BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Nisan 2005 Sayı 325

Otomotiv sektöründe dev işbirliği

Tofaş, Fiat ve PSA Peugeot Citroën ortak yatırım için el sıkıştı

Koç

İçindekiler

Küresel Vizyon 4

• Fiat, Tofaş ve PSA Peugeot Citroën ortak yatırım için el sıkıştı
• Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı Topluluğun yurtdışı ile ilgili stratejilerini anlattı
• Koç Topluluğu, Çanakkale Savaşları'nda önemli bir yeri olan Seddülbahir Kalesi'nin onarımı ve müze haline getirilmesi projesine imza attı
• DemirDöküm, artan talebi yeni yatırımlarla karşılayacak
• Avrupa'nın ikinci büyük televizyon üreticisi Beko Elektronik hedef büyüttü
• Migros müşterilerini "Kasasız Alışveriş'le tanıştırıyor"

Ayın Gündemi 20

• KoçAilem Programı Koç çalışanlarını tek çatı altında topluyor
• Sevgi Gönül, "Sanat Gecesi" ile anıldı
• Kavacık Tepesi'nde bir Türk bayrağı dalgalanıyor

Hayata Dair 28

• Koç-Yönder 10 yaşında. Koç-Yönder Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Uluğ ile yaptıkları çalışmaları ve geleceğe dair planlarını konuştuk

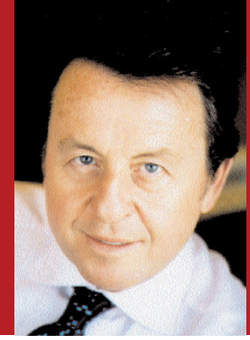
İçimizden Biri 32

** Emine Alangoya ile çalışma yaşamı ve kadınlık üzerine sohbet*

Sosyal Sorumluluk 34

• Aygaz'dan Hatıra-i Uhuvvet: Portre Fotoğrafların Cazibesi
• Otokoç'un Toplum Ekibi çocuklar için çalışıyor

Yeni bir misyon: Hedef Avrupa



Koç Topluluğu olarak bundan kısa bir süre önce gözümüzü Avrupa'ya diktiğimizi ve "Avrupa'nın her hanesinde bir Koç ürünü olacak" şeklinde yeni bir misyon oluşturduğumuzu bu sayfalarda sizlerle paylaşmıştık. Bu yeni misyonumuz, yeni bir sürecin de başlangıcı anlamına geliyor. CEO'muz **Bülend Özaydınlı** ile gerçekleştirdiğimiz söyleşimizde, bu misyonu enine boyuna masaya yatırma olanağı bulduk. Kuşku yok ki, Koç Topluluğu'nun yurtdışı faaliyetlerindeki bu gelişme, ülkemiz iharacatına da büyük katkı sağlayacaktır. Stratejik planımız çerçevesinde, çalışmalarımız Koç Topluluğu'nun küresel rekabet gücünü artırmak yönünde olacak. Rakamlar son altı yılda nereden nereye geldiğimizi çok açık bir biçimde ortaya koyuyor. 1999 yılında 1 milyar 174 milyon euro olarak gerçekleşen yurtdışı gelirlerimiz, 2004 yılında tam 6 milyar 32 milyon euro'ya ulaşmış. Bu neredeyse altı katı bir büyümeye işaret ediyor. Elbette bu, Koç Topluluğu için yeterli değil. Gözümüzü Avrupa'ya diktiğimiz bu süreçte, gerek yurtdışı gelirlerde, gerekse ihracatta artış kaçınılmaz olacaktır.

Tofaş, devlerin üretim üssü oldu

Bugüne kadar yabancı ortaklıkları ve işbirlikleri ile de başarılı işlere imza atmış olan Topluluğumuz, 31 Mart'ta **Çırağan Sarayı**'nda büyük bir anlaşmaya imza attı. Otomotiv Grubu şirketlerimizden **Tofaş**, sektörünün önemli oyuncularından **Fiat** ve **PSA Peugeot Citroen** ile gerçekleştirdiği önemli işbirliğini bir basın toplantısıyla kamuoyuna duyurdu. Yapılan anlaşma çerçevesinde Türkiye'de 350 milyon euro'luk yatırımla, 2007 yılında **"Minicargo"** ismi verilen hafif ticari aracın üretimine başlanacak. Sekiz yıl içinde yaklaşık 1 milyon araç üretilecek ve yılda 1 milyar dolar dolayında ihracat geliri sağlanacak. Büyük bir sıkıntı olmaya devam eden işsizlik sorununun çözümünde büyük önem taşıyacağına inandığımız bu anlaşmanın ülkemiz için hayırlı olmasını diliyorum.

50 yıllık gurur

Avrupa'nın ilk beyaz eşya üreticilerinden biri olan Arçelik, bu yıl 50. yılını kutluyor. Gerek ihracatıyla, gerekse Ar-Ge çalışmalarıyla hem Koç Topluluğu'nun hem de sektörünün lokomotif firmalarından olan Arçelik'in son yıllarda belki de öne çıkan en önemli özelliklerinin başında teknoloji üretmesi geliyor. Stratejik bir kararla birkaç yıl önce bütün yabancı lisanslarını bırakan Arçelik, bugün Türk sanayiinin araştırma ve geliştirmede geldiği noktanın bir göstergesi. Yurtdışında alınan ödüller ve ulaşılan satış rakamları bu başarıyı destekliyor.

Kültürel mirasımıza saygı

Kültürel alanda yapılan çalışmalar Koç Topluluğu için her zaman büyük önem taşıyor. Gerek Koç Holding'in, gerekse Topluluk şirketlerinin bu alanda yıllardır yaptıkları çalışmalar, "Tüketiciye en yakın Topluluk" olma misyonumuzun da bir uzantısı aslında. 18 Mart'ta imzalanan bir proje bu konuda atılan yeni ve çok önemli bir adımın müjdecisi. Koç Topluluğu, Seddülbahir Kalesi'nin onarımı projesini üstlenerek tarih ve kültür bilincinin altını bir kez daha çizmiş oldu. Başbakan **Recep Tayyip Erdoğan**, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Çevre ve Orman Bakanı **Osman Pepe,** Milli Eğitim Bakanı **Hüseyin Çelik**, Devlet Bakanı **Beşir Atalay**, Başbakan ve bakan eşlerinin katıldıkları törende atılan imzalarla onbinlerce şehidimizi de bir kez daha saygıyla andık.

Hasan Bengü
Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı

BİZDEN HABERLER
KOÇ HOLDİNG A.Ş.
AYLIK YAYIN ORGANI
Yönetim Yeri: Bizden Haberler
Nakkaştepe, Azizbey Sok. No: 1
81207 Kuzguncuk-İstanbul
Tel: (0 216) 531 03 86 **Faks:** (0 216) 343 15 37
Internet: http://www.koc.com.tr
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr
Yayın Türü: Yerel Süreli
Nisan 2005 Sayı: 325

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına F. Bülend Özaydınlı
Genel Yayın Yönetmeni: Hasan Bengü
Sorumlu Yönetmen: Fatma Nur Halil
Editör: Feride Cem **Sanat Yönetmeni:** Nilay Çınar
Yayın Kurulu: Şeref Oğuz, Ali Boratav, Şeniz Akan, Ülkü S. Osmanoğlu, Arın Dörtok, Kadriye Çalışkan
Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve İletişim Hizmetleri Ltd. Şti. Tel: (0 212) 337 51 99
Renk Ayrımı ve Baskı: Çali Grafik Matbaacılık A.Ş. Dereboyu Cad. Özgür Sok. Çali Binası Halkalı-İstanbul
Tel: (0 212) 696 52 27 (pbx)

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Tofaş otomotiv devlerinin üretim üssü oldu

Soldan sağa: Fiat'ın CEO'su Sergio Marchionne, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Tofaş CEO'su Diego Avesani ve PSA Peugeot Citroën CEO'su Jean Martin Folz Çırağan Sarayı'nda yapılan ortak üretim anlaşması imza töreni sonrasında el sıkıştılar.

Dünyanın önde gelen otomotiv şirketlerinden Fiat, PSA Peugeot Citroën ve Tofaş'tan dev işbirliği. Yapılan anlaşma çerçevesinde, Türkiye'de 350 milyon euro'luk yatırımla, 8 yılda 1 milyon adet "Minicargo" adı verilen yeni bir ticari araç üretilecek

Fiat, PSA Peugeot Citroën ve Tofaş, yeni bir hafif ticari araç geliştirilmesi ve üretilmesi konusunda 31 Mart'ta Çırağan Sarayı'nda işbirliği anlaşması imzaladılar.

Yerli ve yabancı birçok basın mensubu tarafından izlenen imza törenine Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Koç Holding CEO'su **Bülend Özaydınlı**, Tofaş CEO'su **Diego Avesani**, Fiat'ın CEO'su **Sergio Marchionne**, Fiat Başkan Yardımcısı **John Elkann** ve PSA Peugeot Citroën CEO'su **Jean Martin Folz** katıldı.

"Minicargo" adıyla lanse edilen yeni aracın 2008 yılında satışa sunulması planlanıyor. Ar-Ge ve üretime başlangıç maliyetleri dahil olmak üzere toplam yatırımın 350 milyon euro dolayında olacağı öngörülüyor. Projenin hedefi, modern, dayanıklı, ilgi çekici, kompakt, ekonomik ve çok amaçlı bir hafif ticari araç tasarlamak olarak açıklandı. Bu yeni model ile, Avrupa hafif ticari araç pazarında beklenen büyümeye proaktif davranılarak; müşteri beklentilerine cevap verilecek. Yeni bir platform üzerinde yapılacak geliştirme ve üretimden tamamıyla Tofaş sorumlu olacak; bu aşamada PSA Peugout Citroën ve Fiat'ın aktif destekleri alınacak. Yılda 135 bin adet üritilecek yeni hafif ticari aracın, üçte ikisi PSA Peugeot Citroën, üçte biri Tofaş ihtiyacı dahil Fiat tarafından kullanılacak.

"Tofaş için dönüm noktası oldu"

Ortak üretim anlaşması imza töreninde ilk sözü Tofaş CEO'su Diego Avesani aldı. Avesani, konuşmasının başında "Fiat, PSA Peugeot Citroën ve Tofaş arasında imzalanan ortak üretim anlaşması Türk otomotiv endüstrisinin ulaşmış olduğu yüksek standart ve kalitenin bir göstergesidir" diyerek sözlerine şöyle devam etti: "Çok büyük başarılar getirmiş olan Doblò projesi sayesinde, 2000'den itibaren farklı bir seviyeye ulaşmış olan Tofaş, bugün Fiat'ın en önemli fabrikalarından biri haline gelmiştir. Bugün Tofaş'ın tarihinde önemli bir dönüm noktasıdır. "Minicargo"yu ömrü boyunca 1 milyon adetten fazla üretmeyi planlamaktayız. Bu üretimin yüzde 95'ini ihraç edecek olan Tofaş, böylece Türkiye'nin lider ihracatçısı konumuna gelecektir. "Minicorgo"nun üretimine 2007'nin son çeyreğinde başlanması planlanıyor."

"Bu ilişki bizi gururlandırıyor"

Fiat'ın CEO'su Sergio Marchionne ise, konuşmasında taraflar arasında süren güçlü işbirliğine dikkat çekti: "Bu buluşma uzun bir sürecin sonudur ve önemli sonuçları paylaşmak üzere burada buluştuk. İlk olarak Fiat, PSA Peugeot Citroën, Tofaş ve Koç Holding arasında yaşanan bu büyük işbirliği aynı zamanda Türkiye'nin endüstrisine, uzmanlığına duyduğumuz güvenin de bir göstergesidir. Biz Fiat Auto olarak, Türkiye'yi ve buradaki otomotiv pazarını bizim yerli pazarımızın entegre bir uzantısı olarak görüyoruz. Türkiye'de Fiat marka araçların satılmaya başlaması geçen yüzyıla kadar dayanıyor. Bu ilişki bizi mutlu ediyor ve gururlandırıyor. Koç Topluluğu ile birlikte Türk otomotiv endüstrisine yön verdiğimizi ve teknolojisinin gelişmesinde büyük rol oynadığımızı düşünüyoruz.

Farklı kültürlerin değerlerinden faydalanarak ve farklılıklara saygı duyarak global otomotiv pazarının rekabetçi ortamında söz sahibi olmayı planlıyoruz."

"Globalleşmenin tehditlerine karşı bir aradayız"

PSA Peugeot Citroën CEO'su Jean Martin Folz ise global rekabet ortamında bu işbirliğinin önemine dikkat çekti: "Fiat ve Tofaş'la gerçekleştirdiğimiz bu işbirliği stratjik planlamalarımıza uygundur. Öte yandan bu işbirliği amacımız değil, uluslararası büyüme stratejimizin önemli bir aracıdır. Değişen ihtiyaç ve talepler doğrultusunda sadece yeni modellerin üretimine gitmiyoruz. Ayrıca kaynakları ve uzmanlıkları ortaklaşa kullanabileceğimiz ortaklar arayışına da yöneliyoruz. Fiat ve Tofaş arasındaki işbirliğine üçüncü olarak girdik Çünkü ortak bir ürün vizyonu, ortak bir ajanda, karşılıklı anlayış ve güveni yakalayabildik. Yeni ticari aracımızla, globalleşme ile birlikte gelen yeni ihtiyaçları ve kent yaşamının gereklerini karşılayabileceğimizi düşünüyoruz."

Mustafa V. Koç

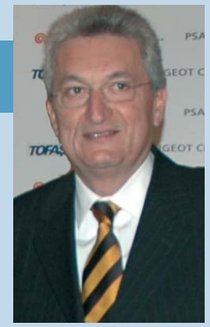
"Global ortaklarımız için üretim üssü olduk"

Toplantının son konuşmasını Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç yaptı. "PSA Peugout Citroën, Fiat ve Koç Grubu gibi değerli şirketleri bir araya getiren yatırım projesi tanıtım toplantısında bulunmak benim için önemli bir ayrıcalıktır" diyen Mustafa V. Koç sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu yatırım Koç Grubu'nun Türkiye'ye olan inancını ve Türkiye'nin geleceğine olan güvenini göstermektedir. Uluslararası ortaklarımızın Türkiye'ye olan güveninin, burada yatırım imkânı arayan diğer yabancı yatırımcıları da olumlu yönde etkileyeceğine eminim. Minicargo projesi, Türkiye'nin uluslararası pazarlardaki üretim merkezi rolünü pekiştirecek. Son 10 yılda, Türkiye'nin toplam otomotiv ihracatı 10 mislinden fazla artarak 800 milyon dolardan 2004 yılında 10 milyar dolara ulaştı.

Tofaş, global ortağı için üretim üssü olmayı başaran ilk yerli üretici firma kimliğine sahiptir. 2000 yılında Doblò ihracatının başlaması ile Tofaş, Türkiye'nin ihracat şampiyonu unvanına sahip oldu ve bu diğer yerli üreticilerin yolunu açtı. Tofaş, Türk otomotiv sektörünün gelişimini 1968 yılından beri şekillendirmektedir. Tofaş'ın liderliği, Türkiye'nin üretim üssü olması yolunda atılmış ilk adımdır ve "Minicargo" projesi bunu daha ileri götürecektir. Tofaş, iki büyük global oyuncunun ortak aracını üretecek ilk şirket olacaktır. Avrupa'da üç farklı marka altında satılacak olan "Minicargo" projesine **Tofaş 350 milyon euro yatırım yapacak; sekiz yıl boyunca 1 milyon araç üretilecek ve 1 milyar dolar dolayında ihracat geliri sağlanacak."**

Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı:

"Bu anlaşma Türk otomotiv sektörü için de bir dönüm noktası"



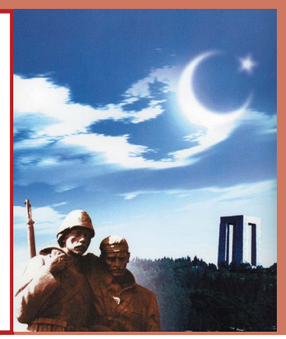
"Avrupa'nın lider şirketlerinden biri olmak istiyoruz" demek için bunun altını mutlaka doldurmak gerekiyor. Bu projeyle birlikte Tofaş kanalıyla yurtdışı pazarlarda ciddi oranda bir ciro hacmi elde edeceğiz. Bu yaklaşık sekiz yılda 7 milyar euro'luk bir satış hacmidir. Diğer yandan bu yatırım yepyeni bir segment yaratıyor. Böyle bir segment dünyada yok. Bu nedenle bu yatırım Türk otomotiv sektörü için de büyük önem taşıyor. Bu yatırım ile Koç Topluluğu'nun otomotiv alanındaki liderliği daha da güçlenecek. Evvelki yıllardaki rakamlara baktığımızda, Koç Topluluğu'nun toplam Türkiye otomotiv ihracatındaki payının yüzde 44 olduğunu görüyoruz. Bu gerçekten çok büyük bir oran. Hemen hemen Türkiye otomotiv ihracatının yarısına eşit; bu bir başarı. Yeni projeyle birlikte bu oran daha da artacak. Ama umarım oran bu miktarlarda kalır. Diğer Türk şirketlerinin de yeni yatırımlar yapmaları ve yurtdışına açılarak, ihracat gelirlerini artırmaları en büyük dileğimizdir.

Seddülbahir Kalesi'nin çehresini değiştireceğiz

Koç Topluluğu, Çanakkale Savaşlarında önemli yeri olan Seddülbahir Kalesi'nin röleve, restitüsyon ve restorasyon projelerinin yapım anlaşmasına imza attı. Kültürel mirasın korunmasına büyük katkıda bulunacak projenin imza töreni 18 Mart'ta Çanakkale'de yapıldı

Seddülbahir Kalesi Hakkında

Farklı tarihi dönemlerden farklı tarihi değerleri içeren Seddülbahir Kalesi, 1659'da IV. Mehmet döneminde, Frenk Ahmet Paşa tarafından Mimar Mustafa Ağa'ya yaptırılmıştır. Bugün 1973 yılında milli park ilan edilen Gelibolu Yarımadası'nda yer alan ve Gelibolu Barış Projesi kapsamında onarılmasına karar verilen tarihi ve lojistik açıdan en önemli yapılardan biridir. Kalenin içinde bulunduğu coğrafi bölge olan Gelibolu, antikçağdan Osmanlı'ya, Çanakkale Savaşları'ndaki önemli rolü nedeni ile Türk tarihine yön vermiş, stratejik öneme sahip olan bir alandır. Seddülbahir Kalesi ve Gelibolu Milli Parkı, dünya tarihinde oynadığı rol ile savaşın ve barışın kesiştiği coğrafyadaki mihenk taşları olarak adlandırılabilir. Tarihi yolculuğu boyunca çeşitli ulusların mücadelesine ve savaşlarına tanık olan kale, onarımının ardından Gelibolu Milli Parkı'nın "barış" noktalarından biri olacaktır.



Koç Topluluğu, Çanakkale Savaşlarının 90. yılında savaşta hayatını kaybeden onbinlerce şehidimizi de anmış olacak.

90 yıl sonra yurda dönen bayrak Rahmi M. Koç Müzesi'nde

Çanakkale Savaşı'nda Avustralyalı bir subay tarafından ele geçirilmiş olan Türk Bayrağı 90 yıl sonra tekrar yurda döndü. Rahmi M. Koç Müzesi'nde Onur Akmanlar'ın "Çanakkale 1915-2005" sergisi ile birlikte sergilenen bayrak, yoğun istek üzerine 14 Nisan'a kadar Rahmi M. Kooç Müzesi'nde olacak. Varlığımızı ve dünya tarihini etkileyen harplerin anılması, araştırılması, bu konudaki çalışmaların desteklenmesi, gelecek nesillere aktarılması amacıyla konuya meraklı araştırmacılar tarafından 2004'te kurulan Harp Tarihi Araştırma Grubu kurucularından Necmettin Özçelik'in girişimleri ile yurda dönen bağrağı Rahmi M. Koç Müzesi Kayıkhane Bölümü'nde görebilirsiniz.

Tarihi ve kültürel değerlere sahip çıkıp gelecek kuşaklara aktarmayı sosyal sorumluluklarının en önemli parçası olarak gören Koç Topluluğu, Çanakkale Zaferi'nin 90'ıncı yıldönümüne rastlayan önemli günde imzaladığı Seddülbahir Kalesi'nin onarımı projesi ile uluslararası öneme sahip Gelibolu Yarımadası'nda tarihin korunmasına katkıda bulunacak. Uzun Devreli Gelişim Projesi (UDGP) çerçevesinde restore edilecek olan kale, deniz müzesi haline getirilecek.

İmzalar 18 Mart'ta atıldı

Koç Topluluğu, 18 Mart'ta Çanakkale Zaferi'nin kutlandığı günde bu büyük projeye imza attı. Başbakan **Recep Tayyip Erdoğan**, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**, Çevre ve Orman Bakanı **Osman Pepe** ve Devlet Bakanı **Beşir Atalay**'ın katıldığı imza töreninde Çanakkale'nin, Seddülbahir Kalesi'nin ve projenin önemi vurgulandı.

Kilye Koyu Ana Tanıtım Merkezi'nde yapılan törene, Avustralya'nın Ankara Büyükelçisi **Jean Dunn**, Başbakan ve bakan eşleri, Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı Hasan Bengü, Koç Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. **Attila Aşkar**, Vehbi Koç Vakfı Genel Müdürü **Erdal Yıldırım** ve kutlamalar nedeniyle bölgede bulunan davetliler katıldı. Tören, Çevre ve Orman Bakanı Osman Pepe'nin yaptığı konuşma ile başladı.

Bakan Pepe konuşmasında, proje için atılan imzanın, ülke, millet ve dünya tarihi açısından önemli olayların yaşandığı, zaferlerin kazanıldığı Çanakkale'de, 90'ıncı yıl kutlamaları çerçevesinde gerçekleşmesinin ayrı bir önem taşıdığını söyledi. Pepe, konuşmasına şöyle devam etti: "Böylesine önemli bir tarihi mirası korumak ve yaşatmak adına projenin gerçekleşmesine katkıda bulunan Koç Topluluğu'na teşekkür ediyoruz.

Çanakkale kara savaşlarında bilhassa Seddülbahir Savaşları, bu büyük milletin emsali görülmemiş fedakârlık ve cesaretle, çelik göğüslerini vatan müdafaası için siper ettikleri savaşlardır. 10 binlerce vatan evladı bu savaşlarda şehit düşmüştür.

O zamanlardan bugünlere kalan tarihi mirası korumak bir görevdir. Seddülbahir Kalesi'nin restore edilmesini ve Barış Parkı Forumu ile Çanakkale Deniz Muharebeleri Tanıtım Merkezi olarak yeniden düzenlenmesini öngören proje de bu anlamda büyük önem taşımaktadır."

Başbakandan teşekkür

Osman Pepe'nin konuşmasının ardından kürsüye çıkan Başbakan Recep Tayyip Erdoğan da, Gelibolu Yarımadası'nı tarihi öneminden dolayı açık ve kapalı bir müze haline getirmenin bir vazife olduğunu belirtti.

Projenin "devlet-millet el ele" anlayışı ile gerçekleşiyor olmasının, hızlı bir şekilde tamamlanması açısından faydalı olduğunu kaydeden Başbakan Erdoğan, "Rahmetli Vehbi Koç da bu tür işlerden hoşlanırdı. İnanıyorum ki şimdi de çocukları, torunları bu projeyi gerçekleştirmek için ellerinden geleni yapacaktır" diye konuştu.

Tarihi yaşamanın yanı sıra yeni nesillere ve kuşaklara yaşatmanın da çok önemli olduğuna dikkat çeken Erdoğan, ayrıca projede emeği geçecek olanlara ve proje hazırlanmasını üstlenen Vehbi Koç Vakfı'na teşekkür etti.

Başbakan Erdoğan'ın ardından söz alan Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç da, Çanakkale Savaşlarında kanlı çatışmalara sahne olan Seddülbahir Kalesi ve Çıkarma Kumsalı'nın Koç Topluluğu ve Çevre ve Orman Bakanlığı'nın işbirliği ile restore edilerek bir an önce hayata geçirileceğini belirtti.

Kale barış anıtı olacak

Ön çalışmaları Vehbi Koç Vakfı tarafından gerçekleştirilecek olan proje ile Seddülbahir Kalesi Deniz Muharebeleri Tanıtım Merkezi olarak yenilenecek. Mustafa V. Koç, savaş ve savunma için inşa edilen kalenin, projenin gerçekleşmesinin ardından barışa hizmet edeceğini kaydetti.

Koç, Türkiye'nin tarihi ve kültürel mirasına ve değerlerine sahip çıkmayı bir sosyal sorumluluk anlayışı içinde değerlendirdiklerini belirterek, "Çorbada bizim de tuzumuz olsun istedik" dedi. Projenin gerçekleşmesi için Vehbi Koç Vakfı'na fırsat verdikleri için Başbakan Erdoğan'a ve Çevre ve Orman Bakanı Pepe'ye teşekkür eden Mustafa V. Koç, "Bu ülkeye yararlı olmak ve sosyal sorumluluklarımızı yerine getirmek Topluluğumuzun en önemli prensipleri arasında yer alıyor. Projenin gerçekleşmesine katkıda bulunmak bize gurur veriyor. Bizim gibi zengin tarihe sahip bir ülke, bu tarihin yaşandığı her karış toprağa sahip çıkmak zorundadır. Ülke olarak modernleşip gelişirken dünü unutmamak, acı deneyimleri gelecek kuşaklara taşımak zorundayız. Aksi takdirde hem geçmişte yapılan müthiş fedakârlıklar hem de bu acı deneyimler unutulur. Bir toplum için en büyük tehlike de budur" diye konuştu.

