

BİZDEN HABERLER

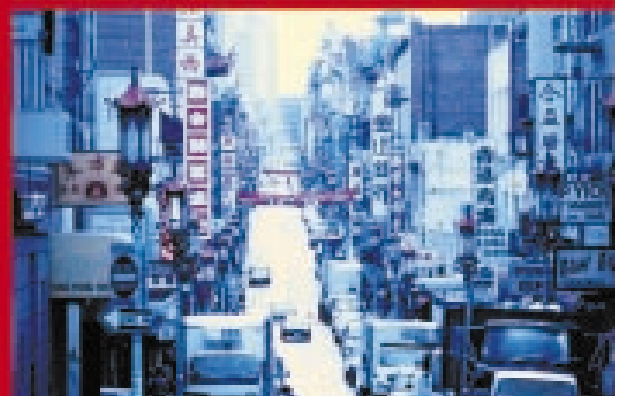
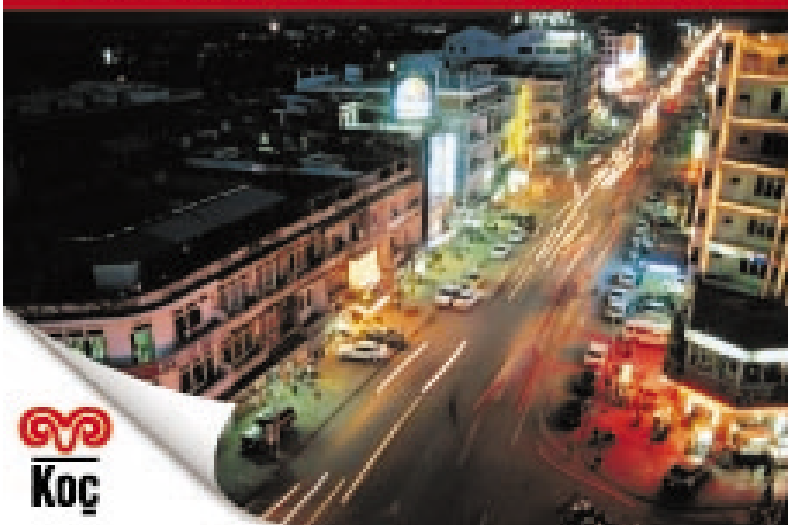
KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Şubat 2004

Sayı 311



İpek Yolu'nda Türk İzleri



Çin'den Gaziantep'e



bizden

İçindekiler

Ayin Gündemi

4

- Anadolu Buluşmaları
Gaziantep'teydi

Küresel Vizyon

8

- İpek Yolu'nda Türk İzleri
- Otoyol-Iveco Ortaklığında
Yeni Atılımlar
- Koç Holding Die Zeit
gazetesinde: Almanya'ya da
Koç Damgası

İnsan Kaynakları

16

- Yaratıcı Yıldızlar
Aygaz'dan
- Daha Çok Rekabet İçin
Nasıl Bir İnsan Gücü

İletişim

20

- Farklı Lider Olmanın Yolu
"Executive MBA"den
Geçiyor
- Dünyanın Geleceği İçin
Sürdürülebilir Kalkınma

Divan Sohbetleri

26

- Şafak Sezer:
Bekçi Sırrı'dan Hababam'a

Hayata Dair

28

- Deniz Seki Röportajı
- Mete Tansu ile Sarıyer
Maslak Hattı'nda
- Bayram Bitti Lezzeti
Hâlâ Sofralarda

Kültürel Vizyon

38

- Bir Cerrahin Anıları
Tiyatro Sahnesinde

Yeni yılın ilk haftasında Türk DemirDöküm'ün Çin'deki fabrikasının açılışı için Mustafa V. Koç Çin'e bir ziyaret yaptı. Basında geniş çaplı yer alan bu açılış, Koç Topluluğu açısından büyük önem taşıyor. Son on yılda gösterdiği performansla toplam 500 milyar Dolarlık yabancı yatırım çekmeyi başaran Çin, bugün sadece üretim değil tüketim açısından da uluslararası şirketler için büyük önem taşıyor. Topluluk olarak 1994 yılında **Ram Pacific** şirketimiz ile adım attığımız Çin, son beş yıllık sürede, Asya-Pasifik ülkeleri arasında Japonya'dan sonra Türkiye'nin en büyük ikinci partneri. Ancak iki ülke arasındaki dış ticaret dengesi maalesef Çin'in lehine. Bu açıdan yapılan yatırım, Topluluğumuz için yeni bir dönemin başlangıcı anlamına da geliyor.

Anadolu Buluşmaları Gaziantep'teydi

Çin'den döner dönmez ayağımızın tozuyla Gaziantep'e, 12-13 Ocak tarihleri arasında düzenlenen "Anadolu Buluşmaları"nın ikinci ayağı için gittik. Toplantıda Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, CEO **F. Bülend Özaydınlı** ile birlikte Gaziantep ve çevre illerden gelen bayilerle bir araya gelme olanağı bulduk. Gaziantep, son dönemde, özellikle Irak'taki yeniden yapılanmayla birlikte önemi artan Güneydoğu Anadolu'nun lokomotifidir. Gerek bölgeye yapılan yatırımlar, gerekse bölgenin girişimci karakteri, özel sektörün ağırlığı, Gaziantep'in önemini daha da artırıyor. Mustafa V. Koç'un toplantının açılışında yaptığı konuşmada söyledikleri ise Gaziantep'in önemini vurgulayan sözlerdi: "Maalesef, 1989 yılında başlayan Körfez krizi ve Irak'a karşı yıllarca uygulanan ambargolar, bu çalışkan ve dinamik kentimizi zor durumda bıraktı. Ancak tüm olumsuzluklara

rağmen, Gaziantep bugün önemli başarılarla imza atıyor."

Otoyol Iveco Birlikteliği Büyüyor

Topluluğumuzun yabancı işbirliklerinden önemli bir tanesi de **Otoyol** ile **Iveco** ortaklığı. Geçtiğimiz günlerde Türkiye'ye gelen Iveco SpA Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı **Franco Fenoglio** ve Iveco İhracat Direktörü **Franco Miniero**, düzenlenen basın toplantısında Iveco'nun dünya pazarındaki konumunu ve Türk pazarına bakışını paylaştılar. Bu açıdan Fenoglio'yla yaptığımız söyleşinin ilginizi çekeceğini umuyoruz.

Koç Üniversitesi çatısı altında ilk kez 1994 yılında başlayan "Executive MBA" programı, geride kalan 10 yıl içinde çok önemli bir yol katetti. Bugün profesyonel yöneticilere yönelik en önemli yüksek lisans programı olan "Executive MBA" programının dününü, bugünü Koç Üniversitesi İşletme Enstitüsü Direktörü Prof. Dr. **Barış Tan** ile konuştuk. Programa katılan profesyonellerin görüşleri ise son derece ilginç.

Küçük Bir Tebessüm

Arçelik'in başarılı reklam kuşağında "Bekçi Sırrı" tiplmesiyle büyük ilgi gören **Şafak Sezer**, bu ayki "Divan Sohbetleri"nin konuğu. Şafak Sezer'in yaşamından sunduğumuz küçük ama eğlenceli bir kesitin ilginizi çekeceğini umuyoruz. Bir diğer söyleşimiz de pop müziğin sevilen ismi **Deniz Seki** ile.

Her ay olduğu gibi bu ay da büyük bir keyifle hazırladığımız Bizden Haberler'in bu sayısının da tadına varmanız umuduyla, keyifli okumalar. ☺

Hasan Bengü

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER

KOÇ HOLDİNG A.Ş. AYLIK YAYIN ORGANI

Yazışma Adresi: Bizden Haberler
Nakkastepe, Azizbey Sok. No: 1
81207 Kuzguncuk-İstanbul
Tel: (0 216) 531 03 86
Fax: (0 216) 343 15 37
Internet: <http://www.koc.com.tr>
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr
Şubat 2004 Sayı: 311

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özaydınlı

Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü

Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil

Editör: Ülkü S. Osmanoglu

Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe

Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Şeniz Akan, Arın Dörtok, Burak Tezcan

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim

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

Renk Ayrımı ve Baskı: Çalı Grafik Matbaacılık A.Ş.

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

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.



Mustafa V. Koç ve F. Bülend Özyıldın Gaziantep Valisi Lütfullah Bilgin ile bölgedeki yatırımlar üzerine görüştüler.

Anadolu ile İkinci Buluşma Gaziantep'te

Haziran ayında Konya'da gerçekleştirilen Anadolu Buluşmaları'nın ikincisi Gaziantep'teydi. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve CEO F. Bülend Özyıldın'ın katıldığı toplantıda Gaziantep ve çevre illerden gelen bayiler buluştu

Koç Holding üst düzey yöneticileri ile Anadolu'daki bayileri bir araya getirmek amacıyla hayata geçirilen "Koç Topluluğu Anadolu Buluşmaları"nın ikincisi 12-13 Ocak tarihlerinde **Gaziantep'te** düzenlendi. Toplantıya Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, CEO **F. Bülend Özyıldın** ve Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı **Hasan Bengü** katıldı. Koç Topluluğu tarafından 1951 yılından bu yana, şirketler bazında düzenli olarak sürdürülen bayi toplantılarının yanı sıra, bölgesel olarak tüm Koç Topluluğu şirketlerinin bayileri ile bir araya gelmek ve görüş alışverişinde bulunmak amacıyla başla-

tılan "Anadolu Buluşmaları" toplantılarının ikinci durağında, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve CEO F. Bülend Özyıldın; Güneydoğu Anadolu Bölgesinde yer alan, Adıyaman, Kilis, Kahramanmaraş, Şanlıurfa ve Gaziantep illerindeki, Arçelik, Beko, Ford Otosan, Tofaş, Opet, Koç Allianz, Koçbank, Aygaz, Oltaş, İzocam, DemirDöküm, Sunpet, Lipepet, Mogaz, Tekiz, Koç.net şirketlerinin bayilik ve temsilciliklerini yürütmekte olan yaklaşık 350 temsilci ile bir araya geldi. Toplantının öncesinde Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, CEO F. Bülend Özyıldın ve Kurumsal İletişim ve Dış İliş-



Mustafa V. Koç ve F. Bülend Özaydınlı Gaziantep Belediye Başkanı Celal Doğan'ı ziyaret ettiler.



kiler Başkanı Hasan Bengü, bir süre önce 17 yaşındaki oğlunu kaybeden Arçelik Gaziantep bayilerinden Mehmet Demirtaş'ı ziyaret ettiler ve Demirtaş'a baş sağlığında bulundular.

Daha sonra Gaziantep Valisi **Lütfullah Bilgin** ve Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı **Celal Doğan**'ı ziyaret eden Mustafa V. Koç, F. Bülend Özaydınlı, Hasan Bengü ve beraberlerindeki heyet burada bölgedeki yatırımlar ve geleceğe dönük projeler üzerine konuştular.

“Kriz Sonrası Nekahat”

Koç Topluluğu yöneticileri yaptıkları ziyaretlerin ardından “Anadolu Buluşmaları”nın önemli bir kısmı olan bayi toplantısına geçildi. Bayilerle bir araya gelinen bu toplantının açılışında bir ko-

nuşma yapan Mustafa V. Koç, Koç Topluluğu'nun 2003 yılı değerlendirmesini ve 2004 yılı için hedeflerini, Türkiye değerlendirmesi ile birleştirerek, bayiler ile paylaştı.

2003'ün ekonomik açıdan, umut verici bir yıl olarak tamamlandığını vurgulayan Koç, bu dönemde ekonominin önemli bir büyüme ve canlanma yaşadığına değinerek, “kriz sonrası nekahat” dönemi niteliğini yaptı. Bu yıl da, ekonomik programın gerekleri doğrultusunda taviz vermeksizin ilerlendiği takdirde, başarının perçinleneceğini vurgulayan Koç, 2004 yılının Türkiye ve Koç Topluluğu için bir dönüm noktası olacağını belirtti.

Mustafa V. Koç, bayilere yönelik yaptığı konuşmada şunları söyledi: “Bugün Gaziantep'te sizlerle bir arada olmaktan mutluluk duyduğumu ifade ederek sözlerime başlamak istiyorum. Gaziantep, Kurtuluş Savaşı'mızda ortaya koyduğu mücadele gücü ve fedakârlığı ile gazi unvanını almış bir ilimiz. Cumhuriyet'in ilanından sonra da Gaziantep, ekono-



Gaziantep'in kendine özgü lezzetlerinden olan tatlılar bir süredir yapılan yatırımlar sonucunda birer dünya markası olma yolundalar.

mik alanda önemli bir mücadele ortaya koymuştur. Gaziantep, Anadolu'nun sınai ve ticari gelişiminde, bölgesel kalkınmada önemli rol oynamış bir kentimizdir.

Maalesef, 1989 yılında başlayan körfez krizi ve Irak'a karşı yıllarca uygulanan ambargolar, bu çalışkan ve dinamik kentimizi zor durumda bırakmış ve ne yazık ki 2001'den çok daha önce Gaziantep'i krize itmiştir. Ancak tüm olumsuzluklara rağmen, Gaziantep bugün önemli başarılarla imza atıyorsa, bunun altında bağımsızlık mücadelesi günlerinden kalma o mücadele ruhu ve azim yatıyor.”

Gaziantep'te yapılan “Anadolu Buluşmaları”na Gaziantep ve çevre illerden yaklaşık 350 bayi ve temsilci katıldı.



Koç Topluluğu'nun Topluma Açılan Penceresi

Daha sonra kürsüye gelen CEO F. Bülend Özaydınlı ise, Koç Topluluğu'nun 2003 yılındaki sektörel bazda ve genel değerlendirilmesini aktardı ve 2004 yılına ilişkin somut hedeflerini bayilere ilettili. 2003 yılının, Koç Topluluğu açısından son derece başarılı geçmiş bir yıl olduğunu vurgulayan Özaydınlı, doğru ve planlı işler yapıldığı takdirde, iddialı görünen hedeflere ulaşmanın hayal olmadığını belirtti.

2004 yılında ve sonrasında da, global ekonominin önemli bir oyuncusu olabilme hedefine ulaşmak için daha çok çalışmaları gerektiğini de sözlerine ekleyen Özaydınlı, belirlenmiş hedeflerine de ulaşacaklarına inandıklarını söyledi. Özaydınlı şöyle konuştu: "Anadolu Buluşmaları adını verdiğimiz, bölgesel bayi toplantılarımızın ikincisinde, Gaziantep'te bulunmaktan son derece mutluyum.

Daha önce hatırlarsanız 2003 yılının Haziran ayında da Konya'da bayilerimiz ile buluşmuştuk. Amacımız, iş ortağımız ve en büyük destekçimiz olan sizlere ülkemiz ve Koç Topluluğu ile ilgili görüşlerimizi, duygu ve düşüncelerimizi aktarmak, geleceğe dönük hedeflerimiz konusunda bilgiler sunmak, sizlerin görüşlerinizi alarak onlardan yararlanmaktır. Bayi teşkilatı ile sağlıklı ve gelişime açık ilişki kurmak ve geliştirmek, bildiğiniz gibi, Koç Topluluğu'nun temel geleneklerinden biridir. Geçmişinden aldığı güç ile yarına daha emin adımlarla ilerleyen bir topluluk olarak amacımız, sizlerle bu verimli işbirliğini sürdürmektir.

GAZİANTEP TÜRKİYE İÇİN ÖRNEK BİR İL

Anadolu Buluşmaları'nın ikincisinin gerçekleştirildiği Gaziantep'te isadamları ve bayiler ile bir araya gelen Koç Holding CEO'su F. Bülend Özaydınlı, Anadolu Buluşmaları ile ilgili sorularımızı yanıtladı

Anadolu Buluşmaları'nın ikincisi Gaziantep'te gerçekleştirildi. Toplantıların amacına ulaştığını düşünüyor musunuz?

Anadolu Buluşmaları toplantıları Koç bayilerini daha yakından tanımak, onların sorunlarını paylaşmak, görüş alışverişinde bulunmak, Koç bayileri arasındaki yakınlaşmayı sağlamak amacı ile Yönetim Kurulu Başkanımız Mustafa V. Koç'un önerisi ile hayata geçirilmiş bir toplantılar dizisidir. Bu toplantıları fırsat bilerek Türkiye'mizin her bölgesini periyodik bir şekilde dönüşümlü olarak ziyaret edecek ve bayilerimiz ile bütünleşeceğiz. Gaziantep'te ikincisini gerçekleştirdiğimiz Anadolu Buluşmaları Toplantısı büyük ölçüde amacına ulaşmıştır. Gaziantep'teki izlenimlerimizi ve saptamalarımızı İstanbul'a döndüğümüzde ilgili arkadaşlarımız ile de paylaştık.

Bayilerin bu toplantılara olan tepkilerini siz nasıl değerlendiriyorsunuz? Bayilerimiz geleneksel misafirperverlik anlayışı ve sıcak yaklaşımları ile iletişimin sağlıklı olmasına büyük katkıda bulunuyorlar.

Irak ve Suriye'de son dönemlerde meydana gelen değişiklikler Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun önemini artırdı. Bunun ışığında Koç Topluluğu'nun bölgeye bakışını değerlendirir misiniz?

Gerek Irak, gerek Suriye, Türkiye açısından ticari ilişkilerin geliştirilmesi gereken iki önemli ülke. Bu ülkeler ile birlikte gerçekleştirilme potansiyeline sahip, hem ticari hem de endüstriyel işler var. Suriye ile yakın tarihte başlayan yakınlaşma sinyalleri gerçek hayata geçer, Irak'ta güvenlik sorunu asılır ise Gaziantep baste olmak üzere



F. Bülend Özaydınlı, TEGV parkında çocukları da ziyaret etti.

bu bölgede bulunan isadamlarımız yöreyi tanıyan kişiler olarak bu ülkelerde gelişecek ilişkilerin kalıcı tohumlarını atacak kişiler olacaklardır. Biz de Koç Holding olarak perakende, LPG ve dayanıklı tüketim malları, otomotiv sektörlerinde üretim ve dağıtım konularında Türkiye'de yaptığımız benzer işleri bu ülkelerde yapmak istiyoruz. Bu konularda ilgili şirketlerimizin projelerinin hayata geçirilmesi ise, söylenen güzel sözlerin bu ülkelerde hayata geçirilmesine bağlı.

Genel olarak bölgeyle ilgili gözlemlerinizden söz eder misiniz?

Gaziantep bölgesi; yatırımların asgari düzeyde olduğu, ancak bölge insanının girişimcilik adına cesur atılımlar gerçekleştirmesi ile Türkiye'nin üretimine, istihdamına ve ihracatına ciddi katkıda bulunan örnek bir bölgemiz. Gaziantep ili ise, belediyeçilik anlayışının geliştiği, Büyükşehir belediyesinin ciddi eserler yarattığı, farklı partilere mensup ilçe belediye başkanlarının da uyum içinde çalıştığı örnek bir ilimiz.





Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding CEO'su F. Bülend Özyıldırım, Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü ve Gaziantep Arçelik bayilerinden Abdullah Kazaz ile birlikte bir süre önce oğlunu kaybeden Arçelik Gaziantep bayisi Mehmet Demirtaş'ı ziyaret ettiler.

Güçlü Bayi Teşkilatı

Koç Topluluğu'nun stratejik planında yer alan temaların belki de en önemlisi 'Tüketiciye en yakın topluluk' olma ilkesidir. Bu ilkemizin ardında yer alan güç, işte siz değerli bayilerimizsiniz. Tüm Türkiye'ye yayılmış, dürüst, güve-

nilir, işinin ehli ve artık adeta birer şirket ortağımız konumuna gelmiş bayi teşkilatımız, bugün Koç Topluluğu'na hiçbir rakibinin hayal bile edemeyeceği bir avantaj sağlamaktadır...

Koç Topluluğu 56 bin kişiye ulaşan çalışanıyla çok büyük bir ailedir. Koç Top-

luluğu'nu oluşturan büyük ailenin bir diğer unsuru da sayıları 12 bini aşan bayi ve servislerimizdir. Bugün sizlerle bir araya geldiğimiz bu toplantıyı, bir aile ortamı olarak düşünmenizi, içinizden geldiği gibi duygularınızı, düşüncelerini- zi dile getirmenizi bekliyoruz." 

ayın gündemi

Gaziantep'te Tüccar Olmak...

Gaziantep'te yapılan Anadolu Buluşmaları'nda bayileri temsilen bir konuşma yapan tanınmış isadamlarından Abdullah Kazaz, 1963 yılında bu yana Arçelik bayiliği yapan bir isim. Çalışmaları ile bölgede haklı bir isim yapan Kazaz'ın bir de yardımsever tarafı var. Kazaz, radyestezi ilmine dayalı sarkaçla yeraltı suyu bulma işinden elde ettiği geliri hastalara yardım ve maddi durumu iyi olmayan öğrencilere burs olarak dağıtıyor. Kazaz, toplantıda yaptığı konuşmasında, 1963 yılında başladığı Arçelik bayiliğini devam ettirmenin ve aynı zamanda Koç Ailesi'nin üçüncü kuşağı ile birlikte çalışabilmenin mutluluğunu ve gururunu yaşadığını belirtti ve sunları söyledi: "Gaziantep, Avrupa'dan Çin'e kadar giden 'İpek Yolu' üzerinde bulunmaktadır. Sehrimiz çeşitli savaşlara sahne olmuştur. En mühimi 1918 yılında Fransız işgaline uğramış, 11 ay kuşatmada kalmış, 6300 şehit vermiş, açlık ve



Abdullah Kazaz

sefalet içinde kalmasına rağmen atalarımız sehrimizi Fransızlara teslim etmemişlerdir. Gaziantep bulunduğu coğrafi konum ve tarihten gelen sanayi ve ticari birikimi ile çok geniş bir ürün yelpazesine sahip bir ildir. Basta tekstil olmak üzere gıda, kimya, plastik, makine, metal, halı, makarna, bakliyat, antep fıstığı, kuruyemiş, çikolata, sentetik çuval ve oto yan sanayi gibi ürün çeşidi bulunmakta ve ülkemiz genelinde büyük yer tutmaktadır.

Gaziantep bugünkü ekonomik gücüne tamamen özel sektör ağırlıklı bir yapı ile ulaşmıştır. Devlet yatırımı yalnız Tekel İçki Fabrikası'dır.

Yatırımlara Açık Bir Bölge

Gaziantep sanayi bölgesinde beş yüze yakın sanayi tesisi hizmet vermektedir. Gaziantep'te girişimciler 1965'ten bu yana devam eden ça-

balının ürünü olan Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi 15 bin işçinin istihdamını temin etmektedir. Gaziantep Türkiye'de halı üretiminin %70'ini makarna üretiminin %60'ını, akrilik iplik üretiminin %60'ını, sentetik çuval üretiminin %50'sini, un üretiminin %25'ini bölge sanayi tesislerinde gerçekleştirmektedir. Gaziantep Organize Sanayi Bölgesi'nden, Almanya, İngiltere, ABD, Arap Ülkeleri, Irak ve Suriye de dahil 100'ü aşkın ülkeye ihracat gerçekleştirilmektedir."



Gaziantep'te son yıllarda büyük ölçekli fabrikaların sayısı artsa da zanaatkarların ve küçük işletmelerin hâlâ büyük önemi var.

İpek Yolu'nda Türk İzleri



DemirDöküm, Chung Mei Industries Limited ve Ram Pacific ortaklığında kurulan tesisin açılış töreni.

DemirDöküm'ün Çin'de açtığı yağlı radyatör fabrikası, bölgenin ticari önemini bir kez daha gözler önüne serdi. Özellikle son yıllardaki gelişmeler ve meydana gelen ticari ve sınai değişim, Çin'i sadece Türkiye için değil tüm dünya için **kilit bir konuma** getiriyor

Son 10 yılda gösterdiği performansla toplam 500 milyar Dolarlık yabancı yatırım çekmeyi başaran Çin, bugün sadece üretim değil tüketim açısından da uluslararası şirketler için büyük önem taşıyor. 1994 yılında **Ram Pacific** şirketini kurarak Çin'de iş yapmaya başlayan **Koç Topluluğu**, geçtiğimiz günlerde Guandong eyaletinin Shenzhen kentinde açılış yapılan **DemirDöküm'e** ait radyatör fabrikası ile bölgedeki yatırımlarına bir yenisini ekledi.

Çin sadece Koç Topluluğu için değil, tüm Türk firmaları için büyük önem taşıyan bir pazar. Çin Halk Cumhuriyeti, 2000 yılı itibarı ile Güney Kore'yi geçerek Asya-Pasifik ülkeleri arasında Japonya'dan sonra Türkiye'nin en büyük ikinci partneri haline geldi. Ancak Türkiye'nin Çin'e ihracatı, yıllar itibarı ile de-

mir-çelik ürünleri başta olmak üzere birkaç kalemlle sınırlı kalmış, Çin bu kalemlerde üretici konumuna geçtikçe de ihracat rakamları giderek düşmüştü. 2001 yılı sonu itibarı ile Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) girişi Türkiye ile Çin arasındaki ticari ve sınai ilişkilerin yeni bir döneme girmesini sağladı. Çin mevzuatında DTÖ kurallarına uyum çerçevesinde yasal düzenlemelerin hızlandırılması, Çin ile Türkiye arasındaki ekonomik ilişkilerin gelişmesine yol açan önemli etkenlerden biri.

