

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Kasım 2004

Sayı 320

Opet'ten bir ilk daha:
ultra
euro diesel
full force
Çevreye duyarlı,
motora yararlı.

AYGAZ
Opet

AYGAZ
Opet

Çevreye Daha
DUYARLI
Bir **ENERJİ** Sektörü





17 Aralık'a Kilitlendik

İçindekiler

Küresel Vizyon

4

- Koç Holding Hukuk Başmüaviri Dr. Kemal Erol ile Bir Söyleşi
- ABİG Başkanı Ahmet Sever: "Müzakere Süreci Yaşamımızı A'dan Z'ye Etkileyecek"
- Otomotivde İhracat Rekoru
- Tofaş, Fiat ve PSA'dan Dev Ortaklık

Ayın Gündemi

10

- Aygaz, Tam Gaz İleri!
- e-Risk Projesi Hayata Geçiyor
- OPET'ten Çevreye Duyarlı Yepyeni Bir Ürün: Ultra Euro Diesel

Kültürel Vizyon

16

- Vekam 10 Yaşında
- Örnek Bir Belgesel: Gelibolu
- Otomotiv Sanayisinin 50 Yıllık Serüveni

Hayata Dair

21

- Büyüleyici Beyazlıktaki Zirve

İletişim

28

- Kochbayi.com'a İlgi Büyük
- Divan'ın Yeni Oteli: Divan City
- Dinamik ve Genç: M-2000 Sport

Kelimenin tam anlamıyla artık tüm ülkede nefesler tutuldu. Bütün Türkiye 17 Aralık'ı bekliyor. Bu tarihte alınacak olumlu bir karar yıllardır süren Avrupa Birliği rüyasının gerçekleşmesi yönünde çok güçlü bir adım anlamına gelecek. Bugüne dek önemli gelişmelerin hayata geçirildiği ülkemizde, müzakere sürecinin başlamasıyla birlikte pek çok önemli adım daha atılacak. Birkaç sayıdır Avrupa Birliği ile ilgili, önemli isimlerin söyleşilerine yer veriyorduk. Bu sayımızda da konuyla ilgili iki söyleşimiz var. İlk söyleşimizi Koç Holding Hukuk Başmüaviri Dr. **Kemal Erol** ile gerçekleştirdik. Erol, AB sürecinin hukuk alanındaki gelişmeleri nasıl etkilediğini anlatırken AB konusunda uzman hukukçulara duyulan ihtiyacın altını çiziyor. Avrupa Birliği Hukuk Müşavirliği'ni bünyesinde barındıran Koç Topluluğu bu konuda büyük yol kat etmenin ve öncü olmanın avantajlarını yaşıyor. Avrupa Birliği konusunda ikinci konuğumuz ise deneyimli gazeteci ve Avrupa Birliği İletişim Grubu (ABİG) Başkanı **Ahmet Sever**. Uzun yıllar yurtdışında gazetecilik yapan Sever'in son dönemdeki gelişmeler ışığında ortaya koyduğu tablo, pek çok açıdan önem taşıyor. Sever, ülkemizin kat ettiği yolun çok olumlu olduğunu söylüyor ve ekliyor: "İki, üç yıl önceki Türkiye, bugünküyle aynı değil."

Aygaz, Tam Gaz İleri

Ülkemizin onuncu büyük sanayi şirketi olan ve LPG sektöründe %35 pazar payı ile açık ara liderliğini sürdüren **Aygaz**, geçtiğimiz günlerde yaptığı bir toplantıyla marka kimliğini yeniden tanımlayarak önemli bir atılım başlattı. Aygaz Genel Müdürü **Mehmet Ali**

Neyzi'nin altını çizdiği konu, günümüzde belki de ticaret hayatının en önemli unsuru: "Aslında önemli olan tüketici ile olan ilişki. Bu ilişkinin daha da iyileşmesi, tüketiciye, bayiye daha da yakınlaşılması çok önemli."

e-dönüşüm Projeleri Devam Ediyor

Koç Holding Finansman Grubu, Koç Topluluğu'nun en geniş e-dönüşüm projelerinden biri olacak "e-Risk" projesini yıl sonunda devreye almayı hedefliyor. 57 katılımcı şirketten 120 kişilik bir ekiple gerçekleştirilecek olan proje, her şeyden önce bir Koç Holding değil, Koç Topluluğu projesi olma özelliğini taşıyor. Bu sistemle ilgili ayrıntılı bilgileri sayfalarımızda bulabilirsiniz.

ABD'de Bir Kez Daha Bush

Amerika Birleşik Devletleri'nde başkanlık seçimleri kısa bir süre önce tamamlandı. Başkan **George W. Bush**, görevini bir dönem daha sürdürecektir. Bu seçim dünya ve ülkemiz için çok önemliydi. Son dönemde uluslararası alanda ortaya çıkan dengeler göz önüne alındığında, ABD ile ilişkilerimizin olumlu yönde devam etmesini umut ediyoruz. Umarız bu yeni dönemde bölgemiz bir kez daha savaşlar ve çekişmelerle karışıklığa sürüklenmez.

Şeker Bayramı'na kısa bir süre kaldı. Ülkemizin gündeminde son derece önemli konuların yer aldığı bu bayramın tüm Topluluğumuz fertlerine ve ülkemize huzur, başarı ve mutluluk getirmesini diliyorum. 🍬

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER

KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI

Yönetim Yeri: Bizden Haberler
Nakkashepe, Azizbey Sok. No: 1
81207 Kuzguncuk-İstanbul
Tel: (0 216) 531 03 86 Faks: (0 216) 343 15 37
İnternet: <http://www.koc.com.tr>
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr
Yayın Türü: Yerel Süreli
Kasım 2004 Sayı: 320

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özyayınlı
Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü
Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil
Editör: Burak Tezcan **Sanat Yönetmeni:** Nihal Atepe
Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Ali Boratav, Şeniz Akan, Ülkü S. Osmanoglu, Arın Dörtok
Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 288 79 70-71
Renk Ayrımı ve Baskı: Çalı Grafik Matbaacılık A.Ş.
Dereboyu Cad. Özgür Sok. Çalı Binası Halkalı-İstanbul
Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtmek suretiyle kullanılabilir.

bizden

Koç Holding Hukuk Başmüşaviri Dr. Kemal Erol:

“AB Hukuku İçin Uzmanla İhtiyaç Var”

Avrupa Birliği’nin yaşamımızı her alanda etkilediği bugünlerde, belki de en önemli değişimler hukuk alanında yaşanıyor. AB öncesi ve sonrası ortaya çıkacak gelişmelerin Türk hukuk sistemini nasıl değiştireceğini Koç Holding Hukuk Başmüşaviri, eski Yargıtay İkinci Başkanı Dr. Kemal Erol ile konuştuk

AB ile müzakere sürecine gelinene dek geçen süreçte özellikle hukuksal alanda ne gibi değişiklikler oldu?

Bu süreçte gelinceye dek Türk hukuk hayatında pek çok önemli kanunda değişiklik yapıldı. Bunların başında Anayasa geliyor. Ayrıca Türk Ceza Kanunu, Medeni Kanun ve Borçlar Kanunu gibi temel kanunlardan başlayarak, Dernekler Kanunu, Vakıflar Kanunu gibi pek çok kanun değiştirildi. Bunları genel çerçevede ifade ediyorum. Fikri haklar alanında yapılan değişiklikleri de söyleyebiliriz. Gümrük Birliği AB ile gümrüksüz ve serbest mal ticaretini içerdiğinden, bizim ülkemizde üretilen bir malın Avrupa sınırlarına rahatlıkla girebilmesi için o malın kendi standartlarına uygun olduğu konusunda bir güvence verilmiş olması gerekiyor; bu da bizim ülkemizdeki üretim ve kalite standartlarının denetim mekanizmasının Avrupa standartlarında olmasını gerektiriyor. Türk Standartları Enstitüsü Kurumu’nun da üzerinde bağımsız bir Akreditasyon Kurumu’nun (TÜRKAK) kuruluşunu öngören kanunu kabul ettik. Bundan sonra standartlardaki uyum sağlandı ve hâlâ da devam ediyor. Üretimle ve çalışma şartlarıyla ilgili olarak birtakım iş kanunu değişiklikleri yapıldı. İş güvencesi sağlandı. Ayrıca kamu kurumlarının yeniden yapılandırılmasını da bu arada söyleyebiliriz. Ama henüz Avrupa normlarına ulaşabildiğini söylemek için çok erken bu yolda önemli adımlar atılıyor. Avrupa Birliği’nin en önemli konula-

rından birisi tarım ürünleriyle ilgili olmalı. Tarım üreticisine yapılan teşviklerin Avrupa normlarına uygun bir hale getirilmesi, bir anlamda hem Avrupa Birliği hem de IMF’nin yapacağı yardımın bir ön koşulu haline getirildi. Finansman ve ser-

maye piyasaları konusunda da bazı sektörlerin yeniden düzenlenmesi için bağımsız idari otoriteler kuruldu. Bazı alanlar özellikle bankacılık sektörü ve sigorta sektörü Avrupa Birliği normlarına uygun hale getirildi.

Koç Holding Hukuk Başmüşaviri Dr. Kemal Erol: “Avrupa Birliği mevzuatının ülkemize kazandırılması ve ülkemiz koşullarına uygun bir şekilde adaptasyonu çok büyük uzmanlık gerektiriyor.”



Üyelikten sonra neler değişecek?

Avrupa Birliği'nin kendisi de zaten yaşayan bir süreçtir. Bu durağan bir süreç değildir. Tam üyelik müzakereleri başladıktan sonra da yapılması gereken daha çok şey var. 100 bin sayfadan fazla bir Avrupa Birliği mevzuatının varlığını düşünecek olursak, bunların ülkemize kazandırılması ve ülkemiz koşullarına uygun bir şekilde adaptasyonu çok büyük uzmanlık gerektirir. Avrupa Birliği hukuku malesef ülkemiz üniversitelerinde henüz zorunlu ders olarak okutulmuyor. Ama memnuniyetle görüyorum ki günümüzdeki bu gelişmeler sayesinde öğrencilerimizin bu alana ilgisi giderek artıyor. Bu çerçevede, Avrupa Birliği hukuku bilen uzmanlara çok ihtiyacımız olacak. Koç Holding olarak bu ihtiyacı çok erken belirledik ve bu çalışmaları yapmak yine lider olan Koç Holding'e nasip oldu. Avrupa Birliği Hukuk Müşavirliği'nin bünyesinde ayrıca bir Avrupa Birliği Müşavirliği'nin kurulmuş olması sanırım bunu gösteriyor. Gerek bu bölümdeki, gerekse şirketlerimizde bu alanda çalışan arkadaşlarımız başarılı çalışmalar yapıyorlar, bu konudaki gelişmeleri çok yakından takip ediyorlar. Avrupa Birliği mevzuatının adaptasyonu ve yürürlüğe girmesinden sonra da bu konuya paralel çalışmalar yapılacaktır. Hükümetin uyum çalışmalarına daha aktif bir şekilde katılıyoruz. Onların görmedikleri ihtiyaçları bile proaktif bir yaklaşımla belirleyerek, mevzuatın oluşturulmasına da katkıda bulunuyoruz. Bunu yaparken en büyük desteği TÜSİAD, İKV gibi sivil toplum örgütlerinde yer alan arkadaşlarımızdan alıyoruz. Koç Holding'in bu süreçte layık olduğu yeri almasını ve süreci en iyi şekilde etkilenmesini amaçlıyoruz.

Türk hukuk sistemi bahsettiğiniz değişimlere ne kadar hazır?

Açıkça söylemek gerekirse öncelikle insanımızdan başlamak lazım. Yapılan son değişiklikler de gösterdi ki Türk insanı yeni gelişmelere son derece açık. Yenilikler Türk insanının gerçekten hakkıymış, bu yıllarca ihmal edilen bir şeydi. Ben bu süreçte, Türk insanının ve Türk tüketicisinin bu gelişmelerden olumlu etkileneceğini ve bu reformlar aktif olarak katılacağını düşünüyorum. Buna ilave-ten, TÜSİAD gibi Avrupa Birliği konusun-



da çalışan pek çok sivil toplum kuruluşu, Türkiye'nin geleceğinin Avrupa Birliği mevzuatına uyumda yattığı konusunda bilinçli bir tercih yapmıştır.

Bu değişiklikler Koç Topluluğu'nun ticari hayatını nasıl etkileyecek?

Etkiledi bile... Farkındaysanız, Migros'taki gıda maddeleri üzerindeki etiketleme standartlarından tutun tüketicinin haklarına kadar, tüketici şikâyetlerinden tutun finans sektöründe bireysel emekliliğe kadar bizim tüm yelpaze içerisinde Avrupa standartlarına uygun hizmetler verdiğimizizi biliyorsunuz. Bu iki taraflı bir etkileşim. Hem mevzuattaki değişiklikleri biz Avrupa normlarında olması yönünde etkilemeye çalışıyoruz, hem de biz bu değişikliklerden yararlanarak bir takım yeni pazarlar ve yeni standartlarda hizmetler verme imkânına kavuşuyoruz. Bu bakımdan Koç Topluluğu, ilk ve bu konuda bilinçli olmanın avantajını yaşıyor, diye düşünüyorum. Avrupa Birliği mevzuatına uyum sağlarken uygun fırsatların bizim tarafımızdan biliniyor olmasının avantajları dikkate alınmalıdır. Bu bilinç, "tüketicie en yakın topluluk" olmanın getirdiği sorumluluk içerisinde tüketiciye sunduğumuz hizmetlerin Avrupa standartlarında

olması bakımından da amacımıza hizmet etmeye yardım edecektir.

Uzman biri olarak, daha önce üye olan ülkelerde bu değişim süreçlerinde ne tür zorluklar yaşandığını öğrenebilir miyiz?

Açıkçası, Avrupa Birliği mevzuatını hazmetme konusunda toplumun hazır olmadığı ülkelerde sorunların yaşandığını gördük. Bizim toplumumuz buna hazır, firmalar da bir ölçüde buna hazırlar. Özellikle liberal ekonomik modeli daha yeni tanıyan Polonya, Çek Cumhuriyeti, Macaristan gibi birtakım ülkelerde zorluklar yaşandı. Biz, 1980 sonrası tam uygulamaya başladığımız liberal ekonomimizin yanı sıra, Avrupa Birliği ile 1963'ten bu yana çok uzun uzun bir süreç yaşadığımız için bu zorluklarla karşılaşmadık. Ayrıca, Gümrük Birliği'ne geçiş aşamalarında yaşanan hazırlıklar bizim sürecini kolaylaştırdı. Türkiye'deki hızlı nüfus artışı, ekonomik parametrelerdeki bazı standartlara uymayan gelişmeler daha önceki zorluklarımızdı. Ama son ekonomik gelişmeler bunların da aşılmasını mümkün kılacaktır. Yeter ki zihniyet ve fikir olarak Avrupa Birliği'nin Türkiye'nin geleceği için önemli olduğu konusunda hemfikir olalım. ☺

Avrupa Birliği İletişim Grubu (ABİG) Başkanı Ahmet Sever:

“Müzakere Süreci Yaşamımızı A’dan Z’ye Etkileyecek”

Geçtiğimiz sayılarımızda başladığımız **AB konulu söyleşilerimizi** bu sayıda, AB alanında **en deneyimli gazetecilerden** biri ve Avrupa Birliği İletişim Grubu (ABİG) Başkanı **Ahmet Sever** ile sürdürüyoruz. Sever ile, **17 Aralık’a** kısa bir süre kala **süreç** ve **yaşanacaklarla** ilgili konuştuk

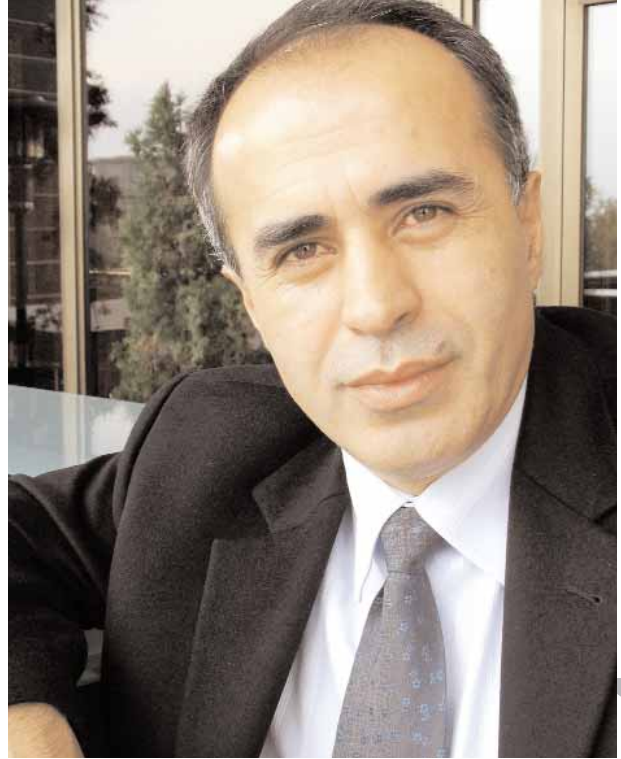
küresel vizyon

Öncelikle herkesin kafasını meşgul eden soruyla başlayalım. 17 Aralık’ta ne olacak?

17 Aralık’ta bizim beklentimiz müzakerelerin başlatılma kararının çıkmasıdır. Çünkü bunun geçmişteki seyrine baktığımız zaman 1999 Helsinki Zirvesi’nde Türkiye’nin resmen adaylık statüsü tanındı. Diğer adaylarla aynı kriterlerin geçerli olacağı bildirildi ve üyelik koşulları Türkiye’nin önüne konuldu. Hükümet ve devlet başkanları tarafından Türkiye’nin AB Komisyonu’nun kriterlerini yerine getirdiği kanaatine varılır ve müzakerelere başlanması yönünde bir tavsiye kararı alınırsa, müzakerelerin gecikmeksizin başlatılması kararı alınacaktır. AB Komisyonu geçen 6 Ekim’de kendisine verilen görev doğrultusunda raporunu hazırladı ve Konsey’e gönderdi. Bu raporda ne deniyor? “Evet, Türkiye Kopenhag Kriterleri’ni karşılamıştır ve yerine getirmiştir. Biz müzakerelere başlanmasını tavsiye ediyoruz.” Şimdi artık son aşamaya gelindi. Son aşamada hükümet ve devlet başkanları 17 Aralık’ta toplanacaklar. AB Komisyonu’nun raporu doğrultusunda müzakerelere gecikmeksizin başlayacaklar. Bizim beklentimiz bu yönde.

17 Aralık’tan sonra Türkiye’yi nasıl bir süreç bekliyor?

17 Aralık aslında tarihi bir dönemeç anlamına geliyor. Çünkü geçmişte şunu kabul etmek gerekiyor: İki taraf da birbirine karşı şüpheli, kuşkucu ve güvensiz bir tutum içinde oldu. Helsinki Zirvesi’nde bile Türkiye’ye adaylık tanınırken AB Türkiye’nin bu kriterleri yerine getireceğine pek ihtimal vermiyordu. Onun rahatlığıyla adaylık statüsüne getirildi. Türk tarafında ise “ne yaparsak yapalım bizi AB’ye almazlar karamsarlığı” hâkimdi. Karşı tarafta bir rahatlık ve bizde de bir kuşkucu yaklaşım vardı. İlk defa iş ciddi bir noktaya geldi. Bir zihniyet değişimi de filizlenmeye başladı. Artık AB de “Türkiye galiba üye olacak”, bizim kamuoyu da “galiba bizi üyeliğe kabul edecekler” noktasında.



Radikal bir zihniyet değişimini yansıtıyor. Bu zihniyet değişimi ne uygun olarak iki taraf da gerekli adımları atmak durumunda. Elbette her şeyi AB’den beklemek doğru değil, bizim de kendi içimizde bu işe dört elle ve ciddi bir şekilde sarılarak gerekli adımları atmamız gerekiyor. Ne olacak? Bu uzun bir süreç ve bu sürecin içinde A’dan Z’ye günlük yaşamımızı her anlamda etkileyen yansımalar olacak.

Bir yazınızda “AB olmadan demokratikleşme sürecinde mesafe alınamazdı” diyorsunuz. Hakikaten AB’nin tüm bu süreçlerden önce ve sonra faydaları oldu değil mi?

Mutlaka. Türkiye’de meydana gelen olumlu gelişmeleri sadece AB’ye bağlamamak gerekir. Bu doğru değil. İçeride siyasi bir irade ortaya çıktı ve bu irade reformların yapılmasında anahtar rol oynadı. Şunu da kabul etmek gerekir ki AB perspektifi Türkiye’deki reform sürecinin daha kapsamlı hale gelmesinde bir katalizör rolü oynadı. AB perspektifi bütün enerjimizi ve dikkatimizi reformlar üzerine odaklamamıza vesile oldu. Ama bunu tek başına AB perspektifine bağlamak da doğru değil, çok önemli rolü olduğu kesin. Türkiye’de herkesin bu perspektifi tanımasını ve sürece kanallıze olmasını sağladı.

Özellikle son dönemlerde Fransa’nın Türkiye’ye karşı bir önyargısı ve tepkisi var. Bu süreci etkiler mi bu tepki?

Fransa’da tartışmalar, rasyonel ve objektif çizgileri bazen aşılıyor. Genelleme yapmak hiç doğru değil. Fransa’daki siyasi partilerin, Yeşiller dışında hemen hemen hepsi Türkiye konusunda bölünmüş durumda. Dolayısıyla her görüşte insanı bulmak mümkün. Ancak karşı çıkan veya Türkiye karşıtlığının bayraktarlığını elinde tutan bazı politikacıların kullandıkları dil gerçekten Türkiye’yi yaralayıcı boyutlara ulaştı, bunu da kabul etmemiz gerekiyor. Tabii ki biz bu noktada gerekli uyarıları yapıyoruz. Ama bu her şeyden önce Fransa’nın kendi iç sorunu.

Son dönemde tam üyeliğin yanı sıra daha çok “İmtiyazlı ortaklık”tan söz edilmeye başlandı. Mümkün mü böyle bir olasılık?

Kesinlikle mümkün değil. Bu imtiyazlı ortaklık aslında içi boş bir durum. Bunu önerenler, içini nasıl dolduracaklarını da bilmiyor. Dillerine bir imtiyazlı ortaklığı dolamışlar; ne anlama geldiğini kendileri de bilmiyor. Çünkü zaten şu anda Türkiye ile AB arasında bir imtiyazlı ortaklık var. Mevcut durum bu. 1963 Ankara Anlaşması tam üyeliği öngören bir anlaşmaydı. Zaten bir ayrıcalıklı ilişki söz konusu diğer üçüncü ülkelere göre. Gümrük Birliği’ne geçildi, AB’nin başka bir ülkeyle böyle bir ilişkisi yok. Dolayısıyla

AB’de oy dağılımı yani milletvekili dağılımı nüfusla belirlendiği için Türkiye’nin nüfusu konusunda bir kaygıları var. Ama bunun da cevapları var aslında. Avrupa Parlamentosu’nda milletvekilleri ulusal gruplar halinde oturmuyorlar. Siyasi eğilimlere göre dağılıyorlar

şu andaki mevcut durum zaten ayrıcalıklı ortaklık. Bundan sonraki aşama da kaçınılmaz olarak “tam üyelik.” Türkiye’nin bunun dışında bir şeyi kabul etmesi de mümkün değil. İmtiyazlı ortaklığı söyleyenlerin, kendileri bile pek fazla inanmıyorlar. Daha çok iç politika nedenleriyle, bizim adaylığımıza karşı olan kamuoyunun hoşuna gitmek amacıyla ortaya atılmış içi boş öneriler.

AB’nin, süreç içinde gerekirse hiç yapmadığı biçimde “müzakereleri kesme hakkını saklı tuttuğu” biliniyor. Çekinceleri ne sizce topluluğun?

Aslında geçmişte yazılı olmayan kurallar olarak bunlar hep vardı. Bunu Türkiye için yazılı hale getirdiler. Zaten müzakerelerin doğası gereği “görüşmeler kesinlikle tam üyelik şeklinde sonuçlanacaktır” diye bir şey söz konusu olamaz. Diğerleri için yazılı olmayan bir kuralın bizim için yazılı olması bizi rahatsız etti. Bunu da çok fazla abartmamak gerekir. Türkiye üyelik müzakerelerine başladıktan sonra üzerine düşenleri bugüne kadar olduğu gibi kararlı bir şekilde yürütürse herhangi bir sorunla karşılaşmaz.

Türkiye, AB üyesi olunca AB’nin en kalabalık ülkesi olacak. Bu durum Avrupalıları korkutuyor mu sizce?

Korkutuyor tabii ki; AB üyeliğine karşı olanların kullandıkları argümanlardan bir tanesi. Bugün 73 milyon olan nüfusun 10 sene sonra 80-90 hatta 100 milyona çıkacağı iddia ediliyor. Bu doğru değil; çünkü Türkiye’nin nüfus artış hızı düştü. Bugün korkutan şey yarın kurtarı-

cı olabilir. Bugün negatif olarak algılanan nüfusumuzun gençliği ve kalabalıklığı yarın ümit verici olumlu bir duruma dönüşebilir. Dünya nüfusu yaşılanıyor. 10 veya 20 sene sonra kesinlikle genç nüfusa ihtiyaç duyulacak; bunu zaten ileriye görebilenler ifade ediyorlar. Dolayısıyla bugüne bakıp yarını şekillendirmek bana çok doğru gelmiyor açıkçası. AB’de oy dağılımı yani milletvekili dağılımı nüfusla belirlendiği için bu konuda bir kaygıları var. Ama bunun da cevapları var aslında. Avrupa Parlamentosu’nda milletvekilleri ulusal gruplar halinde oturmuyorlar. Siyasi eğilimlere göre dağılıyorlar. Yani bir ulusal dayanışmadan öte siyasi grup dayanışması söz konusu.

Siz aynı zamanda da ABİG’in başkanlığını yapıyorsunuz. ABİG’in faaliyetlerinden biraz bahseder misiniz?