Bu topraklarda kanlarını dökmekten çekinmeyen on binlerce kahramanın, ülkenin kaderini değiştirdiğini söyleyen Koç, savaşlardan alınacak en büyük dersin barış olduğunu belirterek sözlerine şöyle devam etti: "Türk ulusu bu dersi almıştır. Cumhuriyetimizin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk'ün dile getirdiği 'yurtta sulh cihanda sulh' yaklaşımı bugün ülkemizin uluslararası toplum içindeki duruşunu belirlemektedir. Seddülbahir Kalesi'ni projemizi en kısa sürede tamamlama umudu ile herkese teşekkür ederim ve son olarak Çanakkale Savaşlarında bulunmuş bütün kahramanların anısı önünde saygıyla eğiliyorum ve hepsine Allah'tan rahmet diliyorum."

Arçelik ARTI 50 YIL yaşında!

50'nci yılını kutlayan sanayi devi Arçelik, yarım yüzyıla vurgu yapan "artı 50 yıl" sloganı ve logosuyla başarılarla dolu...

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve Arçelik Genel Müdürü Aka Gündüz Özdemir, 50. kuruluş yıldönümü toplantısında Arçelik'in geldiği noktayı ve hedeflerini anlattılar.

Avrupa'nın ilk beş beyaz eşya üreticisinden biri olan Arçelik A.Ş., 50'inci kuruluş yıldönümünü geçtiğimiz ay Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlediği basın toplantısı ile kutladı. Arçelik'in vizyonu ve 2005 yılı hedeflerinin de açıklandığı toplantıya, Arçelik yöneticilerinin yanı sıra Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve Arçelik A.Ş. Yönetim Kurulu Üyesi **Mustafa V. Koç**, Bilgi Grubu Başkanı **Ali Y. Koç** ve Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı **Hasan Bengü** katıldı. 50 yıllık Arçelik yolculuğunun, satış, pazarlama, uluslararası çalışmalar, teknoloji üretimi, sosyal çalışmalar ve rakamsal veriler çerçevesinde özetlendiği toplantının açılışında konuşan Mustafa V. Koç, Arçelik'i, Türk özel sektörünün en büyük eseri olarak tanımladı. Arçelik'in Türkiye'nin sanayileşme savaşının öncülerinden biri olduğunu belirten Koç, "Arçelik bunu sıfır noktasından başlayarak planladı. Gerekli teknolojiyi getirdi. Kendi nitelikli kadrolarını yetiştirdi. Her zaman dönemin ilerisinde olan bir dağıtım ağı kurdu. Ürünleriyle, servisiyle toplumun güvenini kazanarak, sektörünün lider kurumu olmayı başardı. Sektörünün liderliği Arçelik'in birinci başarı noktasıdır. Türkiye, bugünkü sanayi gücüne, Arçelik ve benzeri öncü şirketlerimizin kararlılığıyla ulaştı" diye konuştu.

Arçelik A.Ş. Genel Müdürü **Aka Gündüz Özdemir** ise 50'nci yıl konuşmasında "Kurucumuz ve Şeref Başkanımız merhum Vehbi Koç, 30'uncu yılımızı kutladığımız gün yaptığı konuşmasında, '30'uncu yıl hatırası benim için Arçelik'in ve Türkiye'nin gelişiminin sembolüdür' ifadesini kullanmıştı. Arçelik'in geride bıraktığı 50 yıllık yolculuk, günümüzde Türkiye'nin yaşam kalitesinin ve tüketici refahının bir sembolü olmuştur" dedi.

Özdemir, Arçelik'in yeni yatırım ve satış pazarlama politikaları ile Avrupa ligindeki beş oyuncudan biri olduğunu söylerken, şirketi yurtiçinde ve yurtdışında bu noktaya taşıyan stratejiler hakkında da bilgi verdi.

1955'den 2005'e 50'nci Yılında Arçelik A.Ş.

Kuruluş
1955: Şirket Sütlüce'de kuruldu.
1959: Türkiye'nin ilk çamaşır makinesi üretildi.
1960: Türkiye'nin ilk buzdolabı üretildi.
1968: Üretim tesisi Çayırova'ya taşındı.

Tek Ürün - Tek İşletme
1975: Eskişehir Buzdolabı İşletmesi üretime başladı.
1977: Türk Demir Döküm Fabrikaları A.Ş. ile birlikte Ardem Pişirici ve Isıtıcı Cihazlar şirketi kuruldu. Eskişehir Kompresör İşletmesi üretime başladı.
1979: İzmir Elektrikli Süpürge İşletmesi açıldı.

Kalite – Teknoloji
1991: Ar-Ge Merkezi kuruldu. Tüketici Danışma Servisi kuruldu.
1993: Ankara Bulaşık Makinesi İşletmesi üretime başladı.
1996: Çayırova Klima İşletmesi açıldı. Yeniden Yapılanma
1998: Artesis şirketi kuruldu. Üç yıl garanti uygulaması başladı. Altı Sigma Metodolojisi uygulama kararı alındı.
1999: Ardem Pişirici ve Isıtıcı Cihazlar San. A.Ş.'yi bünyesine kattı. Arçelik A.Ş., Türk Elektrik Endüstrisi A.Ş., Atılım A.Ş., Beko Ticaret A.Ş. ve Gelişim A.Ş. tek tüzel kişilik olarak birleşti.

Globalleşme
2000: Arçelik-LG Klima San. ve Tic. A.Ş. üretime başladı.
2001: Beko Ticaret tarafından yürütülen Beko markalı ürünlerin yurtiçinde pazarlanması ve satışı faaliyeti Arçelik A.Ş. tarafından yürütülmeye başlandı. Verimlilik artışı sağlamak amacıyla, İzmir Elektrikli Süpürge ve Topkapı Motor- Pompa İşletmeleri birleştirilerek Çerkezköy'deki yeni tesislerine taşındı.
2002: Arçelik A.Ş., uluslararası büyüme stratejileri çerçevesinde Avrupa'da şirket ve marka alımları gerçekleştirdi.
2002: Beko, İngiltere buzdolabı pazarında lider oldu.

Antalya Kremlin Palace'ta bir araya gelen 50 yıllık Arçelik bayileri, bu süreçte tanık oldukları değişim hakkındaki görüşlerini dile getirdiler...

50. yılını dolduran bayilere plaket verildi

Arçelik, kuruluşundan bu yana faaliyet gösteren 50 yıllık bayilerine teşekkür plaketi verdi. Antalya Kremlin Palace'ta düzenlenen gecede 50 yıllık bayilerin yanı sıra 40 ve 45 yılını dolduran bayilere de plaket verildi. Ayrıca Arçelik yetkili satıcı ve servisleri de Antalya'da bir araya getirildi. Törenlere Koç Holding Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç** ve Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç** katıldı

Arçelik bayii olabilmek için eskiden de belli kriterler gerekiyordu. Bulunulan bölgenin yetenekli, çalışkan kimselerine bayilik veriliyordu.

Adapazarı /Yılmaz Arslan

Arçelik'in ilk kurulduğu yıllarda tabii ki çok mücadele verildi. Bir çamaşır makinesini tanıtmak, onu kullanmaya insanları yöneltmek, kabul ettirmek çok zor bir işti.

Erdek /Nedim Selçuk

Yaptığım iş, bende bir tutkuya dönüştü. Arçelik bayiliğinden vazgeçmek çok zor. Arçelik bir numara. Bunun sırrı da teşkilatı. Arçelik, bütün birimleri ile çok güçlü bir zincir.

Bandırma /Ergün Ozar

Arçelik, bu ülkenin ufkunu açmıştır. Kurulduğu yıllarda Türkiye topluiğneyi, kürdanı bile ithal ediyordu. Topluiğne yapılmayan bir ülkede Arçelik, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi yapmaya kalkmıştır.

Antalya /Feyyaz Dolunay Tanır

Eskiden yabancı markaları gıpta ile izlerdik. Bugün Arçelik bir dünya markası. Arçelik'i bu noktaya getirenlere minnet duyuyoruz.

Trabzon /Hasan Melek

Biz Arçelik'e gönül vermiş bayileriz. Arçelik bayileri, bulundukları her yerde tanınan, sevilen ve güven duyulan insanlar oluyor. Arçelik bayii olmak prestij sahibi olmak demek.

İskenderun /Mehmet Özkaya

Profesyonel kadroları bünyesinde bulundurarak bugünlere gelen Arçelik, haklı bir gurur yaşıyor. Arçelik'in en büyük özelliği ve başarısının sırrı tüketicinin yanında olması.

İskenderun /Yılmaz Özen

Adını koyamadığım çok özel duygular yaşıyorum. Bunun içinde heyecan var, minnet var, şükran var, gurur var, saygı var.

Samsun /Rüştü Araboğlu

Arçelik çok büyük ve ben de bu büyük ismin üyesi olmaktan mutluyum. Daha önce aldığım şiltler de var. Hepsini çerçevelettim saklıyorum.

Yozgat /Ahmet Özsümer

Konya'daki ilk Arçelik bayii biziz. Arçelik'in yeni ürünlerini görünce gözlerim yaşarıyor. Müşterilerimiz çok bilinçlendi. Eskiden çamaşır makinesinin ne işe yaradığını, nasıl çalıştığını anlatıyorduk.

Konya /Ömer Faruk Kamışçıoğlu

Türkiye ihracatının yüzde 9'unu tek başına gerçekleştiren Koç Topluluğu, ihracatla ilgili hedeflerini daha da büyüttü. Bülend Özaydınlı, "Bu rakam Topluluğumuzun tek başına Türkiye'nin küresel rekabet gücünün ve dinamizminin önemli bir kesimini temsil ettiğini göstermektedir" diyor

Gelecek planlarımızın içinde yurtdışı projelerinin ağırlığı fazla

Bülend Özaydınlı

Koç Topluluğu, "Avrupa'nın her hanesinde bir Koç ürünü olacak" hedefinden hareketle ihracata ağırlık veriyor ve 5-10 yıl içinde toplam gelirlerinin yüzde 50'sini yurtdışından sağlamayı amaçlıyor.

Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı, Topluluk şirketlerinin gelecek planlarında ihracat ve yurtdışı faaliyet gelirlerini artıracak projelerin ağırlığı oldukça yüksek olduğunu söylüyor.

Özaydınlı, geçtiğimiz yıllarda uygulamaya konan stratejik planda, "sektörel yaygınlık yerine, coğrafi çeşitlilik" ilkesini benimsediklerini hatırlatıyor.

Topluluğun ihracatla ilgili hedeflerini sadece Avrupa'yla sınırlı tutmadığını söyleyen Özaydınlı, yurtdışı planlarını Bizden Haberler okurlarıyla paylaştı.

Koç Topluluğu'nun "Avrupa'nın her hanesinde bir Koç ürünü olacak" sözleriyle ifade ettiği yeni hedefine ulaşabilmek için ihtiyaç duyulan süre nedir?

Bu sözle biz yeni bir misyon tanımladık. "Türkiye'nin her evinde bir Koç ürünü olacak" misyonumuzun artık tamamlandığını vurguladık. Önümüze koyduğumuz yeni misyon, bir sürece işaret etmektedir. Ancak bildiğiniz gibi, "5-10 yıl içinde toplam gelirlerimizin yüzde 50'sini yurtdışı satış ve faaliyet gelirlerimizin oluşturmasını" planlıyoruz. Avrupa ülkelerinde ürün ve hizmetlerimizin ulaşacağı her hane, bizi bu hedefimize bir adım yaklaştıracaktır.

Koç Topluluğu'nun hangi sektörleri bu hedefe ulaşmada en büyük rolü üstlenecektir?

Dayanıklı tüketim, otomotiv gıda ve perakendecilik gruplarımızın kısa vadede bu alanda önemli bir katkı sağlayacağını düşünüyoruz. Bu gruplarımız şimdiden bu konuda önemli adımlar attılar. Geleceğe yönelik planlarında da, ihracat ve yurtdışı faaliyet gelirlerini artıracak projelerin ağırlığı oldukça yüksektir.

Enerji Grubumuz da bu açıdan orta vadede bizim için önem taşıyacak bir sektör olacaktır. 2003'te kurulan Opet-Aygaz Bulgaria 2004'te faaliyete geçti. Bulgaristan'da 13 adet istasyon açarak şimdiden 10.5 milyon dolar ciroya ulaştık. Opet ve Aygaz'ın Irak'a yaptıkları ihracatın da sağladığı ivme ile, Enerji Grubumuzun toplam ihracatında 2004'te Euro bazında yüzde 77 artış sağladık.

Finansal Hizmetler ve Bilgi Gruplarımız için de önümüzdeki dönemde bu doğrultuda çıkacak fırsatları değerlendireceğiz.

Topluluğun ihracat ve yurtdışı cirosu içerisinde en büyük pay otomotive ait. Bu sektöre ilişkin gelecek planlarınızı öğrenebilir miyiz?

Koç Topluluğu'nun otomotiv sektöründeki yatırımları, Türkiye'nin sanayileşme sürecinin önemli bir parçasıdır. Sektörün, Gümrük Birliği'nin getirdiği yeni koşullara uyumu da, ülkemizin bugünkü küresel rekabet gücünün önemli bir unsuru olmuştur. Bugün otomotiv sektörümüz Avrupa'nın üretim üssü olma yolunda ilerlemektedir.

Bu yolda Topluluk şirketlerimiz başı çekmektedir. Tofaş 2000 yılında devreye aldığı Doblò projesi ile öncü olmuştur. Ford Otosan'ın Transit ve Transit Connect projeleri bunu takip etmiştir. Otomotiv şirketlerimizin ihracat cirosu, 1999-2004 arasında yaklaşık 10 kat artmıştır. 2004 yılı itibarı ile, Türkiye'nin motorlu araç ihracatının yüzde 44'ünü Topluluğumuz gerçekleştirmektedir.

2004 yılında Ford Otosan'ın ihracatı Euro bazında yüzde 85 artmıştır. Basının "Bataklık araziye kurulan dev" sözleriyle andığı Ford Otosan, tam kapasite ile çalışmaktadır ve Ford'un Avrupa'daki en kârlı merkezi haline gelmiştir.

Otomotiv ihracatımızdaki ivmenin artarak devam etmesi, yeni ihracat projelerinin geliştirilmesine bağlıdır. Şirketlerimiz gösterdikleri performans ile, yabancı ortaklarımızın üretim ağları içerisinde en rekabetçi konuma gelmişlerdir.

Koç Topluluğu İhracat Cirosu Gelişimi

(Milyon Euro)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Otomotiv	246	419	1,008	1,292	1,737	2,391	2,351
Dayanıklı Tüketim ve İnşaat	368	442	586	991	1,169	1,543	2,113
Tüketim ve Turizm	70	68	71	84	96	116	129
Diğer	72	59	59	26	320	544	562
TOPLAM	***756***	***988***	***1,724***	***2,393***	***3,322***	***4,594***	***5,155***

Koç Topluluğu Yurtdışı Ciro Gelişimi (İhracat dahil)

(Milyon Euro)	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Otomotiv	273	436	1,019	1,302	1,751	2,408	2,351
Dayanıklı Tüketim ve İnşaat	405	536	648	1,254	1,389	1,785	2,340
Tüketim ve Turizm	150	207	291	387	441	481	652
Diğer	297	393	287	317	862	1,359	1,358
TOPLAM	***1,125***	***1,572***	***2,245***	***3,260***	***4,443***	***6,033***	***6,701***

küresel vizyon

> “Çin’i rakip olmaktan çok, kalabalık nüfusu, hızla büyüyen ekonomisi ve satın alma gücü ile çok büyük ve önemli bir hedef pazar olarak görüyoruz.”

Bu nedenle yeni projelerin geliştirilmesinde avantajlı durumdadırlar. Bunun en son örneği ve göstergesi Tofaş’ın geçtiğimiz günlerde Fiat ve Peugeot-Citroen ile imzaladığı anlaşmadır. Bu anlaşma çerçevesinde geliştirilecek yeni bir hafif ticari vasıta, “Minicargo”, Tofaş tarafından Fiat’ın yanı sıra Peugeot ve Citroen markaları için de üretilecektir. Tofaş bu aracın geliştirilmesinde de önemli görev üstlenecek ve fikri mülkiyet haklarının sahibi olacaktır. 2007 sonunda üretime geçecek olan projenin toplam yatırım tutarı 350 milyon Euro olacaktır. Yılda 135 bin araç üretilecek, bunun yüzde 90’dan fazlası ihraç edilecektir. Bu proje, ilk defa birden fazla markaya üretim yapılmasını içermesi ile, önümüzde yeni bir ufuk açmıştır. Hedefimiz buna benzer projeleri çoğaltarak, 2010 yılında 1 milyon adet yıllık üretime ulaşmaktır.

Bu gruptaki şirketlerimizden Türk Traktör ve Döktaş da, rakamları görece daha düşük olmakla beraber, ihracat cirosuna göre ilk on şirketimiz içerisindedir.

Dayanıklı Tüketim ve İnşaat Grubu şirketlerimizin performansı da dikkat çekiyor. Arçelik Avrupa’nın en büyük beyaz eşya üreticilerinden bir tanesi. Beko Elektronik Avrupa’nın ikinci büyük TV üreticisi. Bu şirketlerimizin Topluluğun hedeflerine ulaşmasındaki katkısı ne olacaktır?

2005’te Topluluğumuzun ihracat gelirlerinin 600 milyon Euro’ya yakın bir artışla 5 milyar 155 milyon Euro’ya ulaşması planlanmaktadır. Bu artışta, Dayanıklı Tüketim Grubumuzun payı büyük olacaktır. Dayanıklı Tüketim Grubumuzun yaptığı ihracatta gelecek yıl yüzde 30’un üstünde bir artış hedeflenmektedir.

Arçelik bugün üretiminin yaklaşık yarısını ihraç eder hale gelmiştir. Beko Elektronik’te ise bu oran yüzde 85 civarındadır. Bu grubumuz gerek Türkiye’deki üretiminden gerçekleştirdiği ihracatı, gerekse yurtdışında kurduğu ve satın aldığı şirketlerin faaliyetleri ile, tam anlamda uluslararası pazarlara açılmış, küresel rekabet gücünü ispat etmiş durumdadır.

Arçelik Avrupa’nın en büyük beş beyaz eşya üreticisinden biridir. Bundan sonraki hedef, beş yıl içerisinde kendi sektöründe dünyanın en çok bilinen 10 markasından birine sahip olmaktır. Arçelik’in Rusya’da kurmaya hazırlandığı çamaşır makinesi fabrikasını da bu çerçevede değerlendirmek gerekmektedir.

Beko Elektronik, Avrupa’nın ikinci büyük televizyon üreticisidir. Televizyon ihracatı yıllık 5.9 milyon adede ulaşmıştır. 2004 ve 2005’te tam kapasiteye yakın bir seviyede üretimini sürdürmektedir. Geçen yıl ihracatını Euro bazında yüzde 53 artıran ve iç pazarın yüzde 42’sini elinde tutan Beko’nun, 2005 yılı için önüne koyduğu hedef Avrupa’nın en büyük televizyon üreticisi unvanını almaktır.

Arçelik ve Beko Elektronik, geçtiğimiz yıllarda şirket alımları ile de gündemde oldular. Satın alınan şirketlerin katkısını değerlendirebilir misiniz?

Avrupa’nın lider şirketlerinden biri olma hedefimiz doğrultusunda, en önemli stratejilerimizden bir tanesi, yaptığımız işlerde teknoloji ve markaya hâkim olmaktır.

Bugün, Avrupa ve diğer küresel pazarlar için üretim yapan Türk şirketlerinin önemli bir kısmı kendi markaları için üretim yapmıyorlar. Türkiye’nin rekabet gücü ve ihracat gelirlerinin daha da artması ve kalıcı hale gelmesi, kendi markalarımızın küresel pazarlarda etkinliğinin artmasına bağlıdır. Bu kural, tekstilden gıdaya kadar her alan için geçerlidir.

Dayanıklı tüketimde, bugün ihracatımızın büyük kısmını kendi markalarımız ile yapmaktayız. Dünyanın 100’den fazla ülkesinde her iki saniyede bir Beko markalı ürün satılmaktadır. Geçtiğimiz yıllarda satın alınan Elektra Bregenz, Bloomberg, Arctic gibi yerel markalar ve en son Avrupa’nın en iyi bilinen markalarından Grundig’in de katkısıyla, bu sektörde marka bilinirliğimizin Avrupa başta olmak üzere tüm dünya pazarlarında hızla artmasını planlıyoruz.

Grundig’in 700 patent hakkı ve Ar-Ge kadrosu ile beraber satın alınması, marka gücünün yanı sıra, Beko Elektronik’in teknoloji hâkimiyetini artırma doğrultusunda da atılmış önemli bir adımdır. Beko kendi sektöründe şimdiden Avrupa’nın en dinamik ve rekabetçi şirketlerinden biri olmuştur.

Geçen yıl Koç Topluluğu tek başına Türkiye ihracatının yüzde 9’unu gerçekleştirdi. Bunun sizin için önemi nedir? Önümüzdeki yıllar için hedefinizi bizimle paylaşabilir misiniz?

2004’te Türkiye’nin ihracat gelirleri içindeki payımızı bir önceki yıla göre 1 puan artırarak yüzde 9’a çıkardık. Bu oran, Topluluğumuzun tek başına Türkiye’nin küresel rekabet gücünün ve dinamizminin önemli bir kesimini temsil ettiğini göstermektedir.

Bunu vizyonumuza uygun bir şekilde, hedefli ve odaklı çalışmamıza bağlıyorum.

Geçtiğimiz yıllarda uygulamaya soktuğumuz stratejik planda, “sektörel yaygınlık yerine, coğrafi çeşitlilik” ilkesini benimsedik. Bu şekilde, bir yandan iç pazardaki deneyim ve etkinliğimiz ile dış pazarlara açılmayı ve hızlı büyüme tempomuzu sürdürmeyi hedefledik; bir yandan da konjonktürel bölgesel dalgalanmalara, ekonomik krizlere karşı direncimizi yükseltmeyi istedik.

Stratejik planımızın bir diğer prensibi ise, nihai tüketiciye yakın ve iddialı olduğumuz sektörlere odaklanmaktır. Bu doğrultuda attığımız adımların, faaliyet gösterdiğimiz iş alanlarının neredeyse tümünde şimdiden başarılı sonuçlar verdiğini görüyoruz: 2000 yılında 1.6 milyar Euro olan yurtdışı toplam gelirlerimiz, 5 yılda 4 katına çıkarak, 2005 yılında 6.7 milyar Euro’ya ulaşacaktır. Aynı dönemde ihracat gelirlerimiz de 988 milyon Euro’dan, yılda ortalama yüzde 39’luk artışla 5.2 milyar dolara yükselecektir. Bu sektörlerde Türkiye’nin ihracat kapasitesi 2000-2005 yılları arasında yaklaşık üç kat, Koç Topluluğu’nun ihracatı ise beş kattan fazla artmıştır.

Yurtdışı hedeflerinizin odağında Avrupa’yı görüyoruz. Diğer ülkelere dair hedeflerinizi bizimle paylaşabilir misiniz?

Hedeflerimizin odağında Avrupa’nın yer alması, Türkiye’nin dış ticaretini, özellikle de ihracatının önemli bir kesimini Avrupa ile gerçekleştirmesi ile paraleldir.

Koç Topluluğu bugün beş kıtada da faaliyet göstermektedir. Migros’un girişimleriyle perakendecilik sektöründe önemli bir yerimiz olan Rusya ve DemirDöküm’ün kurduğu radyatör fabrikasıyla dikkatli adımlarla girdiğimiz Çin, önümüzdeki yıllarda daha etkin olmak istediğimiz büyük pazarlardır. Özellikle Çin’i bir rakip olmaktan çok, kalabalık nüfusu, hızla büyüyen ekonomisi, artan kentleşme ve satın alma gücü ile çok büyük ve önemli bir hedef pazar olarak görüyoruz. Birçok ürünümüz ile bu pazardan pay alma potansiyelimiz olduğuna inanıyoruz.

Avrupa dışında etkin olduğumuz pazarlar açısından en iyi örnek, perakendecilik sektöründeki yurtdışı faaliyetlerimizdir. Perakendecilik gelirlerimizin önemli bir kesimini, şimdiden yurtdışı merkezlerimizden elde ediyoruz.

Yurtdışındaki mağaza ve alışveriş merkezlerimizin sayısı 2004 yılında 34’ten 44’e çıktı. Önümüzdeki iki yıl boyunca yapacağımız 200 milyon dolarlık yatırımla, yurtdışı perakendecilik sektörü gelirlerimizi beş yıl içinde 1 milyar dolara çıkarmayı planlıyoruz. Migros şirketimizden elde ettiğimiz tecrübeyle, perakendecilikte yurtdışı faaliyetlerimize Azerbaycan’da başladık. Bu ülkeyi Rusya ve Kazakistan izledi. Perakendecilikte Avrupa ülkelerine yeni yeni adım atmaya başladık. 2005’te hedefimiz Makedonya’da faaliyete geçmek. Yani bazı sektörlerde yurtdışı faaliyetlerimizde ağırlık noktası Avrupa iken, bazılarında da diğer ülkeler olabilmektedir. Bu, biraz da küresel pazarlardaki talep yapısıyla ilgili olarak belirlenmektedir.