Dünyanın Üretim Üssü

Bugün 1,5 milyara ulaşan nüfusuyla dünyanın en kalabalık ülkesi olan Çin Halk Cumhuriyeti'nde, 1949-1978 yılları arasında "Maocu" dönem olarak adlandırılan sürecin ardından 1978 yı-

lı sonunda başlatılan reformlar ile sistem yumuşatılmaya başlandı. Daha sonraki yıllarda önce piyasa düzenlemeleri ile desteklenen planlı ekonomi, 1993 yılında reformlarla da sosyalist piyasa ekonomisi modeli benimsendi.

Çin Halk Cumhuriyeti'nin yüzölçümü Türkiye'nin yaklaşık 12 katı büyüklüğünde. Bu büyüklükte bir ülkenin uluslararası ticarete kapılarını gün geçtikçe daha fazla açması, dünyanın gözlerinin Çin pazarına yönelmesine neden oldu. Bu çerçevede ekonomi ve dış ticaret hacmi son 20 yılda büyük bir hızla büyüdü. 2001 yılında %7,3 oranında büyüyen ekonomi, 2002 yılında %8 büyümeye gösterdi.

Çin'de Koç Damgası

Özellikle DemirDöküm fabrikasının açılmasıyla birlikte Çin'de önemli yatırımları hayata geçirmeye hazırlanan Koç Topluluğu açısından Çin büyük önem taşıyor.

Isıtma ve iklimlendirme konusunda dünya standartlarında ürünler sunma ve ismini ısı konforu ile özdeşleştirme yolunda hızla ilerleyen DemirDöküm, yeni üretim tesisini Çin'de kurdu. DemirDöküm, bu yeni tesisleriyle, ilk ihracatını gerçekleştirdiği Çin'de yağlı radyatör üretmeye başladı.

7 Ocak 2004'te Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**'un da katılımıyla Çin'in Shenzhen kentinde açılışı yapılan yeni üretim tesisi, DemirDöküm'ün ilk yurtdışı üretim tesisi olma özelliğini de taşıyor.



Fabrikanın açılış töreninde konuşan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Topluluğun Çin'e olan ilgisinin 10 yıl öncesine dayandığını belirtti ve şunları söyledi: "Bugüne kadar karşılıklı güven ve istikrara dayalı işbir-

liği modeli, fabrikamızın ortaya çıkmasını sağlamıştır. Karşılıklı güvene dayalı bu işbirliği, Koç Topluluğu'nun Çin'deki ilk üretim yatırımının Sebastian Man şahsında Chung Mei firması ile gerçekleşmesi sonucunu doğurmuştur. Bu yatırım bir kilometre taşı gibi değerlendirilebilir."

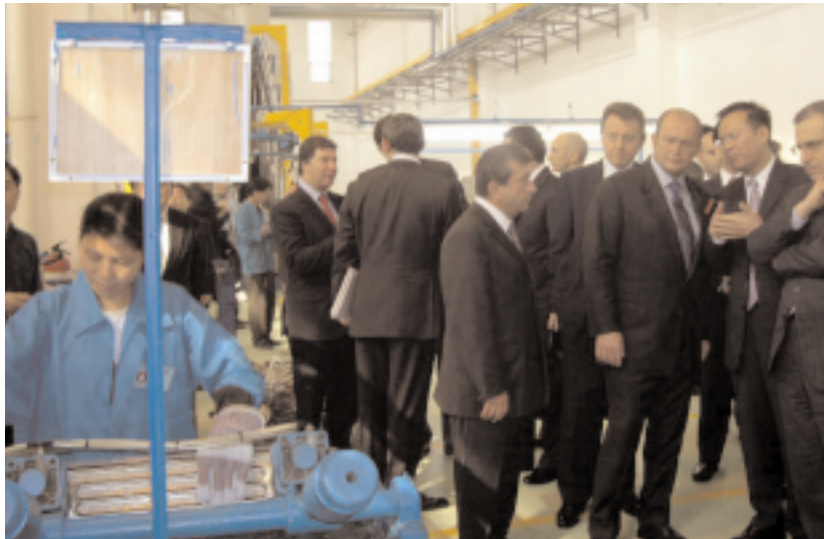


Diğer Türk Firmalarına Örnek

"Çinlilerle AB arasında kendimizi bir köprü gibi gördüğümüzü söyledik; ve bu köprüyü ciddi bir atlama tahtası olarak da kullanmaları gerektiği konusunda görüşlerimizi bildirdik. Bu tesis, Koç Grubu için önemlidir. Çünkü Çin'de önemli bir üretim ayağımız ve Türkiye'deki var olan operasyonlarımızın tamamlayıcısı olacak.

DemirDöküm'ün Çin'deki ilk Türk yatırımı olan bu yapılına, dolayısıyla diğer Türk firmalarına da örnek olacaktır."

DemirDöküm Çin'de sektör lideri olan Hong Kong Merkezli **"Chung Mei International Holdings Limited"** grubunun bir üyesi olan **"Chung Mei Industries Limited"** ile 2002 yılında gerçekleştirdiği stratejik or-



İlk etapta 300 bin adet radyatör üretilesinin hedeflendiği fabrikada üretim kapasitesinin pazar şartlarına bağlı olarak 2 milyon 300 bin seviyesine kadar çıkması bekleniyor.

Tesisin açılış töreninde Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, DemirDöküm Genel Müdürü Melih Batılı (soldan birinci) ve Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü (sağdan birinci), Chung Mei'nin sahibi Sebastian Man'la birlikte.



taklıkla **Doka** ve **Demrad** markasıyla radyatör üretmeye resmen başlamış oldu.

Global pazarlara entegre olarak büyük sermaye akışından daha fazla pay almanın şirketlerin ve ülkelerin geleceği için büyük önem taşıdığını vurgulayan DemirDöküm Genel Müdürü **Melih Batılı**, DemirDöküm'ün arka arkaya gerçekleştirdiği yeni ortaklıklarla global pazarda önemli adımlar attığını belirtti. Çin'in büyük pazar hacmi ile üretici şirketlerin dikkatini çektiğini vurgulayan Batılı, ayrıca, "Bu bizim için bir başlangıç. Radyatör ve kombi alanında önümüzdeki beş yılda Türkiye'de de büyük yatırımlar yaparak bu alanda dünyanın en büyük 10 şirketi arasına gireceğiz. Ve yeni geliştireceğimiz ürünleri de Çin'e taşıyacağız" şeklinde konuştu.

İlk Hedef 300 Bin Radyatör

%45 DemirDöküm, %45 Chung Mei Industries Limited, %10 Ram Pacific şeklinde hayata geçirilen ortaklıkla DemirDöküm'ün Bozüyük'teki çelik radyatör tesisleri iki ay içinde 44



Chung Mei'nin sahibi Sebastian Man yatırımın Çin takvimine göre "Koç Yılı"nda yapılması nedeniyle Mustafa V. Koç'a bir koç figürü hediye etti.

konteyner ile Çin'in Dogguan eyaletine taşındı. İlk etapta 300 bin adet radyatör üretilmesinin hedeflendiği fabrikada üretim kapasitesinin pazar şartlarına bağlı olarak 2 milyon 300 bin seviyesine kadar çıkması bekleniyor.

Philips, Kenwood, Hamilton Beach/Poctor Silex, Black&Decker, Delongi ve benzerleri gibi uluslararası markalara orijinal teçhizat üreticisi (OEM-Original Equipment Manufacturer) bazında üretim yapan Uzakdoğu'da sektörün öncüsü Chung Mei Industries Limited, DemirDöküm'ün teknolojisi ve rekabetçi gücü ile mücadele edecek. DemirDöküm-Chung Mei Industries Limited adı altında kurulan yeni şirketin ilk yıl için 6 ila 7 milyon Dolar arasında ciro yapması bekleniyor.

Satış Hedefi 100 Bin Radyatör

DemirDöküm'ün Çin'deki faaliyetleri yeni açılan fabrikayla sınırlı değil. Şirketin, Tianjin Demrad International adıyla kurduğu şirket Çin'e panel radyatör satışına başladı. Şirketin Genel Müdürü Murat Telek, 3 ayda 1500 adet radyatör satıldığını belirtti ve ekledi: "2008 Olimpiyat Oyunları için hazırlanan Pekin, yeniden yapılıyor. 2-3 yıl içinde Şangay'ı bile geride bırakır. Çin'de inşaat sektörüne 2 yılda 50 milyar Dolar yatırım yapılacak. 2004 yılında ise 10 bin adet radyatör satmayı hedefliyoruz."



ŞANGAY: Çin'in Kalbi

Çin'de 18 ayrı serbest bölge bulunuyor. Çoğu denize yakın olan bu bölgelerin içinde Sangay'ın ayrı bir yeri var. Sangay'da 17 milyon insan yaşıyor. Çinliler Sangay'ı, geçtiğimiz yıla kadar İngilizler'in elinde olan Hong Kong'a rakip olması için kurmuşlar. Ancak şehrin bugünkü durumu tam anlamıyla Hong Kong'u geride bırakmış. Sangay gibi gelişmiş yerlerde 4-5 bin Doları bulan kişi başına düşen milli gelir geri kalmış bölgelerde 97 dolara kadar düşüyor. Çin'de yaklaşık 30 milyon insan 152 Yuan (18 Dolar) olan açlık sınırını altında yaşıyor.

Çin'in 2003 yılı ihracat oranı %35 artmışken, ithalat oranı da %40 artışa ulaştı. İhracat ve ithalat arasındaki bu denge pek çok ülke ekonomisini kısıktırarak durumda. Çin'in dış ticarete gösterdiği üstünlük gerçek bir başarı öyküsü olarak görülmeli. Bununla birlikte su da gözden kaçmamalı ki, Çin'in ihrac ettiği malların çoğu kendi üretimi değil.

“Iveco’nun Otobüs Üretim Üssü Olacağız”

Otoyol’un uzun yıllardır iş ortağı olan Iveco’nun pazara ve Türkiye’deki otomotiv sektörüne bakışı, Koç Holding Diğer Otomotiv ve Yan Sanayi Grubu Başkanı Selçuk Gezdur, Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Franco Fenoglio ve İhracat Direktörü Franco Miniero’nun katıldıkları bir toplantıyla basına aktarıldı

Otoyol’un İtalyan iş ortağı Iveco, yeni dönem stratejilerini ve planlarını açıklamak üzere 21 Ocak’ta Koç Holding’de bir basın toplantısı düzenledi.

Iveco SpA Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Franco Fenoglio ve Koç Holding Yan Sanayi ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanı Selçuk Gezdur, Iveco’nun Türkiye pazarına bakışı, Türkiye’deki iş ortağı Koç Holding ile Otoyol’un geleceğine yönelik ortak hedef ve planlarına ilişkin önemli açıklamalar yaptılar. Iveco İhracat Direktörü Franco Miniero ise Iveco’nun dünya pazarındaki konumu, üretim kapasitesi ve otomotiv sektörünün gelişimiyle ilgili ayrıntılı bir sunum yaptı. Toplantıda Otoyol Genel Müdürü Murat Selek ve Otoyol Pazarlama Genel Müdürü Cengiz Nayır da hazır bulundular.

Iveco’nun Dünya Pazarındaki Gelişimi

Avrupa dışındaki ülkelerde otomotiv piyasasının yüzde 70 oranında bir gelişme kaydettiğini belirten Iveco İhracat Direktörü Miniero, bu oranın umut verici olduğunu söyledi. Iveco’nun bu pazarındaki payının son dört yılda yüzde 70’lik bir artış gösterdiğini vurgulayan Miniero, bu tablonun Iveco’nun Avrupa dışı ülkelerde geniş ürün yelpazesi sunarak varlığını sürdürmekteki kararlılığını kanıtladığını belirtti.

Iveco SpA Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Franco Fenoglio toplantıdaki konuşmasında, çağdaş bir firmanın sürekli yenilenen, rekabet gücüne sahip ve donanımlı ürünler çıkarması gerektiğine inandıklarını belirtti. Iveco’nun, otomotiv sektöründe yaşanan sıkıntılı dönemi geniş ürün yelpazesi ve



(Soldan sağa) Otoyol Pazarlama Genel Müdürü Cengiz Nayır, Iveco İhracat Direktörü Franco Miniero, Iveco SpA Satış ve Pazarlamadan Sorumlu Başkan Yardımcısı Franco Fenoglio, Koç Holding Yan Sanayi ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanı Selçuk Gezdur ve Otoyol Genel Müdürü Murat Selek basın toplantısında.

Ar-Ge çalışmalarına yaptığı yatırımlar sayesinde atlattığını söyleyen Fenoglio, satışlarının yüzde 2,5’ine tekabül eden bir rakamı Ar-Ge çalışmalarına ayırdıklarını ifade etti. Son 8-10 yıl içinde ise 5 milyar Euro’luk bir yatırım yaparak tüm ürün yelpazesinde büyük bir yenilenme sağlandığını, bugün artık Iveco’nun ürün yelpazesinin %70 oranında yenilenmiş olduğunu söyleyen Franco Fenoglio, 2004-2005 senesinde de ürün gamının tamamen yenilenmiş olacağını vurguladı. Fenoglio, ürünleri arasında savunma araçları ve yangın merdivenleri de bulunan Iveco’nun, özellikle yangın merdivenlerinin üretimi konusunda dünya çapında bir numara olduğunu söyledi. Franco Fenoglio, otobüs üretimi alanında ise Renault otobüs grubunu da Iveco’ya dahil ederek daha da geliştirmeyi amaçladıklarını belirtti.

Türkiye Üretim Üssü Olacak

Toplantının en önemli açıklamalarından birisi de, Iveco İhracat Direktörü Franco Miniero’nun Türkiye’yi otobüs üretimin-

de bir üs olarak kullanmak istediklerini söylemesiydi. Miniero, 9 metrenin üzerindeki otobüs üretimi konusunda Otoyol’la yürüttükleri çalışmaların tüm hızıyla sürdüğünü belirtti.

Koç Holding Diğer Otomotiv ve Yan Sanayi Grubu Başkanı Selçuk Gezdur da toplantıda yaptığı açıklamada Türkiye’nin otomotiv üretimi konusunda bir üretim üssü haline geldiğini belirtti. Iveco’nun dünya çapında ve ticari araç sektöründe çok güçlü bir kuruluş olduğunu vurgulayan Gezdur, Koç Holding ve Iveco’nun köklü ve yakın bir stratejik işbirliği içinde olduğunu, bu güçlü ortaklığın, önümüzdeki dönemde daha da başarılı girişim ve atımları hayata geçirmekte kararlı olduğunu söyledi. Gezdur ayrıca, Koç Holding olarak Türkiye’nin stratejik ve ekonomik gücüne inandıklarını, otomotiv endüstrisinin Türkiye’deki gelişimine güvendiklerini belirterek, IVECO’nun ortak kuruluşu olan Otoyol’un, bu güçlü stratejik ortaklıktan aldığı destekle, hem iç pazarda hem de ihracatta daha büyük hedefler gerçekleştireceğini de vurguladı. 🌐

Üç Ana Eksenimiz Var: Teknoloji, Ekoloji ve Servis

Otomotiv sektörünün gerek dünyada gerekse Türkiye’de yaşadığı krizi atlatmakta olduğunu, Türkiye’nin ise giderek daha güvenli bir piyasa olma yolunda ilerlediğini söyleyen Iveco Başkan Yardımcısı Franco Fenoglio, düzenlenen basın toplantısını ardından Bizden Haberler için sorularımızı yanıtladı

Iveco-Otoyol işbirliği ile ilgili neler söyleyeceksiniz?

Iveco’nun Fiat grubuyla olan işbirliği 1989’dan beri devam etmekte. Iveco olarak bu ilişkiyi kurmuş ve götürüyor olmaktan çok mutluyuz. Önümüzdeki senelerde de bu ilişkiyi sürdürmek istiyoruz. Yıllar boyunca birçok ülke Türkiye’yi bekledi ve biz de artık Türkiye piyasasının istikrarlı şekilde gelişmekte olduğunu rahatlıkla ifade edebiliriz. Türkiye hakkındaki verilere baktığımızda görüyoruz ki, Türkiye nüfusunun önemli bir bölümünü gençler oluşturuyor. Bir ülkenin nüfusu genç olduğu zaman hep gelişme ve ileriye gitme arzusu olur. 2000-2002 yıllarında yaşanan artış trendinin 2003 ve 2004’te de devam edeceğini umut ediyoruz. Burada bulunmamızın nedeni de Koç Grubu’yla olan işbirliğimizi görüşmek ve hedeflerimizi birbirine paralel hale getirmek. Bu başarılı işbirliğinin müşteri nezdinde de giderek artan bir başarıya tekabül edeceğini umuyoruz. Türkiye, bizim için gerçekten stratejik ve önemli bir ülke, dolayısı ile Otoyol da stratejik ve önemli bir ortak. Onlarla bu çalışmayı sürdürmeyi umuyoruz.

Iveco’nun başarısında, ürünleri dışında ne gibi faktörlerin etkili olduğunu düşünüyorsunuz?

Başarılı olmak için çok iyi bir ürüne sahip olmak zorundasınız ama bu ürünlere sahip olduktan sonra ikinci adımı ürününüzle ilgili çok iyi hizmet vererek atarsınız. Bizim de iddiamız sadece ürün satışında değil, aynı zamanda çok güçlü bir bayi ve servis şebekesine sahip olmak. Bir ürünü sattığınızda, o ürünü sattığınız kişinin ömür boyunca Iveco’ya rahatlıkla gelip birtakım hizmetleri talep edebilmesi gerekir. Firma olarak belli eksenler çerçevesinde çalışıyoruz: Teknoloji, ekoloji ve servis. Bu tabii ki dünyanın tüm ülkeleri için geçerli olan bir hedefler bütünü.

Iveco’nun dış pazarlardaki durumunu değerlendirebilir misiniz?

Iveco’nun hedeflerinde birinci eksen teknoloji ve ekoloji ise ikinci eksen Avrupa’nın dışında mevcudiyetini sürdürmektir.



Iveco Başkan Yardımcısı
Franco Fenoglio

Bu da gerçekten bizim için en önemli noktalardan biri. Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinde son yıllarda büyük atılımlar yaptık. Avustralya’da lider firma olduğumuzu belirtebilirim. Çin’de 10 yıl önce temel taşları atılan ve bugün de başarıyla devam eden bir işbirliğimiz söz konusu.

Çin’de sadece satış yapmıyoruz, üretim de yapıyoruz. Güney Amerika’da da mevcudiyetimizi sürdürüyoruz. Son sene vuku bulan ekonomik kriz bizim oradaki işlerimizi etkiledi; fakat bu

krizi nasıl aşacağımızı planlamakta ve ona göre bir yol belirlemektedir. Rusya'da önemli kanallar açmaktayız.

Otoyol'la ihracat konusunda bir işbirliğine girmek gibi bir plan var mı?

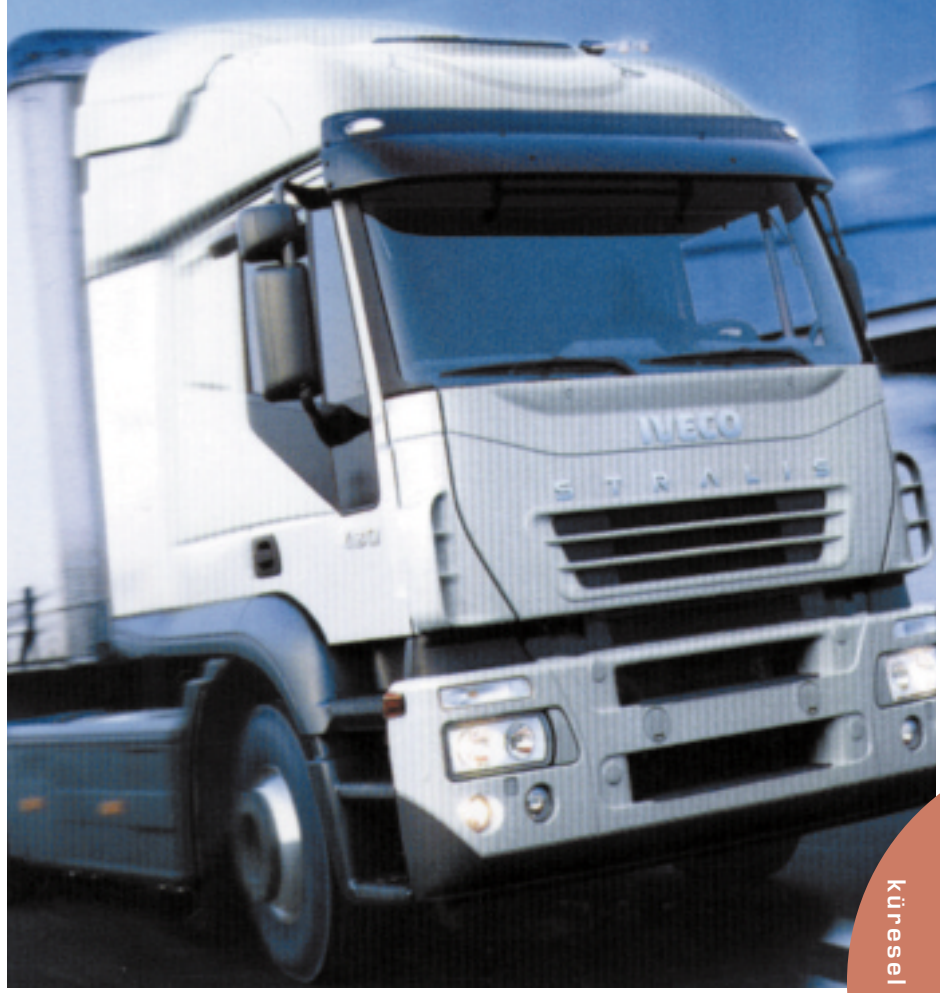
Diğer ülkelere ihracat yapmak için Türkiye stratejik açıdan çok önemli bir konuma sahip; Avrupa ülkeleri de dahil. Bugünlerde zaten bu konuda çalışmalarımız sürmekte. Maliyetler ve ürünler açısından planlama yapıyoruz. Otoyol'un da en büyük arzularından biri ihracat konusunda iddialı olmak. İhracatta iddialı olmak için kendi ürettiğiniz ülkede de iddialı olmak ve büyük bir paya sahip olmak durumundasınız. Iveco-Otoyol üretiminin Türkiye'deki hacmini de artırmak istiyoruz.

Bayi örgütlenmesinin firmanın başarısındaki ve gelişimindeki payı hakkında ne düşünüyorsunuz?

Bayi örgütlenmesinin Iveco için çok önemli olduğunu düşünüyorum. Gelişimimiz için gerçekten stratejik bir konu. Birçok firma bu konuya gereken önemi vermiyor. Koç Topluluğu'yla da gerçekten giderek daha uzmanlaşmış bir şebeke oluşturmak konusunda görüşmekteyiz. Hafif araçları da satabilecek bayiler tabii ki önemli ama ağır vasıtalar konusunda da uzmanlaşmış bir şebekenin oluşmasını istiyoruz. Avrupa'da da zaten örgütlenme bu şekilde gerçekleşiyor. Biz de gerçekten bu konuya yatırı-

“Pekin’de yapılacak Olimpiyatlarda Iveco çok önemli bir ihaleyi kazandı. 2008’de Pekin’de yapılacak Olimpiyat Oyunları’nın ana teması ekoloji”

ırım yapmamız gerektiğini düşünüyoruz. Bu konuyla ilgili ortağımızla yaptığımız görüşmeler tüm hızıyla devam ediyor. 24-36 ay sonra örgütlenmemiz gayet faal bir hal almış olacak.



küresel vizyon

Bizim arayışımız tüketimi az ama güçlü olan araçlar üretmek. Birtakım alternatif enerjiler konusunda araştırmalar yapıyoruz. Bu konuya çok fazla yatırım yapıyoruz. “Fuel cell” konusunda da araştırmalarımız var

Iveco motor üretimi de yapmakta. Bu konuda neler söyleyeceksiniz?

Motor üreticisi olmak Iveco'nun güçlü yanlarından biri. Şu anda üretimini gerçekleştirdiğimiz motorlar gerek otomobil piyasasında gerekse diğer piyasalarda çok büyük başarı elde eden ürünler. Bunların bazıları sadece kısıtlı tüketimlere yönelik motorlar. Bu ürünlerin diğer açıdan önemi çevre dostu olmalıdır. Biz otomobil yarışlarına katılmıyoruz. Biz bir motorda “en güçlü” olmasını zaten aramıyoruz. Bizim arayışımız tüketimi az ama güçlü olan araçlar üretmek. Birtakım alternatif enerjiler konusunda araştırmalar yapıyoruz. Bu konuya çok fazla yatırım yapıyoruz. “Fuel cell” konusunda da araştırmalarımız var. Yeni teknolojilerin uygulamasına 2015'ten önce geçileceğini düşünmesek de biz

bu alandaki yatırımlarımıza devam ediyoruz. “Metan” enerjisine yönelik çok yoğun çalışmalarımız var. Tüm dünyada “metan”ın çok tanınmadığını düşünüyoruz. Biz “metan”ı tüm gücümüzle destekliyoruz.

