçüncü en büyük ve girift organizasyon. Buna ek olarak devlete ve TSK'ya nazaran ticari bir performans göstermesini de eklersek rekabet gücü çok önemli bir vasıf olarak ortaya çıkıyor" diyen Tayfun Uğur konuşmasını şöyle sürdürdü: "Değişmediğiniz takdirde, bir şekilde sizi değiştiriyorlar. Son zamanlarda daha önem kazanan hız faktörü var. Artık büyük balık küçük balığı yutmuyor, hızlı balık yavaş balığı yutuyor. Bu açıdan geleneksel tempoları aşıp daha hızlı bir noktaya gelmemiz lazım."

Konuşmacılar arasında yer alan Koç Bilgi Grubu Stratejik Planlama Uzmanlık Merkezi'nden Proje Yöneticisi Müdürü **Sinan Yasun**, Topluluğun merkezi projeleri arasında en önemlisinin Varlık Yönetim Projesi olduğunu belirtti.

"BT Standartlarımızda Güvenlik Seviyesi" başlığı altında bir sunum yapan **Erhan Görmen**, de güvenlik sisteminin merkezden takip edildiğini belirterek şunları söyledi:

"Özellikle bir anketle şirketlerimizi belirledik ve sınıf-

landırmaya gittik. Buna göre de ne tür güvenlik seviyeleri olabilir bunları çıkardık. Liste fiyatlarına göre bütçe hazırladık. Bilgi ve güvenlik ile ilgili eğitim belgelerini hazırladık ve takvim belirledik. Ne kadar çabuk hareket edersek o kadar çok kazanç elde etmiş oluruz. Dokümantasyon yapıldı ve raporlar sunuldu. Koç Holding bilgi güvenliği standardı çıkardık."

Kapanış konuşmasını yapan **Şeref Oğuz**, teknolojinin, daha iyi bir marka yaratmak ve müşteri ilişkilerini iyileştirmek için var olduğunu belirterek şöyle dedi:

"Bilgi teknolojilerinde, 'bir sonraki harika şeyi beklemekten' vazgeçin ve elinizdeki teknolojiyi daha iyi uygulayın. İş kültürümüz sonucu bizler, bitlere ve baytlara milyonlarca dolar yatırdık. Ama bu teknolojileri etkin kullanmak için gerekli örgütsel değişimlere yatırım yapmaktan geri durduk. Bilişimci olarak bizlerin, E-dönüşüm'ün artık 'teknolojiyi' değil, 'kültürel değişimi' anlattığını kavramamızın zamanı gelmiştir."





“En Büyük Ramstore”, Moskova’da Hizmete Girdi

Migros ve ENKA ortaklığıyla, 45 milyon Dolar’lık bir yatırımla, 6 ayda tamamlanan Ramstore City, Ramenka’nın Rusya’daki 5. alışveriş merkezi. Ramstore City ile birlikte Ramstore’ların Moskova’daki mağaza sayısı 15’e yükseldi

Rusya ve Türkiye arasında önemli bir ticaret köprüsü oluşturan Ramstore’ların en büyüğü olan **Ramstore City**, 23 Aralık Pazartesi günü düzenlenen törenle hizmete girdi. **Migros** ve **ENKA** ortaklığı ile kurulan Rusya’daki Ramstore’lar, beşinci yılında katlanarak çoğalırken, törenle hizmete açılan “En büyük Ramstore” / Ramstore City, Ramen-

ka’nın Rusya’daki 5. Alışveriş Merkezi oldu. Yurt içindeki deneyimini yurt dışına taşıyan Migros, Moskova’daki mağaza sayısını bir yılda 9’dan 15’e çıkardı ve Ramstore’lar, Rusya’daki kapalı alanını 2002 yılında ikiye katlayarak 200.000 m’ye yükseltti.

AK Parti Genel Başkanı **Tayyip Erdoğan**, Moskova Belediye Başkan Yardımcısı

Vladimir Reisin, Dış İşleri Bakanı **Yaşar Yakış**, Devlet Bakanı **Kürşat Tüzmen**, Türk Büyükelçisi **Kurtuluş Taşkent**, milletvekilleri, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, ENKA Onursal Başkanı **Şarik Tara**, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili **Temel Atay**, ENKA Yönetim Kurulu Başkanı **Sinan Tara**’nın katılımıyla gerçekleşen açılış törenini on binlerce Moskovalı izledi. Açılışta konuşan Moskova Belediye Başkan Yardımcısı Reisin; Türk misafirleri **Lujkov** ve bütün Moskovalılar adına selamlayarak sözlerine başladı. Moskovalıların Ramstore’ların sunduğu çok kaliteli ürünleri ve



servisi yakından bildiğini, bu alışveriş merkezinin "En büyük Ramstore" olduğunu, bu mekânda her şeyin bulunabildiğini, sadece satış değil, yemek, sinema, egzotik bitkiler bahçesinin de bu büyük alışveriş merkezinin önemli bölümleri arasında yer aldığını belirtti. Reisin, Türk işadamları sayesinde Moskovalıların en güzel yılbaşı hediyelerini aldıklarını ve yeni iş sahaları yaratıldığını söylerken, mağaza zinciri yapan şirketlerin Moskova'da düzenli bir politika takip ettiklerini, güzel bir rekabet olduğunu, Ramstore'ların fiyatlarıyla rekabetin kızıştığını belirtti.

Türk Büyükelçisi **Kurtuluş Taşkent** yaptığı konuşmada; Ramenka ortaklığını kutladığını, gerek Moskova'da gerek diğer şehirlerde modern alışveriş ortamları sunmaya devam ettiklerini belirttiler. ENKA Onursal Başkanı **Şarık Tara**, yaptığı konuşmada "Koç Grubu ile inanılmaz yakınlığımız ve dostluğumuz, ortaklığımız herkese numune olacak bir hadisedir" dedi. Açılışa konuşan AK Parti Genel Başkanı **Tayyip Erdoğan** da, "Türkiye-Rusya arasında dostluğun ve karşılıklı çıkarların sembolü olan bu muhteşem mağazanın açılışına üst düzey bakanlar, milletvekilleri, odalar birliği, başkanlar ve işadamları olarak 170 kişiyle katılıyoruz" dedi. Bu muhteşem kompleksin iki ülkenin dostluğunu sembolize ettiğini söyleyen Erdoğan, Koç ve ENKA grubu başkanlarını, yöneticileri ve emeği geçenleri kutladı. Bu proje-

yi gerçekleştirmeye yardımcı olan Rusya yönetimine ve Lujkov'a teşekkür etti.

Toplam Yatırım 220 Milyon Dolar

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç açılış konuşmasında; aralık aylarında Moskova'da alışveriş merkezi açmanın adet haline geldiğini, Ramstore'ların Sayın Lujkov'un ileri görüşünün, Sayın Tara'nın itici gücünün, ENKA'nın inşaat başansının ve Migros'un idari tecrübesinin sonucu olduğunu, 2002 senesinin ilk 6 ayında Rusya'ya yapılan 3,7 milyar dolar yatırımın %44'ünün Moskova'ya yapıldığını ve Rusya'nın gelişmesinin birçok ülke tarafından gıpta ile karşılandığını, 5 yıl içinde 100 milyon Dolar vergi ödendiğini belirterek Ramstore'ların Moskova'daki stratejisi, gelişmesi ve kârlılığının, Amerikan üniversitelerinde "örnek çalışma" olarak ele alınmasının iftihar kaynağı olduğunu belirtti.

Ufak Bir Şehir Gibi...

Moskova'nın kuzeyinde en önemli otoban bağlantısı ve en işlek havaalanı olan Sheremetievo yolu üzerinde bulunan Ramstore City, konumu itibarıyla çok geniş ve modern yerleşim merkezlerine, şehir içinde ve aynı zamanda banliyölerde yaşayan tüm Moskovalılara hitap ediyor. Ramstore City içinde her türlü zevke hitap eden dünya ünlü markaların da yer aldığı 130 mağaza bulunuyor.



AK Parti Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç, 45 milyon Dolar'a mal olan Ramstore City'yi birlikte açtı.

Tüketim

Gaziantep, Diyarbakır ve İstanbul'da Yeni Migros'lar...

Gaziantep'teki **Migros Bedesten Alışveriş Merkezi**, Migros'un Türkiye'deki İstanbul-Ankara-Antalya'dan sonra 4. alışveriş merkezi olurken, Diyarbakır'da da MMM bir Migros 29 Kasım'da hizmete girdi. Öte yandan İstanbul'da da MM Migros İhlamur, 2 Aralık'ta açıldı.

Gaziantep'te Migros Bedesten...

Gaziantep'te içinde MM Migros mağazası ve Bedesten şeklinde tasarlanmış Alışveriş Merkezi, yepyeni bir alışveriş formunda, 30 Kasım'da tüketicilerle buluştu. 180 araçlık kapalı otoparkı bulunan beş katlı alışveriş merkezi, Gaziantep'te herkesin buluşma noktası olmaya aday.

Diyarbakır'da MMM Bir Migros Daha

1997'de, Diyarbakır'da, ilk kez MM formatında açılan **Migros'u**, 29 Kasım'da hizmete giren MMM bir Migros daha takip etti. Urfa yolu üzerinde, plazaların yer aldığı yeni yerleşim bölgelerinde bulunan üç katlı Mega Center Alışveriş Merkezi ve içinde açılan Migros, büyük ilgi odağı oldu.

İstanbul İhlamur'da Yeni Bir Migros

Açılışını Beşiktaş Belediye Başkanı **Yusuf Namoglu**, Koç Holding İdare Meclisi Başkan Vekili **Temel Atay**, Koç Holding Tüketim Grubu Başkanı **Hasan Yılmaz**, Migros Genel Müdürü **Ömer Bozer**, davetliler ve halkın yaptığı MM Migros İhlamur ise 2 Aralık'ta yepyeni ve farklı yüzüyle hizmete girdi.

Maret Çalışanlarının TSM Konseri

Maret çalışanları Türk Sanat Müziği Korosu'nun "**Sesimiz Umut Olsun**" adlı ikinci konseri, **Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı** yaranna 19 Ekim 2002 tarihinde Acıbadem İstek Vakfı Oditoryumu'nda yapıldı.

Beylikdüzü Migros'ta Yeni Adresler

Beylikdüzü Migros Alışveriş Merkezi yeni yılı, farklı özel kampanyalarla karşıladı. **Seven Hill** ve **Herry** markalarının iki yeni giyim mağazasının yanı sıra, **yemek Chi**, yenilenen dekoru ve zengin ev yemekleri menüsü ile yeni yerinde müşteri ile buluşurken; bodrum katına taşınan **Pioneer Shop** ise, yeni mağaza konsepti ve ürün çeşidi ile ilgi çekiyor.



Otomotiv

Ford Transit Connect Rekor Farkla Yılın Ticari Aracı Seçildi...

Yeni Ford Transit Connect, "Yılın Uluslararası Ticari Aracı 2003" ödülü için uzman ticari araç editörlerinden oluşan jürinin tercihi oldu. "Transit Connect'in kısa dingil mesafeli, alçak tavanlı ve uzun dingil mesafeli, yüksek tavanlı iki model olarak sunulmasıyla, Ford hem hafif hem de bir ton altı ticari araçlar sınıfını tek bir araçla karşılamış oluyor" diyen Jüri Başkanı **Pieter Wieman**, sözlerini şöyle sürdürdü: "Bizim açık bir şekilde gördüğümüz, Ford'un tasarım ve geliştirme aşamalarında birçok Avrupa ülkesindeki hem küçük, hem de büyük müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını göz önünde bulundurduğudur."

Ford Avrupa Başkanı **Martin Leach**, yeni Transit Connect'in 2003 Yılı'nın Ticari Aracı seçilmesine çok sevindiklerini belirterek, "Bu araçta sunduğumuz sağlam ve güvenilir özellikleri vurgulamak için araca Transit adını bilerek verdik ve Transit Connect'in de bu ödülü büyük Transit'ten iki yıl sonra alması bunun ne kadar doğru olduğunu gösterdi" dedi. Ford Avrupa Ticari Araçlar Müdürü **Paul Morel** ise, "Amacımız pazarın bu son derece rekabetçi sınıfında herkesin örnek alacağı bir araç üretmekti. Bu sınıfta büyük bir adım attık" dedi.



Tofaş CEO'su Antonio Bene: "2003'te İç Pazarda %50'lik Artış Öngörüyoruz"

Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlenen basın toplantısında **Tofaş**'ın 2003 beklentilerini açıklayan ve geçen yılı değerlendiren **Antonio Bene**, "Yeni yılda satışların 2001 seviyesine ulaşmasını umuyoruz" dedi. İç piyasada otomotiv satışlarındaki toparlanmanın ertelenmiş talep nedeniyle, bir patlama şeklinde değil, istikrarlı bir artış şeklinde ortaya çıkacağını belirten Antonio Bene, otomobil ve hafif ticari araç satışlarının 2001 yılındaki seviyesine ulaşmasını beklediklerini söyledi. İç pazarda %50'lik bir artış öngördüklerini belirten Antonio Bene, satışların hâlâ otomobilde 15 yıl, hafif ticari araçta ise 10 yıl öncesinin seviyesinde

olduğuna dikkat çekerek buna rağmen Tofaş'ın "atılım" yılında iç pazar liderliğini elde ettiğini söyledi.

2002 yılını değerlendirirken Tofaş'ın büyük bir yıl sonu kampanyası başlattığına dikkat çeken Antonio Bene, "2003 yılında, otomotiv pazarının, istikrarlı ekonomik ve politik ortam sayesinde gelişen kredi pazarı ve artan tüketici güveniyle tekrar büyümeye başlamasını bekliyoruz. 8 Aralık'ta start verdiğimiz 'yıl sonu şöleni', Tofaş'ı tercih edenlere ve tercih edeceklere adeta bir teşekküldür."

Tofaş CEO'su Antonio Bene:
"Bu yılın son kampanyası ile otomobil sahibi olmak veya otomobilini yenilemek isteyen tüketicilerimize çok cazip olanaklar sağladık."