Geride bıraktığımız bir yıl içerisinde gerçekten çok yoğun faaliyetlerde bulunduk. Bunların bir kısmı görünür ve kamuoyuna açıklanabilir faaliyetler ama bir kısmını da görünmemesi gereken ve kamuoyuna açıklanmaması gereken faaliyetler olarak görmek gerekiyor. Şimdiye kadar uygulanan yedirmeye veya içirmeye yönelik tanıtım anlayışı yanlış bir yoldu. Biz artık bunu bırakıp yeni bir anlayışla yola çıktık. Bu da neydi? Sivil toplum. Sivil toplumun üzerinden tanıtım faaliyeti yürütmek. Çünkü sivil toplum AB içinde çok güçlü, yöneticilerin nefesini ensesinde hissedeceği bir güç. Dolayısıyla bizde de sivil toplumun aktif bir şekilde devreye girmesi ve hükümeti de eleştirerek sesini duyurması, Avrupa’daki benzerleri ile yüz yüze gelmesi, onlarla ortak bir dili konuşması, çok önemli. Bu bir yıllık süreç içinde üniversite öğrencileriyle, medya, sivil toplum örgütleri çok aktif bir şekilde işin içinde oldular. Hepsinin candan kutluyorum çünkü çok canla başla çalıştılar. Çünkü onların karşı tarafta kullandıkları argümanlar bazen resmi bir dille kullanılan argümanlardan çok daha etkili, çok daha çarpıcı ve vurucu oluyor. AB ilişkilerinin bir ayağının aslında sivil toplum olması gerekirken, hep o ayak sakat oldu bizde. Resmi ayağın yanına sivil toplum ayağı da ilave oldu ve çok sağlıklı bir yürüyüş başladı. 🌱

Otomotiv sektöründe yılın ilk dokuz aylık döneminde ihraç edilen araç sayısı 376 bini aşarak, 2003 yılındaki rekor düzeyi geride bıraktı. Ford Otosan, dokuz aylık dönemde en çok ihracat yapan ikinci şirket oldu



Otomotivde İhracat Rekoru

Türk otomotiv sektörü, bu yılın ilk dokuz aylık bölümünde ihracat rekoru kırdı. Sektör, Ocak-Eylül dönemindeki 376 bin 85 adetlik motorlu araç ihracatıyla, 2003 sonunda ulaşılan 359 bin 685 adetlik tarihi zirveyi aştı. Otomotiv Sanayii Derneği (OSD) verilerine göre, bu yılın dokuz aylık döneminde, 2003 yılının tamamından 16 bin 400 adet daha fazla araç ihracatı yapıldı. Ocak-Eylül dönemindeki artış ise geçen yılın aynı dönemine oranla 120 bin 935 adet olarak belirlendi. 2003'ün dokuz aylık dönemindeki ihracat 255 bin 150 adet olarak gerçekleşmişti. Ocak-Eylül döneminde toplam araç ihracatındaki artış, %47 olarak belirlenirken, otomobil ihracatı yüzde

50 artarak 224 bin 661 adet oldu. Ticari araçların ihracatı ise %48 artışla 143 bin 646 adede yükseldi. Traktör dış satımı ise %11 gerilemeyle 7 bin 778 adede düştü.

Büyük Hedefler

Yıl sonu için 500 bin adetlik ve 9.5 milyar Dolar'lık ihracat hedefine koşan sektörde, dokuz aylık ihracat geliri %55 artışla toplam 7 milyar 89 milyon 319 bin 43 Dolar'a yükseldi. Toplam ana sanayi ihracatı %73 artışla 4 milyar 911 milyon 845 bin 587 Dolar, toplam yan sanayi ihracatı ise %25 artışla 2 milyar 177 milyon 473 bin 456 Dolar oldu. Böylece, otomotiv sektörü dokuz aylık dönemde, ih-

racat gelirinde de 2003 yılını solladı. Sektörün 2002 yılında ana ve yan sanayi ihracat geliri toplamı 4 milyar 342 milyon Dolar ve 2003'te 6 milyar 518 milyon Dolar düzeyinde olmuştu. Ocak-Eylül döneminde **Transit Connect** ve **Transit** modelleriyle 96 bin 839 adetlik ihracata ulaşan **Ford Otosan** ikinci sırada yer alırken, 61 bin 426 adetlik ihracat yapan Tofaş da 2003'ün dokuz aylık dönemi ile 2002 ve 2003'ün tamamındaki ihracat rakamlarını geçti ve dördüncü sırada yer aldı. OSD tarafından açıklanan rakamlara göre Türk Traktör 5 bin 465 adetlik ihracat ile beşinci sırada yer alırken, Otoyol 664 adet ve Otokar da 321 adetlik ihracat gerçekleştirdi. 🚚

Ford Otosan "Full Time" Kapasiteyle Çalışıyor

Otomotiv Sanayii Derneği'ne üye 17 kuruluşun bu yılın dokuz ayındaki kapasite kullanım oranı %72'ye ulaştı. Ford Otosan %91'lik kapasite kullanım oranıyla birinci sırada yer aldı

Otomotiv sanayii, artan ihracat ve iç pazarın desteğiyle bu yılın dokuz aylık bölümünde ortalama %72'lik kapasite kullanım oranını yakaladı. **Ford Otosan**, Ocak-Eylül döneminde %91'lik kapasite kullanım oranıyla, Otomotiv Sanayii Derne-



ği üyesi 17 kuruluş arasında birinci sırada yer aldı. Yıllık 1 milyon 183 bin 705 adetlik üretim kapasitesine sahip bulunan 17 kuruluşun 639 bin 362 adetlik üretim gerçekleştirdiği sektörde Ford Otosan aynı dönemde 146 bin 719 adetlik üretime imza attı.

Sıralamada **Türk Traktör** 17 bin 852 adet ve %68'lik kapasite kullanımıyla altıncı sırada yer alırken, **Tofaş** da 113 bin 304 adet ve %60'lık kapasite kullanımıyla 10. sırada yer aldı. Koç Topluluğu'na bağlı diğer otomotiv şirketlerinden **Otoyol** ve **Otokar** %41'lik kapasite kullanım oranlarıyla 13. sırayı paylaştılar.

Devler Bursa'da Bir Araya Geldi

Türk otomotiv sektöründe ilk kez çok markalı bir üretim modeli hayata geçiyor. PSA Grubu, Fiat ve Tofaş ortaklığı, Bursa'da yeni bir ticari aracın üretimi için düğmeye bastı. 2006'da start alacak yeni proje için 1.7 milyon Euro yatırım yapılacak

Fiat Auto SpA ile PSA Group (Peugeot-Citroen), Türkiye'de **Tofaş** Bursa Fabrikası'nda üretilecek yeni bir hafif ticari aracın fizibilite çalışmalarına başlanması için niyet mektubu imzaladı. 2006 yılında üretimine başlanması hedeflenen araç; Fiat, Peugeot ve Citroen markalarıyla dünya pazarlarına ihraç edilecek. Peugeot Partner, Citroen Berlingo ve Fiat Doblò'dan daha küçük boyutlarda olması beklenen yeni ticari araç 2001 yılında Fiat ve PSA'nın imzalamış olduğu "2017 yılına kadar hafif ticari araçların üretiminde işbirliği" anlaşmasının ilk ürünü olacak. İki farklı ürün için toplam 1.7 milyar Euro'luk bir yatırım gerçekleştirilecek.

İmzalanan iyi niyet mektubu, bir yıldan az sürede projelendirilecek. Fiat CEO'su **Guiseppe Morchio**, PSA CEO'su **Jean Marten Folz** ve Tofaş CEO'su **Diego Avesani**'nin imzaladıkları anlaşmaya göre yeni model Tofaş Bursa Fabrikası'nda üretilecek.

Fiat, 2000 yılı sonlarında Doblò üretimini Tofaş'a vermişti. Doblò'daki başarı sonrasında Fiat, Türkiye'yi Çin ve Brezilya ile birlikte stratejik merkez olarak seçmişti.

Hafif Ticari Araç Üretimi Yükselişte

Tofaş 2003 yılında otomobil ve ticari araç olmak üzere toplam 120 bin 980 araç üretti. Panorama ve Cargo modelleriyle Fiat Doblò, 382 adetle en çok üretilen araç oldu. Otomotivciler işbirliğini Türk otomotiv sanayii açısından dev bir adım olarak niteliyorlar.

İlk olarak 1978 yılında işbirliğine giden Fiat ile Peugeot-Citroen, İtalya ve Fransa'da halen Fiat Ducato, Peugeot



Fiat, Tofaş ve PSA Group arasında imzalanan anlaşmaya Tofaş adına imza koyan Tofaş CEO'su Diego Avesani bu anlaşmanın Türk otomotiv sanayii için büyük önem taşıdığını belirtti.

Boxer ve Citroen Jumper modellerini üretiyor. Fiat ile Peugeot-Citroen 2001 yılında anlaşmaya imza atarak, 2017 yılına kadar hafif ticari üretiminde işbirliği

yapma kararı almıştı. Fiat ve PSA Group, Tofaş'ın Bursa Fabrikası'nda üretilecek yeni araçla, Avrupa'da binek otomobilin aksine sürekli büyüyen ticari araç pazarında daha iddialı konuma gelmeyi hedefliyor. Tofaş CEO'su Diego Avesani, yaptığı açıklamada, "Size memnuniyetle belirtmek isterim ki, uzun ve zorlu bir çalışmanın ardından, yeni bir hafif ticari aracın fabrikamızda üretilmesine ilişkin Niyet mektubu bugün

Tofaş, Fiat Auto SpA ve PSA Peugeot Citroen arasında imzalanmıştır. Altını önemle çizmek isterim ki, bu gelişme sonucu stratejik planımızda öngördüğümüz en önemli projelerimizden biri gerçekleşme safhasına gelmiştir. Bu konuda emeği geçen herkese teşekkür eder, hayırlı olmasını dilerim" dedi. 





Aygaz, Tam Gaz İleri!

Türkiye'nin LPG alanında lider markası olan Aygaz, marka kimliğini yeniden tanımlayarak büyük bir atılım başlattı. Yeni kampanyalar ve etkinliklerle güçlendirilen bu atılımın ilk adımları ise Aygaz Euro LPG ve tüplü gaz kullanıcılarına yönelik bir hediye kampanyası

ayın gündemi

Türkiye'nin lider LPG şirketi Aygaz, tüketicisiyle daha yakın bağ kurabilmek amacıyla marka kimliğini yeniden tanımladı. Uzun bir çalışmanın ürünü olan yeni marka kimliği Aygaz'ın tüketiciye dokunuşunu değiştirdi. Kuruçeşme Divan'ında gerçekleşen basın toplantısında yeni marka kimliğinin ilk uygulamaları olan "Aygaz Euro LPG" ve "Aygaz Tüplü gaz Hediye Kampanyası" hakkında bilgi verildi. Yapılan toplantıda, Türkiye'de 2 milyon kişinin LPG sektöründen geçimini sağladığını vurgulayan Aygaz Genel Müdürü Mehmet Ali Neyzi, 2003 yılı verilerine göre, LPG'nin asgari 2.4 milyar Dolar'lık vergi hacmi ile önemli bir vergi kaynağı oluşturduğunu söyledi. Mehmet Ali Neyzi, sektörün beklentilerine ise şöyle özetledi: LPG Piyasası Kanunu, serbest fiyat dönemi, EPDK denetimi.

Aygaz'ın yüzde 35 pazar payı ile açık ara lider olduğunu söyleyen Neyzi, "Tam gaz ileri" gitmeye devam edeceklerini belirtti. Neyzi, "Yeni marka kimliğimiz ve bunun ilk yansımaları olan Aygaz Euro LPG ve Aygaz Tüplü gaz Hediye Kampanyası'nı yeni çalışmalarımız takip edecek. Aygaz'da yenilikler sürecektir" diye konuştu. Aygaz, bu yeni mar-

ka kimliği içinde altı ana temayı ön plana çıkarıyor: Güvenilir, değer veren, el ele, yenilikçi, çekici ve samimi. Aygaz, tüm bu özelliklerin birleşmesiyle birlikte Koç Topluluğu'nun "Tüketicilere En Yakın Topluluk" temasına en uygun şirketlerden biri olacak. Zira 81 ilde 1800 bayi ile toplam 5 milyon tüketiciye hizmet veren Aygaz, her gün 200 bin eve giriyor. 20 milyonu aşan tüp parkıyla sektörün liderliğini %35 gibi büyük bir oranla elinde tutan Aygaz'ın sloganı ise tüm bu iletişim faaliyetinin kilit noktasında yer alıyor: "Aygaz, ailemizin bir parçası." Toplantıda Aygaz'ın yeni marka kimliğine uygun olarak hazırlanan yeni reklam filmleri de tanıtıldı. Filmlerde söz ve müziğini Burak Ekinil'in yaptığı ve Mirke-lam'ın seslendirdiği "Aygaz güzeli Süheyla" adlı parça da yer alıyor.

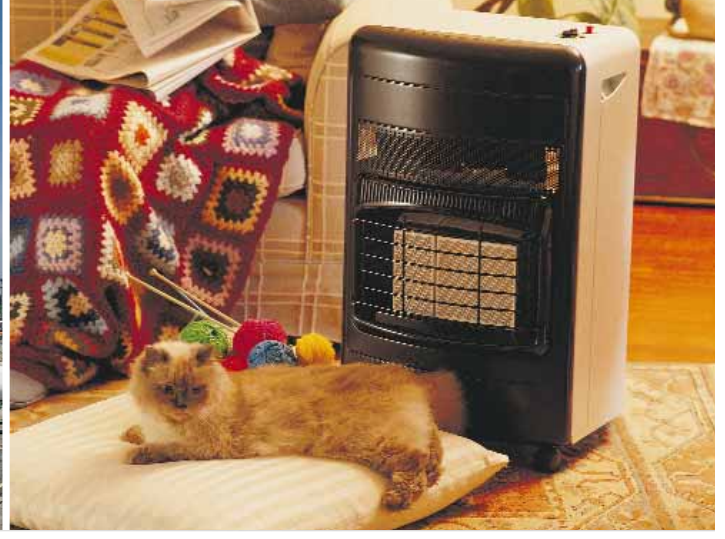


Yepyeni Bir Ürün: Aygaz Euro LPG

Aygaz'ın otogaz markası Otoaygaz LPG 1, üstün kalitesini ve Türkiye'de de kabul edilen Avrupa Otogaz Kalite Standardı EN 589'a uygunluğunu vurgulamak için Aygaz Euro LPG markası ile yoluna devam ediyor. Bu değişim ile ürün, Aygaz Euro LPG adı altında dört mevsim yüksek performans sağlamak üzere kendini yeniliyor. Mevsim şartları dikkate alınarak Aygaz Euro LPG içeriğindeki bileşenler, yüksek performans sağlamaya yönelik olarak değiştiriliyor.

Aygaz Euro LPG, 1 Ekim-31 Mart tarihleri arasında tüm istasyonlarında kışa özel, propanı artırılmış formülünü tüketicilere sunuyor. Otogazın içeriğinde bulunan ortalama %30 propan değerinin kışa özel Aygaz Euro LPG'de %50 seviyelerine çıkarılmasıyla kış aylarında da yüksek performans sağlanıyor ve araç sorunsuz çalışıyor. Çabuk buharlaşarak aracın benzinden gaza geçme süresini kısaltan kışa özel Aygaz Euro LPG, aracın rölantide titremesini de önüyor.

Aygaz Euro LPG'nin diğer ana özelliği formülünün tüketicilere her mevsim yüksek performans verebilmesi için mevsimsel olarak değişecek olması. İçeriğindeki propan oranının kış aylarında



yükseltilmesiyle kullanıcıların soğuk havalarda yaşadığı ilk çalıştırma ve rölanti- de titreme sorunlarını ortadan kaldırarak, kış aylarında da yaz aylarındaki gibi yüksek performans vermesi sağlanıyor. Yaz aylarında tekrar normal propan oranına dönülerek tüketicilerin dört mevsim aynı sürüş keyfini yaşaması sağlanıyor.

Aygaz Euro LPG'nin etkisini hissetmek için fazladan hiçbir donanım ve maliyete ihtiyaç yok. Her marka araç ve dönüşüm kitinde aynı fiyatla, farklı formülünün performans artışı hissettiriyor. Böylece, tüm otogaz kullanıcılarının Aygaz kalitesini ve performansını yaşayabilmesi sağlanıyor.

“Süheyla” ile Hediye Yağmuru

Aygaz'ın Euro LPG reklam kampanyası ile tüketicilere tanıttığı “Süheyla” isimli **Ford Focus** otomobil ise Türkiye’de tüplügaz kullanıcılarına yönelik bugüne kadar gerçekleşen en büyük hediye kampanyası ile birleştirildi. Kampanya Türkiye’nin 81 ilindeki 1400 Aygaz bayi- sini kapsıyor. 25 Ekim-25 Aralık tarihleri arasında gerçekleşecek kampanya sonunda üç talihli Ford Focus marka otomobil kazanacak.

Kampanya dönemi boyunca Aygaz bayilerinden, 12 kg’lık ev tipi tüplügaz siparişi veren her tüketicie teslimat sırasında üzerinde özgün şifre bulunan kampanya katılım kuponu veriliyor. Ka-

tılımcılar sırasıyla kartların üzerlerinde kazıdıkları şifreyi, ad ve soyadları ile birlikte 2966 no’lu Turkcell servis numarasına göndermek suretiyle çekiliş kampanyasına katılabiliyor. Tüm katılımcılara kampanya sonunda yapılacak çekiliş ile ilgili bilgi veren cevap mesajları gönderiliyor. Bu servisten sadece **Turkcell**, **Hazır Kart** ve **Muhabbet Kart** kullanıcıları yararlanabiliyor. Kampanyaya katılanlar üç otomobilin yanı sıra **Beko** marka plazma TV ve DVD; Aygaz marka kaliteli soba ve barbekü; **Ark** marka mutfak robotu, fritöz, tost ve tıraş makinesi ile **Beldeyama** Bomber bisiklet gibi 999 adet hediye den birini kazanma şansını yakalıyor. 🎁

ayın gündemi

“Tüketici İlişkilerini Yeni Bir Boyuta Taşımak İstiyoruz”

Bes yıllık bir stratejik planlama yaptık. Aygaz'ın uzun vadede nereye gideceğini düşündük. Dinamik, yenilikçi, gerçekten lider, tüketiciye yakın bir şirket için yeni bir yapı kurmaya karar verdik. Bunun için bütün ekipler bir arada çalıştık. Bu çalışmaların sonucunda mevcut markamızın gücü ve potansiyelini düşünerek, bunu çok daha ileri noktalara götürebileceğimizi gördük ve bu çerçevede çalışmalarımıza başladık. Aslında önemli olan tüketici ile olan ilişki. Bu ilişkinin daha da iyileşmesi; tüketiciye, bayie daha da yakınlaşılması çok önemli. Bayi entegrasyonu bizim isminin temellerinden birini oluşturuyor. Çünkü biz bayilerimizle ortak bir menfaat için çalıştığımız konusunda mutabıkız. Tüketicieyi memnun ettiğimiz takdirde, hem onlar, hem de biz kazanacağız.

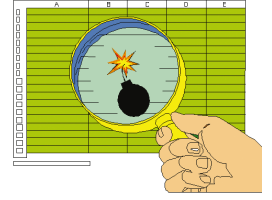
Tüketici ilişkilerini yeni bir boyuta taşımak istiyoruz. Bu tabii iletişimle de desteklenmeli. Bugün yeni reklam filmlerimizde de bunu izledik. Ama filmlerin ötesinde, ürün ve hizmet çeşitlenmesi de planlarımız arasında. Çünkü her gün 200 bin eve girdiğimiz



için bu ilişkiden yeni kazançlar da doğabilir. Dünyada da bunun örneklerini gördük. Bizim gibi hizmet götüren sektörler, farklı hizmetler de götürebiliyorlar. Çünkü öncelikle Aygaz'ın temsilcisi güvenilir bir kişi. Bizim pazar payımız %35. Ama bu pazar payı bölgelere göre farklılık gösteriyor. %50-60 pazar payına ulaştığımız yerler var. Bizim amacımız Türkiye'nin genelinde bu payı daha da artırmak. Bu hizmet kalitesi arttığı zaman ve tüketiciye daha yakın olduğumuz zaman, daha çok tüketicinin Aygaz'ı tercih edeceğini düşünüyoruz. Bunun da iş hacmimizi büyüteceğine inanıyoruz. Bu elbette kısa bir süreç değil, bes yıllık bir süreç.

Mehmet Ali Neyzi
Aygaz Genel Müdürü

e-Risk Projesi Hayata Geçiyor



Koç Holding Finansman Grubu'nun yıl sonunda devreye alacağı "e-Risk" projesi tamamlandığında sistem, Koç Topluluğu'nun ticari alacak risklerini mercek altına almayı amaçlıyor

Koç Holding Finansman Grubu, Koç Topluluğu'nun en geniş tabanlı e-dönüşüm projelerinden biri olan "e-Risk" projesini 2004 yılı sonunda devreye almayı hedefliyor. Bu projenin tamamlanmasıyla birlikte şirketlerin ağırlıklı olarak muhasebe veritabanlarını kullanan sistem, Koç Topluluğu'nun ticari alacak risklerini mercek altına alabilecek. Sistemin özelliği müşterilere bir Koç şirketinin değil, Koç Topluluğu'nun müşterisi gözüyle bakması. Bu sayede şirketlerde dağınık olarak farklı kodlarda takip edilen ve paylaşım imkânı çok kısıtlı olan bilgilerin sistem ortamında bir araya getirilerek Topluluk sinerjisinden istifade edilmesi amaçlanıyor. Proje her şeyden önce bir Koç Holding değil, Koç Topluluğu projesi olma özelliğini taşıyor.

Erken Uyarı Sistemi

Sistem bir raporlama aracı olmaktan ziyade interaktif olarak kullanılabilen bir erken uyarı sistemi olmayı amaçlıyor. Projede bir taraftan merkez kullanıcıları açısından ticari risklerle ilgili grup stratejilerini belirleme aracı, diğer taraftan şirket kullanıcılarını sanal ortamda bir araya getiren bir bilgi paylaşımı aracı yaratılması hedeflenmiş. Projenin diğer bir özelliği sisteme yapılacak veri girişlerinin günlük ve otomatik olarak yapılması. Her akşam belirlenecek bir saatte, şirketlerin ana server'a otomatik olarak göndereceği veriler, gece boyunca sistem tarafından gerekli işlemlerden geçirildikten sonra ertesi sabah mesai saatleriyle birlikte kullanıcıların kullanımına sunulacak.

Proje ile ilgili olarak projenin sponsoru olan Finansman Grubu Başkanı Dr. Rü-

dü Saraçoğlu, proje lideri Finansman Grubu Koordinatör Yardımcısı Dr. Önder Kutman ve projenin teknik ekip sorumlusu Koç Sistem "Holding ve Merkezi Uygulamalar Birim Yöneticisi" Ayhan Erlik ve ekibinin görüşlerini aldık.

Topluluğumuzun risk yönetimi konusuna yaklaşımı ne şekildedir? Bu projenin devreye girmesi Topluluğa ne gibi bir katkı sağlayacaktır ?

Dr. Rüdü Saraçoğlu: Üst yönetim olarak Topluluk risklerinin ölçülmesine ve takip edilmesine büyük önem veriyoruz. Topluluğumuzun potansiyel risklere karşı risk gerçekleşmeden önce önlem alabilecek yönde stratejiler geliştirebilmesi için bu tür projelere ihtiyacı var. Ayrıca içerisinde bulunduğumuz bilgi çağında şirketlerimizin veritabanlarında ayrı ayrı takip ettikleri finansal açıdan çok kıymetli bilgilerin paylaşılabilmesi gibi bir lüksümüzün de bulunmadığını düşünüyorum. Bu açıdan bakıldığında "e-Risk" projesinin yıl sonuna kadar devreye almayı planladığımız ticari risk mo-

dülünü önemli bir başlangıç olarak görmemiz lazım.

Projenin ana amaçlarını kısaca özetleyebilir misiniz?

Dr. Önder Kutman: Proje, grup şirketlerimizin kümülatif sektörel ve bölgesel bazda detaylı ticari risk ve teminatlarının merkezden günlük takibini ve paylaşımını amaçlıyor. Grubun ortak bir risk ve teminat politikası oluşturmalarını ve şirketlerimizin bu havuzdan yararlanarak birtakım ticari riskler karşısında önceden önlem alabilmelerine yardımcı olacak bir veritabanı oluşturmaya hedefledik. Bunu yaparken operasyonel anlamda şirketlerimizin takip ediyor olmaları ge-



e-Risk Projesi Ekip Yapısı

Proje Lideri: Koç Holding

Teknik Ekip: KoçSistem

Şirketler Merkez Ekip: Mali İşler ve Bilgi İşlem Departman Temsilcileri

DTÜ ve İnşaat Grubu Ekip Liderleri: Arçelik ve Türk DemirDöküm

Yan Sanayi ve Diğer Otomotiv Grubu Ekip Liderleri: Otokoç ve Birmot

Enerji Grubu Ekip Lideri: Opet

Tüketim ve Turizm Grubu Ekip Liderleri: Migros, Tat ve Setur

Finansal Hizmetler Grubu Ekip Lideri: Koç Allianz

Bilgi Grubu Ekip Liderleri: Koç Bilgi, KoçSistem

Otomotiv Grubu Ekip Liderleri: Tofaş ve Ford Otosan

Şirketler Alt Ekip: Mali İşler ve Bilgi İşlem Departman Temsilcileri



“e-Risk” projesine imza atan çalışma grubu bir arada.

e-Risk Portaline erişim adresi:

<http://www.kocweb.com/sites/topluluk/finansman/erisk/default.aspx>

reken risk alanlarını yine şirketlerimizle birlikte belirledik. Bu anlamda projenin şirketlerin muhasebe takip sistemlerinde bir standardizasyon sağlayacağını da düşünüyoruz. Aynı zamanda toplanan minimum düzeyde veri-den maksimum düzeyde ne tip sorgulamalar yapabileceğimizi tasarladık. Örne-

ğin, projenin devreye girmesiyle birlikte bayileri-mizle ilgili güncel iletişim bilgilerini de merkezden izleme olanağı bulacağız.

Ortak veritabanında oluşturulan bilgilerin tümü şirketlerimiz tarafından paylaşılabilecek mi?

Dr. Önder Kutman: Tüm bilgilerden ziyade paylaşmaya ihtiyaç duyulan bilgilerin paylaşılması söz konusu. Gerek Topluluk kullanıcıları, gerekse şirketlerimiz, paylaşılmasında yetkileri ve sorumlulukları çerçevesinde ortak grup menfaati bulunan bilgileri görme hakkına sahip olacaklar.

Bu kadar kalabalık bir ekip çalışmasında iletişim sorununu nasıl çözdünüz?

Dr. Önder Kutman: Kapsam belirleme çalışmalarında daha küçük bir pilot şirket ekibiyle çalıştık. Ancak yazılımın ta-

mamlanmasından sonra şirketlere yaygınlaştırılması aşamasında iletişim sorununu çözmek için her sektörel gruptan merkez ekip liderleri belirledik.

Teknik ekip ve merkez ekip liderleriyle on beşer günlük sürelerde bir araya gelip görüş alışverişinde bulunduk.

KoçSistem olarak “e-Risk” projesinin teknik ekibi olarak geçirdiğiniz bu süreç hakkında bize kısaca bilgi verir misiniz?

