

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Haziran 2008 - Sayı 359

Türkiye'nin gençlik festivali
KOÇFEST coşkusu milyonu aştı



Regnum'dan Evlenme Teklifi

Regnum Astrum Towers, yeni bir yaşam için
size çok avantajlı bir teklif sunuyor.

KoçAilem üyelerine özel %5 indirim fırsatı!

**Banka kredisine 60 ay %0 faiz,
658 YTL'den başlayan taksitler.**

Size en uygun alternatifi seçin, rahat rahat ödeyin.



Yeni evinizin özellikleri

- Türkiye'nin gözlemine sahip ilk ve tek sitesi. • Yağmur sularını toplayan çevreye duyarlı sulama sistemi.
- Fore kazıklarla güçlendirilmiş zeminde, radye temel üzerine tünel kalıp sistemiyle yüksek deprem güvenliği.
 - Sitenin her tarafına konulacak kamera ve kontrollü giriş çıkışlarla 24 saat kişisel güvenlik.
- CarrefourSA, Migros gibi alışveriş merkezlerine, bir çok üniversite ve gözde eğitim kurumları ile kültür sanat merkezlerine yakın bir yaşam.
- Açık ve kapalı yüzme havuzu, sauna, fitness center, kafeterya ve açık spor alanlarıyla dolu bir hayat.

Tapunuzu hemen alın, Mayıs 2009'da yaşamaya başlayın.

HAZİRAN | 2008

Küresel Vizyon

- 4 "Marka olmayanın yaşaması artık zor"
8 "Yabancı yatırımın bileşimi değişmeli"

Ayın Gündemi

- 10 Koç Holding "fırtınada" hedeften şaşmadı
12 Türkiye 2011'de "Dost"una kavuşuyor
14 Otokar'ın hedefinde "ilk milli tank" var
16 Otokoç otomobilin başkentinde
17 Koç Holding'in ihracat onuru

Sosyal Sorumluluk

- 20 Ülkem için yeşil seferberlik
22 "Becerebilseydim hemşire olurum"
23 Van Gölü'ne hayat öpücüğü

Divan Sohbetleri

- 24 Hayko Cepkin: "Stadyumlar KOÇFEST'e dar geldi!"

İletişim

- 26 Türkiye'nin gençlik festivali KOÇFEST
28 Koç Spor Şenliği 20. yaşında

Hayata Dair

- 32 Türkiye deneyimini Çin'e taşıdılar

Birlikte Başarmak

- 34 Yedi yaşındaki "çalışanına"
5 YTL maaş veriyor!

Spor Vizyon

- 36 TESYEV Başkanı A. Yavuz Kocaömer:
"Engelleri kaldırıyoruz"

İçimizden Biri

- 38 "Dr. Jekyll ve Mr. Hyde gibiyim"

Ford ile Yollarda

- 40 Emre Özpeynirci: Zorraki ekonomi muhabiri!

BİZDEN HABERLER
KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ**Küresel perspektif...**

Küresel bir oyuncu olarak Topluluğumuzun el-de ettiği başarılı sonuçlar, uluslararası alanda da teyit ediliyor. Buradan yola çıkarak, bu sayımızda Yönetim Kurulu Başkanımız Mustafa V. Koç ve CEO'muz Dr. Bülent Bulgurlu'dan, Koç Topluluğu'nun başarılarının kaynağı olan mevcut ve gelecek vizyonumuza ilişkin görüşlerini aldık. Küresel aktör olmanın dayattığı zorunluluklara açık biçimde vurgu yapan Koç ve Bulgurlu, dünyada giderek daha da ağırlaşan rekabet koşullarına karşı Koç Topluluğu'nun strateji ve perspektifine ilişkin dergimize değerlendirmelerde bulundular.

Küresel ısınmanın etkileri ve potansiyel tehdidi, yazla birlikte tekrar yoğun olarak tartışma gündemimize girdi... İki yıl önce başlattığımız ve tüm bayii ve çalışanlarımızla hayata geçirdiğimiz, Koç Topluluğu mensuplarının tamamının gönüllü olarak katıldığı "Ülkem İçin" projesini, küresel ısınmaya karşı bu yıl yeşil seferberliğe dönüştürdük. TEMA Vakfı ile Çevre ve Orman Bakanlığı işbirliğiyle yürüteceğimiz bu büyük proje kapsamında ilk yıl 700 bin fidan dikimini gerçekleştirmeyi hedefliyoruz. Bu projeyi, küresel ısınmanın tehdidi altındaki topraklarımızı koruma ve bizden sonraki kuşaklara daha yaşanabilir bir çevre bırakma sorumluluğumuzun gereği olarak önemsiyor, gelecek yıllarda projenin kapsamını daha da genişletmeyi hedefliyoruz.

Üniversite gençliğinin dinamizmine ortak olmak ve agramızdaki yakın bağları daha da pekiştirmek üzere Mayıs ayında yine yollardaydık... Ülkenin bir ucundan diğerine, 14 ilde yarım milyonun üzerinde üniversiteli gençle bir kez daha buluştuk. Yoğun bir eğitim yılının ardından, eğlence ve yarışma heyecanı ile gençlerimizin yorgunluk atma ihtiyacına yanıt veren KOÇFEST'in, bu niteliği ile "Türkiye'nin en kapsamlı gençlik festivali" unvanını hak ettiğini düşünüyorum.

Benzer bir heyecanı da Koç Spor Şenliği'nde yaşıyoruz... Dostça yarışların bir araya getirdiği Koç Topluluğu üyeleri, 20 yılı geride bırakan bu etkinlikte "aile" kavramına daha güçlü bir anlam yüklüyorlar. Disiplinli çalışma, konsantrasyon, takım ruhu, doğru strateji ve taktikler geliştirme hem sporda hem de iş yaşamında başarının ortak bileşenleridir. Koç Spor Şenliği, işte bu ruhun gelişmesine, çoğalmasına ve daha da etkinleştirilmesine katkı sağlamayı hedefliyor. Dostlukla yarışan tüm ekiplere başarılar diliyor, derece alanları kutluyoruz...

Ali Y. Koç
Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı**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 İnternet: <http://www.koc.com.tr>
e-mail: bizdenhaberler@koc.com.tr Yayın Türü: Yerel, Süreli Haziran 2008 Sayı: 359

Sahibi: Koç Holding A.Ş. adına Dr. Bülent Bulgurlu
Genel Yayın Yönetmeni: Ali Y. Koç
Yayın Direktörü: Oya Ünlü Kızıl
Sorumlu Yönetmen: Şeniz Akan
Editör: Belgin Demirel
Sanat Yönetmeni: Nihal Atatepe
Yayın Kurulu: Ülkü S. Osmanoğlu, Arın Saydam, Talip Aktaş

Yapımcı: Kesişim Yayıncılık ve Tasarım Hizmetleri A.Ş.
Tel: (0 212) 337 51 99
Faks: (0212) 288 62 36
Renk Ayrımı ve Baskı:
Uniprint Basım Sanayii ve Ticaret A.Ş.
Tel: (0212) 798 28 40
Faks : (0212) 798 20 29

Bu dergideki yazı ve resimler kaynak belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

Koç Holding oyun planını liderlik üzerine kuruyor

“Marka olmamanın yaşaması artık zor”

Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve CEO Dr. Bülent Bulgurlu Koç Topluluğu’nun başarı gerekçelerini sıraladı: “Dünya standartlarında üretim ve hizmet, büyümenin sürdürülebilirliği, kalıcı başarıya odaklanmak, marka yatırımlarına ağırlık vermek, rekabette avantaj sağlayacak atılımların peşinde olmak, küresel rekabet ve fırsatları yakından izleyerek duruş belirlemek...”

K

üresel aktör olma yolunda-ki uzun vadeli stratejisinin getirdiği başarıyı, elde ettiği uluslararası derecelerle orta-

taya koyan Koç Holding, son iki ayda birbirinden büyük uluslararası başarılarına imzasını attı. Amerikan danışmanlık şirketi Boston Consulting Group tarafından belirlenen, “2008 BCG 100: Hızlı Gelişen Ekonomilerde Dünyaya Meydan Okuyan 100 Şirket” listesinde yer alan Koç Holding’i, Çin Çokuluslu İşletmeler Uluslararası Enstitüsü de “Çin’de En Fazla Rekabet Gücüne Sahip Uluslararası Şirketler” arasında gösterdi. Koç Holding, global alanda faaliyet gösteren yönetim danışmanlığı şirketlerinden Hay Group’un her yıl Fortune dergisi işbirliğiyle düzenlediği, 25 ülkeden şirketin yer aldığı, “Dünyanın En Beğenilen Şirketleri” araştırmasında da bu yıl ilk defa yer aldı. Koç Topluluğu da Forbes dergisinin “Küresel 2000” listesine 639. sıradan girdi. Bizden Haberler, Koç Holding’in iki üst düzey yöneticisine, Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve CEO Dr. Bülent Bulgurlu’ya uluslararası alandaki bu başarılarının ardındaki felsefeyi ve stratejiyi, Topluluğun küresel oyunculuk hedefini ve bunun gereklerini sordu.