Bilgi Grubu

Yaratıcıların Dünya Teknolojileriyle Büyük Buluşması

Apple-Bilkom'un 'Driven by Design/Yaratıcılık İçimizde' seminerler serisi Portekiz, Polonya, Macaristan ve Rusya'dan sonra Avrupa Apple'ın isteği ile ilk kez Türkiye'de gerçekleştirildi. Dijital ortamları kullanan 500 medya kuruluşu, prodüksiyon şirketi, reklam ajansı temsilcisi, tasarımcı ve müzisyenin katıldığı dev bir organizasyonla gerçekleştirilen seminerde katılımcılar, dijital yaratıcılığın yeni boyutlarını görme fırsatı buldu. Apple Avrupa Yaratıcı

Takım Pazarlama Direktörü **Oren Ziv** ve Apple Bilgisayar Avrupa Satış Direktörü **Kevin Miller**'in katıldığı seminerin açılış konuşmasını yapan Bilkom Genel Müdürü **Tijen Mergen**, dijital çağın en

son ürün ve hizmetlerini kullanarak, daha az zamanda, daha verimli ve en yaratıcı iş sonuçlarına ulaşmanın artık rekabette önde olmak için vazgeçilmez bir koşul olduğunu söyledi. **Ersin Alok**,

Nezih Ünen, **Ömhur Kaynak**, **Oğuz Eken** ve **Uğur Ögüt**'ün konuşmacı olarak yer aldıkları seminerde, dijital ürünlerin yaşamdaki önemi vurgulandı.



sektörel vizyon

İzocam'da Tedarikçi Kalite Geliştirme Eğitimi'nin Üçüncüsü Yapıldı

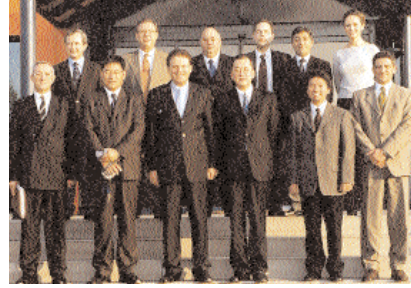
İzocam'ın tedarikçilerine yönelik Toplam Kalite Yönetimi, Kalite Güvencesi, ISO 9000, ISO 14000 ve OHSAS 18000 standartları konularını kapsayan Tedarikçi Eğitimleri'nin üçüncüsü İzocam Yalıtım Eğitim Merkezi'nde gerçekleştirildi. Eğitim, İzocam Genel Müdürü **Nuri Bulut**'ün "Geleceğe Bakış ve Sürdürülebilir Büyüme" isimli açılış konuşması ile başladı. Ülkemizin sanayi toplumu normlarına adapte olma sürecini yaşadığını, sanayi ürünleri içinde en yüksek maliyet kalemlerinden birinin de enerji olduğunu vurgulayan Bulut, ülke olarak geleceğe daha güvenle bakabilmek için enerji tasarrufu yapmamız gerektiğini ve bunu başarmanın en ucuz ve pratik yolunun yalıtımdan geçtiğini söyledi. Ardından Lojistik



Müdürü **Nabi Akpınar-oğlu**, Toplam Kalite Yönetimi'nden beklentileri anlattı; müşteri memnuniyetinin önemini belirterek İzocam'ın vizyon ve misyonunu açıkladı. Yönetici asistanı **Gözdehan Çaycı**, ISO 9001'in 2000 revizyonu hakkında genel bilgi verdi. Lojistik Mühendisi **Cengiz Ertokatlı**, İzocam'ın çevre politikasını ve ISO 14001 standardı alınmasından sonraki değişimi resimlerle açıkladı. Ürün Mühendisi **Burak Toklutepe**'nin OHSAS 18001 standardı kapsamında yapılan çalışmaları açıklayan konuşmasının ardından **Koç Factoring**'den **Ceyla Kurdoğlu**, factoring hizmetleri hakkında bir sunum yaptı. Sorularının yanıtlanmasının ardından katılımcılara sertifikaları dağıtıldı.

DemirDöküm Kore Pazarına Girmeye Hazırlanıyor

Hong Kong merkezli **Chung Mei** firması ile imzaladığı ortaklık anlaşmasıyla Çin pazarına giren ve klima sektörünün lideri Amerikan York firması ile stratejik işbirliği anlaşması imzalayan **DemirDöküm**, mekân ısıtıcıları konusunda öncü şirketlerden **Rinnai Korea** ile işbirliği çalışmalarını başlattı. Yetkililer DemirDöküm Genel Müdürü **Melih Batılı**'yı ziyaret ettiler.



Divan Oteli ve Divan Pub Mönüsü'ne Bir Ödül Daha!

TUSİD (Endüstriyel Mutfak, Çamaşırhane, Servis ve İkram Ekipmanları Sanayicileri ve İşadamları Demeyi) ve Boyut Yayın Grubu'nun düzenlediği "**Mönü Yarışması**" sonuçlandı. Yarışma sonunda 18 mönü ile toplam 12 kurum ödül aldı. Divan Oteli İstanbul, "Ege'den Bahar Sofraları-Yemek Haftası" mönüsü ile özel davet mönüleri kategorisinde bronz ödüle layık görülürken, Divan Pub da, mönüsü ile özel davet mönüleri kategorisinde bronz ödülün sahibi oldu. Türk ve uluslararası mutfaklardan oluşan Divan Pub mönüsü, bu yarışmanın "En İyi 2. Mönüsü" ilan edildi. Divan Oteli'nin Ahçıbaşı **Aybek Şurdum** ve ekibi tarafından hazırlanan mönü, ödüle layık görülerek, kalitesini bir kez daha kanıtlamış oldu.

No one will ever make
a better espresso than you...



NESPRESSO

Horizon 2000 Gıda San. Ve Tic. A.Ş.
Rehberlik Cad. No: 13 15 Levent / İSTANBUL
Tel: 0 (212) 270 79 00 (gsm) www.nespresso.com.tr

Divan'dan 46 Yıllık Birikimle Yenilikler...



Divan'ın yepyeni süpermarket ürünleri, artık yeni ambalajlarıyla, yeni logosuyla süpermarketlerde yerini aldı...

Divan Ekmekleri, sevimli meyveli ve kakaolu minik **kekler**, baştan çıkartıcı **acıbadem** ve **badış**, sade ve çikolata-
lı **krep**, **badem**, **fıstık**, **fındık** ve **karma drajeler**, **fıstıklı**, **fındıklı**, **güllü**, **limonlu lokumlar**, **madlen çikolata** ve yeni lezzetlerden üzeri çikolata **kaplı krokan Arduaz**, yine üzeri kaplı **beyaz çikolata kaplı üzüm**, **yer fıstığı** ve **karışık Abur Cubur**, içi **fındık krema dolgululu çikolata Pralini** ve içinde sürpriz fin-

dık saklı çikolata gibi ürünler şık ambalajları ile şimdi süpermarketlerde satışa sunuluyor!

Divan Süpermarket ürünleri ilk olarak Migros'larda satışa sunulacak.

(Divan Üretim Merkezi :

0212 220 80 85 / www.divan.com.tr)

Gastronomik Lezzetler

Divan'ın yeni konsepti Divan Gurme ürünleri ilk olarak Divan Pastaneleri vitrinlerinde yerini aldı. Divan Gurme ürünleri beş ana başlık altında toplanıyor: Zeytinyağlar, Reçeller, Unlu Mamüller, Ballar ve Soslar. Her bir ürün uzman firmalar tarafından Divan için özel olarak üretiliyor. Divan Gurme



köşesindeki tüm bu ürünler kendi aralarında kategorilere ayrılıyor.

Yenilikler... Sürprizler...

1956 yılında Divan Otel'i'nde açılan Divan Pastaneleri'nin ilk öncüsü Elmadag Divan Pastanesi, yenilenme çalışmalarının ilk örneği olarak zincir ma-

ğaza dekorasyonunu yeni bir anlayışla misafirlerine sunuyor. Dış bahçede 25 kişilik bir oturma alanı yaratılarak misafirlerine Divan Otel'i kalitesine yakışan café konseptinin en başarılı örneğini

sunmaya hazırlanıyor. Yeni dekorasyonda göze çarpan bir başka özellik ise, yeni konsept Divan Gourmet ürünlerinin özel bir bölümde teşhir edilmesi. Erenköy, Bebek ve Ataköy Pastaneleri de kısa sürede aynı dekorasyon konseptinde yenilenerek zincir mağaza anlayışında yepyeni bir ekol yaratmaya hazırlanıyor.

Finans

Koç Finansal Kiralama, Leasingde Bir Numara...

Finansal Kiralama Derneği FİDER'in verilerine göre 2002 yılının ilk 9 ayında toplam 855 milyon dolarlık yatırımı finanse eden leasing sektörü, geçen senenin aynı dönemine göre %73 artış kaydetti. FİDER'e üye 40 şirketin 31'inden alınan verilere göre, sektörün finanse edilen yatırımlardaki net finansman alacağı, 30 Eylül 2002 tarihi itibarıyla 1 milyar 276 milyon Dolar olarak gerçekleşti. Bu şirketler arasında **Koç Finansal Kiralama** 178.5 milyon Dolar ile birinci olurken, Yapı Kredi Finansal Kiralama 136.5 milyon Dolar ile ikinci, Garanti Finans Kiralama 117.7 milyon Dolar ile üçüncü oldu.

Koç Fonları Şimdi Daha Güçlü!

Koç Yatırım ve Koçbank bünyesinde yer alan Portföy Yönetimi ve Yatırım Fonları Yönetimi faksiyonu, 30 Ocak 2002 tarihinde kurulan ve 30 Ekim 2002 tarihinde faaliyete geçen Koç Portföy Yönetimi'ne devredildi. 13 Aralık 2002 tarihi itibarıyla toplam 14 A ve B tipi Koç Fonu, yaklaşık 883 milyon USD tutarındaki büyüklüğü ile Türk Yatırım Fonları pazarında %13.3'lük pazar payıyla 2. sırada yer alıyor. Özel Portföy Yönetimi'ndeki aktifler ile birlikte, yönetilen toplam aktif tutarı 1.007 milyon USD'dir. Koç Portföy, şu alanlarda faaliyet göster-

mektedir: Yatırım Fonları'nın kuruluşu ve yönetimi, Yatırım Danışmanlığı ve Özel Portföy Yönetimi, Özel Fonlar'ın ve Özel Emeklilik Fonları'nın kuruluşu ve yönetimi.

Geniş Ürün Yelpazesi

Koç Portföy, kurumsal bir "yatırım kararı alma süreci", "profesyonel aktif yönetimi", çeşitli yatırım tercihlerine hitap eden "geniş ürün yelpazesi" ve bu ürünlerde en "optimal getiri"yi sağlama prensibiyle, Koç Fonları'nın Türk Sermaye Piyasası'ndaki mevcut konumunu daha da güçlendirmeyi hedefliyor.

Koç Holding'e 150 Milyon Dolar Sendikasyon Kredisi

Koç Holding, uluslararası piyasalardan sağlanan 150 milyon dolar tutarındaki sendikasyon kredisi anlaşmasını Londra'da imzaladı. Alınan kredi, Koç Holding ve Koç Topluluğu şirketlerinin ticaret finansmanı ve işletme sermayesi de dahil her türlü ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılacak. Koç Holding Finansman Grubu Başkanı **Dr. Rüşdü Saraçoğlu**, 150 milyon ABD Doları tutarında borçlanma için piyasaya çıktığını, 200 milyon ABD Doları tutarındaki yoğun talebe rağmen, borçlanma miktarının artırılmadığını, işleme gösterilen ilginin ve katılımcı bankaların kalitesinin mutluluk verici olduğunu belirtti.

Koç Allianz Fotoğraf Yarışması Sonuçlandı

Fotoğraf sanatçıları **Şakir Eczacıbaşı**, **Ergun Çağatay**, **Nuri Bilge Ceylan**, **Engin Özendes**, **Merih Akoğlu**, İskoçya Milli Portre Galerisi Baş Küratörü **Sarah Stevenson** ve Koç Allianz Genel Müdürü **M. Kemal Olgaç**'tan oluşan Seçici Kurul, "Renkli" dalında, 3 milyar TL'lik birincilik ödülüne Ankara'dan **M. Salih Güler**'in çalışmasını, 1 milyar 750 bin TL'lik başarı ödüllerine ise, İstanbul'dan **Orhan Yayla**, Bursa'dan **Fatih Özenbaş** ve İstanbul'dan **Yusuf Dariyerli**'nin eserlerini değer buldu. "Siyah-Beyaz" dalında, Ankara'dan **Gülnaz Çolak** 3 milyar TL'lik birincilik ödülünü, İstanbul'dan **Özer Kanburoğlu** ile **Saffet Vatanserver** ve **Yusuf Dariyer-**

li ise 1 milyar 750 bin TL'lik başarı ödülünü kazandılar. 12 Aralık Perşembe günü **Koç Allianz Oditoryumu**'nda düzenlenen ödül töreni, **Muammer Ketençoğlu** ve Grubu'nun konseriyle sona erdi.



Koç Allianz 9. Fotoğraf Yarışması / "Renkli" dalında birinci / M. Salih Güler.

Enerji

Aygaz 20. Bayi Toplantısı'nda "Öncülüğe Devam" Dendi

LPG sektörünün lider kuruluşu **Aygaz**'ın, iki yılda bir düzenlediği geleneksel bayi toplantılarının 20.si, Türkiye'nin her bölgesinden yaklaşık 1.500 tüplü gaz bayisinin katılımıyla 20-26 Ekim tarihleri arasında Antalya Talya Otel Convention Center'da gerçekleştirildi. Toplantıda Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, Koç Holding Enerji Grubu Başkanı **Ömer M. Koç**, Aygaz Genel Mü-



Koç Holding Enerji Grubu Başkanı Ömer M. Koç

dürü **Orhan Alkan**, Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Ahmet Aydede** ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Semih Genç** birer konuşma yaptı. Sunuculuğunu **Halit Kıvanç**'ın yaptığı ve **Gani Müjde**'nin konuk konuşmacı olarak katıldığı toplantıda **Şemsi İnkaya**'nın parodileri de yer aldı. Toplantıda 10., 20., 30. ve 40. yılını dolduran bayilere plaketeri verildi.

Hizmet kalitesi, gaz büyüme oranı, so-ba satışı gibi alanlarda üstün performans gösteren bayiler ise bir haftalık Kapadokya tatili ile ödüllendirildi. Gala yemeğinin ardından **Hande Yener** ve **Muazzez Ersoy**'un şarkıları ile eğlenen Aygaz bayileri, **Okay Temiz** ve **Aygaz Ritm Grubu** ile farklı bir gece geçirdiler. 41. Yıl Pastası'nı Rahmi M. Koç, en yaşlı bayi **Osman Kâmil Çimen** ile beraber kesti.

Dayanıklı Tüketim



Beko'da 4 Milyonuncu Televizyon

Beko Elektronik'te, 4 milyonuncu televizyon, 14 Aralık Cumartesi günü saat 15:30'da banttan çıktı. Beko Elektronik çalışanları, ciddi bir büyüme yılı olan 2002'yi geride bırakırken hedeflerine ulaştıklarını simgeleyen 4 milyonuncu televizyon ile başarının gururu ve mutluluğunu yaşadılar.

“Eğitimde Başarı”yı, Bir Kez Daha Ödüllendirdik!

Koç Topluluğu’nun kurucusu Vehbi Koç tarafından başlatılan “Bizden Haberler Dergisi Eğitim Başarı Armağanları”nın 23.’sünde 36 çocuğumuz ödül kazandı



Koç Holding Nakkastepe Tesisleri’nde düzenlenen törenin birinci bölümünde Eğitim Başarı Armağanı kazanan öğrencilere ödülleri, VKV Genel Müdürü Erdal Yıldırım, ikinci bölümünde Koç Holding CEO’su F. Bülend Özaydınlı, üçüncü bölümünde ise Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Rahmi M. Koç verdi.

Dergimizin düzenlediği “23. Eğitim ve Başarı Armağanı”na bu yıl 36 öğrencimiz hak kazandı. Koç Topluluğu çalışanlarının, bayilerinin ve yetkili servislerinin ilköğretim ve lise düzeyinde okul birincisi olan çocuklarına verdiği Eğitim ve Başarı Armağanları, 16 Aralık 2002 Pazartesi günü, Koç Holding Nakkastepe Tesisleri’nde düzenlenen törenle sahiplerini buldu. Koç Topluluğu’nun kurucusu **Vehbi Koç** tarafından 23 yıl önce başlatılan Eğitim Başarı Armağanları’nda bugüne kadar 378 öğrenci ödüllendirildi.