Pekin’de yapılacak Olimpiyatlar konusunda Iveco çok önemli bir ihaleyi kazandı. 2008’de Pekin’de yapılacak Olimpiyat Oyunları’nın ana teması “ekoloji”. Olimpiyat Oyunları süresince tüm sporcuları ve seyircileri “Metan”la çalışan Iveco motorlarına sahip ürünler taşıyacak. Bunu özellikle belirtmek istiyorum; çünkü Iveco bu alanda yaptığı çalışmalarla yeterince tanınmıyor. Iveco teknoloji ve çevre korumacılığı konusunda son derece vizyon sahibi bir firma. Bu konudaki yatırım, araştırma, geliştirme çalışmalarını sürdürmekte son derece kararlıdır. 

Made in Turkey

Waschmaschinen, Autos, Fernseher:
Viele Deutsche kaufen Produkte
von Koç – ohne es zu wissen. Der türkische
Industriekonzern drängt nach Westeuropa
VON KOLJA RUDZIO

Almanya'ya da Koç Damgası

küresel vizyon

Haftalık Alman gazetesi **Die Zeit**'da yer alan “**Made in Turkey**” başlıklı tam sayfalık yazıda, gazeteci **Kolja Rudzio**, gözlemleriyle ve röportajlarıyla tanıdığı **Koç Topluluğu**'nu Alman okurlarına şu sözlerle tanıtıyor:

“Birçok **Alman** farkında olmadan Koç ürünlerini alıyor.”

“Nestle'nin eski patronu Helmut Maucher, Ford'dan Wayne Booker ve Harvard'ın eski Dekanı John McArthur gibi kişiler Koç Holding'in Yönetim Kurulu'nda yer alıyorlar. Yoksa 10 yıl sonra Koç, bir Alman şirketi değil de global bir şirket olduklarını uzun süre gururla öne süren Deutsche Bank gibi mi olacak?” Bu soruya cevap verirken Özyaydınlı kabbabayı bastırıyor ve hemen ekliyor: “Hayır, bizim için Made in Turkey diyebilmenin giderek daha değerli hale geldiğine inanıyoruz.”

“Büyük Bilinmeyenler” dizisinin 5. bölümü olarak sunulan yazı, başlığını bu cümleden almış. Almanya'nın ünlü haftalık gazetesi **Die Zeit**, “Made in Turkey” başlığıyla yayınlanan ve Koç Topluluğu'nun Batı Avrupa'daki yükselişini anlattığı tam sayfalık dizi yazısında Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özyaydınlı** ile gazeteci **Kolja Rudzio**'nun yaptığı röportaja ve izlenimlere yer verirken, birçok Alman'ın farkında olmadan Koç ürünleri aldığına dikkat çekiyor. Kolja Rudzio, “temkinli, soru ve eleştirileri dikkatle dinliyor, düşünerek cevap veriyor; ayakları yere sağlam basan cevaplar veriyor” dediği Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özyaydınlı** ile kapsamlı bir röportaj yaparak, Topluluğu yakından tanımak amacıyla Arçelik'in tesislerini gezmiş ve Koç Üniversitesi'ni ziyaret ederek rektör **Atilla Aşkar** ile görüşmüş. Koç Topluluğu'nun İstanbul'daki çok çeşitli alanlardaki izdüşümlerini gözlemleyen gazeteci, “müşteriye yakın olmak” hedefinden yola çıkarak pek çok önemli detayı da röportajına yansıtmış.

Die Zeit gazetesindeki röportajda, Koç Topluluğu'nun Türkiye için önemini yanı sıra yurtdışına yaptığı ihracatla da büyük bir güç olduğu vurgulanıyor. Gazetede ki röportajda, “Ford Transit Connect ve Fiat Doblo, Türkiye'de üretilip bütün dünyaya ihraç edilmektedir. Arçelik'in ev aletleri -çamaşır makineleri, elektrik süpürgeleri ve buzdolapları- uzun süredir Karstadt'ta satılmaktadır. Alman evlerinde ve garajlarında bulunan Koç ürünlerinin sayısı çoktan yüz binleri geçmiş, ancak bu ürünleri alanlar bunun pek farkında değiller” deniliyor.

Koç Holding CEO'su **F. Bülend Özyaydınlı** ile Röportaj

Alman gazeteci, “Beş yıl sonra ciromuzun yarısını yurtdışından elde etmek amacındayız” diyen Özyaydınlı'yla yaptığı röportajı, Nakkaştepe'deki “nefes kesici bir manzara”ya sahip olduğunu söylediği holding merkezinden şöyle başlatıyor: “55 yaşındaki yönetici her cuma günü şirketin tepe yöneticilerini toplantıya çağırır. Hep beraber en yeni ihracat verileri ve satış rakamları incelenir. Avrupa'yla ilgili ilerleme hamleleri gözden geçirilir. Dev/Koç Holding büyümeye devam ediyor; özellikle yurtdışında ve özellikle de Avrupa'da. ‘Bu, stratejik planlarımızın bir parçası’ diye açıklıyor Özyaydınlı. Günümüzde Koç, cirosunun üçte birini yurtdışından elde etmektedir. ‘Beş yıl sonra ciromuzun yansını yurtdışından elde etmek amacındayız’ diye ekliyor Koç Holding CEO'su.”

Beko Elektronik'in Avrupa pazarı için televizyon üreten üçün-

cü büyük şirket konumunda olduğu yer alan röportaj şöyle sürüyor: “Hedef, bu yıl ikinci olmak. Koç, otomotiv sanayinde hem iç piyasaya, hem dış piyasalara yönelik otomobil üretimine devam etmektedir. Ford Transit Connect ve Fiat Doblö, Türkiye’de üretilip bütün dünyaya ihraç edilmektedir. Arçelik’in ev aletleri -çamaşır makineleri, elektrik süpürgeleri ve buzdolapları- uzun süredir Karstadt’da satılmaktadır. İsimler farklı olabilir. Çamaşır makinesi- nin üzerinde “Sanyo”, televizyonun üzerinde “Grundig” yazabilir, ama imalat yeri İstanbul. Alman evlerinde ve garajlarında bulunan Koç ürünlerinin sayısı çoktan yüz binleri geçmiş, ancak bu ürünleri alanlar bunun pek farkında değiller. Özyadınla temkinli, soru ve eleştirileri dikkatle dinliyor, düşünerek cevap veriyor. Beyrut Amerikan Üniversitesi mezunu olan Holding’in CEO’su, dünyadaki diğer meslektaşları gibi büyük stratejik planlara uygun hareket edildiği söylemekle birlikte, ayakları yere daha sağlam basan cevaplar vermeyi tercih ediyor ve Koç’un en büyük avantajının maliyet ve kalite konusunda olduğunu vurguluyor.”

Atatürk’ten Vehbi Koç’a...

Arçelik fabrika ziyaretiyle ilgili olarak da Alman gazetecinin övgü dolu gözlemlerini okuyoruz:

“Fabrika ziyareti. Otoyoldan doğuya doğru gidiyoruz, İstanbul’un çevresinde bulunan yüksek binalar geride kalıyor. Arabada üç tane kısa ses sinyali duyuluyor -Türkiye’deki Otomatik Geçiş Sistemi mükemmel- karşımızda Çayırova sanayi bölgesi. Koç Grubu’nun bir şirketi olan Arçelik burada çamaşır makinelerini üretiyor. Daha ilk bakışta durum ortada. Burası, insana ve çevreye saygı duymayan, ağır şartlarda üretim yapan, tipik üçüncü dünya ülkesi imalathanelerine hiç benzemiyor. Fabrika

arazisi yemyeşil, etrafta ağaçlar ve bitkiler, aralarda tenis ve basket sahaları, kocaman kapalı bir spor sahası ve son derece modern ofis binaları.”

Alman gazetecinin fabrika duvarlarındaki resimlerden hareketle yaptığı bir ilginç değerlendirme de şöyle: “Çağdaş Türkiye’nin kurucusu Kemal Atatürk’ün varlığı Türkiye’nin her yerinde her an hissedildiği gibi, burada da Vehbi Koç’un varlığı her yerde hissediliyor.” Gemilerin dahi sığabileceği büyüklükte

1,9 milyon çamaşır makinesi üretmiş olacağız’, diye ekliyor Demirer, elindeki küçük kâğıda bakarak. Bunun üçte ikisi ihracat amaçlı üretiliyor. Fabrika çıkışı öncesi bütün makineler bilgisayara bağlı bir test ünitesinden geçirildikten sonra, makinelerin %2,5’i fabrikanın bir ucunda yer alan test laboratuvarında, tekrar kalite kontrolüne tâbi tutuluyor. Camdan giriş kapısının üzerinde “KGB” yazan laboratuvarı, kalite kontrol uzmanları kapsamlı testlerini yapıyorlar.

Hiçbir aksaklığın olmaması için, her çalışanın önünde, buradaki makinelerin kontrol ve bakımı ile ilgili bilgiler ile bunların nasıl protokole geçirileceğine dair açıklamalar bulunuyor. ‘Japon standartlarına göre çalışıyoruz’, diyerek sözlerine devam ediyor Demirer. Kendisi Almanya’da yetişmiş. Bütün bu sistemlerin kurulması ve mükemmel biçimde çalışır hale getirilmesi beş yıl sürmüş. Bundan iki yıl önce fabrika, Japonya’daki Institute for Plant Maintenance kuruluşu tarafından ‘Dünyanın En İyi Çamaşır Makinesi Fabrikası’ ödülünü kazanmış.”

Koç Üniversitesi’ne ilişkin Olumlu Gözlemler

Haftalık Die Zeit gazetesinde yer alan bu kapsamlı yazıda, Koç Vakfı’nın Türkiye’de eğitim hamlesinin önünü açtığı belirtilirken, “Bu neslin iyi eğitilmesini sağlayabilir ve iş

imkânları yaratabilirse, geleceğimiz parlak olacaktır” diyen Koç Üniversitesi Rektörü Atilla Aşkar’la yapılan söyleşiye ve Kolja Rudzio’nun Koç Üniversitesi’ne ilişkin olumlu gözlemlerine yer veriliyor. Die Zeit gazetesi, Türkiye’nin geleceğini siyasetin belirleyeceğine dikkat çekerken, “domates salçasından kamyonu kadar akla gelebilecek her türlü malı üreten bir sanayi devi”nin, ülke geleceğinde önemli bir rolü olduğunu ifade ediyor. 🌟

DIE ZEIT





Yaratıcı Yıldızlar AYGAZ'dan

Koç Topluluğu bünyesinde oluşturulan "En Başarılı Koçlular Ödül Sistemi"nde ödül kazananlar geçtiğimiz ay açıklanmıştı. Bu aydan itibaren ödül kazanan "En Başarılı Koçlular"ı ve yaptıkları çalışmaları tanıtacağız. İlk tanıtacağımız proje Yaratıcı Yıldızlar kategorisinde ödül kazanan Aygaz Yarımca Dolum Tesis Ekibi

Koç Topluluğu'nun ilke ve değerlerinden yola çıkılarak geliştirilen En Başarılı Koçlular Ödül Sistemi'nde başarılı olanlara ödülleri 19 Aralık 2003 tarihinde yapılan Koç Topluluğu 17. Üst Düzey Yöneticiler Toplantısı'nda verildi. Aygaz Yarımca Dolum Tesisi ekibinin projesi, "Yaratıcı Yıldızlar Kategorisi"nde ödüle hak kazandı.

Ödül kazanan ekibin iki üyesi **Özgür Erdem** ve **Adnan Çalışkan** ile ödül sürecinden projeye dek farklı konularda konuştuk. Erdem ve Çalışkan, bu projeye birlikte başladıkları ve bu projeyi birlikte geliştirdikleri, ancak Kasım ayında hayatını kaybeden arkadaşları Erdinç Türk'ü anarak sözlerine başladılar: "Biz projeye başlarken üç kişiydik. Maalesef bu projede bizimle olan diğer arkadaşımızı geçen yılın sonunda kaybettik. Projenin başından sonuna kadar beraberdik. Ama maalesef o, projenin son kısmını, yani en güzel kısmını görmedi. Ödül törenine onun yerine kızı geldi. Bunun daha anlamlı olacağını düşünmüştük. O ortam, o atmosfer çok güzel, çok önemli bir atmosferdi. Bizce o atmosfer, onun hatırasına çok güzel bir yer edindi."

Çalışmalarınıza geçmeden önce isterseniz ödül töreninden bahsedelim. Neler hissettiniz bu ödülü kazandığınızı duyduğunuzda?

Özgür Erdem: Bence muhteşem kelimesi yeterli gelmez. Bizim için çok önemli ve çok güzeldi. Herhalde bir çalışanın hayatında yaşayabileceği en güzel anlardan biriydi. İşin en güzel tarafı, Türkiye'nin hatta dünyanın en büyüklerinden olan Koç Holding'in en üst düzeylerinin, gerçek sahiplerinin bulunduğu bir ortamda, tüm şirketlerinin genel müdürlerinin bulunduğu bir ortamda sunuş yapıyorsunuz, muhteşem bir atmosfer. Ödül töreninden sonra **Ömer M. Koç** yanımıza geldi ve bize teşekkür etti. Bu da bizim için en güzel anlardan biriydi.

Adnan Çalışkan: Kapının önünde beklerken çok heyecanlıydık. Sahneye çıktığımızda ise heyecan en üst düzeyindeydi. İnanılmaz bir ortamdı. Açıkçası ben böyle bir şey yaşayacağımı hiç düşünmemiştim. 350 üst düzey yöneticinin karşısında projenizi anlatıyorsunuz, ödül alıyorsunuz. Açıkçası çok da sözle anlatılacak gibi değil, bence yaşanması lazım.



Ödül kazanan Adnan Çalışkan (solda) ve Özgür Erdem (ortada), projeyi birlikte hayata geçirdikleri, fakat bir süre önce vefat eden arkadaşları Erdinç Türk ile birlikte.

Proje fikri nasıl ortaya çıktı?

Adnan Çalışkan: Fikir esasında müşteri şikâyetlerinden çıktı. Bizde müşteri şikâyetleri sürekli takip edilir ve sonrasında düzeltici çalışmalar başlatılır. Çalışmanın başlangıç noktasını da bunlar oluşturdu.

Özgür Erdem: Aygaz'da çalışmak bizim için çok önemli. Bu kadar sevdiğiniz bir şirkete bağlılığınızı ve teşekkürü göstermek için, bu tür çalışmaları bir yöntem olarak belirliyorsunuz. En başında, bu çalışmalara ilk başladığımızda bu ödül yoktu. Böyle bir atmosferin olacağını kimse bilmiyordu. Başladık, baktık ki, bu iş olacak. Bu işi yaptığımızı göstermek adına, bizim bir beklentimiz olmadan, çalışmalarımızın tamamını mesai saatleri içinde yaptık. Çalışmalar bir yıllık bir periyodu kapsadı. En sonunda proje ortaya çıkınca gördük ki birçok kişinin haberi yok projeden. Bir diğer deyişle sürpriz bir proje oldu.

Projeden bahseder misiniz?

Özgür Erdem: Fabrikadaki kalite kontrolü sistemimizde tüpleri havuzdan geçiriyorduk. Bu tamamen kişinin gözle yaptığı bir kontroldü. Fakat gözlemledik ki, bir süre sonra gözler yoruluyor. Onun için bunun çok sağlıklı olmadığı ortaya kondu. Bunu bir şekilde çözmemiz gerektiğini birinci alternatif olarak koyduk kenara. Bu aşamanın hemen devamında da kapak takma işlemi vardı. Bir veya iki kişi tamamen manuel olarak kapak takıyordu. Bunun sonucunda kapak düşebiliyordu, farklı sorunlar ortaya çıkabiliyordu. Biz bu sorunları ortadan nasıl kaldıracabileceğimizi düşündük. Birinci aşamada ön tarafa bir makine yapıp havuzu iptal etmemiz gerekiyordu. Bunun için daha önce de kullandığımız bir kontrol cihazından yola çıkarak tamamen yeni ve çok daha hassas bir kontrol cihazı ürettik. Bir yıllık periyotta denedik. Bu arada bizim kapak çalışmamız başladı. 7-8 aylık bir süre sonunda otomatik olarak kapak takan bir makine ürettik.

Adnan Çalışkan: Tüm bu çalışmaların ardından çok fazla boğaz kaçağı çıktığını gördük. Kullanılan macunun LPG'ye dayanmadığını, bir buçuk yıl içinde bozulduğunu tespit ettik. Bundan sonra internetten araştırmalar yaptık, tedarikçilerle görüştük. Ardından yedi sekiz çeşit macun denedik. En son yaptığımız ve şu an kullandığımız valf macununun analizleri İstanbul Teknik Üniversitesi'nde yapıldı. Bir yıl boyunca denedik, yüz elli bin tane valf takıp sirkülasyona verdik ve hiçbirinin yanmadığını gördük. Bugün dünyada bu teknik özelliklere sahip bir macun yok.

Projelerin geliştirilmesinde en önemli etkenin müşteri şikâyetleri olduğunu söylüyorsunuz. Bu konuyu biraz açar mısınız?

Adnan Çalışkan: Müşterinin sesini dinlemek zorundasınız. Müşteri bir sorunla geldiğinde bunu çözmek zorundasınız. Tüpgaz hepimizin evine giren bir ürün. Tüm emniyet kontrollerinin yapıp maksimum güvenlikle tesisten çıkması lazım. Bu açıdan sorumluluğu da ağır. O yüzden karşılaştığınız tüm sorunları çözmek zorundasınız. Bu nedenle başarılı olmak, müşteri geri dönüşleri azaldığı, sıfırlandığı zaman inanılmaz bir duygu.

Bir kere görevinizi yaptığınızı hissediyorsunuz. Cihazlarınıza gidip bakıyorsunuz, işe yaradı bu cihazlar diyorsunuz. Bunlar işin manevi tarafı. Ancak diğer yandan işin bir de maddi yönü var. Bu projelerin Aygaz'a yılda 470 bin dolar getirisi var ve bu getiri her yıl tekrarlanan bir getiri.

Bu tür projeleri çalışanların üretmesi çok daha verimli, değil mi?

Özgür Erdem: Kesinlikle. Öncelikle ne istediğinizi biliyorsanız, hedefe ulaşmak daha kolay. Bu sıkıntıyı dışarıdan birine anlatsanız onun bakış açısı çok daha farklı. Ama siz burada sıkıntıları gördüğünüz, nerede ne olabiliği gördüğünüz için çözüm bulmanız daha rahat.

Adnan Çalışkan: Çalışan problemi zaten iyi biliyor. Problemi tespit ettiğinizde çö-

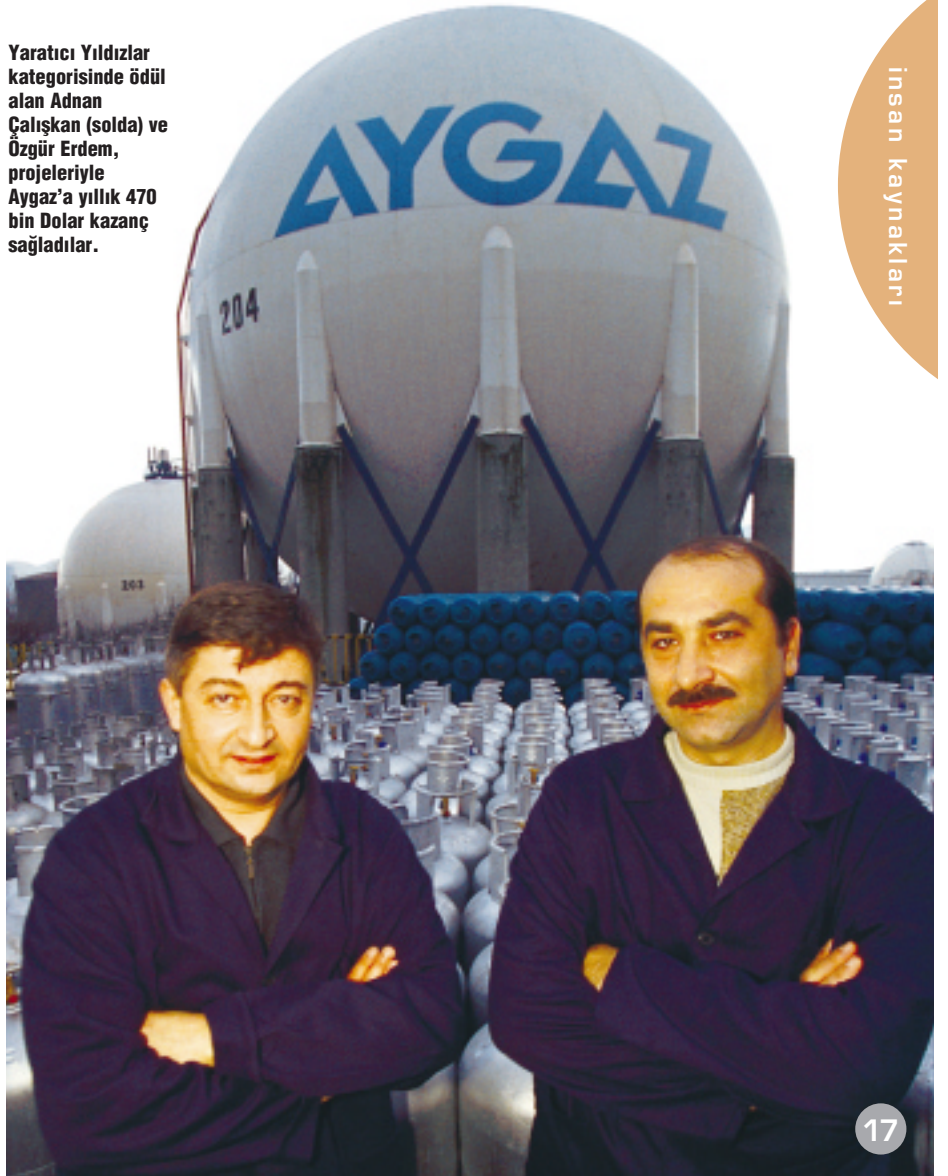
zümü kolay. Yönetimin de desteğini alınca, size çalışmaktan başka bir şey kalmıyor.

Bu ödül diğer çalışma arkadaşlarınızı nasıl etkiledi? Onları bu tür çalışmalar için motive etti mi?

Özgür Erdem: Artık herkes kendi çapında bir şeyler yapmak istiyor. Bazı öneriler getiriyorlar. Ama her öneri getiren kişinin bunu uygulama şansı olmayabiliyor.

Adnan Çalışkan: Biz arkadaşlarla bir ekip kurduk. Yaşadıklarımı anlattım. Şimdi arkadaşların daha büyük istekle çalıştıklarını görüyorsunuz. Kazandığımız ödülün ardından projeleri daha da sahiplendiklerini görüyoruz. Hatta şimdi, gördükleri her aksaklığı bir ekip çalışması haline getirip, tekrar proje haline dönüştürüp çalışma yapmak istiyorlar. 🏆

Yaratıcı Yıldızlar kategorisinde ödül alan Adnan Çalışkan (solda) ve Özgür Erdem, projeleriyle Aygaz'a yıllık 470 bin Dolar kazanç sağladılar.



insan kaynakları

Rekabette Başarılı Olmak İçin Nasıl Bir İnsan Gücü?

Koç Holding İnsan Kaynakları Koordinatörü Şerife Füsün Ömür'ün, II. Sanayi Kongresi'nde yaptığı "Rekabet Gücü İçin İnsan Faktörü" başlıklı konuşmasında ülkeler ve şirketlerin rekabet ortamında insan faktörüne yönelik nasıl politika ve stratejiler oluşturması gerektiğinden bahsetti

Dünyadaki ana trendlere bakıldığında, dünya genelinde bir odaklanma olduğu görülüyor. Siyasetteki odak noktası demokrasi ve insan hakları iken, ekonominin odak noktası pazar ekonomisi olmuştur. Özel sektör de, bu ortama uyum sağlayarak, kurumsal yönetime doğru kaymaktadır. Rekabetin global ortamda hiperleştiğini hepimiz biliyoruz.

Bu hızlilik, yenilik, girişimcilik ve yaratıcılık ortamında rekabet hepimizi zorluyor. Bu ortamda entelektüel sermaye önem kazanmaktadır; teknolojinin ilerlemesi çok hızlandı ve artık günümüzde kazananın her şeyi aldığı bir ortam oluştu. Burada kazançlı çıkan bir grup var aslında; o da müşteri. Müşteri konusunda da mikro segmentasyon başladı ve özel müşteriler ile müşteriye bağlı pazarlama gündeme geldi.

Böyle bir ortamda kritik başarı faktörü artık rekabet üstünlüğü haline gelmiştir. Türkiye'de çok önemli iki büyük sorun yaşanmaktadır; bunlardan birincisi işsizlik, ikincisi ise kişi başına milli gelirin düşüklüğüdür.