Koç Holding’in uluslararası alandaki başarılarının ardındaki felsefeyi ve stratejiyi öğrenebilir miyiz?

Mustafa V. Koç: Topluluğumuz Türkiye’ye duyduğu güvenle, yurtiçi ve yurtdışı yatırımlarına devam ederek, başarılarını uluslararası platforma taşıdı, bu konuda Türk özel sektörüne de öncülük yaptı. Bugün artık bir dünya şirketi boyutlarına ulaşmış durumdayız. 80 yıllık geçmişimizin getirdiği köklü kurumsal kültürümüz, geleceğe dönük vizyonumuz, her alanda mükemmeli hedefleyen faaliyetlerimiz, güçlü insan kaynağımızla, vaat ettiğimiz kaliteyi sunmaya devam ediyoruz. Lider grup olmaya giden yolda, uzun vadeli stratejilerimiz hep önemli rol oynadı. Koç Topluluğu olarak geçmişten bugüne stratejik planımızı yaparken, sadece Türkiye’nin değil, dünyanın önde gelen şirketlerinden biri olma hedefiyle yola çıkmış, bu doğrultuda vizyon üretmiştik. Başarı ölçütümüz olarak dünya standartlarını alırken, büyümenin sürdürülebilir olması bizim için öncelikli oldu. Günümüzde başarıları odaklanmadık. Dar kalıpları kırıp, ülkemizde ve dünyada işimizin ne anlama geldiği ve ileride nasıl olması gerektiği konusunda görüş ürettik. Lider kuruluş olmanın şartlarından başta geleni, hiç şüphesiz, sorumluluk duygusu-

dur, liderin yaptığı işe, çalışanlara, ülkesine ve dünyaya karşı sorumluluk duymasıdır. Bunun için marka yatırımlarımıza ağırlık vererek, üretim ve teknoloji gücümüzü de artırarak, hep bize rekabette avantaj sağlayacak atılımların peşinde olduk. Yatırımlarımızla ve sağladığımız iş imkânlarıyla ülke ekonomisine katkıda bulunduk, irili ufaklı birçok şirkete rol modeli olduk, onların başarı öykülerine katkıda bulunduk. Lider kuruluş olarak, yarışan, rekabet eden, rekabet gücünü geliştiren, yarışırken kendini sürekli aşan olmayı hedef edindik.

Koç Holding ve Topluluk şirketleri, çeşitli kategorilerdeki uluslararası sıralamalarda dereceye giriyor, var olduğu listelerde üst sıralara tırmanıyor. Topluluğun başarısının gerekçesini ve “Koç” logosunun uluslararası piyasalardaki değerini nasıl ortaya koyuyorsunuz?

Dr. Bülent Bulgurlu: Holding yönetimi olarak dünyadaki değişimi, küresel rekabet ve fırsatlar ortamını yakından izliyor ve planlarımızı, gelişmeleri rakiplerimizden önce öngörerek yapıyoruz. Planlarımız gelişmelere göre şekillenmiyor, gelişmeler planlarımızdaki öngörülere göre gerçekleşiyor. Küresel boyuttaki değişim baş döndürücü bir hızla gerçekleşiyor. Değişmek ko-



lay, ancak değişim hızına paralel ya da daha hızlı değişmek gerekiyor. Müşteri alışkanlıkları ve beklentileri değişiyor; bunlara bağlı olarak iş yapış süreçleri, satış yöntemleri değişiyor. Mevcut müşterilerimizin isteklerini, kendinden önce anlıyor, ürün ve hizmetlerimizi bu doğrultuda geliştiriyoruz. Bu da müşterilerimize yakın olmamız ve tanımamız ile gerçekleşiyor. Yeni ürünlerimiz, yarattığımız yeni markalar, bu çalışmalar ile ortaya çıkıyor. Yenilikçiliğin yanı sıra devamlılığın da önemli olduğuna ve müşterilerimizin isteklerini karşılayabildiğimiz takdirde, onları koruyabileceğimize ve yeni müşteriler edinebileceğimize inanıyoruz.

Müşterilerimize sağlayacağımız avantajlar ile, farklı olduklarını hissettirmek ve müşterimiz olma konforunu yaşatmak ana hedeflerimizden bir tanesi. Planlarımızı, bu değişimleri öngörerek yapıyoruz. Bunu yaparken rekabet gücümüzün hangi alanlarda olduğunu hesaplıyor, enerjimizi oralara yönlendiriyor ve sektörlerimiz arasında yaratılan işbirliği faydasını en üst seviyeye çıkarmaya gayret gösteriyoruz. Her geçen yıl, küresel ekonomide rekabet artıyor. Bunun etkilerini önümüzdeki dönemde daha çok hissedeceğiz. Yoğunlaştığımız sektörlerde, liderliğimizi, kârlılığımızı ve büyümemizi sürdürebilmek için her tür önlemleri düşünmeli ve anında uygulamalıyız. Gelişme stratejimizi, oyun planlarımızı da bu doğrultuda düzenliyoruz. Rekabet gücümüzün olduğu sektörleri dikkate alarak belirlediğimiz portföy yapımızda, en büyük paya sahip olan dört sektör öne çıkıyor: Enerji, otomotiv, dayanıklı tüketim ve finans. Bu sektörler, konsolide ciromuzun yüzde 88'ini, yurtdışı gelirlerimizin yüzde 92'sini, faaliyet kârımızın yüzde 93'ünü, yatırım harcamalarımızın ise yüzde 87'sini oluşturuyor. Bu şirketlerimiz, alanlarında Türkiye'de lider veya liderin yakın takipçisi. Hedefimiz bu başarıyı, dünya ölçeğine taşımak olacak.

Küresel ekonomi, rekabetçi bir dünya şirketi için nasıl bir tanım dayatıyor? Değişen ve kuralları yeniden yazılan günümüz dünyasında, şirketler açısından geleceğe hazırlıklı olmanın temel felsefesini nasıl tanımlıyorsunuz?

Koç: Temel felsefe, dünyada olan biteni anlamakta, gelişmeleri doğru okuyup ona göre değişime önderlik etmekte ve ayak uydurmakta yatıyor. Görmek gerekiyor ki, artık dünyada tek başınıza değilsiniz. Hiçbir devlet kendini birtakım düzenlemelerin dışında tutamıyor. Aynı şekilde artık hiçbir kuruluş kendini küresel mekanizmalardan arındırarak yaşayamaz. Ekonominin yönetimini ele alalım. Örneğin Dünya Ticaret Örgütü'nün (WTO) dışında kalmak Türkiye gibi bir devlet için düşünülebilir bir alternatif değil, çünkü bu durum dünyayla ekonomik bütünleşmeden vazgeçmek anlamına gelebilir. Dolarıyla ithalat ve ihracatın yönetilmesine ilişkin düzenlemeleri WTO'da öngörülen koşullar çerçevesinde yapmak gerekiyor. Bu da fiili olarak dünyada yavaş yavaş geçerli olmaya başlayan, tek bir pazarın oluşmasına yönelik serbest ticaret şartlarının kabulü anlamına geliyor. Kendinizi bu gelişmenin dışında tutmak yerine kendi kayıp ve kazançlarınızı dikkate alarak kendi çıkarlarınızı koruyacak şekilde etkin faaliyet göstermeniz, karar vericilerin masasında güçlü bir şekilde yer almanız gerekir.

Uluslararası pazara yönelik üretim yapan ve rekabet ortamında bulunan bir şirket ya da markanın başarı ya da görece başarısızlığında ulusal politikalar ve hükümet politikaları ne ölçüde belirleyicilik taşıyor?

Koç: Global çağda artık devlet, kontrolünde tutmaya çalıştığı değişkenleri serbest bırakmak zorunda. Globalleşmenin getirdiği ekonomik bütünleşme, tüm devletlerin ekonomi düzeyindeki hükümlerlik sahasını çok daralttı. Sermaye global nitelik kazanınca

sermayenin çalışabilmesi için gerekli hukuki düzenlemelerin de dünya çapında benzeşmeye başlayacağı çok açıktı ve öyle oldu. Bu benzeşmenin dışında durmaya çalışan ülkeler global sermayeyi kendilerine çekemeyeceklerini gördüler. Dünyada olup bitene yabancı kalmamaya çalışarak oyunun kurallarına uygun reformlara gittiler. Ve buna paralel olarak sermaye çektiler, dünya ekonomisine entegre olabildiler, daha doğrusu kabul edildiler. Hükümetler, artık ülke müktesebatını globalin müktesebatına dönüştürmekle görevli. Örneğin, Avrupa Birliği globalleşmenin meydana çıkardığı koşullara en kolay uyum gösterebilecek idari yapı önerisi olarak önümüzdeki tek örnek. Bünyesindeki devletleri yeni koşullara uymaya, yitirilen mutlakiyete direnmek yerine, bu koşullara göre yapılanmaya zorluyor. Türkiye açısından ise nispeten realist bir perspektif oluşturduğu için büyük bir şans. AB'de şekillenen süreçlerden hiç etkilenmeyen bir ülkede yaşasaydık, bugünkü devlet biçiminin dönüşümüne yönelik mücadele vermek herhalde çok daha zor olurdu.