Bir Memlekete Yapılabilecek En Büyük İyilik

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**, Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı ve Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi **Semahat Arsel**, Koç Holding CEO’su **F. Bülend Özaydınlı** ve Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü **Erdal Yıldırım**’ın katıldığı törende, Rahmi M. Koç, eğitime yatırım yapmanın “o memlekete yapılacak en büyük iyilik” olduğunun altını çizerek şöyle konuştu: “Kurucumuz, babamız, Şeref Başkanımız, rahmetli Vehbi Koç her zaman derdi ki; ‘Para bulunur, makine satın alınır, teknoloji transfer edilir,

fakat içine insan gücünü koymak en büyük değer, en büyük zorluktur. Bu değer de kolay kolay bulunmaz.’ Her geçen gün ne kadar haklı olduğuna şahit oluyoruz.”

Ne Hissettiler? Hayattaki Hedefleri Ne?

Törenden sonra ödül kazanan öğrencilerimizle sohbet etme imkânı bulduk. Çok heyecanlı ve mutluydular. Bizlerle tören heyecanlarını ve hayatlarına ilişkin düşüncelerini, meslek planlarını paylaştılar.

Leyla Avcı: Babam **Fikret Avcı, Tat Fabrikası**’nda çalışıyor. Ben de Bursa Tat Kavaklı İlköğretim Okulu’ndan mezun oldum. Tören boyunca ailemin benim için yaptıklarını düşündüm, minnet duydum. İlerisi için İngilizce öğretmenliği veya psikolojik danışmanlığı kendime uygun meslekler olarak görüyorum.

Kadir Arslan: Yeşilköy Anadolu Lisesi’nde öğrenciyim. İstanbul’da Ömer Seyfettin İlköğretim Okulu’ndan mezun oldum. Babam **Tursun Arslan, Divan Sütlüce Pastanesi**’nin sevkıyat şefliğini yapıyor. Törende herkes gibi ben de gurur ve heyecanı kaşıksı yaşadım. Başarının ödüllendirilmesi onur verici bir şey. İleride **Koç Topluluğu**’nun bir elemanı

olmayı çok isterim. Elektronik eğitimi almayı ve mühendis olmayı hedefliyorum.

Ayşe Emekli: İzmir Turgut Reis İlköğretim Okulu'ndan mezunum. Annem **Nurgül Emekli, Aygaz**'da çalışıyor. Bugün tören sırasında en çok kendimle ve ailemle gurur duydum. İyi bir eğitim almayı ve psikolog olmayı hedefliyorum.

Oğuzhan Ayaz: Ankara'dan geldik. Babam **Erbay Ayaz, Türk Traktör**'de çalışıyor. Halim Şaşmaz İlköğretim Okulu mezunuyum ve Ankara Özel Yavuz Sultan Fen Lisesi'ne devam ediyorum. Tören sırasında çalışmalarımın sonucunu almış olmanın verdiği mutluluğu hissettim. ODTÜ Bilgisayar Mühendisliği Donanım Bölümünde öğrenimimi sürdürmek isterim. **Bill Gates**'in yanında çalışmak gibi bir hayalim de var.

Deniz Vatansever: Babam **Mehmet Vatansever, Tofaş Fabrikası**'nda gövde bölümünde çalışıyor. Bursa Kestel Yenimahalle İlköğretim Okulu'ndan mezunum. Törende heyecanlandım tabii. İstanbul'da Tıp Fakültesi'nde okuma ve kadın doğum uzmanı olmak istiyorum.

Coşkun Eyüboğlu: Büyükçekmece Lisesi'nde öğrenciyim. Tepecik İlköğretim Okulu'ndan mezun oldum. Babam **Ahmet Eyüboğlu, Beko**'da çalışıyor. Ödülümü **Rahmi Koç**'un elinden aldığım için tören sırasında çok heyecanlandım. Tıp ya da eczacılık eğitimi almak istiyorum.

Altan Sofu: Annem **Rüçhan Sofu, Beko**'da çalışıyor. Ben, Tepecik İlköğretim Okulu'ndan mezun oldum. Mutluluk ve heyecanı bir arada yaşadığım bu törende en çok anne ve babama minnet duydum. İleride bilgisayar mühendisi ya da eczacı olmayı düşünebilirim.

Esra Yılmaz: Başkent Yabancı Dil Ağırlıklı Lise'de okuyorum. Mamak Yavuz Sultan Selim İlköğretim Okulu mezunuyum. Babam **Refik Yılmaz, Türk Traktör Fabrikası**'nda çalışıyor. Genetik mühendisliği öğrenimi almak istiyorum ama bu meslek için ülkemizdeki üniversitelerde henüz kürsüler açılmadı.

Duygu Altın: Ankara Kurtuluş Lisesi'nde öğrenciyim. Mamak Türkoğlu İlköğretim Okulu'ndan mezunum. Babam **Abdülkadir Altın, Türk Traktör**'de çalışıyor. Tören sırasında harcanan emeğin karşılı-

ğını aldığımı düşündüm ve bu, güzel bir duygu. Moleküler biyoloji veya genetik mühendisliğinde öğrenim görmek istiyorum.

Deniz Avcı: Adana'dan geldik. Özel Çukurova Bilfen İlköğretim Okulu'nu bitirdim. Babam **Kubilay Avcı, Otoyol** şirketinde Bölge Satış Müdürü. **Koç Topluluğu**'ndan böyle bir hediye almak beni çok mutlu etti. Gelecekte Koç için çalışmak ve özellikle uluslararası bir işte çalış-

mak istiyorum. Ama sonuçta yine Türkiye'ye hizmet etmek istiyorum.

Tuncel Aytaş: Bursa'dan geldik. Topluma mal olmuş insanların arasında olmaktan dolayı çok heyecanlandım. Nilüfer Görükle Hazine Daroğlu Özkan İlköğretim Okulu'ndan mezunum.

Babam **Muhammet Aytaş, Tofaş Fabrikası**'nda çalışıyor. Hedefim, ODTÜ bilgisayar mühendisliğinden mezun olabilmek.

Bizden Haberler Dergisi 23. Eğitim Başarı Armağanı'na Hak Kazananlar

FİRMA	ÖĞRENCİNİN ADI	VELİSİNİN ADI	GÖREVİ
İlköğretim			
1. ARÇELİK	YUNUS ÖZYANIK	HIZIR ÖZYANIK	PERSONEL
2. ARÇELİK	CEREN YALNIZ	MUSTAFA YALNIZ	BAYI
3. AYGAZ	ÖMER KUZU	YAŞAR KUZU	PERSONEL
4. AYGAZ	KADİR ÇETİNTÜRK	ÖZCAN ÇETİNTÜRK	PERSONEL
5. AYGAZ	AYŞE EMEKLİ	NURGÜL EMEKLİ	PERSONEL
6. AYGAZ	DİDEM ERKAN	HASAN ERKAN	PERSONEL
7. BEKO	TUĞBA KILIÇ	KEMAL KILIÇ	BAYI
8. BEKO	ALTAN SOFU	RUCHAN SOFU	PERSONEL
9. BEKO	TUĞE KÖMÜ	AHMET KÖMÜ	PERSONEL
10. BEKO	COŞKUN EYÜBOĞLU	AHMET EYÜBOĞLU	PERSONEL
11. BURSA GAZ	AZİME PEKŞEN	İSMAİL PEKŞEN	BAYI
12. DEMİR EXPORT	GAMZE OGAN	MEHMET OGAN	PERSONEL
13. DEMİR EXPORT	HİHAL BAYRAM	HASAN BAYRAM	PERSONEL
14. DİVAN	KADİR ARSLAN	TURSUN ARSLAN	PERSONEL
15. DÜZEY	NESLİHAN AGUŞ	ALİ AGUŞ	BAYI
16. DÜZEY	MÜCAHİDE AKPINAR	AHMET GAZİ AKPINAR	BAYI
17. FORDOTOSAN	BURAK MALKOÇ	AHMET NAMİ MALKOÇ	PERSONEL
18. KOÇ ALLIANZ	NEVZAT ÖZGEN	MİHRİBAN ÖZGEN	PERSONEL
19. LİPET	AHMET KUTLU	CEYLAN KUTLU	BAYI
20. LİPET	İBRAHİM KÜLEKÇİ	MUSTAFA KÜLEKÇİ	BAYI
21. LİPET	PELİN ÜNALAN	MESUT ÜNALAN	BAYI
22. OLTAŞ	HASAN GÜVEN CANDOĞAN	OLCAY CANDOĞAN	BAYI
23. OTOYOL	ESRA YENİCE	MUAZZEZ YENİCE	BAYI
24. OTOYOL PAZ.	DENİZ AVCI	KUBİLAY AVCI	PERSONEL
25. TAT KONSERVE	LEYLA AVCI	FİKRET AVCI	PERSONEL
26. TEKERSAN	GÜZİN BİLGİN	MESUT BİLGİN	PERSONEL
27. TOFAŞ FAB.	ALPER YILMAZ	MUHİTTİN YILMAZ	PERSONEL
28. TOFAŞ FAB.	DENİZ VATANSEVER	MEHMET VATANSEVER	PERSONEL
29. TOFAŞ FAB.	TUNCCEL AYTAŞ	MUHAMMET AYTAŞ	PERSONEL
30. TOFAŞ FAB.	AŞKIN ŞİRİN	TURGAY ŞİRİN	PERSONEL
31. TÜRK TRAKTÖR	ESRA YILMAZ	REFİK YILMAZ	PERSONEL
32. TÜRK TRAKTÖR	OĞUZHAN AYAZ	ERBAY AYAS	PERSONEL
33. TÜRK TRAKTÖR	DUYGU ALTIN	ABDÜLKADİR ALTIN	PERSONEL
Lise			
34. ARÇELİK	MURAT ÇELEBİOĞLU	HÜSEYİN ÇELEBİOĞLU	PERSONEL
35. AYGAZ	EMRE İNCEL	GÜLDEREN İNCEL	PERSONEL
36. DEMİR EXPORT	MÜNEVVER OTUGÜZEL	MEHMET OTUGÜZEL	PERSONEL

V h K ç V kfi

2002-2003 Bursları

Vehbi Koç Vakfı'nın her yıl Topluluğumuz elemanlarının, yüksek öğrenim yapan ve lisede okuyan başarılı çocuklarına vermekte olduğu burs programına bu yıl da devam ediliyor. Vehbi Koç Vakfı, bu yıl lisede öğrenim gören 106, üniversitede öğrenim gören 68 öğrencimize burs tahsis etmiş bulunmaktadır. Burs almaya hak kazanan öğrencilerimizin listesi aşağıdadır:

LİSE

ADI SOYADI	OKUL	SINIF	ŞİRKET
1 Ahmet Fındık	Turgut Reis T.L.	2	Arçelik
2 Elif Pek	Bolu End.M.L.	2	Arçelik
3 Emin Özçelik	İzzet Baysal T.L.End.M.L.	2	Arçelik
4 Ersin Sinsi	Bolu End. M.L.	2	Arçelik
5 Ferdi Olcaz Öztürk	Bolu End.M.L.Elek.B.	1	Arçelik
6 Huriye Şenel	Zübeyde Hn.Kız.M.L.	1	Arçelik
7 Pınar Özalp	Bolu Sağ.M.L.	1	Arçelik
8 Sinan Eren	Bolu Sağ.M.L.	1	Arçelik
9 Kader Ayata	Anadolu Kız M.L.	2	Ark İnşaat
10 Ezgi Kapukaya	Ahmet Parmaksızlıoğlu	1	Aygaz
11 Mehmet Ali Otlı	Mengen A.Açıklık M.L.	Haz 1	Aygaz
12 Necati Çakır	Gebze End.M.L.	2	Aygaz
13 Sabriye Özgür	Darıca Lisesi Yab Dil	1	Aygaz
14 Sedanur Olgun	Çayirova T.M.L.	2	Aygaz
15 Sibel Can	Lafarge Aslan Çimento	1	Aygaz
16 Yeliz Ceyhan	Menemen T.E.M.L.	1	Aygaz
17 Zeynep Dirik	Çayirova T.M.L.	2	Aygaz
18 Özer Tuna	Beşlikdüzü 75.yıl Cum.L.	3	Beko Elek.
19 Bennur Zengin	Sarıyer Kız M.L.	1	Beldeyama
20 Coşkun Baş	Gültepe End.T.M.L.	2	Beldeyama
21 Rıdvan Büyüktürk	Kadıköy A.İ.H.Lisesi	1	Beldeyama
22 Yalçın Bacacı	Kabataş T. M.L.	1	Beldeyama
23 Serdar Kanay	Eskişehir Yunus E.M.L	1	Bursagaz
24 Derya Ödemiş	Ş.Urfa E.M.L.	2	Demir Exp.
25 Göksel Ceylan	Kangal	2	Demir Exp.
26 Mehmet Saraç	Sivas Gürün E.M.L.	1	Demir Exp.
27 Turan Gülersoy	Atatürk End.M.L.	2	Demir Exp.
28 Uzgü Kalay	Gürün E.M.L.	2	Demir Exp.
29 Zeynep Kılıç	DerinceA.M.L.	Haz	Demir Exp.
30 Esra Huylu	İnegöl Dörtçelik A.T.L	Haz A	Demrad
31 İsmail Duman	Dörtçelik E.M.L:	2	Demrad
32 Kerim Civelek	İnegöl Dörtçelik A.T.L	1	Demrad
33 Mutlu Ataç	İnegöl Turgutalp A.L	Haz	Demrad
34 Ramazan Telik	İnegöl Dörtçelik A.T.L	2	Demrad
35 Sedat Kansu	İnegöl Dörtçelik A.T.L	ATL-3	Demrad
36 Tarkan Özdemir	Orhangazi A.T.M.L.	1	Döktaş
37 Betül Okayay	Gazi M.L.	2	Ford Otosan
38 Engin Dağcı	Gölcük E.M.L.	1	Ford Otosan
39 Erol Yaman	60.yıl T.M.L.	1	Ford Otosan
40 Esra Ay	Bözüyük Tek.L.ve E.M.L	1	Ford Otosan
41 Faruk Türk	Sultanbeyli M.L.	1	Ford Otosan
42 Okan Arayan	Sultanbeyli M.L.	1	Ford Otosan
43 Özlem Demirbaş	Bözüyük Seramik M.L	2	Ford Otosan
44 Pelin Erden	Gazi A.M.L.	Haz	Ford Otosan
45 Samet Timuçin Duman	Eskişehir Motor.M.L.	1	Ford Otosan
46 Tuğçe Gamsız	Altatürk T.E.M.L.	1	Ford Otosan
47 Emre Uysal	Yakacık E.M.L.	1	Garanti B. B
48 Çiğdem Yöndem	Çengelköy Lisesi	1	Koç Holding
49 Hüseyin Kılıçarslan	Ümraniye 75.yıl Cum Tic.M.L	1	Koç Holding
50 İbrahim Aslan	Altatürk End.M.L.	1	Koç Holding
51 Merve Sancak	Şenesenler Lisesi	2	Koç Holding
52 Esra Can	Şenesenler Süp.L.	Hz 1	Koçtaş
53 Nimet Durmaz	Muğla Kız M.L.	1	Mares