Ayhan Erlik: Bizler KoçSistem olarak, Koç Holding e-dönüşüm kapsamı içinde öncelikli projelerden biri olarak seçilen ve Koç Holding/Topluluk şirketlerinin merkezi risk yönetimine destek olacak “e-Risk” projesine 2003 yılı ilk aylarında tasarım olarak başladık. Yaklaşık altı aylık bir dönem içinde proje liderinden bize aktarılan istekler doğrultusunda uygulamanın geliştirilmesini tamamladık. Yılın ikinci yarısında seçilen beş pilot şirketimizle test çalışmaları yaptık. Şirketler kurulan sisteme veri akışını sağlayabilmek için ilk etapta bilgi işlem altyapılarını geliştirdiler. 2004 yılı başından itibaren de projeye tüm Topluluk şirketlerinin dahil edilmesi için çalışmalara başladık. Ayrıca emek ve zaman maliyetini aşağı çekebilmek için şirketlerimizin çoğunda kullanılan SAP ve CODA programlarına yönelik ortak aktarım programları KoçSis-

tem tarafından yazıldı ve talep eden şirketlere yüklemeleri yapıldı. Uygulamanın birinci sürümünün Aralık sonu itibarıyla devreye girmesini hedefliyoruz. İkinci ve izleyen sürümlerde, öncelikli olarak birinci sürümde görülen gerekli düzeltmeler yapılacaktır. Aynı zamanda gelecek yıl Koç Holding Bilişim Hizmetleri Koordinatörlüğümüzün de katkılarıyla bilgi işlem ve yazılım altyapısı olarak yeni ve daha güvenli olacağına inandığımız sistemlere yükseltim yapmayı planlıyoruz.

e-Risk projesinin teknik ekibi olarak uygulama altyapısını kısaca anlatır mısınız?

Özden Işıkgil: Uygulamamız, Windows tabanlı server üzerinde kurulu olup KoçSistem İşletim Merkezi'nde host edilmekte ve ilişkisel veritabanı olarak ise SQL Server'dan yararlanılıyor.

Her gün sonu uygulamaya dahil Koç Topluluğu şirketlerinden gerekli veriler otomatik şekilde server'ımıza secure FTP yoluyla gönderiliyor. Bu veriler veritabanına aktararak oluşturduğumuz kullanıcı arayüzlerinden şirket kullanıcılarına bir gün önceki bakiyeler olarak gösteriliyor.

Sistemin tüm amaçlarına ulaşması ve tam anlamıyla başarılı olması için gerekli şartlar nelerdir?

Dr. Önder Kutman: Sistemin başarısı şirketlerden gönderilecek bilgilerin güncelliği ve doğruluğu kadar programın kullanım alışkanlığının da yaygınlaşmasıyla orantılı olacaktır. ☺

OPET'ten Çevreye Duyarlı Yepyeni Bir Ürün



Opet sektöründe bir "ilk"e daha imza atarak, Avrupa'nın 1 Ocak 2005'ten itibaren standart olarak kullanacağı "maksimum 50 ppm kükürt" içeren "Ultra Euro Diesel" in satışına başladı

OPET, akaryakıt sektöründe bir kez daha önemli bir atılıma imzasını attı. Türkiye'de ilk olarak OPET tarafından satışına başlanan Ultra Euro Diesel 23 Eylül tarihinde tüketiciyle buluştu. 2005 yılıyla birlikte tüm Avrupa'da zorunlu hale gelecek olan ve Avrupa'nın çevreci motorini olarak kabul edilen Ultra Euro Diesel, halen ülkemizde satılmakta olan 350 ppm Eurodiesel'lere göre 7 kat daha az kükürt içeriyor. Türk Standartları Enstitüsü tarafından hazırlanan ve Sana-

yi ve Ticaret Bakanlığı tarafından 27 Şubat 1995 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanmış TS 3082-EN 590 Motorin Standardı'na göre, Türkiye'nin motorin kükürt içeriği maksimum 7000 ppm (%0.7)'dir. Halen ülkemizde satılan Eurodiesel'ler 350 ppm kükürt içermekte. OPET tarafından satışa sunulan Ultra Euro Diesel ise maksimum 50 ppm kükürt içeriyor. Otomobil üreticileri, yeni teknoloji ile ürettikleri Euro 4 normuna uygun araçlar için en fazla 50 ppm kükürtlü moto-

rin kullanımı öngörüyor. Dolayısıyla, Euro 4 normuna uygun araçlar, ülkemizde de tasarımlarında öngörülen üstün kaliteli yakıtı OPET istasyonlarında bulabilecekler. Ultra Euro Diesel'in piyasaya girmesi ile egzoz emisyonları düşük, son teknoloji ile üretilmiş araçların Türkiye pazarına girmelerine imkân tanınmış olacak.

Ultra Euro Diesel'in Kükürt Açısından Farkı ve Sağlanan Faydalar:

- %0,7 kükürtlü motorine göre 140 kat diğer bir ifade ile %99,99 (6950 ppm) oranında,
- %0,035 kükürtlü motorine göre 7 kat diğer bir ifade ile %86 (300 ppm) oranında, azalma sağlanmış olacaktır.
- Motorin içinde bulunan kükürdün yanması ile oluşan kükürt oksitler ve daha sonra oluşan sülfürik asit dolayısıyla partikül emisyon değerlerinde çok önemli miktarda azalma sağlanacaktır.
- Yakıt içerisinde bulunan yüksek miktardaki kükürt katalitik konvertör dönüşüm veriminde ciddi düşüşlere ve tıkanmalara neden olmaktadır. 50 ppm (%0,005 wt) kükürtlü motorin kullanımı ile bu problemler tamamen ortadan kalkacaktır.
- Emisyon değerlerinde sağlanan iyileşme neticesinde, asit yağmurlarının oluşumu, bitki örtüsüne ve insan sağlığına verilen zarar minimum seviyeye düşürülmüş olacaktır.
- 50 ppm (%0,005 wt) kükürtlü motorin hem eski hem de yeni teknoloji araçlarda rahatlıkla kullanılabilir. 

OPET'e IPRA'dan Büyük Ödül

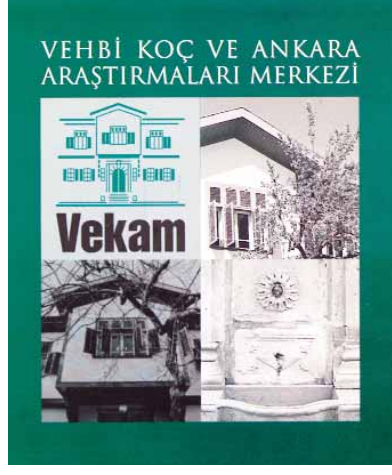
OPET'in "**Temiz Tuvalet Kampanyası**", IPRA'nın (International Public Relations Association/Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği) düzenlediği Golden World Awards yarışmasında "**Sosyal Sorumluluk Projeleri**" kategorisinde birinci oldu. Bu yıl 14.sü gerçekleştirilen yarışmaya 25 ülkeden toplam 237 proje katıldı. 21 Ekim'de Londra'da düzenlenen törende, ödülü OPET Yönetim Kurulu Üyesi **Nurten Öztürk** aldı. Mart 2000'de başlatılan

"Temiz Tuvalet Kampanyası" Türkiye'de bugüne kadar yapılan en uzun soluklu sosyal sorumluluk projesi olma özelliğini taşıyor. Proje kapsamında eğitim vermeye devam eden OPET Eğitim Ekibi yurt genelinde 70 ili gezerek 800 bin km yol kat etti. 1600 saat eğitimle 250 bini aşkın kişiyi doğru ve temiz tuvalet kullanımı konusunda bilgilendirdi.

Doğaya ve insana saygı duyan, geliştirdiği sosyal sorumluluk projeleri ile



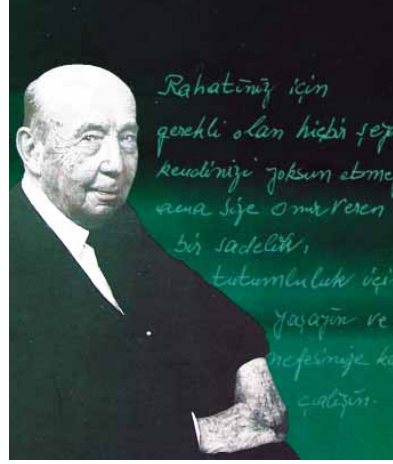
değer yaratan OPET, bu ödülle yalnızca Türkiye çapında değil, dünya çapında da ses getiren bir projeyi geliştirmenin ve dört yıldan bu yana sürdürmenin mutluluğunu yaşıyor.



VEKAM Ankara'ya 10 Yıldır Hizmet Veriyor

kültürel vizyon

1994 yılında kapılarını bilim, kültür ve sanat dünyasının hizmetine açan “Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi” (VEKAM), kuruluşunun 10. yılını kutluyor. VEKAM'ın 10. yıl kutlamalarında çeşitli etkinlikler yer alıyor



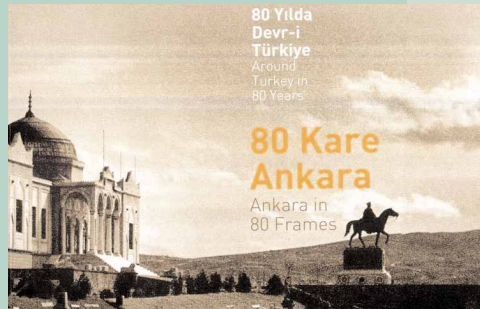
Vehbi Koç ve Ankara Araştırmaları Merkezi (VEKAM), kuruluşunun 10. yılını çeşitli etkinlikler ile kutladı. Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi **Ömer M. Koç**'un ev sahipliğini üstlendiği VEKAM'ın 10. yıldönümü davetine, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı İcra Kurulu Başkanı **Sema-hat Arsel** ve pek çok sanatsever Ankaralı katıldı.

VEKAM'ın, 10. yıl etkinlikleri çerçevesinde, uzun süredir devam eden pek çok özel ve başarılı çalışması da, Ankaralılar ile buluştu. Merkezdeki Vehbi Koç Salonu'nda, Vehbi Koç'un kendisine ait özel

Ankara: 80 Yıldan Yansımalar

1920'li yıllarda Ankara'da, yapı ve kentsel koşullar konusunda yaşanan yoksunluk ve yoksulluklar, kente yeni gelenlerin kalabilecekleri uygun sayıda konut ve Taş Han ile Gar Oteli dışında otel bulunmaması, milli egemenliğin olduğu ve savaşın yönetildiği yapıların bile farklı işlevlerden devşirilmesi, hızla artan kent nüfusunu zorlamıştır. İttihat ve Terakki Cemiyeti kulüp yapısı, milli meclis olarak kullanılmış; Ziraat Mektebi, Taş Mektep ve Sanayi Mektebi, Genel Kurmay Başkanlığı ve Milli Savunma Bakanlığı'nın birimlerine hizmet etmiş; Gar Kondüktör Binası Mustafa Kemal Paşa'yı ağırla-

mıştır. Savaşın zaferle sonuçlanması, baskentin Ankara'ya alınması ve 29 Ekim 1923'te Cumhuriyet'in idare biçimi olarak benimsenmesi sonrasında Ankara'nın gereksinimlerini karşılamak



üzere 1924 Lörcher Planı yapılmıştır. Buna göre kale çevresindeki Eski Ankara'nın yanı sıra güneyde geliştirilen Yeni Şehir, hem yeni baskentin konut gereksinimini karşılayan, hem de kendi fiziksel ve toplumsal yeniden kurma becerisini kanıtlayan ilk adım olacak, yeni eğitim yapıları, yeni tören ortamları, yeni tarımsal üretim, yeni dinlenme biçimleri bu kurulmadan paylarını alacaklardır. VEKAM tarafından düzenlenen “Ankara: 80 Yıldan Yansımalar” sergisi de iste bu özel dönemden başlayan bir sergi. 10'ar yıllık dönemler temelinde kurgulanan ve bildik görsel malzemenin kullanı-



Ankara'da yapılan Vekam'ın 10. yıl törenine Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ümer M. Koç da katıldı.

eşyaların yer aldığı daimi bir sergi açıldı. Ayrıca Nallıhan ipek iğne oylarının, güncel kullanım alanlarını da içeren "Kadim Toprakların Sessiz Dili: Nallıhan İpek İğne Oyları ve Gündelik Yaşamdaki Kullanım Alanları" sergisi de 26 Kasım 2004 tarihine kadar VEKAM'da sanatseverlere ulaşacak. Sergi daha sonra Washington'da sesini dünyaya duyuracak. Bunun yanı sıra Türkiye Cumhuriyeti'nin

masından kaçınılan bu sergide, izleyicinin, toplumsal belleğe kazınmış fotoğraf ve resimleri gezerken anımsaması, dönemin anlaşılmamasına yardımcı olacaktır. Sergide ve koleksiyonda, önce konut ve sağlık sorunlarıyla, ama hemen sonrasında, "Cumhuriyetin örnek kenti" olma hedefinin gerekleri ve yeni kurulmanın sorunlarıyla uğraşan bir Ankara görülüyor. Koleksiyonda, kamusal alanların oluşturulması kadar, kentlilerin barınma biçimi ve modelleri konusunda toplumun Osmanlı'dan devraldığı alışkanlıkların dönüştürülmesi, kısacası, "örnek kent" olma hedefinin getirdiği sorumluluklar, Ankara'nın tarihsel ve toplumsal görev bilincinin yansımalarıdır.

kuruluşunun 80. yılı nedeniyle yürütülmekte olan "80 Yılda Devr-i Türkiye" projesi kapsamında VEKAM bünyesinde geliştirilen sergilerin ilki olan "Akılçağı: Eğitim Belgeleri Sergisi" açılışında Doç. Dr. **Ali Cengizkan** tarafından yapılan sunum kitaplaştırıldı: "Koçzâde Ahmet Vehbi Bey ve Bir İnşaatın Öyküsü: Ankara Hukuk Mektebi". Aynı proje kapsamında, Ankara'nın Başkent oluşunun 80. yılı nedeniyle açılan bir diğer sergi de kitaplaştırılarak değerli bir arşiv çalışması olarak Ankaralıların ve tüm sanatseverlerin beğenisine sunuldu; "80 Yılda Devr-i Türkiye: 80 Kare Ankara".

Ankara ve çevresine ait kültürel mirasımızın özgün değerlerinin günümüz kuşağı tarafından sahiplenilerek korunması ve gelecek kuşaklara aktarılması ile bu değerlerin uluslararası platformda tanıtılması konularında da bugüne kadar çalışmalar yapan VEKAM, 10. yılı dolayısıyla açtığı sergi ile de bu özelliğini pekiştirdi. 1994 yılında kapılarını bilim, kültür ve sanat dünyasının hizmetine açan VEKAM kentin geleneksel bağ evi dokusunun önemli ve yaşayan bir örneği. Uzun yıllar boyunca Koç Ailesi'nin konutu olarak da işlev gören bağ evi, Ankara Keçiören'de, bugün bilimsel kıstaslar çerçevesinde gerçekleştirilen araştırmalarda kullanılacak nitelikte belge ve arşive sahip saygın bir merkez olarak hizmet veriyor. Merkez, "Vehbi Koç" ve Ankara ağırlıklı yayınların yer aldığı kütüphanesinin yanı sıra, Vehbi Koç Arşivi, Ankara Fotoğrafları ve Kartpostalları Arşivi, Belgesel Film Arşivi, Ankara Taşınmaz Kültür Varlıkları Envanteri, Müzik Arşivi, Ankara Belgeleri Arşivi ve Harita Arşivi ile de araştırmacılar için eşsiz kaynaklar sağlıyor. 🌐

VEKAM: 0312 355 20 27
0312 381 44 93

Bir İnşaatın Öyküsü

VEKAM'ın 10. yıl etkinliklerinden biri de Doç. Dr. Ali Cengizkan tarafından yazılan ve VEKAM tarafından yayınlanan

"Koçzâde Ahmet Vehbi Bey ve Bir İnşaatın Öyküsü: Ankara Hukuk Mektebi" adlı kitap. Kitapta, 5 Kasım 1925 tarihinde açılan Ankara Adliye Hukuk



Mektebi'nin zaman içinde geçirdiği değişimle birlikte uzun dönem hizmet verdiği binanın tarihi anlatılmakta. Ankara Hukuk Mektebi, kurulduğu ilk yıl İstanbul Hukuk Medresesi müderrislerinden Cemil (Bilsel) Bey'in de büyük çabalarıyla yeni binasına taşınan Yeni Postane'nin iki katlı ahşap binasına yerleşir. Eski Postane'deki yemekhane ikinci sınıf olarak kullanıma sokulur; birinci sınıf Çankırı Caddesi'ndeki mescitte hizmet verir. 1928 yılı ortalarına kadar kullanım, bu şekilde "durumu idare ederek" çözülür. Ancak dördüncü yıl, bu dağınıklık dayanılmaz hale gelir. 1929 yılında daha önce ilkokul olarak kullanılan bir bina Hukuk Mektebi'nin kullanımına verilir. Ankara Hukuk Mektebi'nin 1941'e dek kullandığı bu binanın tadilatı 1928 yılında Koçzâde Ahmet Vehbi Bey ve Mösyö Thamm'a ihale edilir. Daha sonraki yıllarda bunun gibi farklı projelere de imza atan Koçzâde Ahmet Vehbi Bey, kendi deyimiyle "para kazandırmayan" inşaat işlerinden kopacak; kendisini "Vehbi Koç" olarak tanıtacak işlere yatırım yapacaktır.

EN GÜZEL “Uçuşan Kareler”

11. Koç Allianz Fotoğraf Yarışması’nın sonuçları açıklandı. Yarışmada siyah-beyaz dalda İstanbul’dan Orhan Yayla, renkli dalda ise Van’dan A. Fatih Sönmez birinci oldu



Bu yıl 11’incisi düzenlenen **Koç Allianz Fotoğraf Yarışması**’nın sonuçları açıklandı. İki ayrı dalda düzenlenen yarışmaya yaklaşık 1300 eser katıldı. Yarışmada dereceye girenlerin ödülleri, 30 Kasım’da Koç Allianz Oditoryumu’nda düzenlenecek törende verilecek.

Yarışmanın siyah-beyaz daldaki birinciliğine **Orhan Yayla** (İstanbul), ikinciliğe **K. Gürcan Öztürk** (İstanbul), üçüncülüğe de **Şekip Ayhan Tünel** (İstanbul) layık görüldü. Renkli fotoğraf dalında ise birinciliği **A. Fatih Sönmez** (Van), ikinciliği **Hasan Metin Soner** (Ankara), üçüncülüğü de **Tufan Kartal** (İstanbul) aldı.

Daha önceki yıllarda “Ellerin Dili”, “Türkiye’nin Köprüleri”, “Çarşı-Pazar”, “Türkiye’nin Aileleri” gibi pek çok farklı ve ilginç konuda düzenlenen yarışma bu yıl da büyük bir ilgi gördü. “Uçmak sadece kanat çırpıp mıdır? O zaman sevinçten, mutluluktan uçmanın fotoğrafı olur muydu?

Gökyüzünün mavi derinliği sadece kuşların mıdır? O zaman uçakları, helikop-



terleri, paraşütle süzülenleri, uçurtmaları, rüzgârın havalandırdığı yaprakları nasıl fotoğraflardık?” başlığıyla duyurulan yarışmaya Adana’dan Van’a, İzmir’den Gaziantep’e kadar Türkiye’nin dört bir yanından fotoğraflar gönderildi. Yarışmada, her iki kategoride belirlenen birinciler 4 milyar 500 milyon, ikinciler 3 milyar, üçüncü yarışmacılar ise 2 milyar TL ödül alacak.

Yarışmanın seçici kurulu Mimar Sinan Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. **Ahmet Öner Gezgin**, fotoğraf sanatçıları **Şakir Eczacıbaşı**, **Ani Çelik Arevyan**, **Arif Aşçı** ve **Merih Akoğlu**’un yanı sıra, Koç Allianz Sigorta Murahhas Aza-



şı/Koç Allianz Hayat ve Emeklilik Genel Müdürü **M. Kemal Olgaç** ve Fotoğraf Dergisi Editörü **Nadir Ede**’den oluşuyordu. Yarışmada ödüle ve sergilenmeye değer görülen eserler Koç Allianz Oditoryum Fuayesi’nde fotoğrafseverlere sunulacak. 📸



Örnek Bir Belgesel: Gelibolu

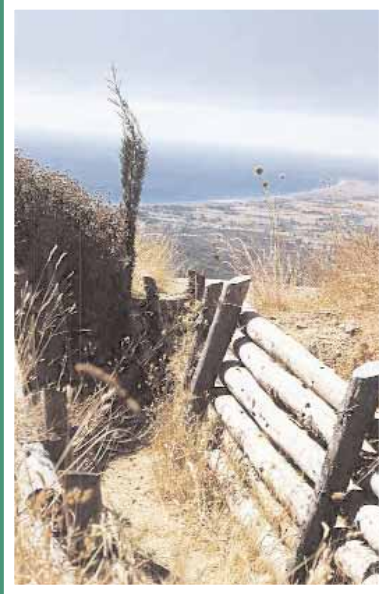


“Atatürk”, “Tanrıların Tahtı Nemrut”, “Hititler” gibi uluslararası belgesel filmleriyle tanınan yönetmen Tolga Örnek, şimdi de Çanakkale Savaşı’nı ele alıyor. Koç Allianz’ın da sponsor olduğu belgeselin prömiyeri 15 Mart 2005’te yapılacak

Çanakkale’de askerliğini yapan Mehmet, sabah gözlerini açtığında gün içerisinde nasıl bir zaman yolculuğuna çıkacağını kestiremiyor. Mıntıka temizliği, kahvaltı, eğitim derken bir araca biniyor ve Kumkale beldesine yollanıyor, onlarca devreyle birlikte. Yüzünde 10 günlük bir sakal var. Ama traş olması gerekmiyor. Bugünün üniformasını üzerinden çıkarıyor ve zaman duruyor. 89 yıl öncesinin üniformasını giyiyor ve zaman yolculuğu başlıyor. Süngüsünü kontrol ediyor, sipere doğru ilerliyor. Mehmet, **Tolga Örnek**’in “Gelibolu” belgeselinde rol alan onlarca figürandan biri. Zaman yolculuğu kafasını karıştırmış, “Bu siperlerde insanların aylarca yaşadığını tahayyül bile edemiyorum” diyor.

“Atatürk”, “Tanrıların Tahtı Nemrut”, “Hititler” belgesellerinin yönetmeni Tolga Örnek şu sıralar Çanakkale Savaşlarını beyazperdeye taşımak için var gücüyle çalışıyor. Mehmet’in de rol aldığı sahneler belgeselin canlandırma bölümlerini oluşturacak. Tolga Örnek, yıllar önce “Atatürk” belgeseli için araştırma yaparken Çanakkale Savaşlarının başlı başına bir belgeselin konusu olması gerektiğine inanıp çalışmaya başlamış. Uzmanlarla görüşülmüş, arşivler taranmış, binlerce belge incelenmiş. “Şimdiye kadar çekilen filmlerde hep bir şeyin eksikliğini hissediyordum” diyor Örnek, “Hep karşı tarafın yaşadıkları es geçilmeye çalışılıyor. İşi insani boyuta indirgeyemiyorlar. Oysa iki taraf da çok onurlu ve cesurca savaşmıştı burada. Bu onur sayesinde Çanakkale Savaşları destanlaştı”.

“Gelibolu” uluslararası bir belgesel. Çünkü 11 ülkeyi ilgilendiriyor. Bunun için İngiltere, Almanya, Fransa, Rusya, Avus-



turya, Avustralya, Yeni Zelanda ve Türkiye’den 70’in üzerinde arşivden yararlanılmış. 90 dakikalık belgesel filme ilişkin bilgi veren yönetmen Tolga Örnek, altı yıllık araştırma sonucu çekimlerine başlanan film için “Tamamen tarafsız ve dengeli bir film” diyor. Filmde yüzlerini göremesek bile Hollywood yıldızları sesleriyle cirit atacak. Ana anlatıcının “Gelibolu” filmiyle ünlenen **Mel Gibson** olacağını söylüyor Tolga Örnek. **Jude Law**, **Sam Neill**, **Jeremy Irons** ise diğer karakterleri seslendirecek. Savaşın 90. yıldönümünde, yani 15 Mart 2005’te Çanakkale’de dünya prömiyerini yapacak olan film 18 Mart’ta vizyonda. Sonra da Avustralya, Yeni Zelanda ve İngiltere’de gösterime

çıkacak. Belgesel için görüşülen 20 tarihçi arasında yer alan Dr. **Feza Toker**, koordinatör olarak sette hazır. Sete ilk geldiğinde neler hissettiğini sordüğümüz zaman “Çok etkileyiciydi. Ama detayları doğru olarak aktarmak için tekrar her şeyi gözden geçirmek zorunda kalıyordunuz” diyor.

İngiltere Kraliyet Savaş Müzesi, Avustralya Savaş Müzesi, Yeni Zelanda Kültür Bakanlığı ve Türk askeri müzelerinin işbirliği ile gerçekleştirilen filmin Türkiye galası ise 15 Mart’ta İstanbul’da gerçekleştirilecek. **60**





Otomotiv Sanayiinin 50 Yıllık Serüveni...

Rahmi M. Koç Müzesi öncülüğünde düzenlenen “Hayalden Gerçeğe” sergisinde, Türk otomotiv sanayiinin 50 yıllık serüveni sergileniyor

7 Ekim-7 Kasım tarihleri arasında, **Otomotiv Sanayii Derneği** ve başta **Ford Otosan** ve **Tofaş**’ın yer aldığı otomotiv şirketlerinin katkılarıyla düzenlenen “**Hayalden Gerçeğe**” başlıklı sergi, 1954 yılında Tuzla Jeep Fabrikası’nın kurulmasıyla başlayan Türk otomotiv sanayiinin bugüne kadar hangi aşamalardan geçtiğini, nasıl hızla geliştiğini otomobillerle zenginleşen sergi, önemli otomobillerle onların orijinal yedek parça ve aksesuarlarından oluştu.

Sergiyi gezenler, Türk Willys Overland Jeep, Türk otomotiv sanayiinin ilk göz ağrılarından Anadol, Murat 124, Renault 12 Ralli versiyonu, Honda Civic, Toyota Corolla ve Türkiye’de minivan segmentinde olup binek görünümüne ilk araç olan Peugeot Partner gibi Türk otomotiv endüstrisinde önemli yeri olan otomobilleri de görme şansını yakaladılar. Ayrıca, bu modellerin yanı sıra bugüne kadar hiç gün ışığına çıkmamış prototipler de sergide yer aldı. Ayrıca, nostaljik otomobil reklamları, gazete ilanları, eski plakalar, otomobillere yazılan yazılar, eski otomobil yarışlarından fotoğraflar, kupalar, madalyalar gibi objeler de sergilendi. “Hayalden Gerçeğe” sergisi, çocukların oynayarak eğlenceli bir şekilde öğrenmeleri için bir uzman eşliğinde otomobil tasarımları yapabilecekleri aktivite alanıyla da zenginleştirilmiştir.