Son olarak Türkiye’nin ihracat gücü ile ilgili yorumunuzu alabilir miyiz?

Bugün, yabancı yatırım girişinde ve özellikle ihracata yönelik projelerde önemli bir artış yaşıyoruz. Sadece Koç Topluluğu değil, Türkiye’nin önde gelen tüm şirketleri teknoloji ve markalarını güçlendirmeye yatırım yapıyorlar. AB uyum süreci çerçevesinde birçok sektörde standartlar yükseldi ve yeni fırsatlar ortaya çıktı. Bu arada faizlerin düşmesi ve kamu hizmetlerinin özelleştirilmesiyle girdi maliyetleri de azaldı. Ayrıca içinde bulunduğumuz coğrafyada bir liberalleşme rüzgârı esiyor. Bu da, ekonomik faaliyetlerin artmasına ve Türk firmaları için yeni iş fırsatlarının doğmasına neden oldu. Tüm bu gelişmeler ülkemizin ihracat potansiyelini olumlu yönde etkileyen faktörlerdir. Ancak ihracattaki artış potansiyelini değerlendirirken, küresel dinamikleri de dikkate almalıyız.

OTOMOTİV

Milyon $	Taşıt Araçları	Aksam, Parça	Toplam Otomotiv
1992	127	443	570
1993	155	404	559
1994	201	594	795
1995	433	814	1,246
1996	485	886	1,372
1997	331	919	1,250
1998	354	1,321	1,675
1999	882	1,116	1,998
2000	1,016	2,259	3,275
2001	1,652	1,823	3,475
2002	2,192	2,128	4,319
2003	4,007	2,088	6,095
2004	6,875	3,031	9,906

DAYANIKLI TÜKETİM

Beyaz eşya ihracat adetleri 4 ana ürün (bin adet)	
1994	674
1995	906
1996	884
1997	1,274
1998	1,394
1999	1,763
2000	2,002
2001	2,829
2002	4,381
2003	6,013
2004	7,211

Buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi, fırın

küresel vizyon

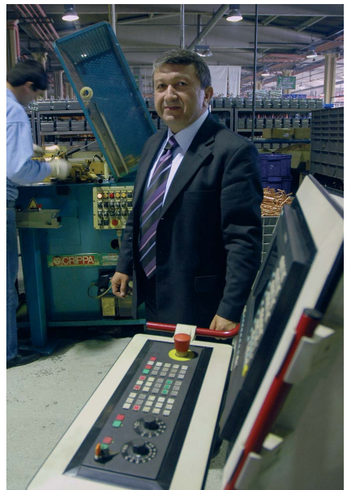
DemirDöküm artan talebi yeni yatırımlarla karşılayacak

22 yıl önce DemirDöküm'de makine bakım mühendisi olarak işe başlayan **B. Lütfü Kızıltan**, 1 Ocak 2005 tarihi itibariyle genel müdürlük koltuğuna oturdu. Bir öğlen arası, iş elbiseleriyle iş görüşmesine geldiği şirketin genel müdürlüğüne yükselen Kızıltan, bizimle duygularının yanı sıra DemirDöküm'le ilgili planlarını da paylaştı. İşte, "Hayatta her istediğim oldu, üniversitede ilk tercihimi kazandım, kız arkadaşım hayat arkadaşım oldu, genel müdür olmak istiyordum o da oldu" diyen Lütfü Kızıltan'ın anlattıkları...

Genel müdürlük görevine başladığınız gün neler hissettiniz ve düşündünüz?
22 yıl çalıştığım bir şirkette en üst makama gelmek beni hem heyecanlandırıyor, hem de gururlandırıyor. Bu görev değişikliği diğer arkadaşlarımız açısından da bir örnek teşkil ediyor.

Kaç yıldır Koç Topluluğu'nda çalışıyorsunuz?
Orta Doğu Teknik Üniversitesi Makina Mühendisliği Bölümü'nden mezun olduktan sonra başka bir firmada çalıştım. 1983 yılında makine bakım mühendisi olarak DemirDöküm'ün Bozüyük Tesisleri'nde işe başladım. Daha sonra Yardımcı İşletmeler Şefi, Bakım Müdürü, Radyatör Fabrikası Üretim Müdürü, Fabrika Müdürü, Bozüyük Tesis Müdürü, Panel A.Ş. Şirket Müdürlüğü görevlerinde bulundum. Her genel müdür döneminde terfi ettim.

Genel müdürlüğünüzle birlikte DemirDöküm'de ne gibi değişiklikler olacak?
Artık sadece Türkiye'de lider olmak bizi motive etmiyor. Bizim vizyonumuz ve hedefimiz, beş yıl içinde ısıtma sektöründe Avrupa'daki en önemli üç oyuncudan biri olmak. DemirDöküm çalışanları olarak bu hedefe kilitlenmiş durumdayız.



DemirDöküm Genel Müdürü B. Lütfü Kızıltan, röportajı gerçekleştirdiğimiz Bozüyük Tesisleri hakkında ayrıntılı bilgi verdi. Dünya standartlarındaki fabrikada tam bir entegrasyon sağlanmış durumda.

Yani artık yurtdışında büyüme hedefine odaklandınız?
Ben işe girdiğimde de DemirDöküm iç pazarda liderdi, bugün de lider. Artık yurtdışındaki rakiplerimizi kendimize referans olarak alıyoruz. Biz satışımızın yüzde 40'ını yurtdışına yapıyoruz. Hedefimiz gelirlerimizin en az yarısını yurtdışından sağlamak.

Halen ihracat yaptığınız pazarlar hakkında bilgi verir misiniz?
38 ayrı ülkeye ihracatımız var. Ağırlıklı pazarlarımız Avrupa ülkeleri. İngiltere, Almanya, Fransa ve İtalya'da çok ciddi bir pazarımız var. Avrupa'daki rakiplerimiz birer birer pes ediyor ve bu tür ürünleri Türkiye'ye kaydırıyorlar. Avrupa'nın yanı sıra Rusya da bizim için özel öneme sahip bir pazar. Bu pazarı özel bir politika ile takip ediyoruz. Ürünlerimizin okyanusu aşıp Şili'ye kadar gitmesi bizi gururlandırıyor.

Rakiplerinizin üretimlerini Türkiye'ye kaydırdıklarını söylediniz? Bu ortamda yabancı ortaklık gündeme gelebilir mi?
Panel radyatör ve kombide Avrupalı üreticiler, yoğunlaşan rekabet ve daralan marjlar nedeniyle bu işi bırakma eğilimindeler. Biz de bu ortamdan yararlanarak Avrupalı büyük üreticilerle birleşip, ortak olarak Türkiye'de üretim yapmayı planlıyoruz. Sinerji yaratacaksa ortaklık ve işbirliğine sıcak bakıyoruz. Bu yönde temaslarımız var.

Çin pazarından beklentilerinizi ve bulunduğunuz noktayı bizimle paylaşabilir misiniz?
Çin hızlı büyüyen bir ülke. Bütün global rakiplerimiz o pazarda yerlerini aldılar. DemirDöküm gibi büyük bir oyuncu olarak buna ilgisiz kalamazdık.
2002 yılında Bozüyük'te bulunan yağlı radyatör üretim tesisimizi Çin'in Dongguan eyaletine taşıdık. Ocak 2004'te üretime başlayan bu tesisimiz, ilk etapta yılda 300 bin adet elektrikli yağlı radyatör üretecek. Planımız, bu tesisimizin kapasitesini pazara bağlı olarak yılda 2.5 milyon adede kadar çıkarmak. Çin'in Tianjin Serbest Bölgesi'nde "Tianjin Demrad (Demiladi) International Trading Co. Ltd" isimli ayrı bir şirket daha kurduk. Pazarlama faaliyetlerini yürütürken ayrıca üretim ortaklığı ve stratejik işbirliği olanaklarını araştıracağız.

İç piyasada lidersiniz; ihracat için iddialı hedefleriniz var. Bu hedeflere ulaşmak için yeni yatırım planlıyor musunuz?
Bu yıl hem kombide, hem de panel radyatörde kapasite artırımına gideceğiz. Yatırım için fizibilite çalışmaları yapıyoruz. Bu yatırım çok kısa sürede tamamlanacak. Yıllık 2 milyon 100 bin metre olan panel radyatör üretim kapasitemizi, 31 Mayıs itibariyle 2 milyon 500 bin metreye çıkarmayı planlıyoruz.
Makinelerimiz yolda, Nisan'da montajı tamamlayacağız. Bu rakama çıktıktan sonra ilave bir yatırım yapacağız. Onun için de yönetim kurulu kararını bekliyoruz. Karar çıkar çıkmaz yatırımı hemen başlatmayı planlıyoruz.
Bu yatırımla ilk aşamada 600 bin metre ilave kapasite sağlayacağız. Çok kısa bir sürede bu artışı 1 milyon 200 bin metre olarak planlıyoruz. Kapasitemiz 3 milyon 700 bin metreye çıkacak.

Basında, Koç Topluluğu'nun bazı şirketlerinin "yakıt pili" üretimi yapacakları haberleri yer aldı. Sizin buradaki rolünüz ne olacak?
Evet, kardeş şirketlerimiz ve çeşitli bilimsel kuruluşlarla birlikte yakıt pili projesi üzerinde çalışıyoruz. 10 Kasım 2004 tarihinde 18 aylık bir proje başlattık. Amacımız, kendi teknolojimizle Türkiye'de yakıt pili üretmek. Hidrojeni havadaki oksijenle birleştirip su üretmek mümkün; bu sırada elektrik üretilecek. Bu elektrik elde edildikten sonra, bir arabayı yürütmek için de bir konutu ısıtmak için de kullanılabilir. Aramızda gizlilik anlaşması olduğu için şimdilik daha detaylı bilgi veremem.

Türkiye'de doğalgaz kullanımının giderek yaygınlaşması nedeniyle ürünlerinize olan talebin daha da artması bekleniyor. Bu doğrultuda yeni yatırımlar planlıyor musunuz?
Doğalgazın yaygınlaşma süreci, 2005 ve sonrasında sektör için, tarihi olarak değerlendirilebilecek birçok fırsat sunuyor. Doğalgazın konutlardaki kullanımındaki artış ile pazar son derece olumlu etkilenecek. Biz de buna bağlı olarak kombi ve panel radyatör kapasitemizi artıracağız.

Önümüzdeki yıllarda konut yatırımlarının artması bekleniyor. Sizin yeni konut pazarından beklentileriniz nelerdir?
İnşaat sektörünün toplam ekonomik aktivite üzerinde önemli bir etkisi var. Altyapı yatırımları tekrar hareketlenecek. Mortgage sistemi, inşaat sektöründe canlanma sağlar; ancak sistem faizlerin tek haneli rakamlara indirilmesi ile işlerlik kazanabilir. Uygulamanın sektöre etkisini hissettirmesinin 1.5-2 yıllık bir süreç olduğunu düşünüyoruz. Bu sistem ayrıca, 200'ü aşkın inşaat alt sektörünün canlandırılması yoluyla genel ekonomik büyümeye çok önemli etkide bulunur.

Beko Avrupa'yla yetinmek istemiyor

Avrupa'nın ikinci büyük televizyon üreticisi Beko Elektronik hedef büyüttü. Beko Elektronik Genel Müdürü Ali Sümerval, "15 yıl içinde tüketici elektroniği alanında dünyanın ilk beş şirketinden biri olmayı hedefliyoruz" diyor

Ali Sümerval, Beko Elektronik'in Avrupa'da gerekli büyümeyi sağladıktan sonra dünya pazarlarını hedef aldığını söylüyor.

Beko Elektronik, ihracatta yakaladığı performansla dikkat çekiyor. Geçen yıl satın aldığı Grundig'le dünyaya açılmayı planlayan Beko Elektronik Genel Müdürü Ali Sümerval, bu hedefe insana yapılacak yatırımlarla ve talebi önceden görerek atılacak doğru adımlarla ulaşmalarının mümkün olduğunu söylüyor. Ali Sümarval'le Beko'nun başarısının altında yatan nedenleri ve geleceğe dair stratejilerini konuştuk.

Beko Elektronik ile ilgili hedefleriniz üzerine konuşmaya başlamadan önce ürün deponuzda çıkan yangının sıkıntılarını atlatıp atlatmadığınızı sormak isteriz?

Fabrikamızın üç kilometre dışındaki bitmiş ürün depomuzda 24 Ocak'ta yangın çıktı. Bu depoda bulunan 20 bine yakın mamul tamamıyla yandı. İtfaiyenin ilk belirlemesine göre yangın elektrik kontağından çıkmış. Yangınla ilgili şu anda bilirkişi heyeti çalışma yapıyor. Bu yangında can kaybı olmaması ve fabrikamızda çıkmamış olması bizi rahatlatıyor. Bu bizim bir günlük üretimimizden bile daha az bir adet. Bu nedenle çok fazla etkilenmedik. Üretimimizde herhangi bir aksaklık söz konusu değil.

Size geçmiş olsun diyerek, sözü faaliyetlerinize getirmek istiyorum. Beko Elektronik yakaladığı ihracat performansıyla dikkat çekiyor. İhracattaki bu hızlı artışı neye bağlıyorsunuz?

2001 yılından itibaren bu şirkette önemli değişiklikler yaptık. Bu değişiklik kapsamında ürettiğini satan çalışma sisteminden, pazardaki talebi içeriye doğru yönlendiren bir sisteme geçtik. Bütün bu yapının içindeki en kritik konu bizim için insan faktörüdür. Doğru, başarılı ve özverili insanlarla çalışmamız gerekiyordu. Bizim böyle bir kadromuz zaten vardı. Bu kadromuzu artan iş hacmine bağlı olarak geliştirmeye başladık. Son iki buçuk yılda, 60 kişilik bir mühendis ekibinden bugün 258 kişilik bir ekibe ulaştık. Ürün gamımızı doğru yönettik. Bunun sonucunda müşteri portföyümüz ciddi bir şekilde büyüdü ve buna bağlı olarak ihracatımız da arttı. 2001'de 380 milyon euro olan ciromuzu, bu yıl 1.5 milyar euro'ya çıkarmayı hedefliyoruz. Yani bu sürede ciromuz yaklaşık beş kat, müşteri sayımız da yaklaşık üç kat büyüdü.

Yani başarınızın altında yatan temel faktörün insana yapılan yatırım olduğunu söylüyorsunuz?

Biz bugün senede 240 tane projeyi idare edebilecek Ar-Ge gücüne sahibiz. Hedefimiz bu yılın sonunda Ar-Ge'deki mühendis sayısını 400'e çıkarmak. Mühendislerimizin yaş ortalaması 34.

Geçen yıl bir dünya markası olan Grundig'i satın aldınız. Grundig'i satın almanızın sizin için önemi nedir?

Grundig bizim için enteresan bir hikâyedir. Biz Grundig ile 2001'de çalışmaya başladık. O zaman üretimini Avusturya'da yapıyordu. Almanya'da karşılaştığı problemlerden dolayı üretimini outsource etmeye karar vermişti.

Biz de o dönemde devreye girdik. Ve ondan sonra Grundig kendini döndüremeyerek bir iflas süreci içine girdi. Biz onları hiçbir zaman bırakmadık. Çünkü inandığımız bir markaydı. Ufak ufak destekler vererek, pazar paylarının ölmesine müsaade etmedik. Bu dönemde de onlar bu işi iyi yönettiler. İflas eden bir süreçte olmalarına rağmen pazar payları 3.2'ye kadar düştü. İflas sürecinde şirketin tasfiye şekli tespit edildikten sonra, biz işin üretim tarafıyla ilgilenmedik.

Biz işin marka, dağıtım kanalı, satış şirketleri, patentleri tarafıyla ilgilendik. O dönemde çalıştığımız İngiliz Alba ile bu konuyu paylaştık ve ortaklık yapmaya karar verdik. Ve Grundig'i yüzde 50-50 satın aldık. Grundig, Avrupa ve dünya elektronik piyasasında çok tanınmış, katma değeri yüksek bir marka.

2004'ün mayıs ayında Grundig'i devraldık ve yıl sonuna kadar olan dönemde yaklaşık 250 milyon euro ciro yaptı. Almanya pazar payını da yüzde 3'lerden, yüzde 9.6'lara çıkarttık.

Bu başarıyı nasıl sağladınız?

Bir kere süratle yeniden yapılanmaya gittik. Artık Grundig bir üretim şirketi değil, elinde çok ciddi bir markası olan bir ticari şirket. Tamamıyla pazarlama ve satışa odaklanmış durumda. Merkezi Almanya'nın Nürnberg kentinde ve Avrupa'nın çeşitli ülkelerinde ayrı şirketleri var. Avrupa'da yaklaşık 30 bin satış noktasına ulaşıyor.

Bu şirketlerle ilgili birtakım organizasyon hareketlerimiz var. Bunlar bittikten sonra daha efektif bir noktaya geliyoruz. Satış sonrası hizmet tarafında yapacağımız değişiklikler var. Çünkü 16 bin servis noktası var; Koç Topluluğu'nun tüketiciye yakın olma hedefinde Grundig Avrupa'daki en önemli kurumlardan biri.

Grundig'le ilgili hedefleriniz neler?

Gelecek üç yıl içinde Avrupa'da 1.1 milyar euro ciro, yaklaşık yüzde 9-9.5 civarında pazar payı hedefliyoruz. Çok agresif bir hedef koyduk. Bu hedefimize yakınız. Beko'da da böyle iddialı hedeflerimiz var. Biz Beko'yu 2 milyon adet üretimden, 7.1 milyon adet üretime çıkardık. Bu yıl için hedefimiz 8.6 milyon adet üretim. Şirketi 380 milyon euro cirodan, 1.1 milyar ciroya getirdik. Bu yıl için hedefimiz 1.5 milyar euro ciro. Artık Avrupa'da kendi sektörünün en büyük ikinci şirketiyiz ve buraya beşinci sıradan geldik.

Bu başarınızla CNN International'a konu oldunuz? Başarınızın uluslararası bir kanal tarafından övülmesi sizi teşvik ediyor mu?

Kuşkusuz teşvik ediyor. Bunu bu Topluluğun içinde yetişmiş insanlarla yapmak beni gururlandırıyor. Ben hayatımda başka hiçbir yerde çalışmadım. Bu grubun böyle enteresan bir motivasyonu var. Bu zamanla sizin DNA'larınıza işliyor ve siz hayata başka bir gözle bakmaya başlıyorsunuz. Bana göre bu grubun elindeki en önemli sermaye, sahip olduğu kalifiye insan gücü. Çok iyi bir kadromuz var. Bunu destekleyebiliyor ve onlara imkân sunuyorsanız ve bunun sonunda CNN kalkıp da "Beko'yu örnek alın" diyorsa, bu da büyük bir mutluluk.

Bundan sonrası için hedefiniz?

Avrupa'da plazma ve LCD'lere hızlı bir geçiş var. Biz bunu 2004'ün stratejik planlarında öngörmüştük ve buraya doğru yatırım yaptık. Bu ürünlerde Avrupa'daki pazar payımız yüzde 15'in üstünde olur. Buna çok önem veriyoruz. 196 tane değişik grupta, yaklaşık 3800 çeşit ürün üretiyoruz.

Avrupa'daki tüm ülkelere ihracat yapıyoruz. Bizim geçen yıl Avrupa pazar payımız yüzde 20. Bu yıl hedefimiz bunu iki puan daha yükselterek yüzde 22'ye çıkarmak. Bizim hedefimiz, 15 yıl içinde tüketici elektroniği alanında dünyanın ilk beş şirketinden biri olmak. Bu 30 milyar doların üzerinde ciro demek. Tüketici elektroniği demek sadece televizyon değil. Büyük yelpazenin içinde tüm ürün gruplarını kapsayan ve kucaklayan bir yapı konuşuluyor.

Dünya pazarları için hedefinizi bizimle paylaşır mısınız?

Dünya pazarlarında kullanacağımız marka Grundig olacak. Bu markayı dünya için kullanmamız gerekir. Grundig, Güney Amerika ülkelerinden Arjantin ve Brezilya'da çok tanınan bir marka. Bu nedenle bu ülkeler hedef pazarlarımız içinde. Bunu Çin için de düşünüyoruz.

Hep ihracatı konuştuk, iç piyasadaki yeriniz hakkında bilgi verir misiniz?

İç piyasada Arçelik, Beko ve Altus markalarıyla hizmet veriyoruz. Bu üç markayla yüzde 42'lik pazar payıyla lider konumdayız ve böyle devam etmeyi planlıyoruz. Ciromuzun yaklaşık yüzde 20'si iç piyasadan oluşuyor.

"Dünyada her iki saniyede bir Beko satılıyor" reklamınız büyük ilgi gördü. Sizin bu reklam için düşünceleriniz neler?

Çok müthiş, gurur duyulacak bir reklam. Bu markanın serüveni ile ilgili bir oluşum. Bu kadar başarılı yönetilen bir markanın gurur duyacağı bir çıktı bu.

Migros Türkiye'de lider konumda

Migros Genel Müdürü Aziz Bulgu, Migros'un iddialı hedeflerini açıkladı. Bulgu, Migros'un yurtiçi ve yurtdışında yatırımlara devam ederek 2 milyar dolar kombine ciroyu aşacağını söyledi

2004 yılının Aralık ayında Migros Genel Müdürü olan **Aziz Bulgu**, 25 Mart'ta yapılan basın toplantısında Migros'un büyüme hedefleri, teknolojik üstünlüğü, 2004 yılı finansal sonuçları, toplumsal duyarlılığı hakkında açıklamalarda bulundu.

Türk perakende sektöründe ilk olan "Kasasız Alışveriş" uygulamasını da tanıttığı toplantıdaki konuşmasında Bulgu, 'Müşterilerimize yakınlığımız, bizi teknolojik olarak en üstün noktaya getirdi. Daha iyi nasıl hizmet edebiliriz' diye düşündükçe, büyük kitlelerin daha da yakınında olabilmek için teknolojiye yatırım yaptık ve Migros farklılığı ortaya çıktı" dedi.

Haftada bir mağaza açmaya devam edecek

Migros, 2005'te haftada bir yeni mağaza, en az yüzde 5 alan genişlemesi ile yurtiçinde 20'si Migros, 35'i Şok olmak üzere toplam 55 mağazayı stratejik bölgelerde açmayı hedefliyor. Yurtdışında beşinci ülke olan Makedonya'nın Haziran ayında açılması planlanıyor. Rusya'da dört yönde genişleme sürerken, 21 Ramstore'un açılması hedefleniyor. Rusya'daki yeni açılacak Ramstore'ların üçü alışveriş merkezi formatında olacak ve Moskova'da inşaatı süren Ramstore Sevastopolsky Alışveriş Merkezi ve en kuzeyde St. Petersburg Alışveriş Merkezi'nin arka arkaya açılması programlanmış durumda. Ayrıca 2006'da bugüne kadar açılmış Ramstore'ların en büyüğü olacak 120 bin metrekarelik Vernadskova'nın temeli atıldı.

Bulgu, yurtdışında planladıkları diğer yatırımlarla ilgili şu bilgileri verdi: "Kazakistan'da da attığımız adımlar büyüdü ve gelişti. Operasyonlar kârlı ve büyümeye elverişli hale geldi. Bu bölgede iki yeni Ramstore açmayı planlıyoruz. Böylece yurtdışında yüzde 70 alan büyümesi ile toplam 24 yeni Ramstore 2005'te hizmete girecek. Bu yıl yurtdışı dahil toplam 200 milyon dolar yatırım öngörüyoruz. 2005 yılında toplamda 79 yeni mağaza açarak, 2004'te açılan yeni mağaza sayısını katlayacağız. Bu yatırımlarla yaklaşık 100 bin metrekare satış alanı ilave edeceğiz."

Kombine cirosu 2 milyar doları aşacak

2004 yılını Migros yurtiçinde 1.9 milyar YTL ciro ile kapattı. Yurtdışından ise 493 milyon dolar ciro sağlandı. Yüzde 26 artışla kombine ciro 1.9 milyar doları aştı ve cironun yüzde 25'i yurtdışından geldi. Aziz Bulgu 2005'te Migros'un kombine cirosunun 2 milyar dolar çıtasını aşacağını, yurtdışında yüzde 28 artışla 630 milyon dolar ciro hedeflendiğini, yurtiçinde ise 2.2 milyar YTL ciro beklendiğini açıkladı.

Perakende sektöründe gelişmenin anahtarının müşteri tercihi olduğuna değinen Bulgu, Migros kasalarından bir yılda saniyede 8 müşteri geçtiğini, Migros'un müşteri sayısının yüzde 7 artışla 130 milyonu aştığını belirtti. 2005 yılının ilk iki ayında ise geçen seneye göre müşteri artışı da yüzde 5 oldu.