ADI SOYADI	OKUL	SINIF	ŞİRKET
54 Sevgi Sağlamlı	Ahmet Parmaksızlıoğlu T.M.L	2	Maret
55 Akın Etemoğlu	B. Asım Kocabıyık E.M.L.	1	Migros
56 Ayberk Hilmi Aytağ	Gebze A.M.L.	Haz	Migros
57 Yasin Altın	Batıkent End.M.L.	1	Mogaz
58 Eda Türker	Güngören T.M.L.	1	Otokar
59 Sercan Akdiş	Fatih M.L.Elektronik	2	Otokar
60 Ergün Kurdaş	Şişli E.M.L.	2	Otokoç
61 Erhan Kulaç	Gebze A. End.M.L.	1	RMK Marine
62 Gülçin Ece	Pendik T.M.L.	Muh 2	RMK Marine
63 Mustafa Özlü	STFA A.T.L.	Elek 2	RMK Marine
64 Tuğba Emer	Tuzla M.L.Elek.	1	RMK Marine
65 Oğuzhan Arslan	Borusan Asım Kocabıyık A.M.L.	2	Setur
66 Rümeysa Şimşek	Yenimahalle E.M.L.	1	Türk Traktör
67 Caner Kahraman	Küçükköy E.M.L	1	Takosan
68 Elif Çay	İbrahim Turhan Y.D.A	1	Takosan
69 Melek Ayan	Orhan Cemal Ferisoy S.L.	1	Takosan
70 Betül Kölemen	İsmet İnönü M.L.	1	Talya
71 Gülfidan Bayram	Yenişehir Kız M.L.	1	Tat
72 Hülya Çesur	Yenişehir E.M.L.	1	Tat
73 Kübra Özalp	Yenişehir E.M.L	Haz	Tat
74 Mesut Vatanserver	Yenişehir E.M.L:	1	Tat
75 Sami Uslu	İnegöl Öz.21.Yüzyıl İ.O.	1	Tat
76 Aygül Karaarslan	Suadiye Hacı M.Tarman	Haz	Tekart
77 İdris Keskin	Süleyman Demirel Tic.M.L.	2	Tekart
78 Mustafa Özpolat	Sarıyer V.Koç Vakfı.L.	1	Tekart
79 Özkan Çalık	Tuzla Y.Dil Ağırlıklı L.	Haz	Tekart
80 Ahmet Yenertürk	COŞKUNÖZ Anadolu Tek.L.	1	Tofaş
81 Akif Özkan	TopHane E.M.L.	1	Tofaş
82 Arzu Atılmış	Nilüfer Tic.M.L.	1	Tofaş
83 Arzu Çağlar	İnegöl Sağlık M.L.	1	Tofaş
84 Aşkın Şirin	Ziraat B.Fen Lisesi	Haz B	Tofaş
85 Aykut Yılmaz	Ali Osman Sönmez E.M.L.	1	Tofaş
86 Bahar Tokçalar	Hürriyet E.M.L.	1	Tofaş
87 Deniz Uğurlu	A.D. Sönmez A.T.L.	Haz	Tofaş
88 Deniz Vatanserver	Gazi And.L.	Haz 1	Tofaş
89 Gülşen Yıldız	Bursa A.T.M.L	Haz.	Tofaş
90 Hafize Yavaş	Görükle Çok Prog.L.	1	Tofaş
91 Hasan Durmuş	Tophane E.M.L.	2	Tofaş
92 İbrahim Partal	Ali Osman Sönmez E.M.L.	1	Tofaş
93 Lokman Şener	Bursa Mimar Sinan T.L.	1	Tofaş
94 Mehmet Kurt	Tophane E.M.L.	3	Tofaş
95 Mehmet Yalın	Tophane E.M.L.	1	Tofaş
96 Nida Çolpan	Necatibey Kız M.L.	1	Tofaş
97 Orhan Ergin	Ali Osman Sönmez E.M.L.	1	Tofaş
98 Sait Ahmet Boğdu	Demirtaşpaşa E.M.L.	1	Tofaş
99 Sehtap Sağın	Görükle Çok Prog.L.	1	Tofaş
100 Tuncel Aytaş	Gazi A.L	Haz	Tofaş
101 Uluk Gvrek	Demirtaşpaşa E.M.L.	1	Tofaş
102 Ümmüş Aydın	T.E.G.S. Ovaakça Tek.End.M.L	1	Tofaş
103 Yeşim Yakın	M. Kemal Coşkunöz A.T.L.	1	Tofaş
104 Yusuf Tuna	Ali Osman Sönmez E.M.L.	1	Tofaş
105 Yücel Aydın	Mimar Sinan An.T.M.L.	1	Tofaş
106 Zehra Uyar	Etimesut T.M.L	1	Türk Traktör

ÜNİVERSİTE

ADI SOYADI	OKUL	SINIF	ŞİRKET
1 Ali Erman	Eyüboğlu Kocaali Ün.v. M.Y.O	Bilgisayar	Arçelik
2 Alper Coplugil	Kocaali Ün.v.Gebze M.Y.O	1	Arçelik
3 Burcu Mühürücüoğlu	Sakarya Ün.v. Müh.Fak.	2	Arçelik
4 Murat Karakaya	Anadolu Ün.v.Eng.Ent.Y.O	2	Arçelik
5 Orkan Çınar	Yunus Emre M.Y.O	2	Arçelik
6 Ali Arıcı	Ege Ün.v. Edb.Fak	Haz	Aygaz
7 Serkan Binboğa	Ege Ün.v. Bergama M.Y.O	1	Aygaz
8 Burcak Taşdemir	Atatürk Ün.v.	1	Beko Elek.
9 Mehmet Bozoğlu	Yeditepe İkt.İdr.Bil Fak.	1	Beko Elek.
10 Seda Cebecioğlu	Sakarya Üni Sakarya M.Y.O	1	Beko Elek.
11 Sevil Aktaş	İ.Ü. Orman Müh.	1	Beko Elek.
12 Mıhrıban Köse	Abant İ.B.Ün.v. Sınıf Öğr.	2	Beko Tic.
13 Caner Akkuş	Kocaali Üniversitesi	1	BOS
14 Akın Ömercikoğlu	İ.T.Ü. Uşak Müh.Y.D.Y.O	1	Birmot
15 Gökhan Birinci	Zonguldak Karaelmas Ü.	1	Birmot
16 Ziynet Özgül	Selçuk Ün.v.M.Y.	İn.2	BOS
17 Mediha Doğan	Hacettepe Ü. Müh. Fak.	Haz	BOS
18 Ulaş Bektaş	Marmara Ün.v. İ.İ.B.F	1	BOS
19 Dilek Aydemir	Ege Ün.v. Hem.Y.O	Haz	Bursagaz
20 Erkan Arslantaş	Niğde Fen-Edb. Fak	1	Demir Exp.
21 Funda Utangaç	Boğaziçi Ün.v.	1	Demir Exp.
22 Halil Aygün	19.Mayıs Ü. Amasya Eğt.F	1	Demir Exp.
23 Münevver Otugöz	Gazi Ün.v.Eğt.F.	1	Demir Exp.
24 Orhan Yılmaz	Erzurum M.Y.O	2	Demir Exp.
25 Ömer Çakır	Cumhuriyet Ün.v. Eğt. F	1	Demir Exp.
26 Soner Çelik	İnönü Ün.v. Eğt. F	1	Demir Exp.
27 Candan Aydın	Gazi Ün.v. Çorum M.Y.O	2	Demrad
28 Ersoy Yıldırım	Uludağ Ün.v. M.Y.O.	1	Demrad
29 Filiz Dursun	Dumlupınar Ü. Kütahya M.Y.O	1	Demrad
30 Gülşah Yılmaz	Karacabey M.Y.O	1	Demrad
31 Keyser Civelek	Gazi Ün.v.M.Y.O	1	Demrad
32 Elçin Çetin	Balıkesir Ün.v.	1	Ford Otosan
33 Mehmet Kuz	Süleyman Demirel K.borlu M.Y.O	1	Ford Otosan
34 Zafar Yavuz	İ.Ü. Mak. Müh	1	Ford Otosan

ADI SOYADI	OKUL	SINIF	ŞİRKET
35 Zekiye Aladağ	Selçuk Ün.v.Eğ. Fak Zihinsel E	1	Ford Otosan
36 Zeynep Terzi	Bozüyük End.M.L.	1	Ford Otosan
37 Soner Yıldırım	Uludağ Ün.v. Beden Eğ. Spor B	1	Garanti B. B.
38 Aydın Haşimoğlu	Abant İzzet Baysal Fen Edb.	Haz	İzocam
39 Mehmet Kadioğlu	Ankara Ü. Tek.Eğt.	1	Koç Finans
40 Serap Özgel	Anadolu Ü. İşletme	1	Koç Holding
41 Alpar Şaher	ODTÜ İktisat	2	Koç Özel Lisesi
42 Alper Elmacı	Hacettepe Ü. Eğ Fak. Fizik	Haz	Koç Sistem
43 M. Yavuz Arabul	İst.Ün.v.İkt.Fak	Haz	Koçbank
44 Seytullah Eray	Kocaali Ün.v. Mak.Y.O	1	Koçbank
45 Veddi Aydın	Fırat Ün.v.Tek Eğt. Fak	1	Koçbank
46 Hande Başer	Kocaali İ.İ.B.L. Çalışma E.	2	Koçtaş
47 Çağrı Çakar	Sakarya M.Y.O	1	Koçtaş Y. Mar.
48 Ecem Topçu	Hacettepe Ün.v. Ecz.Fak	1	Lipet
49 Elvan Turçal	S.Demirel Bucak Hik. Tol.M.Y.O	1	Lipet
50 Hülya Gökmen	Ege Ün.v.Tek.Öğr.	1	Maret
51 Münevver Güçlü	Kocaali Ün.v.Kimya	1	Maret
52 Doğuş Görür	Trakya Ü. Ziraat F. Gıda Müh.	1	Migros
53 Seda Gül	Gazi Ün.v. Sınıf Öğr.	1	Mogaz
54 Yeşim Altın	Hacettepe Sosyal M.Y.O	Haz	Mogaz
55 Nagehan Tokdoğan	Hacettepe Ün.v. Edb.Fak	Haz	Otokar
56 Emel Güleç	Çanakkale 18 Mart İng Öğrt.	3	Otosan
57 Baykal Tek	Yıldız Teknik Ün.v.	1	RMK Marine
58 Serkan Bölük	Karadeniz Tek.Ün.v.G.Hane Y.O	1	RMK Marine
59 Yücel Güldane	Sakarya Ün.v.Bilgisayar Prog	1	RMK Marine
60 Sabri Ağaoğlu	İst.Ü. İşletme	4	Seksüt
61 Alp Ayan	İ.Ü. Fen F	1	Takosan
62 İsmail Hacıoğlu	Sakarya Ün.v. Bilgisayar Des.T.	1	Takosan
63 Gülsüm Korkmaz	Uludağ Ü. Tekstil Müh	intibak	Talya
64 Yaşar Anıl Gülel	Ankara Ü. Dil Tarih Coğ.	1	Talya
65 Bertan Akhun	Uludağ Ün.v. Tek.Bil.Y.O	1	Tat
66 Gülşah Duran	Celal Bayar Eğ.Fak	1	Tat
67 Bade Boyer	Koç Üniversitesi Kimya	Haz	Tofaş Oto
68 Fatih Çetin	Yıldız Teknik Üni.	Haz	Tofaş Oto

Aygaz Sponsorluğunda Osmanlı Kültürüne Yeni Bir Pencere Açıldı

Geçtiğimiz yıllarda Nurhan Atasoy'un Türk-İslam sanatıyla ilgili araştırması "Otağ-ı Hümayun"u yayınlayarak ulusal sanat tarihi kitaplığımıza kazandıran Aygaz, geçmiş kültürümüzle ilgisini bu kez Atasoy'un "Hasbahçe" adlı yapıtıyla sürdürüyor

Osmanlı sanatı ve kültürü üzerine yaptığı araştırmalarla yakından tanıdığımız Nurhan Atasoy'un son kitabı "**Hasbahçe: Osmanlı Kültüründe Bahçe ve Çiçek**", **Aygaz**'ın sponsorluğunda, Osmanlı kültürüne açılan yeni bir pencere niteliğinde... Osmanlı kültüründe bahçe düzenlemelerini ve çiçek sevgisini konu alan eser, Koç Ailesi'ne ithaf edilmiş: "Bir ömür boyu üzerinde çalışıp biriktirdiğim çeşitli konulardaki notlarımın boşa gitmesini önleyen ve bunların üzerinde tekrar çalışıp kitap halinde yayınlanmasına destek veren **Rahmi Koç** ve **Ömer Koç**"a..."

Ömer Koç, kitabın önsözünde şunları yazıyor: "Bahçe'den, 'çiçek'ten gitgide uzaklaştığımız, gitgide daha fazla beton yapılarla, cam kulelere hapsediğimiz bir zamanda, Türk-İslam sanatı tarihinin önde gelen isimlerinden Nurhan Atasoy'un kapsamlı çalışması Hasbahçe: Os-

manlı Kültüründe Bahçe ve Çiçek, uzaklarda kalmış bir çağdan 'eskizaman' bahçelerinin serinliğini, dinginliğini, renklerini, kokularını getiriyor yaşamımıza." 367 sayfalık kitap, 9 bölümden oluşuyor: Osmanlı ve Diğer Bahçeler (İslam Ülkeleri-Roma-Bizans); Osmanlı Bahçelerinin Özellikleri (Bahçe Köşkleri, Bahçe Tahtları, Selvi ve Fiskiyeli Havuz vb.); Osmanlı Bahçeleri ve Avrupa; Osmanlı'da Çiçek (Çiçekle Süslenme, Kanuni ve Çiçek vb.); Osmanlı'da Cennet Bahçesi; Osmanlı'da Saray Bahçeleri (Edirne Sarayı ve Bahçesi, Topkapı Sarayı vb.); İstanbul'un Saraylar Dışındaki Hasbahçeleri (Langa Bostanı, Aynalıkavak Bahçesi, Gökusu ve Küçükusu Mesireleri vb.); Anılarda İstanbul'un Bahçe ve Çiçekleri; Bahçecilik ve Çiçek Risaleleri.

Başvuru için:

Aygaz: (0212) 274 30 00

Koç Kültür Sanat ve Tanıtım

Hizmetleri: (0212) 274 77 77



Bahçeye hâkim olabilmek amacıyla yüksek yapılmış çardak biçimindeki bir bahçe köşkü.



DemirDöküm’de Müşterinin Memnuniyetinden Mutluluğuna...

Klima, kazan, şofben, termosifon üretiminde son derece önemli bir yere sahip olan **DemirDöküm**, tüketici memnuniyetini sağlamak amacıyla 290 noktadan, 1.200 servis elemanı ve yaklaşık 500 araç ile hizmet veriyor. DemirDöküm Servis Yöneticisi **Abdullah Kuter**, ürettikleri cihazlar ve kurdukları sistem aracılığıyla müşteri memnuniyetini sağladıklarını söylüyor.

• Müşteri memnuniyeti sizin için ne ifade ediyor?

Müşterilerimizin bizden talepleri, ürün ve hizmetlerimizle, ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanmasıdır. Bu beklentilerin karşılanması seviyesi, memnuniyetin ölçüsünü belirler. Beklentinin üzerine çıkabilerseniz, memnuniyet mutluluğa dönüşür. Tüketiciler, memnuniyetlerini veya tecrübelerini çevreleriyle paylaştıklarında yeni müşterilerle

“Müşterilerimize 290 noktada 1.200 servis elemanı, yaklaşık 500 araç ile hizmet verilmektedir. Servis işyerlerini standart hale getirmek amacıyla başladığımız çalışmalarımız önemli oranda tamamlanmıştır”

DD DemirDöküm

şirkete, satışların ve pazar payının artırılmasına katkı sağlarlar.