Koç Topluluğu, küresel piyasalarda rekabetçi bir aktör olmanın gereklerini nasıl değerlendiriyor ve bu yönde nasıl bir strateji izliyor?

Bulgurlu: Küreselleşme, uluslararası ticaret ve sermaye hareketlerinin boyutundaki artış sürüyor. Tüm dünya piyasaları birbirini etkiler hale geldi. Küresel köy tabiri, belki de en çok burada yerini buluyor. Özellikle ABD ekonomisinde en küçük bir oynama, tüm dünya piyasalarına, genişleyen bir dalga şeklinde çok kısa bir sürede ulaşabiliyor. Ekonomimizin, giderek artan biçimde ülke içindeki gelişmelere olduğu kadar, uluslararası piyasalardaki gelişmelere de duyarlı hale geldiğini görebiliyoruz. Ancak, şimdiye kadar küresel yavaşlamanın olumsuz etkilerinin, ülkemizde genel olarak yumuşak gerçekleş-

mesi sevindirici. Bu sonuçta, ekonomimizin artan gücü ve istikrarın önemli etkisi var. Ekonomik gelişmelerde siyasi ortamın istikrarı çok önemlidir. Siyasi gerilim artmadığı takdirde ekonomimizin küresel dalgalanmadan çok fazla etkilenmeyeceğini sanmıyorum. Grup olarak, gelişmeleri yakından izliyor ve Migros ve Koç Allianz örneklerinde olduğu gibi, gerekli gördüğümüz satış operasyonlarına gidiyoruz. Elde ettiğimiz kaynaklarla, olası riskleri en aza indiriyor, yeni hamleler için güç ve kaynak biriktiriyoruz. Dünya oyuncusu olmak böyle konjonktürlerde atak, etkili ve doğru kararları cesaretle almaktan geçiyor. Biz de bunu yapıyoruz.

Günümüzde bir markanın ya da şirketin “ulusal niteliği” rekabet açısından ne derece önem taşıyor? Şirket ya da marka hakkındaki algının ülke algısından bağımsız olarak belirleyici niteliğe kavuştuğunu söylemek size göre ne ölçüde mümkün?

Koç: Küreselleşme döneminde, şirketin, markanın bilinirliğinin de sınırlar dışına taşması lazım. Çünkü marka oluşturamayan ve ihracat yapamayan bir şirketin iç pazarda da varlığını sürdürmesi artık zor. İthal markaların yeni teknoloji ve hesaplı fiyatlarla iç pazara girmesi, yerli şirketlerin iç pazardaki paylarını da eritebiliyor. Markalaşamayan veya dış pazarlarda markasının bayrağını dikecek bir standarda ulaşamayan şirketin ömrünün uzun olması zor. Küresel marka olmak için, farklı kültürler hakkında bilgi sahibi olmak ve bu bilgiyi işin her alanına yedirmek şart. Logodan renklere, marka kimliğinden kişiliğine kadar her konuda yerel ve küreselin en iyi bileşimini bulabilenler, küresel pazarlarda “Ben de varım” diyebiliyor.

Koç Topluluğu’nun halen faaliyet gösterdiği alanlar ve gelecekte Topluluğun ilgi alanına girecek sektörler konusunda ne tür ipuçları verebilirsiniz?

Bulgurlu: Enerji, otomotiv, bankacılık ve dayanıklı tüketimden oluşan ana yoğunlaşma alanlarımızdan bankacılıkta, iddialı organik büyüme projelerimiz sürüyor. Yapı Kredi, 2009 sonu itibarıyla bin şubeli bir banka olacak. Rusya, Hollanda ve İsviçre ile yurtdışına açılımını sürdürüyor. Hedefimiz, Yapı Kredi’nin küresel ölçekte saygınlığını ve değerini artırmak. Bankacılıkta gündeme gelecek bazı özelleştirme projelerini izliyoruz. Dayanıklı tüketimde, 16 üretim tesisi, 16 marka ve 39 şirketle faaliyet gösteriyoruz. Türkiye’de en yaygın satış ve satış sonrası hizmet ağına sahip topluluk olarak liderliğimizi sürdürüyoruz. Yurtiçindeki ağı benze-



“TMF’nin koşullarına uymadığınız takdirde dünya bankalarından borç bulamadığınız bir durumda iktisat politikalarınız artık “bağımsız” olarak yapılamıyor. Bir dünya şirketi, bir dünya oyuncusu olmanın şartı, bu resmi doğru algılamak ve oyunu kuralına göre oynamaktan geçiyor”

rini yurtdışında da oluşturuyoruz. Romanya, Rusya ve Çin’de üretim yapıyoruz. Beko, he-definden iki yıl önce, bu yıl dünyanın ilk 10 markası içine giriyor. Arçelik ayrıca, Grundig şirketindeki yüzde 50 alba hissesinin Beko Elektronik A.Ş. tarafından satın alınması ile hem şirketin hem de grundig markasının tek sahibi konumuna geldi. Bildiğiniz gibi, bu satınalma sonrasında Beko Elektronik şirketimizin ismini de Grundig Elektronik olarak değiştirdik. 63 yıllık geçmişi ile sektörünün en deneyimli ve prestijli markalarından biri olan Grundig’i Arçelik A.Ş. bünyesine katmamız, sadece Türkiye için değil, Avrupa TV sektörü için de çok önemli bir gelişmedir. Bundan sonraki dönemde Grundig markasını dünya genelinde yaygınlaştırmak ve küresel bir marka olarak kullanımını sağlamak üzere çalışmalarımız devam edecektir. Uluslar arası pazarlarda beyaz eşya ile gösterdiğimiz başarının daha büyüğünü elektronik alanında da gerçekleştirmek için çok büyük bir adım atılmıştır.

Arçelik’in küresel düzeyde elde ettiği başarılar ile yakalanacak sinerji, Grundig markasının gücüne güç katacaktır. Bunlar, Arçelik’in küresel şirket olma yolunda ilerlemesinin somut göstergeleridir. Küresel alandaki büyümemizi daha da pekiştirmek istiyoruz. Bu doğrultuda, yurtdışındaki üretim ve satış tesislerimizi artırmak amacıyla yeni yatırım projeleri üzerinde çalışıyoruz.

Otomotiv şirketlerimiz, Ford Otosan ve Tofaş şu anda Türk otomotiv sektörünün en yüksek ihracat rakamlarını, üretimin ise yarısına yakınına gerçekleştiriyor. Hedefimiz, 1

milyon araç üretmek. Bu hedefimize emin adımlar ile ilerliyoruz. Tofaş, 514 milyon dolarlık yatırım ile ihracat adedini geçen yıla göre yaklaşık iki kat artırarak, 283 bine çıkaracak. Ford ise 115 milyon dolar yatırım ile süreçlerini ve fabrikaları iyileştirecek, kapasite artışı yapacak ve gelecek ürün programlarını değerlendirecek.

Enerjideki iddiamızı, Tüpraş’la çok öncelikli bir noktaya getirdik. Tüpraş’ın yıllık 28.1 milyon ton ürün kapasitesi var. Avrupa’nın sekizinci büyük rafineri şirketi. Tüpraş’taki yatırımlarımız sürecektir. Tüpraş’ı devraldığımız 2006 Ocak’tan bu yana toplam 628 milyon dolarlık yatırım yaptık. Buna ek olarak 1.6 milyar dolar tutarındaki Resid Upgrade (Fuel Oil Dönüşüm) projesiyle yeni proses ünitelerinin İzmit Rafinerisi’nde inşa edilmesine karar verdik. Projenin Tüpraş’a yıllık 500 milyon doların üzerinde faaliyet karı artışı sağlamasını bekliyoruz. Türkiye’nin en büyük LPG dağıtıcısı olan Aygaz ise yurtdışında birçok ülkeye LPG satar hale geldi. Hedefimiz Aygaz’ı yurtdışında daha da büyütmek. Opet, benzin ve motorinde, gerek pazarlama faaliyetleri gerekse istasyon yatırımlarıyla pazar payını agresif şekilde artırıyor. Enerjide yeni yatırım projelerine hazırlanıyoruz. Entek ile elektrik üretimi sektöründeyiz. Enerji sektöründe gündemde termik santral özelleştirmeleri var. Şu anda odaklandığımız ve üzerinde çalıştığımız projelerin başında bu konu geliyor. Nükleer santral ile ilgili gelişmeleri takip ediyoruz.