Türk Otomotiv Sanayii Tarihi

Rahmi M. Koç Müzesi’nde düzenlenen sergide Türk otomotiv sanayiinin 1960’lı yıllardan bu yana geçirdiği evrim gözler önüne serildi. 1960 yılında Eskişehir’de Devlet Demiryolları atölyelerinde proto-



tip olarak üretilen ilk Türk otomobili Devrim ile başlayan öykü, ilerleyen yıllarla birlikte farklı modellerle devam etti. 1961 yılının sonlarına doğru, Türkiye’de otomotiv sanayii alanında girişimde bulunan isimler, “Otomotiv Sanayii Birliği” adı altında bir araya gelmişlerdi. Böylece “Jeep” ve “Bussing” kamyonlarının montajını yapan “Verdi”, “Ford Consul” otomobillerin montajını yapan “Otosan”, “International Harvester” kamyonlarının montajını yapan “Türk Otomotiv Endüstrisi”, “Minneapolis-Moline Türk Traktör Fabrikası”, “Gümüş Motor Fabrikası” ve yay üreten “Uzel” gibi kuruluşlar “Otomotiv Sanayii Birliği”ni oluşturmuşlardı. İlerleyen yıllarla birlikte Türkiye’de otomotiv endüstrisi önemli yol kat etti. 1964 yılında imza atılan “Anadol” projesi bu yolda çok önemli bir adımdı. Yerli malı bu otomobile bir isim bulmak hiç de kolay olmamıştı. Bu amaçla bir yarışma açılmış ve sonuçta da “Anadol” ismi benimsenmişti.

1960’ların ikinci yarısı otomotiv alanında pek çok atılımı da beraberinde getirdi. İlk başarılar bu yıllarda elde edilmeye başlandı. Tüm bu başarıların içinde belki de en başta, 1968 yılında, Bakanlar Kurulu kararıyla Türk otomobil sanayi açısından büyük önem taşıyan “Tofaş Türk Otomobil Fabrikası AŞ”nin kurulmasıydı. Bu kuruluş, gerçekte üç yıl boyunca yürütülen yoğun çalışmaların sonucunda ortaya çıkarılmıştı. Tofaş’ta ilk yıllarda üretilen Murat 124 ilerleyen yıllarla birlikte pek çok yeni modeli beraberinde getirdi. Bugün Tofaş, Avrupa’nın en önemli otomobil üreticileri arasında. Aynı şekilde otomobil üretimine 1960’lı yıllarda Anadol ile başlayan Otosan ise 1985 yılında ilk Ford Taunus’u üreterek bir ilke imza attı, bunu Ford Escort izledi. Ford Otosan günümüzde gerek farklı segmentlerde ürettiği araçlar, gerekse Ar-Ge ve motor çalışmalarıyla Avrupa’nın en önemli fabrikaları arasında yer alıyor. 🚗



Continental®

hayata dair

Kışa Hazır mısınız?

Kış yaklaşıyor. Continental, aracınızla yapacağınız güvenli ve üstün performanslı bir sürüş için, sonbahar ve kış aylarının yol koşullarına uygun “kış lastiği” kullanılmasını tavsiye ediyor

Geçen kış yoğun yağışlarda yollarda yaşanan kazalar, araçların yollara terk edilmesi, içinde endişeli bekleyişlerin, trafik akışına engel olunması gibi maddi ve zaman kaybının artık yaşanmaması için tüm araç sürücülerinin ekim ve nisan ayları arasında araçlarında uygun kış lastikleri kullanımına özen göstermesi gerekiyor. Avrupa’nın bir çok ülkesinde, yarattığı fayda açısından “kış lastiği” kullanımı zorunlu hale getirildi. Continental “kış lastikleri”ni, normal (yaz) lastiklerden ayıran en büyük özellikleri şöyle sıralamak mümkün:

Lastik Bileşenleri: Normal lastik bileşenleri, ısı 7 C’nin altına inince sertleşmeye başlar, kavrama ve tutunma kaybına uğrar. Continental kış lastikle-

ri, mükemmel doğal kauçuk oranı ve polimer hamur yapısı sayesinde, en düşük (-) derecelerde dahi, mükemmel esneklik yaratarak yola tutunur.

Desen: Continental kış lastiklerinde kullanılan desen, özellikle sulu kar ve kar üzerinde çok etkilidir. Karlar, bu desenler arasında yer alan kanallara sıkışarak ekstra yol tutuş sağlar. Islak zeminlerde ise, lastik yüzeyindeki sular, kanallar ve oluklar sayesinde boşaltılır.

Lameller ve ince yivler: Üstün yanal tırnak sıraları, dış bloklarının esnemesini ve bu sayede buz ve karların daha derinlere temas edebilmesini sağlar. Lamellerin kapanmasını önleyen özel bantlar sayesinde sıkışan karlarla

zemindeki kar taneleri kolaylıkla birbiriyle kilitlenerek olağanüstü bir kavrama yaratır.

Ülkemizin bir çok bölgesinde bu lastikler “vakumlu lastik” olarak adlandırılmaktadır. Continental “Kış lastiklerinin” normal (yaz) lastiklere oranla karlı ve buzlu zeminde en az %20 daha kısa bir fren mesafesi sağladığı unutulmamalı.

Tüm araçlara uygun kış lastiği modelleriyle Ulusal Amerikan Karayolları Trafik Güvenliği İdaresi (NHTSA) tarafından kar tanesi logosuyla ödüllendirilen Continental “kış lastikleri”, piyasaya sunduğu her ürünle de uluslararası test kuruluşlarının “en iyi”, “özellikle tavsiye edilen” ve “test şampiyonu” olarak değerlendirdiği vazgeçilmez bir seçenektir. 🏆

Büyüleyici Beyazlıktaki

Zirve

hayata dair

New Holland Trakmak Doğu Anadolu Bölge Müdürü **Reha Gülcüoğlu** engin beyazlığa ve dağlara olan tutkusunu zor bir ekspedisyonla hayata geçirdi. Gülcüoğlu, ekibiyle birlikte **Ağrı Dağı zirvesine** gerçekleştirdiği **tırmanışın** öyküsünü anlattı...

Kısa bir süre önce Ağrı Dağı zirvesine bir tırmanış gerçekleştirdiniz. Tırmanıştan bahsedermisiniz?

Türkiye'nin en yüksek zirvesine (5165 m) tırmanış için en uygun zaman olan Temmuz-Ağustos dönemine denk gelen 8 Ağustos'ta katıldığım ekspedisyon ile toplam 13 kişi tırmanışa başladık. Tırmanış boyunca, Doğubeyazıt Eli Köyü'nden başlayan ve Ağrı Dağı için izin verilen güney rotasını izledik. İlk gün 3200 metre yükseklikte ana kampımızı kurduk. İkinci gün yüksek irtifaya uyum için 4200 metreye yükselip tekrar ana kampımıza inerek geceledik; yani genelde yüksek irtifa tırmanışlarında yapılan vücudun yükseğe uyumunu sağlayan "aklimitizasyonu" gerçekleştirdik. Üçüncü gün tekrar 4200 metreye yükseldik ve ikinci kampımızı kurduk. 11 Ağustos gününün ilk saatlerinde (03.00) karanlıkta 4200 metredeki kampımızdan yükselecek zirve tırmanışına başladık ve sabah



Reha Gülcüoğlu Ağrı Dağı'nın zirvesine New Holland bayrağını dikti.

saat 10.20'de Türkiye'nin zirvesine ulaştık. Tırmanış sırasında inanılmaz ortamlar ile karşılaşıyorsunuz; bulutların üzerine çıkıyorsunuz, 3900 metre yükseliğindeki Küçük Ağrı Dağı'na tepeden bakıyorsunuz. Güneşin doğuşunda Ağrı Dağı'nın ovalara ve en ilginç olanı havaya vuran gölgesini izliyor, zirveye yaklaşıp iki futbol sahası büyüklüğünde ve metrelerce derinlikte olan buzul platosundan geçiyorsunuz. Dönüşte ise, sabır işi olan dağcılıkta zirve yapmanın, dahası amaçladığınız hedefe ulaşmanın mutluluğunu yaşıyorsunuz.

Tırmanış esnasında zorluklar yaşadınız mı?

Bu tırmanış fazla teknik gerektirmediği için en önemli zorluk yükseklik oldu. Yükseliğe bağlı olarak havada bulunan oksijen miktarının azalması irtifa arttıkça nefes alıp-verme işini zorlaştırıyor. Nabızınız sürekli yüksek seyrediyor. 4000 metrelerde en basit, en kolay yürüme fa-



aliyeti için yapılan harekette bile 130-140 nabıza ulaşıyorsunuz. Bunlara bağlı olarak irtifa hastalığı ile karşılaşma riski sürekli var. Ancak bunu da önerilen tavsiyelere uyarak bol sıvı ve gıda alımı ile aştık. Bünyenin reaksiyon göstermemesi de çok önemli tabii ki. Bütün volkanik dağlar gibi tek başına yükselen Büyük Ağrı Dağı da hava koşullarını kendi belirliyor. 4000 metreden sonra ani hava değişiklikleri ile karşılaşma ihtimaliniz çok yüksek. Ancak tırmanışımız sırasında hava hep bizden tarafta, sürekli yüzümüze güldü. Sadece 4900 metreden sonra şiddetli rüzgâr ve aşırı soğuk biraz zorladı. Rüzgârın etkisi ile -20° C olarak hissedilen hava sıcaklığından dolayı zirvede sadece 15 dakika kalabildik. Bir de krampon ve kazma kullanarak geçilen son 200 metrelik buzul etabı var ki, bu etap dağın en zorlu kısmını teşkil etmekte; çünkü burada düşme riski çok fazla.

Neden Ağrı Dağı'na çıkmayı hedeflediniz?

2002 yılı Temmuz ayında yeni görev yerim olan Doğu Anadolu Bölgesi'ni tanımak, bölge bayi ve servis teşkilatı ile tanışmak üzere ilk seyahatimi gerçekleştiriyordum. Seyahat öncesi kültür ve tarih bakımından zengin olan bölgeyi daha iyi tanımak için tavsiyeler üzerine bölge hakkında da bol bol kitap okuyor, bilgi ediniyordum. Okuduğum kitaplar içerisinde, Ağrı Dağı ile ilgili konular ilgimi çekmişti. Geçmişte birçok olaya tanıklık etmiş, kutsal kitaplarda adı geçen, dünyada birçok kişinin ilgisini çeken Ağrı Dağı'na merakım, bölge hakkında derin bir bilgi birikimine sahip bayimiz **Ahmet Özbilgi**'nin anlattıkları ile daha da artmıştı. Kars istikametinden Iğdır'a oradan da Ağrı iline karayolu ile geçecektim. Bir seyyahın deyişi ile "insanda hayranlık uyandıran yekpare kütle" olan Ağrı Da-

ğı'nın çok yakınından geçecek ve ilk defa görme fırsatım olacaktı. Ancak, havanın kapalı ve yağışlı olmasından dolayı eteklerine kadar kapalı olan dağ, bana ilk seferde yüzünü göstermedi. Yöre halkı tarafından pek iyi yorumlanmayan bu durum bende dağa karşı daha fazla merak uyandırdı. İkinci seyahatimde, dağın en güzel görüldüğü yerden, Iğdır Ovası'ndan muhteşem Ağrı Dağı'nı gördüm ve hayran oldum. O zaman dağa çıkmak aklımda yer edindi ve kendime hedef edindim. Belli bir yaştan sonra insanın hedeflerinin olması ve onları gerçekleştirmenin verdiği manevi huzur çok farklı. Ayrıca hedefiniz Ağrı Dağı gibi bir sembol ise daha da anlam kazanıyor.

Ağrı Dağı'na çıkmak için tırmanış öncesi ne gibi faaliyetlerde bulunduz, hazırlıklarınız nelerdi?

Öncelikle daha rahat hareket edebilmem ve vücudumun daha esnek olabilmesi için fazla kilolarımdan kurtulmam gerekiyordu. Tırmanıştan yaklaşık 5 ay öncesinde başladığım sırasıyla, yürüyüş, jogging ve koşu şeklinde antrenmanlarım sayesinde 10 kg vermeyi başardım. Kondüsyonum da belli bir yere geldi. Son bir ay kardiyovasküler ağırlıklı program uyguladım. Biraz trekking faaliyetine katılarak, bir de Erciyes Dağı'na (3930 m) tırmanarak hazır duruma geldim. Dağa tırmanmak için fiziksel durumunuzdan başka psikolojik olarak da hazır olmanız gerekiyor ki, bu da çok önemli; kendimi bu yönden zaten hazır hissediyordum.

Dağcılık zor ve bireysel bir spor gibi gözükse de takım çalışması büyük önem taşıyor, değil mi?

Bu işi tek başına yapanlar az sayıda. Solo tırmananlar var. Solo tırmanış biraz daha riskli sevenlerin tercih ettikleri bir dal. Çünkü yükseklerde tehlike her zaman var. Havanın olumsuz olması, taş düşmesi, düşüp yaralanma, yaban hayvanları gibi sorunlar ile her zaman karşılaşma olasılığı fazla. Dağcılık genelde grup halinde yapılıyor ve takım oyununda olan bütün kurallar burada da geçerli oluyor. Bir lideriniz oluyor. Onun kararları geçerli oluyor. En önden o yürüyor ve o tırmanıyor. Onun bastığı yere basıyor, onun izinden yürüyorsunuz. Ekipteki herkes dayanışma içerisinde oluyor; hep birlikte zirveye ulaşmak amaçlanıyor. Takımın birliği burada ortaya çıkıyor. Ayrıca bir hedefe takım halinde ulaşıldıktan sonra başının paylaşılması daha farklı oluyor.

Bundan sonra hedefleriniz var mı? Gözünüzü diktığınız başka zirveler var mı?

Dağcılığı spordan yana tutku olarak yorumlayanlardanım ve tabii ki hedeflerim var. İran Demavend, Kafkasya Elbruz Dağları ile Ağrı'ya kış tırmanışı hedeflerim arasında. Ayrıca sürekli 3500 metre üzerinde geçen ve yaklaşık iki haftalık bir program olan Nepal'de trekking en büyük hayalim. Ancak uzun zaman alan bu faaliyetler için fedakârlık yapmam gereken konular şimdilik handikap oluşturuyor. 🏔️



Soğanlı Yumurtadan Hünkârbeğendi'ye

Yemek yemenin çok daha özel hale geldiği ramazan ayında; mimar, gurme ve Sabah gazetesi yazarı Ali Esad Göksel ile geleneksel Osmanlı-Türk mutfak, mutfaklarımızın gelişimi için alınması gereken önlemler, ramazanı diğer aylardan farklı kılan gelenekler ve yemek kültürümüzün en güzel örneklerini sunan lokantalar üzerine lezzetli bir sohbet gerçekleştirdik

Geleneksel mutfak kültürü açısından bak- tığımızda ramazan ayı nasıl bir profil çiziyor Türk kültüründe?

Ramazan Türk toplumu için ayrı bir önem taşıyor. Bu önem de çoğu insan için sadece İslam diniyle açıklanamaz. Çünkü oruç tutmak, bu kutsal ayı bu dini vecibeyle değerlendirmek hiç kuşkusuz bir veri, ama bunun ötesinde ramazan, Anadolu için, burada yaşayan her dinden insan için, toplumun her kesimi için folklorik bir anlam daha taşıyor. Bünyesinde önemli bir gelenekler zinciri barındırıyor. Bu vesileyle insanlar yılın diğer zamanlarında yapmadıkları bir sürü şeyi yapıyorlar; bu yapılanların büyük bir kısmı da dini referanslar içermiyor ve her dinden insan tarafından gerçekleştiriliyor. Bu da bence benzersiz bir zenginlik sağlıyor bu topluma. Özellikle Avrupa Birliği'nin somut olarak eşliğinde olduğumuz, küresel kültürün farklı mahalli zenginliklerin altını çizdiği bugünlerde, toplumumuzun Osmanlı-Türk geleneklerini bugüne kadar bozulmadan taşıyarak kullandığı birkaç sahadan biri de ramazandır. Neler yapıldığına bakarsak; ilk ve çok önemli olarak, insanlar yardım müessesesini hatırlıyorlar ve harekete geçiyorlar. Bu eskiden beri bu topraklarda mevcut olan bir gelenek. Siz bakmayın gazetelerde, televizyonlarda -hergün biraz daha azalır diye

umut ediyoruz- yardım adı altında yapılan çeşitli gösterilere. Bunu göstermeden yapan -ki böylesi hem yapan için hem de yardımcı ve insanlar da var. Sosyal, modern ve eşitlikçi bir toplum için büyük önem taşıyan bu mekanizmaların sürekli olmasını, sadece bu ayda kalmamasını diliyorum. İkincisi barışmak; insanların ramazanda ve bayramda gerçekleştirdikleri en güzel şey. Bu da insanlığın ve toplumumuzun bugünü için çok önemli. Dinden gelen referanslarla ya da geleneksel bir davranış olarak kişilerin barışması çok önemli bir adet. Ramazanın ve ramazanın nihayetinde gelen bayramın böyle bir getirisi de var. Hiç kuşkusuz ramazan mutfak açısından da büyük zenginlikler içeriyor. Bugün belki değişen toplum ve farklı yaşayan nesiller eski ramazanların tüm vecibelerini yerine geti-

"Küresel kültürün farklı mahalli zenginliklerin altını çizdiği bugünlerde, toplumumuzun Osmanlı-Türk geleneklerini bugüne kadar bozulmadan taşıyarak kullandığı birkaç sahadan biri de ramazandır."



remiyor olabilirler. Ama yine de bu aya bir önem atfedildiği bir gerçek. Osmanlı'da iftar ve oruç açmak büyük bir ritüeldi. Toplumun kabul ettiği, herkesin üzerinde mutabık olduğu ve gerçekleştirdiği şeyler vardı. Ne yemek yapılacağı, ne zaman ne yenileceği belliydi. İnsanlar orucu neyle açardı, arkasından ne yer gibi şeyler çok önemliydi. Toplumun yüksek kültürünü oluşturan ve saray tarafından sürdürülen gelenekler vardı. Mesela Osmanlı sultanları ramazan öncesinde kutsal emanetleri ziyaret edip, akabinde kendileri için hazırlanan soğanlı yumurtalardan tadarlardı. Bir eleme yapıp ve en iyi yumurtayı pişiren aşçı sultana ramazan ayı boyunca yemek yapardı. Bu çok önemli bir ritüeldi. Bugün bile iddialı bir iftar sofrasında olmazsa olmaz arasında soğanlı yumurta bulunmaktadır. Bu, toplumdaki din dışı geleneklerin sürekliliği açısından çok sevindirici bir durumdur. Bugün her yerde bu gelenek devam ediyor değil. Ancak **Zeyrekhanesi** gibi gelenekleri devam ettiren yerler de var. Zeyrekhanesi'ni şu açıdan da önemsiyorum. Zeyrekhanesi, bugün UNESCO'nun da kültür mirasında bulunan, arkasında Osmanlı-Türk sivil mimarisini bir manzume olarak barındıran bir semtimizdir. Önünde de, cadde boyunda şu anda **Koç Topluluğu**'nun da katkılarıyla yürütülen bir restorasyon sürecinde olan, Bizans'ın bize kalan mimari mirasının en önemli kiliselerinden Pantokrator bulunmaktadır. Dolayısıyla Zeyrekhanesi bütün bu kültürel mirasın yanında hem yerli hem yabancı turistleri cezbeden fevkalade bir kadın gibi duruyor. Ramazanın da bu şekilde burada kutlanabiliyor olması doğrusu beni çok mutlu ediyor.

Soğanlı yumurtadan bahsettiniz. Örneğin kurban bayramının kendine has et yemekleri vardır. Ramazanın da kendine özgü yemekleri var mı?

En önemlisi soğanlı yumurtaydı. Çok önemliydi çünkü sarayda da bilinen bir yemekti. Bunun dışında bayramı da düşünürsek şerbetler ve çeşitli tatlılar var. Çünkü ramazan bir disiplin gerektiriyor ve o disiplinin sonunda getirmiş olduğu bir kutlama var, kendi kendinizi kutluyorsunuz. Bu dönemde insanların şekere olan zaafı ortaya çıkıyor. Zaten Batı



Hünkârbeğendi'nin varlığı, alinaziğin varlığını hiçbir şekilde daha aşağı görmemizi gerektirmez. O da baştan çıkarıcı bir yemektir. Sadece hünkârbeğendi daha sofistike, daha rafine bir yemektir. Bugün aşçılarımız yenilikler arıyorlarsa bu yemekleri daha sıhhatli, daha hafif, daha kolay yapmanın yollarını arayacaklardır, yağları değiştireceklerdir

mutfağıyla da karşılaştırsak bizim mutfağımızın tatlıları biraz daha şekerlidir. Tatlılar ramazanın çok önemli bir faslıdır.

Türkiye çok geniş bir coğrafya, birçok uygarlığı da içinde barındırmış topraklar bunlar. Dolayısıyla her bölgenin, her kültürün kendine özgü bir mutfağı var. Bu bağlamda tek bir Türk mutfağından bahsetmek mümkün mü?

Osmanlı-Türk mutfağı dediğimizde aslında bir manzumedan bahsediyoruz. Bu manzume, muhtelif coğrafyalardan, muhtelif alt mutfaklardan alınan unsurların, imparatorluğun zenginliğiyle, görgüsüyle, yüksek kültürüyle tekrar yorumlanıp, tekrar tarif edildiği bir mutfaktır. Saray ve çevresi farklı mahalli değerleri almış, kendi süzgecinden geçirmiş, topluma daha yüksek bir kültürün parçası olarak tekrar sunmuştur. Bugün biz eski Türk mutfağı dediğimizde böyle bir manzume bahsediyoruz.

Bir sentezden, bir uyarlamadan bahsettiniz. Siz mimarsınız aynı zamanda. Modern mimari de klasik mimariden pek çok unsuru kendi bünyesine taşıyor. Benzer bir yaklaşımı Türk mutfağına uyarlamak mümkün olabilir mi?

Hiç kuşkusuz. Mesela bizim topraklarımızın en önemli mutfaklarından bir tanesi Gaziantep mutfağıdır ve Gaziantep'te alinazık diye bilinen bir yemek vardır. Patlıcan közlenir, yoğurt ve sarmısakla karıştırılır, sonra da kıymayla, etle birlikte üzerine yağ dökülerek servis olunur. Hemen hemen aynı malzemeleri kullanarak, hemen hemen benzer süreçten geçerek yapılan başka bir yemek daha vardır. Bu da Saray tarafından tarif olunmuş hünkârbeğendidir. Aynı malzemeleri ve çok benzer teknikleri kullanırız, buna rağmen ortaya bambaşka bir sonuç çıkar. İki mutfak arasındaki fark budur diye düşünüyorum. Hünkârbeğendi gerçekten bugün hepimizin gurur duyacağı bir yemektir. Türk toplumunda belki de her evde bu yapılmıyor ama çok iyi yapan yerler var; **Divan Lokantası** örneğin. Şunu söylemek lazım; hünkârbeğendinin varlığı, alinaziğin varlığını hiçbir şekilde daha aşağı görmemizi gerektirmez. O da baştan çıkarıcı bir yemektir. Sadece hünkârbeğendi daha sofistike, daha rafine bir yemektir. Bugün aşçılarımız yenilikler arıyorlarsa bu yemekleri daha sıhhatli, daha hafif, daha kolay yapmanın yollarını arayacaklardır, yağları değiştireceklerdir.

Peki bunların yapılamamasının nedeni çok yakın bir geleceğe kadar aşçılık müessesesinin usta çırağı ilişkisiyle yürümesi ve bu konuda okulların olmamasıyla açıklanabilir mi?

Bir toplumdaki avangard adımları, yeniliğe, modernliğe olan atılımları sadece bir alanda gerçekleştirmenin mümkün olduğuna inanmıyorum. Toplum bütün sahalarda o atılıma hazır olmalı. Bugün müzikte, sinemada, modada, mimaride güzel sanatların tüm alanlarında bu atılıma hazırız o anda mutfakta da yeni atılımlar olacaktır. Onun için aşçılarımızı "onlar niye yapamıyorlar" diye sorgulamak taraftarı değilim. Toplumdan gelen kışkırtma herkesi oturduğu yerde rahat ettirmeyecek ölçüde olduğu an aşçılarımız da bunu yapacaktır. 🍴



Derya Altunyurt'a ödülü olan Focus C-Max, Ford Otosan'da düzenlenen bir törenle Genel Müdür Baş Yardımcısı Gerry Kanla (sağda) ve Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Aykut Özünler (solda) tarafından verildi.



Rüyaların Gerçek Olduğu Birincilik

Biraz kendinizden bahseder misiniz?

1976 İstanbul doğumluyum. Yaklaşık altı yıldır **Ford Otosan** bünyesinde **Doğan Oto**'da satış danışmanı olarak çalışıyorum. İşim markamın çıkarmış olduğu ürünleri müşterilerimizle buluşturmak ve rakiplerimizle sıkı bir şekilde mücadele etmek. Her gün yeni insanlarla, yeni yüzlerle, birbirine benzemeyen kişilerle karşılaştığımız için, her an her şeye karşı hazırlıklı olmanız gerekiyor. Otomotiv sektöründe ilk işim olmasından dolayı Ford'un yeri benim için çok özel. Eski den başka yerlerde gördüğünüz Ford markası, hayatınızın içine o kadar giriyor ki, işinizden başka boyutlara kadar ulaşıyor. Başarıyı ise kurumumu ve işimi çok sevmenin getirdiğini düşünüyorum.

Ford Avrupa tarafından düzenlenen "En İyi Satış Danışmanı" yarışmasında birinci oldunuz. Yarışmanın Türkiye ayağından biraz bahseder misiniz?

Ford, Şampiyonlar Ligi'nin sponsor markası. Bu sponsorluk çerçevesinde de 26

Ford Avrupa bu yıl 21 ülkenin satış danışmanları arasında bir yarışma düzenledi. Ford Focus C-Max'ın beş adımda sunumunu içeren yarışmada Derya Altunyurt birinciliği elde etti ve bir adet Ford Focus C-Max'ın sahibi oldu. Altunyurt yarışmadan kısa bir süre önce birinci olduğunu rüyasında görmüş

Mayıs'ta Almanya Gelsenkirchen'de Şampiyonlar Ligi final maçı öncesinde bir yarışma düzenlendi. Bu yarışma için 21 ülkenin Ford temsilciliklerine çeşitli kriterler gönderilerek, kendi ülkelerinin en iyi satış danışmanlarının seçilmesi istendi. Bu yarışmanın haberinin bize ulaşmasından bir hafta önce rüyamda bir yarışmaya katıldığımı görmüştüm. Yarışmada ülkemi temsil ediyordum ve birinci oluyordum. Sonrasında merkezden bir mail geldi. Bu etkinlikler çerçevesinde bir yarışma yapılacağı, bu yarışma için de Türkiye çapında 19 tane finalist seçildiği yazıyordu. Finalistler arasında ismimi gördüğümde hem çok şaşır-

dım, hem de çok sevindim; rüyam gerçek oluyordu.