Satış Öncesi Keşif

Ürünlerimiz bağımsız çalışan cihazlar değildir. Isıtma-soğutma sektöründe tesisat, baca, havalandırma, elektrik, doğalgaz veya LPG bağlantılarının belirli koşulları ve standartları sağlaması ve güvenlik açısından yeterli olması lazım. Bu nedenle, satış öncesi keşif ve projelendirme hizmetleri, satış sonrası tesisat, montaj ve devreye alma işlemleri ile cihazın ömrü boyunca arıza ve periyodik bakım hizmetlerinin farklı ekiplerle uyum içerisinde sürdürülmesi gerekir. Kısacası cihazdan çok, bir sistemden memnuniyet sağlanması söz konusudur.

Bunun sağlanması satış öncesinde tecrübeli ve eğitilmiş bayi ağını, cihazın ömrü boyunca devam eden çalışma süresi içerisinde ise, eğitilmiş ve donanımlı bir servis teşkilatını gerektirmektedir. Bu konuda sektörümüzde ülke tarihinde en iyi, en yaygın bayi ve servis ağına sahibiz.

• Sizce müşteri memnuniyetini sağlamada kalite tek başına yeterli midir?

Sadece teknolojik gelişmelerle sağlanan ürün kalitesindeki üstünlükler bir süre sonra diğer firmalar tarafından da uygulandığı için önemini yitirmektedir. Bu nedenle fark yaratacak, üstünlük sağlayacak kalıcı uygulamalara yönelmek ve müşteri bağlılığı sağlamak şart. Bağlılığı sağlayacak en önemli etken ise, verilen hizmet ve kurulan ilişkilerdir.

Herkes Aynı Dili Konuşur

Kullanıcının ısıtma-soğutma ihtiyacının doğru tespit edilmesinden sistemin doğru tesis edilmesine kadar, sektöre öncülük edecek birçok kitap, şartname ve prosedür oluşturulmuş, bu konuda bayi ve servislerimiz eğitilmiş, herkesin aynı dili konuşması sağlanmıştır. Tesisatçıların, montaj yapanların veya servislerin, kendine özgü yöntem ve uygulamalarının önüne geçilmiştir. Mamullerin içinden çıkan kontrol listeleriyle, devreye alma ve montaj formlarıyla, şartnamelere uygunluklar kontrol edilmekte, cihaz seçiminin, tesisat, baca, yakıt, su, elektrik, havalandırma koşulla-

DemirDöküm Servis Yöneticisi Abdullah Kuter: “Ülke tarihinde en iyi, en yaygın bayi ve servis ağına sahibiz”



rına kadar tüm sistemin işletim-den sonra müşteriye sorun çıkartmaması sağlanmaktadır. Şirketimiz ürünlerimize 3, 5, 10 yıl gibi garantiler vermekte, cihaz ömrü boyunca, yedek parça bulundurma ve ücretli bakım garantisi sağlamaktadır. Yıllar önce alınmış cihazlarımızda bile "servis hizmeti alamadım" veya "yedek parça bulamadım" diyen müşterimiz olmamaktadır. Uzun garanti süreleri, ürün kalitesinin güvenilirliğinin göstergesi olması yanında, müşteri bağlılığına katkıda da rol oynamaktadır.

• **Çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?**

Müşterilerimize 290 noktada 1.200 servis elemanı, yaklaşık 500 araç ile hizmet verilmektedir. Servis işyerlerini standart hale getirmek amacıyla başladığımız çalışmalarımız önemli oranda tamamlanmıştır. Bu durum müşteriye ve servisin kendisine güvenini artırmaktadır. Servis işyerleri, bizlerin çalışma ortamıyla masasından sandalyesine kadar aynı özelliklerdedir. Bu, bizim servislerimize verdiğimiz önemin ve değerın göstergesidir. Servis araçları, giysileri, çantaları ve donanımlarında standardizasyon sağlanmıştır. Servislerimizle bilgi alışverişi yüzde 80 oranında internet üzerinden bilgisayar ortamında gerçekleşmektedir. Bu kanaldan

Servis araçları, giysileri, çantaları ve donanımlarında belli bir standart sağlanmış durumda.

Servislerimizle bilgi alışverişi %80 oranında internet üzerinden bilgisayar ortamında gerçekleşmektedir. Bu kanaldan alınan arıza ve ürün performansı bilgileri istatistiki şekle dönüştürülerek, kalitemiz izlenmekte ve geliştirilmektedir

alınan arıza ve ürün performansı bilgileri istatistiki şekle dönüştürülerek, kalitemiz izlenmekte ve geliştirilmektedir. İstanbul, Ankara ve İzmir Bölge'deki eğitim salonlarımızda, servislerimize sürekli teknik, davranış, bilgisayar, kalite vb. eğitimler verilmektedir. Tali satıcı veya bayilerimizin elemanlarına, cihaz ve tesisat konularında eğitim çalışmaları düzenlenmekte, tesislerimiz gezdirilerek, ürünlerimiz ve şirketimizle yakınlaşmaları sağlanmaktadır.

• **Satış sonrası müşteri memnuniyeti konusunda neler yapıyorsunuz?**

Klima, kazan, şofben, termosifon gibi cihazlarda ücretsiz keşif ve montaj uygulamalarımız var. Doğalgaz sobası, kombi, kat kaloriferi, kazan, brülör, hidrofor gibi cihazların tesisat ve montajlarının belirli standartlarda olması gerektiğinden servislerimizde ücretsiz ilk çalıştırma ve devreye alma işlemi yapılmaktadır. Servislerimizin cihazlarımızda yaptıkları bakım, onarım ve değiştirdikleri her parçaya bir yıl garanti veriyoruz. Bu şekilde müşterilerimizin garanti süresinden sonra da

çeşitli nedenlerle piyasa tamircileriyle muhatap olmasını önleyerek, cihazlarımızın verimli çalışmasını ve memnuniyetin sürdürülmesini amaçlıyoruz.

• **Ürünlerinizi kullanan tüketiciler size nasıl ulaşıyor; ve siz onların sorunlarını çözmek için ne gibi yollara başvuruyorsunuz?**

Cihazlarımız genelde kış aylarında yoğun olarak kullanıldığından, Kasım-Mayıs döneminde, kazan, brülör, kombi, kat kaloriferi gibi komple bina ve tüm aile fertlerinin yaşamını etkileyen cihazlar için, yedi gün kesintisiz servis hizmeti yapmaktayız.

Müşteri memnuniyetine yönelik bu ve benzeri uygulamalarımız, I. Tüketici Ödülü'nü almamızda etkili olmuştur. Tüketicilerimiz internet aracılığıyla şikâyet veya önerilerini kolayca şirketimize iletebilir. Bu yıl şirketimize gönderilen yazılı şikâyet ve önerilerin %68'i bu kanaldan iletilmiştir. Geçen yıl bu oran %60'tu. Bu kanaldan bize ulaşan müşterilerimizle aynı gün irtibat kurup sorunlarını mutlaka memnun olacakları şekilde çözmeye çalışmaktayız.

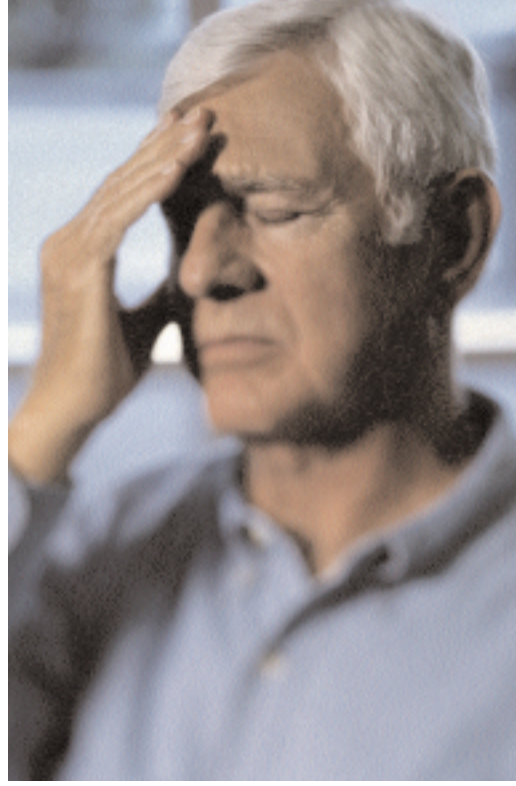


DÜZELTME: Beko Call Center Numarası: 444 14 14

Dergimizin Aralık 2002 sayısında Beko Elektronik Tüketici Hizmetleri ile ilgili olarak yayımlanan yazıda Call Center numarasında dizgi yanlışlığı yapılmıştır. Türkiye'nin her noktasında geçerli olan Beko Call Center'ın doğru numarası 444 14 14'tir. Düzeltir, özür dileriz.

“Çat kapı” Gelen Baş Ağrısı, Hemen Gitmiyor!

Gergin ortamlarda ağrı kesiciler imdadımıza yetişse de, doğru teşhis konulamadığı sürece bu hapların tedavi edici özelliği bulunmuyor. VKV Amerikan Hastanesi Nöroloji Bölüm Şefi Dr. Emil Goldenberg’den edindiğimiz bilgiler ışığında “Baş ağrısı”yla nasıl baş edebileceğimizi araştırdık



Günümüzde en sık karşılaştığımız sağlık sorunlarından biri, baş ağrısı. Hatta espri anlayışı kuvvetli kimi ekonomistler, yıllık iş gücü kaybından söz ederken, o gün tesadüfen başı ağrıyan üst düzey yöneticilerin kaçırdığı fırsatları da şaka yollu vurgulamadan edemiyorlar. Eğer sizin de sık sık başınız ağrıyorsa vücudunuzda alarm zilleri çalmaya başlamış demektir. Ne yazık ki baş ağrısının tek bir hastalığın habercisi olduğu söylenemez.

Baş ağrısıyla ilgili olarak kendisiyle görüştüğümüz VKV Amerikan Hastanesi Nöroloji Bölüm Şefi **Dr. Emil Goldenberg**; artık birlikte yaşamaya alıştığımız bu durumu, nedenlerine göre iki türlü tanımlıyor: “Tıpta beyin tümörü, beyin kanaması, menenjit vs. gibi gözle görülebilen nedenlere bağlı baş ağrıları olduğu gibi, gözle görülemeyen yani birtakım kanışık kimyasal salgı problemleri gibi nedenlere bağlı baş ağrılarına da rastlanıyor. Bunlara en iyi örnekler de migren ve gerilim baş ağrıları”. Şikâyetin başlıca nedeni stres gibi gö-



rülse de bu sadece işteki problemlerin yaratabileceği gerginlik olarak algılanmamalı. Örneğin çalışma şartları nedeniyle denge-siz ve yetersiz beslenme, gereken uykunun alınamaması, mesleğe bağlı vücut pozisyon değişiklikleri de başımızın ağrımaya için tek başlarına yeterli bir sebep olabiliyor. Hatta ışıklandırma ve işyerlerindeki klimalar da migren gibi baş ağrıları için tetikleyici nedenler arasında.

Gevşeme Egzersizleri İle Daha Çok Oksijen!

Gerilimden kaynaklanan baş ağrı- nlarını önlemek için ofiste ve evde kendiniz de birtakım basit gevşeme egzersizleri uygulayabilirsiniz. Çağdaş tıp, 21. Yüzyıl insanının kronikleşen şikayeti haline gelen baş ağrısına karşı her gün yeni bir yöntem geliştiriyor. Nefes alma egzersizleri buna bir örnek. Egzersizlerin temel amacı, acının kontrol altına alınabilmesinde vücutu olumlu yönde etkileyebilmek.

Nefes egzersizi, kasları gevşetiyor, hücrelere daha çok oksijen taşınmasını sağlıyor. Vücudun

ağrı kesicileri olan endorfinlerin üretimini artırıyor ve zihnimizi sakinleştiriyor.

İşte size, günün herhangi bir saatinde uygulayabileceğiniz bir nefes alma egzersizi örneği:

- Rahat bir oturma pozisyonu alın. Yavaş ve derin bir şekilde nefes almaya başlayın.
- Nefes verirken kendinizi rahat hissedin.
- Nefes alıp verme sıklığını kendinize göre ayarlayın.
- Her nefes verişte kendinizi rahatlatarak kelimeleri fısıldayın.
- 15 dakika sonunda egzersizi yavaşça ve çok derin bir nefesle sonlandırın.

Aromaterapiyi Deneyin!

Koku ile rahatlama ve gevşeme yöntemi olarak bilinen aromaterapi, bitkisel öz yağların kimyasal yapısı ve enerjilerinden faydalanılarak, masaj, teneffüs, kompres ve banyo gibi yollarla uygulanan, doğal bir terapi yöntemi. Bu yöntemde burnumuzdan teneffüs yoluyla beynimize ulaşan koku molekülleri, kokusal hafızamızı harekete geçiriyor. Bu da psikolojik yönden rahatlamamızı sağlıyor.



toplum ve yaşam

Sinema ve Kitap Dünyasındaki Gerilim, Çocuklarımızı Nasıl Etkiliyor?

Çocuğun Bir Kitap ya da Filmden Olumsuz Etkilendiği Nasıl Anlaşılır?



Sanatın her dalı insana farklı zenginlikler katacağı için, çocukların da sık sık kültürel ve sanatsal etkinliklerle buluşması gerekir. Her çocuğun, izlediği filmde ya da okuduğu kitaptan etkilenme derecesi farklı olduğu gibi, etkilenme belirtileri de farklıdır; yine de ortak bazı belirtileri sıralamak mümkün.

- Duygularını ifade etmede güçlük çekme.
- Filmi izlerken ya da kitabı okurken sürekli gergin bir ruh haline sahip olma.
- Makul bir neden olmadan üzülmeye, çaresizlik duyma ve bu duygulardan kurtulamama.
- Çoğu zaman yoğun biçimde öfkeli olma, ağlama ya da aşırı tepkide bulunma.
- Başka çocuklardan daha fazla endişeli ya da kaygılı olma.
- Aşırı derecede korkulu olma. Açıklanamayan korkular duyma ya da diğer çocuklardan daha fazla korku duyma.
- Fiziksel sorunlarla ya da görünümle sürekli ilgilenme.

- Zihnini kontrol edememekten ya da zihninin başkaları tarafından kontrol edildiğinden korkma.

- Uyuma ve yeme alışkanlıklarında açıklanamayan değişimler gösterme.
- Çok fazla hayal kurma.
- Açıklanamayan sesler duyma.



JK Rowling'in önce kitapçı raflarını süsleyen, sonra da filme çekilen eseri "**Harry Potter**", gösterime girdiği ülkelerde ilgi çektiği kadar tartışmalara da neden oldu. Tartışmanın ana nedeni, "Harry Potter"ın çocukları ürkütebilecek bir içeriğe sahip olduğu iddiasıydı.

Okulların yarıyıl tatiline girmesine az bir süre kala, sanatsal yapıtların çocuk psikolojisi üzerindeki etkilerini araştırmak istedik. Koç Özel Lisesi Rehberlik Servisi'nden **Sibel Yalman**, "çocukların izleyeceği filmler konusunda seçici olmak gerektiğini ifade etti ve şunları söyledi:

"Tüm filmleri önceden izleme olanağımız olmadığından, çocuklarımıza film seçerken, götüreceğimiz film hakkında elimizden geldiğince bilgi toplamalıyız. Mümkünse birlikte izlemeli, izleyemediğimiz taktirde film hakkında konuşmalı ve olumsuz etkilerini azaltmalıyız. Saldırganlık, gerilim içeren, acıma duygularını gereksiz sömüren, anlayamadıkları bir cinsellik içeren, insani değerlerimize zarar veren filmleri mümkün olduğunca seçmemeliyiz."