Enerji alanında yaptığımız yatırımlarda çevreye zarar vermeyen teknolojileri ve alternatiflere odaklanıyoruz. Bu açıdan Rüzgar santrallerinin önemli bir fırsat olduğuna inanıyoruz. Diğer şirketlerimizde büyümelerine ve gelişmelerine devam ediyor.

Koçtaş şirketimizin satışları 2007 yılında yüzde 47, müşteri sayısı yüzde 41 ve satış alanı büyüklüğü de yüzde 63 arttı. 2007, Koçtaş için çok başarılı bir yıl oldu. Bu sonuçlar, ev geliştirme Perakendeciliğinde Koçtaş’ın attığı adımların tüketici tarafından doğru algılandığını, Koçtaş’ın, sektör liderliğine yakışır bir performansla hizmet vermeye devam ettiğini göstermektedir. Şu an kendi sektöründe lider olan Koçtaş, 2008 yılında liderliğini daha da pekiştirecektir. RMK Marine şirketimiz, aldığı Sahil Güvenlik Arama Kurtarma gemileri yapım projesi ile ülkemizin bu alandaki en büyük projesini gerçekleştiriyor. Otokar şirketimiz, savunma sanayinde kendi olanakları ile yarattığı ürünler ile lider konumda ve tank projesi ile çok önemli bir ilki ve atılımı gerçekleştirecek. Tat şirketimiz, sadece bölgenin değil, Türki-

ye'nin de en önemli tarımsal projelerinden birini hayata geçiriyor. GAP'ta domates ziraatine ve salça üretimine başlıyoruz. 2012 yılına kadar 84 milyon \$ yatırım yapacağız. Proje ile 150 milyon dolarlık ihracat hedefimiz var. Hedefimiz Avrupa'da 1. olmak.

Topluluğun gelecek 10 yıllık stratejisini değerlendirir misiniz?

Bulgurlu: Gelecekle ilgili öngörülerimiz doğrultusunda, bugünden hangi adımları atmamız gerektiğini hesaplayarak, gelecekteki başarılarımızın temellerini attık, atıyoruz. Bir yandan değişen dünyanın koşullarına uyum sağlarken bir yandan da bizi biz yapan değerlerimize sahip çıkıyoruz. 80 yılı aşkın birikimimizin getirdiği gücü, geleceğe yönelik projelerle birleştiriyoruz. Stratejilerimizi belirlerken ekonomideki dalgalanmalara karşı bizi daha dirençli kılacak yolu izliyoruz. Dünya, önemli bir eşikten geçiyor. ABD kaynaklı finansal çalkantı tüm dünyada hissedilmeye başladı. Bu çalkantının şiddeti, derinliği henüz öngörülemiyor. Ama gerçek olan bir durgunluk ortamına hızla girildiğidir ve bunun Euro alanında hissedilmesi bizi daha yakından ilgilendiriyor ve etkiliyor. Ancak biz ülke olarak bu çalkantıdan çıkış için farklı senaryoları dikkate alarak planlara sahip olmalı, tedbir almalıyız.

Yaşanan küresel çalkantı, bizi Koç Topluluğu olarak uzun vadeli hedeflerimizden koparmıyor. Tersine bu türbülansın da güçlenerek çıkacağımıza inanıyoruz. Bulunduğumuz sektörlerde, liderliğimizi, kârlılığımızı ve büyümemizi sürdürülebilir kılmak için, 10 yıla uzayan gerekli önlemleri almamız, hayati önem arz ediyor. Stratejilerimizi bu şartlara en iyi uyumu sağlayabilecek şekilde planlıyoruz. Portföy yapımızda, en büyük paya sahip olan dört sektör öne çıkarken, yapacağımız yeni yatırımlarda ana ilkeremiz; sürdürülebilir kârlılık, verimlilik, şirket değeri artışı ve büyüme olacak. Önümüzdeki dönemde hedefimiz, dayanıklı tüketim ve otomotivde üretim kapasitemizi artırmak. İç pazarda büyümenin yanı sıra dışarıda yeni pazarlara açılmak. Enerjide Türkiye için yeni alanlar açılıyor, buralara yeni yatırım projeleri için hazırlıklarımız var. Bankacılıkta iddialı büyüme projelerimizi sürdürüyoruz. Ancak, ekolojik dengenin bozulmasından kaynaklanan küresel ısınma ve kuraklık yapacağımız yeni yatırımlarda, çevreye zarar vermeyen teknolojileri kullanmamızı şart koşuyor. Şirketlerimiz, yaptıkları ar-ge faaliyetleri ile daha bugünden enerji tasarrufu yapan ürünler konusunda öncü oldular. Bu konudaki çalışmalarımız artarak devam

edecek. Enerji yatırımlarımızda çevreye zarar vermeyen alternatifleri değerlendiriyoruz. Küresel ısınma ve kuraklığa karşı alınabilecek tedbirler konusunda azami derecede hassasiyet gösteriyoruz. Bütün bunların yanı sıra bazı özelleştirme projelerini yakından izliyoruz. Koç Holding, dünyada ar-ge'ye en fazla kaynak ayıran ilk bin şirket arasında 736'ncı sırada yer aldı. Teknolojik yarıştaki performansımız gurur verici. İstanbul Sanayi Odası'nın en büyük 500 firma sıralamasına göre Arçelik geçtiğimiz yıl sahip olduğu 271 patentle Türkiye birincisi olurken, Ford Otomotiv 44 patentle üçüncü sırada yer aldı. Kurumsal değerlerimize olan bağlılığımız, üstün iş ahlakı ve daima en iyi olma tutku-



“Küresel yavaşlamanın olumsuz etkilerinin, ülkemizde yumuşak gerçekleşmesi sevindirici. Bu sonuçta, ekonomimizin artan gücü ve istikrarın önemli etkisi var. Siyasi gerilim artmazsa ekonomimizin küresel dalgalanmadan çok fazla etkileneceğini sanmıyorum”

muz, hiç değişmeyecek olan özelliklerimizin başında geliyor. Kurucumuz Merhum Vehbi Koç'un “Ülkem varsa ben de varım” sözleri, benimsediğimiz sosyal sorumluluk felsefesini en iyi şekilde özetliyor. Çok iyi biliyoruz ki, parçası olduğumuz toplum ileri gittiği ölçüde biz de gelişebiliriz.

Örneğin ülkemizin en önemli sorunlarından birisi olan istihdam sağlamayı ve sanayide teknik eleman açığı ile ilgili çözüm yolunda liderlik etmeyi planladığımız, “Meslek Lisesi Memleket Meselesi” programına, şirketlerimizin sağladıkları katkılar ile, 250 meslek lisesinde 4 bin öğrenciye burs vermeye başladık. Koçfest ile 14 üniversite de binlerce üniversite öğrencisine ulaştık.

Şirketlerimizin yaptığı bağışlar ile Vehbi Koç Vakfımızın, eğitim ve kültür alanında verdiği kalıcı eserler, ülkemizin geleceğini şekillendiriyor. Kurumsal sosyal sorumluluk alanındaki faaliyetlerimiz ile ülkemize karşı olan sorumluluğumuzu her geçen gün arttırıyoruz. Sadece şirketlerimizin değil, ülkemizin gelecek 10 yıldaki ilerlemesi için elimizden gelen tüm çabayı gösteriyoruz. Önümüzdeki 10 yılda da liderliğimizi, sorumluluğumuzu, toplumsal alandaki faaliyetlerimizde göstereceğiz. Hep birlikte başarılarımızın güçlenerek sürmesi için çok çalışaca-

ğız. Bildiğiniz gibi zirveye tırmanmak zordur, zirvede kalabilmek ise çok daha zor.

Küresel ekonominin küresel sorunları da var ve bunların başında “insan etkisi”yle oluşan küresel ısınma ve buna bağlı potansiyel açlık sorunu geliyor. Dünyanın doğal döngüsü ve iklimi hızla bozuluyor ve bu aşamada küresel çapta çevrenin korunması uluslararası bir işbirliğini dayatıyor. Özellikle çevre harcamalarının haksız rekabet etkisini de dikkate alarak, sizce bu konuda küresel aktörlere nasıl bir görev düşüyor?