"Kasasız Alışveriş" dönemi başladı

Migros Genel Müdürü Aziz Bulgu ayrıca, Türk perakende sektöründe ilk olan "Kasasız Alışveriş" uygulamasını tanıtarak, Migros'un 51. yıla hızlı girdiğini, önlerinde yurtiçi ve yurtdışı atakta ve müşterilerine daha da yakın olan Migros programı olduğunu belirtti. Migros, 25 Mart'tan itibaren MMM Migros Ataşehir ve İzmir'de MMM Migros Balçova'da müşterilerini "Kasasız Alışveriş" ile tanıştırıyor. MMM Migros Bahçeşehir ve MMM Migros Ankara'da ise Nisan ayında da pilot uygulamaya başlanacak. MMM Migros Ataşehir'de tanıtılan "Kasasız Alışveriş" sisteminde, kasa ortadan kalkıyor. Kasa olmadığı için kasada bekleme süresi diye bir kavram da yok. Ürünler sepete konulurken müşterinin kendisi tarafından sepetteki cihaza okutuluyor ve çıkışta da okutulmuş ürünler cihazdan otomatik alınarak ödeme yapılıyor.

Koç Topluluğu, çalışanlarını KoçAilem'le tanıştırıyor

Koç ailem

Koç Topluluğu, çalışanlarının hayatlarını kolaylaştırmak ve onlara her an yanında olduğunu hissettirmek maksadıyla KoçAilem uygulamasını başlattı. Bu program Topluluk çalışanlarına birçok avantaj sunuyor

Rekabetçi insan kaynağını çekebilmek ve koruyabilmek şirketlerin önde gelen hedeflerinden biridir. Bu hedefe ulaşmada, çalışan ile şirket arasındaki ilişkinin ücret ve akit ilişkisinin ötesine geçebilmesi, kurum elçiliğine kadar uzanan çalışan bağlılığı ve memnuniyeti için uygulamalar geliştirilmesi önem kazanıyor.

Bu çerçevede, Koç Topluluğu bünyesinde bulunan E-Forum platformu ile Topluluğun her seviyede çalışanlarının önerdiği proje ve oluşumlar değerlendirildi. Bu değerlendirme sonucunda en çok istek ve öneri alan konu başlığının "Koç Grubu ürün ve hizmetlerine, Koç çalışanları tarafından daha avantajlı şekilde sahip olunabilmesi" olduğu ortaya çıktı.

Çalışanlarımızdan gelen bu öneri değerlendirilerek **KoçFayda** adı altında bir insan kaynakları projesi başlatıldı.

Projede; **Ali Y. Koç, Neslihan Tözge, Kemal Kaya, Tuğrul Fadıllıoğlu** ve **Aziz Bulgu** yönlendirme komitesi olarak görev yaptılar. Proje ekibi; **Meltem Kayhan Tarhan**'ın liderliğinde, **Serhat Uğur, Özlem Aydil Kayserilioğlu, İçten Güner, Banu Kalay Erton, Tolga Seyrek, Oya Ertekin, Erkan Tüfekçioğlu, Tunç Berkman** ve **Elif Saygı**'dan oluşuyor.

KoçFayda'dan KoçAilem'e

KoçFayda Projesi'nden doğan **KoçAilem** programının vizyonu Koç Topluluğu ailesinin üyesi olan Koç çalışanlarının hayatın her evresinde yanında olup, yaşam kalitesini yükseltmeye katkıda bulunan fayda ve uygulamalar bütünüdür.

Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü Neslihan Tözge; bir kurumun, çalışanın hayatının önemli dönemlerinde yanında olmasının, çalışanın hayatını kolaylaştırırken, kişinin motivasyonunu artıracağını ve kurumsal bağlılığının sağlanmasında etkili olacağını ifade ediyor.

KoçAilem Programı, muhteşem bir çekilişle hayata geçiyor. Bu çekilişte, 380 kişi birbirinden güzel hediyelere sahip olacak. Unutmayın çekilişe son katılma tarihi 30 Nisan 2005.

Bu anlamda, çalışan için önemli olabilecek evreleri, işe girişteki banka işlemleri (kredi kartı, kredi vs.), sigorta işlemleri, araba ve ev alımı, evlilik, doğum, tatil, kendisi ve çocukları için eğitim ve genel gelişim çözümleri olarak sayılıyor. Tözge, "Koç Topluluğu olarak en büyük gücümüz bu tür gereksinmeleri karşılayacak şirketlere sahip olmamızdır" diyor.

Çalışanlardan sosyal sorumluluk projeleri bekleniyor

Koç Topluluğu içinde yer alan şirketler tarafından çeşitli dönemlerde sosyal etkinlikler düzenlendiğini hatırlatan Tözge, "KoçAilem programının ana amaçlarından biri de bu tür sosyal etkinlikleri mümkün olduğunca Topluluğun tümüne yayabilecek bir yapıya getirmek, yaygınlaşmasını sağlamak ve katılımı artırmaktır. Bu sebeple, bu tür etkinlikler arasında herkesin katılımının sağlanabileceği uygulamalar grup çalışanlarına açılacaktır" diyor.

KoçAilem programının amacı gönüllülük projelerine çalışanların daha fazla katılımını sağlayacak ortamlar yaratabilmek olarak açıklanıyor. Ayrıca çalışanlar tarafından önerilecek sosyal sorumluluk projelerinin değerlendirilip topluluk içinde dileyen herkesin katılımının sağlanması planlanıyor. Tözge, sürekli ve etkin bir iletişim ile bilinirliği sağlanacak olan KoçAilem programının çalışanların katılımı ve katkıları ile gelişeceğini söylüyor.

Çekiliş düzenleniyor

KoçAilem programı Nisan 2005 tarihi itibarıyla uygulamaya alındı. Programa başlama heyecanının hep birlikte yaşanması amacıyla bir çekiliş düzenlendi. Toplam 380 kişiyi birbirinden güzel hediyeler bekliyor.

Nisan ayında tüm personele dağıtılacak olan program tanıtım kılavuzunda, programın içeriği ve uygulama esasları başta olmak üzere ihtiyaç duyulacak birçok bilgi ve çekilişe katılabilmek için yapılması gerekenler bulunacak.

Ayrıca KoçAilem'in web sitesi olan **www.kocailem.com** sorularınızı cevaplayacak şekilde düzenlendi. 444 72 76 numaralı çağrı merkezinden de KoçAilem hakkında merak edilen konularda bilgi alınabilecek.

KoçAilem projesi ekibi, tüm Topluluk çalışanlarını kucaklayan böyle bir çalışmaya imza atmanın mutluluğunu yaşıyor.

SORULARLA KOÇAİLEM

KoçAilem Programı ne zaman uygulamaya başlanacak?

Nisan 2005 itibarıyla uygulamaya alınıyor. Nisan–Temmuz arasında, çalışanlar KoçAilem kapsamında sunulan çalışan avantajlarından şirket kimlik kartları veya çalışma belgeleri ile resimli bir kimlik kartı göstermek suretiyle yararlanmaya başlayacak. Haziran itibarıyla tüm KoçAilem üyelerine KoçAilem Kartları dağıtılmaya başlanacak. Ekim ayına kadar kartların dağıtımının tamamlanması hedefleniyor. Ekim 2005 itibarıyla ise Program kapsamında sunulan faydalardan sadece KoçAilem Kartı ile yararlanılabilecek. Dağıtılacak olan KoçAilem broşürlerinde ayrıntılı bilgiler yer alıyor.

Programdan kimler yararlanabilir?

Türkiye'de faaliyet gösteren Koç Topluluğuna bağlı şirketlerde deneme süresini dolduran tüm kadrolu çalışanlar KoçAilem Programı'ndan yararlanabilir.

KoçAilem Programı'nda çalışanlara ne gibi avantajlar sunuluyor?

Öncelikle Koç Topluluğu şirketlerince üretilen veya satılan hemen hemen her ürün veya hizmetten Topluluk çalışanlarının özel indirim veya hizmet önceliklerı ile yararlanması hedeflendi. Kapsamlı bir KoçAilem avantaj paketi oluşturuldu. Detaylı bilgiyi KoçAilem broşüründe ve KoçAilem web sitesinde (www.kocailem.com) bulabilirsiniz. KoçAilem üyelerine özel olarak düzenlenecek dönemsel kampanyalarla belirli süreler için geçerli olan özel fırsatlar da sunulacak.

Pakette başka neler bulunuyor?

Topluluk genelinin katılabileceği sosyal etkinlikler ve sosyal sorumluluk projeleri Programın gelişim süresi boyunca zenginleştirilerek uygulamaya alınacak. Ayrıca Topluluk dışındaki şirketler de Programımıza şimdiden ilgi göstermeye başladı. Kısa sürede çalışanlardan gelecek talep ve önerilerle de farklı şirketler ve gruplarla özel şartlı anlaşmalar yapılması planlanmaktadır. Programdaki güncel gelişmeler KoçAilem web sitesinden takip edilebilecek.

KoçAilem web sitesi (www.kocailem.com) herkese açık mı?

Ana sayfa tüm internet kullanıcılarına açık olsa da, Program detaylarını ve sunulacak avantajları ancak KoçAilem üyeleri görebilecek. Siteye giriş yapabilmek için T.C. vatandaşlık numaranızı bilmeniz gerekiyor.

Topluluk şirketlerinin İnsan Kaynakları yönetiminden elde edilen çalışan bilgileri doğrultusunda tüm çalışanlar sitenin otomatik olarak üyesi yapıldı. Kişinin, vatandaşlık numarasını kullanıcı ismi alanına yazması ve ilk sefer için "kocailem" kelimesini şifre olarak girmesi yeterli. Vatandaşlık numaranızı hatırlamasanız da sitedeki linkle ilgili sayfadan kolayca öğreneceksiniz. Sadece kayıtlı çalışanlar sitenin detaylı bilgi içeren alt sayfalarına girebilecek.

KoçAilem Kartı kredi kartı olarak kullanılabilecek mi?

KoçAilem Programı'nda iki tip kart var. KoçAilem Üye Kartı ve KoçAilem Kredi Kartı. Her iki kartla KoçAilem Programı'nda sunulan avantajlardan yararlanılabilecek. Ayrıca bu kartlar üzerinde Topluluk şirketlerinin sadakat kartlarının (MigrosClub Kart, Opet Kart) özellikleri de tanımlanacak, Paro sistemi bulunan her noktada kullanılabilecek. Farklı olarak KoçAilem Kredi Kartı'nın finansal özellikleri de var. Bu kart aynı zamanda Koçbank Kredi Kartı özelliklerine sahip çipli bir MasterCard. Çipli kart olmasının faydalarını, artırılmış güvenliğinin yanı sıra, önümüzdeki dönemlerde geliştirilecek yeni uygulamaların kolayca devreye alınması ile de göreceğiz.

Bu kart ne zaman elimize geçecek?

Haziran itibarıyla kartlar dağıtılmaya başlanacak, Ekim 2005'e kadar tüm çalışanların KoçAilem kartlarını teslim alması hedeflenmektedir.

Kavacık Tepesi'nde bir Türk bayrağı

Koç Holding'in Kavacık Tepesi'ne diktiği Türk bayrağı, İstanbulluların çok hoşuna gitti. Bu bayrak, 35 metre 20 santim yükseklikten yolcuları selamlayarak onlara mutluluk veriyor

Son günlerde özellikle gün batımlarında Boğaz'a yolu düşen İstanbulluların dikkatini bir Türk bayrağı çekiyor. Bu bayrak, Kavacık Tepesi'nden tüm İstanbulluları selamlarcasına nazlı nazlı süzülüyor. Fatih Sultan Mehmet Köprüsü'nden Avrupa yakasına geçmek isteyen yolcuların yakından görme fırsatı buldukları bu bayrak, birçok İstanbullu'yu etkiliyor. Ve doğal olarak da birçok kişi bu bayrağın kim tarafından dikildiğini merak ediyor. Hatta bazı köşe yazarlarımız da köşelerinde bayrağın güzelliğinden söz ediyorlar.

Biz de bu beğeni ve merak üzerine, serin bir Mart akşamüstünde objektifimizi bu bayrağa çevirdik. Bayrağımız Boğaz'dan gelen sert rüzgârın verdiği güçle, bir yandan İstanbullulara el sallarken bir yandan da bize güzel pozlar verdi.

Bu bağrağı, TEMA-Vehbi Koç Doğa Kültür Merkezi'ne Koç Holding dikti. Koç Holding Bilgi Grubu Başkanı **Ali Y. Koç**'un önerisiyle Ocak ayı başında dikilen bayrak için çeşitli çalışmalar yapılmış.

Öncelikle bayrağın köprü trafiğini yavaşlatıp yavaşlatmayacağı düşünülmüş. Ancak trafiğin yavaşlamayacağına dair Karayolları Genel Müdürlüğü'nden müsaade alınmış. Bayrağın boyu 12, eni 8 metre; 1 metre temel üzerine dikilen bayrak direğinin yüksekliği ise 35 metre 20 santim. Bayrak direğini daha yüksek tutulmak istenmiş ama daha sonra "Anıtkabir'deki bayrak direğinden yüksek olmasın" düşüncesiyle bundan vazgeçilmiş.

Şantiye alanından doğa merkezine

TEMA-Vehbi Koç Doğa Kültür Merkezi'nin açılışı 31 Mayıs 2000 tarihinde yapılmıştı. Koç Holding'in desteği ile TEMA Vakfı tarafından çağdaş bir doğa-kültür merkezine dönüştürülen Kavacık Tepesi'ndeki alan, Fatih Sultan Mehmet Köprüsü inşaatı sırasında şantiye olarak kullanıldığı için toprak ve bitki örtüsü büyük ölçüde tahrip olmuştu.

Bu nedenle proje alanına dışarıdan toprak getirilerek rehabilitasyon çalışmaları yapıldı. Rehabilitasyonu mümkün olmayan beton bloklar ve şantiye yolları ise bugün Boğaz'ın muhteşem manzarasının seyredilebileceği park sahaları ve teraslara dönüştürüldü. Toplam 152 bin metrekare olan alanın 112 bin metrekaresinde peyzaj çalışmaları tamamlandı.

Parkta 136'sı bölgenin ekolojisine uygun bitki türü, 1711'i ağaç ve ağaççık, 5089'u çalı, 8500'ü yer örtücü bitki ve sarmaşık olmak üzere, yaklaşık 15 bin 300 bitki türü bulunuyor. Ayrıca 10 bin adet de mevsimlik bitki mevcut. 27 bin metrekare çim alanı, yaklaşık 10 bin kilometreye yayılan yürüyüş yolları ve seyir teraslarıyla TEMA-Vehbi Koç Doğa Kültür Merkezi, doğasever konuklarını ağırlamaya her zaman hazır. Park, İstanbul'un ilk doğa–kültür merkezi olma özelliğini taşıyor. Hafta içi 08.00-23.00, hafta sonu 08.00-24.00 saatleri arasında ziyarete açık. TEMA-Vehbi Koç Doğa Kültür Merkezi, içinde seyir terasları, gezi yollarının yanı sıra, 75 araç kapasiteli otopark, ihtiyaç duyulduğunda kullanılmak üzere bir helikopter pisti, birer kabinleri fiziksel engelliler için inşa edilmiş altı tuvalet, proje alanının mevcut bitkilerinin üretildiği/yetiştirildiği sera birimi bulunuyor.

Sevgi Gönül'ü öğrenciler "sanatla" andı

Sevgi Gönül

Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nde adına her yıl "Güzel Sanatlar Ödülü" verilen Sevgi Gönül, düzenlenen "Sevgi Gönül Sanat Gecesi"nde anıldı

VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi tarafından bu yıl ikincisi düzenlenen "Sevgi Gönül Sanat Gecesi", 7 Mart'ta Koç Allianz Genel Müdürlüğü Oditorymu'nda'nda yapıldı.

2003 yılının Eylül ayında kaybettiğimiz **Sevgi Gönül**'ün anısına düzenlenen gecede öğrenciler, geceye katılanlara, Sevgi Gönül'ün gençliğe, sanata ve yaratıcılığa olan sevgi ve saygısını performansları ve eserleriyle bir kez daha yaşattı.

Gecenin açılış konuşmasını VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi Müdürü **John R. Chandler** yaptı. Konuşmasında "Koç Özel Lisesi"nde adı her zaman sanatla özdeşleşmiş olan Sevgi Gönül'ün anısını böylesine canlı bir etkinlikle yaşatmaktan duyduğu mutluluğu dile getiren Chandler, "Lisemiz mezunlarının sanatla iç içe yetiştiğini ve yaratım sürecinin önemini kavradığını bilmek bana gurur veriyor" diye konuştu.

Chandler'dan sonra söz alan Sevgi Gönül'ün kız kardeşi ve Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi VKV Mütevelli Heyeti Başkanı **Semahat Arsel** de gecenin üç ana maksatla hazırlandığını belirtti: "Birinci maksadımız Sevgi Gönül'ün hatırasını yaşatmak, Sevgi'nin gençliğe, sanata ve yaratıcılığa olan sevgi ve saygısını vurgulamak; ikincisi Koç Lisesi'nin yetenekli öğrencilerinin performanslarını daha geniş seyircinin beğenisine sunabilmek; üçüncüsü de Sevgi'nin tüm arkadaşlarını, dostlarını ve sevenlerini bir araya getirip onu yâd etmektir."

Sevgi Gönül'ün anısına düzenlenen etkinlik, sanata gönül veren öğrencilerin hazırladığı programlarla devam etti. İlk olarak VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi Oda Orkestrası; Dalgalar Üzerinde, F.Shubert Lulaby, A.Brodin Poloveç Dansları ve Jerry Bock/Damdaki Kemancı'yı yorumladı. Orkestra'nın ardından sahneye çıkan Jazz Band, çağdaş aranjman James Curnow "We Have Met To Worship" ve Paul Desmond'un "Take Five" eserini yorumlayarak enfes bir müzik dinletisi sundu. Sadberk Hanım Müzesi'nde sergilenen Yunan vazosu, gelinlik, testi ve çocuk maskesine atıfta bulunan dans gösterisi izleyicilerden büyük takdir topladı. Dans gösterisinin ardından sahne alan Okul Korosu, **Erim Abram Sisa**'nın solo olarak eşlik ettiği "Ave Maria", Azeri türküsü "Aygız", "Singing In The Rain", "Ferai" ve Sinop türküsü "Batum"u seslendirdi. Koroya, "Singing In The Rain" ve "Ferai"de okulun ilk mezunlarından olan ve mezun olduktan sonra sanatı meslek edinen **Aslı Özbilen** eşlik etti.

ÖĞRENCİLERİN GECEYE İLİŞKİN DÜŞÜNCELERİ

Bu gece için resmim seçildiği ve sergilendiği için çok mutluyum. Çünkü okulumuzda bu geceye çok önem veriliyor. Sevgi Gönül'ün yaratıcılığı desteklemesi örnek alınacak bir davranış. Bu nedenle onu bir sanat gecesiyle anıyoruz.

Pınar İnci/Koç Lisesi Öğrencisi

16 yaşındayım. 4.5-5 yıldır keman çalıyorum. Bu gecenin düzenlenmesi çok güzel çünkü sanata ilgisi olanları teşvik ediyor. Böyle gecelerin daha sık düzenlenmesini istiyorum. Sevgi Hanım'ı sanatla ilgilendiği için kendime yakın hissediyorum.

Melike Yavuz/Koç Lisesi Öğrencisi

SEKTÖREL VİZYON
NİSAN 2005 SAYI 325

Koç CRM Forumu yapıldı

Koç CRM Forumu, projeye dahil şirketlerin genel müdürleri, üst düzey yöneticileri ve başkanların katılımıyla 12 Mart 2005 tarihinde gerçekleştirildi.

Rahmi M. Koç Müzesi toplantı salonunda düzenlenen forum, Koç Holding CEO'su Bülend Özaydınlı'nın sunumu ile başladı. Konuşmasında Koç Holding'in "tüketiciye en yakın topluluk" olmasının önemini vurgulayan Bülend Özaydınlı, Koç CRM projesinin bu yolda üstlendiği kritik rolü ise şöyle açıkladı: "Rekabetin ve seçeneğin arttığı bugün, sadece fiyat ve kaliteli ürünle liderlik konumunu korumamız mümkün değildir. Liderlik konumunu korumamız için rakiplerimizden farklılaşmamız şarttır. Bunu da tüketiciyi tanıyarak yapmalıyız. Müşterilerin tercih ve ihtiyaçlarını tanıdıkça ona yaklaşabilir ve iletişime geçebiliriz. Müşteri ile iletişime geçmek için, mevcut altyapımız Paro'dan ve diğer kaynaklarımızdan faydalanmalıyız. Bu kanallardan doğabilecek Zincirleme Pazarlama imkanlarını ise kesinlikle kaçırmamalıyız."

Zincirleme Pazarlama Vizyonu'nu da anlatan Özaydınlı, "Koç CRM altyapısı sayesinde, herhangi bir Koç satış noktasına, müşteri temas noktasına gelen müşterimiz, o noktadan başka bir şirketimizin satış noktasına kişiye özel teklifler ile yönlendirilmelidir" dedi.

Özaydınlı'nın sunumunun ardından katılımcılar, proje ile ilgili görüş ve planlarını paylaştı.

Forumun ardından Rahmi M. Koç Müzesi Halat Restaurant'da düzenlenen öğle yemeğine, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç da katıldı.

Yine "başarı"yı ödüllendirdik

Eğitim Başarı Armağanları ilkini, 25 yıl önce merhum Vehbi Koç'un elinden alan Necdet Doğan (üstte soldan üçüncü) ve Tunay Gölcan Semahat Arsel ile.

Bugüne kadar toplam 428 öğrencinin aldığı Eğitim Başarı Armağanları, bu yıl da ilköğretim ve lise düzeyinde okul birincisi olan toplam 43 başarılı öğrenciye verildi.

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Vehbi Koç Vakfı Mütevelli Heyeti Başkanı **Semahat Arsel** ve Koç Holding Kurumsal İletişim ve Dış İlişkiler Başkanı **Hasan Bengü**'nün katıldığı ödül töreninde, öğrencilere çeşitli armağanlar verildi. 25 yıl önce başlatılan ve Koç Topluluğu bünyesinde yer alan tüm şirket, bayi ve servis ağının da dahil edildiği bu etkinlikle, başarılı çocukların ödüllendirilmesi ve başarının özendirilmesi amaçlanıyor.

Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Semahat Arsel, ödül töreninde öğrenci ve velilere yönelik yaptığı konuşmada şunları söyledi: "Bizden Haberler Dergisi'nin uyguladığı 'Eğitim Başarı Armağanları'nın bu yılki töreninde bir araya gelebilmekten mutluyuz. Bu yıl, bu armağanı başlatalı 25 yıl olmuş. Bu armağanın amacı sizleri çalışmaya ve başarmaya teşvik etmektir. **Vehbi Koç**, eğitimin önemine inanırdı. Eğitilmemiş toplumların ilerleyemeyeceğini, gelişemeyeceğini vurgular, düşünür ve kendisi de bu yolda katkılarda bulunmaya çalışırdı. Koç Topluluğu olarak bizler de tıpkı Vehbi Koç gibi; iyi eğitilmiş, yüksek değer ölçüleri olan, kafasını ve vicdanını kullanarak sorgulayabilen, doğruları seçebilen insan gücünün bir toplumun en zengin hazinesi olduğuna inanıyoruz. Başardığınız hayatta bir yerlere ilerlediğiniz zaman da, sizlerden sonra gelen nesillere el uzatmayı, eğitimlerine destek vermeyi asla unutmayın. Eğitim nesilden nesile desteklenmesi gereken bir bayrak yarışıdır.

FİNANS

Koç Allianz'ın da desteklediği "Gelibolu" gösterimde

Koç Allianz'ın sponsorlarından biri olduğu "Gelibolu" belgeseli, 18 Mart'ta Türkiye'de gösterime girdi. Nisan ayından itibaren İngiltere, Amerika, Yeni Zelanda ve Avustralya sinemalarında gösterilecek belgeselin yönetmenliğini, "Hititler" belgeselinden tanıdığımız **Tolga Örnek**, yapımcılığını ise **Hamdi Döker** üstlendi. İngilizce seslendirmesini ünlü aktör **Jeremy Irons**'ın, Türkçe seslendirmesini ise tiyatrocu **Zafer Ergin**'in yaptığı filmin özgün müzikleri ise **Demir Demirkan**'a ait. Sadece Türk askerlerinin değil, din, dil, ırk, uyruk gözetmeksizin, Çanakkale siperlerindeki tüm askerlerin yaşadıkları acıların anlatıldığı belgeselde, iki İngiliz, üç Yeni Zelandalı, üç Avustralyalı ve iki Türk olmak üzere toplam 10 ana karakterin mektup ve günlükleriyle anlatılan hikâyelere yer verildi.

VEHBİ KOÇ VAKFI

Kadınlar ne ister?

Vehbi Koç Vakfı Amerikan Hastanesi, Dünya Kadınlar Günü'ne özel olarak 7 Mart tarihinde ergenlikten yaşlılığa kadar tüm kadınların ortak sorularına cevap bulabilecekleri, ücretsiz bir kadın sağlığı bilgilendirme paneli düzenledi

V.K.V. Amerikan Hastanesi uzmanları, kadınların günlük hayattaki "âşık olmak", "çocuk yapmak", "zayıf kalmak" ve "genç kalmak" gibi isteklerini ana başlıklar altında irdeleyerek, kadınları bilgilendirdi. Kadınların ergenlikten yaşlılığa kadarki ortak sorunlarını mercek altına alıp inceleyen V.K.V. Amerikan Hastanesi uzmanları, bu süreç içerisinde karşılaşılan problemlere ortak çözüm önerileri sunarak kadınların kafalarındaki soru işaretlerini gidermeye yardımcı oldu.