Amerikan Hastanesi Uzman Gelişim Psikoloğu **Dalya Benbasa** ise sorularımızı yanıtlarken, konuyla ilgili olarak ailelere bazı önemli ipuçları verdi.

• Çocuklarımız kitaptan mı, sinemadan mı daha çok etkilenirler?

Her çocuk yaşamı algılayarak beş duyusunu farklı ağırlıklarla kulla-

nır. Buna bağlı olarak aynı sahne, her çocukta farklı etki yapacaktır. Çocuk kitap okurken, yazılanları kendisine özgü bir biçimde hayalinde canlandırabilir. Kendi iç sesi ile kahramanların konuşmalarını, vurgularını, mimiklerini hayal eder. Dolayısıyla kitabın kahramanları, her okuyucunun elinde yeniden şekillenir. Diğer yandan, kitaptaki öykünün film yapımcısının yorumu ile sinemada izlenmesi de önemli bir deneyimdir. Çocuk belki de hayal edemeyeceği bir tarzı izleme olanağı bulur. Farklı sanat dallarının farklı etkileşimlerine açık çocuklar yetiştirilmeli, diye düşünüyorum. Çünkü her eserin çocuğun psikososyal gelişimine katkısı çok farklı boyutta.

• Filmlerde şiddet ve gerilim unsurlarının sıkça bulunması çocuk ruh sağlığını nasıl etkiler?

Mümkünse şiddet sahnelerinin bulunduğu yapımları çocuğa izletmemeli. İzlediyse, şiddetin uygun olmadığının ve sahnenin gerçek olmadığının altı çizilmeli. Aile çocuğun hayal ürünlerine anlayışla yaklaşmalı, ona katılmalı ve içindeki dünyayı dışı vurma-sını desteklemeli. Süreç tamamlanınca, bunun hayali olduğunun, bu oyun bitince gerçek yaşama döneceği mesajını vermeli. Böylece çocuk hayalle gerçeğin çizgisini duyumsar.



Finans Dünyasına Bakış

İmalat sanayi kapasite kullanım oranı Kasım ayında %77.1 oldu.

Aynı değer, geçen yılın aynı ayında %74 idi. Son iki ayda kaydedilen %79.7 ve %80.4'lük rakamlar dikkate alındığında Kasım ayındaki kapasite kullanım oranının görece düşük kalması dikkati çekiyor. Veriler detaylı olarak incelendiğinde, bu sonucun kamu sektörünün düşük performansından kaynaklandığı görülüyor:

Kasım ayı bütçe verilerine göre, Kasım ayında 1,809 trilyon lira faiz dışı fazla elde edildi. Bu rakam geçmiş aylarla karşılaştırıldığında olumlu bir seviyeye işaret ediyor. 11 aylık kümülatif faiz dışı fazla ise 17,094 trilyon lira oldu. Bu rakam 15,882 trilyon lira olan yıl sonu hedefinin üzerinde. Ancak geçmiş yıllarda olduğu gibi, bu yıl Aralık ayında da faiz dışı dengenin açık vermesi ile toplam faiz dışı fazla rakamı yıl sonu hedefinin altına inebilir. Ocak-Kasım dönemi itibarıyla toplam bütçe açığı rakamı da sene sonu hedefinin üzerine çıkmış bulunuyor.

Ekim ayında ihracat ve ithalat geçen yıl aynı aya göre sırasıyla %19.2 ve %37.1 oranlarında artış gösterdi. Buna göre aylık ihracat 3,353 milyon dolarla tüm zamanların en yüksek seviyesine ulaştı. İthalat ise, 2002 yılı içindeki en yüksek hacme ulaşarak 4,614 milyon dolar seviyesine geldi. Aylık dış ticaret açığı

ise Temmuz ayında 1,525 milyon dolarla ulaştığı 2002 yılının en yüksek seviyesinden daha düşük bir noktada gerçekleşti. Ekim ayı için en dikkat çekici artış %66.7 ile otomotiv sektörü ihracatında görüldü. Bu kalemde ihracat yılın ilk 10 aylık döneminde geçen yıl aynı döneme göre %28.9 oranında artarken, toplam ihracatın %8.8'ini bu kalem oluşturdu. İthalat ise, Ekim ayında 2002 yılının en yüksek seviyesine ulaştı.

Cari işlemler hesabında, Ekim ayında 513 milyon dolarlık önemli bir fazla kaydedildi ve yılın ilk on ayındaki birikimli fazla miktarı 594 milyon dolara yükseldi. Ekim ayındaki bu rakam, 2002 yılında kaydedilen ikinci en yüksek fazla rakamı oldu. İhracatın Ekim ayındaki performansı, bu sonuçta etkili oldu.

Devlet İstatistik Enstitüsü Aralık ayı enflasyon rakamlarını açıkladı. Aralık ayında TÜFE %1.6, TEFE ise %2.6'lık bir artış gösterdi. Yıl-sonu enflasyonu ise, TÜFE'de %29.7, TEFE'de ise %30.8 oldu. Özel imalat sanayi fiyat endeksindeki artış (çekirdek enflasyon) ise, %2.0 oldu. Yıl sonu rakamları TEFE için %31, TÜFE içinse %35 olarak belirtilmiş bulunan resmi hedeflerin altında gerçekleşti. Rakamlar ayrıca son yirmi yıldan bu yana kaydedilen en düşük yıllık enflasyon seviyeleri olarak belirlendi.

Yatırım Araçları Getirileri

(31.12.2001 - 31.12.2002)	%
Koçbank B tipi tahvil ve bono fonu	58.4
Koçbank B tipi değişken fonu	51.7
Koçbank B tipi likit fon	50.2
Piyasa B tipi fonları ağırlıklı ortalama getirisi	46.4
Koçbank A tipi karma fonu	29.2
Koçbank A tipi değişken fonu	29.2
Piyasa A tipi fonları ağırlıklı ortalama getirisi	1.6

(30.11 - 31.12.2002)

Koçbank B tipi tahvil ve bono fonu	2.5
Koç Yatırım B tipi değişken fonu	2.3
Koçbank B tipi likit fon	2.5
Piyasa B tipi fonları ağırlıklı ortalama getirisi	2.6
Koçbank A tipi karma fonu	-6.7
Koçbank A tipi değişken fonu	-6.7

Alternatif Getiriler

(31.12.2001 - 31.12.2002)	%
TL mevduat (3 ay)	53.5
Gecelik repo getirisi	46.3
Hazine bonusu (3 ay)	40.7
Altın	40.4
Euro	34.2
Amerikan Doları	13.4
İMKB-100 endeksi	-24.8

(30.11-31.12.2002)

İMKB-100 endeksi	-22
Hazine bonusu (3 ay)	2.0
TL mevduat (3 ay)	3.2
Gecelik repo getirisi	2.9
Euro	12.8
Amerikan Doları	6.8

Koç Yatırım Fonları Hakkında

Koç Yatırım Menkul Değerler A.Ş. A Tipi Koç Şirketleri İştirak Fonu (KoçFon7)

Koç A Tipi Yatırım Fonları arasında hisse senedi oranı nispeten yüksek olan ve sadece Koç Grubu hisse senetlerine uzun vadeli yatırım yapmak isteyen yatırımcılara önerilen bir fondur. Yatırım politikası gereği hisse senedi oranı %51-100 arasında değişir. **Portföy Büyüklüğü:** 2 Aralık 2002 tarihi itibarıyla 2,818 milyar TL.

Alım Satım Kuralları: Fon almak veya geri satmak isteyen yatırımcılar, bir sonraki hafta Pazartesi günü işlem yapmak üzere, bir önceki Perşembe günü 12:30'a kadar alım/satım emri verebileceklerdir. İki iş günü sonra, Pazartesi günü, fon alım satım işleminin bedeli aynı gün ilan edilen birim fiyatla ödenecek, satım işlemi ise yine aynı fiyatla hesaba geçecektir. ATM'ler, Fonobank ve www.kocbank.com.tr ve www.kocyatirim.com.tr adresi aracılığıyla de fon alım satım emri verilebilir.

Yatırım için tavsiye edilen süre: Minimum 6 ay ile 1 yıl arasındadır.

Yönetim Ücreti: Portföy değeri üzerinden günlük %0.015

Vergi Durumu: Tüm A ve B Tipi yatırım fonları 31.12.2002 tarihine kadar bireysel yatırımcılar için vergiden muaf.

Koç Yatırım Araştırma Grubu Hisse Senedi Tavsiye Listesi

(13.12.2002 tarihi itibarıyla)

Hisse adı	Fiyat (TL/Hisse) (13.12.2002 Kapanış)
Akbank	6.400
Hürriyet	5.700
Akenerji	10.000
Alarko	26.500
Aygaz	26.500
Vestel	4.300
Akcansa	10.000
Tofaş	4.300
Enka	49.500
Sabancı	5.700
İMKB-100	13.047

Otomobilinizi Küstürmeyin!

Kiş ayları, yoğun kar yağışı ve buzlanmadan dolayı sürücülere zor anlar yaşattır. Özellikle kaygan ve buzlu yollar büyük tehlikeler yaratır. Aracınızda kış lastikleri bulunmazsanız, düşük hız yapmanız, takip mesafesini iki katına çıkarmanız, uzun farlar yerine kısa farları tercih etmeniz, buzlanmış camları ısıtmadan silmemeniz tehlikeyi azaltmak için alınabilecek önlemler arasındadır. Ancak kötü hava koşullarında yalnızca dikkatli olmak yetmez. En fazla yarım gününüzü alacak bakım işlemleri, çetin koşullarda rahat etmenizi ve tehlike altına girmenizi sağlar. Peki, otomobiliniz bakıma girdiğinde hangi işlemlere tabi tutulur?

Dikkat ve Tedbir Hayat Kurtarır

Akü: Otomobilin bütün sistemine güç kaynağı sağlayan akünün şarja ya da saf suya ihtiyacı olup olmadığı öğrenilmelidir.

Direksiyon hidroliği:

Hidrolik deposu kapağıyla seviye, elle de vizikosite olarak adlandırılan yoğunluk kontrolü yapılmalı ve gerekiyorsa yağ eklenmelidir.

Şanzıman ve diferansiyel yağı: Soğuk günlerde yağın donması halinde araç büyük hasar görebilir. Yağın bulunduğu bölümün tapası açılarak bakılmalı, belirli bir miktar akma yapmıyorsa yağ eklenmelidir.

Antifriz: Antifriz miktarını, aracın kullanıldığı bölgenin iklimi belirler. Ancak genel olarak radyatör suyunun yüzde 75'inin antifriz, yüzde 25'inin ise su olması önerilir.

Kötü hava koşullarında sürücülerin sadece çok dikkatli olmaları veya otomobillerinin bakımını düzenli olarak yaptırmaları bile yeterli olmayabilir. İşte kış boyu sizi yolda bırakmayacak önlemler...



Motor yağı: Eğer yağ, çubuğun üzerinde belirtilen sınırların altındaysa mutlaka ekleme yapılmalı, periyodik değişim kilometresi geldiyse yağ değiştirilmelidir.

Fren hidroliği: Fren hidroliği kapak açılarak gözle ve elle yapılan muayene sonucunda kontrol edilmelidir. Ortalama 50-60 bin kilometrede de tamamen yenilenmelidir.

Silecek ve fışkiyeler: Kışın aracın en çok kullanılan parçalarından olan sileceklerde püskürtülen suyun izi kalıyorsa, lastiklerinin değiştirilmesi gereklidir.

Lastikler: Lastiklerin gözle ve ilgili cihazlarla, dış derinliğinden yüzeyine kadar tüm kontrolleri yapılmalıdır.

Rot-balans: Aracın diğer bakımları yapılırken sökülen lastikler, önce balans için cihaza takılmalı, gerekiyorsa kurşun eklenip titreşim

ortadan kaldırılmalıdır. Balans ayarından sonra rota sokulan araç sağa sola çekmeler ve diğer dengeler için

ayarlanmalıdır.

Kalorifer-klima sistemi ve polen filtresi: Klimalı araçlarda kullanılan polen filtresi ve kalorifer hortumları kontrol edilmelidir.

Farlar: Kışın daha fazla ihtiyaç duyulan farlar, daha iyi bir görüş için gerek yükseklik gerekse yan açılar olarak kontrol edilmelidir.

Rezistans: Kışın arka camdaki buğuyu çözerek görüş olanağını artıran rezistansın kontrol edilmesi, eğer herhangi bir problem varsa onarılması veya değiştirilmesi gereklidir.

Korozyon: Aracın boyası üzerinde meydana gelen çizik, kırılma gibi sorunlar yağışlarla birlikte daha büyük sorun haline gelir; buradan sızan su zamanla aracın boyasında ciddi problemler yaratabilir. Boyadaki bu tür bölgeler rötuşlanmalı, özellikle mekanik bölgeler yağ ya da gerekli koruyucularla bu etkiden kurtarılmalıdır.

Hava filtresi: Yanma odasına giden havanın süzgeci rolünü üstlenen hava filtresi kontrol edilmeli ve yanmanın daha sağlıklı olması sağlanmalıdır.

Yaz Lastiklerinizi Kış Uykusuna Yatırın!



Birmot ile Continental, Türkiye'de ilk defa gerçekleşecek olan bir kampanyaya imza atıyorlar. "Yaz Lastiklerinizi Kış Uykusuna Yatırın" sloganı ile Aralık ayında başlayan ve kış boyunca sürecek kampanya kapsamında Birmot temsilciliklerinden Continental Kış Lastiği satın alan veya halihazırda kış lastiğine sahip olan tüketicilerin araçlarından çıkartılan yaz lastikleri, Birmot servislerinde temizlenip, ambalajlandıktan sonra etiketlenerek Birmot garantisiyle ücretsiz olarak muhafaza edilecek. Kışı geçiren Continental kullanıcıları, yaz başında tekrar Birmot servisini ziyaret ederek, yazlık lastiklerini taktırabilecekler.

30 Soruda Cengiz Solakoğlu

● **Annenizin, babanızın adının yanına bir sıfat koymak isteseniz, bu ne olurdu?**

(Örnek: Annem, sevecen, babam, çalışkan gibi...)

Annem, fedakâr ve sabırlı, babam mert ve otoriter.

● **Kardeşiniz var mı? Çocukken en çok hangi konularda kavga ederdiniz?**

3 kardeşim daha var. 7 ve 12 yaş küçüklerimle kavga etmez, aksine onları korurdum. 1 yaş küçük kız kardeşimle birlikte büyüdük. Birbirimize karşı sevgi bağımız hiç eksik olmadı.

● **Çocukluğunuzda en çok hangi oyunu oynamak size zevk verirdi?**

Futbol.

● **Hangi okullarda okudunuz, sizi en çok etkileyen öğretmeniniz kim? Neden?**

Sultanahmet Ticaret Lisesi, İstanbul İktisadi ve Ticari Bilimler Akademisi. Beni etkileyen hocalarımın sayısı fazla. Birini öne çıkarmayı diğerine karşı haksızlık olur diye istemem. Çalışkanlık ve başarma hırsı gibi konularda etkilendiğimi söyleyebilirim.