Koç: Dünya, artık kendi ekoloji dengesiyle ve korunmaya muhtaç çevresiyle tek bir or-

ganizma olarak görülüyor. İnsan hakları ve çevre konularında esas önemli olan, ulusal egemenlik kavramlarının yerine dünya vatandaşlığı ve doğal ve kültürel global duyarlılık düşüncelerinin yerleşmesi. Dünya normlarının ve duyarlılığının gelişmesinde esas etken, bir nevi dünya sivil toplumunu oluşturan, sivil toplum kuruluşları. Amnesty International, Greenpeace gibi örgütlerin global düzeyde geçerli normların oluşmasında büyük katkısı oldu ve oluyor. Daha çok resmi niteliği olan ILO, hatta Dünya Bankası gibi örgütler de bazen aynı amaca hizmet ediyor. Bunların sonucunda artık devletlerin içişleri “dokunulmaz” görülüyor, yapabilecekleri şeyler ciddi olarak kısıtlanıyor, yeni global normlar öne çıkıyor. Hatta Eylül 2000'de New York'ta toplanan BM'nin Milenyum zirvesinde devletlerin “içişleri”nin artık herkesin işi olduğu konuşuldu ve zımnen kabul edildi. Demek ki dünya insanlarının ulusal devletlere ayrılmış yaşaması yerine dünya normlarına göre yaşayabilmeleri bir ideal olarak benimsenmeye başlandı. Gündemdeki gıda krizi, global krizin açacağı çeşitli sosyal sorunlar artık bu global STK'ların masasına gelecek ve çözüm için de global yaklaşımlar geliştirilecek, daha doğrusu geliştirilmek durumunda olunacak. 🌱

“Yabancı yatırımın bileşimi değişmeli”

Türkiye’de 28 yıl önce kurulan Uluslararası Yatırımcılar Derneği ‘YASED’, bugün 265 üyesiyle ülkemizdeki yabancı yatırımların nabzını tutuyor. Bir yıldır YASED Başkanlığı’nı sürdüren Tahir Uysal ile 2006 yılında rekor kıran yabancı yatırımları, 2008 beklentilerini konuştuk.

Türkiye, doğrudan yabancı yatırımcılar açısından bugün nasıl bir görünüme sahip?

2001 yılında bir kriz vardı. Türkiye bu ortam içinde önemli şeyler yaptı. Mali yapısını düzenledi ve bir mali istikrarı yerine getirdi. 2002 seçimlerinden sonra da pek de alışık olmadığımız bir politik istikrar dönemi yaşadık. Politik ve mali istikrarla birlikte dünyada da paranın gerçekten bol olduğu ve yatırım aradığı global bir resim vardı. Bu üç unsur yan yana gelince, Türkiye için iyi bir iklim oluştu. Türkiye 2000’lerde ancak 1 milyar dolar seviyesinde yabancı yatırım elde ederken, 2007’de 22 milyar dolar gibi çok önemli bir rakama ulaştı. Bunu GSMH’ye oranladığınızda yüzde 5 civarında bir rakam ediyordu ve bu, aslında sıhhatli bir seviyedir. Türkiye bir seviyeyi yakaladı, artık bu seviyenin korunup korunamayacağı önemli.

Neden hâlâ bu miktarda bir yabancı sermayeye gereksinim duyuyoruz?

Yabancı şirketler, doğrudan yabancı yatırımlar yoluyla bilgi birikimi ve deneyim getiriyor. Ayrıca yeni pazar yaratıyor. Bütün bu getirileri bir yana bıraksak bile, Türkiye’de bir cari açık sorunu var. Büyümenin devamı için bunu finanse etmeniz lazım. Ya yabancı yatırımcıları çekmek ya da doğrudan borçlanma gerekiyor. Doğrudan borçlanmanın maliyeti var. Yabancı yatırımla ise istihdam, yeni imkânlar yaratıyorsunuz;

YASED Başkanı Tahir Uysal’a göre geçen yıl proje kararı veren yabancı yatırımcılar bu yıl buna devam ediyor: “Bu iyi, çünkü Türkiye’nin sıkıntısını atlatacağını ve sıhhatli bir büyüme beklediklerini gösteriyor. 2007’nin ikinci çeyreğinden bu yana devam eden büyümedeki azalma sürmemeli”

dışsalılıklarla başka boyutlar açıyorsunuz. Bu seviye, bu anlamda korunmalı.

Yabancı yatırımların sürmesi açısından AB ile ilişkiler, özelleştirmeler gibi faktörler ne kadar etkili?

Pazarın büyüklüğü birinci faktör ve Türkiye bu anlamda önemli bir avantaj sağlıyor. Son derece dinamik bir pazarı var. Ancak bu pazarın büyümesi de lazım. 2007’de Türkiye’nin büyüme eğrisinde yavaşlama var. 2002-2007 arasındaki ortalama yüzde 7’lik büyüme rakamı bu defa yüzde 5’in altında. Bu kısa dönemde yaşandığı zaman önemli değil; uzun döneme yayılırsa, “büyük ama büyümeyen” bir pazar anlamına geliyor. Yabancı yatırımcılar ise “büyük ve büyüme potansiyeli olan” pazara geliyor. Bu yüzden Türkiye, büyüme sorununu

çözmeli. Türkiye istihdam da yaratmalı. Bunları yan yana koyduğunuz zaman Türkiye, kapital birikimi yaratma konusunda başarılı bir ülke olmadığı için kaynak ihtiyacını yabancı yatırımlarla sağlamalı. YASED olarak diyoruz ki, yabancı yatırımlar desteklenmeli, sürmeli, geline yer iyi ama devamı gerekiyor.

Yabancı yatırımcıların artması için nasıl bir strateji izlenmeli?

Gelinen nokta iyi bir seviye. Ancak gelen yabancı yatırımların bileşimi değişmeli. Şu anda yatırımların yüzde 90’ı, mevcut şirketlerin satın alınması/birleşmesi, yüzde 10 ise yeni alanlarda yeni yatırım... Dünyada iyi örnekler yüzde 30-70 oranında. Yabancı yatırımcıların yaklaşımına baktığınız zaman; önce bir ülkeye satın alma ya da birleşme yoluyla gelip etrafı tanıyor, ya yatırımını büyütüyor ya da iyi bir ortama doğrudan yeni yatırımlar yapıyor. Gelmemiz gereken nokta bu. Dünya Rekabet Endeksi, yurtdışından bakıldığında o ülkenin rekabet yapısını ve yatırımcıyı ne kadar cezbedtiğini gösterir. Yabancı yatırımcı bu endekse bakarak değerlendirme yapar. Bu nedenle Türkiye’nin atması gereken en önemli adımlardan biri, yıllardır süren kayıt dışı ekonominin önlenmesi. Hükümet programında niyet olarak görüyoruz, ancak kayıt dışı ekonominin ortadan kalkması için son derece kararlı çalışmak gerekiyor. Bu, Türkiye’nin bir basamak atmasına ve yabancı yatırımcıların doğrudan yatırımlarına imkân sağlayacak.

Neden kayıt dışı ekonomi yabancı yatırımcılar için bu kadar önemli?

Örneğin fikri, sınai, mülki haklar konusunda yasal olarak bir sıkıntı yok; kanunlar, yönetmelikler vs. var. Ancak uygulama sıkıntılı. Yabancı yatırımcı “Ben gelelim, yatırımlarımı yapayım ama



yased

uluslararası Yatırımcılar Derneği
International Investors Association

Tahir Uysal kimdir?

1980'de İngiltere'de Birmingham Üniversitesi Elektrik Elektronik Mühendisliği Fakültesi'ni bitiren Tahir Uysal, ODTÜ'nün Mersin Erdemli kampüsünde araştırma görevlisi olarak çalıştı ve "sualtı akustiği" dalında yüksek lisans yaptı. 1984'te Schlumberger Overseas S.A. bünyesinde Brunei, Japonya, Çin ve Hindistan'da görev aldı. 2007'de YASED Başkanlığı'na seçildi. Evli ve bir kız çocuğu babası olan Uysal'ın hobileri arasında tenis, kayak ve fotoğrafçılık da bulunuyor.

fikri, sınai, mülki hakların korunacak mı?" diyor. Çünkü kayıt dışı çalışanların öyle bir kaygısı yok, vergi vermiyor. Bir haksız rekabet ortaya çıkıyor ve yatırımcıyı itiyor.

Türkiye yabancı sermaye konusunda nasıl bir strateji izlemeli? Sektörel öncelikler belirlenmeli mi?

Burada "Yatırım nasıl teşvik edilmeli?" sorusu akla geliyor. Şu andaki teşvik mekanizmasında 49 kente ayırım gözetilmeksizin verilen bir teşvik paketi var ve çalışmıyor. Bu, değişmeli. Teşvik mekanizması coğrafi, sektörel ve proje bazlı olarak üç ayaklı düşünülmeli. Belirli bölgelere o bölgenin ihtiyacına göre teşvik verilmeli, yerine göre o bölgede belli sektörlerle teşvik verilmeli. Ayrıca coğrafi kaygılar düşünülmeden, çok cazip projeler desteklenebilir. Bunu yaparken neye ihtiyacınız olduğunu bilmeniz lazım. Bu anlamda Sanayi Bakanlığı'nın yatırımlar için başlattığı envanter çalışmasını destekliyoruz. Ayrıca araştırma-geliştirme konusunda yapılabilecek çok şey var. YASED'in de vurguladığı bu alanda hayli iyi bir kanun çıktı. Araştırma-geliştirmeye ağırlık ver-

mek Türkiye pazarının yapısına da uyan, istihdam konusunda yararlı olabilecek bir adım. Türkiye işçilik maliyetinde Çin ile rekabete kalkışmamalı. Ancak yetmişmiş insan gücü çok daha iyi istihdam edilmeli. Yapılmış yatırımlarla bu insan gücünün çok daha iyi kullanılabilmesi için araştırma-geliştirmeye yönelinebilir. Belki önce geliştirme sonra araştırma yapılmalı.