Panelde, "Kadınlar Aşk İster" konusu Psikiyatri Uzmanı **Dr. İsmet Bora** tarafından ele alındı. Dr. İsmet Bora, âşık olunduğunda karşılaşılan konsantrasyon bozukluğu, iştah kesilmesi, el titremesi ve heyecan gibi belirtilerin, erkeklere oranla daha duygusal olan kadınlarda daha fazla görüldüğünü belirtti.

Kadın Sağlığı Ünitesi Şefi **Doç. Dr. Bülent Urman** ise, "Kadınlar Çocuk İster" başlıklı konuşmasında, katılımcıları kadın sağlığı hakkında bilgilendirdi.

Çocuk sahibi olma isteğinin, toplumsal beklenti yüzünden kadınlarda küçük yaşlarda ortaya çıktığını belirten Doç. Dr. Bülent Urman, erkeklerin de en az kadınlar kadar çocuk istediğini söyledi. Doç. Dr. Bülent Urman ayrıca, tüp bebek konusunda kadınların erkeklere göre tedaviye ve paylaşıma daha açık olduklarını, erkeklerin ise daha çekingen olduğunu belirtti.

"Kadınlar Zayıf Kalmak İster" bölümünde söz alan Diyet Uzmanı **Nilay Topçam**, dinleyicileri sağlıklı beslenme ve zayıf kalma konularında bilgilendirdi. Diyet Uzmanı Nilay Topçam, özellikle menopoz döneminde görülen metabolizma hızının ve fiziksel aktivitenin azalması ve ilerleyen yaş faktörlerinin, kilo alınmasına yol açtığını belirtti.

Plastik Cerrahi Uzmanı **Dr. Murat Pençe** ise, "Kadınlar Genç Kalmak İster" başlıklı konuşmasında, doku enjeksiyonu, kaş asma, yüz gençleştirme gibi konularda dinleyicileri bilgilendirdi.

Amerikan Hastanesi doktorlarından Tıp Bayramı sergisi

V.K.V. Amerikan Hastanesi, 14 Mart Tıp Bayramı'nda doktor ve çalışanlarının resim çalışmalarından ve fotoğraflarından oluşan **"Görsel Sanatlar Sergisi"** düzenledi. Sergiye, tüm hastane personeli büyük ilgi gösterdi.

14 Mart Pazartesi günü moderatörlüğü **Prof. Dr. Turan Gürgen** tarafından gerçekleştirilen etkinliğin açılış konuşmasını V.K.V. Amerikan Hastanesi Genel Müdürü **Mr. George D. Rountree** yaptı. Ardından kürsüye gelen V.K.V. Amerikan Hastanesi Başhekimi **Doç. Dr. Teoman Dal** tüm doktorların ve hastane çalışanlarının Tıp Bayramı'nı kutladı. Etkinlik kapsamında, Türkiye'de ilk başarılı açık kalp ameliyatını gerçekleştiren **Prof. Dr. Aydın Aytaç**, "Dünyada ve Türkiye'de Açık Kalp Hayatımız" adlı özel bir konferans vererek mesleki hayatı boyunca yaşadığı deneyim ve anılarını konferanstaki katılımcılarla paylaştı. Etkinliğin sonunda, geleneksel hale gelen Tıp Bayramı pastası kesildi.

Otokar'ın Sultanları İspir'de

Tasarımda ve teknolojide ticari araç sektörünün öncü markası Otokar'ın rekortmen küçük otobüsü Sultan, batıdan doğuya, kuzeyden güneye Türkiye'yi dolaşmaya devam ediyor. Erzurum'la ilçesi İspir arasında taşımacılık yapan Özispir Seyahat de Sultan kullanıcıları kervanına katıldı. Otokar'ın Erzurum bayisi Çimenler Otomotiv, İspir ilçesine ve Özispir Seyahat'e toplam 8 adet Sultan 145S sattı. Araçlar, geçtiğimiz günlerde Otokar, Çimenler Otomotiv ve Özispir Seyahat yöneticilerinin hazır bulunduğu bir törenle Erzurum'da teslim edildi.

Sultan'ın "Türkiye'nin küçük otobüsü" olduğunu söyleyen Otokar Satış Müdürü **Rüya Sungurtekin**, araçlarının Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinde güvenle kullanılmasından büyük memnuniyet duyduklarını ifade etti. Sungurtekin, Türkiye'nin en zorlu yol ve iklim koşullarına sahip doğu bölgelerinde Sultan'ların güvenle kullanılıyor olmasının, Otokar'ın bu alanda yaptığı teknoloji, Ar-Ge ve tasarım çalışmalarının başarılarının bir kanıtı olduğunu da sözlerine ekledi.

Otoyol'da hisse eşitlemesi görüşmeleri başladı

Koç ve Avrupa'nın önde gelen otomotiv şirketlerinden Iveco, Otoyol şirketinde eşit hisse sahibi olma yolunda görüşmelere başladı. Sağlanan prensip anlaşmasıyla, Türkiye Iveco'nun yeni üretim üssü haline geliyor.
Koç ve Iveco, Otoyol şirketindeki mevcut işbirliklerini güçlendirme kararı aldı. Prensipte varılan anlaşmayla iki taraf, 10 Mart 2005 tarihli genel kurul toplantılarında alınan karar uyarınca Otoyol Sanayi A.Ş. ve Otoyol Pazarlama A.Ş. şirketlerinin birleştirilmesiyle oluşacak yeni Otoyol'da eşit hisse sahibi olma yolunda görüşmelere başladı. Otoyol'da Iveco'nun halen yüzde 27 hissesi bulunuyor. Nihai anlaşmayla birlikte Iveco'nun, Eurocargo ve Daily gibi Avrupa'daki lider modellerinin Türkiye'de üretilmesi ve Otoyol'un Iveco'nun yeni üretim üssü olması hedefleniyor.

Ford Otosan & Beko Elektronik işbirliği

Ford Otosan ve Beko Elektronik ortak çalışması sonucunda, Ford marka araçların Visteon üretimi radyo teyp/CD çalar modellerinde meydana gelebilecek arızalarda, Beko yetkili servisleri kanalı ile teknik servis hizmeti, Mayıs 2004 itibarı ile sağlanmaya başlamıştı. Yapılan işbirliği çerçevesinde, Türkiye genelindeki tüm Ford Otosan yetkili servisleri ile Beko yetkili servisleri eşleştirildi. Ford Otosan'ın yaygın yetkili servis ağından gelen başvurular, Beko Elektronik Çağrı Merkezi (444 14 14) kanalıyla, ilgili Beko servisine yönlendirilerek değerlendiriliyor ve Beko Elektronik Çağrı Merkezi'nde açılan iş kayıtları doğrultusunda, ilgili Beko servisi teknik inceleme, tamirat çalışmaları ve teknik rapor hazırlanması işlemlerini yürütüyor. Müşteri memnuniyetini ön planda tutan bu hizmet anlayışı ile daha kaliteli teknik servisi daha kısa sürede sağlamak amaçlanıyor.

Otokar'dan Roder'e 250 semi-treyler

Otokar, Roder üyesi firmalara 200 adedi çeşitli tiplerde tenteli ve 50 adedi frigorifik olmak üzere toplam 250 adet semi-treyler sağlayacak.
Tasarımda ve teknolojide ticari araç sektörünün öncü markası Otokar ile Roder üyesi firmalara hizmet sağlamak amacıyla kurulan RODPA Araç Servis Pazarlama ve Ticaret A.Ş. (RODPA) arasında imzalanan anlaşma ile Otokar, Roder üyelerine toplam 250 adet semitreyler satacak. Toplam bedeli 7.3 milyon euro olan anlaşma kapsamında, Otokar-Fruehauf markalı Tırliner, Tırliner (maksi tip) ve Megaliner tiplerinde 200 adet tenteli semi-treyler ve 50 adet Iceliner frigorifik semi-treyler için üye bazında talepler alınmaya başlanacak. Üye firmalar ile satış sözleşmelerinin imzalanmasının ardından araçların teslimine Mayıs ayında başlanacak ve teslimatlar Eylül ayı sonuna kadar tamamlanacak.

Otoyol, İTÜ EMÖS'05'te üniversitelilerle buluştu

Yurt genelinde üniversitelerimizin endüstri mühendisliği bölümü öğrencilerini biraraya getiren 12. EMÖS (İTÜ EMÖS'05) 2-5 Mart 2005 tarihleri arasında Maçka-İTÜ İşletme Fakültesi, ve Maslak-İTÜ Süleyman Demirel Kültür Merkezi, "Globalleşme Sürecinde Kaynak Kullanımı" çerçevesinde gerçekleştirildi. Otoyol A.Ş., Yalın Enstitü Derneği ile birlikte, 4 Mart Cuma günü "Yalın Üretim" başlığı altında, Maçka Kampüsü-İTÜ Mustafa Kemal Amfisi'nde sunumunu yaptı. Sempozyuma yaklaşık 200 öğrenci ve akademisyen katıldı.

DAYANIKLI TÜKETİM VE İNŞAAT

Arçelik Yetkili Servis ve Yetkili Satıcılar Toplantıları yapıldı

20-23 Mart 2005 tarihleri arasında Arçelik A.Ş. Yetkili Servis Toplantısı ve 23-29 Mart 2005 tarihleri arasında ise iki grup olarak Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantıları gerçekleştirildi.
Arçelik A.Ş., 50. yılını kutladığı 2005'te, Türkiye'deki yetkili satıcı ve servislerini eşleriyle birlikte üç ayrı toplantıda Antalya'da bir araya getirdi. 2004 yılının değerlendirilerek, gelecek yıl hedeflerinin de konuşulduğu toplantılara, ülke genelindeki yetkili satıcı ve servisler katıldı.
22 Mart 2005 tarihinde gerçekleşen, Yetkili Servis Toplantısı'nın sabah bölümü, ilk olarak Arçelik A.Ş. Genel Müdürü **A. Gündüz Özdemir**'in konuşması ile başladı. Ardından Türkiye Pazarlama ve Satış Genel Müdür Yardımcısı **Şirzat Subaşı** konuşmasını yaptı.
Berat töreninin ardından, toplantının öğleden sonraki bölümünde konuk konuşmacı olarak Prof. Dr. **Acar Baltaş** yer aldı. Toplantı, Tüketici Hizmetleri ve Lojistik Direktörü **Serdar Sözeri**'nin, 2004 yılını değerlendirerek 2005 yılı hedeflerini açıkladığı konuşması ile sona erdi. Arçelik Yetkili Satıcılar Toplantısı, 23-29 Mart 2005 tarihleri arasında iki grup halinde Antalya'da gerçekleştirildi. 25 Mart 2005 tarihli ilk grup toplantının sabah bölümü, Koç Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı **Mustafa V. Koç**'un konuşması ile başladı. 28 Mart 2005 tarihli toplantının ilk konuşmacısı ise Koç Holding A.Ş. Yönetim Kurulu Şeref Başkanı **Rahmi M. Koç** idi. Ardından Koç Holding A.Ş. Dayanıklı Tüketim ve İnşaat Grubu Başkanı Dr. **Bülent Bulgurlu**, Arçelik A.Ş. Genel Müdürü A. Gündüz Özdemir ve Beko Elektronik AŞ. Genel Müdürü **Ali Sümerval** konuşmalarını yaptılar. Toplantı, yetkili satıcı temsilcilerimizin paneliyle devam etti. Toplantının öğleden sonraki bölümünde, konuk konuşmacı **Ege Cansen**'in sunumu yer aldı. Toplantı, Türkiye Pazarlama ve Satış Genel Müdür Yardımcısı Şirzat Subaşı'nın konuşması ile tamamlandı.

Geleceğin yıldızları "Türkiye Robotik Turnuvası'nda yarıştı

FIRST LEGO Ligi (FLL) 2004-2005 sezonu İstanbul Pilot Turnuvası, FLL Türkiye Temsilcisi Smartkids tarafından Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleştirildi

Çocuklara bilim ve teknolojiyi sevdirmek, yaratıcılıklarını geliştirmelerine imkân sağlamak ve takım çalışmasına yatkınlıklarını artırmak amacıyla Smartkids tarafından Türkiye'de ilk kez düzenlenen "Türkiye Robotik Turnuvası", 19 Mart 2005'te Rahmi M. Koç Müzesi'nde yapıldı. Turnuvaya, 9-16 yaş arasında 24 takım ve 180 öğrenci katıldı.

Üretimlerini, her yıl açıklanan tema doğrultusunda yapan çocukların, bu yıl yaratıcılıklarını şekillendiren tema "Engel yok!" oldu.

Projelerini farklı fiziksel engeli bulunan bireylerin karşılaşabilecekleri zorluklara karşı, Lego Mindstorms setlerini kullanarak oluşturan takımlar, robotlarını spor müsabakalarına benzer bir atmosferde, teknik ve sunum jürilerine sundu.

Öğretmenlerin, velilerin, öğrencilerin, gönüllülerin, bilim ve teknolojiyi küçük yaşlarda çocuklarına aşılamak isteyen anne-babaların izleyici olarak katıldığı turnuvada adeta bir şenlik havası esti.

Önümüzdeki yıllarda ülkemizde turnuvayı kazanan takımların, uluslararası finallere katılmalarının mümkün olacağı turnuvanın sonunda, ekiplerin her birine madalya verilmesinin yanı sıra, farklı dallarda altı kupa da sahiplerini buldu. Alternatif Yaşam Derneği Engel Yok Projesi Ödülü'nü "Darüşşafaka", Takım Çalışması Ödülü'nü "Robboys", En İyi Programlama Ödülü'nü "Mechanics Kids Academy", Rahmi M. Koç Müzesi Robot Tasarım Ödülü'nü "Terakki", Robot Performans Ödülü'nü "Roketler", Semih Güven Özel Ödülü'nü "Sevix" takımları kazandı.

Amerikan FIRST Vakfı ve Lego firmasının 1998 yılında Amerika'da düzenlemeye başladığı, dünya çapında 14 ülkeye yayılan turnuvaya geçtiğimiz yıl 44 bin çocuk katıldı. Bu yıl 19 ülkeden 62 bin çocuğun katılmasının beklendiği turnuva, Türkiye'de FLL'nin temsilcisi Smartkids tarafından düzenleniyor. Eğitim kurumlarının, arkadaş gruplarının, kulüplerin ve konuyla ilgilenen herkesin en az beş, en fazla 10 kişiden oluşan takımlar halinde katılabildikleri eğlenceli turnuvalar, öğrencilerin fen bilimleri, matematik ve teknoloji ile keyifli uygulamalar aracılığıyla buluşmasını sağlıyor.

Rahmi M. Koç Müzesi'nde "Çanakkale 1915-2005" Sergisi yapıldı

Harp Tarihi Araştırma Grubu tarafından Çanakkale Muharebeleri'nin 90'ıncı yılı münasebetiyle düzenlenen ve savaşan tarafları bir araya getiren Anma Töreni ile **Onur Akmanlar**'ın "Çanakkale 1915-2005" Sergisi'nin açılışı, 16 Mart 2005 tarihinde Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleşti

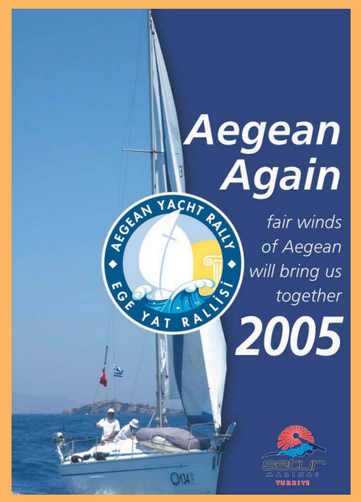
Varlığımızı ve Dünya tarihini etkileyen harplerin anılması, araştırılması, bu konuda araştırma yapan kişilerin ve çalışmaların desteklenmesi, gelecek nesillere aktarılması, konu ile ilgili Türk ve yabancı kurum ve kuruluşlarla birlikte çalışmaların yapılması amacı ile konuya meraklı araştırmacılar tarafından 2004 yılında kurulmuş olan "Harp Tarihi Araştırma Grubu" bugüne kadar yaptığı çalışmalara, Çanakkale Muharebeleri'nin 90'ıncı yılı münasebetiyle gerçekleştirdiği Anma Töreni ve sergiyi de ekledi.

Rahmi M. Koç Müzesi'nde gerçekleştirilen Anma Töreni'nin açılış konuşması, Kore Tugay Komutanı **Tahsin Yazıcı**'nın oğlu ve Harp Tarihi Araştırma Grubu üyesi olan **Bali Yazıcı** tarafından yapıldı. Geceye 1. Ordu Komutanı Orgeneral **Hurşit Tolon**, Yeni Zelanda Büyükelçisi **Jan Handerson**, Avustralya Büyükelçisi **Jean Dunn**, İngiltere Başkonsolosu **Barbara Hay**, **Mehmet Akif Ersoy**'un torunu **Ahmet Oranos**, Gelibolu Komutanı Esat Paşa'nın torunu **Zehra Sezer**, Atatürk'ün manevi kızı **Ülkü Adatepe**, Nusret Mayın Gemisi Komutanı **Yüzbaşı Hakkı**'nın torunu **Nedim Karamürsel** ve Gazilerimizden **Hasan Basri** Danışman'ın da aralarında bulunduğu pek çok yerli ve yabancı seçkin davetli katıldı.

Onur Akmanlar'ın "Çanakkale 1915-2005 Sergisi"nin açılışı, 1. Ordu Komutanı Orgeneral Hurşit Tolon , Ülkü Adatepe, Bali Yazıcı ve Hasan Basri Danışman tarafından yapıldı.

31 Mart 2005 tarihine kadar devam eden sergide, Çanakkale araştırmacısı Onur Akmanlar'ın yıllardır süren araştırmalarının sonucunda oluşturduğu tarihi değeri çok büyük olan koleksiyonun bir bölümü yer aldı.

Üçüncü Uluslararası Yat Rallisi'ne büyük ilgi



Setur Marinaları'nın bu yıl Temmuz ayında üçüncüsünü düzenleyeceği Ege Yat Rallisi'nin 70 yatlık kontenjanı doldu; yedek listede ise 25 yat bekliyor.

Bundan önceki iki ralliye de büyük ilgi olduğunu ve bir ay öncesinden kontenjanların dolduğunu belirten Setur Marinaları Genel Müdürü ve Ralli Organizasyon Komitesi Başkanı **Vedat Midilli,** bu yıl ise henüz ralliyi tanıtıcı bröşürler basılmadan, Mart ayı başında yedek liste uygulamasına geçmek zorunda kaldıklarını söyledi. Yoğun talebin nedenini, önceki iki ralli organizasyonunun da çok başarılı olması ile açıklayan Midilli, katılımcıların ralliden son derece memnun olduklarını kaydetti.

Midilli yarışların seyri hakkında şu bilgiyi verdi: "Bu ralliler hem Türk, hem Yunan medyasında çok iyi yer aldı, çok ses getirdi. İkincisi, bu yılki rotamız çok ilginç ve cazip. İlk defa Yunan anakarasına ayak basacağız. Ayvalık'tan start alıyoruz. Midilli Adası'nın Plomarion ve Molivos limanlarını ziyaret edeceğiz. Sonraki durağımız Limni ve Taşoz adaları. Rallinin highlight'ı ise herhalde Kavala olacak. Buradan Selanik'te Atamızın evine ve Mount Athos'a geziler düzenleyeceğiz. Gökçeada'dan ise yurda giriş yapacağız. Kuzey Ege, Türk yatçılarının pek bilmedikleri ama merak ettikleri bir bölge. Bu iki unsur, bu sene ralliye beklediğimizin üzerinde bir ilgi getirdi."

Bu yıl Setur Marinaları tarafından üçüncüsü organize edilecek olan Uluslararası Ege Yat Rallisi; Arçelik, Opet ve Ford şirketlerinin sponsorluğunda gerçekleşti.

Sek tiyatroseverler ile buluşuyor

Koç Gıda Grubu markalarından Sek, sanata verdiği desteği sürdürüyor. Devlet Tiyatroları aylık programı, Sek sponsorluğunda tiyatroseverlere ulaşıyor. Yıl boyunca devam eden tadım aktiviteleri kapsamında da Sek Keyif İçecekleri ile Sek Aromalı Sütler, tiyatro izleyicileriyle buluşuyor.

Devlet Tiyatroları aylık programı, Sek sponsorluğunda basılarak izleyicilere ulaşırken program broşüründe yer alan dikkat çekici ilanlarla da Sek, muhteşem lezzetlerini tanıtıyor. Sek, Devlet Tiyatroları Taksim Sahnesi'nde düzenlediği tadım aktivitesiyle tiyatroseverleri, Sek Keyif Ailesi'nin üyeleri ile tanıştırıyor. Çocuk oyunlarında da minik izleyicilere severek içtikleri Sek Aromalı Süt çeşitlerini ikram ediyor. İçimizi ısıtan pratik lezzetler sunan Sek Keyif İçecekleri Salep ve Sıcak Çikolata ile eğlence ve sağlık dolu Sek Aromalı Sütler, sahnelenen oyunları izlemeye gelenlerin tiyatro keyfine lezzet katıyor.

Sek, Keyif İçecekleri Serisi'nde yer alan ve Türkiye'de bir ilke imza atan ürünleri; "Sek Sıcak Çikolata" ve "Sek Hazır Salep"i ile doğallığı, kaliteyi ve pratikliği bir arada sunuyor. Sek Keyif İçecekleri'nin eşsiz lezzetine varmak için yapılması gereken tek şey ısıtıp içmek. Zengin içeriği ile büyümeye ve gelişime katkıda bulunan Sek Aromalı Sütler, eğlenceli yapısı ve lezzetiyle özellikle çocukların gözdesi.

Fiat ve Alfa Romeo OPET güvencesinde

Fiat ve Alfa Romeo markaları, müşterilerine kaliteli akaryakıt sunmak için OPET ile işbirliği yapıyor. OPET Yakıt Güvence Sistemi sayesinde akaryakıttan kaynaklanabilecek arızalar artık güvence altında

Yakıt Güvence Sistemi Projesi kapsamında OPET, Tofaş tarafından üretilen ve ithal edilen Fiat ve Alfa Romeo markalı araçlarda akaryakıt kaynaklı bir arıza oluştuğunda tüm maliyetleri ücretsiz olarak karşılamayı taahhüt ediyor. Akaryakıtların OPET istasyonlarından alınması halinde geçerli olan proje, 8 Mart 2005'ten itibaren satın alınan sıfır kilometre Fiat ve Alfa Romeo'ların garanti sürelerinin sonuna kadar geçerli olacak. Rahmi M. Koç Müzesi'nde düzenlenen törende konuşan Tofaş Ticari Grup Direktörü **Müfit Ataseven**, sistemin, 8 Mart 2005'ten itibaren satılacak olan Fiat ve Alfa Romeo markalı tüm araçlarda uygulanacağını, bu güçbirliği sayesinde otomobillerinin kalitesiz yakıt riskine karşı korunmuş olacağını ve hizmetin yaygınlaşmasıyla müşteri memnuniyetinin artması arasında doğru orantı olacağına inandığını belirtti.

OPET Genel Müdürü **Yavuz Erkut** da Türkiye'nin öncü otomotiv kuruluşu Tofaş ile yaptıkları bu işbirliğinin tüketiciye büyük bir fayda sağlayacağına inandığını kaydetti. Erkut, OPET olarak gerek hizmet, gerekse ürün kaliteleri ile tüketicinin birinci tercihi olmayı hedeflediklerini ancak araç sahiplerinin bu işbirliğinden faydalanabilmeleri için tüm Türkiye'de akaryakıtlarını OPET istasyonlarından almaları gerektiğini söyledi.

OPET'in gülen yüzü; CEM YILMAZ

Türkiye'nin önde gelen akaryakıt şirketi OPET, ünlü stand up sanatçısı Cem Yılmaz ile sponsorluk anlaşması imzaladı. Anlaşma detayları 16 Mart'ta Ritz Carlton Oteli'nde yapılan bir basın toplantısıyla kamuoyuna duyuruldu. Basın toplantısına Cem Yılmaz'ın yanı sıra OPET Genel Müdürü Yavuz Erkut da katıldı. Yapılan anlaşma çerçevesinde, Cem Yılmaz 2006 yılı sonuna kadar OPET'le değişik projelerde bir arada olacak.

Konuya ilişkin bilgi veren OPET Genel Müdürü Yavuz Erkut, "OPET, ürün ve hizmet kalitesi ile tüketicinin ilk tercihi olmayı hedeflerken eğitim, spor, kültür ve sanata ilişkin projelere de desteğini sürdürmektedir. Bugün de Türkiye'de 7'den 70'e herkesin, sevgi ve sempatisini kazanmış, bizim gibi genç, dinamik ve başarılı bir sanatçı ile el sıkışıyoruz. 2006 yılı sonuna kadar planladığımız birlikteliğimizde, Cem beyin sahne çalışmalarının yanı sıra, değişik ve sürpriz başka projelerde de birlikte olacağız" dedi.