Demografik faktörlere bakacak olursak bunlar, OECD'nin rekabette ikinci önemli faktör olarak gördüğü insan gücünün rekabetçi gücünü ölçmek için kullandığı göstergelerden bazılarıdır. Son sayımlara göre Türkiye'de yaklaşık 67 milyon insan yaşıyor. 1970'ten 2020'ye kadar bakıldığında, nüfusun artış hızında bir düşüş trendine girildiği ve bu oranın %1'lere kadar ineceği beklentisi bulunmaktadır. Bu oran, yine de, rekabet ettiğimiz Avrupa Birliği'ne dahil ülkelerdekine çok üstündedir. Nüfus artış hızındaki azalma bir fırsat

olabilir, çünkü kişi başına düşen milli gelirden bir artış fırsatı belirliyor aslında.

Türkiye nüfusunun yaş grubu dağılımına bakıldığında, hep söylendiği gibi, genç bir nüfus ve bu genç nüfus içinde çalışan işgücünün oranı yüksek; yani, istihdamda kullanılabilecek kişi sayısı yüksek. Bu oran şu anda %66'dır ve Almanya, Fransa, İtalya ve İspanya ile yaklaşık aynı seviyededir. Ancak, ileride, önümüzdeki 20 yıllık dönemde bu nüfusun artması beklenmektedir. Geçmişte baktığımızda, Japonya ve Kore'de aynı tip bir nüfus artış hızının ekonomik kalkınmayı tetiklediğini görüyoruz. Biz de bunu başarmak zorundayız. Bu da, iş yaratma, istihdam sağlama zorunluluğunu ortaya çıkıyor.

Türkiye Nüfusu Hangi Sektörlerde Çalışıyor?

Türkiye'de istihdamın hâlâ, Avrupa ülke-

lerine kıyasla, tarım ağırlıklı kaldığını görüyoruz. Tarımdaki istihdam oranımız %36. Bu oran, 1988'den beri gerilemiş olmasına rağmen, halen yüksektir. Burada umut verici nokta tarımdan hizmet sektörüne doğru bir geçişin olmasıdır. Elimizdeki yetişmiş insan gücünün istihdam durumuna baktığımızda, DİE kayıtlarına göre, durumun çok parlak olmadığını gözlemliyoruz. Şu anda, istihdamın yaklaşık %47'si ilköğretim düzeyinde veya daha düşük düzeydedir. Bilgi üreten bir toplum olmayı amaçlıyorsak, bu kritik bir faktördür. Bu veri aslında bize meslek içi eğitimin çok önemli olduğunu gösteriyor. Nüfus var, eğitim gücü var; karşımıza şu tür sorular çıkıyor: "Bunlar Türkiye'de istihdam edilebiliyorlar mı?" "Bundan biz katma değer yaratabiliriz mi?" Bu soruların cevabını da, Türkiye'nin yüksek işsizlik oranı veriyor. Ka-

Türkiye'nin Önündeki Sorunlar...

- Türkiye'de henüz sadece yüz kisiden 4,1'i bilgisayar kullanıyor. Oysa bu oran ABD'de %62,5.
- Tarımdaki istihdam oranımız %36. Bu oran, 1988'den beri gerilemiş olmasına rağmen, halen yüksektir.
- Şu anda, istihdamın yaklaşık %47'si ilköğretim düzeyinde veya daha düşük düzeyde.
- Kayıtlı ekonomiye göre işsizlik oranı %10,3. Eksik istihdamı da göz önüne alırsak, bu oran %14,5 seviyesine geliyor. 2006 yılında bu oranın, belli bir büyüme hızıyla, %9,6'ya düşebileceği öngörülüyor.
- Türkiye'ye son on yılda yabancı sermaye girişi toplam 13 milyar Dolar iken, Brezilya'ya sadece geçen yıl 17 milyar, Meksika da 14 milyar Dolar seviyesinde oldu.
- Türkiye'de yılda 0-40 saat arasında değişen eğitim süresi, Japonya'da 100-200, Amerika'da ise 100 adam/saattir.

yıtlı ekonomiye göre işsizlik oranı %10,3'tür. Eksik istihdamı da göz önüne alırsak, bu oran %14,5 seviyesine geliyor. 2006 yılında bu oranın, belli bir büyüme hızıyla, %9,6'ya düşebileceği öngörülmüyor.

Şirket Açısından "Rekabet Gücü"

Ülkemizde bu gerçekler hüküm sürerken, global arenada durum değişmiştir. Bilindiği gibi, ekonomi sürekli bir değişim sürecinden geçiyor; uzun bir süre tarım ekonomisi vardı, sonra sanayi ekonomisine geçtik, şimdi ise bilgi ekonomisi çağındayız. Bu değişim, her şey gibi, içinde yaşadığımız şartları da değiştirdi. Şu andaki konumuz açısından baktığımızda neler değişiyor? Çalışma yöntemleri değişiyor, üretim şekillerimizin değişmesi gerekiyor, işgücü piyasasının niteliği değişiyor. Entelektüel sermayenin önemi gittikçe artıyor. Bizden çok önde olduğunu düşündüğümüz Avrupa Birliği, bilgi ekonomisine geçişte radikal olarak bir şeyler yapma gereğini hissetmiş durumdadır. Avrupa Topluluğu'nun istihdamı artırmak için aldığı kararları şu şekilde özetleyebiliriz: İki ana hedefleri var. Biri, dünyadaki en rekabetçi ve dinamik bilgi toplumu olmak; diğeri de, %100 herkesi istihdam etmek, tam istihdam sağlamak. Bunun için yasal düzenleme gerektiren konuları şu şekilde tespit etmişler:

- Esnek çalışma düzenlemeleri,
- Yeni çalışma biçimleri ve süreleri,
- Yeni teknolojilerin kullanılması,
- Eğitim ve yeniden eğitime erişim.

Buraya kadar rekabette insan gücü faktörü göstergelerini makro ölçekte inceledik. Mikro ölçeğe baktığımızda, şirketlerin ne yapması gerektiğini sorgulamalıyız.

Şirket açısından rekabet gücü, rakiplere karşı ürün fiyatı veya ürün kalitesi yönünden, en azından aynı durumda olmak, aslen de üstün durumda olmak demektir. Bunu günümüzde dört ana kriterle özetleyebiliriz:

- Hızlılık,
- Yenilik,
- Farklılık,
- Verimlilik.

Bir önceki sene ulaştığınız değerler sizin için yeterli olmamalı ve bunun üstüne gitmelisiniz. Bunu yapabilmek için, bir şirketin sahip olması gereken önemli faktörler, yetişmiş insan gücü, şirkette biriktirilen bilgi ve uygun teknolojinin kullanımıdır. Sadece insanla olmuyor; teknoloji de gerekiyor. Bu ortamda yaşayacak işgücü nasıl olmalı dediğimizde, iki süreç önem kazanıyor: Birincisi, istihdam edilecek işgücünün niteliğidir. Bugün, artık, kişilerin bu bilgiyi nasıl kullandıkları rekabette önem kazandı. Biz bunlara yetkinlik diyoruz. Burada da öne çıkan unsurlar

Yaşayacak işgücü nasıl olmalı?

2 faktör önemli...

1. İstihdam edilecek işgücünün niteliği.

Önceden, istihdam edilecek işgücünde sadece bilgi önemli idi; iyi üniversitelerden mezun olmak, makine mühendisi olmak, inşaat mühendisi olmak gibi işletmenin ihtiyacı olan bilgiye sahip kişilerin istihdamı önemliydi. Bugün, artık, kişilerin bu bilgiyi nasıl kullandıkları rekabette önem kazandı.

2. Sürekli gelişim. Organizasyonun bilgi biriktirmesi gerekir ve bilgi insanlarda olduğu için, organizasyonlar etkin ve çağdas insan kaynakları sistemleriyle yönetilmelidir. Bu nedenle, bugün kullandığımız insan kaynakları sistemlerini değiştirmeli, sürekli yenilemeli, güncellemeliyiz. Seçme sürecini artık, yetkinlik bazlı bir yapıya getirmemiz gerekiyor.

- Sürekli öğrenme,
- Yenilikçilik,
- Yaratıcılık,
- Risk almak,
- Proaktif olmaktır.

İkincisi, belli bir bilgiyle gelen bu insanların, sürekli değişen ortamda, şirket içinde de sürekli eğitilerek niteliklerinin geliştirilmesi gerekiyor. Sürekli gelişimin sağlanması temel unsur. Seçme sürecini artık, yetkinlik bazlı bir yapıya getirmemiz gerekiyor. Bu insanlarla sürekli birlikte olabilmek için performans yönetim sistemlerini etkin uygulamalıyız; kişilerin kariyerlerini planlamalı, geliştirmeliyiz. Sürekli eğitim ve geliştirme sonucunda birlikte ulaştığımız yüksek performansı da, kişiler bazında rekabetçi olarak ödüllendirmeliyiz. Bütün bu unsurları taşıyan entegre insan kaynakları sistemlerine ihtiyacımız artık kaçınılmazdır. 🌐

Geleceğe damgasını vuracak insan kimdir?

- Hızlı
- Yenilikçi
- Farklı
- Verimli

Bilgiyi kullanmada öne çıkan unsurlar

- Öğrenme
- Yenilikçilik
- Yaratıcılık
- Risk alma
- Proaktiflik

Farklı Lider Olmanın Yolu “Executive MBA”den Geçiyor

Profesyonel yöneticiler için bambaşka olanakların kapısını açan Executive MBA programı, Koç Üniversitesi'nde 10. yılını doldurdu. Program, bugün Türkiye'de profesyonellerin en fazla ilgi gösterdiği ve başarılı bulunduğu “Executive MBA” programı

Bundan 10 yıl önce ilk kez **Koç Üniversitesi**'nde okutulmaya başlanan Executive MBA programları, bugün Türkiye'nin en önemli yüksek lisans programlarından biri. En az beş yıllık iş deneyimine sahip yöneticilerin katılabildiği bu program, gerek içeriği gerekse uygulanışıyla pek çok farklılık içeriyor. Executive MBA programını, Koç Üniversitesi İşletme Enstitüsü Direktörü Prof. Dr. **Bariş Tan** ile konuştuk...

Koç Üniversitesi MBA programları hakkında bilgi verir misiniz?

Koç Üniversitesi'nde, iki senelik tam zamanlı MBA programı ve en az beş senelik iş tecrübesine sahip yöneticiler için bir senelik Executive MBA programları veriliyor. Executive MBA programını 1994 yılında Türkiye'de ilk defa Koç Üniversitesi başlattı. Bu, üst düzey pozisyonlar için gerekli stratejik bakış ve liderlik özelliklerini, fonksiyonel bil-



gilerini, dünyadaki en son uygulamalara paralel olarak geliştirmek isteyen en az beş senelik iş deneyimine sahip yöneticilere yönelik on üç aylık bir yüksek lisans programı. Executive MBA progra-

mımız 2004 senesinde, **Frankfurter Allgemeine** tarafından yaptırılan bir araştırmada Avrupa'nın en iyi 20 Executive MBA programından biri seçildi. Programımızı, öğretim üyelerini, öğrencileri, mezunların kariyer gelişimini inceleyen bu araştırma için, 2002 ve 2003 senelerinde iki defa bizi ziyaret ettiler ve sonuçta Avrupa'nın en iyi 20 okulu arasında yer aldık. Üniversitenin 10. senesinde programımızı, mümkün olduğu kadar kısıtlı sayıda iş günü kullanarak katılıma imkân verecek şekilde yeniden tasarladık. Buna göre 2004 Ağustos ayında başlayacağımız yeni programda dersler, programın başladığı Ağustos ve bittiği Ağustos ayında iki hafta boyunca, haftada altı gün tam zamanlı, aradaki dönemde ise sadece cumartesi günleri yapılacak. On üç aylık bu programın toplam ders saati hemen hemen iki yıllık tam zamanlı MBA programımızla eşit.

Koç Üniversitesi İşletme Enstitüsü Direktörü Prof. Dr. Barış Tan, Executive MBA programı ve içeriği ile ilgili bilgiler verdi.

Katılımcılar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Şu an bu programda toplam 20 katılımcı bulunuyor. Bu katılımcıların yaş ortalaması 32 ve ortalama 8 senelik iş deneyimine sahipler. Executive MBA programını tamamlayarak Türkiye'nin ve dünyanın önde gelen şirketlerinde çalışan toplam 242 mezunumuz var. Şimdiye kadar en fazla katılımcı gönderen şir-





ketler arasında **Arçelik, Aygaz, Citi-bank, DemirDöküm, Ford Otosan, İzocam, Koç Holding, Koçbank, Merck, Otoyol Pazarlama, Pfizer, PriceWaterhouseCoopers** ve **Tofaş** yer alıyor.

Executive MBA programları kişilere nasıl bir katkı sağlar?

Hepimizin bildiği üzere, günümüzde rekabet hem şirketler, hem de kişiler arasında çok artmış durumda. Bütün rakipler belli bilgiler ve yaklaşımlarla iş hayatının içine girerken sizin de buna sahip olmanız gerekiyor. Şirketler için de durum farklı değil. Bizler de MBA programlarımız sayesinde katılımcılarımızın ve şirketlerin bu yoğun rekabet ortamında bir adım öne çıkabilmesi için gerekli donanıma sahip olmasını amaçlıyoruz. Executive MBA programında en az beş senelik iş deneyimi olan ve şirketlerinde -fonksiyonel alanlarında- başarılı görev yapan katılımcılar, bu program ile üst düzey pozisyonlar için gerekli liderlik ve stratejik bilgilerini artırma, takım çalışması özelliklerini geliştirme ve tüm fonksiyonel alanlar hakkında bilgi sahibi olma imkânına sahip oluyorlar. Ayrıca başka şirketlerden, sektörlerden ve fonksiyonel alanlardan gelen, aynı hedeflere sahip katılımcılarla bir sene yoğun olarak çalışma, programdan olduğu kadar birbirlerinden de öğrenme imkânı sağlıyor. En son yaptığımız bir anketin sonuçlarına göre, ka-

Katılımcılar ve Yöneticiler Ne Diyor?

“Yaşadığım en zorlu akademik deneyime dönüp baktığımda, Koç Executive MBA adaylarına tavsiyem bu fırsatı kaçırmamaları olacaktır. Bu uğurda harcayacağınız zaman ve paranın buna değdiğini göreceksiniz.”

Yağız Eyüboğlu (Koç EMBA 1996)-Arçelik, Finansman ve Mali İşler Grup Direktörü

“Bu eğitim alanındaki deneyim sonucu, iş yaşamı ile paralel olarak götürülmesi planlanmış bir program. Koç Executive MBA kendi değerinizi artırmak demektir. Bu deneyimi yaşayın.”

Tuğrul Berge (Koç EMBA 2000)-Pfizer İlaçları, Kıdemli Yeni Ürün Planlama Müdürü

“İş yaşamında başarı yol gösterici olmanıza bağlıdır. Katılımcı öğrenmeye dayanan Koç Executive MBA deneyimim bana takım lideri ve bir ‘Coach’ olabilmenin yolunu gösterdi.”

Murat Ögel (Koç EMBA 1998)-Koç PortföyYönetimi, Genel Müdür

“Bu programın ilk mezunlarından birisi olarak, müdür ve takım liderlerimizin Koç Executive MBA programının sağladığı zorlu eğitime gösterdikleri bağlılığı takdirle karşılıyorum. İzocam’ın geleceğinin iyi eğitilmiş müdürlerin elinde olmasından dolayı kendimizi şanslı görüyoruz.”

A. Nuri Bulut (Koç EMBA 1995)-İzocam, Genel Müdür

“Koç Executive MBA programında bir işi yönetmek ve iş fonksiyonlarını en iyi şekilde kullanmak konusunda geniş bir vizyona sahip oldum. Koç

Executive MBA programının hem yönetim tarzımı değiştirmeme, hem de kariyer hedeflerimi gerçekleştirmeme yardımcı olduğunu söyleyebilirim.”

Celal Kaya (Koç EMBA 1999)-Burger King International, Türkiye Ülke Yöneticisi

“Programın sizi dünyanın tüm rekabetine açabilmesi ve sizi motive edebilmesi, kendinize özgüven katabilmesi gerekiyor. Bu nedenlerle, Koç Executive MBA programının benzerlerinden açık ara ile önde olduğunu söyleyebilirim.”

Taner Kılınç (Koç EMBA1996) Dell Türkiye, Genel Müdür

“Bu kadar dinamik ve rekabetçi bir ortamda, bunların üzerine sürekli bir seyler eklemeszeniz her zaman geride kalırsınız. Benim Koç Executive MBA Programına başlamamın nedeni de buydu. Koç Üniversitesi’nde bir yıl geçirdikten sonra; Koç Executive MBA’nın kişinin kariyerine gerçek bir yatırım olduğuna, farklılık yaratarak kişinin becerilerine çok fazla katkıda bulunduğuna iyice karar verdim.”

Lale Ergin Arat (Koç EMBA2001), Borusan Holding A.Ş., Stratejik Planlama, Müdür Yardımcısı)

“Çalışanlarımızın geçmiş deneyimleri, programın hem becerileri hem de yönetimsel yeterlilikleri artırmadaki başarısını kanıtlıyor. Koç Executive MBA, yetenekli genç kişileri gelecekte şirketlerde liderlik sorumlulukları almaya hazır hale getiriyor.”

Agah Uğur, Borusan Holding, Genel Müdür

tılımcıların %84'ü çalıştıkları şirkette kendi fonksiyonel alanlarının dışındaki bir alanda katkıda bulunduklarını belirtmiştir. Ayrıca mezunların %40'ı mezun olduktan sonra şirketlerinde maliyet düşürücü veya kâr artırıcı bir projeye öncülük ettiklerini ve bu projelerin getirisinin 100 ile 500 bin Dolar arasında olduğunu belirtmişlerdir.

Bu programlara başvuran adaylarda hangi özellikleri arıyorsunuz?

Adayların iki program için de dört senelik bir üniversiteden mezun olması gerekiyor. Executive MBA programında en az beş senelik iş tecrübesi gerekiyor. Executive MBA'de TOEFL ve GMAT gibi sınavları şart koşmuyoruz. Başvuru sırasında kendilerini, amaçlarını ve niçin Executive MBA yapmak istediklerini anlattıkları üç yazıyı başvuruları ile veriyorlar. Daha sonra biri öğretim üyesi olmak üzere iki kişi bir mülakat yapıyor. Belli bir vaka çalışmasının da tartışıldığı yaklaşık bir saatlik bu mülakat sonucunda, o kişinin olaylara yaklaşımı, İngilizce bilgi ve becerisi ve hâkimiyeti göz önüne alınarak karar veriliyor. Ağustos ayında başlayacak bu program için başvuruları Haziran sonuna kadar kabul ediyoruz. Program ve katılım şartları ile ilgili olarak 28 Şubat, 27 Mart, 8 Mayıs ve 19 Haziran tarihlerinde Koç Üniversitesi'nde Executive MBA programı için tanıtım toplantıları düzenlenecek. Web sayfamızda (www.gsb.ku.edu.tr) ayrıntılı bilgi mevcut.

Derslerin içeriğinden de söz eder misiniz?

Executive MBA programında 19 ders yer alıyor. Bu dersler içinde Strateji, Pazarlama, Finans, Muhasebe, Operasyon



Yönetimi, Bilgi Sistemleri Yönetimi, Ekonomi, Türkiye Ekonomisi, Uluslararası İşletme, Liderlik ve Yönetim Becerileri, İstatistik ve Sayısal Yöntemler, Yeni İş Oluşturma ve Girişimcilik, Yönetim Simülasyonu dersleri yer alıyor. Bu derslere ek olarak takım olarak çalışma, iletişim, yazım, yaratıcılık gibi konularda workshop'lar yapılıyor. MBA programımızda hafta arası verilen 20 seçmeli ders Executive MBA programı katılımcılarına açık. Bu dersler içinde Koç ve Harvard vaka çalışmaları, projeler ve simülasyonlar kullanılıyor.

Pazarlama ve strateji konularında çalıştıkları şirketlerle ilgili iki kapsamlı rapor hazırlıyorlar. Koç Üniversitesi'nden 10 öğretim üyesine ek olarak, Strateji için INSEAD, Liderlik için E. Michigan, Girişimcilik için Babson College ve Simülasyon için Cornell'den dört yabancı öğretim üyesi ve iş dünyasından gelen üç

“Adayların iki program için de dört senelik bir üniversiteden mezun olması gerekiyor. Başvuru sırasında kendilerini, amaçlarını ve niçin Executive MBA yapmak istediklerini anlattıkları üç yazıyı başvuruları ile veriyorlar. Daha sonra biri öğretim üyesi olmak üzere iki kişi bir mülakat yapıyor”

üst düzey yönetici Executive MBA programımızda yer alıyor.

Katılımcıların izlenimleri ve geri dönüşü hakkında bilgi verir misiniz?

Program sırasında ve sonrasında sürekli olarak katılımcıların ve mezunların fikirlerini ve önerilerini alıyoruz. Öğrencilerimize ise program hakkında ne düşündüklerini, aldıkları derslerin onların kariyer gelişimine nasıl katkısı olduğunu sürekli olarak ölçümlüyoruz. Örneğin MBA öğrencilerimizin iş bulma oranlarına baktığımızda; 1994-2003 yılı arasında kişi başına iş teklifi iki civarında. Executive MBA'ye katılanlar ise zaten belli bir işe sahip olduğu için, bu kişilerin kariyer gelişimlerini ölçümlüyoruz. Programa katılanların yüzde 20'ye yakını program bitmeden terfi ediyor. Geri kalan kısmın yüzde 50'si ise mezuniyeti takip eden kısa bir süre içinde terfi ediyor. 📊

SEKTÖREL VİZYON

ŞUBAT 2004

SAYI 311

Koç Holding ve Arçelik Ödülleri Aldılar

Türkiye'nin önemli iş ve ekonomi dergisi **Capital** ve insan kaynakları sektörünün lider şirketi **Adecco**'nun işbirliği ile düzenlenen "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri 2003" araştırmasının ödül töreni 14 Ocak'ta **The Ritz Carlton İstanbul**'da yapıldı. **Arçelik** değerlendirmede üçüncü defa birinci olurken, **Koç Holding** Türkiye'nin tüm holdingleri arasında en üst sırada yer alarak üçüncü olmuştu. Düzenlenen geceye Türkiye'nin tanınmış sa-

nayıcı ve işadamları katıldılar. Kokteyl ile başlayan gece **Capital Dergisi** Yayın Direktörü **Rauf Ateş** ile **Bell Holding Yönetim Kurulu Başkanı Livio Manzini**'nin konuşmalarıyla devam etti. Pek çok yöneticiye uygulanan anketin sonuçlarına göre yapılan değerlendirmede sektörel bazda da, **Arçelik** beyaz eşyada, **Koç Finansal Kiralama** leasingde ve **Koç Allianz** da sigorta sektörlerinde 2003 yılının "En Beğenilen Şirketleri" oldular.



Ödül töreninde Arçelik adına (soldan sağa) Genel Müdür A. Gündüz Özdemir, Koç Holding adına Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü ve Koç Allianz Hayat adına da Genel Müdür Kemal Olgaç ödül aldılar.



ENERJİ

Rom Madeni Yağ Kalite Güvence Sistemini Yeniledi

Kalite Güvence Sistemini yenileyen **Rom Madeni Yağ**, ISO 9001/2000 Belgesi almaya hak kazandı. Rom Madeni Yağ Genel Müdürü **Murat Seyhan**, sistemi tüm grup şirket yöneticileri, çalışanları ve tedarikçileri ile birlikte elde

ettiklerini belirterek "Bu başarı hepimizin" dedi. Yeni kalite sisteminin **RWTÜV** tarafından denetlenerek elde edildiğine işaret eden Seyhan şöyle konuştu: "Rom Madeni Yağ ilk olarak 1998 yılında ISO 9002:1994 ile belgelendirilmiştir. Belgemizin günümüz kalite sisteminin işleyişimize adapte edilmesi ile birlikte, **RWTÜV** tarafından yeniden denetlenerek ISO 9001:2000 Belgesi almaya hak kazandık"

Aygaz'dan Bir İlk Daha: Kışlık Otoaygaz LPG1

Aygaz, Avrupa Birliği ülkelerinde uygulanan TS EN 589 Standardı'na uygun, kış koşullarına özel **Otoaygaz LPG1**'i kullanıma sunuyor.

Kışa özel karışımıyla yeni Otoaygaz LPG1, aracı ilk çalıştırmada kolaylık sağlıyor, rölantide titreşimi azaltıyor. Böylece tüketiciler soğuk

hava koşullarında araçlarını daha rahat kullanabiliyor. 12 Ocak'tan itibaren Türkiye çapındaki Otoaygaz istasyonlarına dağıtmaya

başlanan Otoaygaz LPG1'in bundan böyle ekim ile mart aylarını kapsayan kış döneminde satışa sunulması planlanıyor.



DAYANIKLI TÜKETİM ve İNŞAAT

Arçelik, Ankastre Ürünlerde 2004'e İddialı Giriyor

Hazır mutfakta başarıyı yakalayan **Arçelik**, 2004 yılına yepyeni ankastre ürünlerle giriyor. Tüketiciler bu yeniliklerin birçoğunu **Türkiye**'de ilk defa Arçelik ürünlerinde görme fırsatını bulacak.

18 Aralık 2003 tarihinde Arçelik Etiler Mutfak Mağazası'nda düzenlenen ve ankastre ürünlerdeki yeni gamı tanıtan basın toplantısında konuşan Arçelik Genel Müdürü **Gündüz Özdemir**, ankastre mutfak konseptinin hem Avrupa'da, hem de Türkiye'de son yıllarda giderek ön plana çıktığını belirterek, Arçelik'in de bu alanda ciddi yatırımlar yaptığını söyledi.