2008 için beklentileriniz neler?

2007'de, 2008'in zor olacağını söyledik. Ancak bunu söylerken Türkiye'nin politik anlamda beklenmeyen gelişmeler içine gireceğini öngörmüyorduk. Geçmişte üç faktör bir araya gelip iyi bir iklim sağlamıştı; mali, politik ve dünya konjonktürü. Türkiye'nin mali yapısı hâlâ aynı şekilde sürüyor; bankacılık sistemi yeterli. Fakat dünyada mortgage kriziyle başlayan bir yavaşlama var. Yine de büyümede yüzde 4'ü yakaladığımız takdirde ve tek haneli enflasyonda kalınabilirse, Türkiye başarılı sayılacak. Yabancı yatırımcılara baktığımızda geçen yıl proje kararlarını vermiş olanlar buna devam ediyor. Bu iyi, çünkü yabancı yatırımcıların ileriye dönük olarak Türkiye'nin sıkıntısını atlata-

cağını ve sıhhatli bir büyüme gerçekleştirebileceğini beklediklerini gösteriyor. Umarız 2008 içinde bunu destekleyici sinyaller ortaya çıkar. Çünkü 2007'nin ikinci çeyreğinden bu yana devam eden büyümedeki azalmanın sürmemesi lazım. BRIC ülkeleri yüzde 9 büyümeyi yakaladı, Türkiye'de yüzde 4-5'ler civarında olursa, yatırım kararlarını etkiler. 2008 öngörümüz 15-20 milyar dolar aralığıydı, bunu gelişmeler ışığında 15'e çektik. Beklentimiz 15 milyar dolar ve altında.

Koç Topluluğunun yeni teknoloji ve dünya pazarlarını hedefleyen yatırımlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Koç Topluluğu tabii ki Türkiye'nin ekonomik yaşamındaki en önemli şirket. Bu anlamda yabancı yatırımcıları da önce acentelik, distribütörlük yöntemleriyle daha sonra da üretici olarak Türkiye'ye çeken ve üretici olarak da öncü bir şirket. Bugün de bunu yapmaya devam ettiğini memnuniyetle gözlemliyoruz. Bizim yönetim kurulu üyelerimizden biri, Tamer Haşimoğlu da Koç'un temsilcisi ve yabancı yatırımlar anlamında bunu bir gösterge olarak kabul ediyoruz.



Koç Holding “fırtınada” hedefte şaşmadı

Koç Holding'in 44. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda 2007 yılı finansal sonuçları değerlendirildi, başarının ardında, “değişimi yönlendirmek” stratejisinin yattığı vurgulandı

Koç Topluluğu olarak, global çalkantıya rağmen, yurtiçi ve yurtdışındaki yatırım hedeflerimizi gerçekleştirmede kararlıyız. Fırtınalı havalarda ulaşmak istedikleri noktaya varanlar, gerekli azme sahip olan ve doğru dümen tutanlardır.” Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, 44. Olağan Genel Kurul mesajında bu sözlerle yer verirken, dünyada ve Türkiye'deki belirsizliklere karşın kârını dörde katlayan Topluluğun başarısının sırrını açıklıyordu. 29 Nisan'da Topluluğun Nakkaştepe'deki merkezinde yapılan 44. Olağan Genel Kurul Toplantısı'nda, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve CEO Dr. Bülent Bulgurlu da, başarının anahtarını “değişimi anlamak ve yönetmek” vurgusuyla dile getirdi. Koç Holding'in üzerinde anlaşıldığı bir nokta da, Türkiye'nin Avrupa Birliği ile ilişkilerde eski kararlılığı ve enerjisini canlandırması gerekliliği idi.

Genel kurulda 2007 yılı finansal sonuçları değerlendirildi, 2008 beklentileri konuşuldu. Geçen yıl Koç Holding, yüzde 309 artan net kârıyla dikkat çekti. Bir önceki yıl 561 milyon YTL olan net kâr, yüzde 309 artışla 2.295 milyon YTL'ye yükseldi. Bu tutarın içinde yaklaşık 650 milyon YTL hisse satış kârı bulunuyor. Ancak hisse satış kârları hariç tutulduğunda da net kar artışı yüzde 275. Şirketin konsolide faaliyet kârı ise bir önceki



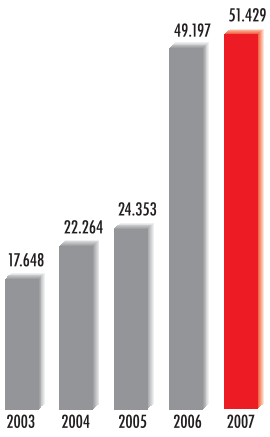
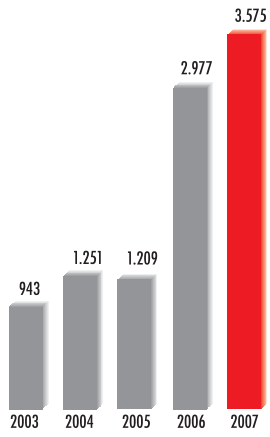
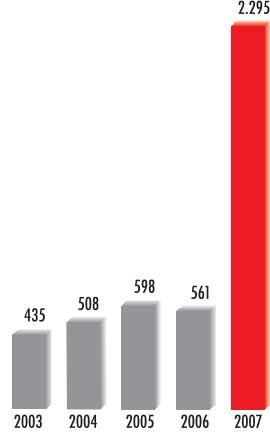
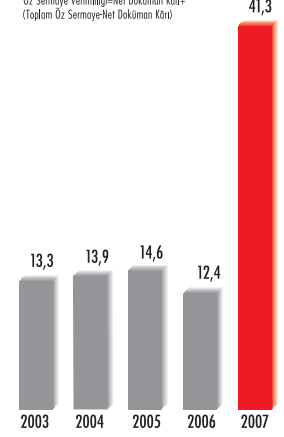
yıla göre yüzde 20 artışla 3.575 milyon YTL'ye çıktı. Bu dönemde Koç Holding'in konsolide cirosu yüzde 5 artış kaydederek 51.429 milyon YTL oldu.

Koç Holding 2007 yılında faaliyetlerini, yüksek büyüme potansiyeli vaat eden ve güçlü rekabet avantajlarının bulunduğu enerji, dayanıklı tüketim, otomotiv ve finans sektörlerinde yoğunlaştırdı. Bu dört ana sektörden enerjinin, Koç Holding'in konsolide satışları içindeki payı yüzde 51, faaliyet kârı içindeki payı yüzde 42.9 oldu. Dayanıklı tüketimin, şirketin konsolide satışları içindeki payı yüzde 13.8, faaliyet kârı içindeki payı yüzde 15.1 olarak hesaplandı. Otomotiv sektörünün de konsolide satışlar içindeki payı yüzde 12.7, faaliyet kârı içindeki payı yüzde 12.3 oldu. Koç Holding'in belirlediği dört ana sektörden finansın konsolide satışları içindeki payı yüzde 10.5, faaliyet

kârı içindeki payı yüzde 22.6 olarak belirlendi. Gıda ve perakende sektörünün konsolide satışlardaki payı yüzde 10.5, faaliyet kârındaki payı ise yüzde 7.5 oldu.

Siyasi ve ekonomik istikrar şart

Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç genel kurul mesajında, Topluluğun dünyada başlayan çalkantıya ve Türkiye'de yaşanan siyasi ve ekonomik gerilimlere rağmen, değişen piyasa dinamiklerine paralel olarak yeniden yapılanarak, global oyunculuk hedefinde önemli bir adım attığını belirtti. Rahmi M. Koç, Topluluğun olası riskleri erkenden bertaraf edecek esnekliği göstererek, yılın başında koyduğu hedefleri gerçekleştirmek şöyle dursun, yeni ufuklara ulaştığını vurguladı. “Krizi fırsata dönüştürerek çalkantı içinde büyümeyi gerçekleştirmek elimizde. Ama bunun için soğukkanlı, sağdu-

KONSOLİDE GELİRLER milyon YTL**FAALİYET KÂRI** milyon YTL**NET KÂR** milyon YTL**ÖZ SERMAYE VERİMLİLİĞİ*** %

* Öz Sermaye Verimliliği=Net Doküman Kârı / (Toplam Öz Sermaye-Net Doküman Kârı)



yulu, akılcı yaklaşımlara her zamankinden çok ihtiyaç var” dedi ve özetle şu uyarılarını sıraladı: “Mali disiplinin sürdürülmesi, kamu harcamalarında bütçe hedeflerine sadık kalınması özel bir önem taşıyor. Hem hedefte hem politikalarda esnek yaklaşımlara ve süratli reaksiyona daima hazır olunmalı. Küresel ekonomide süregelen belirsizlikler ve fiyat artışlarına ilişkin riskler, para politikasında temkinli olma gereğini artırdı. Ekonomimizin dayanıklılığının korunması için yapısal reformların devamlılığı kritik önem taşıyor. Bu çerçevede AB’ye uyum ve müzakere sürecinin devamı ve öngörülen reformların bir an evvel yapılması her zamankinden daha fazla önemini koruyor. 2005’te 9.7 milyar dolar olan Türkiye’ye uluslararası doğrudan yatırım girişi 2006’da 18.3, 2007’de 19.2 milyar dolara ulaştı. Bu, yabancı sermayenin ülkemize verdiği önemi gösteriyor. Büyü-

mede süreklilik, bu girişlere bağlı. Yeniden tesis edilecek siyasi ve ekonomik istikrarla, bu akışın devamlılığı korunmalı. Hepimize önemli sorumluluklar düşüyor.”