Bu 19 kişi hangi kriterlere göre seçildi?

Kriterler arasında gizli müşteri araştırmaları, satış adetleri, bugüne kadar Ford'daki durum, bölge müdürü ve eğitimdeki hocalarımızın referansları yer alıyordu.

Türkiye ayağında 19 kişi arasında bir yarışma yapıldı. Bu yarışmayı anlatır mısınız?

Bize gönderilen yarışma kriterlerinde tanıtılacak araç olarak, en son çıkan aracımız Ford Focus C-Max seçilmişti. Ford'un standartları çerçevesinde beş adımda sunum kriterleri vardır. Beş adım, müşteriye

araçla bütünleştirip, daha sonra sürücü kabinine alıp, oradan da test sürüşüne kadar izlediğimiz yol. Bizim de Ford'un beş adımda sunum kriteri çerçevesinde yeni ürünümüzü sunmamız gerekiyordu. Bunlar kulağa çok klasik gelebilir. Ancak esas yaratıcı kısım da buradaydı. Tüm bunları dört dakika içinde, ilgi çekici bir şekilde yapabiliyor olmanız ve jüriye, karşınızdaki müşteriler varmış edasıyla sunumunuzu gerçekleştirmeniz gerekiyordu. İlk etapta Türkiye ayağı için senaryomu kendim hazırladım. Bulduğum herkese sunumumu yaptım, fikirlerini aldım ve senaryoyu geliştirdim. Seçilen 19 kişiyle Ford Otosan'da bir yarışma süreci gerçekleşti. Jüri Ford'un üst düzey yöneticileri ve eğitmenlerimizden oluşuyordu. Heyecan duyulmayacak gibi değildi. Yarışmaya katılan arkadaşlar da seçilmiş, her biri başarılı satış temsilcileriydi. 19 kişinin sunumlarının ardından beş kişi finale kaldı. Finale dört erkek yarışmacının yanında tek bayan olarak ben kalmıştım. Yarışmanın ödülünün bir Focus C-Max olması heyecanı bir kat daha artırıyordu. Sonuçları Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Müdür Yardımcımız **Aykut Özünner** açıkladı ve "Bu aşamaya kadar hepiniz çok iyi çalıştınız, çok yoruldunuz. Ama seçilen arkadaşımız için esas stres şimdi başlıyor. Biz kendisine inanıyoruz" dedi ve benim ismimi söyledi.

Avrupa'daki yarışma için burada nasıl bir hazırlık sürecinden geçtiniz?

Türkiye'deki yarışmada birinci olduktan sonra, Avrupa'daki yarışmaya hazırlanmak için bir ayımız vardı. Bu bir ay içerisinde de çok iyi çalışmamız gerekiyordu. Çünkü Avrupa'daki yarışma çok daha zorlu geçecekti. Rakiplerimiz, 20 ülkenin en iyilerinden oluşuyordu ve hiçbirini tanımiyorduk. Avrupa'daki yarışmaya, heyecanı artırmak için bir etap daha eklenmişti. Sunuşunuzu yapabilmemiz için önce bir testi aşmanız gerekiyordu. Yöneticilerimiz ve eğitmenlerimizden oluşan bir ekiple bir ay boyunca hem test hem de sunuş için çok sıkı bir çalışmaya yaptık.

Avrupa'daki yarışmanın iki etaptan oluştuğunu söylemişsiniz. Yarışma sürecini anlatır mısınız?

Yarışmaya kurallar gereği yöneticinizle

birlikte gidiyorsunuz. Yöneticiniz de sizin gibi yarışıyor aslında. Daha önce de bahsettiğim gibi eğer testte başarılı olursanız, sunumunuzu yapmaya hak kazanıyorsunuz. Sunumları, aracın özelliklerine bağlı biçimde "Genç aileler hedef kitlesine yönelik olması", "Müşteriye fayda içermesi", "sunum tekniği detaylarına dikkat edilmesi", "Dört dakika içinde bitmesi" gibi özelliklere göre değerlendirdiler. Sunumları herkes kendi dilinde yaptığı için vücut dili de oldukça önemliydi. Zaten vücut dili satışta çok önemli bir nokta. Kendinizi ne kadar iyi ifade edebildiğiniz çok önemli. Sonrasında da yöneticiniz aynı sunumu İngilizce olarak Avrupa üst düzey jürisine anlatıyordu.

Avrupa'daki yarışma sürecinde neler yaşadınız?

Aslında yarışma süreci beklediğimizden zorlu geçti. Yarışma günü geldiğinde aksilikler birbirini takip etti. Yarışmaya Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Genel Mü-



dür Yardımcısı Aykut Özünner'le birlikte katılacaktık. Ancak yarışmaya gideceğimiz gün, beklenmeyen bir krizden ötürü Aykut Bey'in İstanbul'da kalması gerekti. Biz yarışmaya Pazarlama Müdürümüz **Özgür Yüce Türk**'le birlikte gittik. Neyse ki, çıkabilecek aksilikleri öngörerek Özgür Bey de aynen Aykut Bey gibi çalışmıştı. Programa göre yarışmanın yapılacağı alana organizasyon yetkilileri ile gitmemiz gerekiyordu. Ancak organizasyondaki bir hata sonucunda yarışma alanına kendi taksimle gitmek durumun-

da kaldık. Alana vardığımızda yarışma başlamıştı ve bizim katılamayacağımızı söylediler. Özgür Bey'in çetin savaşı sonucunda, son anda yarışmaya dahil edildik. Test aşamasında, diğer ekiplerden geç başlamama rağmen en iyi puanı aldım. İkinci etaba benimle birlikte İtalya, Çek Cumhuriyeti ve Portekiz katılmaya hak kazandı. İstanbul'daki finale benzer bir durum çıktı: Finale kalan dört kişi arasında yine tek bayan bendim. Tüm finalistler sunumlarını tamamladılar. Özgür Bey de benim sunumumu aynı benim heyecanım ve doğallığımla jüriye aktardı. Biz oraya kazanmak için gitmiştik. Tüm aksiliklere rağmen ülkemizi en iyi şekilde temsil ettik ve emeğimizin karşılığını aldık. 20 ülkenin en iyilerini geride bırakarak Avrupa'nın En İyi Satış Danışmanı olarak birinciliği göğüsledik.

Ödülü kazandığınızda neler hissettiniz?

Biz sürekli otomobillerin içinde yaşıyoruz. Severek sattığınız bir araç da olsa, ulaşamayacağınızı düşündüğünüz araçlar vardır. Focus C-Max de benim için öyleydi. Üstelik bunu parayla değil, emeğiniz, kendinizi iyi yetiştirmeniz, size

yapılan yatırımları, eğitimleri iyi değerlendirmeniz sayesinde bileğinizin hakkıyla kazandığınızda değeri bir kat daha artıyor. Bu yüzden benim için çok anlamlı bir ödül. Sonuçlar açıklandığında bir rüyada gibiydim. Ödülüm olan Ford C-Max'ın anahtarını elimde sınıksız tutuyordum. Oraya giderken de bana verilen tüm öğütleri, bilgileri, desteği de böyle sınıksız tutmuştum. 🍀

Gülbin Gayretlier

SEKTÖREL
VİZYON

KASIM 2004

SAYI 320

TÜKETİM VE TURİZM

Migros'tan Yöneticilere Bir Haftalık Kamp

Babson Executive Education programlarından "Pera-kendecilikte Stratejik Planla-ma ve Yönetim Eğitimi", 4-8 Ekim tarihleri arasında Tür-kiye'de **Migros** yöneticileri-ne verildi. "Pera-kendecilikte Stratejik Planlama ve Yöne-tim" Programı; The College of William and Mary öğretim üyelerinden Profesör **Law-rence J. Ring** ve Profesör **John S. Strong** tarafından Migros orta ve üst kademe yöneticilerinden oluşan 30 kişilik bir grubun katılımıyla Klasik Golf&Country Club'da uygulandı.

Söz konusu eğitim; yılda iki defa Babson Executive Edu-cation tarafından, perakende- de uluslararası dev firmaların üst düzey yöneticilerinin kat-lımıyla gerçekleştirilen, pera-kende sektöründen bir bir alı-nan örneklerle analiz ve strateji geliştirme, sonuçları ir-deleme olanağı sunan seçkin bir program. Program süre-since; perakende pazarında yöneticilerin ihtiyaç duyacağı yönetim ve strateji konuların-daki her tür yeni bilgi payla-şıldı ve Amerikadaki güncel perakendecilik uygulamaları ışığında ülkemiz perakende-



ciliğinin mevcut durumu irde-lendi. Migros yöneticileri, operasyon yönetiminin ince-lilikleri, orta ve uzun vadeli büyüme planlarının hayata geçirilmesi gibi konularda uy-gulamalı çalışma olanağı bul-

dular. Programda Amerikalı profesörlerce, Migros katego-ri ve datalarına adapte edil-miş olan özel vaka çalışmal-arı ile uygulamalı "master mat-rix" ve kategori score card eg-zersizleri yapıldı.

Sek'ten Sürpriz Parti

Koç Gıda Grubu markaların-dan **Sek**, meyveli ve kakaolu sütlerinde yaptığı yeniliği ilk önce Koç Gıda Grubu çalış-anlarıyla paylaştı. Yenilenen meyveli, kakaolu sütler ve Türkiye'de bir ilk olan "gof-retli süt"ün öncelikle kurum içindeki tanıtımını yapan Sek, Koç Gıda çalışanlarını bir an-da çocukluk yıllarına götür-dü. 2 ay öncesinden, çalışan-lardan çok farklı bir gerek-çeyle toparlanan çocukluk resimlerinden oluşturulan

sergi, Sek markasına katkıda bulunan herkese, eğlenceli bir dille süt çocuğu olmanın faydalarını gösterdi.



Partiye Koç Holding Gıda-Pe-rakendecilik ve Turizm Grup Başkanı **Hasan Yılmaz**, Eş-başkan ve Migros Genel Mü-

dürü **Ömer Bozer** de katıldı. Hasan Yılmaz ve Ömer Bo-zer yaptıkları konuşmada markalarının büyümesinden duydukları ortak heyecanı di-le getirdiler. Koç Gıda Grubu Pazarlama Grup Yöneticisi **Kasia Özgen** de sütü popü-ler bir içecek haline getirmek için yaptıkları çalışmalardan ve yeniliklerden bahsetti. Öz-gen, Sek markasının büyü-yüp güçlenmesine yaptıkları katkıdan dolayı çalışanlara te-şekkür etti.



Sek'ten Gofretli Süt

Sek, özellikle çocukların gözde içeceği meyveli ve kakaolu sütlerini yeniledi. A ve D vitamini eklenerek içeriği zenginleştirilen meyveli ve kakaolu sütler; ambalajlarındaki Tazmania Canavarı, Buggs Bunny, Sylvester ve Tweety çizgi film karakterleri ile artık çok daha eğ-

lenceli. Üstelik yepyeni bir tat olan Sek Gofretli Süt; hem çocukların, hem de gençlerin ve yetişkinlerin vazgeçilmez tercihi olacak. Sek'in çilekli, muzlu, kakaolu ve Türkiye'de bir ilk olan gofretli sütünün eğlenceli ambalaj tasarımı da dikkat çekiyor.

Oftalmoloji Kongresi Talya Oteli'nde

Akdeniz Oftalmoloji Cemiyeti'nin iki yılda bir düzenlediği, "8. Akdeniz Oftalmoloji Kongresi" 13-16 Ekim 2004 tarihleri arasında Antalya Talya Kongre Merkezi'nde gerçekleştirildi. Kongrede dünyadaki göz hastalıkları ile ilgili son bilimsel ve teknolojik gelişmeler tartışıldı. Kongre kapsamında 18 sempozyum, bir kurs, anjiyografi toplantısı ve 50'ye yakın serbest bildiri vardı. Kongreye, dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen 200 göz hekimi katıldı.

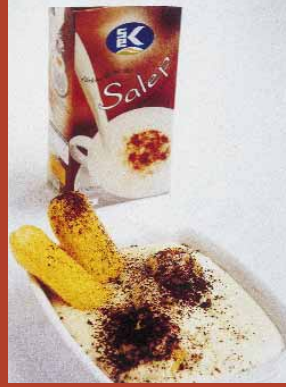
Tat'tan %100 Doğal Ketçap

Ketçap sektöründe pazar lideri olan **Tat**, %100 doğal, Katkısız Tat Ketçap ile yine farkını ortaya koyuyor. Yenilenen yüzüyle raflardaki yerini alan Tat Ketçap, tüketicilerin markaya olan güvenini bir kez daha pekiştiriyor. En iyi domateslerden üretilen Katkısız Tat Ketçap, acılı ve acısız çeşitleriyle, et yemeklerine, sandviçlere, patates kızartmasına, makarnaya, pizzaya, hamburger, ızgaralara ayrı bir lezzet katıyor.



Bayramda Sevdikleriniz İçin Sek'le Tatlılar

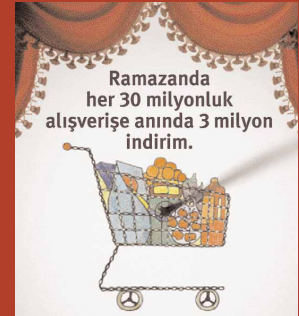
Ramazan ayı sonunda büyük bir heyecanla kutladığımız şeker bayramı, Türk mutfağına özgü yemekler ve tatlılar ile adeta bir şölene dönüşüyor. **Sek**'in süt ve süt ürünleriyle, bayramda sevdiklerinize hem lezzetli, hem de sağlıklı tatlılar hazırlayabilirsiniz.



Sek; süt, ve süt ürünleriyle, birbirinden sağlıklı ve lezzetli tatlılar hazırlamanız için farklı seçenekler sunuyor. Sek kalitesiyle üretilen süt, yoğurt ve peynir çeşitleriyle muhteşem tatlılar yaparak, sevdiklerinize ikram edebilirsiniz. Doğadan gelen taze süttten, kalite ve hijyen standartlarına uygun olarak üretilen Sek Süt, Sek Yoğurt ve Sek Peynir kullanarak hazırlanan tatlılar, zengin içeriği ile sağlıklı beslenmeye de katkıda bulunuyor. Sek ürünleriyle; sütlaç, tavuk göğsü, kazandibi gibi Türk mutfağına özgü tatlılar yapabilir ya da salepli kedi dili veya yalancı cheese cake gibi değişik tatlar deneyebilirsiniz.

Ramazan İndirimi Migros'tan

50. yılını müşterileriyle birlikte kutlayan **Migros**, Eylül ayında özel indirim kampanyasıyla müşterilere etkin bir indirim veya 12 taksit imkânı sundu. Müşteriler bu kampanyanın sürmesini talep ederek ramazan ayında, gıda alışverişlerinin yoğunlaştığı bir dönemde Migros'tan ilave bir imkân sunularak, iftar sofralarında da bir rahatlık getirilmesini dile getirdiler. Bu nedenle Migros, alım gücünü de dikkate alarak, mütevazı veya zengin iftar sofralarına ilave imkânlar sunabilmek için her 30 milyon TL ve katlarına 3 milyon TL olmak üzere %10'a varan indirim uyguluyor. Migros, ramazan nedeniyle 466 ürün çeşidin-



de, ramazana özel ürünleri Migroskop'ta %50'ye varan indirimlerle satışa sunuyor. Ayrıca 17,5 milyon TL'den başlayan üç ayrı ramazan kolli seçeneğini de müşterilerine duyurdu. 7 Ekim-13 Kasım tarihleri arasında %10 indirim ilave olarak tüm Migros'lardan, Şok'lardan ve Sanal Market'ten yapılacak 40 milyon TL ve üzerindeki alışverişler Worldkart'la dört taksitte ödenebilecek.

Divan Kuruçeşme'de Bambaşka Bir Ramazan



Divan Kuruçeşme ramazanda damak tadını bilenlere sunduğu iki seçenekli set möntüde yer alan; pırasalı sebze çorbası, yoğurtlu naneli yayla çorbası, iç pilav ile servis edilen kuzu tandır, kekikli piliç filetosu ızgara, pilavla servis edilen karışık et sote, nar ve demir hindi şerbeti gibi lezzetlerle eşsiz iftar sofraları hazırlıyor. Divan Kuruçeşme'nin hafta

sonları fasıl eşliğinde sunduğu zengin açık büfe iftar yemeği, eğlenceli bir atmosferi tercih edenlerin ilk adresi oluyor. Birbirinden farklı, lezzetli, zengin ve özgün iftar yemeklerinin sunulduğu möntülerin finali ramazan ayının geleneksel tatlısı güllaçla renkleniyor. Özel iftarlarınız için 0212 257 71 50 no'lu telefondan rezervasyon yaptırmaı unutmayın.

Divan'dan Dört Dörtlük Ramazan Ziyafeti

Divan, her yıl olduğu gibi bu yıl da özel olarak hazırladığı eşsiz ramazan sofralarıyla buluşma noktası oluyor. Divan Pub Elmadağ ve Atatürk Havalimanı Dış Hatlar Divan Pub'da açık büfe olarak servis edilen iftar möntüsü, Ataşehir, Erenköy, Fenerbahçe, Bebek, Balmumcu, Maslak, Kuruçeşme, Atatürk Havalimanı İç Hatlar Terminali, Esenboğa Havalimanı İç Hatlar Terminali ve Kalamış Brasserie'de ise iftar tabağı olarak Divan severlere sunuluyor. Ramazan ayı bo-



yunca da Divan'ın ünlü güllacı ve geleneksel Türk tatlıları da Divan Pastaneleri'nde satışta olacak.

Migros İsviçre Televizyonu'nda

Migros Türk'ün görkemli geçen 50. yıl kutlamalarının yankıları hâlâ sürüyor. Kutlama için İstanbul'da bulunan İsviçre Migros

heyetine eşlik eden yabancı basın mensupları arasında İsviçre Devlet Televizyonu Schweizer Rundfunk'un da birinci

kanalı yer alıyordu. Kanal, heyetin Türkiye ziyaretinde edindiği izlenimlerden oluşan bir haber yayınladı. Haberde, Koç Holding

Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç** ve Migros AG Yönetim Kurulu Başkanı **Claude Hauser**'in görüşlerine yer verildi.

OTOMOTİV

Türk Traktör Ailesi Anıtkabir'de

1954 yılında kurulan ve bu yıl 50. yaşını kutlayan **Türk Traktör Fabrikası** çalışanları 27 Ekim'de, hep birlikte Anıtkabir'i ziyaret ederek, Atatürk'e saygı duruşunda bulundular. 27 Ekim günü, Türk Traktör'ün işçi, memur, mühendis ve yöneticileri, büyük bir heyecanla Anıtkabir ziyaretine hazırlandılar. Saat 10.00'da 27 otobüsle konvoy halinde fabrikadan

Anıtkabir'e hareket edildi. Saat 11.00'da bin kişiden fazla çalışanın katılımıyla gerçekleştirilen törende **Atatürk**'ün mozolesine çelenk konuldu, saygı duruşunda bulunuldu. Tüm Türk Traktör'ülere yakalarında taşıdıkları 50. yıl rozeti ve Atatürk kartları ile atalarına saygılarını sunarken, otomotiv endüstrisinin ilk üretici kuruluşu olmanın verdiği gurur ve

mutlulukla Cumhuriyet'i ve aynı zamanda Türk Trak-

tör'ün kuruluşunun 50. yılını da kutladılar.



Yeni Ford Focus'u, Tasarımcısıyla Test Ettiler



Yeni Ford Focus'un tasarımcısı Murat Güler.

Piyasa sürüldüğünden bu yana geçen altı yılda 4 milyondan fazla satan Focus'un yeni hali, İtalya'nın **Tuscany** bölgesinde yapılan test sürüş organizasyonunda uluslararası basın mensuplarına tanıtıldı. Ford Otosan'ın davetlisi olarak programa katılan Türk basın mensupları, yeni Fo-

cus'u tasarımcısı **Murat Güler** ile birlikte test ettiler.

Sunumda yaptığı açıklamada, aracı tasarlarlarken amacının bugünkü Focus'u zenginleştirerek sportif bir görünüme kavuşmasını sağlamak olduğunu, bugünkü modelin çizimlerini korumaya çalıştıklarını ve iç bölümde ise bir "kok-

pit hissi"nin yaratılmaya çalışıldığını söyleyen Murat Güler, arkada, agresif şekilde alçalan tavan çizgisinin Focus 3 ve 5 kapı gövde tiplerinin bir tasarım ögesi olduğunu söyledi. Murat Güler katılımcılara yaptığı tasarım çalışmalarıyla ilgili olarak da bilgiler verdi.

Tofaş Briç Takımı Türkiye Şampiyonu

Denizli'nin Pamukkale beldesinde düzenlenen kulüplerarası briç turnuvasında **Tofaş Briç Takımı** şampiyon oldu. Bu yıl 110 takımın katıldığı şampiyonanın finalinde 24 kulüp kıyasıya mücadele etti. Tofaş'ın ardından, Anadolu Briç Kulübü ikinciliği elde ederken, MESKİ Mersin Su ve Kanalizasyon ekibi ise üçüncü oldu. Dokuz kişilik Tofaş briç takı-

mında, **Nafiz Zorlu, Salvador Assael, Yalçın Atabey, Süleyman Kolata, Özcan Pehlivan, Doğan Üzüm, Özgür Şakrak** gibi ulusal ve uluslararası başarılarla imza atmış sporcuların yanı sıra, Tofaş Fabrikası'nda görevli Gövde Üretim Müdürü **Ahmet Demirezer**, Süspansiyon Üretim Bölümü Yöneticisi **Kemal Sınal** gibi Tofaş çalışanları da bulunuyor.



Fiat Panda Ödüle Doymuyor

"İtalyan ateşi" **Fiat Panda**'ya ödül yağıyor. "Car of the Year" jürisi tarafından Avrupa'da "2004 Yılının Otomobili" ödülüne layık görülen Fiat Panda, Avrupa'nın 1 numaralı tasarım ve dizayn ödülü olan Golden Compass'a sahip ol-

du. Fiat Panda, İtalya Endüstriyel Dizayn Birliği tarafından her üç yılda bir verilen Golden Compass'ı dokuz kategorideki başarısı ile elde etti. Önde gelen tasarımcılardan oluşan yedi kişilik büyük jüri, otomobilleri dış görünüm, iç hacim, döşeme tasarımı, iç aydınlatma, elektronik aksam ve konsol kategorilerinde değerlendirdi. Jüri, Fiat Panda'yı ödüle layık görme gerekçesini şöyle ifade etti:

"Bir otomobilde olması gereken her şey Panda'da mevcut. Eğlenceli görünüm, kolay kullanım ve rahatlık. Fiat Panda konfor ve rahatlık bakımından geniş otomobillerden eksik kalmıyor."

Continental ile 2006 Dünya Kupası'na

Oltaş tarafından pazarlanan **Continental** lastikleri milyonlarca insanı birbirine bağlayan futbolla ilgili çalışmalarına uzun süredir devam ediyor. Oltaş, Digitürk ile yaptığı kampanya ile futbolseverleri, kupayı Al-

many'a da izleme şansına kavuşturuyor. "Continental Dünya Kupa'sına Seni Bekliyor" kampanyası ile "Continental-İsim-Soyad-Cep No" yazıp 3555'e gönderen talihliler Almanya'da düzenlenecek 2006 Dünya Kupası'nda bir maça seyahat kazanıyor. Noter huzurunda en çok SMS gönderen futbolseverler arasında o maç için talihli belirlenecek; kampanya eleme maçları boyunca devam edecek. Eleme maçları ile birlikte başlayan kampanyada bugüne kadar üç talihli belirlendi.



Soydem ile Ford Transit El Ele

Haziran sonunda piyasaya çıkan **Ford Transit** uzun şasi araçların ilk filo müşterisi, 50 araç ile, kaliteli hizmet anlayışıyla tanınan Soydem Turizm Taşımacılık Servis Hizmetleri firması oldu.

Okulların açılmasıyla gündeme gelen ve özellikle güvenlik şartları ile ön plana çıkan öğrenci taşıma standartlarında, yeni ekstra uzun şasili Ford Transit minibusler yer almaya başladı. Segmente belirlendiği yeni standartlarla birlikte başarılı bir giriş yapan Ford Transit, hafif ticari araç pazarındaki üstün konumunun getirdiği tecrübeyi, öğrencilerin rahat ve güvenlik içinde seyahat etmeleri için kullanıyor.

Birmot Yaz Lastiklerinizi Bu Kış da Dinlendiriyor

Birmot, iki yıldır gerçekleştirdiği "Yaz Lastiklerinizi Kışın Birmot Servislerinde Dinlendirin" kampanyasıyla bu kış da sürücülere kolaylıklar sağlayacak. Kış lastiği satın aldığınızda ya da mevcut kış lastiklerinizi taktırmak istediğinizde,

aracınızdan çıkarılan lastikler, Birmot temsilciliklerinde temizlenip ambalajlandıktan sonra isminize özel etiketlenerek Birmot garantisi ile muhafaza ediliyor. Aynı zamanda, sürücüler kış lastiklerinin dış derinlikleri, araç ve sürüş güvenliği ile ilgili



bilgilendiriliyor, üstelik sürücüler tüm bu hizmetlerden hiçbir ücret ödemeksizin faydalanabiliyor. 15 Ekim tarihinde başlayan ve kış bo-

yunca sürecektir kampanya kapsamında araç kullanıcıları bu hizmetlere tüm Birmot temsilciliklerinden ulaşabilecekler.

İlk An, İlk Kıvılcım, İlk Birmot Akü

Birmot, tüketiciyi kaliteli ürünlerle buluşturmak amacıyla satışa sunduğu Birmot markalı ürünlerine "Birmot Akü"yü de ekleyerek ürün yelpazesini genişletiyor. Expanded Metal ve Kalsiyum-Kalsiyum teknolojiyle üretilen Birmot Akü'ler yüksek performanslı, dayanıklı ve uzun ömürlü olması ile ön plana çıkacak. Sulu ve şarjlı olarak hazır halde satışa sunulan aküler titremeye ve sarsıntıya dayanıklı olma özelliğiyle de bakım gerektirmiyor. Otomobilinizin elekt-



ronik sistemlerinin verimli olarak çalışması için gerekli olan enerjiyi en iyi şekilde karşılama özelliğine sahip, yüksek rezerv kapasiteli Birmot Akü'ler sürücülere kullanım ve şarj kolaylığı sunuyor. Aynı zamanda maksimum derecede güvenilir ve emniyetli olan Birmot Akü'ler, iki yıl garantili olarak satılıyor.

Otokoç, Çalışanlarıyla Zirve'de

Otokoç'un yaklaşık 600 çalışanı ilk kez, Bursa Uludağ'da düzenlenen bir dizi etkinlikte buluştu.