Arçelik'in yaygın bayi ve satış sonrası servis ağıyla bu konuda da beklentileri karşılayacak bir ürün gamıyla tüketicilerinin karşısına çıktığını ifade eden Özdemir, "Arçelik demek, yenilik demek. Ankastre ürünlerdeki bu gelişmelerimizle yenilikçiliğimizi devam ettiriyoruz" dedi.

El Yakmayan Ocak ve Kendi Kendini Temizleyen Fırın

Arçelik'in yeni model ankastre ürünlerinden multi-fonksiyon plus pirolitik fırın, özellikleriyle Türk tüketicisini de birçok ilkle tanıştıyor. A enerji sınıfında yer alan fırının akıllı pişirme programı, akıllı temizleme fonksiyonu, animasyonlu interaktif mat-



rix ekranı, fırın temizleme zaman uyarısı, fırın içi kirlilik göstergesi, 4 kat camlı soğuk kapak, koku giderme fonksiyonu, akıllı enerji tüketimi Türkiye'de sadece Arçelik ankastre ürünlerin sahip olduğu özelliklerin bir kaçı. Arçelik, yeni indüksiyonlu ocaklarıyla kullanıcıyı yeni bir teknolojiyle tanıştıyor. İndüksiyon özelliğinde yemeği pişirmek için gerekli olan enerji direkt olarak tencerenin içerisine akıyor, bu da hem enerji tasarrufu sağlıyor, hem de zaman kazandırıyor. Isınmayan seran cam yüzeyi sayesinde emniyetli olan indüksiyonlu ocaklar el yakmıyor ve kolay temizlenebiliyor. Sadece, mükemmel tutabilen tencerelerle kullanılabilen bu ocaklar için, Arçelik, indüksiyon serisi ile birlikte tencere setini de hediye olarak veriyor.

Arçelik Bulaşık Makinesi İşletmesi 10 Yaşında



Arçelik Bulaşık Makinesi İşletmesi kuruluşunun 10. doğum günü, geniş bir katılımla kutlandı. Arçelik Teknoloji Grup Direktörü **Turgut Soysal** açılış konuşmasında, Arçelik ve dünya ekonomisinin geçirdiği evreler hakkında bilgi verdikten sonra, globalizasyonun ön plana çıktığını, ya bizim en iyi ürünü yapacağımızı ya da başkalarının bunu gerçekleştireceğini, bu nedenle kıyasıya rekabetin baştan kabul edilip herkesin

işini bu gerçeğe göre yapması gerektiğini söyledi. Turgut Soysal'ın konuşmasının ardından, Arçelik İşletme Direktörü **Salih Arslantaş**, **Ahmet Sakızlı** ve **Şemsettin Eksert**'e işletmemizin bugünlere gelmesindeki katkıları için teşekkür ederek başladığı konuşmasında, Arçelik Bulaşık Makinesi İşletmesi'nin geçmişinden söz etti. Tören tüm davetlilerin katıldığı işletme turunun ardından sona erdi.



Arçelik Durumsal Ödülleri Verildi

Geçtiğimiz günlerde düzenlenen Depo Takım Liderleri toplantısında Lojistik Türkiye Yöneticiliği 2003 yılı durumsal ödülleri sahipleri açıklandı. Ödülleri kazanan Çayırova Depo Takım Lideri **Adnan**

Bahattin Dünder'a ve Eskişehir Depo Takım Lideri **Adem Angı**'ya plaketleri, Türkiye Pazarlama/Satış Grup Direktörü **Şirzat Subaşı** ve Tüketici Hizmetleri Direktörü **Atilla İlbaş** tarafından verildi.

Arçelik'ten Kurumsal Zekâ

Aralık ayında düzenlenen Türkiye'nin Üretim ve Teknoloji Liderleri Zirvesi, üretim ve perakende sektörünün liderlerini bir araya getirdi. Zirvede **Arçelik**, teknoloji yatırımıyla gelen başarı öykülerini anlatan şirketler arasında yer aldı. Arçelik'te kurumsal zekâ'yı oluşturan etkenlerin biri kısaca ARES olarak adlandırılan Arçelik Enformasyon Sistemi. ARES'in amacı; Arçelik'te or-

tak bilgi kültürünü sağlam temellere oturarak, şirketin karar verme refleksini iç/dış etkenlere ve teknolojide meydana gelen değişimlere göre düzenlemek. Arçelik Enformasyon sistemi; satış, üretim, insan kaynakları ve finans ile ilgili olan tüm verilerin ana kaynaklardan süzülerek hızlı bir şekilde kullanıcılara bilgi olarak sunulması süreci olarak da tanımlanabiliyor.

Beko Elektronik ABD Pazarında

Beko Elektronik, **Avrupa**'dan sonra iddiasını Amerikan pazarına taşıyor. Kendi teknolojisini kullanarak dünya pazarlarına sunduğu ürünlerini şimdi de **ABD**'deki dünyanın en büyük elektronik fuarlarından olan **CES**'te tanıttı. 110 ülkeden, 2 bin 300 ürünün tanıtıldığı CES, 8 -11 Ocak tarihleri arasında gerçekleşti. Bu yıl ilk kez katıldığı fuarda Beko Elektronik, teknolojisinin geldiği noktayı ve hızlı ilerleyişini ABD pazarına aktar-

dı. Beko Elektronik CES'te, öncelikle şasisini Amerikan TV yayın sistemi NTSC'ye uyarladığı TV'lerini tanıttı. Ayrıca, yeni audio gamını, kendi dizaynı olan 42 inch'lik plazmaları, 50 inch'lik plazmaları, pure flat ve konvensiyonel televizyonları, 30 inch'lik yeni gam LCD'leri, home theatre sistemini ve DVD'lerini de Amerika pazarına sundu. Türkiye ve Avrupa pazarına aynı anda sunduğu LCD TV'leri CES'te büyük ilgi gördü.



Beko Elektronik'ten 5 Milyonuncu Televizyon



Beko Elektronik'te 2003 yılı içerisinde üretilen 5 milyonuncu Televizyon banttan çıktı. 2003'te üretilen 5 milyonuncu televizyon olan 20" LCD TV, Beko Elektronik Yönetim Kurulu Başkanı **Rahmi M. Koç**'a hediye edildi. 2002 yılında 4 milyon 242 bin adet TV üretimi ger-

çekleştiren Beko Elektronik, 2003 yılını 5 milyon 167 bin adet TV üretimiyle tamamladı. Beko Elektronik çalışanları, yoğun bir üretim temposu içinde geçen 2003 yılını geride bırakırken, "Avrupa'nın En Büyük TV Üreticisi" olma yolunda önemli bir adım daha attılar.

Beko Elektronik, Farkını Anlattı



Beko Elektronik, Aralık ayı içerisinde gerçekleştirilen ve "Farklılaşma" konusunda dünyanın ve **Türkiye**'nin önde gelen uzmanlarının ve farklılığı yakalayan firmaların katıldığı "Mor İnek Farklılaşma Konferansı"nın sponsorlarından ve katılımcılarından.

İstanbul Lütfi Kırdar Kongre Sarayı'nda gerçekleştirilen Konferans'a konuşmacı olarak katılan Beko Elektronik Genel Müdürü **Ali H. Sümervat**, "Başarılı Farklılaşma Modeli" olarak Beko Elektronik'i, Beko'nun niçin farklı olduğunu, nerelerde farklılaştığını anlattı.

İYEM'DE Yeni Eğitim Dönemi

Yalıtım sektörüne hizmet veren kişi, kuruluş, akademisyen ve uzmanlar arasında bilgi paylaşımını, teorik ve pratik eğitimler ile sektörel gelişime katkıda bulunmayı hedefleyen **İzocam Yalıtım Eğitim Merkezi** (İYEM), geliştirilen eğitim seminerleri ile yeni eğitim dönemine başlıyor. İYEM'de, sektörün uzmanları ve akademisyenler tarafından verilen ücretsiz eğitim seminerleri herkesin

katılımına açık olarak bu yıl da devam ediyor. İYEM Ocak-Haziran 2004 Eğitim Programı'nda yer alan 19 ayrı eğitim semineri; akustik ve tesisat yalıtımı da dahil olmak üzere ısı, ses, yangın ve su yalıtımı konularını kapsıyor. 2004 yılı eğitim seminerleri ve daha geniş bilgiye www.iyem.com.tr adresinden ve 0 800 211 43 86 numaralı telefondan ulaşılabilir.

Şincan Koç İlköğretim Okulu Öğrencisi'ne Ödül



Sincan Koç İlköğretim Okulu öğrencisi Hatice Coşkun, "24 Kasım Öğretmenler Günü" sebebiyle düzenlenen "öğretmen" konulu kompozisyon yarışmasında "Meleşim" başlıklı yazısıyla birinci oldu. Jüri üyeleri tarafından büyük beğeniyle karşılanan kompozisyon nedeniyle Hatice Coşkun, hem İlçe Milli Eğitim Müdürlüğü, hem de okul müdürlüğü tarafından ayrı ayrı ödüllendirildi.

Arçelik ve Tat Gıda Grubu'nun Desteklediği "Hayat Güzeldir"e Büyük Ödül

Kaliteden ödün vermeyen yapısını, pazarlama iletişimi faaliyetlerine de taşıyan Arçelik ve Tat Gıda Grubu tarafından desteklenen ve kaliteli içeriği ile dikkat çeken "Hayat Güzeldir" programı 2003'ün En İyi Kadın Programı seçildi. İcralal Aydın'ın hazırlayıp sunduğu, çeşitli sanatçılar, uzmanlar ve yaşamın içinden kişilerin katıldığı "Hayat Güzeldir", özellikle kadınların yaşadığı sorunlara değinmesiyle ve kaliteden ödün vermemesiyle

dikkat çekti. Arçelik, Tat, Maret, Sek ve Pastavilla sponsorluğunda gerçekleştirilen "Sizin

için denedik" isimli özel bir yemek bölümünü de içeren program, "Anneden Anneye"



kampanyasıyla da toplumsal bir çalışmaya imza attı.

"Hayat Güzeldir" in, Özel Radyo ve Televizyon Yayıncıları Derneği'nin internet üzerinden gerçekleştirdiği oylama ile yılın En İyi Kadın Programı seçilmesi, Arçelik ve Tat Gıda'nın kalite konusundaki yaklaşımının haklılığını gösteriyor. Törende konuşan İcralal Aydın da, programın kendi dalında en iyi seçilmesini, "kalite"nin başarıyı getirdiğinin bir kanıtı olarak görüyor.

Koçtaş'tan Aydınlatma Dünyasına Yeni Tasarımlar

Mekanların dekorasyonundaki en önemli ayrıntıların başında aydınlatma geliyor.

Koçtaş, sergilediği ürünler ile ışığın benzersiz renklerini ve desenlerini evlerinize getiriyor



Koçtaş, İstanbul Kartal, İzmir Bornova ve Balçova, Antalya ve Bodrum'daki mağazalarında yarattığı yeni aydınlatma showroomunda sergilediği ürünler ile ışığın efektlerini evinize getiriyor. Yaşadığınız mekânı aydınlatacak dekoratif, işlevsel ve mekanınızdaki güzel ayrıntıları ortaya çıkarabileceğiniz tarzınıza ve mekânınıza uygun değişik renk ve desenlerde avize, spot, lambader, masa lambası, aplik ve sarkıtlar gibi birbirinden şık aydınlatma ürünlerini Koçtaş mağazalarında bir arada bulabilirsiniz. Mekânların dekorasyonunda en önemli ayrıntı aydınlatma seçimi.

Bu sebeple sadece yerli firmaların ürünlerini değil, ithal aydınlatma ürünlerini ve



Koçtaş'ın kendi ithalatı olan ve yalnız Koçtaş mağazalarında bulabileceğiniz spotlar, masa lambaları ve japon fenerleri ile de Koçtaş mağazalarında ürün çeşitliliğini bir arada görebilirsiniz.

100 milyon TL ve üzerindeki tüm alışverişlerinizde öde-

menizi Koçbank Kredi Kartı ile peşin fiyatına üç taksitte yapın ve tekkat puan kazanın.

Üstelik Şubat'ta Koçtaş'tan Koçbank Kredi Kartı ile ister peşin ister taksitle alışveriş yapın, bir sonraki hesap ektresinde ödemeye başlayın.

Migros'tan Özel Olimpiyat Türkiye'ye destek

Onlara Kazanma Şansı Verdiler

"Bana kazanma şansı verin, kazanmasam bile çabamda cesur olmama yardım edin" sloganıyla yola çıkan zihinsel engelli sporcu adaylarına Migros ve P&G'den destek. Migros ve P&G işbirliğiyle 22 Ocak 2004'te başlatılan olan kampanya, Özel Olimpiyatlar Türkiye Organizasyonu'na 500 sporcu daha kazandıracak. 22 Ocak 2004 tarihinden itibaren tüm Migros'lardan alınan P&G ürünleri, zihinsel engelli sporcu adaylarını başarma keyfini yaşamaya bir adım daha yakınlatacak. Elde edilen yardımlar, zihinsel engelli sporcuların eğitimlerine



destek verecek. Düzenlenen basın toplantısında konuşan Migros Halkla İlişkiler Müdürü **Ahu Başkut Ayanak** P&G ile birlikte zihinsel engelli sporcu adaylarına destek verecek bir projeye başlamaktan memnuniyet duyduklarını belirtti.

Migros'tan Tenis Heyecanı

Bu yıl beşincisi düzenlenen **Open Kapalı Kort Pamukspor Tenis Turnuvası** 8-18 Ocak tarihleri arasında Migros'un ana sponsorluğunda gerçekleşti. Yılın ilk open tenis turnuvası olması dolayısıyla dikkat çeken turnuvaya rekor bir katılım oldu ve turnuvada 525'i

aşkın tenisçi mücadele etti. Migros-Open Kapalı Kort Pamukspor Tenis Turnuvası'nda maçlar tek bayanlar, tek erkekler, çift bayanlar, çift erkekler, karışık çiftler ve özel kategorilerde gerçekleşti. 17 kategoride dereceye giren tüm sporculara "Migros Özel Kupası" verilirken, özel olarak

düzenlenen "Yöneticiler Kategorisi" de büyük ilgi çekti. Çift erkekler kategorisinde Koç Tüketim Grubu Başkanı **Hasan Yılmaz** ile Migros Genel Müdürü **Ömer Bozer** final maçında **Zühtü Sezer** ve **Erdal Karamercan** ikilisine 6-2, 6-4 yenilerek ikinciliği elde ettiler.

“Yardım Ağacı”ndan Bir Kamyon Dolusu Hediye



Divan Pub'lar ve **Kadıköy Belediyesi** tarafından Aralık ayı boyunca Kadıköy ilçesindeki yardıma muhtaç çocukları sevindirmek için düzenlenen “Yardım Ağacı” kampanyasında toplanan tüm hediyeler, 9 Ocak günü çocuklara teslim edildi. İstanbul'daki 9 noktada bulunan Divan Publar'da kurulan Yılbaşı Yardım

Ağaçları altında toplanan 1200'den fazla hediye, Kadıköy Belediye Başkanı Av. **Selami Öztürk** ve Divan Otel Genel Müdürü **Kamil Berk**'in katılımlarıyla, Fahriye Vandemir İlköğretim Okulu, Celal Yardımcı İlköğretim Okulu ve Ata İlköğretim Okulu'ndaki yadima muhtaç çocuklara armağan edildi.

Divan'dan Sevgililer Günü'ne Özel

Divan Pastaneleri ve **Divan Otel**, her yıl olduğu gibi bu yıl da Sevgililer Günü'ne özel pek çok sürpriz hazırladı. Bu sürprizlerin ilki Divan Pastaneleri'nin Sevgililer Günü için hazırladığı birbirinden farklı lezzetler. Kırmızı kadife kalp kutu içinde, eşsiz lezzeti damaklardan kaybolmayan sütlü ve bitter madlenler, özel ambalajı ile “Aşk Kurabiyeleri”, arzuya göre hazırlanacak birbirinden güzel kalp pastaları, Divan'ın hazırladığı ürünlerden sadece birkaçı. Ayrıca, Divan'ın tecrübeli ustaları tarafından hazırlanan ve ünü yurtdışına uzanan çikolata ürün yelpazesinden değişik pralin çeşitleri ile zarif dekorlarla süslenmiş birbirinden güzel cam ve tahta hediyelikler sevdiklerinize “seni seviyorum” demenin en tatlı yolu.



Baş Başa Bir Gece
Sevgililer Günü'nde sevdiğinizle baş başa bir gece geçirmek için Divan'ın sunduğu alternatifler, unutulmayacak bir “Sevgililer Günü” anlamına da

geliyor. Divan Ebru Salonu, Divan Lokantası, Kalamış Marina Brasserie ve Hai! Sushi & Pizza Marina'nın “Sevgililer Günü”ne özel olarak hazırladıkları mönüler, bu özel günü



romantik bir geceye dönüştürmenin de en güzel yolu.

Divan Otel'nden Şık ve Özel Bir Gece

Divan Otel, kentin tam merkezinde, şık ve özel “Summit Executive Odaları”nda, “14 Şubat Sevgililer Günü”ne özel program sunuyor. Divan Lokantası'nda ya da Hai! Sushi'de akşam yemeği yiyen bir çiftte %15 indirim yanısıra farklı sürprizlerden oluşan bir paket sadece 90 Dolar.

Maret, Ürünlerinin Güvenilirliğini Onaylattı



Maret, uluslararası standartlara göre gıda güvenliği sisteminin değerlendirilmesinde bağımsız bir kuruluş olan AIB denetiminden geçerek “mükemmel” sonucunu aldı. Maret, aldığı bu sonuçla tüketicilerinin markaya olan güvenini

haklı çıkardı. AIB, gıda güvenliğine yönelik kabul edilmiş standartları uygulayarak, gıda güvenliği risklerini operasyonlar içinde değerlendiriyor. Yapılan denetimlerle standartlar içinde belli kriterlere uygunluk seviyeleri belir-

leniyor. AIB'nin, Maret'in Tuzla'daki üretim tesisinde yaptığı kontroller, fabrikada uygulanan gıda üretimi ve hijyen programlarının uluslararası standartlara mükemmellik derecesinde uygun olduğunu gösteriyor.

Yeşim Tekstil'den Promena'ya Tam Not

Türkiye'deki pek çok firma gibi, ülkemizin en büyük tekstil üretici ve ihracatçı firmalarından olan **Yeşim Tekstil** de milyonlarca dolarlık satınalmalarını **Promena** e-ihale sistemi üzerinden gerçekleştiriyor. Yeşim Tekstil Genel Müdürü **Şenol Şankaya** ile elektronik ihaleler ve Promena'nın uygulamaları üzerine konuştuk.

Yeşim Tekstil olarak elektronik ihaleler konusu ile ilk ne zaman tanıştınız?

İnternet üzerinden elektronik ihale sistemi ile yurtdışından bir müşterimiz vasıtasıyla tanıştık. Onların açmış olduğu bir ihaleye katılarak, internet

üzerinden fiyat verip elektronik ihalenin nasıl çalıştığını görme fırsatımız oldu.

Promena sisteminden beklentileriniz nelerdi?

Bizim bu sistemden beklentimiz satın almalarımızı piyasanın vereceği en uygun fiyatlarla gerçekleştirmekti. Diğer bir beklentimiz de, satın alma bölümlerindeki arkadaşlarımızın zamanlarını piyasadaki fiyat toplamak için değil, satın alma fırsatlarını yakalamak üzere değerlendirmelerini sağlamaktı.

Promena sistemi ile beklentileriniz gerçekleşti mi?

Yaklaşık dört ay süren test ça-



alışmalarımız sonucunda gördük ki, Promena e-ihale sistemi; pazarlık sürecinin kısaltılması, gereksiz iş gücü kaybının önlenmesi, şeffaf bir ortamda satınalma faaliyetlerinin yürütülmesi ve her ihalede piyasanın vereceği en iyi fiyat ve şartlara ulaşılması konusunda bize çok büyük faydalar sağladı. Bu test döneminde, Promena'nın özverili çalışmaları ve destekleriyle çok başarılı ihaleler düzenledik.

"Star Wars Galaxies" Dünya ile Aynı Zamanda Türkiye'de

Yeni bin yılın dijital oyunu olarak nitelendirilen "**Star Wars Galaxies: An Empire Divided**" dünya ile aynı zamanda Türk oyun severlerle buluşuyor. Star Wars evrenini filmlerindeki gibi en doğal ses ve görüntülerle yaşatan "Star Wars Galaxies: An Empire Divided", oyunculara gezegenler arasında bir uçtan diğer uca yolculuk yapmanın keyfini yaşıyor.

Koç Bilgi Grubu-Portakal A.Ş. işbirliğiyle kurulan **Türkiye'nin** ilk online dijital eğlence platformu Avaturk'ün dağıtımına başladığı "Star Wars Galaxies: An Empire Divided", Star Wars evreninde geçen ve çok oyunculu or-



taamlar arasında, oyuncularına Star Wars filmlerindeki evreni ve gezegenleri bütün doğallığıyla yansıtan dünyadaki ilk oyun olma özelliği taşıyor. Oyunu, dünyanın dört bir yanından katılan binlerce kişi tek bir sunucuya bağlanarak oynayabiliyor.

Koç.net'ten Ek Hizmet Paketleri

İnternet servis sağlayıcı pazarının lider ismi **Koç.net**, ADSL teknolojisi ve internete bağlanan kullanıcılar için geliştirdiği çözümlerle ADSL bağlantının hız keyfini Koç.net güvenliği ve katma değerli hizmetleriyle bir arada sunuyor. ADSL teknolojisi, hızlı ve ekonomik olmasıyla bir çok kullanıcı tarafından tercih ediliyor. Koç.net ADSL çözümleri, Güvenli e-posta, Ofis Çözümü, KOBİ Çözümü ve ADSL Modem Çözümü olmak üzere dört farklı paketten oluşuyor. Paketlerin fiyatları 9 Dolar ile 399 Dolar arasında değişiyor.

Koç.net'ten İzmir İş Dünyasına Seminer

Şirketlerin e-iş altyapısı ihtiyaçlarına anahtar teslim ve katma değerli çözümler sunan **Koç.net**, İzmir'de düzenlediği "Türkiye'nin Yeni Bilişim Hamlesi" seminerinde, şirketlerin e-iş altyapıları üzerinde bilişim teknolojilerinin kullanımı ile sağlanan verimlilik, maliyet ve rekabet avantajları, başarı hikâyeleri eşliğinde anlatıldı. Seminerde, Koç.net'in farklı sektörlerle özel çözümlerinin yanı sıra şirketlerin yatırımlarda tercih edebilecekleri alternatif teknolojilere dikkat çekildi.

Koç.net'in "İşin rengini değiştirmeye var mısınız?" sloganı ile başlattığı "Türkiye'nin Yeni Bilişim Hamlesi" seminerinde, açılış konuşmasını Koç.net Genel Müdürü **Bülent Yıldırım** yaptı. Yıldırım, bilgi çağının yaşandığı dünyadaki değişim ile Türkiye'de şirketlerin e-iş altyapılarının yeniden yapılanma sürecinin hız kazandığını söyledi. Yıldırım, "İş dünyası, böyle bir dönemde bilişim teknolojilerinin ortaya çıkardığı fırsatlardan yararlanarak dünya ile entegre olma şansını yakalayabilir" dedi.

Seminerde Koç.net'in Satıştan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı **Cengiz Berik**, "Geleceğiniz İçin Yeni Teknolojiler" konulu bir sunum yaptı. Cengiz Berik sunumunda, Koç.net'in yaygın network'ü üzerinden internet, data ve katma değerli yönetilen hizmetlerini, 7x24 destek ve yüksek servis garantisıyla sunduğunu söyledi.

Iveco'dan Alışan Filosuna Destek



Geniş ürün yelpazesi ile taşımacılık sektörünün önde gelen markası **Iveco** ile uluslararası taşımacılık alanında önde gelen kuruluşlardan biri olan **Alışan Uluslararası Taşımacılık**, 2004'e adım atarken var olan işbirliklerini yeni bir ortaklık ile pekiştirdiler. Iveco ile Alışan Şirketler Grubu arasındaki çözüm ortaklığı, 2002 yılında 20 adet **IVECO Eurotech Cursor**'ın Alışan filosuna katılmasıyla başladı.

Alışan, Iveco'nun gerek ürün kalitesi, gerekse **Avrupa** stan-

dartlarındaki, sürekli gelişen satış ve satış sonrası hizmetlerinden memnun kalarak, filosunu stil, konfor, teknoloji ve verimliliğin yeni ölçütü Iveco Stralis Active Time genişletmeye karar verdi. Teslimat, Alışan Uluslararası Taşımacılık ve Tic. A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı **Ertuğrul Alışan**, Otoyol Pazarlama Genel Müdür Başyardımcısı **Gino Costa** ve Iveco Otomotiv Genel Müdürü **Adil Demir**'in katıldığı bir tören ile Iveco Otomotiv Samandıra Tesisleri'nde gerçekleşti.