Koç Bryce sertifikalı elemanlar daha avantajlı

Koç Bryce Genel Müdürü Diana M. Fındıkoğlu, Çağrı Merkezi Akademisi "Müşteri Temsilcisi Sertifika Programı"nda sunulan eğitimlerin 10 gün sürdüğünü söylüyor. Programı bitirenler çağrı merkezi uzmanı olarak mezun oluyorlar

Koç Bryce, İvme Danışmanlık ve Türkiye'nin en büyük çağrı merkezi şirketi Global Bilgi ile Türkiye'de bir ilke imza atarak Çağrı Merkezi Akademisi'ni duyurdu. Çağrı Merkezi'nin amacı dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hızla büyüyen çağrı merkezi pazarına nitelikli elemanlar yetiştirmek. Koç Bryce Genel Müdürü Diana M. Fındıkoğlu, Çağrı Merkezi Akademisi'nden eğitim alanlara hem kariyer edinme fırsatı sunmayı, hem de öncelikli iş imkânı sağlamayı hedeflediklerini söylüyor.

Çağrı Merkezi Akademisi ile ilgili bilgi verebilir misiniz? Bu sertifika programıyla kimleri hedefliyorsunuz?

Proje ortakları olarak, gençlere yeni iş imkânları yaratabilmek için iş ortaklarımızın sayısını artırmayı hedefliyoruz.

Türkiye'nin çağrı merkezi alanında kurulan ilk kişisel gelişim ve teknik eğitim platformu özelliği taşıyan Çağrı Merkezi Akademisi'nde, Müşteri Temsilcisi Sertifika Programı'nda sunulan eğitimler 10 gün sürüyor. Sertifikasyon programını bitirenler "Koç Bryce Çağrı Merkezi Müşteri İlişkileri Temsilcisi Sertifikası"na sahip birer çağrı merkezi uzmanı olarak mezun oluyorlar.

Buradan eğitim almak isteyen adaylar başvurularını proje ortağımız olan www.yenibir.com/cma ve www.kocbryce.com.tr/cma adresine yapabilirler. Adaylarda en az lise mezunu olması şartı aranıyor. Konuşma odaklı bir iş olması dolayısıyla sözel iletişim becerileri güçlü, sosyal kişilik yapısında, kısa sürede problem çözebilen ve windows uygulamalarına hâkim kişiler tercih ediliyor. 20-27 yaş aralığı, esnek çalışma sistemi ve saatlerine uyum, sağlıklı işitme ve erkekler için askerliğini yapmış olmak gerekiyor.

Bugüne kadar kaç mezun verdiniz? Mezunlarınız herhangi bir işe istihdam edildi mi?

Çağrı Merkezi Akademisi'nin ilk katılımcıları 18 Mart'ta düzenlenen bir törenle sertifikalarını alarak mezun oldular. Açtığımız iki sınıfta toplam 41 öğrencimiz sertifika almaya hak kazandı. Bu projenin iş imkânı sağlayan özelliği ile sertifikalı öğrencilerimizin tamamını Global Bilgi Çağrı Merkezi'nde işe yerleştirmeye başladık.

Koç Bryce Çağrı Merkezi Akademisi'nden sertifika alan kursiyerler, çağrı merkezi sektöründe bu sertifikalarla iş bulma olanaklarının arttığını söylüyorlar.

Çağrı merkezi sektörünün potansiyeli ilgili değerlendirmenizi öğrenebilir miyiz?

Çağrı merkezleri, genç nüfusun yoğun olduğu ülkemizde önemli bir istihdam potansiyeli yaratıyor. Toplam 13-14 bin arasında çalışan olduğu tahmin edilen çağrı merkezi sektörünün 2005'te yüzde 20 oranında büyümesi bekleniyor. Global Bilgi ise bu yıl yaklaşık 800 kişiye istihdam sağlamayı planlıyor. Çağrı Merkezi Akademisi'nden sertifika alan katılımcılarımız öncelikli olarak Global Bilgi tarafından işe alınma şansına sahip olacaklar

Programlarınıza daha çok kimler ilgi gösteriyor? İş yaşamında öne geçmek için sertifikalı olmanın avantajları nelerdir?

Programlarımıza çağrı merkezlerinde çalışmak isteyenler ya da kariyerlerini bu alanda planlayanlar daha fazla ilgi gösteriyor. Çağrı merkezlerinde işe alım kriterlerine baktığımızda, sertifikalı elemanlar rakiplerine oranla bir adım önde oluyorlar. Çünkü işe alım yapacak olan çağrı merkezi sıfırdan aldığı elemanı yetiştirmek için zaman ve para harcamak zorunda. Ancak elinde bir sertifikası olan aday her zaman tercih sebebi oluyor. Çünkü işe alınır alınmaz kulaklığını takıp çalışmaya başlayabiliyor.

Eğitim programlarınızı anlatabilir misiniz?

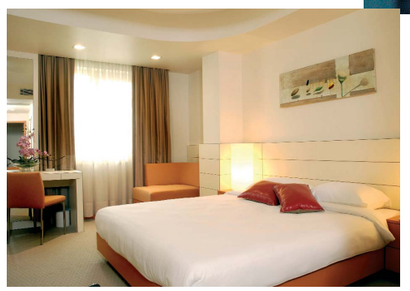
Çağrı Merkezi Akademisi "Müşteri Temsilcisi Sertifika Programı'nda" verilecek eğitimler "Çağrı Merkezi Odaklı Kişisel Gelişim" ve "Teknik Beceri" olarak ikiye ayrılıyor. Sertifika programı içerisinde kişisel gelişim eğitimleri sayesinde katılımcılar gelen çağrıları hedeflenen standartlara uygun şekilde cevaplayabilecek beceriyi edinecekler. "Çağrı merkezi müşteri temsilcisi olarak" doğru bilgi aktarımı ve kaliteli müşteri hizmeti yaklaşımıyla katılımcılar müşteri memnuniyetini en yüksek düzeyde sağlayabilecekler.

Hayatın kalbinde bir gece geçirmek

Divan City hizmete açıldı. Otelde bir gece geçiren gazeteci Ercan İnan, “Divan City adeta İstanbul'un tam kalbine yerleşmiş. Çevreyoluna yakınlığı, köprüye olan kol mesafesi ile stratejik olarak bence Taksim otellerinden çok daha avantajlı bir konumda” diyor

DiVAN

Mart ayında hizmete açılan Divan City İstanbul, 50 yıllık Divan Otelleri ağırlama geleneğine yeni bir boyut getirdi. Divan City’i ziyaret edenlerden biri de Vatan Gazetesi Ekonomi Müdürü **Ercan İnan** oldu. İnan, Divan City’e dair izlenimlerini bizimle paylaştı:



İstanbullu olup İstanbul'da otelde bir gece geçirmek

En son New York Times yazdı. Travel gezi ekinde "İstanbul'a gitmenin şimdi tam zamanı" dedi.

Biz İstanbul'da yaşayanlar için en büyük handikaplardan biridir İstanbul'daki otellerin keyfini çıkaramamak.

Dünyanın en popüler turizm dergilerine konu olmuş, ödüller almış harika otellere sahip İstanbul'da, sırf evimiz burada olduğundan otel keyfini fazla bilmeyiz.

İzmir'de, Ankara'da, güneyde otellerde kalmışızdır da İstanbul'da bir otele gidip konaklamaya pek gerek duymayız.

Bir gazeteci olarak, sayısız otomobil firmasından "Size test drive için yeni ürettiğimiz (ya da ithal ettiğimiz) aracımızı gönderiyoruz" telefonunu çok kere almıştım.

Ancak inanın, Divan City'yi test etmem istendiğinde hepsinden daha fazla heyecanlandım.

Bir oteli test etmek...

İnanın bir otomobili test etmekten çok zordu. Her şeyden önce alışıldık bir şey değildi. O yüzden biraz otomobil test etmişim gibi yazacağım, kusuruma bakmayın.

Divan City adeta İstanbul'un tam kalbine yerleşmiş. Çevreyoluna yakınlığı, köprüye olan kol mesafesi ile stratejik olarak bence Taksim otellerinden çok daha avantajlı bir konumda.

Yani yol tutuşu, yola hâkimiyeti mükemmel diyebiliriz.

Bu anlamda çok az yakıt tüketerek çok yere gitme imkânı yarattığını da ayrıca belirtmeye gerek yok.

Otomobilde motor gücü neyse otelde de bence yemek kısmı odur.

Bu konuda Divan'ın uzmanlığına, iş yapış biçimine kimsenin diyecek bir şeyi olamaz.

Otelde akşam yediğim yemek mükemmeldi. Şehrin içindeki bir otel, mutfak kısmına belki çok da özenmeyebilir. Öyle ya tüm ünlü restoranlar zaten şehrin göbeğindedir ve istediğin birini seçebilirsin. Hele hele bir yabancı için bir restorana gidip yemek fantastiktir.

Bunu bilen şehir otelleri de mutfak kısmını çoğu zaman geçiştirirler.

Ancak Divan City'de kalan birinin akşam yemeği için başka bir alternatif düşüneceğini sanmıyorum. Divan, müşterilere böyle bir seçenek bırakmak istememiş belli ki...

Güne zinde başlamak

Anlayacağınız motor yani mutfak 220 beygir turbo bir güce denk. Kolay kolay yarışılacak gibi değil.

Ve gelelim konfora.

Sağ olsunlar bana bir süit oda hazırlamışlar.

Evimden ziyadesiyle büyüktü. İş stresinden mi nedir bilmem her sabah dayak yemiş gibi kalkan ben, Divan City'de kaldığım gün çok zinde kalktım. Keramet yastıkta mı acaba diyerek bir ara yastığı aşırmayı da düşünmedim değil.

Odalara ulaşan koridorlara bir uzay üssü ya da uzay gemisi havası hâkimdi. Oda numaraları, kullanılan renk böyle ilginç bir hava yaratmış.

Renk demişken, otelin ilk girişindeki beyaz hakimiyeti ve sadeliği de kusursuzdu. Ünlü mimar Hasan Mingü'nün eline sağlık.

Sadece, o evimden büyük süit odada, banyonun biraz küçük kalması bende şaşkınlık yarattı. Sonuç olarak Divan City, şehir otelciliği anlayışına yeni bir bakış açısı getirmiş. Anadolu'dan ya da yurtdışından gelen işadamları için prestijli bir alternatif yaratılmış.”

Koç-Yönder tecrübesiyle iş hayatının tam içinde!

Koç Topluluğu'ndan 60 yaş nedeniyle emekli olmuş üst düzey yöneticilerin bir araya gelmesiyle kurulan Koç-Yönder 10 yaşında. Koç-Yönder Yönetim Kurulu Başkanı Tunç Uluğ, "Bilgi ve tecrübelerimizi KOBİ'lere aktarmak istiyoruz" diyor

Kurulduğunda 18 üyesi bulunan Koç-Yönder, bugün 245 üyesiyle iş dünyasında ciddi bir işgücü oluşturuyor.

Can Kıraç'ın girişimleriyle kurulan Koç-Yönder'in amacı üyelerinin birlikteliklerini sağlamak ve sosyal ilişkilerini sürdürmek olarak belirlenmiş.

Bu amaçla sık sık toplantılar yapılmış, konusunda yetkin uzmanlar davet edilerek konferanslar verilmiş. Hatta Koç Topluluğu ile bağların zayıflamaması için, zaman zaman topluluk bünyesinden konuşmacılar davet edilerek onlardan bilgi alınmış.

Bu etkinlikler, yoğun bir çalışma ortamından gelen birçok üst düzey yöneticinin ise çok hoşuna gitmiş. Fakat zamanla dernek üyeleri sadece sosyal aktivite ile yetinmek istememişler. Ve, "Bilgi ve tecrübelerimizle yeniden ekonomik hayatın içinde olmalıyız" fikri ağırlık kazanınca işin seyri değişmiş.

Koç-Yönder Yönetim Kurulu Başkanı **Tunç Uluğ**'la Koç Yönder'in çalışmalarını ve geleceğe dair planlarını konuştuk.

Kabuk değiştirdi

Koç-Yönder üyelerinde ağırlık kazanan "Tecrübe ve bilgiyi başkalarıyla paylaşma" düşüncesi sonucunda öncelikli olarak paylaşım kanalı olarak KOBİ'ler belirlenmiş. Tunç Uluğ, bu süreç hakkında şu bilgileri veriyor: "Biz bilgi ve tecrübemize, sanayi ve ticaret âleminin ihtiyacı olduğunu göz önünde tuttuk. Bunun neticesinde belli alanlarda bu bilgi ve tecrübenin kullanılmasına karar verdik. Bu konuda üyeleri bilgilendirdik. Çünkü üyelerimizin büyük kısmı 'Ben 30 yıl çalıştım bundan sonra çalışmam' düşüncesi içine giriyor." Ama bir süre sonra bunun doğru olmadığını görüyor. Bir kısmı kendi işini kurmak istiyor. Bir kısmı da çalışmak istediği halde kendi pazarlamasını yapamıyor. Bunun üzerine Koç-Yönder olarak bir çağrıda bulunduk. Pazarlamaya, mali işlere, yeniden yapılanmaya ve organizasyona dönük olarak gruplar kurduğumuzu üyelerimize duyurduk. Gelen cevaplar sonunda böyle bir organizasyonun çalışacağını gördük. İsteyenlere danışmanlık eğitimi konusunda bilgi verdik. Bunlar çok faydalı oldu."

Üyelerine iş buluyor

Bu şekilde başlayan hareket son iki yıldır belli bir boyuta ulaşmış. Bunun için çeşitli tanıtım çalışmaları yapılmış. Bu çalışmalar sonunda 20'ye yakın şirketle temas kurulmuş. Şu anda bu şirketlerin yarısına Koç-Yönder üyeleri tarafından hizmet veriliyor. Koç-Yönder üyeleri, farklı sektörlerden ve cirosu 2 milyon dolarla 150 milyon dolar arasında şirketlere hizmet veriyor.

İktisadi işletme kurdu

Dernekler Kanunu'nda yapılan değişiklik sayesinde artık sadece kişiler değil, şirketler de derneklere üye oluyor. Koç-Yönder bu sayede Koç Holding'deki bazı şirketleri derneğe üye yaptı. Dernek yapısı gereği bir iş yaptığı zaman fatura kesemediği için, bu yıl Koç-Yönder İktisadi İşletmesi adlı bir de işletme kuruldu. Uluğ, bu sayede yaptıkları görüşmelerle ilgili teklif verme ve fatura kesme haklarının doğduğunu söylüyor.

"60 yaş uygulaması doğru"

Karşımızda Koç-Yönder Yönetim Kurulu Başkanı'nı bulunca, son günlerde gündemde olan "60 yaşında emekli olma konusunda farklı görüşler bulunduğunu belirtip "Siz ne düşünüyorsunuz?" diye soruyoruz. Uluğ, konu hakkında şu değerlendirmeyi yapıyor: "Ben Koç Topluluğu'nda 30 yıl çalışmış bir insan olarak Koç gibi büyük topluluklarda genç arkadaşların süratli bir şekilde geldiğine tanık olmuş biriyim. Gençlere de imkân tanımak lazım. Gençlere tanınan imkânlar yenilikleri ve eksik tecrübeyi beraberinde getiriyor. Ama tecrübe zaman içinde kazanılır. Bu bakımdan 60 yaşta emekliliği normal karşılıyorum. Fakat tecrübesi olan arkadaşlardan danışman olarak faydalanılabilir. Ben şahsen bu uygulamadan rahatsız değilim. Siz 60 yaşına geldiğinizde birileri size çalışmalarınızdan dolayı teşekkür ederse bu size doğal olarak bir rahatsızlık verir. Biz buna engel olmak istiyoruz.

STK ve derneklerle işbirliği yapıyor

Koç-Yönder'in birçok dernek ve sivil toplum örgütü ile işbirliği var. Kadınların iş hayatında yer alması için gayret gösteren KALDER'le bir protokol yapılmış. Bunun yanı sıra AB ile ilgili olarak İş ve İşçi Bulma Kurumu vasıtasıyla bazı projelere girme konusunda incelemeler yapılıyor.

Bu kurumların yanı sıra KOSGEB'le görüşmeleri olduğunu söyleyen Uluğ, "Tecrübe ve bilgilerimizden KOSGEB nasıl yararlanabilir?" sorusundan yola çıktık ve bu çalışmalar olumlu bir şekilde gelişiyor. Mutlaka sivil toplum kuruluşları ile işbirliği yapmalıyız" diyor.

Genç Koç-Yönder'in kısa tarihi

Koç-Yönder, 1995 yılında Koç Holding ve şirketlerinden emekli olan 20 üyenin katılımıyla kuruldu. Kurucular arasında **Erdoğan Karakoyunlu**, **Can Kıraç**, **Alaeddin Asna**, **Haluk Çatırlı**, **Nurettin Uğurlu**, **Tuncer Afşar**, **Erol Günen**, **Reha Tezcan**, **E. Abdullah Özerol**, **Mehmet Ondur**, **Orhan Altan**, **Sencer Kaygusuzlar**, **Naci Dizdar**, **Sadi Göğdün**, **Muhterem Kolay**, **Orhan Başdoğan**, **Özcan Yuvalı**, **Basri Öztekin**, **Süreyya Somer**, **Sezai Polat** bulunmaktadır.

İlk Yönetim Kurulu Başkanı **Can Kıraç** 1996 - 98 tarihlerinde görev yaptı. Daha sonra seçilen **Erdoğan Karakoyunlu** 1998 -2001 tarihleri arasında Koç Yönder Yönetim Kurulu Başkanlığını yürüttü. 2001-2004 tarihlerinde rahmetli **Necati Arıkan** Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini üstlenmişti. 2004 Şubat ayından itibaren de **Tunç Uluğ** Başkanlık görevini yürütüyor.

Tunç Uluğ kimdir?

1936 yılında doğan Tunç Uluğ, lise eğitimini Saint Joseph'te aldı.

1960'ta Robert Kolej (Şimdiki Boğaziçi Üniversitesi) Makine Mühendisliği Bölümü'nden mezun oldu.

Askerliğinin ardından Colombia Üniversitesi'nde master yaptı. Amerika'da inşaat şirketi Bechtel'de üç yıl çalıştı.

Türkiye'ye döndüğü 1967 yılında Koç Holding'de işe başladı. Merkezde bir yıl çalıştıktan sonra Aygaz'da genel müdür yardımcısı, Tat ve Ram'da genel müdürlük yaptı.

Merkezde Enerji ve Turizm Grubu Başkanlığı, Tüketim Grubu Başkanlığı ve Koç'taki son beş yılında ise Dış Ticaret Grubu Başkanlığı yaptı.

1997'de Koç Topluluğu'ndan emekli olunca Yaşar Holding Yönetim Kurulu'nda üç yıl çalıştı. Yaşar Holding'den sonra Abalıoğlu Grup ve Evyap'ta çalıştı. Halen Özdoyuranlar Grubu'na danışmanlık yapıyor.

hayata dair

Çanakkale Ford Bayii Arslanlar'ın sahibi İlyas Arslan

"Çanakkale'ye müşteri memnuniyetini biz getirdik"

İlyas Arslan, Çanakkale'deki diğer Koç bayileri ile aralarında tatlı bir ticari rekabet yaşandığını vurgulayarak, "Her markanın diğer markalarla yaşadığı rekabete benzer bir durum. Ama aynı Topluluğun üyesi olduğumuzu hiç unutmuyoruz. Aynı zamanda tabii ki kendileriyle dostuz" diyor

"Birlikte Başarmak" bölümümüz için Çanakkale Ford Bayii Arslanlar'ın konuğu olduk. 40 yıl önce dedesinin Beko Bayii olmasıyla başlayan Koç serüvenini, 3. kuşak Ford Bayii olarak devam ettiren bayi İlyas Arslan, kendilerini rakiplerinden ayıran en önemli özelliğin; Ford'un "Hayat Boyu Müşteriler" anlayışı olduğunu söylüyor ve ekliyor, "Müşteri memnuniyeti anlayışını Çanakkale'ye biz getirdik."

Ne kadar zamandır Koç Topluluğu'nun bir üyesi olarak faaliyet gösteriyorsunuz?

Benim dedem Beko bayii olarak 40 yıl önce Koç Topluluğu bünyesinde faaliyet göstermeye başladı. Ardından babam Beko bayiliğini sürdürdü. Zaman içinde müşterilerimizin ihtiyaçlarını karşılamak gibi bir görevimiz oldu. İnsanların otomobil ve ticari araç ihtiyaçlarını bize söylemeleri ve böylece bizi yönlendirmeleriyle Koç bünyesinde Ford Bayii olmaya karar verdik.

Kömür ocakları ve ticari işletmeler bulunan, kamyon potansiyeli yüksek olan Çan ilçesinde bize Ford bayiliği verildi. 1989 yılında burada hizmet vermeye başladık. 1998 yılından itibaren ise Çanakkale'de 3S adı altında yatırım yaptık ve şu anda Çanakkale bayii olarak devam ediyoruz. Çan'da kardeşim İlhan Arslan Beko bayiliğini devam ettiriyor. Beko'ya da Türkiye genelinde olduğu gibi ilgi çok iyi. Biz üçüncü kuşak Koç Topluluğu üyesiyiz ve 40 yıldır ticari faaliyetlerimizi bu çatı altında sürdürüyoruz.

Ford Bayii Konseyi'nin 3. Bölge (Ege) Temsilcisi olarak bölgenizin ve Çanakkale'deki otomotiv pazarının durumunu değerlendirir misiniz?

Genel olarak 2004 yılı çok iyi geçti. 2005 yılına da çok olumlu bakıyoruz. Ford olarak Türkiye pazarında geçen yılki pazar payımız yüzde 15.5, toplam araç satışı ise 114 bin 805 oldu. Üçüncü Bölge yani Ege Bölgesi'nin toplam satış rakamı ise 13 bin 315. Çanakkale'de geçtiğimiz yıl Arslanlar A.Ş. olarak 1450 adet birinci el araç satışı gerçekleştirdik. 500 civarında da ikinci el araç satışımız oldu. Ciromuz 40 milyon dolar civarında ve pazar payımız yüzde 28. 2005 yılında da bunun altında kalmayacağız. Hedefimiz pazar payımızı yüzde 33'e çıkarmak, müşteri memnuniyetinde Türkiye'de birinci olmak ve daha önce aldığımız Excellence Awards'ı (Mükemmelliyetçilik Ödülü) tekrar almak.

Çanakkalelilerin Ford marka araçlara ve yeni modellere ilgileri nasıl, en çok hangi araçları tercih ediyorlar?

Çanakkale'de ilginç bir pazar var. Türkiye pazarında Ford'un ticari vasıtalarına ilgi fazla, fakat Çanakkale'de binek otomobiller daha çok ilgi görüyor. Satışlarımızın yüzde 60-70'ini otomobiller oluşturuyor. Çanakkale, Türkiye'nin okuma-yazma oranı yüzde 95'lere varan nadir illerinden biri. Kişi başına düşen milli gelir ile sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan baktığınızda ilk 20 il içerisinde yer alıyor. İnsanların bilinç düzeyi yüksek. Yeni modelleri ve markaları takip ediyorlar. Şu anda Focus marka yeni otomobillerin tanıtımı var. Bu ay ve gelecek aylardaki satışlarımızın birçoğunu gerçekleştirmiş durumdayız.

Çanakkale'de Ford marka otomobillerin tercih edilmesinin nedeni nedir? Sizi rakiplerinizden ayıran özellikler nelerdir?

Satışla başlayıp satış sonrasında devam eden hizmet anlayışımız var. Bunun yanı sıra "kalite" unsuru bizi tercih etmelerinin başlıca nedeni. Ford'un "Hayat Boyu Müşteri"ler anlayışı çerçevesinde tam müşteri memnuniyetini sağlamak için çaba harcıyoruz. Bunun sonuncunda elde ettiğimiz sadık müşteriler bizim farkımızı oluşturuyor. Biz 1998 yılında Ford 3S plazamızı açtığımızda Çanakkale'de müşteri memnuniyeti anlayışı yoktu. Bu anlayışı Çanakkale'ye biz getirdik diyebiliriz. O zamanlar Çanakkale'de Ford'un pazar payı yüzde 4-5'lerde idi. Bugünkü pazar payımız yüzde 28-30'lara çıkmış durumda.

Bu artıştaki en büyük etken "Hayat Boyu Müşteriler" kazanmak için verdiğimiz hizmettir. İlkelerimiz; dürüstlük, güven, kaliteli ve zamanında hizmet, sevgi, saygı ve güler yüzlü olmak.

Koç Topluluğu bünyesinde yer almak ve Koç kültürünün bir parçası olarak bu kültürü yaşatmak sizin için ne ifade ediyor?

Kesinlikle çok gurur verici bir olay. Ticari hayatımıza Koç ile başladık. Vehbi Koç'un bir sözü var ve hâlâ Migros'un sloganıdır; "dürüst satıcı" diye. Biz de bu ilkeler çerçevesinde hareket ediyoruz. Koç'un "dürüst satıcı" misyonunu Çanakkale'de devam ettiriyoruz. Üçüncü kuşak Koç bayii olarak Vehbi Koç'un sözleri ve yaptığı işlerle, ardından Rahmi Koç ve Mustafa Koç'un çalışmalarıyla ve yaptığı ticari ataklarla hareket ediyoruz. Onlardan almış olduğumuz kültürü yaşatıyoruz. Bende rahmetli Vehbi Koç'un kitabı ve vefat ettiği ay yaptığınız Bizden Haberler dergisi vardır. Buradaki öğütlere dikkat ediyoruz ve uygulamaya çalışıyoruz. Bir kitap işyerimde, bir kitap da oğlumdadır. Aynı kültürü ona da aşılamaya çalışıyorum.