Otokoç çalışanları, düzenlenen yaşayarak öğrenme aktiviteleriyle, takım olma, hep birlikte zorlu hedefe koşma, koordinasyonlu çalışma ve



yaratıcılık konularında eğitim aldılar. 2003 yılında 75. yılını kutlayan Otokoç'u, köklü geçmişin ve çağdaş hizmet anlayışının buluştuğu nokta olarak tanımlayan Otokoç Genel Müdürü **Cenk Çimen**, Koç Grubu'nun otomotiv sektöründeki ilk adımı olan şirketin, zaman içerisinde genişleyen ve gelişen otomotiv çalışmalarının da başlangıcını oluşturması anlamında Türk ekonomisinde önemli bir yere sahip olduğunu vurguladı.

Sultanlar, Devlet Hizmetine Devam Ediyor

Tasarımda ve teknolojiye ticari araç sektörünün öncü şirketi **Otokar**, Sultan küçük otobüsleri ile devlet hizmetine devam ediyor.

Hava Kuvvetleri Komutanlığı, envanterindeki Sultan markalı araçlara ilave olarak 11 adet Sultan 145S model küçük otobüsü; Jandarma Genel Komutanlığı da envanterine ilk olarak 15 adet Sultan 125L küçük otobüsü Devlet Malzeme Ofisi kanalı ile teslim aldı. Cezaevleri



Genel Müdürlüğü de mevcut Sultanlarına ek, yine Sultan'ı tercih eden diğer bir kamu kuruluşu oldu. Altı adet Sultan 145S önümüzdeki günlerde Cezaevleri Genel Müdürlüğü'ne teslim edilecek.

Otokar'da Sporla Dolu Bir Ay

Otokar, spor turnuvaları ile dolu bir sonbahar geçiriyor. Otokar Arifiye Fabrikası'nda yapılan futbol ve voleybol turnuvalarında Otokarlılar iş yorgunluğunu spor yaparak atarken, çalışma arkadaşları da tezahüratları ile onları destekledi. 8-21 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirilen futbol turnuvası final maçında "Üretim Tesis ve Mühendislik-Planlama-

Kalite" takımı şampiyonluk kupasını almaya hak kazandı. 27 Eylül-14 Ekim tarihleri arasında düzenlenen "Otokar Voleybol Turnuvası"nda ise "Filenin Kaplanları" takımı şampiyonluğu göğüsledi.



DAYANIKLI TÜKETİM VE İNŞAAT

DemirDöküm Ürünlerine Mobil Tanıtım



DemirDöküm yeni İfo Mobil Tanıtım Aracı ile Anadolu'da tanıtım faaliyetlerini yoğun şekilde sürdürüyor. DemirDöküm ürünlerinin Anadolu'daki bilinirliği için büyük önem taşıyan tanıtım faaliyetlerinin yanı sıra İfo Mobil Tanıtım Aracı seyahatlerinde doğalgaz konusunda da ziyaretçilerinin bilgilmesini sağlayacak her türlü

donanımına sahip. Adapazarı, Kütahya, Kocaeli, Malatya, Sivas, Samsun, Afyon, Eskişehir ve Kırıkkale gibi illerde tanıtım yapan DemirDöküm İfo Mobil Tanıtım Aracı son olarak da Erzurum, Balıkesir ve Kayseri'de yerel doğalgaz fuarlarına katıldı. DemirDöküm Tanıtım Aracı'nın yeni rotasında ise Konya, Çorum ve Eskişehir var.

Türkiye'nin En Küçük Boyutlu Şofbeni

DemirDöküm, teknolojinin son ürünü Compact Şofbeni piyasaya sundu. Isıtma ve soğutma sektöründe birçok ilke imza atan DemirDöküm, bünyesindeki Ar-Ge çalışmaları sonucunda ürettiği "7 güvenli Compact Şofbenler" ile teknoloji, konfor ve ekonomiyi birleştiriyor.

Dünyadaki teknolojik gelişmeleri yakından takip ettiklerini belirten DemirDöküm Genel Müdürü **Melih Batılı**,

Compact Şofben ile tüketiciye en son teknolojiyi sunduklarını söyledi. 7 güvenlik sistemine sahip olan Compact şofbenler, en güvenilir ürünler olarak kabul ediliyor. Batılı, Compact Şofben'in en büyük özelliğini "minimize edilmiş boyutlarıyla daha fazla sıcak suyu daha ekonomik şekilde sağlaması" şeklinde açıkladı.

Compact Şofben; Norveç, Macaristan, İspanya, İtalya, Polonya ve Romanya'nın da

aralarında bulunduğu Avrupa ülkelerinin yanı sıra Rusya, Ürdün, Mısır, İsrail, Kıbrıs, Ukrayna, Cezayir, İran ve Irak gibi ülkelere de ihraç edilecek. Bacalı ve hermetik olmak üzere iki ayrı modelde tasarlanan Compact Şofben, LPG ve doğalgaz ile kullanılabilir. Compact Şofben'in bacalı modeli 57.5 x 31 x 22 cm.lik minimize edilmiş boyutlarıyla her türlü mekânda kullanım olanağı sağlıyor.



Beko Elektronik Hedef Büyüttü

Beko ve **Arçelik** markalı tüm elektronik ürünlere 35 yıldır servis hizmeti sağlayan Beko Elektronik Tüketici Hizmetleri, 1998 yılında Beko Elektronik'te bilgisayar üretimine geçilmesi ile birlikte yetkili servis teşkilatını yeniden yapılandırarak, IT sektöründe PC donanım, yazılım ve network hizmetlerini de sunmaya başladı.

2003 yılı başında KoçSistem ile birlikte "e-uygulamalar çözüm ortaklığı"na başlayan Beko Elektronik Tüketici Hizmetleri, bugün **Tanı Pazarlama** ile **Paro** bakım/onarımı,

Koçbank'la POS cihazları bakımı, Milli Eğitim Bakanlığı ile Bakanlığa bağlı okullarda PC bakım-onarımı, Yapı Kredi Bankası ve Akbank'la POS cihazları YTL yazılım yüklemesi projelerini KoçSistem'in kurumsal tecrübesinden de yararlanarak başarı ile sürdürüyor. Ayrıca Beko Elektronik ICT Direktörlüğü tarafından, KeySmart markası ile alınan SSK ihalesinde etkin rol oynayan Beko Elektronik Yetkili Servisleri, bu cihazların montaj, bakım ve onarım işlemlerini de yürütüyor.

Abone Servis Görevlileri Bir Arada

Aygaz Genel Müdürlük binasında abone servis görevlileri ile bir sohbet toplantısı düzenlendi. 13 bayiden birer çalışanının yer aldığı toplantıya Aygaz Genel Müdürü **Mehmet Ali Neyzi**, Satış Genel Müdür Yardımcısı **Ahmet Aydede**, Trakya Bölge Müdürü **Özgür Asena Yıldırım** ve Aygaz Kurumsal İletişim



Aygaz Genel Müdürü Mehmet Ali Neyzi (sağda) abone servis görevlileriyle bir aradaydı.

şim Müdürü **Gülşah Erener** de katıldı. Mehmet Ali Neyzi, Aygaz'ın hedeflerine ulaşmasında abone servis görevlilerine büyük görevler düştüğünü anlatırken Ahmet Aydede ve Özgür Asena Yıldırım da bayi çalışanlarının sorularını yanıtladı. Aygaz bu toplantıları düzenli olarak devam ettirmeyi planlıyor.

Eğitimde Aygaz ODTÜ İşbirliği

LPG sektöründe üniversite-sanayi işbirliğinin güzel örneklerinden bir tanesi bu yıl ODTÜ Petrol ve Doğalgaz Mühendisliği Bölümü ve Aygaz arasında "LPG Teknolojisi ve Uygulamaları" konulu seminerler dizisi ile gerçekleştirilmeye başlandı.

İlki 2000-2001 akademik yılında Türkiye'nin seçkin ve köklü üniversitelerinden İTÜ ve ODTÜ'de gerçekleştirilen

bu seminerler, 2002-2003 öğretim yılında da aynı üniversitelerde Aygaz'ın uzman kadrosunun verdikleri eğitimlerle devam ediyor. 2004 yılında ODTÜ Petrol ve Doğalgaz Mühendisliği Bölümü'nde "Gaseous Fuels from Resource to End User" dersi kapsamında altı Aygaz personelinin LPG konularında verecekleri seminerler ile derse katkıda bulunmaları planlandı.



Aygaz'dan Ankara Çıkarması

Aygaz, 22-26 Eylül tarihleri arasında gerçekleşen ve bu yıl 16.sı düzenlenen "2004 Yapı Ankara Fuarı"na 81 m² lik bir stand ile katıldı. Standda Aygaz Dökmegaz Sistemleri, Aygaz Palmiye ve Barbe-

külerimizi tanıtop, yapı sektöründe faaliyet gösteren diğer firmalar, mimarlar, müteahhit ve mühendisler ile görüşme fırsatı bulan Aygaz, stand ziyaretçilerine çeşitli hediyeler verdi.

"Altın Varil"e Aygaz Damgası

Enerji Petrol ve Gaz Gazetesi tarafından düzenlenen "Altın Varil 2004 9. Geleneksel Petrol Sektörü Başarı Ödülleri" töreni İstanbul'da gerçekleştirildi. Başbakan **Recep Tayyip Erdoğan**, Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı **Hilmi Güler**, Maliye Bakanı **Kemal Unakıtan**, Devlet Bakanı **Ali Babacan** ve TOBB Başkanı **Rifat Hisarcıklıoğlu**'nun, petrol sektörünün gelişmesine

yaptıkları katkılardan dolayı Onur Ödülü'ne layık görüldükleri törende, OPET/Aygaz Bulgaria şirketinin kuruluşundan ötürü "Yurtdışı Başarı Ödülü" verilen Aygaz'a, proje bazında da "Toplam Üretken Bakım Projesi", "Otoaygaz LPG-TS EN 589 Projesi" ve "Dikkatli Çocuk Kazalara Karşı Bilinçlendirme" projeleriyle de üç önemli ödül daha verildi.

Tam Gaz Hediye Yağmuru

Aygaz ve Mogaz'ın, otogaz kullanıcılarına yönelik olarak düzenlediği Tam Gaz Fırsat Kampanyası'nın ikinci dönemine katılan ve Fiat Albea kazanan **Ahmet Demir**, ödülünü Aygaz Genel Müdür Yardımcısı **Semih Genç** ve Mogaz Genel Müdürü **Yılmaz Ünal**'dan aldı. Çekiliş sonunda 330 tahlilli Beldeyama Bomber bisikletin sahibi oldu. 15 Haziran-15 Eylül

tarihleri arasında gerçekleşen kampanya bitiminde toplam üç tahlilli Fiat Albea ve 990 tahlilli ise Beldeyama Bomber bisiklet kazanacak.



BİLGİ GRUBU

Hızlı Bilet, Biletix'te

Spor ve eğlence sektöründen sonra İDO ile yaptığı işbirliğiyle ulaşım sektörüne açılan Türkiye'nin lider bilet satış sistemi **Biletix**, hızlı feribot biletlerinin satışına başladı. 24 Eylül 2004 tarihinden itibaren başlayan uygulama ile denizyolu ulaşımını kullananlar trafik karmaşasından uzak, feribot hatlarında istedikleri yere çok daha kolay ve keyifli bir yolculukla ulaşabilecekler. Kullanıcılar feribot biletlerini, ofislerinden, evlerinden, internet üzerinden alabilecek, telefonla ya da kuryeyle adreslerine gönderilmesini isteyebilecekler. Biletix işbirliği ile İDO müşterileri, Yenikapı-Bandırma,



Yenikapı-Yalova ve Pendik-Yalova arasındaki hızlı feribot biletlerini www.biletix.com'u ziyaret ederek ya da 0216 556 98 00 numaralı çağrı merkezini arayarak alabilecekler. Müşteriler biletle-

rini İDO Terminalleri'ndeki İDOMATİK'lerin yanı sıra Biletix'in İstanbul, Ankara, İzmir'de bulunan 25 perakende satış noktasından da teslim alabilecekler.

Biletix sisteminin sağladığı

kolaylık ve hız, yoğun tempoları dolayısıyla kısıtlı zamana sahip İDO müşterilerinin yaşamlarını kolaylaştırıyor. İDO, mevcut satış kanallarına ek olarak, hızlı feribot bilet satışını Biletix'in internet sitesi, çağrı merkezi ve perakende satış noktalarına taşıyarak, hem deniz yoluyla ulaşımı geniş kitlelere yaymayı hem de Biletix'in deneyimlerinden yararlanarak müşterilerine dünya standardında bilet satış hizmeti vermeyi amaçlıyor. İDO'nun Biletix işbirliğiyle bir diğer hedefi ise Türkiye'nin denizyolu ulaşımındaki bilet pazarının büyümesine katkıda bulunmak.

“ÇİM 2004”te Final Heyecanı

Koç Çamlıca İş Merkezi'nde hizmet veren şirketlerin katıldığı “ÇİM 2004” Spor Şenliği, düzenlenen kapanış töreniyle sona erdi. Şenlikte bu yıl 190 sporcu mücadele etti

Bu yıl ikincisi düzenlenen Koç Çamlıca İş Merkezi Şirketleri Spor Şenliği “**ÇİM 2004**”, kapanış töreniyle son buldu. Şenlikte bu yıl toplam 190 sporcu üç hafta boyunca kıyasıya mücadele

etti. Tat, Maret, Düzey Pazarlama, Divan ve Doluca'nın katkılarıyla düzenlenen Sucuk-Şarap Partisi'nin ardından dereceye girenlere kupa ve madalyaları verildi. Ana

sponsorluğunu **KoçSistem**'in üstlediği turnuvada dereceye girenler kupa ve madalyalarını, Kadıköy Belediye Başkanı **Selami Öztürk**'ün de katıldığı bir törenle, Koç

Bilgi Grubu'ndan **Murad Ardaç** ve Koç Holding Endüstri İlişkileri Koordinatörü **Emre Görgün**'ün ellerinden aldılar. Şölende futbolda ve basketbolda **Koçbank** şampiyonluğu elde etti. Teniste ise 40 yaş üstü erkeklerde Arçelik'ten **Emren Ertuğrul**, tek bayanlarda Koçbank'tan **Pınar Güçkan**, çift erkeklerde **Emre Görgün** (Koç Holding)-**Engin Okvuran** (Arçelik) ikilisi, masa tenisinde de erkeklerde KoçSistem'den **İrfan Sezgin**, bayanlarda da Birmot'tan **Döndü Üngör** birinci oldular.



Kocbayi.com'a İlgi Büyük

Ekim ayı başında hizmete giren ve Koç Holding bayilerini sanal ortamda bir araya getirmek, bayilerin iletişimlerinin sağlanmasına katkıda bulunmak amacıyla tasarlanan "Koç Bayi Portali" büyük ilgi görüyor. Capitol Alışveriş Merkezi Arçelik Bayii olan R. Hürkan Özbeyler ile Kocbayi.com'u konuştuk

Öncelikle sizi tanıyarak başlayalım.

1998 yılında Capitol Alışveriş Merkezi'ndeki Arçelik Bayii'ni devraldım. Yaklaşık 15 yıldır mesleğim gereği Arçelik bayiliği sisteminin içinde bulunuyorum. Mali danışmanlık yaptığım dönemlerde hizmet verdiğim firmalar arasında bayiler de bulunuyordu. Dolayısıyla yabancı olmadığım bir sektör.

Kocbayi.com'u nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bayi sitesine hemen üye oldum. Çok da basit bir şekilde üye oluyorsunuz. Çalışanlara ve bayilere Koç Topluluğu'nun ne kadar büyük olduğunu anlatmak adına yapılmış çok iyi bir çalışma. Siteyi incelediğiniz zaman nerede olduğunuzun ve firmanızın çok daha net farkına varıyorsunuz. Özellikle bayiler için çok değerli ve fonksiyonel bir çalışma. Çünkü diğer Koç Topluluğu şirketlerini ve dolayısıyla ürünlerini tanırıyorsunuz. Böylece çapraz satış imkânı bulabilirsiniz. Koç Holding'in rahmetli Vehbi Koç zamanından gelen bir farklı tarafı var. Koç Holding bayilerine her zaman çok önem vermiştir. Vehbi Bey Anadolu'yu adım adım gezmiş ve bayilerini zaman zaman kendi eliyle seçmiştir. Bu çalışmayı bu geleneğin bir devamı olarak görüyorum. Bizi ileriye taşıyacak bir adım olduğunu düşünüyorum ve çok da faydalı olduğuna inanıyorum. Tüm Koç çalışanlarının ve bayilerin portal çatısı altında toplanmaları, sinerjiyi hissettiren bir çalışma.

Hangi bilgilerden yararlanıyorsunuz?

Portal, finansal bilgileri çok detaylı ve yalın bir anlatımla sunuyor. Finansal bilgileri buradan takip ediyorum. Elbette giriş sayfasında verilen haberler de oldukça iyi düşünülmüş. Böylelikle Topluluk'ta neler olup bitiyor, biliyoruz. Vehbi Bey'in bakış açısıyla, bayiler sağlıklı ise Holding sağlıklıdır. Bunu her zaman hissediyorum.



Bayilere yönelik bu site ile gelecekte neler yapılabilir?

Kocbayi.com sitesinin başlangıcı yani çıkış noktası bizim için çok önemli. Bu işlenmeye hazır bir cevher gibi ve bahsettiğim sinerjinin başlama noktası. Kocbayi.com'da her şey verilebilir; yani Koç çalışanlarının kendi ürünlerini kullanmaya yönelik isteklerini artırıcı çalışmalar yapılabilir. Bence ne kadar büyük olduğumuz böyle ortaya çıkar. Bu portal, kaç bin kişinin bu portal üzerinden iş yapabileceğini düşündüğümüzde gerçekten de Koç Holding'in büyüklüğünü ortaya koyacak bir çalışma. Her-

kese açık olduğu için bizim de her-kese ulaşma şansımız ortaya çıkacak; ama ilk önce ailemiz, yani Koç Topluluğu çalışanları ve bayiler. Ben yöneticilerimizin başlatmış olduğu kocbayi.com portal girişiminin çok yerinde olduğunu düşünüyorum.

Arçelik bayii olarak kocbayi.com'un size sağlayacağı kolaylıklar neler olabilir?

Bu portal bence çok iyi bir başlangıç. Özellikle iletişimi çok güçlendirecek ve beraberinde daha etki-

li işler yapabileceğiz. Koç Holding'in haberleri-

ni, projelerini duyuracak ve en önemlisi biz bayilerin nerede olduğunu gösterecek çok iyi bir adres. Bir çatı altında birleşip sinerji oluşturacağız. Böylece marka kimliğini daha yakından algılayacağız. Bir Arçelik bayii olarak kendimi Arçelik firmasının bir çalışanı, bir bireyi olarak görüyorum. Kocbayi.com, bu tür duyguları daha da fazla güçlendirecek. Koç Topluluğu'nun bayilerine verdiği önemi ben rahmetli Vehbi Koç'un "Mamulattan Markaya" adlı kitabında okumuştum. Bu kitapta gördüğüm Koç Topluluğu'nun bayilerine ne kadar önem verdiğiydi. Kocbayi.com da bunu doğrulayan bir çalışma.



Müşterilerin Memnuniyetinde Tecrübelerin Paylaşımı

“Tüketiciye En Yakın Topluluk” ilkesine büyük önem veren Koç Topluluğu’nda “Müşteri Memnuniyeti” bu ilke doğrultusunda büyük önem taşıyor. Topluluk dahilinde yapılan farklı çalışmalara kısa bir süre önce bir yenisi eklendi

Topluluğumuz stratejik hedeflerinin temel taşlarından birini oluşturan “Müşteri Memnuniyeti” konusunda 20 Ekim’de bir toplantı düzenlendi. İlki geçtiğimiz haziran ayında yapılan aynı konulu toplantıların ikincisi bu kez **OPET**’in ev sahipliğinde gerçekleştirildi. 24 şirketimizden yaklaşık 50 orta kademe yöneticinin katıldığı toplantıda **Amerikan Hastanesi**, **Koç Allianz**, **Setur** ve **OPET** temsilcileri kendi uygulama ve tecrübelerinden örnekler vererek kısa sunumlar yaptılar; diğer şirketlerimizden katılımcılar ise soru ve yorumları ile toplantının verimli geçmesine katkıda bulundular.

Stratejik Planlama Başkanlığı’nın koordinasyonu ile yapılan bu toplantılarda orta kademe yöneticilerimizin, şirketlerin başarı örneklerini olduğu kadar, hedeflenen sonuçlara ulaşmayan girişimlerini de



açıkça paylaşımları ve müşteri memnuniyeti için uğraşlarında karşılaştıkları güçlükleri aktarmaları amaçlanıyor. Haziran toplantısında yapılan anket ve sonrasında katılımcıları temsilen düzenlenen küçük çaplı değerlendirme toplantısında, bu toplantıların 3-6 ayda bir ben-

zer formatlarda tekrarlanması önerilmiş, bunun üzerine bu kez farklı şirketlerimizin sunumları ile bu toplantı düzenlenmişti. Toplantıda yapılan sunuşlar kocweb’de önceki toplantı sunuşları ile birlikte Stratejik Planlama portalı altında incelenebilir. 🌐

iletişim

Müşteri Değil Hasta

Hasta Memnuniyetini ölçmek ve değerlendirmek için yeni bir anketin oluşturulması için geliştirilen proje 2004 yılı başından itibaren uygulanmaya başlamıştır. Sunusta, “hastaya” neden “müşteri” denemeyeceği, müşteri memnuniyetiyle hasta memnuniyetinin arasındaki farklar hasta psikolojisi üzerinden verilen başlıklarla izah edilmiştir. Bu ayrımın hastane çalışanları tarafından anlaşılması ve benimsenmesi “hasta memnuniyeti”ne katkıda bulunacağından, hastane bünyesinde bu farkındalığın kazanılması için eğitimler planlanmaktadır.

Sebnem Sünnetçioğlu
VKV Amerikan Hastanesi

Hızlı Hasar Hizmeti

Koç Allianz, sigorta sektöründe bir ilk’e imza atarak başlattığı “3H Hızlı Hasar Hizmeti” ile müşteri memnuniyetini artır-

maya devam ediyor. Basit kaporta hasarları ile cam, teyp, lastik hasarlarında 30 dk. gibi bir sürede verilen hizmet ile hasar sonuçlandırılıyor ve iki gün içerisinde, hasar tazminatı araç sahibinin banka hesabına havale ediliyor. Müşteri odaklı hizmet anlayışının bir uzantısı olan “3H Hızlı Hasar Hizmeti” ile ilgili olarak sigortalılara yapılan anketlerde %95 memnuniyet gözlemlenmektedir.

Hakan Alkan/Koç Allianz

Gönüllü Denetleme

“Fahri Müfettişlik” projesine başladığımız günden beri OPET’in çehresi farklılaştı. İlk ve tek denetleme gönüllüleri olan, istasyonlarımıza girip, hissettirmeden istasyonda gördükleri aksaklıkları bizimle paylaşan bilinçli müşterilerimiz OPET adına “Fahri Müfettişlik” görevini üstleniyorlar. Bu sistem dahilinde bugün toplam 3000 müfettiş OPET ile işbirliği yapıyor.

Hedefimiz; iyi bir ekip çalışmasıyla, hızlı çözümle memnuniyetin sürekliliğini sağlamak ve hedef kitemizde %100 memnuniyeti sürekli kılmak.

Fatoş Özkan/OPET

Beklentilerin Karşılanması

Setur, son yıllarda yaptığı çalışmalarla, müşteri beklentilerinin karşılanması ve memnuniyetinin sağlanması konusunda önemli gelişmeler sağladı. Setur, bireysel müşterileri ile sattığı ürünler arasında bir köprü görevi görmek ve yapılan anketlerle gelen talepleri anında inceleme altına almakta. Kurumsal ayakta ise, sistematik bir şekilde yapılan şirket ziyaretleri ile müşteri beklentileri ölçülmekte. Setur, %95’lere varan müşteri memnuniyetinin yanında, havalimanında açtığı ofisi ile kurumsal müşterilere daha sağlıklı hizmet vermeye başladı.

Gökhan Dedeoğlu/SETUR

CRM Projelerinin Başarısız Olma Nedenleri

Hangi iş sektörüne bakarsak bakalım CRM uygulamalarına karşı çok fazla ilgi vardır. Bunun olması da gereklidir. Sanal ortamdaki endüstrilerde, satış proseslerini optimize etmeye odaklanan firmalar bunu yapmanın sağlayacağı çok önemli avantajların da farkındadırlar. Bu şekilde, bu firmalar rakiplerine oranla satışlarını %50 artırmakta, satış için gerekli süreyi yarıya indirmekte, daha fazla müşteri odaklı olabilmekte, daha etkili çalışmakta ve bütün bunları oldukça düşük maliyetle yapabilmektedirler.

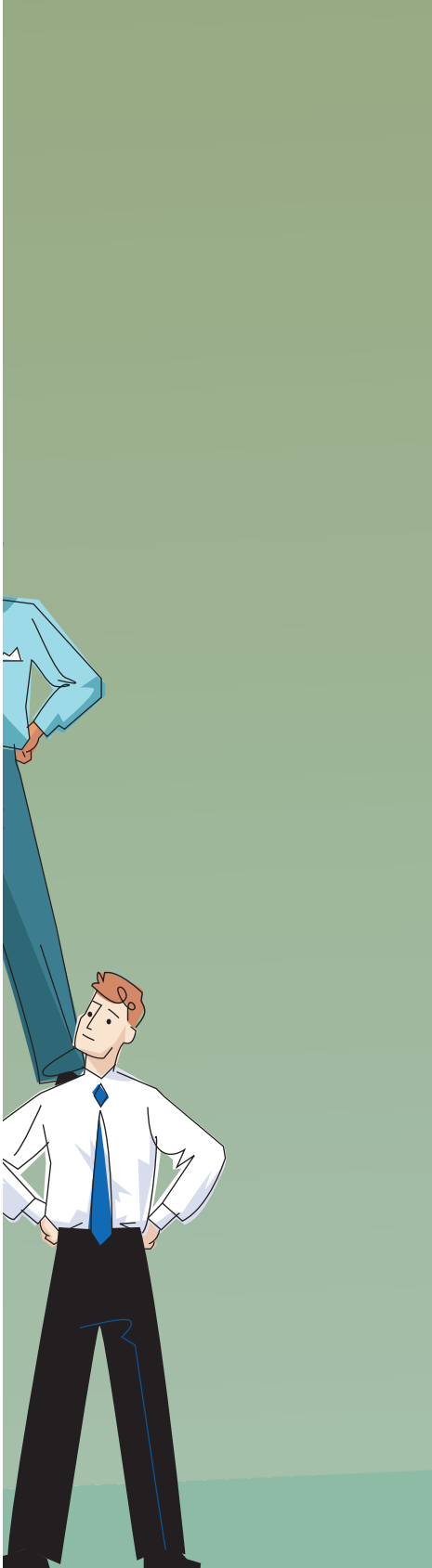
Fakat bütün bu cazip şeyler o kadar da fazla değer katmayabilir. İyi planlanmış, ölçülmüş başarıya ulaşmış birçok CRM uygulamaları olmasına rağmen itiraf etmeliyiz ki, CRM'e yeni başlamış birçok firma bu tip sonuçlara ulaşamamaktadır. Satış merkezli süreçler tekrardan dizayn edilebilir ve bu düzenlemelerde hata yapılmayabilir, fakat başarı garanti değildir. CSO Forum, bu yıl 202 CRM projesini inceleyerek yaptığı bir araştırmada projelerin sadece %30.7'sinde müşterilere olan satış ve hizmetlerde önemli gelişmelerin olduğunu saptamıştır.