Otokar Bayileri Biraraya Geldi

Otokar, yapılan bir toplantı ile bayileriyle biraraya geldi. Türkiye'deki tüm Otokar minibüs ve midibüs bayilerinin katıldığı toplantıda 2003 yılının ilk 11 ay değerlendirmesi yapıldı. Otokar'ın özellikle minibüs pazarındaki uzun ömürlü, dayanıklı ve kaliteli araçları ile tüm **Türkiye** ge-

neline büyük beğeni topladığını belirten Otokar bayileri, dilek ve isteklerini Otokar'a iletiler. Bayiler, "Koçum" ve "M-2000 Platinum" ile Türkiye'de ilk kez "özel seri" uygulamasını gerçekleştiren Otokar'dan özel seri uygulamasının devam etmesini istediklerini belirttiler.



Birmot Kalite Ödülü'ne Aday

Birmot, 2004 yılı için **TÜSİAD-KalDer Ulusal Kalite Ödülü**'ne başvurusunu yaptı. Başvuru Formu 22 Ocak tarihinde Birmot Genel Müdür Yardımcısı Dr. **Faik Öztunç** tarafından KalDer'e

teslim edildi. Dr. Faik Öztunç başvuru ile ilgili şunları söyledi: "Birmot Büyük Ölçekli Kuruluşlar Kategorisi'nde yarışacak. 800 Birmot personeli yoğun olarak çalışmalarına devam ediyor".

Otoyol ile İş Birliği'nden Güç Birliğine

Uzun yıllardır **Türkiye** ticari araç pazarında hafif, orta ve ağır sınıf kamyon ve otobüs üretiminde sektörünün önde gelen kuruluşlarından olan

Otoyol, Koç Üniversitesi'nde, uzun yıllardır işbirliği içinde olduğu yan sanayi firmalarının katılımıyla bir "Yan Sanayi Toplantısı" düzenledi.

Otoyol'un ileriye dönük hedef ve stratejilerinin ve yan sanayi politikalarının, 150'ye yakın yan sanayi firmasının üst düzey yöneticileriyle paylaşıldığı

toplantıya Otoyol Sanayi Genel Müdürü **Murat Selek** ve diğer Otoyol üst düzey yöneticileri ev sahipliği yaparken, Koç Holding Yan Sanayi ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanı **Selçuk Gezdur** da organizasyona konuşmacı olarak katıldı. Toplantıda, Otoyol-Iveco'nun durumu, yeniden yapılandırmaya yönelik stratejik planı ve dönüşüm projeleri özetlenerek, bu plan doğrultusunda tedarik zinciri ile ilgili stratejilere değinildi.



Otokar'dan 40. Yaş Coşkusu



Otomotiv sektörünün lider kuruluşu Otokar, 40. kuruluş yıldönümünü bütün çalışanların katıldığı bir toplantı ile kutladı

Otokar, 40. yaşını geçtiğimiz günlerde İzmit Uluslararası Fuar Merkezi'nde düzenlenen bir toplantı ile kutladı. Toplantıya Otokar Yönetim Kurulu Başkanı **Selçuk Gezdur**, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı **Halil Ünver**, Otokar eski Genel Müdürü **Jan Nahum** ve 800 Otokar çalışanı katıldı.

Sunuculuğunu **Cem Davran**'ın yaptığı 40. yıl kutlama toplantısında çalışanlar, Otokar Ailesi'nin birer üyesi olmanın mutluluğunu ve gururunu bir kez daha yaşadılar.

Kutlama yemeğinin ardından toplantı, gece için özel olarak hazırlanan bir filmle devam etti. İşçisinden memuruna kadar değişik kademelerde Otokar çalışanlarının, Otokar'da çalışmayı anlattıkları filmde, Otokar'ın tarihçesi fotoğraflarla aktarıldı. Filmde, yüzde yüz yerli sermayeye sahip olan Otokar'ın kendi bünyesinde tasarladığı ve ürettiği araçlar yer aldı. Gecede ayrıca, Otokar'a en uzun süre hizmet vermiş 40 çalışana "40 Altın Adam" ödülü verildi. Sahneye kendi ürettikleri araçlar ile gelen "40 Altın Adam", ödülleri Otokar Genel Müdürü



Kudret Önen, Selçuk Gezdur, Halil Ünver ve Jan Nahum'un ellerinden aldı. 40 Altın Adam, ödülleri alırken, Otokar'da çalışmanın verdiği gururu ve bu kadar büyük bir ailenin parçası olmaktan duydukları mutluluğu dile getirdiler.

40 Yıllık Birlik ve Beraberlik

Gecede konuşma yapan Otokar Genel Müdürü Kudret Önen, 40 yılın sonunda, başarıdan kaynaklanan haklı bir gurur yaşadıklarını söyledi. "Bu başarının arkasında inanç ve yaptığı işe, içinde bulunduğu kuruma güven duyan Otokar çalışanları var" diyen Önen; ticari araçtan, savunma sanayiine yönelik araçlara ve treyler üretimine kadar geniş bir alanda önemli projeleri gerçekleştirdiklerini hatırlattı. Önen, altına girdikleri her projede çalışanlarının inanç ve azmi ile sonuca ulaştıklarını belirterek şunları söyledi: "Ben, Otokar Ailesi'nin her üyesinin başarıya ulaşmak için gerekli bilgi ve beceriye, cesaret ile kendine güvene sahip olduğuna inanıyorum.

Güveniyor ve biliyorum ki, inandıktan ve istedikten sonra, Otokar çalışanlarının başaramayacağı hiçbir şey yoktur." Önen, Otokar Ailesi'nin 40. yaşını kutladı ve gelecek yıllarda da Otokar'ın başarısının Otokar Ailesi'nin birlik ve beraberliği sayesinde devam edeceğini vurguladı.

Toplantının sonunda, pazara sunulmasının ardından bir yıl gibi kısa bir süre geçmesine rağmen, çok ciddi bir çıkış yaparak pazardan büyük bir pay alan **Sultan** midibüslerinin başarı hikâyesi anlatıldı. Bu başarıda emeği bulunan tüm Otokar çalışanları, ürettiklere araçlara duydukları güveni simgelemek üzere, bu gecenin anısına özel olarak üretilen Sultan115L üzerine imzalarını attı. 800 Otokar çalışanının imzaladığı Sultan115L, törenin ardından Arifiye fabrikasında sergilenmeye başlandı. Gecenin sonunda her çalışana "Bir fincan kahvenin 40 yıllık hatırı vardır" mesajı ile fincan seti ve 40. yıl başarı sertifikaları hediye edildi. 🎁



Dünyanın Geleceği İçin Sürdürülebilir Kalkınma

1. Sürdürülebilir Kalkınma Kongresi yerli ve yabancı konuşmacı ve dinleyicilerin katılımıyla gerçekleştirildi. **Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı**'nda toplanan kongrede, **Dünya Sürdürülebilir Kalkınma İş Konseyi, Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, Avrupa Komisyonu** ve sürdürülebilir kalkınma konusunda çalışma yapan ulusal ve uluslararası şirketlerin üst düzey yetkilileri hazır bulundu.

TEMA Vakfı ile **TOBB**'un liderliğinde ve Türkiye'de Sürdürülebilir Kalkınma Raporu hazırlayan ilk firma olan **Aygaz**'ın ana sponsorluğunda gerçekleştirilen kongrede, kaynakların tükenmediği ve yaşanabilir bir gelecek için, ekonomik kalkınmanın nasıl yürütülmesi gerektiği masaya yatırıldı. Kongrede konuşma yapan TOBB Başkan Vekili **Halim Mete**, sürdürülebilir kalkınmanın sosyal, kültürel, çevresel ve ekonomik boyutları olduğunu söyle-

di. Sürdürülebilir kalkınma bilincinin ülkemizde de yerleşmesi için Türk iş dünyasının ve sivil toplumun öncülü-

ğünde hareket edilmesi gerektiğini belirten Hisarcıkloğlu sözlerini şöyle sürdürdü:

Dünya ekonomisi yedi kat büyürken **zengin** ve **yoksul** arasındaki uçurum da arttı. Dünya nüfusunun %20'si, **elektriğin** %68'ini, **kağıdın** %84'ünü tüketiyor. Sanayileşmiş bir ülke vatandaşı, bir **Etiyopyalının** tükettiğinin 77 mislini tüketiyor. Bu gidişi dünyamızın taşıması mümkün değil



“İş dünyasının sürdürülebilir kalkınmayı gerçekleştirme yolunda en önemli katkısı, bilim ve teknolojidir. Sürdürülebilir kalkınmanın gerçekleştirilmesinde öncelikli teknoloji alanları olarak belirlenen bilgi ve iletişim teknolojileri, biyoteknoloji ve nanoteknoloji, Türkiye’de de öncelikli teknoloji alanları olarak belirlenmelidir. Çevreye saygılı üretim her şeyden önce kaynak israfının da önüne geçecektir.



Haliç’i önce kirletmek, sonra da temizlemek için büyük harcamalar yapmak yerine hiç kirletmeme yaklaşımını benimsemeliyiz.”

TEMA Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı **Nihat Gökyağıt** de yaptığı konuşmada şunları söyledi: “Son 50 yılda dünyanın doğal varlıkları, yenilenme ve artmalarına fırsat verilmeden tüketildi. Çölleşme sürüyor. İşlenebilir tarım topraklarının üçte biri, meraların yarısı elden çıktı. Tropik ormanların üçte biri yok oldu. Yeraltı su seviyeleri alçaldı. Bazı nehirler artık denize ulaşmıyor. Göller kuruyor.

Dünya ekonomisi yedi kat büyürken zengin ve yoksul arasındaki uçurum da arttı. Dünya nüfusunun %20’si, elektriğin %68’ini, kağıdın %84’ünü tüketiyor. Sanayileşmiş bir ülke vatandaşı, bir Etiyopyalı’nın tükettiğinin 77 mislini tüketiyor. Bu gidişi dünyamızın taşıması mümkün değildir. Artık insanoğlu, doğa felaketi ile insan sefaleti arasında bir tercih yapmak yerine, doğal kaynaklar üzerinde talebi azaltan, çevreyi ve yoksulu kollayan bir kalkınmaya yönelmek durumundadır.”

Sürdürülebilir Kalkınma Nedir?

Dünyada, yaşam standartlarının yükseltilmesi için kurumlar tarafından yıllardır gerçekleştirilen sosyal sorumluluk çalışmaları, dünyada artık global bazda ele alınıyor ve “sürdürülebilir kalkınma” kapsamında tanımlanıyor. Karşılıklı destek ve sinerji yaratma, benzer deneyimleri paylaşma hedeflerini taşıyan bu yeni ekol, çevresel, toplumsal ve ekonomik unsurların birbiriyle iletişimde olduğu bir kavrama dayanıyor.

Sürdürülebilir kalkınma, doğal kaynakların ihtiyaçlardan fazla kullanımını önleyerek bu kaynakları iyileştirmeye, dünya vatandaşlarının hayat kalitesini artırmaya ve ekonominin iyileştirilmesine odaklanıyor. Sürdürülebilir kalkınma, bir şirketin kurumsal davranış biçimini ve kimliğini, dolayısıyla şirketin ulusal ve uluslararası pazarlardaki değerini ve konumunu etkiliyor.

Plansız Kalkınma Gerilemeye Dönüşüyor

İnsan ile doğa arasında bir denge kur-

Sürdürülebilir kalkınma, hayat kalitesini artırmaya ve ekonominin iyileştirilmesine odaklanıyor. Sürdürülebilir kalkınma, bir şirketin **kurumsal davranış** biçimini ve kimliğini, dolayısıyla şirketin **ulusal ve uluslararası pazarlardaki** değerini ve konumunu etkiliyor

madan gerçekleştirilen kalkınma faaliyetleri yarardan çok zarar getiriyor. Ormanların kesilerek veya kasten yakılarak yok edilmesi, göllerin kurutulması, ekonomik ömürleri gözlemlenmeden barajlar inşa ederek coğrafyanın kökten değiştirilmesi gibi olgular, kısa vadede ekonomik kazançlar sağlıyor gibi gözükse de orta ve uzun vadede elde edilen kazançların kaybedilmesinin yanı sıra, ortaya çıkan bozulmanın tedavisi için harcanacak rakamlar göz önüne alındığında, ekonomiye katkidan çok gerileme ve zarar getiriyor.

İş Dünyası İçin Sürdürülebilir Kalkınma

“İş Dünyası İçin Sürdürülebilir Kalkınma”; işin gerektirdiği strateji ve etkinliklerin, şirket ve ortakların ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde iş yaşamına adapte edilmiş olduğu bir ortamda, gelecekte de ihtiyaç duyulacak kaynakların korunması, sürdürülebilir olması ve geliştirilmesi olarak tanımlanıyor.

Bu tanım kapsamında yer alan ekonomik gelişmeler sayesinde şirketin ve ortaklarının şirket çalışmalarından kazanç elde etmesi hedeflenirken, hissedarlar, müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler ve toplumun da fayda sağlaması hedefleniyor. 🌱

Arçelik Asist'le Daha Güçlü

Koç Topluluğu'nda **üçüncü yılını** tamamlayan **E-Dönüşüm'de 2003 yılının en başarılı projeleri** seçildi. Projelerin birincisi ise **Arçelik Asist Projesi** idi. Projeyi Arçelik Bilişim Teknolojileri Direktörü **Ahmet İhsan Ceylan** ve Bilişim Teknolojileri Destek Yöneticisi **Gürkan Serteller** ile konuştuk

30 Nisan 2003 tarihinde uygulamaya geçilen **Asist Projesi**, **Arçelik** ve **Beko** yetkili satıcılarının tüm gereksinimlerinin karşılandığı, anlaşmalı bankalarla tek POS üzerinden satış yapılabilen, Arçelik'le entegre çalışan bir ERP yazılımı. Yazılım; satış, tahsilat, malzeme, finansal muhasebe ve resmi muhasebe ana modüllerini içeriyor. Arçelik sistemleriyle çift taraflı veri alışverişi, bankalarla yazılıma entegre tek POS üzerinden tüm banka işlemleri yapılabiliyor. Proje, Arçelik açısından özellikle bayi ağıyla iletişimde büyük önem taşıyor.

Arçelik Asist Projesi nasıl doğdu?

Ahmet İhsan Ceylan: Bu konu, herhalde, yıllardır satıcıların hayali. Sonuçta, esas fikir, pazardaki her satış hareketini anında merkezden görebilmek. Firmanın 3 bin tane bayisi var, patronu var, kurumsal kimliği var. Bunun için tek bir sistem şimdiye kadar hiç olmamıştı. Bizim Arçelik ve Beko'da bir iki tane denememiz oldu. Ancak onlar da eski çalışmalardı. Arçelik ve Beko satış yönetimi olarak aynı çatı altındalar. Durum böyle olunca tüm bayilerimize standart bir yazılım yapmayı planladık. Onlara bizden gitmesi gereken bilgiyi gönderelim, stok kodları standart olsun, onlardan bize almak istediğimiz bilgiyi alalım diye düşündük. Örneğin Arçelik olarak yaptığımız kampanyalardan çok hızlı bir şekilde geri dönüşünü alamıyoruz. Bunları görebileceğimiz bir yazılım olmasını istedik. Bu fikir çok uzun zamandır vardı, bir diğer deyişle bir iki yıllık bir fikir değil, ama bunu yapabilecek teknolojik seviyeye yavaş yavaş bu yıllarda ulaştığımız için, buna gereken ilgiyi gösterelim, gereken harcamayı yapalım, bir an evvel bu işi halledelim diye düşündük.

Projenin üretiminde neler yapıldı, nasıl çalışıldı?

Gürkan Serteller: En başta bir proje ekibi oluşturuldu ve bu ekip bir proje planı hazırladı. Bunun onaylanmasından sonra, proje ekibi olarak toplanıp gerek duyulan dokümanları çıkardık. Bu projede ne istendiğini belirledik. Bunu belirledikten sonra, projenin ekranının nasıl olacağını, ne gireceğini ve bunların nasıl çıkacağını oluşturduk. Bunlar da tamamlandıktan sonra yazılımın yapılmasına başladık. Yazılım yapma süreci sürerken aynı zamanda testleri yaptık.



E-Dönüşüm'de 2003 yılının en başarılı projelerinden olan "Arçelik Asist Projesi"nin yaratıcıları: Ahmet İhsan Ceylan (sağda) ve Gürkan Serteller.

Ne zaman kullanılmaya başlandı?

Gürkan Serteller: Yaygın olarak kullanımına 2003'ün Nisan'ında başlandı. Biliyorsunuz, yazılım geliştirmek kolay bir iş değil. Üç bin bayi üç bin tane farklı işyeri demek. Bunların hepsinin birbirinden farklı işleyişi söz konusu olabilir. Bu üç bin işyeri, ana olarak iki ama toplam olarak baktığınızda ondan fazla farklı yazılım kullanıyordu. Yazılım kullanmayanlar da

vardı ama onların sayısı çok düşüktü. Yazılımların işleyişi çok farklıydı. Herkesin alıştığı yazılım farklıydı. Bunu değiştirmek aslında oldukça zor. Bunun sıkıntılarını çektik ama bunun da çözümünü biliyoruz, devamlı eğitim ve mümkün olduğunca yakın destek; bunu daha iyi yapmaya başladık son zamanlarda. İyileşerek devam ediyor yazılım geliştirme süreci. Kullanılan yazılıma bayilerimizin tepkisi oldukça iyi. Çünkü, aslında bu yazılım, son bilişim teknolojisini kullanarak çalışan, bayi-

lerimizin isteklerini barındıran, daha önceki yazılımların yapamadığı ve bayilerimizin talep ettikleri şeyleri yapabilen, bizim de öngördüğümüz yenilikleri taşıyan, oldukça iyi bir ürün.

Bu projenin somut kazanımları nedir?

Gürkan Serteller: Bu projenin dört önemli getirisi var. Bunlardan bir tanesi, geleneksel satış ortamında müşteri bayiye gittiğinde ne yapıyorsa, yani ürünü soruyor, pazarlık ediyor, ödeme koşullarını değiştirmeye çalışıyor, ön görüşme yapıyor, bir şey sorup çıkıyor ya da çay içip çıkıyorsa bütün bunların kayıtlarını tutma imkânı var. Aslında, geleneksel satış ortamını programa taşıdık diyebiliriz. İkincisi, karşılıklı veri transferi. Gelişmiş bilişim teknolojisinin sağladığı olanaklarla, karşılıklı veri transferi. Normalde bayi bağlandığı anda, bizim bayiye gönderdiklerimiz, bayinin bizden çekecekleri veriler otomatik olarak karşılıklı gidip geliyor. Stokları, satışları görüp buna göre fabrikalarımızda üretim planlaması yapabiliyoruz. Üçüncüsü ise, bu proje kapsamında, Arçelik'in, bazı bankalarla yaptığı çerçeve anlaşma. Bu Türkiye'de hatta dünyada ilk defa uygulanan bir sistem. Normalde PC'ye bağlı tek bir POS cihazı var. Bu tek bir POS cihazı üzerinden kredi kartı kullanılıyor. Bu sayede çok düşük komisyon oranları elde edildi. Dördüncü olarak bu proje kapsamında, bayilerimizle, acil yedek olayında tek bir çözüm kullanılacak. Her türlü bakımı daha planlı yapabiliyoruz. Bilgi paylaşımı daha iyi oluyor. Eğitimleri daha planlı yapabiliyoruz. Bayilerin birbirleriyle iletişimi daha iyi oluyor.



Ürün kodları standart bir hale geliyor. Eskiden, her bayi aynı ürün için farklı bir ürün kodu kullanabiliyordu. Ben bu bilgiyi toptasam dahi benim için çok fazla bir anlamı yoktu. Ama şimdi, herkes aynı ürün için aynı ürün kodunu kullanacağından bunun büyük bir artışı var.

Tüm bayiler bu yazılımı kullanmaya başladı mı?

Ahmet İhsan Ceylan: Yavaş yavaş bu yazılımı kullanmaya geçiyorlar. Yüzden fazla bayi tümüyle bu yazılımı kullanmaya başladı. Bazıları eski kullandıkları yazılımla paralel olarak kullanmaktalar. Ama yavaş yavaş hepsi bu sisteme geçiyorlar. 2004 yılı sonu itibarı ile tüm bayilerimizi bu sisteme geçirmeyi düşünüyoruz.

Dediğiniz gibi yüzde yirmisi çok aktif bir şekilde kullanıyor. Bayilerden gelen tepki nasıl peki?

Gürkan Serteller: Geleneksel satış ortamını buraya taşımanın getirdiği bir artı var. Daha önceden, diyelim ki bayimize bir müşteri geldi, değişik ödeme koşulları talep ettiği takdirde, müşterimizin önünde buna cevap verecek bir yazılım yoktu. Ne yapıyordu? Alıyordu hesap makinesini, belki yanlış yapıyordu, yanlış yapmasından dolayı belki müşteri ürünü başka bir yerden alabiliyordu. Şimdi biz bunu engellediğimizi düşünüyoruz. Bu tip şeyleri biz programa taşıdık. Daha önce elle girdikleri birtakım sirkülerler, kampanyalar, fiyatlar, bunlar artık otomatik olarak giriliyor. Hepsini bir "mail" gibi düşünün. Sabah bağlanıyor, otomatik olarak tüm bilgiler geliyor. Yanlış girmeyi, farklı ürün kodu girmeyi, zamanını boşa harcamasını engellemiş oluyoruz.

Ahmet İhsan Ceylan: Biz buradan faturayı kestiğimiz zaman hem sevkıyat birimini de gönderebiliyoruz. Belli bir üründen elimde beş tane olsun derse, dörde düşüğünde sistem ona otomatik olarak öneri getirip bir tıklamayla bize sipariş verebilir. Yazılım iyice oturduktan sonra entegrasyon adına yapılacak çok iyi fırsatlar var burada. Birçok işi otomatik hale getirip hem onların zamanından hem de bizimkinden kazanç sağlayabiliriz. 🌐

Arçelik Asist Projesi'nde Elde Edilen Kazanımlar

- Arçelik'in tüm yetkili satıcıları için bankalarla bir çerçeve anlaşması yapılmıştır,
- Taksitli kartlar için ilk "tek POS" uygulaması gerçekleştirilmiştir,
- "Transaction" bazında switch edebilen ilk "tek POS" uygulaması gerçekleştirilmiştir,
- İlk internet tabanlı "card present" uygulaması ile ek güvenlik olanağı sağlanmıştır,
- Beko Elektronik'le yazılım desteği anlaşması yapılarak sinerji sağlanmıştır,
- Dağıtım kanalı ile entegrasyon güçlendirilmiştir,
- Yetkili satıcılar ile stratejik bilgi paylaşımı sağlanmıştır,
- Dağıtım kanallarının başarısını artırmak için yetkili satıcıların bilgi teknolojilerinden en üst seviyede faydalanmaları sağlanmıştır.

“Aaa Arçelik Geçiyor”



Arçelik reklamında yarattığı **Erzincanlı Bekçi Sırrı** tiplmesiyle büyük beğeni kazanan **Şafak Sezer**, artık Arçelik markasıyla özdeşleştiğini söylüyor ve ekliyor: “Çelik, Şafak, Bekçi Sırrı diye bağırın yok. Beni gören herkes **Arçelik** diye bağırıyor.”

“Divan Sohbetleri”nde bu haftaki konuğumuz son dönemdeki başarılı çalışmalarıyla adından sıkça söz ettiren **Şafak Sezer**. **Kalamış Divan**’da bir öğle saatinde başlayan sohbetimiz, tam manasıyla “su gibi” geçti. **Arçelik** reklamlarından “**Hababam Sırrı**”na, tiyatrodan ailesine dek pek çok konuyu konuştu Sezer’le. Dışarıda soğuk bir hava, içeride ise Divan’ın lezzetli kahvesi eşliğinde sıcak bir sohbet...

Söze elbette Arçelik reklamı ve **Bekçi Sırrı** tipiyle başlıyoruz. Gerçekten çok başarılı bu tiplme, zaten pek çok kişi tarafından iyi tanınan Şafak Sezer’e, “şöhretin kapıları”nı ardına kadar açmıştı. Tamamen doğaçlama ile oluşan Sırrı tipinin öyküsünü gülererek anlatıyor Sezer: “Daha önce bir bekçi denemişler. Fakat çok başarılı bulunmamış. Daha sonra bana söylediler. Her şey orada meydana çıktı. Sırrı abimin ismidir. **Serdar Erener** ‘nere-lisin?’ dedi, ben de ‘Erzincanlıyım’ dedim. Gerçekten de öyle-yim. Hikâye böyle devam etti.”

Bekçi Sırrı ve Çelik’in öyküsü tam anlamıyla bir başarı hikâyesi aslında. Hafızalara kazınan, herkesçe hatırlanan ve taklit edilen bir reklam filmi. Bugüne dek dizi filmlerde yarattığı tiplmelerle büyük başarı elde eden Şafak Sezer, Bekçi Sırrı tipinin son derece sevimli olduğunu ve bu başarıyı beklediğini söylüyor ve ekliyor: “Bekçi Sırrı hikâyesinin çocuklar ve ev hanımları tarafından çok beğenilmesi güzel bir şey. Zaten reklamda çocukları yakalayabilmek çok önemli.” Arçelik reklamları Şafak Sezer için başarılı bir proje olmanın ötesinde de anlamlar taşıyor. “Bekçi Sırrı”, “uğurlu” olduğunu kabul ediyor Arçelik reklamlarının: “Olağanüstü bir kapı araladı bize. Reklamı gören yapımcılar, reklam ajansları, tiyatrolar bana kapılarını açtılar. Ardından evlendim, çocuğum oldu. Hayatım farklı bir yere gitti.”