Çanakkale'deki tek Ford bayii sizsiniz. Kaç çalışanınız var ve çalışanlarınız arasındaki iç iletişim ve ilişkiler nasıl?

Plazamızda şu anda satış ve satış sonrası servis hizmeti sağlayan 50 civarında çalışanımız var. Aralarındaki işbirliği ve ekip ruhu müşterilerimize yansıyor. Bunun ödülünü en son 2004 yılında Ford Avrupa'nın düzenlediği Excellence Award ödülünü kazanarak aldık. Bunu çaycımızdan resepsiyonistimize, satış danışmanımızdan sigortacımıza kadar herkesin aynı heyecanla çalışmasına, birbirine güvenmesine ve müşteriye en iyi hizmeti vermek için çaba sarf etmesine borçluyuz.

Koç Topluluğu'nun bayiler ve topluluk arasındaki iletişimi sağlamak için oluşturduğu www.kocbayi.com sitesini takip ediyor musunuz?

Takip etmeye çalışıyorum. Koç Grubu'nu iş ortağımız olarak görüyoruz. Tüm sektörlerden haberdar olmamız, kendi içimizde iletişim sağlamamız ve yeniliklerden haberdar olmamız açısından bayi sitesinin çok önemli olduğunu düşünüyorum.

EMİNE ALANGOYA

“AB’ye girmek kadınlar için olumlu gelişmeler sağlayacaktır”

Koç Holding Muhasebe Müdürü Emine Alangoya ile yaptığımız sohbette; çocuk sahibi olmanın kariyer yapmayı engellemeyeceğini gördük. Çünkü Alangoya bir yandan iki çocuğunu büyütürken, bir yandan da kariyer yapmayı başarmış ender insanlardan. Alangoya bunun sırrını şu cümleyle özetliyor: “Özel yaşamınızı işe, işinizi eve taşımayın!”

Kaç yıldır çalışma hayatının içindesiniz? Şu andaki göreviniz hakkında bilgi verir misiniz?

Üniversiteyi bitirdiğim yıl çalışmaya başladım. Bu temmuz ayında 35 yılımı dolduracağım. İş hayatımın tümü de Koç Topluluğu’nda geçti. İlk işime Koç Holding A.Ş. Mali İşler Grubu’nda denetim departmanında başladım.

Yedi yıl Koç Topluluğu’nda iç denetim faaliyetinde bulunduktan sonra yine grup şirketi olan Bürosan A.Ş.’ye mali ve idari işler müdürü olarak tayin oldum.

Üç yıl bu görevi yürüttükten sonra, Koç Holding’e muhasebe müdürü olarak beni istediler ve buraya geldim. 1980 yılından bu yana sürdürdüğüm görevi; Koç Holding, Temel, Zer ve Nazar şirketleri ile Koç Ailesi’nin muhasebe ve mali sorumlulukları, sahip oldukları hisse senetlerinin takibi ve gayrimenkullerinin yönetimi şeklinde özetleyebilirim.

İş yaşamınızın tek çatı altında geçmesinin sırrı nedir?

Bizim grupta yetiştirme elemanı sistemi vardır. Grupta ileriye doğru hedefler verilerek, o kişi üzerinde yetiştirme programı uygulanır. Bu uygulandıktan sonra da kişinin gelişimine uygun görevler verilir. Başarılı olduğu sürece de bu durum devam eder. Koç Topluluğu temel felsefe olarak başarının yanındadır. Kadın erkek ayrımı yoktur; bu, tercih edilmede bir faktör değildir.

35 yıldır Topluluk’ta çeşitli görevlerde bulunan Emine Alangoya, 25 yıldır da Koç Holding Muhasebe Müdürü olarak çalışıyor. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü vesilesiyle ziyaret ettiğimiz Emine Alangoya ile kadınların iş yaşamındaki yeri ve annelik üzerine sohbet ettik

Sizce Türk kadını çalışma yaşamında yeterince yer alıyor mu?

Dünya klasmanına baktığımızda ülke olarak kadın yönetici ve çalışan olarak çok gerilerdeyiz. Bunun zaman içinde değişeceğini ümit ediyorum. Çünkü benim işe başlangıç zamanımdan bugüne baktığımda, bir ilerleme olduğunu görüyorum. Ama, “Bunlar yeterli mi?” derseniz, hayır değil. Kadının halledilmesi gereken birtakım önemli meseleleri var. O meseleler aşıldığında zannediyorum bu kendiliğinden gelecektir.

Artık Türkiye genelinde kız çocuklarının da eğitilmesi ve çalışma hayatına katılması için bir istek görülüyor. Siz ne dersiniz?

Ben de aynı fikirdeyim. Evet, kız çocukları artık çalışma hayatının içine katılması için yetiştiriliyor. Ancak kızların, “İyi bir eğitim yaptım ama ileride istediğim gibi ideal bir evlilik yaparsam, ben işi bırakırım” düşüncesinde olmamaları gerekir. Toplumumuzda bir kadından beklenen görevler var. Bu görevlerin tarifinin değiştirilmesi lazım. Bu değişiklikler olduğu sürece, kadın çalışma hayatında daha fazla yer edinebilir.

Siz iki çocuk annesi ve çalışan bir kadın olarak, çalışma hayatınızda ne gibi zorluklar yaşadınız?

Tecrübelerime dayanarak söylüyorum, iş hayatında, “Bir yere geleyim, kariyer sahibi olayım” dediğinizde elbette anne olmak çok zor. Bir kadının işe geldiği zaman çocuğu veya çocuklarıyla ilgili olarak içinin rahat olması gerekliliğine inanırım.

Bunun için de iyi bir organizasyon kurmak gerekir. Benim şansım, çocuklarımın başında annemin olmasıydı. Bugün için de birtakım farklı imkânlar var. Profesyonel destek alınabiliyor.

Çocuklarını bırakıp işe giden annelerde suçluluk duygusu oluyor. Bu bende olmadı; çünkü eve gittiğim zaman da tam anneydim. Başka hiçbir işle uğraşmadım ve tamamen çocuklarımla ilgilendim. Bu dengeyi güzel tutturdum. Bu nedenle iş-çocuk dengesinin sağlanabileceği kanaatindeyim; bu sağlanmazsa bu durum kariyeri zedeliyor. Bunları aşmak lazım, çünkü her şey zamanla yerine oturuyor.

Çalışan kadının temel özellikleri neler? Erkeklerle aralarında bir ayrım görüyor musunuz?

Çevremdeki çalışan kadınlardaki temel özellikler; çalışkanlık, yetenek, kararlılık, devamlılık ve olumlu manada hırslı olmalarıdır. Benim için erkek veya kadın çalışanın bir farklılığı yoktur. Çünkü kadın-erkek tüm çalışanlar, kendi yeteneklerine göre işe katkı sağlarlar.

Koç Holding Muhasebe Müdürü Emine Alangoya: “Koç Topluluğu temel felsefe olarak başarının yanındadır. Kadın erkek ayrımı yoktur; bu, tercih edilmede bir faktör değildir.”

Koç Topluluğu’nda model olarak gördüğünüz biri oldu mu?

Bu soru üzerine hemen aklıma gelen; gerek çalışkanlığı, gerek yeteneği ve gerekse kararlılığı ile Sayın Suna Kıraç oluyor. Onun az önce belirttiğim meziyetlerine yakından şahit olmak benim en önemli kazançlarımdan olmuştur. Sayın Suna Kıraç iş hayatında başarılı olan kadınların en seçkin örneğidir. O bana ve gruptaki kadın çalışanlara azimli, kararlı, sonuca yönelik çalışma örneğini vermiştir.

İşiniz gereği gün içinde rakamlarla iç içesiniz? Bu durum günlük yaşamınızı etkiliyor mu?

Evet günlük yaşamımı etkilediğini düşünüyorum. Çünkü bu durum daha matematiksel bir yorumla çabuk karar vermemi sağlıyor.

Bu yoğun çalışma ortamı içinde kendinize zaman ayırabiliyor musunuz?

Doğrusu hafta içinde kendime vakit ayırmam mümkün olmuyor. Hafta sonu da evim, eşim ve çocuklarım var. Hafta sonları onları da ihmal etmeyecek ve kendimi memnun edecek şekilde vakit geçirdiğimi söyleyebilirim. Tatil günlerinde de seyahate çıkıyoruz.

Ev işleri ve mutfakla aranız nasıl?

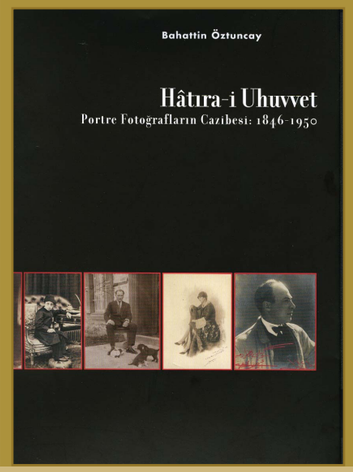
Bu kadar yoğunluk içinde onlara hiç vakit ayıramıyorum. Ama bu işler iyi organize edildiği için ailece sonuçtan memnunuz.

Son aylarda gündemimizi yoğun olarak meşgul eden AB ile ilgili görüşleriniz neler? Sizce bu birliğe dahil olmamızın kadınlar açısından önemi nedir?

Avrupa Birliği’ne girmenin kadınlar için olumlu gelişmeler sağlayacağını düşünüyorum. Türkiye kadın hakları bakımından henüz olması gereken yerde değildir. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne dahil olması bu noktaya ulaşma hızını arttıracaktır. Unutmamamız gerekir ki Atatürk, kadınlarla erkeklerin eşit haklara sahip olmaları için dünyada ender bir uygulamayı yıllar önce Türkiye’de hayata geçirmiştir.

Hatıra-i Uhuvvet

Portre Fotoğrafların Cazibesi



Aygaz; Osmanlı ve İstanbul fotoğraf tarihine ilişkin araştırmalarıyla fotoğraf tarihine katkıda bulunan araştırmacı **Bahattin Öztuncay**'ın derlediği fotoğraflardan oluşan "**Hâtıra-i Uhuvvet: Portre Fotoğrafların Cazibesi: 1946-1950**" kitabına sponsor oldu. 1846-1950 yılları arasındaki zaman diliminde Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin siyasi, askeri, edebiyat ve sanat alanında önemli rol oynamış devlet adamlarının, yerli ve yabancı hanedan üyelerinin, ressamların, şairlerin ve yazarların fotoğrafları ile biyografilerinin yer aldığı kitap hakkında yazarı Bahattin Öztuncay ile bir söyleşi gerçekleştirdik.

105 yıllık dönemi kapsıyor

Kitabın yazarı Bahattin Öztuncay, insanın dış görünüşü ile ruh dünyasının tam kesişim noktasında bulunan portre fotoğraflardan çarpıcı örnekler veriyor.

Yazar böylece portre fotoğrafların sanatsal ve belgesel açıdan büyük öneme sahip olduklarını vurguluyor. Kitabın giriş bölümünde, portre sanatı, içerik ve teknik açılardan inceleniyor. Albüm şeklinde tasarlanan ana bölümdeki seçme fotoğraflara kısa biyografik bilgiler eşlik ediyor.

1846-1950 yılları arasındaki döneme ait fotoğraflar Osmanlı İmparatorluğu, Türkiye ve Avrupa'nın çeşitli merkezlerinde fotoğraflarını çektirmiş pek çok renkli kişiliği gözler önüne seriyor.

Önemli bir bölümü ithaflı olan bu portrelerin büyük bir kısmı ilk kez gün ışığına çıkıyor. Kitapta yer alan fotoğraflardan seçilen eserler 1-31 Mart tarihleri arasında Sadberk Hanım Müzesi'nde sergilendi.

Sultan Abdülaziz'den Atatürk'e

Kitap Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti'nin siyasi, askeri, edebiyat ve sanat alanlarında önemli rol oynamış devlet adamlarının, yerli ve yabancı hanedan üyelerinin, ressamların, şairlerin ve yazarların fotoğraflarını içeriyor.

Ankara zindanı avlusundaki **Nazım Hikmet**, kederli yüz ifadesiyle **Tevfik Fikret**, masumiyetin simgesi **Dürrüşehvar Sultan**, tahttan indirilmiş sabık **Sultan Abdülaziz**, kırmızı pastel kalemle yazılmış göz alıcı ithafıyla **Muhsin Ertuğrul**, esir düştükten sonra kılıcı iade edilmiş **Gazi Osman Paşa**, Rus işgalinden sonra İstanbul'u kurtarmaya çalışan nefer kıyafetiyle **Osman Hamdi Bey**, fesiyle poz veren **Fausto Zonaro**, tüm cazibesi ile **Bedia Muvahhit** bunlardan sadece birkaçı.

Kitabın sonunda ayrı bir bölümde ise **Mustafa Kemal Atatürk**'ün hayatının en önemli dönemi sayılacak 1917-1927 yılları arasında çekilmiş beş adet imzalı ve ithaflı portresi yer alıyor. Tüm bu fotoğraflar portre fotoğrafın iletişim gücünü göz alıcı bir şekilde ortaya koyuyor.

Kont Jean Ostrorog (1896-1975). Fotoğraf 1879 yılında İstanbul'da çekilmiş.

Prenses Zeyneb Kâmil (?-1881). Fotoğraf 1875 yılında Kahire'de çekilmiş (solda). Sadrazam Yusuf Kâmil Paşa (1808-1876). Fotoğraf 1876 yılında İstanbul'da çekilmiş.

Sadrazam Mehmed Said Paşa (1840-1914). Fotoğraf 1909 yılında İstanbul'da çekilmiş (altta ortada).

Şair Neyzen Tevfik Kolaylı (1879-1953). Fotoğraf 1930 yılında İstanbul'da çekilmiş (üstte).

V. Murat'ın kızı Fehime Sultan (1875-1929). Fotoğraf 1923 yılında İstanbul'da çekilmiş.

"Görsel kitaplar da bilimsel olabilir"

Bahattin Öztuncay

"Hâtıra-i Uhuvvet: Portre Fotoğrafların Cazibesi: 1846-1950" kitabının öyküsünü anlatır mısınız?

Türkiye'de "bilimsel kitaplarda resim olmaz" diye bir yanlış anlayış var. Pekâlâ görsel bir kitap da bilimsel olabilir. Görsellikle bilimselliği bağdaştırmak için bu kitabı yaptık. Türkiye'de araştırmacı yazarlar, metne dayalı, kalın, görsel malzemeden uzak kitaplar yapıyorlar. Anlaşılır şekilde görsel öğeler kullanarak bu kitapların insanlara sunulması gerektiğine inanıyoruz. Türkiye'de bu çok zayıf.

Siz zayıf bulduğunuz bu alanı güçlendirmek için ne gibi çalışmalar yapıyorsunuz?

Bu kitap **Ömer M. Koç** ile yaptığımız üçüncü kitap oldu. Ömer Bey ile müzeleri kitaba dökmek istiyoruz. Bu kitabı canlı bir müze olarak görüyoruz. Başka projelerimiz de var. Hanedan fotoğrafları ile ilgili yeni bir kitap düşünüyoruz. Dünyadaki en büyük Osmanlı hanedanları fotoğraf koleksiyonları bizde.

"Hâtıra-i Uhuvvet"in anlamı ve kitabının konusu nedir?

Uhuvvet'in kelime anlamı kardeşlik; mecazi anlamı dostluk. Doğan Hızlan yazısında çok güzel bir isim bulmuş bu kitaba. "İsmi ne olsun?" diye ona sorsaydık daha iyi bir isim bulmuş olabilirdik. Doğan Bey, "Portrelerden hayatı okumak" demiş. Bu kitabın konusu sadece Türkiye, Türkler ve Osmanlılar değil. İstanbul'a gelip gitmiş yabancılar da var. Kitap bir bakıma 19'uncu yüzyılda İstanbul'un çok büyük bir şehir olduğunu, metropol olduğunu gösteriyor.

Kitapta fotoğrafları bulunan kişilerin yaşamından ana hatlar vererek, o fotoğrafla ilgili bağlantı kurduk. Amacımız biyografi vermek değildi.

Tarihe ve fotoğraflara ilginiz ne zaman başladı?

Benim tarihe olan ilgim koleksiyonculuktan kaynaklanıyor. Okuduğum kitapların derinine inerim. Araştırmacı bir ruhum var. Ben endüstri mühendisiyim, üniversiteyi Viyana'da okudum. Kitap okumayı ve araştırma yapmayı çok severim.

1978 yılında Viyana Üniversitesi'nde öğrenciyken eski balık kitaplarını araştırmak için bir dükkâna girdim; bana 1870 tarihli bir İstanbul fotoğraf albümü çıkardı. Çok şaşırdım ve aldığım ilk fotoğraf albümü o oldu. Ondan sonra da bu konu üzerine yoğunlaştım ve ilgim sürüyor.

Bu kitabı hazırlamak ne kadar vaktinizi aldı?

Yaklaşık bir yıllık bir çalışmanın ürünü ancak çok daha fazla bir süreyi kapsıyor. Kitaplar yılların birikimi sonucunda oluşuyor. Notlarımızı sakladığımız dosyalar var. Çok önemli dokümanlar, hatıralar, fotoğraflar ve albümler var.

Bunlar elime geçtikçe bir kenara koyuyorum. Bunlar koleksiyon merakından da kaynaklanıyor. Ayrıca bu konuyla ilgili Türkçe kaynak eksikliğinden yabancı yayınları takip ediyorum. Koleksiyonculara tavsiyem, bir konuya ilgi duyup o konuyla ilgili yabancı kaynakları takip etmeleri. Yabancı dil bilgisi şart.

Esra Çakır, Elif Karanfil ve Canan Erdoğan (soldan sağa) projeleri hayata geçirmek için, Genel Müdürleri Cenk Çimen'den büyük destek aldıklarını söylüyorlar.

Otokoç'un Toplum Ekibi çocuklarımız için çalışıyor

Otokoç geçen yıl kurduğu Toplum Ekibi ile sosyal sorumluluk projelerine ağırlık verdi. Üç kişiden oluşan ekibin hedefinde "çocuklar" var. Toplum ekibi ilkokul öğrencilerine kitap okumaktan bir trafik polisi kadar yetkili çocuklar yetiştirmek gibi pek çok çalışmayı yönetiyor

Bugüne kadar birçok sosyal sorumluluk projesinin içinde yer alan Otokoç, 2004 yılının başında bu çalışmalarına bir yenisini ekledi ve Toplum Ekibi birimini kurdu. Projenin sorumluluğu ise Reklam ve Halkla İlişkiler Yönetmeni **Esra Çakır**, Müşteri İlişkileri Danışmanı **Canan Erdoğan** ve Toplam Kalite Yönetim Temsilcisi **Elif Karanfil**'e verildi. Yapılan görev paylaşımı çerçevesinde eğitim projelerini Canan Erdoğan, trafik projelerini Elif Karanfil, şirket çalışanları ile ilgili yapılan projeleri ise Esra Çakır üstlenmiş durumda. Kurum içi çalışanların da bu işe dahil edilmesi için gönüllülük projeleri başlatılmış durumda.

Otokoç Genel Müdürü **Cenk Çimen**'e bağlı olarak çalışan Toplum Ekibi'nin hedef kitlesi ise çocuklar. Çocuklara yapılacak yatırımla, ileride daha sağlıklı yetişkinler hedefleniyor. Bu amaçla Toplum Ekibi'nin projelerinde eğitim ve trafik konularına ağırlık veriliyor.

"Ateşböceği" tırına sponsor oldular

Otokoç eğitim çalışmalarına hiç uzak bir kurum değil. Çünkü Otokoç'un 2002 yılından bu yana TEGEV'le işbirliği var.

Projenin sorumlusu Canan Erdoğan, Toplum Ekibi'ni kurduktan sonra eğitime daha fazla destek verme kararı aldıklarının altını çizerek, konu hakkında şu açıklamayı yapıyor: "TEGEV'le işbirliğimizin geliştirilmesi yönünde karar aldık. TEGEV'in "Ateşböceği Projesi"ne destek vererek bu projeye sponsor olduk. "Ateşböceği" tırı çeşitli lokasyonlarda altı aylık sürelerle hizmet veriyor. İlk lakosyon Adana, ikincisi Konya idi. Tırımız iki aydır da Eskişehir'de bulunuyor. Eskişehir'den sonra Kütahya'ya doğru yola çıkacak."

7-16 yaşındaki çocuklara ulaşmayı hedefleyen "Ateşböceği" tırı iki bölümden oluşuyor. Birinci bölümde 12 bilgisayarın yer aldığı bilgisayar odası bulunuyor; ikinci bölüm ise masal odası olarak adlandırılıyor.

Okullar belirlenirken daha çok bilgisayarla tanışmamış çocuklar hedef alınıyor. "Temel amacımız çocuklara farklı ortamlarda eğitim alabileceklerini ve birey olarak değerli olduklarını hissettirmek." diyen Erdoğan, "Onlara hak ettikleri kalitede eğitim sağlamayı hedefliyoruz. Amacımız tırımız vasıtasıyla umut taşımak" diyor.

Otokoç Toplum Ekibi'nin üyeleri, çocuklarla kurdukları yakın temastan çok memnunlar. Onları üzen tek konu ise eğitimdeki yetersizlik.

Çocuklara kitap okuyorlar

Toplum Ekibi'nin eğitime verdiği destek sadece "Ateşböceği" tırı ile sınırlı değil. Onlar Türk insanı için önemli bir sorun olan kitap okuma konusuna da el atmışlar. Bu konuda ise Özel Sektör Gönüllüler Derneği ile çalışlıyor.

Projenin sorumlusu Esra Çakır, yürüttükleri çalışma hakkında şu bilgileri veriyor: "Otokoç çalışanlarının dahil olduğu bir kitap okuma projesi geliştirdik. Okul olarak da Recaizade Mahmut Ekrem İlköğretim Okulu'nu seçtik. 18 kişilik bir ekip, haftada bir gün bu okula gidip çocuklara kitap okuduk. Bu her iki taraf için de keyifli bir çalışma oldu. Uzun yıllar sonra ilkokulun kokusunu almak bizim çok hoşumuza gitti. Yeni dönemde bir ara verdik ama Nisan'da bu çalışmaya yeniden başlayacağız. 18 kişilik lider ekibin kendilerine yeni arkadaşlar katması için çalışmalar yapıyoruz."

Kendi çalışanlarını unutmuyor

Eğitim çalışmalarına büyük önem veren Otokoç, kendi çalışanlarının çocuklarını da ihmal etmiyor. Burada da TEGEV'le işbirliği yapılarak, "Bizim Çocuklarımız" adlı proje hayata geçirilmiş. Özellikle mavi yaka çalışanların çocuklarının hedef alındığı bu projenin pilot uygulaması ise Ankara'daki çocuklarla başlamış durumda.

Esra Çakır, projeyi hayata geçirmek için çeşitli bilgilendirme toplantıları yaptıklarını söylüyor. Bu toplantılarda kurumsal sosyal sorumluluktan bahsedilerek eğitimin önemine dikkat çekilmiş. Bu projeye katılan yaklaşık 30 çocuk, cumartesi günleri 09.00-14.00 saatleri arasında TEGEV'in eğitim ve öğrenim birimlerine götürülerek İngilizce öğrenimi, oyun ve masal gibi çeşitli aktivitelere katılıyorlar.

Trafik için bilinçli çocuklar

Otokoç Toplum Ekibi'nin eğitim kadar önem verdiği bir diğer konu da trafik. Trafikle ilgili projeleri yöneten Elif Karanfil, "Çocuğun eğitimine trafiği sokarsak, ileride bilinçli sürücüler, bilinçli yayalar yaratabileceğimizi düşündük" diyerek bu konuya bakış açılarını özetliyor.

Toplum Ekibi, trafikle ilgili projeler için de Türkiye Trafik Kazalarını Önleme Derneği ile çalışma kararı almış. "Birlikte neler yapabiliriz?" sorusunun yanıtı aranmış. Sunulan projeler içinde, okul geçidi görevlisi çalışmasının hayata geçirilmesine karar verilmiş. Yasada da tanımlı olan bu görev, okul giriş çıkış saatlerinde trafiği düzenleyen görevli anlamına geliyor. Okul geçidi görevlisi veli, öğretmen ya da çocuk olabiliyor. Tek şartı ise 11 yaşın üstünde olmak.

Dört ortaklı bu projeye Otokoç, kıyafet temini desteği veriyor; Türkiye Trafik Kazalarını Önleme Derneği organizasyonunu yapıyor; İstanbul Milli Eğitim Müdürülüğü okulları ve sorumlu öğrencileri belirliyor; Trafik Denetleme Şubesi de eğitim veriyor.

Eğitim alan çocuklara sertifika ve okul geçit görevlisi kimliği veriliyor. Bu kimliğe sahip kişiler; trafiği durdurmak, akışını sağlamak, öğrencilerin yaya geçidinden geçişini sağlamakla görevli olacaklar.

Elif Karanfil, sürücülere şu uyarıyı yapıyor: "Okulun önünde bir trafik polisi kadar yetkili olacak üniformalı öğrencilerin uyarılarını dikkate alın. Çünkü bunların ceza yazma yetkileri var!"

Geçen yıl Beşiktaş-Sarıyer bölgesindeki 23 okulda pilot uygulaması yapılan bu proje, bu yıl 1200 okulda 4000 çocukla hayata geçecek. Öğrenciler 23 Nisan'da gösterilere katılarak kendilerini tanıtacaklar.