Bu rakamın fazla güven verici olmaması bunun yapılabileceğine işaret etmektedir. CRM programının başarılı veya başarısız olması arasındaki fark o kadar belirgin değildir; firmanın uygulamaya olan yaklaşım şeklinin sonucu önemli olmaktadır. Aslına bakılırsa başarı, firmanın projeyi tamamlamak için sahip olduğu bilgi, birikim ve yeteneğe bağlı olmaktadır. Eğer çözülmek istenen problemler, ne çeşit hataların yapılabilmesi ve bunlardan kaçınma yolları, hangi teknolojinin ne şekilde yardım edip edemeyeceği biliniirse büyük olasılıkla başarılı olunacaktır.

Kısa bir süre önce, CSO Forum, firmaların satış yöntemlerinin optimizasyonu konusunda neler yaptıkları üzerine bir araştırma yaptı. 1200 CRM girişimi göz-

Geçtiğimiz sayımızda CRM'in (Müşteri İlişkileri Yönetimi) ne olduğunu ve ne işe yaradığını incelemiştik. Bu sayımızda ise CRM projeleriyle ilgili yapılan temel hataları CSO Forum ortaklarından, iletişimci Jim Dickie'nin bakış açısından inceleyelim





den geçirilerek, projelerde önemli gelişmelerin elde edilmesi konusunda başarısızlık sebebi olarak genelde karşılaşılan dokuz kritik hata belirlendi. Bu kritik hataları açıklayarak, sizlerin CRM hedeflerine rakiplerinizden önce ulaşmanızı engelleyici faktörleri minimize etmenizi amaçlıyoruz.

Hata 1: Eğer deneyimli yönetici takımı, satış proseslerinin başarılı bir şekilde tekrar dizaynı meselesinin firmanın stratejik açıdan karşılaştığı en büyük zorluk olduğuna inanmazlarsa, bir CRM projesine başlamak yersizdir. Başarılı CRM projeleri, üzerinde ciddiyetle durulan projelerdir. Programın temel bileşenlerini; yöneticilerin aktif katılımı, işletme çapında ortak bir vizyon, tam zamanlı çalışma, sonuçlar için sorumluluk almak ve süreç merkezli bütçe oluşturmaktadır.

Hata 2: İkinci bir hata, CRM teknolojisinden çok fazla şey beklemektir. CRM uygulamalarından kazanılanları işittiğimizde, kullanılan teknoloji üzerine önemle eğilme gereği hissedebiliriz. Zaman zaman yöneticilerden, daha sürecin başında teknoloji üzerinde önemle durulduğuna itiraz ediyoruz. CRM uygulamasını başarılı yapacak olan, teknolojinin akıllıca kullanımı ile etkili bir satış prosesinin optimizasyonudur. Eğer süreç temelde kusurlu ise teknolojinin bu sürece katkısı da az olacaktır. Dolayısıyla, araçları seçmeden önce bunlar ile ne yapılacağına net olarak bilinmesi gereklidir.

Hata 3: Başarılı CRM uygulamaları işletme çapında bir katılım gerektirir. Satış süreci ile bağlantılı olan departmanların bu süreç içerisinde nasıl rol alacağı belirlenmelidir. Nokta çözümleri sağlayan CRM uygulamalarının bütün sistem içerisine nasıl yerleştirileceği analiz edilmeli ve uyumu sağlanmalıdır.

Hata 4: Diğer bir hata, CRM programını ucuz bir şekilde uygulamaya çalışmaktır. CRM uygulamaları için gerekli yatırım genellikle bütçe içerisinde yer almamaktadır. Bu da projenin düşük maliyetle tamamlanmasına olan eğilimi artırmaktadır. Bu şekilde başarısızlık ihtimali artmaktadır. CRM'in maliyetinin ne olacağı belirlenirken, teknolojinin etkin kullanımının getireceği faydalar göz önüne alınmalıdır.

Hata 5: Satış proseslerindeki fonksiyonel

ihtiyaçların karşılanması için gerekli teknolojinin sağlanması adına CRM merkezli uygun firmalarla anlaşılmalıdır. Teknolojik bir ürünün ne yaptığından ziyade nasıl yapıldığına dikkat edilmelidir. Ürün halihazırda ihtiyaç duyulan özellikleri taşıyabilir, fakat firmanın gelecekteki ihtiyaçlarını ne düzeyde karşılayıp karşılamayacağına dikkat edilmelidir.

Hata 6: Satış süreçlerinin otomasyonunun bir finans ve pazarlama departmanındaki ile aynı olacağını düşünmek büyük bir hatadır. CRM sisteminin uygulanması daha kompleksdir. Finans yönetiminde standardizasyon mümkündür, fakat satışta bunun yapılması mümkün değildir. Her firma diğerlerinden farklı olarak kendine özgü CRM girişiminde bulunmalıdır.

Hata 7: Yapılacak en kritik bir hata, süreç ve teknolojiye bu sistemi kullanacak olan "insan"dan fazla önem vermektir. En harika ve en son teknoloji kullanılarak en iyi süreçler dizayn edilebilir, fakat insanlar bu projeye dahil edilmezse sistem çalışmaz.

Hata 8: CRM, yürütücü takımın her bir üyesinin aktif destek ve katılımını gerektirir. Deneyimli yöneticilerin bu stratejinin arkasında oldukları çalışanlar tarafından görülmezse, departmanlar arası huzursuzlukların çıkması muhtemeldir.

Hata 9: Proje planı detaylı hazırlanmış, kişilerin ortak vizyon doğrultusunda katılımı sağlanıp işletme çapında harika bir program uygulanmaya başlanmış olabilir, fakat bu süreç orada bırakılırsa değişik nedenlerden dolayı başarısız olması muhtemeldir.

Özet olarak 1200 CRM projesi incelendiğinde dört husus göze çarpıyor:

- Kolay değildir
- Çabuk olmaz
- Ucuz değildir
- Bir tercih değildir!

Herhangi bir endüstride bir firmanın başarılı bir CRM uygulaması sonucunda, kıyaslama yoluyla rakiplerinin elde etmesi gereken yeni standartlar ortaya çıkmış olur. Dolayısıyla, bunu piyasada ilk yapmaya çalışmak önemlidir. 

Bu yazı yazarının izni alınarak yayımlanmıştır.

Divan'ın Yeni Oteli: Divan City

Mecidiyeköy'deki TMT Oteli'nin işletme hakkını 10 yılığına alan Divan, dört yıldızlı 144 odalı Divan City'yi 2005'te açıyor. Bu otel için 6 milyon Dolar harcanacak



Divan Genel Müdürü Kamil Berk (solda) ve TMT Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hakan Mermercioğlu imza töreninde.

Koç Topluluğu bünyesinde yer alan ve 6.5 milyon Dolar'lık yatırımla "Divan Yönetim Merkezi ve Üretim Tesisi"ni açarak yeni bir yapılanma sürecine giren **Divan**, yeni otel projesi "Divan City" ile otelcilik alanındaki büyüme hamlesini başlatıyor. 20 Ekim'de Divan İstanbul Oteli'nde gerçekleşen "Divan City" imza törenine katılan Divan Genel Müdürü **Kamil Berk**, hizmet verdikleri tüm alanlarda olduğu gibi otelcilik alanında da Koç Topluluğu'nun güvenilirlik ve dinamizminden aldıkları marka gücü ile bulundukları sektöre Divan farkını her zaman yansıttıklarını belirtti. "48 yıllık bilgi birikimimiz ile yarını bugünden öngörerek, hızlı hareket kabiliyetimizi kullanarak her alanda olduğu gibi otelcilikte de varlığımızı, ataklarımızı sürdüreceğiz" diyen Kamil Berk, "Otel işletme modeli ile hayata geçireceğimiz Divan City ile Divan farkı ve ayrıcalığını yaşatan özelliklerimizi, çağdaş, müşteri odaklı hizmet anlayışımızı Divan severlere sunacağız" dedi. Kalitesini ve geleneksel özelliklerini günümüz şartlarına uyarlayarak sürdürmekten ödün vermeyen Divan'ın, otelcilik alanında ataklarına devam edeceğini belirten Berk, Ocak 2005'te hayata geçecek olan Divan City ile İstanbul'daki mevcut 177 oda sayısını 321'e çıkartarak İstanbul pazar arzlarını %90 artırmış olacağını belirtti. 🍷



Bayramda Sevdiklerinize TEMA Kartları

Teknolojinin bize sunduğu kolaylıklar nedeniyle yakınlarımıza kartpostal gönderme geleneğimizden neredeyse vazgeçtik. Gelin bu bayram bir değişiklik yapın ve iyi dileklerinizi sevdiklerinize TEMA kartpostalları ile gönderin

TEMA Vakfı, bu bayramda da sevdiklerinize göndermeniz için çok özel tebrik kartları hazırladı. Doğanın bize armağan ettiği eşsiz güzellikleri konu alan 36 fotoğraf, resim ve karikatürden oluşan TEMA kartlarını sevdiklerinize göndererek onları hem mutlu edecek, hem de TEMA Vakfı'nın ülkemizin çöl olmaması için uygulamakta olduğu örnek projelere katkı sağlayacaksınız.

Sevdiklerinize göndereceğiniz TEMA kartlarını, 2004-2005 yılı TEMA kartpostal kataloğundan veya **www.te-ma.org.tr** adresli TEMA Vakfı web sitesinden seçebilirsiniz. Bedeli karşılığında içine dilediğiniz mesajı yazdırabilirsiniz. Bir adedi özel zarfı ile birlikte 450 bin TL'ye satışa sunulan TEMA kartlarını **0212 283 78 16** numaralı vakıf telefonundan da sipariş edebilirsiniz.





Otokar'dan Özel Seri Bir Minibüs: **M-2000 Sport**

Ticari araç sektöründe ilerlemeye ve büyümeye devam eden **Otokar**, farklı olmak isteyen, otomotivde son modayı takip eden minibüsçüler için tasarladığı özel seri minibüsü **M-2000 Sport**'u Ağustos ayında pazara sunmaya başladı. Sınırlı sayıda üretilecek olan M-2000 Sport serisi; özel plaketi, kaçınıcı üretim olduğunu belirten seri numarası ve özel anahtarlığı ile birlikte özel olmak isteyen tüm minibüsçülere hitap ediyor.

M-2000 Sport serisinin henüz pazara sunulmadan büyük ilgi gördüğünü belirten Otokar Genel Müdür Yardımcısı **H. Basri Akgül** özel seri hakkında şunları söyledi: "Günümüzde özellikle büyükşehirlerde minibüsler, şehiriçi toplu taşımacılık hizmetinin büyük bir kısmını karşılıyor. Minibüsçülerin gün içinde çok hareketli ve dinamik bir çalışma hayatı var. Zaman içinde, direksiyonlarda yeni bir nesille karşılaşmaya başladık.

Ticari araç sektörünün "**Tasarım Uzmanı**" **Otokar**, Türkiye'nin büyük şehirlerinde ulaşımın belkemiğini oluşturan minibüsü M-2000'in özel serisini piyasaya sundu: **M-2000 Sport**

Artık babalarının, amcalarının yanında yetişmiş, onların deneyimlerinden yararlanan, onların yolunda ilerleyen genç ve dinamik minibüs kullanıcıları var. Yeni kuşak, otomotivde modayı yakından takip ediyor, yenilikler arıyor, farklılaşmak istiyor. Minibüs ile toplu taşımacılık pazarında lider olarak bu beklentiler doğrultusunda ürettiğimiz M-2000 Sport, yeni nesil dinamik kullanıcılara ve hâlâ içindeki dinamizmi ve meslek aşkını barındıran kullanıcılarımıza hitap ediyor." M-2000 Sport'u daha önceki modellerden ayıran en önemli farklılık, hem şoför hem de yolcular için daha rahat, da-

ha konforlu ve daha eğlenceli bir seyahat için tasarlanmış olması. Minibüsçülük sektöründe yeni neslin tercihlerini ve önceliklerini göz önüne alarak üretilen M-2000 Sport'ta tasarımdan teknolojiye her ayrıntı dinamizm ve heyecan içeriyor.

Teknoloji, Dinamizm, Konfor

Hem iç tasarımda hem dış tasarımda yeniliklerle donatılan M-2000 Sport'ta yer alan beyaz lensli ön sinyaller, Led'li arka sinyal-stop lamba grubu, trafikte daha rahat fark edilebilmesi için üçüncü fren lambası trimi ve şoförlerin gece yol gö-

rüşünü artıran kuvvetli Xenon farlar seyrir sırasında güvenliği artırıyor. Elektrik kumandalı ve rezistanslı yan dikiz aynaları, yeni tasarım arka duvar ise aracın dış görünümüne renk katıyor.

Kuvvetlendirilmiş havalandırma, havalandırma üzerine gizlenmiş yeni tasarım floresan lambalar, dış sıcaklığı gösteren dijital termometreli saat, yolcuların rahat bir yolculuk yapmaları için dizayn edildi. Mavi renkli spor direksiyon simidi, metalik deri kaplı vites topuzu, hava süspansiyonlu şoför koltuğu, dijital sürat ve devir göstergelerinin bulunduğu ön panel sürücünün konforu için özel olarak tasarlandı.

DVD/VCD/MP3 Çalar Sistem ve Monitör

Standart M-2000'den çok daha farklı iç tasarımı ve teknolojisi ile hemen fark edilen M-2000 Sport'un en dikkat çekici özelliği Türkiye'de ilk defa bir minibüste uygulanan DVD/VCD/MP3 çalar sistem ve monitörü... M-2000 Sport'un tavanına yolcuların seyredebileceği bir monitör yerleştirildi. Bu sistem sayesinde hem büyük şehirlerde uzun zaman alan yolculukları yolculara rahat geçirtmek, hem de minibüs sahibine durakta beklerken iyi vakit geçirme veya reklam aracılığıyla ek bir gelir sağlama imkânı



Standart M-2000'den çok daha farklı iç tasarımı ve teknolojisi ile hemen fark edilen M-2000 Sport Türkiye'de ilk defa bir minibüste uygulanan DVD/VCD/MP3 çalar sistem ve monitörü ile dikkat çekiyor

sunmak hedeflendi. Uzaktan kumanda ile işleyen sistemin yanında, şıklığı tamamlayan metalik krom çerçeveli, içinin zemini gece mavisi özel gösterge saati ve dışarıdaki hava sıcaklığını belirten

dijital bir termometre de bulunuyor. Güvenliğini sağlamak üzere, monitör seyrir sırasında sürücünün göremeyeceği şekilde yerleştirildi.

Özellikle 2005'ten sonra YTL'ye geçiş ile şoförlerin elinden çok daha fazla bozuk para geçeceğinden hareketle Otokar mühendisleri, torpido üzerinde bir göz tasarladı. Aynı yere daha farklı amaçlarla kullanılabilecek ikinci bir göz daha eklendi. Tüm tavan arka duvara kadar açık renk yapıldı ve ferahlık duygusu yaratıldı. Açık renk olmasının dezavantajlarını ortadan kaldırmak için silinebilir bir malzeme seçildi. M-2000 Sport için, Epengle firması tarafından özel olarak kadife kumaş dokutuldu ve koltuklar bu kumaşla kaplandı. Yandaki formikalar da tavan ile uyumlu olan bej rengi ile tamamen değiştirildi. M-2000'in ön grill'i küçüldü. Otokar, Mart ayında pazara sunduğu Sultan VIP küçük otobüslerinin çizgisini, metalik siyah rengi tekrarlayarak M-2000 Sport'a yansıttı. Ön panjurlarda, far çerçevelerinde, ön sinyalin etrafında ve arka tarafta mat siyah rengin yerine metalik siyah kullanıldı.

Otokar mühendisleri, minibüslerin çok hızlı bir şekilde yakıt alıp tekrar işe koymak istediklerini bildikleri için yakıt dolumunu hızlandıracak bir depo tasarlayarak M-2000 Sport'a eklediler. 

iletişim

Otokar, "Navigo" ile Avrupa Yollarında

Otokar, Avrupa pazarı için özel olarak geliştirdiği küçük otobüsü NAVIGO'yu 23-30 Eylül tarihleri arasında Hannover'de düzenlenen "IAA Commercial Vehicles 2004" fuarında ilk kez Avrupa vitrinine çıkardı. Fuarda, Navigo 165 serisinin farklı donanımlı iki aracı sergilendi.

Otokar'ın 2002 yılı sonunda piyasaya sunduğu küçük otobüsü, iç pazarda 2003 yılında yüzde 20'nin üzerindeki pazar payı olarak satış rekorları kırmıştı. Avrupa standartlarına uygun olarak geliştirilen NAVIGO, üstün performansı, estetik tasarımı ve geniş iç hacmi ile yolcularına ve sürücülerine büyük otobüs konforunu aratmıyor. NAVIGO, Avrupa'da minibüs ve büyük otobüs segmentleri arasında, servis taşımacılığından uzun mesafe taşıma-

cılığına kadar uzanan yelpazeye hitap ediyor. Otokar'ın 40 yıldan daha uzun bir süredir Türk otomotiv sanayinde pek çok ilke imza attığını söyleyen Koç Holding Diğer Otomotiv Grubu Başkanı ve Otokar Yönetim Kurulu Başkanı Selçuk Gezdur şunları söyledi: "Türkiye pazarındaki başarılarından sonra, Otokar Avrupa ticari araç sektöründe

de yerini almaya hazır. İhracat pazarlarına sunduğumuz NAVIGO küçük otobüslerimiz, Avrupa pazarı ihtiyaç ve standartları doğrultusunda geliştirildi. IAA'de sergilediğimiz NAVIGO 165 serisi, Avrupa'da minibüs ve büyük otobüs segmenti arasındaki boşluğu dolduracak ve bu alandaki ihtiyacı karşılayacak."



Fiat Abarth Motorsports Takım Koordinatörü Emin Ali Sipahi:

“Aklımız, Hırsımızın Önünde Yer Aldı!”

Super 1600 kategorisinin değişmeyen şampiyonu Fiat Abarth Motorsports Takım Koordinatörü Emin Ali Sipahi, “Üst üste gelen başarılar, Fiat markasının motor sporlarının teknolojisi, başarısı ve hızıyla özdeşleşmesini sağlıyor” dedi

Fiat Abarth için alışılmış bir şampiyonluk olsa da sizin için bir ilkti. Zorlandığınız durumlar oldu mu?

Motor sporları koordinatörlüğünde ilk tecrübem olması, sezon başında biraz zorlanmama neden oldu. Öte yandan, Tofaş çok güçlü bir kurum ve böyle bir kurumda doğru oynadığınız zaman, başarı da beraberinde geliyor.

Sezonun başında takımda yeniden bir yapılanmaya girildi. Bundan bize bahsedermisiniz?

Bu göreve ilk geldiğimde takımda sadece Volkan Işık, Erkan Güleren ve Kaan Özşenler yer alıyordu. Takımı tamamen yeniden oluşturduk. Bu yeniden yapılanmanın risk taşıyan yanları da vardı; fakat belirli noktalarda avantaj sağlayacağını da düşünüyorduk. Bu yeni organizasyonla birlikte, disiplinli ve özenli bir çalışmanın içerisine girdik. Bütün bunlar sonucunda da şampiyonluğu yakaladık. Burada en önemli etkenlerden biri de Fiat ve Alfa Romeo otomobillerini yarıştıran “N teknoloji”nin desteği oldu. İtalyanlarla beraber gerçekleştirilen bu başarılı çalışma, şampiyonluğu yakalamamızda büyük rol oynadı.

Geçen yılın şampiyonu Volkan Işık için şanssız bir sezundu. Bu durum başlarda sizi korkuttu mu?

Volkan Işık sadece Fiat Abarth Motorsports takımının değil, aynı zamanda Türkiye'nin de yıldızı. Volkan Işık ve



Erkan Güleren'in yaşadığı bu talihsiz olay, takımın sorumluluğunun Hamdi Ünal ve Kaan Özşenler'in sırtına binmesine neden oldu. Bu ikili ise planlı ve programlı yarışarak, sorumluluklarını yerine getirdiler. Motor sporlarında aklınız hep hırsınızın önünde olmalı, onlar da bunu gayet iyi becerdiler. Aslında en çok zorlayan kısmı, Volkan'ın kazasından sonra takımdaki moral çöküşüydü. Çünkü herkes sürekli yarış kazanabilen, dünyaya mal olmuş iyi bir pilotun takımdan düşmesini, bir moral bozukluğu olarak yaşadı. Ama sizi öldürmezse güçlendirir diye bir laf vardır, işte biz de güçlenerek çıktık. Dezavantajı belli alanlarda avantaja çevirebildik.

Hamdi Ünal parkurların flaş ismi haline geldi. Bu durum yeniden yapılanmayla doğru bir atılımın yapıldığının da göstergesi mi oldu?

Hamdi Ünal zaten grafiği sürekli olarak tırmanan bir pilottu. Bu şampiyonluğun onun için çok anlamlı olduğunu düşünüyorum. Çünkü Opel'de senelerce böyle bir şampiyonluğu çeşitli nedenlerden dolayı yakalayamamıştı. Bizimle beraber yakalaması Tofaş açısından da anlamlı...

Selim Baceoğlu ise parkurların en genç isimlerinden. Onun Fiat takımı adına yarışması, Fiat'ın bu konuda gençlere verdiği desteğin de bir kanıtı mı sizce?

Selim Baceoğlu, ileride büyük başarılarla imza atabilecek yetenekte ve azimde bir genç. Sadece biraz tecrübeye ihtiyacı var ve böylesine iyi bir takımda yarışıyor olmak bu deneyimin kazandırılması adına çok önemli. Bu yıl, Grup 1600'de şampiyon olarak ikinci hedefimizi onunla beraber yakaladık. Pistte oldukça başarılı, rallide de kilometre yaptıkça süratleneceğine inanıyorum.

Biz bu ekipte sadece dört pilot, dört co-pilot ve sizi görüyoruz. Peki görünmeyen kısımlarından bahsedermisiniz?

Biz oldukça kalabalık bir ekibiz. Bunun içinde “N teknoloji”nin İtalyan mekanikleri var. Onlar, bu konudaki büyük birikimlerini bizlere aktararak, başarıımızda büyük rol oynuyorlar. Onlarla olan ilişkimiz içinde hem takımı doğru şekilde yarıştırmak hem verdikleri eğitim



Fiat Abarth Motorsports Takım Koordinatörü Emin Ali Sipahi (en önde) bu yıl şampiyonluğu kazanan takımla birlikte.

yer alıyor. Başarı söz konusu olduğu zaman kenetlenmek, takım haline gelmek çok daha kolay oluyor. Ekibimiz genç ve yeni bir kadrodan oluşsa da, gerekli özen ve disiplini gösteriyorlar. Birimizin yaptığı iş diğerinden daha önemli değil, biz bir zincirin halkalarıyız. Mekaniğin bir tanesi bir civatayı biraz daha az sıkarsa, pilot istediği kadar süratli olsun, koordinatör istediği kadar bu işe özen gösterebilir, sonucu alamazsınız.

Takımda çok önemli rol oynayanlardan birisi de **Koray Kafkas**. Böyle büyük bir kurumun işleyişini gayet iyi biliyor. Koray'ın desteği başarılarımızda etkili oldu. Perdenin arkasında çok güçlü bir isim.

Bu üst üste gelen başarılar Fiat'a neler kazandırıyor?

Reklamlara veya iletişime baktığınızda önemli olan bazı noktalar var; bunlardan birisi de süreklilik. Bu başarılarla birlikte, Fiat markasının motor sporlarıyla, motor sporlarının teknolojisi, başarısı ve hızıyla özdeşleşmesi söz konusu oluyor. Üst üste bunları kazanarak, bu imajını her geçen gün daha kuvvetli bir şekilde oturtuyor. Zaten otomobil üreten bir fabrikanın motor sporları dışında olması düşünülemez; çünkü imajı birebir örtüşüyor. Dayanıklılık, hız, performans, teknoloji. İşte tüm bunların hepsi motor sporlarının içinde var.

Türkiye'de bugün motor sporlarına ilgi ne durumda?

Ülkemizde 70'li yılların başlarında motor

sporları başladıysa, Avrupa'da bu tarihin 1920'lere dayandığını görüyorsunuz. Fakat gelen genç nesille birlikte ülkemizde de ilgi artıyor. Artık insanlar otomobille daha iç içe yaşamaya başladı. Ben 1988'de yarışmaya başladığımda, gittiğimiz köylerde, "koşu taksisi geldi" derlerdi. Bu durum ülkemizde otomobil kültürünün eksik olduğunu gösteriyor. Öte yandan bizim gibi firmalar için bu durum bir avantaj. Otomobil sporlarını bizim markamızla tanıyor olmaları ve her geçen gün popülerleşen bir sporun bizim markamızın öncülüğünde güçlenmesi, marka açısından çok büyük bir

reklam ve imaj kampanyası. Bunun yanında Dünya Ralli Şampiyonası'nın ayağı iki senedir Türkiye'de yapılıyor, Formula 1 geliyor. Bunların hepsi şu anda motor sporlarının gelişeceğini gösteriyor. Yarıştığımız bölgelerin halkında da bu ilginin artışı gözlemleyebiliyoruz. Artık Volkan Işık'ı ve Fiat Palio'yu çok iyi tanıyorlar.

Fiat Palio Super 1600, ülkemiz otomotivi açısından ne anlam ifade ediyor?

Saffet Üçüncü ve Tofaş'ın özel çabalarıyla oluşturulan, "N teknoloji"nin yaptığı bir araç Fiat Palio Super 1600. Türkiye'nin bir ilki. Dünya parkurlarında birçok defa yarıştı ve çeşitli başarılar imza attı. Yarış karakterli bir otomobil olduğundan, ufak tefek değişikliklerle rakiplerini geride bırakabilecek kabiliyette olduğuna inanıyorum.

Gelecek sezon hedeflerinizden bahsedermisiniz?