● **Tüm okul yaşamınızda “en iyi arkadaşım” diyebileceğiniz kişi kim? Onunla neler paylaştınız?**

Sabih Karahanoğlu. Onunla her türlü gençlik sırrını paylaşırken aynı zamanda başarılı olmak konusunda birbirimizi sürekli yüreklendirirdik.

● **Tatillerinizi nasıl değer-**



Dayanıklı
Tüketim
Grubu
Baskanı
Cengiz
Solakoğlu eşi
Yetil Hanım
ile birlikte
bir davette.

lendirirsiniz?

Kitap okuyup, bulunduğum çevreyi eşimle gezerek.

● **Çocukken hangi mesleği seçmek isterdiniz?**

Doktor olmayı çok arzu etmiştim.

● **Gençlik yıllarınızın en büyük hayali neydi?**

Lefter Küçükandonyadis gibi futbol oynamak, Münir Nurettin Selçuk gibi şarkı söylemek, İsmet İnönü gibi devlet adamı olmak, büyük hayallerimdi. Okul yıllığımda da bunlar yazılı.

● **Spor yapar mısınız? Herhangi bir spor aktivitesini izler misiniz?**

Futbol ve ping pong oynardım. Ameliyatlar beni bu sporları yapamaz hale getirdi. Şimdi hafta sonları uzun yürüyüşlerle yetiniyor, Fenerbahçe'nin futbol ve basketbol maçlarını izliyorum.

● **İş yaşamınızın en önemli dönüm noktası nedir?**

Atılım Şirketine Genel Müdür olarak atanmam.

● **İş yaşamınızda sizce en büyük başarınız nedir?**

Arçelik Yetkili Satıcılık Sistemi'nin bir aile kavramı içinde karşılıklı güvene dayalı olarak yeniden düzenlenmesi, güçlendirilmesi ve münhasırlık kavramının daha geniş ürün yelpazesinde uygulanması.

● **Evinize döndüğünüzde ilk yaptığınız şey nedir?**

(Örnek: Anahtarı yemek masasının üzerine atmak, köpeğimi gezdirmek, çocuklarını sarılmak gibi...)

Günlük giysilerden arınıp, rahatlamak.

● **Hobileriniz nedir?**

Elektronikteki yenilikleri takip ve onlara sahip olup kullanma, internette gezinme...

- **Kutladığınız en güzel doğum günü hangisiydi?**
Hangi hediye sizi çok mutlu etti?

Rahmetli babam ve tüm aile fertleriyle yakın akrabalarımın katıldığı 50. yaş günümün bende özel bir anlamı var. 30. yıl jübilemde Sayın Suna Kırac'ın seçtiği hediye beni çok mutlu etmişti. O hediyenin evimizde çok özel bir yeri var.

- **“Çocuk” denince aklınıza ilk gelen sözcük nedir?**
Gelecek.

- **Yemek yapar mısınız?**

En sevdiğiniz yemek nedir?

Gaziantep mutfağına ilgi duyarım. Antepli dostlarımdan öğrendiğim terbiyeli şiş kebabını iyi yapar ve çok severim.

- **En sevdiğiniz renk nedir? Neden? Size ne çağrıştırır?**
Sarı ve lacivert. Fenerbahçemi.

- **En sevdiğiniz çizgi film karakteri ya da masal kahramanı?**
Red Kit.

- **En son hangi kitabı okudunuz?**
Onur Öymen'in "Silahsız Savaş" kitabını.

- **Bu kitabı tavsiye eder misiniz?**
"Silahsız Savaş"ı yakın tarihin uluslararası siyasetine meraklı olanlara tavsiye ederim.

- **Şiir sever misiniz? Hangi şairin, hangi dizesi ilk aklınıza gelir?**

Şiirler beni çok etkiler. Bazen alıp uzaklara götürür. Örneğin son olarak elime geçen Cansın Erol'un mısraları gibi...

- **İstanbul denilince aklınıza gelen ilk şey nedir?**



Eve
gelirgelmez
ilk isı günlük
giysilerden
arınıp
rahatlamak
olan Cengiz
Solakoğlu,
oğlu Engin
Solakoğlu
(ayakta) ve
torunları İlke
(solda) ve
Umut (sağda)
ile bu mutluluk
anlarından
birinde...

Cengiz
Solakoğlu,
kızı Esin
Yaprak
ile birlikte...

Dünyanın en güzel şehri.

- **Yaşadığınız şehirde, bulunmaktan en çok zevk aldığınız mekân/mekânlar neresidir?**

Sultanahmet ve Kanlıca. Biri lise ve üniversite yıllarımın mekânı. Diğeri eşimle gençlik günlerimizde adımladığımız yer.

- **Giysi konusunda tercih ettiğiniz markalar nelerdir?**

Marka tercihim yok.

- **Hangi tür müziği ve şarkıcıyı (ya da grubu) dinlemek sizi mutlu eder?**

Klasik Türk Müziği ve Türk Sanat Müziği eşimle benim ortak tutkum. İnci Çayırılı, Alaeddin Yavaşca, Adnan Mungan ve Münip Utandı en çok sevdiğimiz ve dinlediğimiz sanatçılar.

- **En son hangi filmi izlediniz? Hangi yönetmen ve**

- oyuncuları seversiniz?**

Azap Yolu'nu. Yönetmen olarak Michelangelo Antonioni, oyuncularından Paul Newman, Antony Quinn, Romy Schneider, Nicole Kidman.

- **En son ne hediye verdiniz ve aldınız?**

Eşime takı hediye ettim. 35. çalışma yılımla dolayısıyla Sayın Rahmi Koç'tan aldığım ve benim için anlamı çok büyük olan antik saat.

- **Son günlerde sizi en çok etkileyen olay nedir?**

15 Aralık gecesinde Kanal D'de yayınlanan Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfı ile ilgili programın kamuoyunda yarattığı olumlu hava ve Vakfa kalan tahminlerimizin üzerindeki gelir.

- **“Koç Topluluğu” kültürünü yansıtan bir cümle yazar mısınız?**

Türkiye'de özel sektörün kurucusu, öncüsü ve “ülkem varsa ben varım” diyen ve bunu her faaliyetinde gösteren, ülkemizin yüz akı, örnek kuruluşu.

- **“Hayata Dair” son bir cümle...**

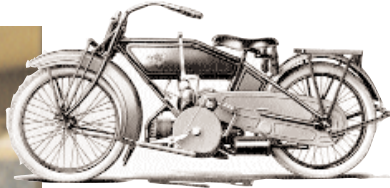
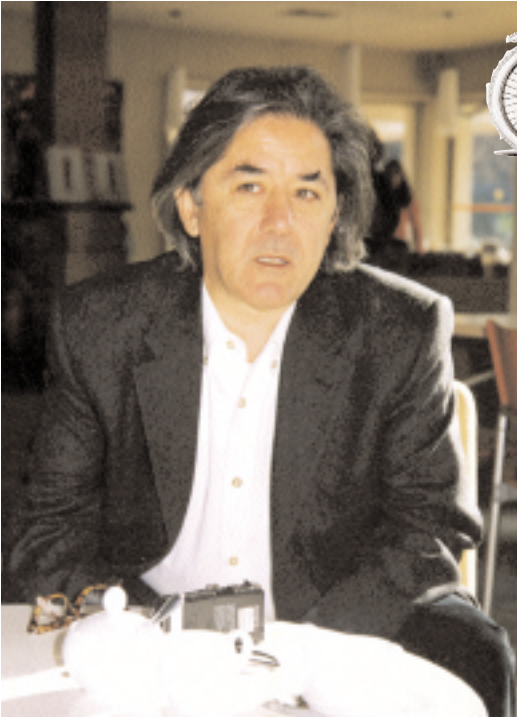
Hayat; mezar taşlarında yazılı doğumla ölüm tarihleri arasındaki kısa bir çizgi. Önemli olan hayatta kaç yıl yaşadığın, o kısa çizgiyi nasıl yaşadığın, ne kadar sevip, ne kadar sevildiğin, ailene, ülkeneye ne kadar yararlı olabildiğindir.





Harley Davidson Model Koleksiyonu Rahmi M. Koç Müzesi'nde

Ferruh Tanay'ın Rahmi M. Koç Müzesi'nde sergilenen "Harley Davidson Model Sergisi", dünyanın en prestijli markaları arasında yer alan Harley Davidson'ın tarihçesini gözler önüne seriyor



• **Sergide Rahmi M. Koç'un da modelleri bulunuyor. Rahmi Bey'in Harley Davidson sahibi olması sizi nasıl etkiledi?**

Harley Davidson sahibiyse, diğer Harley Davidson sahipleriyle ortak noktalar yakalayabilirsiniz. Birincisi bu motora çok özel bir ilgi duyuyorsunuz. Diğer insanlar da kendi motorlarına karşı bu ilgiyi duyuyor ve ortak bir ilişki başlıyor. Örneğin gezi ve özgürlük hislerinde ortaklıklar yakalayabiliyorsunuz. Tahmin ediyorum Rahmi Bey de aynı duygularla Harley Davidson'ı almış. Kendi ifadesiyle, çok yoğun olarak motoru kullanan biri değil ama önemli olan Harley Davidson'ı alma arzusu- nu hissetmiş olması. Rahmi Bey'e baktığınızda, Türkiye'nin en büyük şirketinin başında, o şirketi dünya şirketi yapmış, sorumluluk sahibi bir insan görürsünüz. Ama bunun yanında kendi özgürlüklerinden feragat etmeyen bir insan. Müze de bunun bir ifadesi değil mi?

• **Koleksiyonunuzu nasıl oluşturdunuz?**

Bu işe koleksiyon mantığıyla başlamadım. Benimki tamamen Harley Davidson tutkusuydu. Yurtdışı seyahatlerimde model

del koleksiyoncusu. Tanay, 1980'li yıllardan beri biriktirdiği, 110 parçadan oluşan koleksiyonunu, 27 Kasım'da **Rahmi M. Koç Müzesi'nde** sergilemeye başladı.

Bu sergi, 2003 Ağustos'una kadar devam edecek. Sergi, Harley Davidson'ın 100. yıl kutlamalarının Türkiye'deki ilk aktivitesi olması nedeniyle de ayrıca önem taşıyor. Bu bilgilerin ışığı altında Ferruh Tanay'a sorularımızı yöneltiliyoruz:

• **100. yıl kutlamalarının Türkiye'deki ayağını Rahmi M. Koç Müzesi'nden başlatmanız özel bir nedeni var mı?**

Rahmi M. Koç Müzesi, İstanbul için hakikaten muhteşem bir eser. İnsan oraya gittiği zaman, ciddi anlamda duygulanabiliyor. Açıldığı dönemde de çok etkilenmişim; son haliyle çok güzel olmuş. Dünyada herkesin örnek gösterdiği Harley Davidson gibi bir markanın 100 yıllık tarihini anlatan bir sergiyi Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlemek gurur verici.

Asiliğin, özgürlüğün ve tabii yaşama tutkusunun simgesidir **Harley Davidson**. Sadece bir ulaşım aracı olarak görülmez; görülemez. Harley Davidson'a sahip olanlar böyle düşünüyor. **Ferruh Tanay** da bir Harleyci; ama onu ülkemizdeki diğer Harley tutkunlarından ayıran ve Bizden Haberler Dergisi'nin sayfalarına taşıyan önemli bir özelliğe sahip. O bir Harley Davidson mo-

Ferruh Tanay:
"Harley Davidson gibi bir markanın 100 yıllık tarihini anlatan bir sergiyi Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlemek gurur verici."

mağazası aramaya, Harley Davidson mağazalarında satılan modelleri almaya başladım. 10 küsur senede 120'ye yakın modelden oluşan bir koleksiyon oldu. Bunların kimileri çok değerli olmayan ürünler, kimi sınırlı sayıda üretilen ürünlerdi. Hepsinin bir araya gelmesi insanı cezbediyor. Tutkunları için Harley Davidson modelleri biriktirmek son derece önemlidir. Dünyada koleksiyon sahibi pek çok kişi vardır belki, ama Türkiye'de, sadece Harley Davidson modelleri biriktiren benden başka biri yok sanırım. Benim müzeye bir sözüm var, değişik modellere rastlayınca müzedeki sergiye yeni modelleri de ekliyorum. Bu anlamda canlı bir sergi olduğu söylenebilir.

• **Harley Davidson'ın Avrupa ve Amerika'daki tutkunları ile ülkemizdeki tutkunları arasında fark var mı?**

Harley Davidson'ın, 700 bin üyesi olan ve dünyanın en büyük motor kulübü olma özelliği taşıyan bir kulübü var. Zaman zaman belli aktiviteler düzenleniyor ve bunlara dünyanın her yerinden Harley Davidson tutkunu katılıyor. Gittiğimiz za-



man tek ortak noktamızın Harleyli yaşam olduğunu görüyoruz ve kültürel farkların belirgin olmadığı ortaya çıkıyor. Amerikalı Harlecilerin kendilerine has ve nostaljik bir geçmişleri olduğu için farklı noktaları var. Ama tüm dünyaya baktığınızda giyim tarzlarından tutun, sevilen müzik tarzına kadar ortak noktalar olduğunu anlarsınız. Özgürlük ve asilik belki de herkesin içinde olan bir duygu, ama Harley kullanıldığında ön plana çıkıyor. Bir anekdot vardır; Harleyci benzinciye gelir. Benzinci "Çok güzel bir motor, nereye gidiyorsun?" diye sorar. Harleyci de "Oraya gidiyorum" der. Benzinci "neresi orası?" diye sorunca, Harleyci "Gittiğim de göreceğim" cevabını verir. Harley tutkunlarının özgürlüğüne dair verilecek çok güzel bir

Rahmi M. Koç Müzesi'ndeki sergiyi Harley Davidson tutkunları 2003 Ağustos'una kadar gezebilirler.

örnektir bu. Harley markasının yarattığı belli bir güç de vardır. Bugün yüz binlerce insanın vücudunda Harley dövmesi bulunur. Harley Davidson, marka olmakla birlikte belli bir yaşam biçiminin ifadesidir.

• **100. yıl kapsamında başka aktiviteler düzenleyecek, 2003'te Milwaukee'ye gidecek misiniz?**

100. yıl kutlamaları, "Tüm dünyayı turuncuya boyayacağız" sloganı ile 2002 Ağustos ayında başladı ve 12 ay sürecek. Asıl amaç bütün dünyada belli noktalarda aktiviteler yapıp 2003 Ağustos ayında, Milwaukee'de 500 bin Harleyciyi bir araya getirmek. Bugüne kadar yapılan aktivitelere en fazla 150 bin kişinin katıldığı düşünülürse, 500 bin kişinin bir araya gelmesinin ne kadar müthiş olduğu anlaşılacaktır. Türkiye'de esas büyük partimizi Mayıs ayında Park Orman'da gerçekleştireceğiz. İki ya da üç gün süren aktiviteye, Yunanistan'dan Harleyci dostlarımız da katılacak. Haziran ayında Barselona'da Avrupa ülkelerinin katılacağı bir kutlama var. Ayrıca Milwaukee'ye, yaklaşık 100 kişiden oluşan bir grupla gideceğiz. Türk Harlecileri olarak, Türk bayrağı ile orada olacağız.

James Dean, Marlon Brando ve Diğerleri...