Depolardaki ürünler ihtiyaç sahiplerine gidiyor

Koç Holding, geçen yıl Ekim ayında kurduğu "ihtiyaç fazlası ürünler portali" sayesinde ihtiyaç sahiplerine daha sistemli bir şekilde ulaşıyor.

Türkiye'nin her yerinden gelen talepler, bir merkez tarafından takip edilerek, karşılanıyor.

Koç Holding Tesis Müdürü **Hakan Perçin**'in yönetiminde süren organizasyonla, bugüne kadar birçok okula ulaşıldı. Bu işten çok büyük bir keyif aldıklarını söyleyen Perçin, bu portali kurma fikrinin **Ali Y. Koç**'tan çıktığını belirtiyor: "Okullarımız sık sık Koç Holding'den ve şirketlerinden ufak tefek taleplerde bulunuyorlardı. Bu talepler de yardımlar da bireysel bazda kalıyordu. Bu dağınık ve bireysel çalışmaları bir araya toplamak gerekir diye düşündük. Bu konuda neler yapabileceğimizi Ali Y. Koç'la paylaştık. Eylül 2004'te konunun üzerinde yoğunlaştık. Şirketlerde bulunan ihtiyaç fazlası malzemelerin envanterini çıkardık. Ekim 2004'ten itibaren hangi okulun ihtiyacı varsa, bize ulaşıyor; bizim envanterimizde bu ürün varsa cevap veriyoruz. Sitemize www.kocweb.com üstünde yer alan ikinci el fazlası linkinden ulaşmak mümkün."

Hakan Perçin, özellikle okullara yaptıkları yardımların kendilerini çok mutlu ettiğini söylüyor.

Koç Holding'in ihtiyaç fazlası ürünlerini topladığı portal, pek çok okula umut dağıtıyor. Her gün gelen onlarca mektupla, kimi okul bilgisayar; kimi ise sandalye istiyor

Tabaktan oturma grubuna

Malzeme listelerinde pek çok ürüne rastlamak mümkün. Masa, tabak, bilgisayar, daha çok teknik okullarda kullanılabilecek torna ve makine aksamları, televizyon ve akla gelebilecek her şey var. Koç Holding'in bu çalışmasını duyan birçok okul, taleplerini bu merkeze iletmiş. Bunun yanı sıra muhtarlar ve dernekler bile çeşitli taleplerde bulunmuşlar. Gelen talepler içinde ilk sırayı alan ürün ise bilgisayar olmuş. Perçin, gelen talepler içinde önceliği okullara verdiklerini söylüyor. Kısa bir süre içinde Türkiye genelindeki 13 okula malzeme desteği verilmiş.

"Deponuzda ürün bekletmeyin"

Hakan Perçin, daha fazla okula ulaşmak için Topluluk şirketlerine çağrıda bulunuyor: "Firmalarımızın depolarında ihtiyaç fazlası malzemeler mutlaka var. Depoda bekleyen mamul bir süre sonra bozulur. O ürünleri bekletmek yerine bize versinler, biz uygun yerlere ulaştıralım. Birileri bir yerlerde bu ürünleri bekliyor. Şirketlerimizin bu işe başladığımız zamanki heyecanlarını kaybetmemelerini istiyoruz. Halen bazı şirketlerimiz bu organizasyona katılmadı. Bunlardan katılım bekliyoruz. Umarım bu haberden sonra katılım artar. Ne kadar çok katılım olursa, bizim yardımlarımız o kadar artacak."

Bilgisayar tekerlekli sandalye ile gezdiriliyordu

Bu portal vasıtasıyla Bursa Nilüfer'de bulunan İbrahim Uyar İlköğretim Okulu'na da beş adet bilgisayar bağışlandı. Bilgisayar odasının açılış töreni 21 Mart 2005'te yapıldı. Toplantıda bir konuşma yapan okulun müdür yardımcısı **Sabri Memioğlu**, okullarında bundan önce sadece bir bilgisayar bulunduğunu ve bilgisayarın tekerlekli sandalye ile sınıftan sınıfa gezdirildiğini söyledi. Bu yardımla okullarının prestijinin artacağını söyleyen Memioğlu, Koç Holding Tesis Müdürü Hakan Perçin ile bu bilgisayarların bağışlanmasında katkıda bulunan okulun velilerinden ve aynı zamanda bir Tofaş çalışanı olan Zeynep Özer'e (önde solda) plaket verdi.

Sadakat programları

Şirketlerin, kendi tüketicileri ile kurdukları ilişkinin sürekliliğini sağlamak ve satın alma/ürün değiştirme sürecinde "tercih edilen" olmak amacıyla yaptıkları uygulamalar bütünü "Sadakat Programı" olarak adlandırılır

Şirket için değerli olan müşterilere farklı davranabilmek temel mantığı üzerine kurulu pazarlama faaliyetleri, sadakat programlarının ana omurgasını oluştururken, tüketicinin kendini tanıtmak için kullandığı yöntem, fayda sunulması, verilerin toplanması, analiz edilmesi, analiz sonuçlarının yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi için kullanılması gibi farklı konu başlıkları vardır.

Her şirkete uygun sadakat programı

Düşünüldüğünün aksine, bir şirket hangi sektörde faaliyet gösterirse göstersin, o şirkete uygun bir sadakat programı oluşturulabilir. Programlar son tüketicinin sadakatini artırmak amaçlı olduğu gibi dağıtım kanalının, kurumsal müşterilerin sadakatini artırmak amaçlı da olabilir. Şayet bir şirketin oluşmuş bir müşteri portföyü var ise bu şirket farklı profildeki müşterileriyle ilişkisini de farklılaştırmalıdır. Yapılan bir çalışmaya göre müşteri sadakat oranı yüzde 70 olan bir şirket, müşteri sadakat oranı yüzde 90 olan bir şirkete göre 5 yıl içerisinde 2-3 kat daha fazla müşteri kaybetmektedir.

Yeni müşteri kazanma maliyetinin, günümüz rekabet koşullarında giderek arttığı göz önünde bulundurulduğunda sadakat oranında oluşacak 2-3 puanlık artışlar dahi önemli maliyet avantajları sağlar.

Sadakat programlarının temel çıktısı, tüketicilerin ortalama alışveriş tutarları, ziyaret frekansları ve müşteri değerinde artış sağlamasıdır.

Fark artarsa sadakat ortadan kalkar

Sadakat programları, şirketlerin her koşulda başvuracakları bir can simidi değildir. Tüketicisine birbirine benzer koşullarda ürün/hizmet sunan şirketler arasında rekabet avantajı ve farklılaşma sağlayabilecek uygulamalardır. Ürün, hizmet, satış fiyatlarının birbirine çok benzemesi şirketleri "sıfır" kâr sendromuna sürüklemekte ve bu çıkmazdan kurtulma isteği de tüketici ilişkilerinde farklılaşma ihtiyacı doğurmaktadır. Sadakat programları işte bu aşamada etkin olur. Başka bir deyişle ürün, tedarik, satış, Ar-Ge, pazarlama süreçlerinde sorunlu bir şirketin, sadakat programı başlatarak, tüm bu sorunların yarattığı olumsuz tabloyu olumluya döndürmesi beklenmemelidir.

Yapılan diğer bir çalışma göstermiştir ki, müşteri sadakati, aynı ürün/hizmetin satış fiyatlarındaki farkın büyüklüğü karşısında kırılgandır. Sektörlere göre değişiklik göstermekle birlikte, tüketici, diğer şirketlere göre yüzde 10 daha yüksek bedel ödese bile her zaman müşterisi olduğu şirketten alışveriş yapmaya devam edebilmekte. Fakat fiyat farkı yüzde 15-20'lere çıktığında müşteri sadakati ortadan kalkmakta şirket/marka tercihleri değişebilmektedir.

Ulaşılması imkansız hedefler konmamalı

Yanlış algılanan diğer bir konu ise sadakat programlarının yüzde 100 sadakati sağlama hedefiyle çalışması beklentisidir. Basit bir örnek vermek gerekirse: Global otomotiv sektöründe sadakat oranı yüzde 45-60 bandı arasına oturmuştur. Otomotiv sektöründe yüzde 85 sadakat sağlamayı amaçlayan bir şirket ulaşılması imkânsız bir hedefi benimsemiş olur.

Bu sektörde, yüzde 45 mevcut sadakat oranı olan bir şirketin, uzun, orta-uzun vadeli hedefinin sektörün mevcut yüksek değerleri olan yüzde 55-60 aralığını hedeflemesi çok daha uygundur.

Tüketiciye fayda sunulması sadakat programlarının bir parçasıdır.

Türkiye'de bankaların uyguladığı sadakat programları, sunulacak fayda algısını "para yerine geçen puan biriktirme ve harcatma" üzerine yoğunlaştırsa da fayda paketleri sektörel olarak farklılık gösterebiliyor. Hedeflenen, tüketicinin sunulan faydayı almak için temas noktalarında kendini belirlenen bir metodla tanıtması (genelde kart kullanılmakta), bu yolla toplanan müşteri verilerinin analizi sonrası müşterilerin gruplandırılması (segmentasyon), yeni ürün ve hizmetlerin bu veriler doğrultusunda oluşturulmasıdır.

Tüketiciyi anında tanıyoruz

Koç CRM çalışmaları ile tüm tüketici temas noktalarında tüketiciyi anında tanıyabileceğimiz için, bu teknolojik üstünlük bize hem şirketlerin kendi sadakat programlarını uygulama olanağı sağlayacak, hem de her türlü çapraz uygulamalar yapılması mümkün olacaktır. Örneğin: Daha önce Arçelik Telve kahve makinesi satın aldığını bildiğimiz bir müşterimiz, Migros'ta Migros Club Kartı ile alışveriş yaptığında hem Migros puan kazanabilecek hem de kahve satın aldığında indirim kazanabilecektir.

Yazan: Ayten Karahan Hasgül, Emre Emekli
Referanslar: Brian Woolf: J D Power and Associates
Loyalt Guide: 2003 Customer Retention Study

Oto Profesörü ile Rumelifeneri'ndeydik

Eski bir rallici olan Fayman İnce'nin otomobillerle arasında güçlü bir bağ var. Çocukluğundan itibaren kurulan bu bağ sayesinde eski otomobilleri baştan yaratıyor

"Ford ile Yollarda" sayfalarımızın bu ayki konuğu, "Oto Profesörü" Fayman İnce. Otomobillerle küçük yaşlarda, Motor Ticaret'te "Ford servisi kaporta-boya bölümü sorumlusu" olan babası sayesinde tanışan ve zamanla bu tanışıklığı tutkuya dönüşen İnce; bir otomobil yarışçısı, ralli şampiyonu, uzman ve "Auto Show" dergisinde yazılar yazan bir teknik danışman.

Rumelifeneri'ne yaptığımız kısa yolculuk boyunca İnce ile yolculukları, hayatını ve tabii ki uzmanlık alanı olan otomobilleri konuştuk.

Baharın ilk kıpırtılarını gördük

Ağaçların pembe, beyaz çiçekleriyle güneşin yüzümüzü aydınlatan ışığını görüp, "bahar geldi" dedik bu ay. Yeni sayımız için seçtiğimiz istikamet olan Rumelifeneri de baharın müjdecisi çimenler ve çiçeklerle karşıladı bizi. Aracımız Ford Fusion'nın rengi de bütünleşince doğa ile yine keyifli bir sohbet eşlik etti seyahatimize.

İstanbul'un kalabalığından, trafiğinden ve stresten uzaklaşmak isteyenler için ideal uzaklıkta bulunan Rumelifeneri'ne Sarıyer sahil yolundan ulaşmak çok kolay. Ancak bugünlerde yol üzerinde çalışma yapıldığı için, biz -yolu uzatmak pahasına da olsa- üst yolu tercih ettik. Yol boyunca doğanın baharla birlikte uyanışına tanık olurken, güneşin sıcaklığını da içimizde hissettik. Adını buradaki fenerden alan ve Anadolu yakasındaki Anadolufeneri ile birlikte 1456 yılından beri Boğaz'a giren gemilere yol gösteren Rumelifeneri'ne varmadan önce, küçük bir balıkçı köyü olan Garipçe'ye de uğramadan edemedik. Eski evleriyle geçmişi olduğu gibi yaşatan köyün nüfusunu genellikle yaşlılar oluşturuyor. Bu güzel ve sakin köyün içinde biraz doloşıp tekrar yola koyulduk ve birkaç dakikalık mesafede bulunan, Boğaz'a kuzeyden gelebilecek düşman saldırılarını önlemek için 17'inci yüzyılda 4. Murat zamanında yapılan kalenin eşsiz manzarasını seyrederken bulduk kendimizi. Günü ortalamış ve acıktığımızı hissetmeye başlamıştık; Rumelifeneri'ndeki rengârenk teknelerin yakınındaki balık lokantalarına bakma zamanının geldiğini düşündük. Kaleden ayrılıp Rumelifeneri'ne doğru yokuş aşağı yol aldık.

O bir otomobil tutkunu

Balık yemeyi çok sevdiğini söyleyen konuğumuz Fayman İnce ile yol boyunca yaptığımız sohbetimize yemek yerken de devam ettik. Superonline'da 1999-2000 yıllarında "Oto Profesör" diye bir sayfa yapan ve sayfası günde 1200 kişi tarafından ziyaret edilen, Türkiye'de 1999 yılında Flash TV'de yaptığı programla televizyonda otomobil programı yapan ilk kişi olan İnce, aynı zamanda eski bir otomobil yarışçısı. Yarışlara 1975'te "Cumhuriyet Rallisi" ile başlayan İnce'nin, Ralli Cross'ta iki, tırmanmada ise bir Türkiye şampiyonluğu var.

İnce, artık yarışmasa da otomobiller onun hayatının ayrılmaz bir parçası. Önümüzdeki yıl faaliyete geçecek olan eğitim merkezinde otomobil sporlarına ilgi duyanlara ralli eğitimi vermeye başlayacak. Bu spora ilgi duyanları teşvik etmek gerektiğini anlatan İnce, 2000-2001 yıllarında şampiyon olan **Taner Şengezer**'i de kendisinin keşfettiğini ve inandığı için destek olduğunu söylüyor. Kendisinin yarışmaya başladığı yıllarla bugünü karşılaştıran İnce, geçmişle ilgili şu bilgileri veriyor: "O dönemde imkânsızlıklar çoktu; ben şanslıydım, servisimiz vardı. O zamanlar Anadolu Ralli, Renault ve Tofaş olmak üzere üç fabrika takımı vardı. Bir de benim gibi amatör, cebinden para harcayarak bu işi yapanlar. Yol planları yoktu. Bir evin önündeki direkten start verilirdi; sonra da kaybolan kaybolana. Servis yok, benzin bulursanız alıyorsunuz. 1980'li yıllarda bu sporda Türkiye epey gerilerdeydi. Bulgarlar, Rumenler gelip bizi geçiyordu ama şu anda bütün Balkan ülkelerinden ilerideyiz. Türkiye'nin kadersizliği, ekonomik krizlerin bir türlü bitmemesinden kaynaklanıyor. Bu iş için sponsorlar gerekiyor; çünkü pahalı bir spor."

Otomobil sporlarına merak duyanlara tavsiyelerde de bulunan İnce'ye göre matematik ve geometri bilgisi olmadan iyi bir yarışçı olunamaz. Hızlı olmak çok önemli; bir de soğukkanlı olup heyecanlanmamak.

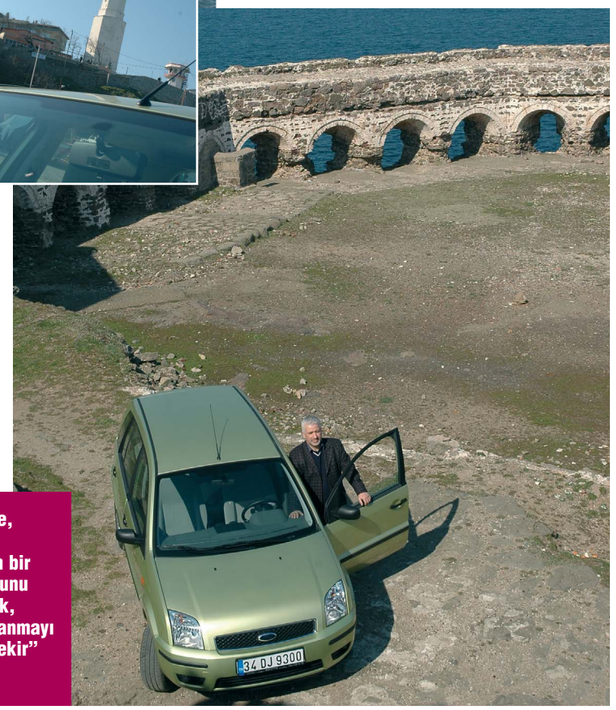
Otostopla Ege kıyılarını gezdi

Sohbetimiz sırasında, otomobil tutkunu Fayman İnce'ye sık yolculuk edip etmediğini soruyoruz. Çok sık seyahat etmediğini söyleyince biraz şaşırıyoruz. İnce iş yoğunluğunu neden gösteriyor ve ekliyor: "Aslında yarışlar sayesinde Türkiye'nin birçok yerini gezdim. Hatta gençlik yıllarımda 1974-1975'te arkadaşlarla iki yıl otostopla Çanakkale'den Marmaris'e kadar kıyı şeridini konaklayarak dolaştık; çok keyifliydi. O zamanlar herkes otostop yapanı arabasına alıyordu. Ama şimdi böyle değil tabii. Bu arada denizi severim. Marmara Ereğlisi'nde bir yazlığımız var. Sık sık oraya gidiyorum. Tatillerde Marmara, Ege ve Kuşadası'nı tercih ediyorum."

Ankara'yı görünce...

Yolları, otomobilleri iyi tanıyan bir konuğumuz olunca söz dönüp dolaşıp trafik sorununa geliyor. Fayman İnce'nin söyledikleri yine şaşırtıyor bizi: "Trafikte araba kullanmak sanat haline geldi. Eskiden yollarda bu kadar otomobil yoktu. Hız bile yapabiliyorduk. Artık her yerden karşımıza bir araç çıkıyor. Trafikteki araç sayısı her geçen gün artıyor. Ama ben Ankara'yı gördükten sonra, İstanbul'da trafik kurallarına uyma oranının çok daha yüksek, hatta iyi olduğunu söyleyebirim. Ankara'da aşırı kural ihlali var. Kırmızı ışıkta geçiyorlar, kemer bağlayan yok. İstanbul'da sürücülerin bilinç düzeyi yükseldi. Trafik kurallarına daha çok uyuluyor."

Keyifli sohbetimizin ardından Ford Fusion marka otomobilimize binip, yanı başımızdaki şehir merkezine doğru yola koyuluyoruz; zira Fayman İnce'yi bekleyen bir dergi ve değişmek isteyen otomobiller var.



Fayman İnce, otomobil kullanmanın bir sanat olduğunu vurgulayarak, "Araba kullanmayı sevmek gerekir" diyor.

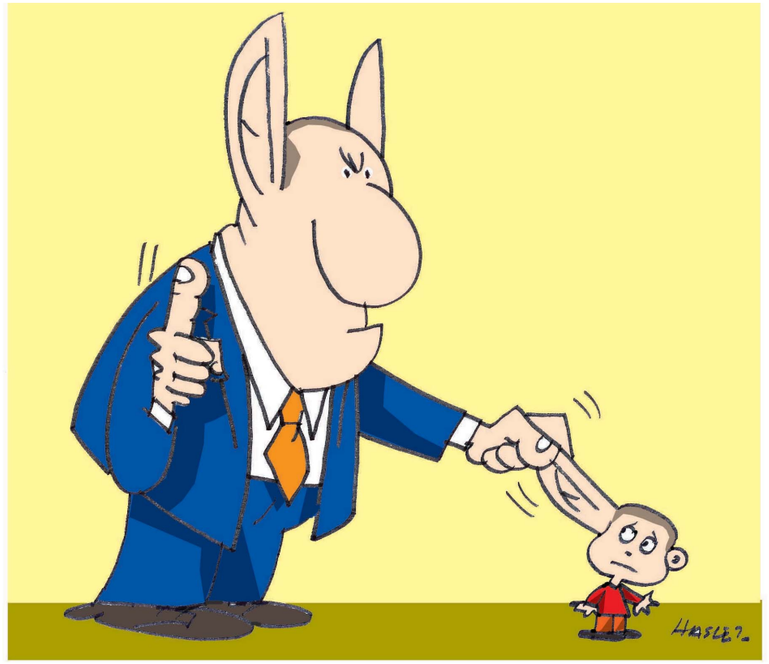
Damdaki Mizahçı

Cihan Demirci

son sayfa

Büyüyünce çocuk olmak

İnsan hayatının en keyifli dönemidir çocukluk. Kabına sığmaz bir taşkınlık çağıdır. Kendi adıma ben epeyce kabına sığmaz, ağaç tepelerinden öteye yol bulabilen bir çocukluk geçirmiştim hem de İstanbul'un orta yerinde. Çünkü 70'li yıllarda çocukluğun tadını çıkarmak için zamanımız boldu bizim. Bugünün çocuklarının ciddi bir "zaman" sorunu var. Çocukken çocuk olmak ve bunun tadını doyasıya çıkarmak gerekir ama günümüz çocuğu her şeyi programlanmış bir dünyaya gözünü açtığı için çocukluğunu doyasıya yaşayamadan anında "büyümüşte küçülmüş" damgasını yiyor! Günümüz çocuğu anında büyüyor, yeterince terli terli koşup coşamadan, dere tepe aşıp yerlerde yuvarlanamadan koskocaman bir hale geliyor. Bu hızlı büyüme sanki ilk bakışta güzel bir durum gibi gözükse de, pozisyona ağır çekimde tekrar bakıldığında "çocukluk" denen o harika çağın bu hız içerisinde epeyce gümbürtüye gittiği net bir şekilde görülüyor.



İşte gene neşe dolu bir ayın kapısından içeri girdik. Nisan ayı muzip bir aydır. Bir kere insana baharı getirir. Biz mizahçılar için daha da keyifli bir aydır, çünkü 1 Nisan şakasıyla başlar. 1 Nisan; şakanın, mizahın, gülmenin, neşenin kısacası gelişmiş, çağdaş insanın günüdür. Sonrasında çocuksak içimiz büyüksek içimizdeki çocuk neşe dolmaya başlar... Neşe doluyorsa insan, bilin ki gelmiştir işte gene bir 23 Nisan… 23 Nisan'larda benim aklıma hep yıllar önce çizdiğim ve çok sevdiğim bir karikatür gelir. Bir kaportacı dükkânının önünde duran, üstü başı kir pas içindeki bir çırak çocuk, karşısında tertemiz bayramlık giysileriyle, elinde dondurma ve balonuyla duran çocuğa bakarak şöyle der: "Ben büyüyünce çocuk olucam!"

İşin sırrı aslında çocukken çocuk olabilmektedir, çünkü insan büyüdüğü zaman sadece içindeki çocukla çocuk olabilir. Çocukluğumuzun ve içimizdeki çocuğun en keyifli, en coşkulu günüdür 23 Nisan. Bilirsiniz; yıllardır adettendir, 23 Nisan'da birkaç dakikalığına da olsa ülkede ne kadar koltuk varsa, bütün koltuklara çocuklar oturur…

İçimdeki muzip çocuk dile geliyor ve diyorum ki, bütün bu koltuklara, yani ülkede ne kadar önemli koltuk varsa, 23 Nisan'da öyle çocuklar otursun ki, öyle birkaç dakika içerisinde hemen kalkmasın oradan… Gelin, bir yıl da cin gibi bakışlı, gözlerinden zekâ fışkıran, IQ'su yüksek çocuklarımızı seçip oturtalım o koltuklara… Bu ülkeyi inanın var olan bütün politikacılardan çok daha iyi yöneteceklerdir o çocuklar…

Çocukların dürüstlüğüne güvenirim ben, kötü bir şey yapan çocuk bunu saklayamaz, yüzü hemen onu ele verir. O yüzden içimdeki muzip çocuk hep bunu düşler her 23 Nisan. Koltuklara şöyle bir günlüğüne değil de, belli bir süreliğine oturmuş çocukların elindeki bir ülke.

Ülkemiz pek çok yolsuzluk, pek çok hırsızlık, pek çok sahtekârlık yaşadı ve yaşıyor, bu kötülüklerin ardında hep büsbüyük insanlar var. Bir çocuk suç işliyorsa, mutlaka büyüklere özendiği, onları taklit ettiği için işliyor.

Gelin bir 23 Nisan da epeyce bir süreliğine o çocuklara verelim artık şu ülkedeki bütün önemli koltukları... Gerektiğinde altına saklansınlar, gerektiğinde üstüne çıksın tepinsinler doyasıya o koltukların...

Ama en güzeli nedir bilir misiniz?..

Sonuçta çocuktur işte; o koltukta biraz oturur, koltukla sağa sola döner, oynar ve sıkılınca bırakıp gider o koltuğu, öyle tutkalla yapışmaz hiçbiri sıkı sıkıya koltuğuna!.. Böylece koltuklarına yapışıp, günü geldiğinde bile o koltuktan gitmek bilmeyen büsbüyük politikacılara da bir güzel iyi örnek olmuş olurlar…

Ey okur söyle bana; şu dediklerim pek olur şey olmasa da, çocukça hayali bile güzel gelmedi mi sana?..

cihandemirci@yahoo.com