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç da, 2007’de dünyada ve Türkiye’deki değişim ve gelişmelerin, her-kese istikrarlı ve sağlam yapıların önemini bir kez daha gösterdiğini söyledi. “Değişimlere hazır olmanın, hatta hazır olmaktan da öte, değişime etkide bulunabilmenin ne kadar önemli avantajlar getirdiğine tanık olduk” diyen Koç şöyle devam etti: “Holding olarak, 2007’yi de finansal ve personel açıdan son derece başarılı kapattık. Koç Topluluğu, değişim gerekliliğini önceden görmenin, potansiyel gelişmeleri doğru okumanın zihinsel egzersizini önemsemiş olmanın ve değişimin yönetimine verilen önemi bütün Topluluk bireylerine özümsetmiş olmanın hasadını almaya başladı. Değişimi doğru okuyanlar, sürecin neresinde, nasıl durulması gerektiğine de doğru karar verir. Biz de bu hızlı değişim sürecinde bizi en güçlü kılacak stratejileri geliştiriyor, stratejik odaklılık kararımız gereği ana işkollarımızda yoğunlaşıyor, değişimin getirdiği fırsatları en iyi şekilde izleyip yeniden yapılanıyoruz.”

Yükselen piyasalarda, özellikle Çin, Hindistan ve Rusya’daki büyüme iştahının Türkiye için önemli bir eğilim olduğunu söyleyen Mustafa V. Koç ayrıca, son yıllarda hızlanan doğrudan yabancı sermaye girişlerinin ve yatırım girişimlerinin devamının sağlanması ve sıfırdan yatırımın özendirilmesi gerektiğini belirtti. Yapısal reform sürecinin önemine değinen Koç, “Dış kaynak kullanımı ve dış ticaret hacmindeki

hızlı büyüme dikkate alındığında, küresel rekabet şartlarının etkilerini daha çok hissedeceğimiz açık. AB ile ilişkilerimizde eski kararlılık ve heyecanımızı yeniden yakalamamız, küresel rekabetteki zorlukları aşmamızda büyük öneme sahip” dedi.

Rekabette üstünlüğün yolları

Koç Holding CEO’su Dr. Bülent Bulgurlu da mesajında, Türkiye’nin küresel rekabet şartlarının etkilerini daha da fazla hissedeceği öngörüsünde bulundu, rekabette üstünlük sağlamanın yollarını anlattı: “Ekonomik reform sürecinde ve AB ile ilişkilerde eski kararlılık ve enerji canlandırılmalı. Değişim süreçlerinden azami ölçüde yararlanmanın önkoşulu, kendi etki alanındaki değişimi yönetebilmekten geçiyor. Biz de, dış dünyadan gelen etkiler ile iç dinamikle- rimiz arasında dengeleri hep bir adım ileri taşımak için, değişim felsefesini benimstedik. Gerek yeni teknolojiler geliştirerek, gerek iş süreçlerimize yeni uygulamaları ve teknolojileri hızla yansıtarak tüm iş alanlarımızda fark yaratmaya devam ediyoruz. Değişimle sürüklenmek yerine, tüm stratejilerimizi bu koşullarda bizi güçlü kılacak yapıya sahip olmak amacıyla inşa ediyoruz. Odaklanma stratejimiz de bu vizyonun parçası. Odaklandığımız sektörde, organik büyüme ve şirket satın almalarla gücümüzü artırıyoruz. 2005’ten bu yana 2.3 milyar dolarlık şirket satışı, aynı dönemde 6.6 milyar dolar tutarında şirket satın alımı gerçekleştirdik. Son üç yıldaki bu operasyonlarla şirket portföyümüzü yeniden yapılandırdık. Karlılık ve büyüme potansiyeli daha yüksek, olası risklere karşı direnci daha güçlü bir portföy yapısı oluşturduk.”

SAHİL GÜVENLİK



Türkiye 2011'de

RMK Marine Tersanesi'nde 3 Mayıs Cumartesi günü bir büyük heyecan vardı. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın öne-
mini "Bu olay Türk gemi inşa sanayiinde bir ilktir" sözleriyle vurguladığı proje artık hayata geçecek, Türkiye'nin en büyük ve ilk kurtarma gemisine ilk kaynak yapılacaktır.

Koç Topluluğu'nun gemi inşa sektöründeki şirketi RMK Marine, Milli Savunma Bakanlığı'na dört adet "Sahil Güvenlik Arama Kurtarma" gemisi için açılan ihaleyi 2006'da kazanarak, özel sektör tarihindeki en büyük muharip gemi projesini alan ilk tersane olmuştu. RMK Marine, ihalenin sözleşmesi 2007'de imzalanın, Türk özel sektör tarihinin dört arama kurtarma gemisinden oluşan en büyük muharip gemi projesini, işte düzenlenen bu törenle başlattı. İlk olarak "Dost" 2011'de, ardından da "Umut", "Yaşam" ve "Güven" 2012'de teslim edilecek. Gemiler, arama kurtarma görevlerinin yanı sıra karakol, kaçakçılığı önleme, yangın söndürme, kirlenmeyi önleme görevlerini de yerine getirecek.

Koç Topluluğu'nun 2000'de teslim edilen iki lojistik destek gemisiyle başladığı askeri gemi inşası, ticari gemilerin aksine, çok kapsamlı proje ve sözleşme yönetimlerinin olduğu karmaşık ve uzun

RMK Marine, Türk özel sektör tarihinin en büyük muharip gemi projesini coşkulu bir törenle başlattı. Milli imkânlarla inşa edilecek gemilerin ilki "Dost", 2011'den itibaren Savunma Bakanlığı'nın hizmetine sunulacak

bir süreç. Projenin bu yönüyle, alt yüklenici ve KOBİ'lerin askeri projeye hazırlık çalışmalarına alışması, sözleşme bürokrasisi gibi konularda özel sektörün tecrübe kazanması, uzmanlaşmış insan kaynağının oluşturulması gibi Türkiye için önemli kazanımlar elde edilecek.

Gemi inşa projelerinde yurtiçi tedarike geçilmesiyle yerli katkı oranının yükselmesi, savunma sanayinde dışa bağımlılığın azaltılması ve yurtdışı satış imkânlarının kazanılması hedefleniyor.

Bu süreç sırasında gemilerin üretime yönelik detay tasarımları RMK Marine tarafından hazırlanarak inşa edilecek ve donatılacak. Projede RMK Marine'in önemli alt yüklenicileri ise, İtalyan Fincantieri ile Türk Aselsan ve Milsoft firmaları olacak. Gemiler için gereken komuta kontrol sistemi yazılımı, elektrooptik direktör, iletişim sistemleri, gyro, konsollar gibi önemli askeri sis-

temlerin yurtiçinde tasarımı ve üretimi de gerçekleştirilecek. Her biri 88 metre uzunluğunda ve 12 metre genişliğinde olacak dört arama kurtarma gemisinin ağırlıkları ise 1700'er tonu bulacak. Gemiler boyutları ve kapasiteleri yönüyle korvet olarak sınıflandırılıyor.

"Türk tersanelerinin önü açık"

Başbakan Recep Tayyip Erdoğan, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, İçişleri Bakanı Beşir Atalay, Milli Savunma Bakanı Vecdi Gönül, Deniz Kuvvetleri Komutanı Oramiral Metin Ataç Sahil Güvenlik Komutanı Tümamiral Can Erenoğlu, Savunma Sanayi Müsteşarı Murad Bayar'ın katıldığı törende, üretimde ilk adım olan örnek blok kaynağı yapıldı. Başbakan Erdoğan, dünyada marka haline gelen Türk gemi inşa ve savunma sanayiinin, tonaj ve sipariş edilen gemi adedine göre dünyada dördün-



“Dost”una kavuşuyor

cü sıraya yükseldiğini hatırlatarak şunları söyledi: “Güçlü bilim ve teknoloji kapasiteleri ile bunları hayata geçirebilecek sanayi birikimine sahip olmak, milli güvenlik ve savunmanın önemli bir gereğidir. Maruz kalınan pek çok olayla bu gerçek görüldü. Savunma sanayiinin ihtiyaç duyduğu araştırma ve üretimleri yapmak üzere özel sektör, üniversiteler ve TÜBİTAK seferber. Savunma ve gemi inşa sanayii, ülkemizin hızla gelişen iki stratejik sektörü oldu. Bugün, iki sektörün yüksek nitelikli savaş gemileri imal etmek üzere oluşturduğu birlikteliğin üretim safhasını başlatmanın mutluluğunu yaşıyoruz.” İçişleri Bakanı Beşir Atalay da, sınır emniyetinin önemini hatırlattı, Sahil Güvenlik Komutanlığı’nın hareket kabiliyetini artıracak bu gemilerin hazırlanmasında emeği geçen herkese teşekkür etti.