Evde Arçelik Var mı?

Şafak Sezer’in ismi böylesine Arçelik ile özdeşleşmişken, ister istemez evinde de Arçelik kullanıp kullanmadığını merak edi-



yoruz. “Elbette evde Arçelik eşyalarım var” diyor Sezer. “Peki en çok hangisini seviyorsunuz?” deyince gülümsüyor ve ekliyor: “Robot Çelik’i elbette. Ama şimdi kimi dertlerim de oldu. Eve kim gelirse direkt Çelik’i arıyor. Bende büyüğü var robotun, onu gösteriyorum. Bazen Çelik’i balkona çıkarıyorum, karşı evdeki çocuklar şaşırıyor. Zaten çocuklar bana ‘robot Sezer’ diye sesleniyorlar. Ama en garibi, robotu sanki ben imal ediyordum gibi herkesin benden robot istemesi.” Bir reklamla bu kadar özdeşleşmenin tehlikeleri de yok değil

aslında. Hele hayatını rol yaparak kazanan biri için, tek bir rolle anılmak en zoru. Ama Şafak Sezer, “Bekçi Sırrı” tipini çok seviyor. “Arçelikle çok özdeşleştirdim. Beni gören herkes ‘Arçelik geçiyor’ diye bağırıyor. Çelik, Şafak, ‘Bekçi Sırrı’ diye bağırın yok. Bu tabii zor, ama benim için çok güzel bir duygu.” Bir süre önce Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç** ile tanışmasını ise hoş bir anı olarak anlatıyor: “Merhabalar, ben Erzincanlı Bekçi Sırrı, dedim, o da ‘içinden mi?’ dedi. Ben de ‘içinden’ deyince, karşılıklı güldük. Hoş bir anı tabii.”

Şafak Şöhretler Karması’nda

Söz dönüp dolaşıp kısa bir süre önce gösterime giren “Hababam Sınıfı”na geliyor. “Hababam Sınıfı” dördüncü filmi Sezer’in. “**Oyun Bozan**”, “**Rus Gelin**” ve “**Vizontele**”nin ardından rol aldığı “Hababam Sınıfı”nda **Mehmet Ali Erbil**’in oğlunu canlandırıyor. Bir süre sonra da **Cem Yılmaz** ile birlikte oynadığı beşinci filmi gösterime girecek: “**Gora**”. “Hababam Sınıfı”nın kendisi için çok önemli bir deneyim olduğunu söylüyor ve ekliyor: “Filmde rol alanlara bakıyorsunuz, adeta boş yok. En ufak rollerde bile tiyatro sanatçıları oynuyor. Bu açıdan zor bir film. “Vizontele” de öyleydi. O kadar insan arasında yarışta hissediyorsun kendini. Hep daha iyisini yapmaya uğraşıyorsun.” Dizi filmlerde de kendini gösteren Şafak

“İnsanların beni tanımasından memnun oluyorum. Ama **trafikte** rahatsız oluyorum. Araba kullanırken insanlar bana bakınca, korna çalınca ‘**bir hata mı yaptım?**’ diye düşünüyorum.”

Sezer’in yeni bir dizisi, kısa bir süre sonra yayına başlayacak. Dizilerde rol almayı sevse de, reklam filmleri ve sinema büyük önem taşısa da, “gönlünde yatan aslan”ın tiyatro olduğunu söylemeden geçemiyor: “Yapmadığım zaman huzursuz oluyorum. Tiyatro hepsinden daha çok hastalık yaratmış durumda. Benim zaten kökenim tiyatro. ‘İner misin Çıkar mısın’ yarışmasında birinciliği kazanıp, popüler olmadan önce yedi yıl tiyatrodan oynamıştım. Onun için benim ilk göz ağrım tiyatrodur.”



“İnsanlar Hep Gülmek İstiyor”

Bir oyuncu için en zoru hangisidir? Güldürmek mi, ağlatmak mı? Aslında her ikisi de zor. Ama bir de güldürmeye başladınız mı insanları, hep güldürmenizi istiyorlar. “Rahmetli Kemal Sunal’ın da derdi buydu zaten” diyor Şafak Sezer. “Hababam Sınıfı’nda dram olan sahneler var. Bazen sinemaya girip halkın arasında izliyorum, orada da güliyorlar. Ölsem yine gülecekler. Rahmetli Kemal Sunal’a da yüklenen böyle bir misyon vardı. Somurtsa yine güliyorlardı.” Antalya’da yaşadığı bir

oluyorum” diyor ve ekliyor: “Ama trafikte rahatsız oluyorum. Araba kullanırken insanlar bana bakınca, korna çalınca ‘bir hata mı yaptım?’ diye düşünüyorum. Güldüğü veya el salladığı zaman problem olmadığını anlıyorum. Bazen arkamdan korna çalıyorlar. Hemen duruyorum bir şey oldu diye.”

İner misin Çıkar mısın?

Şafak Sezer’i kitlelerle buluşturan, tanınmasını sağlayan “İner misin, Çıkar mısın” adlı yarışma olmuş. Üç hafta üst üste birinci olduğu bu yarışma onun için pek çok kapıyı da açmış. Kazandığı bu ilk birinciliğin ardından bile pek çok insanın yolda onu tanıması büyük bir sürpriz olmuş.

“Kendimi gerçek bir kahraman gibi hissettim önceleri. O dönemler enerji dolu insanlar vardı, herkes enerjik ve yetenekliydi. Bayhan gibi altı saat durmuyorduk, Armağan Çağlayan gibi bir jürimiz de yoktu; bizim jürimiz halktı. Yarışmadan gelmiş olmak bu açıdan benim için güzeldi.”

Son söz ise projelerle ilgili elbette. Şafak Sezer tiyatro, dizi ve sinema projelerinin yanında, “Bekçi Sırrı” projesinin devam etmesini gönülden istiyor ve ekliyor: “Zaten son filmi de öyle bitirdik, öbür reklamda görüşürüz dedik.”

Burak Tezcan

Karda Araç Kullanmak Zordur

Kışın zorlu şartları kendini iyice göstermeye başladı. Kış kar, kar da trafikte yaşanan sorunlar anlamına geliyor. Ancak kışın özellikle lastikleriniz için özel bir anlamı da var

Soğukların kendini iyiden iyiye hissettirdiği bu kış günlerinde, lastiklerinize gerekli bakımı yaptırmanız, hatta daha da önemlisi kış lastikleri kullanmanız, ortaya çıkabilecek birçok soruna daha en başından “dur” demeniz anlamına geliyor.

Isının düşmesiyle birlikte, aracınızda bulunan yaz lastiklerinin desen ve kauçuk yapısı nedeniyle, yeri kavrama yeteneğinde gözle görülür bir azalma olur. Bu nedenle, bu mevsimde kış lastiklerinin kullanılması sürücü ve sürüş güvenliği açısından büyük önem taşır.

İşte Kış Lastiklerini Kullanmanız İçin Altı Önemli Neden:

- Isı 7 derece civarında seyrettiği zaman, yaz lastikleri sertleşmeye başlar. Sertleşen lastik parça koparır ve yeri kavrama yeteneğini kaybeder.
- Kış aylarında kaza yapma riski, yaz aylarına göre altı kat daha fazladır.
- Kış lastikleriyle 50 km/s hızla seyreden bir aracın fren mesafesi 35 metre iken, yaz lastikleriyle bu mesafe 43 metredir.
- Buzlu bir zeminde, 30 km/s ile giden ve kış lastiği

takan bir aracın fren mesafesi 57 metredir. Yaz lastikleri ile bu mesafe 68 metreye kadar uzar.

- Kış lastiklerinin yivlerinin derin olması nedeniyle, karlı ve buzlu yollarda aracınızın çekiş gücü artar.
- Kış lastikleriyle güvenilir bir kavrama ve hızlanma elde edersiniz.

Bunlara da Dikkat

- Karlı ve buzlu zeminde kalkma, durma ve direksiyon hamleleriniz yavaş olmalıdır.
- Normal, karlı veya buzlu yollarda hiçbir şekilde lastiklerinizin havasını düşürmeyin.
- Buzlu alana yaklaşıırken frene aralıklarla basınız. ABS’li araçlarda ise pedala tam basınç uygulayınız.
- Aksamaları kar ve buzlanmaya karşı önlem için kaldırılan cam sileceklerinin ayarları, gece boyunca esebilecek rüzgar nedeniyle bozulabilir. Sileceği kaldırmadan, cam ile arasına çok kalın olmayan karton konulması doğru çözümdür.
- Karda veya buzda hareket etmek için aracınız 1. viteste patinaja neden oluyorsa, daha yavaş kalkış için 2. vitesle kalkışı deneyiniz.



Karda Devrim: Fixtrak

Kış şartlarına ve zorlu yol koşullarına karşı Oltaş, hayatı kolaylaştıracak yeni bir ürünü daha Türk tüketicisinin hizmetine sunuyor. Maggi Group tarafından üretilen Fix-Trak, normal zincirlerin takılmasının sakıncalı olduğu araçlar da dahil olmak üzere her türlü otomobile ve otobüse kolaylıkla uygulanabilen yaratıcı bir çözüm. Günümüzde birçok otomobilde lastik ve gövde arasındaki mesafenin darlığı ve gelişmiş elektronik donanım zincir takılmasını imkânsız veya sakıncalı kılmakta. Fix-Trak, bu tip araçlar başta olmak üzere tüm otomobillere ve otobüslere takılabilen pratik ve güvenli bir sistem.

Çok kolay takılabilen Fix-Trak’la, artık karda zincir takmak konusunda zorluk çeken bayanlar da rahatlıkla karlı ve buzlu zeminde güvenle trafiğe çıkabilecekler.

Pop Müziğin Sevilen İsmi Deniz Seki:

“Koç Topluluğu’nun Hemen Her Ürününü Kullanıyorum”

Gaziantep’te düzenlenen “Anadolu Buluşmaları”nın konuğu pop müziğin ünlü sanatçısı **Deniz Seki** idi. Deniz Seki ile müzik, başarı ve şöhret üzerine konuştuk

İlk albümünü 1997 yılında “Hiç Kimse Değilim” adıyla çıkaran Deniz Seki, bugün Türkiye’nin en beğenilen kadın şarkıcılarından biri. Dördüncü albümü “Aşkların En Güzel”inde 1970’li yılların müziğinden esintiler sunan Deniz Seki’yle, “Anadolu Buluşmaları”nda sahne almak üzere geldiği Gaziantep’te, “Bizden Haberler” için konuştuk...

Müzikte başarılı olmak için yetenek mi, yoksa eğitim mi ön planda olmalı?

Kesinlikle önce yetenek gerekiyor. Çünkü dünyada duygunun ya da yeteneğin altını çizebilecek bir okul yok. Önce sizin yetenekli doğmanız gerekiyor. Ondan sonra yeteneğinizi teknikle besleyip bilgilenmeniz ve bilinçlenmeniz söz konusu. Ama ben herhangi bir müzik eğitimi almadım. Ailem müzikle uğraşmamı çok fazla istemiyordu.

Çok fazla kendi başıma savaş verdim. Konservatuar eğitimi almadım; fakat sonradan kendimi dışarıdan eğittim. Beş yıl şan eğitimi aldım.

Nota ve armoni öğrenmek, enstrüman çalmayı öğrenmek istiyorum ama artık bu saatten sonra onu çok iyi çalarsam öğrenmeliyim. Çünkü besteleri kendim yazıyorum. Bir şeyleri az bilmek beste yapmak açısından beni kısırlaştıracaktır. O yüzden bir enstrüman çalmak en büyük hayallerimden biri ama galiba hayal olarak kalacak. Her şeyden önce gerçekten bu işe aşksanız ve yetenekliyseniz, bu aşkla ömür boyu bu işi yapmayı hedefliyorsanız kimse sizin önünüzde duramaz.

Türkiye müzik açısından geleneksel kaynakları çok fazla olan bir ülke. Sizce pop müzikte bu kaynaklar yeterince değerlendirilebiliyor mu?

Hangi sektörde bu kaynaklar çok fazla değerlendiriliyor da müzikte değerlendirilmiyor? Aslında biz ülke olarak şanslı şanssızlardanız. Kendimle ilgili tabii ki çok ucsuz bucaksız hayallerim var ama Türkiye’de yaşadığımın ve çok şeye ihtiyacım olduğunun da farkındayım. Yani ayaklarım yere basarak hayal kuruyorum. Aynı zamanda geleneksel kaynakları çok fazla olan bir ülkeyiz ama



bunları doğru kullanıyor muyuz? Ya da bu kaynaklardan haberdar mıyız, bunların değerini biliyor muyuz, bunları müziğimize yansıtabiliyor muyuz? Onların yaptığı müziği biz burada allayıp pullayıp farklı bir şekilde onlara sunduğumuzda bizim kaynağımız nerede kalıyor? Yani Türk müziğinin popülaritesi nerede kalıyor? Bunlar çok tartışılması gereken konular.

Türk pop müziği sizce gelişme içinde mi?

Kesinlikle değil. Ciddi bir gerileme söz konusu. Çünkü her sektörde olduğu gibi müzik sektöründe de çok hızlı bir tüketim var. Müzik bir sanat dalı ve ortaya koyduğunuz eserin kalıcı olması için çok başka şeylere ihtiyacınız var. Eğitim düzeyinin çok fazla gelişmiş olduğu bir ülkede müziğinizi yapmaya ihtiyacınız var. Bunlar söz konusu olmadığında siz de o ülkenin profile uygun bir şeyler yapıyorsunuz. Bunlar da çok çabuk tüketiliyor. Tüketilen şeyin kalitesi çok ucuz oluyor. Ucuz olan şeyin amacı satılmış oluyor. O yüzden ciddi bir gerileme var. Çok iyi niyetli bakıyor ve yeni nesle çok güveniyorum.

Koç Topluluğu'nun ürünlerini kullanıyor musunuz?

Koç Topluluğu'nun hemen her ürününü kullanıyorum. Mesela arabamın markası **Ford**. Evimin bütün alışverişini **Migros**'tan yapıyorum. Çocukluğumdan beri evimizde bildim bileli **Arçelik**'ten başka bir ürün kullanılmadığını söyleyebilirim.

Koç Topluluğu'nun sizi en çok etkileyen özelliği nedir?

Birincisi çok istikrarlı olması. Bu kadar büyümelerine rağmen hâlâ aynı heyecan ve şevkle aynı başarıyı sürdürüyor olmaları. Bu herhalde **Vehbi Koç**'un genlerinden kaynaklanıyor diye düşünüyorum. Başta **Rahmi M. Koç** ve **Mustafa V. Koç** olmak üzere bayrağı alan diğer isimler, bu bayrağı o kadar iyi sahiplenmişler ki, bu sanırım uzun yıllar nesilden nesile geçecek bir alışkanlık haline dönüşecek.

Koç, hemen her alanda marka olmuş bir topluluk. Siz de Pop müzikte marka olmuş bir isimsiniz. Sizin başarınızın sırrı nedir?

Birincisi, istikrarlı olmak başarının en temel kuralı. İkincisi başardım deyip köşeye çekilmektense, başarının getirdiği daha fazla çalışma sorumluluğunun bilincinde olmak, başarınıza başarı katmanıza yardımcı oluyor. Herhalde Koç Topluluğu'nun felsefesi de bu olsa gerek. Çok çalışmak. 🌱

BİR KARIŞ DAHA Vatan Toprağı Vermemek İçin TOPRAKLA DAYANIŞMAYA!

1992 yılında kurulmuş olan TEMA Vakfı, ülkemizin çevre konularında en yaygın ve en geniş katılımlı sivil toplum kuruluşu. TEMA 12 yıldır geniş bir gönüllü katılımıyla, toprağı erozyonlardan korumak, verimli kılmak ve yeşil alanlarımızı çoğaltmak için faaliyet gösteriyor. 220 bin üye, 86 noktada 555

TEMA temsilcisi ile; her gün 400 bin kamyon dolusu toprağını kaybeden ülkemizde, bu gidişe dur demek için çalışıyor.

TEMA Vakfı önümüzdeki Mart ayında, çalışmaları ve projeleri için kaynak oluşturmak, yangınlar ve erozyon ile kaybettiğimiz orman ve bitki örtüsünü yeniden yeşertmek için büyük bir "çevre seferberliği"ne imza atmaya hazırlanıyor; "Bir karış daha vatan toprağı kaybetmemek için 1 milyon fidan" kampanyası başlatıyor. 7 Mart 2004 tarihinde ulusal televizyon kanallarının desteğiyle yapılacak özel yayınlarla kamuoyu ve kurumlar kampanyaya katılmaya, bağış yapmaya çağrılacak. 2.5 milyon TL bağış ile hem bir fidan dikimi sağlanmış, hem de Vakfın çalışmaları için destek yaratılmış olunacak. Bireysel bağışların yanı sıra kurumların toplu bağışlarının da çok değerli olacağı kampanya ile Türkiye'nin ilk en geniş katılımlı çevre etkinliği de hayata geçmiş olacak.

Kampanyaya katılmak isteyenler aşağıdaki bankaların çağrı merkezlerini arayarak bağış yapabilecekler. Koçbank da bağışlar için çağrı merkezi hizmeti verecek bankalar arasında. Bir milyon fidanı toprakla buluşturmak, erozyonla yitirdiğimiz verimli topraklarımızda ve yangınla kaybettiğimiz orman alanlarında toprak kaybına dur demek için, TEMA Vakfı herkesi bu seferberliğe katılmaya davet ediyor.



hayata dair



Para Üstü Almayan Var mı?

İstanbul yollarında **minibüs** deyince akla ilk gelen marka **Otokar**. Bu sayımızda da Sabah Gazetesi Otomotiv Editörü **Mete Tansu**, **Bizden Haberler** için **minibüs şoförü kılığına girdi** ve Beşiktaş-Sarıyer hattında **direksiyon** salladı

Her gün yolda yüzlerce insanı taşıyorlar... Ama bir gün minibüsçülük yapacağım aklıma gelmezdi. Ta ki, **Koç Holding**'in kurumsal dergisi Bizden Haberler'den aranana kadar. Teklif çok ilginçti ancak bir o kadar da heyecan vericiydi. Otokar'ın ürettiği minibüslerden biriyle Ayazaga-Beşiktaş hattında minibüsçülük yapacaktım.

Tamam, yıllardır otomobil testleri yapıyoruz, lansmanlara katılıyoruz ama böyle bir deneyimim yoktu. Benim için büyük ve farklı bir test olacaktı. Koyulduk yola.

Dile kolay, minibüsçüler için mesai sabah altıda başlıyor ve gece yarısına kadar sürüyor. Konuk olduğumuz Ayazağa durağında çaylanımızı yudumluyoruz. Şoförler, Minibüsçüler Odası Başkanı, Otokar'ın Servis Koordinatörü, Otokar'dan yöneticilerle birlikte ulaşımdaki sorunları dinliyoruz. Türkiye'de yaşayınca, sorunlar bitmek bilmiyor. "İşler nasıl?" diye sordumuz da, "Şükür işte, geçinip gidiyoruz" cevabını alıyoruz. İşler eskisi gibi olmayınca, hatlar arasında rotasyona başlamışlar. Yani bir hafta Beşiktaş-Ayazağa, bir hafta Beşiktaş-Maslak... Bir anda zil sesiyle irkiliyoruz. Durakta minibüsçülerin bekleme süresi üç dakikayla sınırlandırılmış. Bu zil de "süre tamam" anlamına geliyor. **Vedat Kaptan**, "Haydi müşteri beklemez" diyor ve yola koyuluyoruz.

"Bismillah" Dedik, Çalıştırdık Minibüsü

Açıkça söylemek gerekirse, heyecanlıydım. Minibüs kullanmak, hatta minibüsçülük yapmak, öyle otomobil testlerine benzemiyordu. Önce durağın orada bir tur atmaya karar verdik. Ne de olsa ilk deneyimimiz ve yolcular bize emanet. Çıkarttık ceket, geçtik direksiyonun başına. "Bismillah" dedik, çalıştırdık minibüsü, önce "imdat"ı (minibüsçüler arasında el freni) bıraktık. Vedat Kaptan, "Dikkat, frenleri iyidir ve serttir" uyarısında bulunuyor. Vites ise, bildiğiniz üzere tersten. Yani birinci vites takmak, minibüste üçe geçirmek anlamına geliyor. Neyse ki, hemen kavradık. 1-2 dakikalık turdan sonra durağıma yanaşıp, müşteri beklemeye başladık. Yola çıktığımız saatler 12.00-13.00 arası. Bu saatler arasında fazla yo-



ğunluk olmazmış. "Rızımıza razıyız" dedik. İlk müşterim genç bir bayandı. Levent'e gidiyormuş. Aman bozuk paramız bitmesin. İnsaflı davrandı. 1 milyon lira verdi! (Gideceği yerin ücreti, 800 bin lira.) Derken bir aile, bir de genç arkadaşla birlikte yola çıktık. Tepeden aşağıya doğru bıraktım kendimi. Virajları geniş almak gerekiyor. Frene fazla basıp, müşterimizi rahatsız etmek istemiyorum. Aynaları iyi kontrol etmek gerek. Çünkü, yolcu gördüğünüz anda sağa yanaşmak zorundasınız... Birinci vites, ikinci vites derken havaya girdim. Belirli noktalarda kısa beklemeler yapıp, kornamızı çalışırdık tabii... "Yoldan nasıl yolcu alacağız" diye düşünürken -ekmek parası nasıl almazsın- bir tek müşteriyi yolda bırakmadım! Bazen 5-10 milyon lira para üstü vermek zorunda kalıyordum, ama ne yapalım, iş işte. Maslak ve Levent'te yolcu trafiği bi-



“Eskiden minibüs denince, sonuna kadar sesi açılan arabesk müzik, deri ceket ve tespih sallamak gelirdi. Ancak bakıyorum, artık bu unsurlar pek görülüyor.”



“Minibüste vites, bildiğiniz üzere tersten. Yani birinci vitese takmak, minibüste üçe geçirmek anlamına geliyor. Neyse ki, hemen kavradık.”



“Minibüsçülük babadan oğula geçtikçe, gelenekler de değişiyor. Felsefelerinde değiştirmedikleri tek şey; yolcuyu istediği yere, şartlar ne olursa olsun götürmek.”

hayata dair

raz arttı. “Arkadan para üstü almayan var mı” diye sesleniyorum. Kimseyi atlamamışsınız. Dikiz aynasından yolcuyu kontrol ediyorum, herkes hayatından memnun. Bizi gerçekten minibüs şoförü zannettiler. Yolun belirli bölümlerinde fotoğraf çekilince, işin gerçeği ortaya çıktı. Ama olsun, bizim amacımız istedikleri yere götürmek...

Arabesk Modası Bitti mi?

Vedat Kaptan’a soruyorum. “Eskiden minibüs denince, sonuna kadar sesi açılan arabesk müzik, deri ceket ve tespih sallamak gelirdi. Ancak bakıyorum, artık bu unsurlar pek görülüyor.” Tespitimiz doğruymuş. Artık eskisi gibi öyle Orhan Babalar çalınmıyor. Bir başka deyişle, minibüsçülük babadan oğula geçtikçe, gelenekler de değişiyor. Felsefelerinde değiştirmedikleri tek

şey; yolcuyu istediği yere, şartlar ne olursa olsun götürmek. Bunu İstanbul’u felç eden kar yağışında daha da iyi anladım. Malum kar yağışı nedeniyle bütün yollar kapandı, ancak minibüsçüler “halk hizmetine” devam ettiler. Ana yolların kapalı olduğunu gören şoför arkadaşlar, kestirme yollar bularak İstanbul halkını evlerine taşıdı. Hatta evime gitmeye çalışırken, bir dört çekerli aracın yolda patinaj yaptığını gördüm. Tam o sırada yanından ağızına kadar dolu bir minibüs geçti. “İşte hizmet budur” dedim içimden.

Tam Otokar minibüse, yola, işe ve yolcuya alışmıştık ki, süremiz doldu. Hafif terlemiştik ama minibüsçülüğün de üstesinden gelmiştik. Bana yardımcı olmaya çalışan Vedat Kaptan bizi, ‘Aç kalmazsın Mete bey, sabah saatlerini gel sana vereyim’ esprisiyle uğurladı...