Harley Davidson'ın önlenemeyen şöhrati **James Dean** ve **Marlon Brando** gibi starlar sayesinde yayıldı. Özgürlüğü ve başkaldırını simgeleyen Harley çevresinde özel bir kültür gelişti; tişört, eldiven, saat gibi çeşitli aksesuarlarla ticari boyut da oluştu. 1903 yılında William Harley ve Arthur Davidson tarafından üretilen Harley Davidson, üç sene içerisinde endüstriyelşerek Amerika'nın en iyi ve en çok satan motosikleti haline geldi. 1908'de Amerikan Güvenlik Teşkilatı, Birinci Dünya Savaşı'nda Amerikan ordusu kullandı. İkinci

Dünya Savaşı'nın ardından tüm dünyaya yayıldı. 50'li yıllarda Rock'n Roll yıldızları dünyayı sarsarken, Harley Davidson da asi ruhun sembolü haline geldi. 60'lı, 70'li yıllarda efsane oldu. Geçmişte ve günümüzde birçok ünlü isim Harley Davidson kullandı. İşte bunlardan bazıları: **Elvis Presley, Malcom Forbes, Steve McQueen, Peter Fonda, Bon Jovi, Dennis Hopper, Bruce Springsteen, Clint Eastwood, Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone, Mickey Rourke.**



**Koç Allianz/Pamuk Sigorta Aracılık Hizmetleri
Genel Müdürü Günseli Kocagöz:**

“Zaman Zaman Sigortalımızın Dostu, Sırlarını Paylaştığımız Arkadaşı Oluyoruz”

Sayın Günseli Kocagöz, sizi biraz tanıyabilir miyiz; sigortacı olmaya nasıl karar verdiniz?

İzmirli bir anne ile İstanbul'da doğmuş büyümüş, ancak ailenin Söke'deki arazilerini yönetmek üzere Söke'ye yerleşmiş bir babanın, ortanca çocuğuyum. İlkokulu Söke'de, ortaokul ve liseyi yatılı olarak İzmir Özel Türk Lisesi'nde okudum. Çok çalışkan bir öğrenciydim. Liseyi birincilikle bitirdim. Aynı yıl ODTÜ, o zamanki adıyla Elektronik Hesap Bilimleri Mühendisliği'ni kazandım. O yıllarda ülkemizde anarşik olaylar, üniversitelerde boykotlar sürüp gidiyordu. Benim ODTÜ'ye kaydolduğum yıl boykot nedeniyle eğitime ilkbaharda başlanacaktı. Aynı yıl içinde nişanlandım. Nişanım da ziraatla uğraşma kararı almıştı. Bunun üzerine ben de ailelerimizin işlerinde yardımcı olmak üzere ziraat mühendisi olmaya karar verdim ve tekrar üniversite sınavına girip, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi'ni kazandım ve aynı okuldan mezun oldum. Okul bitince evlendim. Söke'de 2-3 yıl kadar seracılık yaptım. Bu arada bir oğlum oldu. Yine bu sırada eşim birkaç yıldır tali acentelik bazında sürdürdüğü sigortacılık faaliyetini ziraat işlerinin yoğunluğu ne-

**Koç Allianz/
Pamuk Sigorta
Aracılık
Hizmetleri
Genel Müdürü
Günseli
Kocagöz,
acentelik
başarısında
Koç Allianz'ın
verdiği desteğin
çok etkili
olduğunu
söylüyor.**



1988 yılında 20 müşteri ile devraldığı portföy, bugün 1000 müşteriye İzmir ve Söke ofislerinde hizmet veriyor



deniyle bırakmaya karar vermişti. Onun bu kararı üzerine işini kapatmadan önce bir süre ben ilgilenmek istediğimi, en azından denemek isteğimi kendisine bildirdim. 15-20 müşteri ile 1988 yılında kendisinden devraldığım bu portföy, bugün 1000 müşteriye İzmir ve Söke ofislerinde hizmet veren bir hale gelmiştir. İşim dışında sos-

yal faaliyetlere de zaman ayırmaya çalışırım. Ege Çağdaş Eğitim Vakfı (EÇEV) ve İzmir Bostanlı Rotary Kulübü kurucularındım. Bostanlı Rotary Kulübü 2001-2002 dönem başkanlığını yaptım.

• **Sizi, bölgenizde aynı işi yapan diğer firmalardan farklı kılan özellikler neler?**
Günümüzde müşteri önemsendiğini hissetmek istiyor. Her türlü ilişkimiz sırasında onu önemsedığımızı hissettiriyoruz. Bu bizi rakiplerimizden ayıran en önemli özellik olsa gerek.

Poliçesini işyerine, evine veya istediği yere teslim ediyoruz. Yine aynı şekilde tahsilatı için çoğu zaman ayağına gidiyoruz. Hasarının başından sonuna her aşamasında müşterinin bütün işlemlerini takip ediyor, kendisine bilgi veriyoruz. Sigorta ihtiyaçlarını birlikte tespit ediyor, uygun poliçe çeşitlerini öneriyoruz. Sigortalımız bize bir telefonla ulaşabileceğini biliyor. Zaman zaman onların dostu, sırlarını paylaştığımız arkadaşı oluyoruz. Acentalığımızın başarısında en önemli etkenlerden biri de, şirketimiz Koç Allianz'ın her zaman bize verdiği destek, acenteliğimize duyduğu güvendir.

• **Koç Allianz'ın sigortacılık sektöründeki konumunu nasıl değerlendirirsiniz?**

Koç Allianz Türk sigortacılık sektörünün en önemli markalarından biridir. Geçen ay Capital dergisinin araştırmasında en beğenilen sigorta şirketi çıkmıştır. Üretimi bakımından piyasa liderleri arasında yer almaktadır. Bana sorarsanız rakiplerinden en üstün olduğu yönü, kurumsal kimliği ve tavrının oluşmuş olmasıdır. Eğitime verdiği önem, kaliteli acente ağı ve acentelerinde oluşturmayı başardığı vefa ve bağlılık, diğer şirketlerden önemli farklarından biridir.

• **Çalışma prensiplerinizi ve hedeflerinizi neler?**

Planlı ve organize çalışmak, takipçi olmak, olumsuzluklar karşısında hemen yılmamak, sabırlı olmak, yapamayacağım hiçbir şey için söz vermemek; ancak elimden gelenin en iyisini yapmak, açık sözlü ve dürüst olmak ve sadece böyle kişilerle iş yapmak, en önemli prensiplerimdir. Hedeflerimi hep yüksek koyarım; ancak

her türlü olumsuzluğa karşı kendimi hazır tutarım. Hedeflerim hep kendimi aşmak yönündedir.

• **Türkiye geneline baktığımızda Ege Bölgesi'nin sigortacılık alanındaki artı ve eksileri nedir?**

Ege Bölgesi sigorta pazarı açısından en zor bölgelerden biridir. Bunun çeşitli nedenleri vardır. En önemlilerinden biri, büyük şirketlerin merkezlerinin İstanbul'da olması nedeniyle, Ege'de faaliyet gösteren çoğu firma İstanbul'dan sigortalanmaktadır. Sigortalılar genellikle her yıl teklif alma usulüyle şirketleri rekabete sokarlar. Bu durumda fiyat çok belirgindir; ancak daha küçük nüfuslu yerlerde iş yapmak daha kolaydır. Böyle yerlerin müşterilerinde bağlılık daha belirgindir.

• **Bilişim ve iletişim alanındaki en son gelişmeler çerçevesinde eski sigortacılık**

Kocagöz:
"Rakiplerinden en üstün olduğu yönü, kurumsal kimliği ve tavrının oluşmuş olmasıdır. Eğitime verdiği önem, kaliteli acente ağı ve acentelerinde oluşturmayı başardığı vefa ve bağlılık, diğer şirketlerden önemli farklarından biridir."

anlayışı ile çağdaş sigortacılık arasında ne gibi farklar var?

Bilişim ve iletişim alanındaki son ilerlemeler, Türk sigortacılığında çok önemli gelişmelere neden olmuştur.

Eskiden poliçe yazılımları ve diğer kayıtlar elle tutulurken, şimdi internet ortamında hazırlanabilmektedir. Bu durum zaman ve işçilik tasarrufuna neden olmaktadır. Şu anda herhangi bir sigortalımız anlaşmalı olduğumuz bir hastaneye gidip kartını gösterdiğinde, hangi teminatlara sahip olduğu gibi ayrıntılar yine internet ortamında görülebilmekte ve hastane hizmetini çok kısa sürede alabilmektedir. Şirketimizin eskiden posta ile gönderdiği değişiklik ve duyurular artık mail ile anında acente ağına ulaşabilmektedir.

Bu konudaki gelişmeler halen sürmektedir. Amaç sigortalıya hizmette, isteklerini yerine getirmede, hizmet kalitesinde öne çıkmaktır.

İzmirli Konak Pier'de Buluşuyor



Alışveriş, kültür ve sanat merkezi olarak restore edilen Konak Pier, Günseli Kocagöz için İzmir'in yeni cazibe merkezi.

Koç Allianz / Pamuk Sigorta Aracılık Hizmetleri Genel Müdürü Günseli Kocagöz, İzmir'i ilk kez ziyaret eden konuklarına öncelikle Konak Pier'i gezmelerini tavsiye ediyor. Paris'teki Eyfel Kulesi'nin ünlü mimarı Gustave Eiffel'in 1860 yılında gümrük binası olarak tasarladığı yapı, Cumhuriyet döneminde uzun yıllar balık hali olarak kullanıldı, bir süre otopark hizmeti gördü. Şimdi 16 bin metrekarelik alanı, 42 mağazası ve beş sinema salonuyla, deniz kıyısında, İzmirliye nefes alma imkânı sağlıyor. Tarihi özelliği, yat limanı, restoranları ve alışveriş merkezi ile yerli ve yabancı turistler için ilgi odağı olmayı sürdürüyor.

Marka ve İtibar: Aynı mı, Yoksa Farklı mı?

Yazan: **Alan Bergstrom** /

The Brand Consultancy adlı

firmanın Marka Stratejisi Yöneticisi

Çeviren: **Ayşe Tuba Kadırağa** /

Koç Holding Kurumsal İletişim

Koordinatörlüğü Uzmanı

Bugünlerde öyle görünüyor ki, markalar her yerde. Buna rağmen, paradoksal olarak, markanın popülaritesi arttıkça, dağıldığı alanlar zaman zaman daralabiliyor, özellikle itibar yönetimi ile kıyaslandığında. Bu makalede itibar ve marka arasındaki ilişkiyi inceleyecek, benzerlik ve farklılıkların altını çizeceğiz.

Öncelikle marka nedir? Bizim için, marka bir ürün ya da hizmetin tüm elde edilen işlevsel ve duygusal yanlarının toplamıdır. Markalandırmanın ana noktası bir ürün ya da hizmete katma değer alanları eklemek, bunun yanı sıra bu hizmet ya da ürünün sosyal paydaşlar ve müşteriler nezdinde değerini artırmaktır.

Bir marka değerinin olumlu öğelerle bağdaştırılabilmesi için, sosyal paydaşların dışı durumlarının mutlaka markaya ait duygusal katma değerle donanmış olması gerekir.

Herkesin ve her şeyin (onlar bundan hoşlansın ya da hoşlanmasın) “markalandırılmış” olduğunu savunuyoruz, çünkü tüm hareketlerin bir biçimde mesajı ve iletişime yönelik bir yanı vardır.

İnanıyoruz ki, kendilerini pro-activ olarak markalandırmayı seçmiş olanların başarıyı yakalamaları ise ancak, bunu iş sonuçları ile pratiğe dönüştürmeleriyle mümkün olabilir.

Bir marka sürekli olarak, ile-

Markalandırmanın ana noktası bir ürün ya da hizmete katma değer alanları eklemek, bunun yanı sıra bu hizmet ya da ürünün sosyal paydaşlar ve müşteriler nezdinde değerini artırmaktır.



tişim halinde olmalıdır; üstelik yalnızca reklamlarla değil, insan kaynakları, paketleme, müşteri hizmetleri, teknik destek ve tabii ki ürün ya da hizmetin kendisi de. Kurumsal itibar ise kesinlikle, marka ile bağlantılıdır. Bağımsız olarak ölçümlenemez, ancak işle ilgili tüm alanları etkiler. Ancak atılan tüm adımlar kurumun itibarına önemli ölçüde etki eder. Bundan da öte, bir bütün olarak itibar, verilen mesajları değil, yalnızca algılanan mesajları yansıtır ve bu veriler ışığında itibar ve marka benzer ve yakındır.

(...)

Örneğin amazon.com, bu yıl Financial Times / Pricewaterhouse Coopers tarafından yapılan, dünyanın en çok saygı duyulan 50 şirketi listesinden tamamen silindi. Çünkü hissedar ve sosyal paydaşların yaptığı değerlendirmeler ve algıları, bir marka için olmaktan çok, amazon'un bir şirket olarak geleceği ve finansal sonuçları ile ilgili idi.

(...)

Tabii ki, bu sürekli artan bir itibar ile yükselen marka değerinin kolkola ilerleyemeyeceği anlamına gelmez. Ki, aslında genellikle böyle olur, çünkü dünyanın en büyük 6 firmasından 4'ü, hem marka, hem de itibar açısından ilk 4'ü paylaşıyorlar: Coca Cola, Microsoft, IBM ve GE. Gerçekten de güçlü marka, güçlü itibarın en büyük destekçisidir ve insanların gerçekten hayran olduğu unsurları oluşturur. Financial Times'ta da belirtildiği gibi, bu da o kuruma “kendi olabilme” şansını tanıır ve kendisine ait bir kültür çerçevesinde hareket

olanağı tanıır. Markanın ise, zaman zaman daha kafa karıştırıcı anlamlar ve tanımlar içermesi bu konseptin oluşmasını zorlaştırır. Özellikle birlikte çalıştığımız ekibi yeni bir organizasyonel değişiklik ya da görev etrafında toparlamak istediğimizde, “marka”dan çok “itibar” terimini kullanmayı tercih ederiz. Bu hem içgüdüsel olarak herkesin daha kolaylıkla anlayıp seveceği bir terimdir, hem de genel anlamda motive edici bir unsur olarak daha etkilidir, zira hiç kimse “kötü bir itibar”a sahip olmak istemez. Fakat zamanla, kurumsal itibara duyulan büyük güven ve bunu markanın ötesine taşımak büyük bir risktir. Kültür ve marka, finansal başarı ve marka, uyumlu da olabilir, zaman zaman bunun tersi de. Yine Financial Times'ta belirtildiğine göre, Microsoft'a saygı duyuluyor, çünkü pazarı tekeline almak konusunda son derece başarılı olduğu düşünülüyor. Microsoft için finansal anlamda getirisi büyük olan bir strateji. Ancak bunun olumsuz etkileri de şu an hissedilmeye başlandı. Marka perspektifinden bakıldığında (biraz da yumuşatarak ifade edilirse) bu stratejinin, uzun vadede marka için getirileri de mutlaka tartışılmalıdır. Ayrıca söylemek gerekirse, eğer kurumsal itibarınız ağır yaralar almış ise, marka güçlendirmeye ağırlık vermek son derece yetersiz ve saçma olur.

(...)

Son söz olarak söylemeliyim ki, özellikle de bugün önceden kestirilemez, rekabetçi küresel pazar ekonomisi içinde, hem marka, hem de kurumsal itibar için iyi bir bütçe ve iyi bir yönetim ayırmaya değer.