Fiat'ın hedefi şampiyonluktan başka bir şey olamaz. Biz iyi bir takımız ve aynı başarıyı gelecek sezonda da devam ettireceğimize inanıyoruz. Önümüzdeki sezon hedeflerimizin başında beşinci kez Super 1600 şampiyonluğunu almak geliyor. Bunun yanında pistle ilgili aktiviteler düzenliyoruz. Aynı takım ve aynı ekip ruhu ile birlikte parkurlarda yine fırtına gibi eseceğiz. 🏆

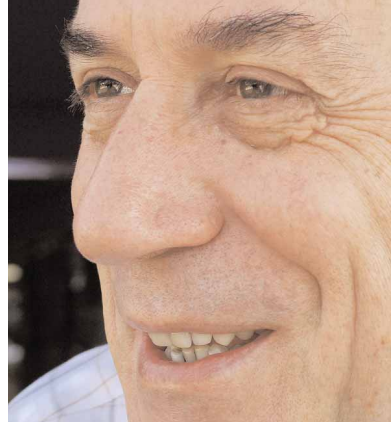




“Divan Sohbetleri”nde bu ay ilginç bir konuğumuz var: **Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi** Beyin ve Omurilik Cerrahisi Bölüm Şefi Prof. Dr. **Ali Çetin Sarioğlu**. “Bir beyin cerrahıyla röportaj yapmak da nereden aklınıza geldi?” diye sorabilirsiniz. Aslında her şey okuduğum bir kitapla başladı: 2002 yılında ülkemizde yayınlanan “Beynine Bir Kez Hava Değmeye Görsün” adlı Amerikalı beyin cerrahı **Frank Vertosick Jr.**’un anılarını anlattığı bir kitap. Ülkemizde de beyin cerrahisi denince ilk akla gelen isim olan Ali Çetin Sarioğlu ile beynin sırları ve beyin cerrahisi üzerine konuştuk. Peki yıllarını beyin cerrahisine veren bir uzman için beyin ne ifade ediyordu. “Beyin her şeyden önce merkez” diye sözlerine başladı Sarioğlu. “Beyin her şeyin merkezi. Son derece de lüks bir organ. Her şeyimiz orada başlıyor, orada bitiyor. Benim hep hastalarım anlattığım bir hikâye var. Bir Rus turist Sirkeci’de bir hanın damından intihar amaçlı kendini aşağıya atmış. Oradan geçen bir gazeteci de fotoğrafını çekmiş. Turist kendini atıyor ama elleri yine kafasında, kafasını korumaya çalışıyor. Eski bir Alman beyin cerrahının bir yazısını okumuştum yıllar önce. ‘Berlin bombalanırken, binalar yıkılırken insanlar bir yerden bir yere kaçıyor. O sırada da ellerindeki gazetelerle kafalarını koruyorlar’ diyordu. Beyin en değerli organımız”.

Biraz Cevizli Kek Biraz Beethoven

Divan Sohbetleri’nde bu ay ünlü beyin cerrahı ve VKV Amerikan Hastanesi Beyin ve Omurilik Cerrahisi Bölüm Şefi Prof. Dr. **Ali Çetin Sarioğlu** konuğumuz. Sıcak bir sonbahar günü Bebek Divan’da sohbet ettiğimiz Sarioğlu beyni çalıştırmanın en iyi yolunun yeni şeyler öğrenmek olduğunu söylüyor ve ekliyor: “Bilmiyorsanız kek yapmayı öğrenin”



Patron Beyin

Hep kalpten bahsedilir aslında. Her duygunun kaynağı kalp olarak gösterilir ama esas patron beyindir hep. Başarılı kişiler için hep aynı tanım kullanılır: “Ekibin beyni”, “takımın beyni”, “şirketin beyni”. Bizi âşık eden beyindir aslında. Güzel bir koku alıp kendimizi iyi hissettiğimizde, o güzel kokuyu alan

beyindir aslında. Her şey beyinde başlıyor, beyinde bitiyor. Âşık olmak da, istemek de, istememek de beyinde başlıyor; arzulamak da. Tüm bu özellikleri bile beyni vazgeçilmez kılıyor. Aynı zamanda da yenilenmez: “Kalbe pompalar yapıldı. Kalbi replase etmek mümkün. Yeni bir kalp takabilirsiniz. Kalbe pompa da koyabilirsiniz. Ama beyne ne pompa koyabilirsiniz, ne de beyni replase etmek mümkündür. Onun için en kıymetli organımız beyin”.

Beynin Kıvrımları Arasında Dolaşmak

Beyin belki de vücudumuzun en büyük sırrı. Heyecan verici bir organ. Ali Çetin Sarioğlu da beyni ilk gördüğü zamanlarda heyecanlandığını anımsıyor: “Şimdi rutin hayatımın bir parçası oldu. Benim için beynin kıvrımları arasında dolaşmak çok sıradışı değil. Hayatta her şey antrenman. Bu da antrenmanın bir parçası gibi. İnsanın duyguları da heyecanları da bu antrenmandan geçiyor. Beyni gördüğüm zaman ekstra bir şey duymuyorum artık. Ameliyat sırasında çok heyecanlandığımız anlarımız oluyor. Çok hoş anlarımız, hoş olmayan anlarımız oluyor. Çaresiz olduğumuz anlar oluyor. Zaferle çıktığımız anlar oluyor.”

Aslında her ameliyat hastalıkla, yaşamla oynanan bir oyun. Aklımıza ünlü cerrah **Tarık Minkari**’nin bir sözü geliyor: “Ben her ameliyata girdiğimde Tanrı’yla bir pazarlık yaparım” diyor Minkari. “Bu sefer ameliyattan alnımın aklıyla çıkmam için bir pazarlık. Ve her yeni ameliyatta yeni bir pazarlık.” Ali Çetin Sarioğlu da “olağanüstü bir cerrah” olarak nitelediği, ilk cerrahi hocası Tarık Minkari’nin bu fikrine katılıyor: “Her ameliyat bir heyecan bence. Her ameliyata girerken yeni bir şey yapıyormuş gibi oluyorum. Benim beyin cerrahisindeki hocam rahmetli **Feyyaz**

Berkay'dı. Feyyaz Bey emekliliğine yaklaştığı son dönemlerde açar, bakar, 'hay Allah bunca senedir çalışıyorum, ilk defa böyle bir şey görüyorum' derdi. Ben de kendi kendime, genç bir asistan hinliği ile 'hoca sıkıştı herhalde, onun için böyle laflar söylüyor' diye düşünürdüm. Yıllar geçince hocanın çok haklı olduğunu gördüm. Her açtığınız değişik bir kompozisyon, her açtığınız değişik bir özelliği var. Onun için de Tanık Bey'in pazarlık yapmasını çok doğru buluyorum ben."

Her mesleğin olduğu gibi beyin cerrahliğinin de altın kuralları var elbette. Tek bir kelimeyle koyuyor altın kuralı usta cerrah: "Titizlenmek. Her bir detaya titizleneceksiniz. Zannetmeyin ki her şeyi çok iyi biliyorum, her şeye çok hâkimim. Hiç beklemediğiniz cerrahide, beklemediğiniz komplikasyonlarla karşılaşabilirsiniz. Hiçbir şeyi hafife almadığınız çok önemlidir. Ben 1978 yılında Zürih'e **Gazi Yaşargil**'in yanına gittim. Daha yeni uzman olmuşum. Yaşargil harika ameliyatlara yapıyor. Bakıyorum ve 'ne kadar kolay' diye düşünüyorum. Ustaların elinde işler çok kolay oluyor. Günün birinde o masanın öbür tarafına geçip, ben ameliyat yapmaya başlayınca neler çektiğimi anlatamam. Anatomiyi ve tekniği çok iyi bileceksiniz. Stratejinizi önceden yapacak ve gerekirse stratejinizi değiştireceksiniz. Ameliyattan önce filmlere tekrar tekrar bakacaksınız. Taktiğinizin mutlaka olması gerekiyor. En alıştığınız ameliyat dahil olmak üzere mutlaka çok iyi bir taktik yapmanız gerekiyor. Her vaka birbirinden çok farklı. Her vakanın kendince tuzakları var."

Beyni korumanın yolları

Beyinden bahsederken ister istemez aklımıza beyni korumanın yolları geliyor. Malum, gazetelerde, dergilerde boy boy reçeteler çıkıyor her gün; "Kalbi korumanın yolları", "daha iyi gözlerle nasıl sahip olabiliriz?". Peki beyni korumanın yolları yok mu? "Aslında yok" diyor Sarioğlu ve ekliyor: "Beyni korumanın yolları genel sağlık kuralları içinde. Hastalar bana hep unutkanlık şikâyetleriyle gelir. Ben de unutuyorum aslında. Bir insanı görüyorum bir yerde. Çok iyi tanıdığım bir yüz, ama adını bir türlü çı-

karamıyorum. İnsanlar unutuyor. Ceplerimde küçük küçük notlar var. Unutuyorum çünkü. Unutmamak için ne yapmak lazım? Beyni sürekli çalıştırmak lazım. Çalıştırmanın en güzel, en pratik yolu devamlı yeni bir şey öğrenmektir. Örneğin ben cevizli kek yapmayı bilmiyorum. Ya da ben lale yetiştirmesini bilmiyorum. Lale yetiştirmesini ya da cevizli kek yapmasını öğrenmek bile beyne bir antrenman. Bu örnekleri artırmak mümkün. Klasik müziği öğrenebilirsiniz yeniden, baştan aşağı sadece Beethoven'ı öğrenebilirsiniz. Hep yeni bir şey öğrenmek lazım."

Beyni Kullanıyoruz Hem de Her Şeyiyle

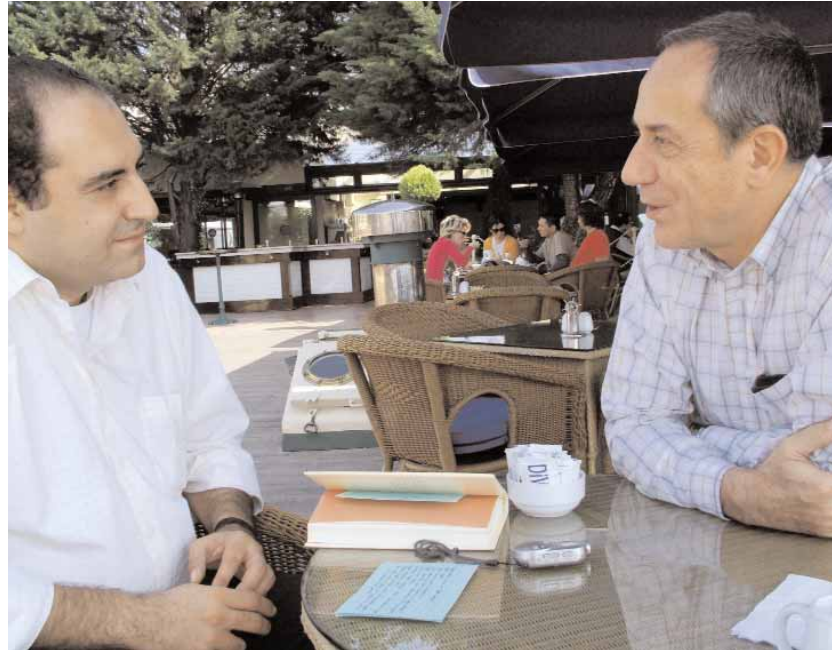
Son sözü yine deneyimli operatöre bırakıyoruz. Söyleşinin başında "lüks bir organdır" demişti kalp için. Aklımız, beynimiz bu lükse takıldı kaldı açıkçası. Bir de tabii hep söylenen: "Beynimizi tam kapasiteyle kullanamıyoruz..." "Beyni tam kapasiteyle kullanamadığımızı hep söylerler. Doğrusunu isterseniz kimse de beyni ne kadar kullandığımızı bilmiyor. Cerrahi yaptığımız zaman beynin kimi bölgelerini çıkarmak

kullanıyoruz. Ama şunu bir kez daha vurgulamak gerekiyor, beyin gerçekten de lüks bir organdır. Örneğin tansiyon. Beyin yeterince kan almazsa insanın tansiyonunu yükseltir. İhtiyacı olduğu

"Beyin gerçekten de lüks bir organdır.

Vücutta neye ihtiyacı varsa alır. Suya ihtiyacı varsa, suyu çeker alır. Kana ihtiyacı varsa, kanı çeker. Her şey onundur ve her şey onun kontrolündedir. 'Ben bu kanı çekersem karaciğere zarar veririm' diye düşünmez"

kadar kan almak üzere tansiyonu yükseltir. Hem de öyle bir yükseltir ki, siz dışarıdan hiçbir müdahale ile o tansiyonu düzeltemezsiniz. Vücutta neye ihtiyacı varsa alır beyin. Suya ihtiyacı varsa, suyu çeker alır. Kana ihtiyacı varsa,



zorunda kalıyoruz ama o hastaya hiçbir şey olmuyor. Ondan geriye dönerek deniyor ki, 'beynin büyük bir kısmı kullanılmıyor'. Bence bunda bir bilgisizlik var. Bence her şeyi bol miktarda

kanı çeker. Her şey onundur ve her şey onun kontrolündedir. 'Ben bu kanı çekersem karaciğere zarar veririm' diye düşünmez".

Burak Tezcan

“Biz BÜYÜK BİR Aileyiz”

Bir aile şirketi olan Yaltı Koç Allianz Sigorta Acentesi başarıyı takım çalışmasına borçlu. 2004'te 24. evlilik yıldönümlerini kutlayan Nükhet ve Sancar Yaltı çifti hem evde hem de işyerinde mükemmel bir takım çalışması modeli sergiliyorlar

birlikte başarmak

Yaltı Koç Allianz Sigorta Acenteliği'ni tanıyabilir miyiz? Nasıl kuruldu?

Nükhet Yaltı: Bizim sigortacılığa başlama zamanımız 1989 Aralık. Açıkçası sigorta hakkında geniş bilgimiz yoktu. Acenteliğimize Türkiye'de hiç olmayan bir ürün satarak başladık. “Yangın Sistemlerinin Projelendirilmesi” adlı bir konuyla ilgileniyordum. Eğer belli başlı yangın önleme standartlarına uymuşsanız size sigortanızda bazı fiyat indirimleri veriliyordu. Fakat o dönemler benim düşündüklerimle Türkiye'nin bakış açısı aynı değildi. Dolayısıyla bu çalışmaları yaparken **Koç Allianz** ile tanıştım. O zamanlarda bünyesinde yangın mühendisi barındıran tek sigorta firması Koç Allianz idi. Daha sonra **Kemal Olgaç** ile tanıştık. Hatta bahsettiğim yangın mühendisi de Kemal Olgaç idi. Ciddi bir çalışma sonucu ve dürüstlüğümüzle bugünlere geldik.

15 yıllık serüveniniz nasıl geçti?

Nükhet Yaltı: Bizim başlangıcımız çok iyi oldu. Gerçekçi olmak gerekirse insanların bana duyduğu güven bende yoktu. Ama bu güveni, o zamanlarda müşterimiz olan ki hâlâ müşterimiz ve eşim **Sancar Yaltı** verdi. Bana göre bir işi ya yaparım ya da hiç yapmam. İlk yıllarımızda satışlarımız çok iyiydi ve aynı şekilde devam ediyor. Dürüstlüğümüzün başarımıza çok şey kattığını düşünüyorum. Bunun yanında yıllar boyu krizlerden etkilenmeden bu başarımızı devam ettirebilmemizin sebeplerinden biri de;

acentemizde çok ciddi bir işbölümü olması. Ben çok iyi bir satıcıyım, eşim Sancar Bey mali konularla ve yönetimle ilgilenir. Ben hep şunu derim; “bizim evliliğimiz 24 yıldır devam ediyor; 14 seneyi aynı büro ve ev içinde geçirebiliyorsanız bayağı bir yol kat etmişsiniz demektir.” Bunu da bahsettiğim bu ciddi işbölümüne borçluyuz.

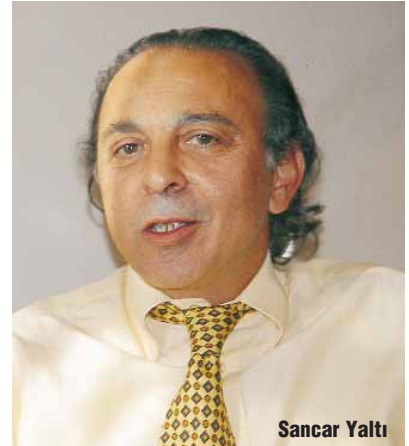


Sigorta sektöründeki müşterilerinizden gelen tepkileri göz önüne alırsanız, Koç Allianz'ın tercih edilmesinin en belirgin nedenleri nelerdir?

Nükhet Yaltı: Görev dağılımımız nedeniyle benim ve Sancar Bey'in söyleyecekleri farklı bakış açılarını yansıtabilir. Hiçbir şey tek başına bir önem taşımaz ve ifade etmez. Sizin tek başınıza çok iyi bir firmayla çalışmanız, çok donanımlı bir polise imzalamanız sizi kurtarmıyor.

Bu bir ekip işidir. Bu bir şirket, acente ve müşteri üçgenidir. Örneğin acentenin bilgiden önce dürüst olması gerekiyor. Bizim Koç Allianz ile aramızda profesyonel ve olması gereken bir ilişki mevcut. Koç Allianz'ın en büyük farkı mantalitesi yani düşünce yapısıdır. Müşterilerimi kaybetmeme sebebim eğer biraz bensem, Koç Allianz'ın bu noktadaki dürüstlüğünün de çok payı vardır.

Sancar Yaltı: Koç Allianz hiçbir zaman bir konuya at gözlüğüyle bakmaz. Herhangi bir soru gündeme geldiğinde mutlaka doğru cevap bulunana kadar üzerinde çalışılır ve araştırılır. Bu durum bize ve eminim çalışanlarına büyük bir şevk veriyor. Müşteri şöyle düşünüyor: “Demek ki benimle ilgili insanlar çalışıyor, araştırıyor.” Cevap her zaman olumlu olmayabiliyor ama müşteri verilen cevaptan mutlaka tatmin oluyor. Sa-



Sancar Yaltı



Nükhet ve Sancar Yaltı
çifti, Yaltı Sigorta
çalışanları
ile birlikte.

birlikte basarmak

dece müşteri değil acente de aynı hislere sahip oluyor. Biliniyor ki herhangi bir durum meydana geldiğinde Koç Allianz bunu mutlaka sorguluyor ve tatmin edici bir yanıtla dönüyor. Müthiş bir güven duygusu bu.

Nükhet Yaltı: Eski dönemlerde acentelerin hesap kesim tarihi hep yıl sonuydu. Yıl içinde müşterinin parası kullanılırdı ve yıl sonunda sigorta şirketine ödeme yapılırdı. Daha sonra bu durum kanunla garanti altına alındı ve sigorta şirketleri de ciddi tedbirler aldı. Bugün baktığınız zaman diğer şirketler acentelerin ödemelerini ay sonunda kabul eder ama Koç Allianz her hafta sonunda hesap dökümü yapar. Koç Allianz'ın bir cümlesi vardır ki bence gerçek fark burada yatar: "Biz bir aileyiz."

Sizin sigortacılıkta bazı ilkeleriniz de mevcut. Sektöre getirdiğiniz ilklerden bahsedermisiniz?

Nükhet Yaltı: Türkiye'de ilk defa okul servislerinin müşterisi olan çocukların sigortalanması konusunda bir çalışma başlattık. Çok zorlu günler oldu ama ilk defa böyle bir sigorta ürünü meydana getirdik. O zamanlar yaklaşık 15 bin çocuğun bu şekilde sigortalanmasını sağladık. İşe birkaç tane servis ile başladık. Serviste taşınan çocukların hiçbir garantisi yoktu. Bu konuyla ilgili bir proje geliştirilmesini istedim. Tek tek servis so-

förlerini, okulları dolaştım ve gece yarısına kadar çalıştım. Daha sonra bu konuyu oldukça yaygınlaştı.

Sancar Yaltı: Bizim eğitim kurumları ile şöyle bir çalışma şeklimiz vardır; biz satılan hiçbir poliçeden komisyon almayız. Çalışma prensibimiz bu şekilde. Dolayısıyla bu ilke de çok gurur duyuyoruz. Eğitime, çalışanlar ve işyeri sahipleri olarak bu şekilde destek vermeyi düşünüyoruz ve veriyoruz.

Yurtdışındaki sigortacılık sektörüyle ülkemizdeki sigorta sektörü arasında, müşteri bazında ciddi bir bilinç farkı var. Nasıl değerlendiriyorsunuz?

Nükhet Yaltı: Sigortacılık bir noktada kültür meselesidir. Bugün benim oğlum **Emirhan Yaltı**'nın sigorta anlayışı ile benim sigorta anlayışım farklı. Sigortanın eski zamanlara göre çok daha konuşulur olmasının bir getirisi ve bilinci var. Sigorta anlayışı nedir? Sigortacılık bir imecedir. Siz ihtimalleri hesaplayarak bir yerlere para koyarsınız ve bu ihtimal gerçekleşir, siz de gerçekleşen zararı bu kenara koyduğunuz paradan karşılırsınız. Sigortanın anlamı budur. Yurtdışı ile ülkemiz arasında ciddi bir fiyat farkı var. Bizde her teminatın çıkışı esnasında bir istatistik hesabı vardır. Bu ürün ne zaman kârlı bir duruma gelir? Bu ürün, şu kadar poliçe satılırsa ve şu kadar prim alınırsa ancak o zaman kâra geçer. Ör-

neğin Japonya'da sigorta kullanımı %97 oranında ama Türkiye'de zorunlu sigortalar arasında bulunan araç sigortası bile %60'lar civarındadır. Sigorta kullanımının bu kadar az olması ürün çeşidini de azaltıyor.

İstatistiklerin sigortacılık sektöründe oldukça önemli bir yeri var mı?

Nükhet Yaltı: Evet çok önemli bir yeri var. Ürün geliştirilmesi tamamen istatistiklerin sonuçlarına göre şekillendirilmelidir. Koç Allianz da rakamsal verileri en iyi kullanan şirkettir. Çünkü bizim ürünlerimize bakarsanız bazılarının ucuz bazılarının ise pahalı olduğunu görürsünüz.; bilimsel verilere dayanır. Dolayısıyla Koç Allianz ile çalışmanın çok büyük farklarını görüyoruz. Doğruyu söylemek gerekirse Koç Allianz ciddiyetinde çalışan ikinci bir şirket bana göre yoktur.

Yaltı Sigorta'nın başarısının sırrı sizde ne-rede yatıyor?

Sancar Yaltı: Biz bu işe "müşterilerin güvenini kaybetmeyeceğiz" diye girdik. Biz seneler boyunca öyle bir çizgi tutturduk ki, hiçbir zaman şirketimizi de, müşterilerimizi de zor durumda bırakmadık. Ayrıca ben mühendis olduğum için çalışmalarımızı her zaman verimlilik üzerine kurgularım ve buna dikkat ederim. ☺☺

Beril Sönmez

Damdaki Mizahçı

Cihan Demirci

Direklerarası'ndan Bayrama...

Çocukluk yıllarımızda ramazan geldiği zaman mutlaka "Direklerarası"ndan konu açılır, Şehzadebaşı'ndaki ramazan eğlenceleri anlatılırdı. Yıllar sonra tanıdığım bir kaleci bana şunu anlatmıştı: "Benim babam da çocukluğumda hep Direklerarası'ndan bahsederdi ama ben futbola merak salıp da kaleci olunca zaten kendimi Direklerarası'nda buldum. Gerçi benim direklerarasında hep gol vardı, öyle ramazan eğlencesi filan yoktu ama ben de bir kaleci olarak direkler arasını ve o direklerin arasından çıkardığım nice topu iyi bilirim laf aramızda." Malum ramazan demek bir yerde davulcu yüzü görmek demektir. Her ramazanda mahallemize bir sürü davulcu gelir. Bunların çoğu hayatlarında davulu ilk kez ellerine alan ve nasıl çalacağını bile bilmeyen insanlardır. Sahur zamanı öylesine kötü bir şekilde vururlar ki o davula, sanki yüzünüz-gözünüz davul gibi şişer durur o anda... Tabii davulcunun asıl derdi bayrama ulaşmaktır. Şimdi bir bayram sabahına Temel'in evine gidelim, vaziyeti görelim...

Mahallemizin Davulcusu!

Bayram sabahı Temel'in kapısı çalmış... Elindeki tokmağı sürekli davula vuran adam Temel'e kendini tanıtmış: "Abi ben mahallenizin davulcusu, bayramınız kutlu olsun!" Temel davulcuya bayram bahşişini verip yollamış... Beş dakika geçmemiş ki Temel'in kapısı gene çalmış, bu kez elinde darbuka olan başka bir adam sırtmış: "Abi ben mahallenizin darbukacısı, bayramınız kutlu olsun!..." Temel biraz bozuk, elini gene cebine atıp adama bayram harçlığını vermiş. Aradan beş dakika daha geçmemiş ki zil gene çalmış. Temel bu kez hırsıyla kapıyı açmış. Karşısında bu kez de elindeki tefi sallayan bir adam görünce siniri bozulmuş ve bağırarak: "Ula yeter be uşşagım, haçan pizum mahallede ritm grubu kurdunuz da pizum haberimiz mi yoktur!"

Bu Bayram Son Kez "Milyoner"siniz!

Bakın şu önümüzdeki bayramın çok önemli bir özelliği var sevgili dostlar. Bu

bayram son kez sıfırlan bol paralarla çocuklara bahşiş verilecek. Zira 1 Ocak'tan itibaren artık Yeni Türk Lirası'na geçiliyor. Yani bu bayramın çocukluk anılarında çok ayrı bir yeri olacak. Zira o çocuklar bir daha kolay kolay 20 milyon, 10 milyon yüzü göremeyecekler... Zira henüz öğrenemeyenler için belirtelim ki; Yeni Türk Lirası'nda 20 milyon demek, 20 trilyon demek olacak. 10 milyon da 10 trilyona karşılık geliyor!.. Anlayacağınız çocuklar bu bayram son kez "milyoner" olacaklar. O yüzden onlardan bayram harçlıklarınızı esirgemeyin, zira bir daha ki bayram 10 lira ya da 20, ya da 50 lira alan bir çocuğun yüzü ister istemez ekşiyecek. O yüzden bu son sıfırlı bayramı iyi değerlendirmekte yarar var, Damdaki Mizahçınızdan söylemesi! Yazımızı iki fıkrayla noktalarken, hepinize gülünesi bayramlar.

İçki Ömrü Kısaltırmış

Dursun ramazan günü meyhanenin önünden geçiyormuş... Bakmış ki yakın dostu Temel ramazan filan demeyip içerde gene içiyor, yanına yaklaşıp söylemiş: "Ula Temel bu kadar içmeyesun, içki insanın ömrünü kısaltır daaa." Temel rakısından bir yudum alıp, Dursun'a cevap vermiş: "Ula Tursun duymadın mı, insanoğlunun ömür ortalaması zaten epey fazla yükselmiş, haçan içkiyle bunu biraz normale düşürsek fena mi olur uşşagım!..."

Bayram Değişikliği

Bir sokağın köşesinde yerde oturmakta olan iki dilenci konuşuyordu: "Bayram geliyor Himmet abi, bu bayram n'apıcaksın?" Diğer dilenci cevap verdi: "Bu bayram karşı kaldırıma geçip orda dileneceğim kısmetse Siyami!..."