Otokar minibüsüyle yaptığım bu şoförlük tecrübesi, çok ilginçti. Minibüs kullanmanın ve bu işi yapmanın zorluğunu anladım. Hani bazen trafikte “minibüsü üzerimize sürüyor” diyerek sinirleniyoruz. Hataları yok mu? Tabii ki var... Bu önemli tecrübeyle anladım ki, bu iş o kadar da kolay değil. Az para, halk hizmeti. 🙏

Bayram Bitti Lezzeti Hâlâ Sofralarda

Kurban Bayramı denince akla gelenlerin başında bayram sofraları gelir. Bayram ve bayram sonrasında kurulan zengin sofraların baş köşesinde ise et yemekleri bulunur. Başarının sırrı ise püf noktalarında yatıyor

Bayramlar... Büyük bir coşku ve derin duygularla birlikteliğin, paylaşmanın, saygı ve sevginin ön plana çıktığı, küslüklere son verildiği, muhtaçlara yardım ellerinin uzandığı, yaşamın durağanlığına renk getiren günler... Gelenekleri en güçlü olanlardan biri de dini kökenli bayramlardır. Kurban Bayramı pek çok açıdan farklı gelenekleri olan bir bayramdır. Kurban kesiminde de uygulanan bazı gelenekler vardır. Bunların bir kısmı İslam dininin getirdiği şeyler, bir kısmı da uluslara ve bölgelere göre değişen geleneklerdir. Örneğin bazı yörelerimizde kurbanlık koçları yıkama, kınalama ve gelin telleri, kurdellalarla süsleme âdetleri vardır. Bizdeki kurbanlık hayvanları kınalama âdeti Yahudilerde de görülen çok eski bir âdettir. Hayvanları gelin telleri ve kurdellayla süslemek ise Orta Asya'da bazı bölgelerde görülen geleneklerdendir. Kurban etinin üçte biri kesilen evde kalır. Diğer kısımlar komşu, akraba ve fakir insanlara dağıtılır. Kurban Bayramı'na has geleneklerden biri de bayramın ilk gününün sabahı, kurban kesilen evlerde pişirilen kavurmadır. Kavurmayla başlayan "ziyafet" günün ilerleyen saatleriyle birlikte başka başka et yemekleriyle sürer. İlerleyen günler ise etlerin "nasıl saklanması" ve daha sonra da "nasıl tüketilmesi" konusundaki soru işaretleriyle geçer. Kavurma buzdolaplarındaki "kurban etleri" tamamen tükenene dek evlerde pişirilir. Özellikle Kurban Bayramlarında bolca tüketilen kırmızı et; içerdiği yağlar, proteinler, madensel tuzlar ve vitaminler sebebiyle besin değeri fazlasıyla yüksek



olan bir gıdadır. Aynı zamanda kırmızı etin insan sağlığı üzerinde yeni hücreler oluşturarak dokuların yenilenmesini sağlaması nedeniyle olumlu etkileri de bulunmaktadır. Özellikle kış aylarında görülen ve salgın hastalıklara sebep olan mikroplara karşı vücut direncini sağlam tutan kırmızı et, günlük beslenme alışkanlıkları içinde yer edinmiştir. Yemeklerin besin değerini artıran et ya da et suyu, lezzet açısından da farklılıklar yaratması bakımından mutfakların vazgeçilmez besin maddesidir.

Sağlığa Dikkat

Kurban etlerinin saklanması ve pişirilmesi ile ilgili olarak görüştüğümüz Diwan Otel Mutfaklar Koordinatörü **Aybek Şurdum**, kurban etini saklamanın en

doğru yönteminin etleri küçük parçalara ayırmak olduğunu belirtiyor. Şurdum diğer yandan, etlerin kullanılmadan önce en az iki gün dinlendirilmesinin önemli olduğunu belirtiyor. Et böylece hem daha lezzetli bir hal alıyor, hem de daha kolay pişirilebiliyor.

Taze ette dikkat edilecek en önemli unsur ise dış yüzeylerinde yer alan mikroorganizmalar. Ancak bunların dezenfekte edilmesi ise son derece kolay. Yarım litre su ile yarım litre sirke karışımının etin yüzeyine sürülmesi etin dezenfekte edilmesi için yeterli.

Kurban Bayramı, mutfaklarda etin taze ve bol bulunduğu bir bayram. Bu nedenle de Kurban Bayramı'nda yapılan yemeklere daha bir özen gösterilir. Ancak her işte olduğu gibi, yemek konu-

sunda da ustalık Kurban Bayramı'nda daha bir ön plana çıkar. Elbette ilk konu kavurma.

Bayrama Özel Lezzetler

Hem yorucu bir bayram sabahının ardından, hem de ilerleyen günlerde pratik bir yemek olarak yenecek olan kavurmanın lezzetli olması için kimi püf noktaları var. Bu püf noktalarını da Aybek Şurdum'dan öğreniyoruz. Öncelikle kavurma için en uygun bölge but. But parçalarken ise, bazı kuralları takip etmek gerekiyor. Keskin bir bıçakla but kemiği takip edilerek et ikiye yarılr. Daha sonra but çevrilerek kesme işlemine

devam edilir. Elde edilen parçalar çapraz olarak dilimlere ayrılır. Uygun etler, doğru bir biçimde kesildikten sonra sıra pişirmeye geliyor. Kavurmanın püf noktası, ete pişerken kesinlikle su konulmaması gerektiği. Pişerken kendi suyunu salan et, daha sonra kendi yağında kavrulur. Baharatlar, isteğe göre sarımsak ve başka sebzeler de et suyunu saldıktan sonra tencereye konur.

Etleri pamuk gibi yumuşatmak, ilk önce terbiyeden geçiyor. İyi bir terbiye işlemi içinse malzemelerin özenle seçilmesi gerekiyor. Yumuşatma işleminde kullanacağınız ana maddeleri belirledikten sonra, etin içine damak zevkinize hitap

edecek farklı baharatlar ilave ederek lezzetli soslar elde edebilirsiniz.

Örnek olarak bu temel malzemeler, 1 çay bardağı sıvı yağ, 1 tane iri soğanın rendesi, 1 yemek kaşığı yoğurt, karabiber, tuz ve isteğe göre tercih edilebilecek çeşitli baharatlardan oluşabilir. Hazırladığınız bu karışımın içinde 3-4 saat kadar kalan et pişirmeye hazır kıvama gelmiş demektir.

Geride kalan bayram, umarım tüm bu tavsiyelerimize ihtiyaç duyulmadan geçen bir bayram olmuştur. Ancak tüm bu püf noktalarının ötesinde, kararında yemek, sadece bayramın değil, sağlıklı bir yaşamın da önemli püf noktası. 🍷

Divan Oteli'nden Benzersiz Lezzetler

KUZU KAPAMA

Malzemeler:

300 gr kuzu incik, 1/2 litre su, un, 1 adet yumurta, 1 adet havuç, 1 adet kabak, 1 adet soğan, tuz, 1 adet yeşil soğan, zeytinyağı, dereotu, limonsuyu, 1 yaprak paze

Kuzu inciğe sırasıyla soğan, su ve tuz ekleyerek pişmeye bırakın. Pişmesine yakın serçe parmak şeklinde kesilmiş kabak ilave edin. Yeşil soğanı da kabak gibi doğrayarak dereotu ile birlikte inciklere ilave edin. Un, yumurta ve limon suyunu karıştırarak kaynamakta olan yemeğe ilave edin. Bir taşım kaynatın. Kaynamakta olan yemeğin içinden bütün soğanı alın. Pazıları haslayarak içi alınmış bir dilim domates ile inciği pazıya sarıp servise sunun.



KURBAN KAVURMA

Malzemeler:

Kurban etinden 180 gr kuşbaşı, 2 diş sarımsak, tuz, karabiber

Kuzu, but kemiklerinden ayrılarak kuşbaşı olarak doğranır. Tencereye konulan et önce suyunu salar, daha sonra sadece kendi yağı kalır. Bu sırada bütün sarımsak, kekik, tuz ve karabiber konularak, et kendi yağı ile kavrularak yavaş ateşte pişmeye bırakılır. Dilerseniz bu yemeğe güzel bir koku ve lezzet verebilecek kuyruk yağı da ekleyebilirsiniz. İsteğe göre kavurmanın içine küp domates, havuç doğrayabilir ya da bezelye ilave edilebilir.

FIRINDA KUZU BUDU

Malzemeler:

1 bütün kuzu budu, 1/2 su bardağı zeytinyağı, 1 tatlı kaşığı tuz, 1 çay kaşığı toz karabiber

Kuzu budunu fırın tepsisine yerleştirin. Her tarafına yağı, tuzu ve karabiberi ovarak sürün. Önceden 160 dereceye ısıtılmış fırında yaklaşık bir buçuk-iki saat et yumuşayınca kadar pişirin. Arada bir fırını açıp etin tepsie bıraktığı suyunu üstüne kaşıkla gezdirin ve biraz kızarınca fırından çıkartıp bir servis tabağına alın ve yanında iç pilav ile birlikte sofraya getirin.





Kuş Gribine Tuş Olmayın...

Kış aylarıyla birlikte **grip salgınları** yeniden kendinden söz ettirmeye başladı. Art arda yaşanan **salgın** haberleri bu konuda çok daha dikkatli olmanın gereğini ortaya koyuyor. Konu ile ilgili Amerikan Hastanesi doktorlarından Hayri Aydın ile görüştük

Son günlerde gazetelerde yer alan grip ile ilgili haberler iki ayrı salgından bahsediyor. Bunlardan bir tanesi Aralık ayının başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde başlayıp daha sonra Batı Avrupa'ya, derken son günlerde Orta ve Doğu Avrupa'ya gelmiş olan grip salgını. Bu salgında şu sıralarda ilk başladığı yer olan Amerik Birleşik Devletlerinde "aktivite"nin yavaş yavaş azaldığı ancak şu ana kadar 90'ın üzerinde çocuk ölümünün ortaya çıkmış olduğu belirtiliyor. Amerika'daki başlangıcının beklenenden çok erken tarihlerde olması ve birden şiddetlenmesi sebebiyle, son yıllarda beklenen büyük salgın olmasından endişelenilmisti. Ancak şu aşamada bu-

nun geçmiş yıllardaki küçük çaplı salgınların çok önüne geçmeyeceği görülüyor. Bazı uzmanlar bu konuda henüz



Dr. Hayri Aydın / İç Hastalıkları Uzmanı

son sözün söylenmediğini, tekrar bir çıkışın yaşanabileceğini söyleseler de henüz bu yönde bir faaliyet görülüyor ve Amerika'da grip "aktivitesi"nin düştüğü gözlenmiyor. Ancak Ocak ayının son günleri itibarıyla Avrupa'da, özellikle Orta ve Doğu Avrupa'da halihazırda grip sayısında artış ve yayılma gözlemlendi. Yukarıda bahsedilen insanlarda görülen grip türü iken bugünlerde çokça konuşulan diğer bir salgın da tamamen farklı biçimde kuşlardan kümes hayvanlarına, onlardan da insanlara geçmiş olan kuş gribidir. Bu ilk olarak Vietnam'da görüldü ve daha sonra Tayland ve Çin'de de rastlandı. Kümes hayvanlarına baktığımız takdirde de Vietnam, Güney



Kore, Kamboçya ve Japonya'daki kümes hayvanlarında, bu özellikleri taşıyan kuş gribine rastlandı. Kuş gribinin insanlara geçişi ilk 1997 yılında gözlemlendi. Genel olarak vahşi kuşlar bu virüsü hasta olmadan taşıyabilirken, evcil kuşlar ve kümes hayvanları bu gribe yakalanıyor ve hastalık bu kuşlarla ilgilenen insanlara da geçebiliyor. Herhangi bir şekilde işlenmiş kümes hayvanlarından geçmiyor, yani dondurulmuş ya da pişirilmiş kümes hayvanlarını tüketme yoluyla bulaşmıyor. Yalnızca canlı hayvanlar ile bir arada olanların riski altında. Ancak buradaki iki önemli nokta; bu virüsün ölüme daha çok sebebiyet verdiği ve diğer insan tipi virüsler ile karışıp genetik değişikliğe uğrayarak daha yaygın, dünya çapında salgınlara yol açabilme tehlikesinin bulunmasıdır.

Çocuklara Dikkat

Grip virüsü, hastalıklı insanların, virüsün olduğu vücut salgılarına dokunmuş olan elleri ile başka yerlere dokunmaları ve daha sonra burayla temas eden sağlıklı insanların ellerini ağız ve burunlarına götürmeleri ile vücuda girer. Gripten korunmak için özellikle elleri sık sık yıkamalı. Eğer yıkamak mümkün olmuyor ise alkol bazlı dezenfektan, temizleyici maddeler ile temizlemeli. Hastalığı olanların topluluklara karışmaması, özellikle çocukların

okula gönderilmemesi önemli olacaktır. Bu seneki grip aşısı, bu sene Amerika'da başlamış olan salgındaki virüse benziyor ama aynıysa değil. O yüzden grip aşısı olanlar tam koruma elde edemedilerse de bu sene daha hafif geçiriyorlar. Grip aşısı önemli bir korunma aracı olmakla beraber bu sene birçok ülkede kalmadı.

Özellikle grip ve grip komplikasyonlarına açık olan 65 yaş üstündekiler, 65 yaşın üstünde olmayıp ancak kalp-akciğer hastalığı, başka kronik hastalıkları olanlar, hemodializ hastaları, solunum yolu şikâyetleri olan kişilerden uzak durmaya çalışmalıdırlar. Bunun dışında eğer grip olduğu düşünülen birisi ile yakın temasa girecek iseler koruma amaçlı grip antibiyotikleri düşünülmelidir. Bununla ilgili olarak bir doktora müracaat etmeleri, tavsiye almaları gerekecektir.

Grip, influenza virüsünden kaynaklanan bir hastalık olduğu için bildiğimiz antibiyotiklerin bu konuda herhangi bir faydası yoktur. Ancak bütün üst solunum yolu şikâyetleri de grip değildir. Genel olarak grip; ateş, burun akıntısı, boğaz ağrısı, kas ve eklem ağrıları, öksürük, halsizlik gibi şikâyetler verir. Bunların diğer solunum yolu virüsleri

Grip virüsü, hastalıklı insanların, virüsün olduğu vücut salgılarına dokunmuş olan **elleri** ile başka yerlere dokunmaları ve daha sonra burayla **temas eden** sağlıklı insanların ellerini ağız ve burunlarına götürmeleri ile vücuda girer

nin de yarattığı şikâyetler olduğu düşünülecek olursa ayırım yapmak çok kolay değildir. Ancak gripte genellikle bu belirtiler biraz daha ağır seyreder. İnfluenza virüsüne karşı yeni antiviraller geliştirilmiştir. Bunlar özellikle ilk 24-48 saat içinde alındığı zaman etkinlikleri olan, hastalığın daha hafif ve daha kısa sürmesini sağlayan ilaçlardır.

Grip olduğunu düşünen insanların bir an önce bir doktor ile görüşmesi ve bu konuda önerilerini alması uygun olacaktır. Bu arada bol bol C vitamini içeren meyveleri tercih etmek, yine grip önleme konusunda yapabileceklerimiz arasındadır.

Aşı Olmak İyi de...

Grip aşısı bir önceki senenin ilkbahar aylarında aktif olan grip türlerinden hazırlanmakta, bir sonraki sene piyasaya sürülmektedir. Tabii ki çok çeşitli grip virüsü olacağı için her zaman %100 tutması beklenemez. Bu sene de benzerlikleri olmasına rağmen bu seneki virüs ile %100 örtüşmemektedir. Ancak bu sene grip aşısı olanlar gripi daha hafif geçirmektedirler.

Okullarda çocuklar bir arada yaşadığı ve hastalığın çok daha kolay bulaşabileceği düşünülecek olunursa grip salgını daha çabuk yayılabilir. Amerika'da ölümlerle sonuçlanan pediatric vakalarının bir bölümünde kronik hastalıklar varken diğerlerinde böyle bir şeye rastlanmamıştır. Amerika'da yine iki yaşına kadar olan çocuklara grip aşısı önerilmektedir. 2-6 yaş arasında duruma göre doktor kararı ile tavsiye edilmektedir. Çocukların özellikle grip şikâyetleri varsa okula gönderilmemesi, diğer çocukların korunması açısından önemli olacaktır.

Hasta olanların öksürürken veya hapşırırken bir mendile veya yoksa elbisesinin kolunu ağzına götürmesi grip virüslerinin dağılmasını azaltacaktır. Çocukların sık sık ellerini yıkamaları

öğütlenmelidir. Okulun sabun, su ve kâğıt mendilleri çocukların ulaşabilecekleri yerlerde bol miktarda bulundurulmalı. Erişkinler içinde gripten korunma tavsiyeleri aşağı yukarı aynıdır. Sık sık el yıkama, özellikle solunum yolu şikâyetleri olan insanların diğer insanların yanında kâğıt maskeler kullanması veya öksürme, hapşırmada kâğıt mendil kullanması önemli olacaktır. Yine antiviraller (grip antibiyotikleri) korunma amaçlı da kullanılabilir. Özellikle yüksek risk altındaki hastaların yakınlarında grip olguları olduğu zaman, bu yola başvurmak denebilir. 🦠

Bir Cerrahın Anıları Tiyatro Sahnesinde

Tarık Minkari bir tıp profesörü ama, onun için “yaşamın güzelliklerini yakalama profesörü” demek daha uygun olur. Minkari bu kez de anılarının anıldığı “Merhaba Hayat” adlı oyunda Dilek Türker ile birlikte aynı sahneyi paylaşıyor



kültürel vizyon

Tiyatro Ayna-Dilek Türker'in sahnelediği, **Prof. Dr. Tarık Minkari**'nin “**Bir Cerrahın Anıları**” ile “**Anılar, Portreler, Tören**” adlı kitaplarından sahneye uyarlanan “**Merhaba Hayat**” adlı oyun Akatlar Kültür Merkezi'nde perdelerini açtı. Koç Allianz ve Vehbi Koç Vakfı sponsorluğunda, 2004 Nisan'ına kadar sahnelenecek oyunda, Dilek Türker'le birlikte Prof. Dr. Tarık Minkari de rol alıyor. Dilek Türker, “Merhaba Hayat”ı; sevginin, tutkunun, aile bağlarının, insan ilişkilerinde başarının, fedakârlığın, araştırmanın, dostlarla dostça yaşanan yılların; bazen komik, bazen trajik, bazen de ibret verici teatral anlatımı olarak yorumluyor ve ekliyor: “Yaşadığı gibi coşkuyla yazan, yaşadığı gibi duyguyla yazan ve yaşadığı gibi duru yazan Minkari'nin, doktor-hasta, hoca-öğrenci ve anne, baba, kardeş, eş, evlat, koca ilişkilerine getirdiği

bakış ve yaşayışla da örnek insan olmanın ipuçlarını verdiği yazılarının oyunlaştırılmasından büyük haz aldık. Oyunun seyrinde de bizde yarattığı gibi büyük bir haz yaratacağına inanıyoruz.”

Dilek Türker: **Tiyatroya Adanan Bir Yaşam**

Dilek Türker, 1965 yılında İstanbul Şehir Tiyatroları'nda başladığı oyunculuğunu uzun yıllar Almanya'da sürdürdü. 1990'da, Türk yazarlarının oyunlarını sergileyerek, Türk tiyatrosuna yazarlar kazandırmayı, geleneksel motifleri uygulayarak tiyatroya yeni açılım, doğru ve yalın Türkçe'yi özendirerek de Türk diline katkı sağlamak amacıyla Tiyatro Ayna'yı kuran Dilek Türker, tiyatro se-

rüvenine Türkiye'de devam etti. Tiyatro Ayna, tiyatronun yalnızca güldürmek ya da yalnızca düşündürmek olmadığını, sanatın muhalefet etmek olduğunu savunan, cesur oyunlara sahne oldu. Tiyatro Ayna-Dilek Türker'in yeni oyunu “Merhaba Hayat”, 55 yıllık cerrah Prof. Dr. Tank Minkari'nin “Bir Cerrahın Anıları” ve “Anılar, Portreler, Tarih” adlı kitaplarından **Tunca Aykut** tarafından oyunlaştırıldı. Dramaturjisini ve yönetmenliğini **Mahmut Gökğöz**'ün üstlendiği oyunun dekorunu **Osman Şengezer**, müziklerini **Nurettin Özsuca**, ışığını **Yüksel Aymaz** yaptı. Yönetmen yardımcılıklarını ise **Zeyno Üstünişik**, **Sinem Koyun** ve **Muzaffer Aksoy** üstlendi. Oyuna karikatür sanatçısı **Semih Poroy** ile fotoğraf sanatçısı **Ersin Alok** da gönüllü olarak katkıda bulundu. Afişleri Semih Poroy yaparken, fotoğraflarını da Ersin Alok çekti. 

Damdaki Mizahçı

Cihan Demirci

Sahi, nerde o eski bayramlar?

Damdaki Mizahçı'nız, damdaki aylık yerini aldı ve dam üzerinden hayata "zumlanmaya" başladı. Bir Kurban Bayramı daha şu an karşımızda kurbanlık koyun gibi duruyor sevgili dostlar. **"Hayat Sorar İnsana"** başlığı altında yıllardır, gözden ve sözden kaçmış küçük hayat soruları sorup duruyorum. Bunlardan bir tanesi de "bayramlar"la ilgili.

Sorum şöyle...

Hayat sorar insana: Her bayram ağzımıza sakız olmuş bir cümle kullanıyoruz: "Nerede o eski bayramlar?" Oysa değişen bayramlar mı, yoksa insanlar mı? O halde bu cümlenin de doğrusunun; "Nerede o eski insanlar?" olması gerekmez mi?

Bence bayramlar değil, aslında insanlar değişiyor ve o yüzden de bize bayramlar değişiyor gibi geliyor. Örneğin bundan 25-30 yıl önce bayramlar sadece "Tatile çıkma fırsatı" olarak algılanmazdı. Henüz dokuz günlük tatiller keşfedilmemişti çünkü. Şimdilerde bayram tatiline çıkanlar eğer karayolundan tatile çıkacaksa, bayram öncesinde helalleşerek ayrılıyorlar artık evlerinden. Dünyanın hangi bir ülkesinde bayramlar "Trafik kazası" rekorları kırılarak geçiriliyor, şimdilik bilemiyoruz!

Bayram Harçlığında Bol Sıfırlı Son Bayram!

Bayramlarda çocuklara verilen harçlıklar bir zamanlar çok ama çok önemliydi. Şahsen ben, ailemdeki akrabaları bana bayramlarda verdikleri harçlıklara göre değerlendirir, el öpme sırasını ona göre ayarlardım, çocukluk işte! En iyi harçlığı teyzem verdiği için onun elini öpmek ayrı bir keyif verirdi doğrusu. Teyzemin en önemli özelliği hiç katlanmamış, bankadan yeni çıkmış banknotlar vermesiydi. Ondan o zamanlar aldığım 20 liralıkları, 10 liralıkları ben de katlamaya kıyamaz, tıpkı kurutulmuş bir gülü koyar gibi defterlerimin, kitaplarımın arasına koyardım. Sonra unu-



turdum orda, ama bir süre sonra o parayı bulmak çok daha keyifli olurdu hani...

Bakın bu bayramın çok önemli bir özelliği var, eğer söylendiği gibi önümüzdeki yıl paramızdan altı sıfır atılmış olacaksa, bu ne demektir; şu demektir: Bu bayram çocukların bol sıfırlı harçlık alacağı son bayram! Bu bayram 20 milyon vereceğiniz bir çocuğa gelecek yıl 20 lira vermiş olacaksınız. Bu durum sizin için iyi olabilir ama ya o parayı alıp suratını buruşturacak çocuk için durum ne olacak? Zira gelecek yıl atılacak altı sıfır sayesinde 50 milyon, 50 lira haline gelecek ve o yüzden 50 milyon harçlık alan bir çocuğun bile yüzü büyük bir olasılıkla ekşiycek.

Bayramlık "El" Çeşitlerimize Buyrun!

Bayram deyince tabii ki insanın aklına el öpme, el sıkma, bayramlaşma geliyor... Bizler milletçe el sıkışmayı çok ama çok severiz. Ama bugüne dek el sıkmanın ardında neler yattığını, el sıkışan insanların ne tür tiplere sahip olduklarını hiç düşündük mü acaba? Merak etmeyin, bunlar hepiniz adına düşünölmüştür. Şimdi gelin "el sıkma"

üzerine ne türlü insan tiplerleri varmış birlikte görelim:

- İnsan vardır, sıktığı eli kirletir...
- İnsan vardır, sıktığı eli terletir...
- İnsan vardır, elinizi sıktı mı, "Parmaklarım hâlâ tamam mı?" diye sayma gereği duyarsınız...
- İnsan vardır, elinizi mi sıkıyor, ateşinize mi bakıyor, anlayamazsınız...
- İnsan vardır, elinizi sıkarken, bir bilek güreşi antrenmanını da aradan çıkarıyor sanırsınız...
- İnsan vardır, dostça el sıkarken, düşmanca acıtır...
- İnsan vardır, yalnız elinizi değil, canınızı da sıkır...
- İnsan vardır, elinizi sıkır ama gönlünüzü ferahlatır...
- İnsan vardır, elinizi öyle bir sıkır ki eliniz anında dara düşer!..
- İnsan vardır, sıktığı eli bırakmaz, sarıp da yanında götürmek ister...
- İnsan vardır, her sıktığı elden mutlaka bir sıkma karşılığı bekler...
- İnsan vardır, her elini sıkmanın önünde iki büküm emekler...
- İnsan vardır, elinizi içtenlikle sıkıyorsa, elini yüreğinden uzatmıyorsa, başta vardır demiştik ama o insan aslında yoktur!..