“Dışa bağımlılık azalacak”

Rahmi M. Koç da tersanenin büyük hayallerle kurulduğunu, muharip gemi üretiminin de bu hayallerin sonucu olduğunu belirterek özetle şunları söyledi: “Biliyorsunuz deniz benim tutkum. O nedenle RMK Marine tersanesinin bende özel bir yeri var. Bunun bir başka nedeni de, 2000’li yıllardan bu yana büyük bir gelişme gösteren mega yat ve gemi inşa sanayimizin gelişmesini sürdürerek dün-

yada önemli bir yere geleceğine olan inancım. İlk askeri gemi inşa projesini 2000’de tamamlayan RMK Marine’in geldiği nokta takdire şayandır. Sahil Güvenlik Komutanlığı için imal edeceğimiz gemilerde özel sektör muharip gemisi inşasında çok önemli bir aşama kaydediyoruz. Bu birikim sonucunda, ticari gemiler yanında askeri gemi inşasında da dünya pazarlarında yeni bir açılım imkânı kazanacağımıza inanıyorum.

Otomotivdeki bazı faaliyetlerimizin savunma sanayii projeleri ile ilgili olduğu malumunuzdur. Otokar şirketimiz ile kara araçlarında, özellikle zırhlı araçlarda hem ordumuzun ihtiyaçlarını karşılamaktayız hem de ihracatta çok önemli mesafeler kat ettik. Askeri gemi inşasında da hedefimiz kendi teknolojimizi geliştirmek, daha ileri giderek kendi markamızla bu sektörde başarılı olmak. Gemi inşa projelerinde yurtiçi tedarike geçilmesi ile yerli katkı oranı yükselecek, savunma sanayiinde dışa bağımlılık azalacak ve ihracata yönelme başarısı göstereceğiz.

Alt yüklenici ve KOBİ’lerin askeri projeye hazırlık çalışmalarına alışıması, özel sektörün tecrübe kazanması, sektörde uzmanlaşmış insan kaynağının oluşturulması Türkiye için önemli kazanımlar. Hızla gelişen ülkemiz gemi inşa sektörünün en önemli sorunu, teknolojiyi hazmedecek

ve geliştirecek teknik eleman eksikliğidir. Özel sektöre verilecek bu tür projelerle bu ihtiyacın karşılanması en önemli hedefimiz olmalı. Savunma sanayiinde belli bir teknolojik seviyeye erişen Türk özel sektörü, muharip gemi inşasında da bu tür projelerin artmasıyla benzeri konuma gelecek. Bu birikimlerle, özel sektör olarak Deniz Kuvvetleri’nin ihtiyacı olan çok daha büyük projelere başlayabileceğiz. Savunma sanayiinde güçlü olmak, bir ülkenin ekonomik ve sosyal alanlardaki performansını da doğrudan etkiler. Bu stratejik alanda böylesine önemli bir projeyi üstlenmekten büyük gurur duyuyoruz.”

“Teknoloji geliştireceğiz”

Koç Holding Savunma Sanayi ve Diğer Otomotiv Grubu Başkanı Kudret Önen ise konuşmasında, 20 yıla yakın bir süredir Türk Silahlı Kuvvetleri için üretim yaptıklarını ve “özel sektörün Deniz Kuvvetleri için gemi inşa etme” fikrini hep teşvik ettiklerini söyledi. Askeri gemi yapımında gerekli olan teknolojiyi özümseyerek yerli sanayinin yeni açılımlar kazanmasını ve sektörün insan kaynağının geliştirilmesini istediklerini anlatan Önen, “Koç Topluluğu olarak savunma sanayiinde uzun süredir başarılarla imza atıyoruz. Savunma sanayiinde ürünlerimizle 2006 yılı ihracat şampiyonu olduk” dedi.





Otokar'ın hedefinde “ilk milli tank” var

Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç: “Savunma sanayii stratejik ve kritik önemdedir. Köklü bir askeri geçmişe sahip bir ülke olmamıza rağmen, savunma sanayiimizin millileştirilmesi çalışmaları oldukça geç başladı. Buna rağmen, son dönemde bu yönde atılan adımlar sevindirici”

Sadece Türkiye'nin değil, dünyanın önde gelen zırhlı araç tasarımı ve üretim merkezleri arasında yer alan Otokar'da, yeni bir tasarım çalışması beklentisinin heyecanı var; ilk milli tank. Tüm hakları Türkiye'ye ait bir tank tasarımı ve prototipinin hazırlanması için Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nca (SSM) sözleşme görüşmelerine çağrılan Otokar, görüşmelerin ardından Milli İmkanlarla Modern Tank Üretimi (MİMTÜ) Projesi'nde “ana yüklenici” olarak Türkiye'nin ilk Milli Tankı'nın konsept çalışması ve tankın tasarım ve prototipleme çalışmalarına başlamayı planlıyor. Başta gözdesi Cobra olmak üzere ürettiği zırhlılar Türk Silahlı Kuvvetleri'nin (TSK) yanı sıra 15'ten fazla ülke ordusu ve Birleşmiş Milletler güçlerince birçok ülkede kullanılan şirketi ve sektörün geleceğini, Otokar Genel Müdürü Serdar Görgüç ile konuştuk.

SSM'nin geliştirdiği “millileştirme-yerli katkı” vizyonunu nasıl değerlendiriyorsunuz? Her ülke için savunma sanayii hem stratejik hem de kritik öneme sahip bir sektör. Bu alanda dışa bağımlılığı azaltmak, teknolojiye sahip ve hakim olmak, fikri ve sanayii mülki-

yet haklarını elinde bulundurmak önemli bir güç. Bu nedenle savunma sanayii, tüm dünyada ulusal olarak desteklenen ve teşvik edilen sektörler arasında yer alıyor. Köklü bir askeri geçmişe sahip bir ülke olmamıza rağmen, savunma sanayiimizin millileştirilmesi çalışmaları oldukça geç başlamıştır. Buna rağmen, son dönemde bu yönde atılan adımlar bu açığı kapatmak, ülkemizi ve sanayiimizi fikri ve sanayii mülkiyeti kendine ait ürünlerle büyütmek açısından sevindirici gelişmelerdir. Bugün SSM'nin öncülüğünde “millileştirme-yerli katkı” vizyonu çerçevesinde konulan 2010 yılı sonuna kadar savunma sistem ihtiyaçlarının yurtiçinden karşılanma oranının yüzde 50'ye çıkartılması hedefi sektörümüz adına umut veren gelişmelerdir.

Bir milli savunma sanayii yaratılmasının ülkemiz ekonomisi ve uluslararası dengeler bakımından katkıları neler olacaktır?

Savunma sanayiinde millileştirme yönünde atılan adımlar, istihdam artışı, yatırım gibi alanlarda ekonomiye olumlu katkılar yaratmaktadır. Ancak ülke savunmasında önemli bir rol oynayan bu kritik sektörün ülkemizdeki gelişimini ve bunun etkilerini daha stratejik olarak değerlendirmek daha doğru olur.



Bir ülkenin milli savunma sanayiinin millileştirilmesi, tasarladığınız, ürettiğiniz ürünün fikri mülkiyet ve sanayii haklarına sahip olmayı da beraberinde getirir. Bilhassa savunma sanayiinde bu haklara sahip olmak, dışa bağımlılığı önemli ölçüde azaltmaktadır. Bu aynı zamanda, araştırma geliştirme imkânlarını gelişmesi ve buna bağlı olarak teknolojisinin ve bilgi birikiminin de gelişimini beraberinde getirmektedir. Bu da sürekli kendini yenileyen ve kendini geliştiren bir sektör ve buna paralel olarak güçlenen savunma gücü olarak değerlendirilebilir. Bunların yanısıra millileşen savunma sanayii, ihracat potansiyeli yüksek bir alan olarak ülke ekonomisine pozitif katkı sağlayacaktır.

Otokar'ın yerli katkıyla savunma sanayii-nin kapsamındaki projelerine ilişkin bilgi verebilir misiniz?

Bir Koç Topluluğu şirketi olan ve bu yıl 45.yılıni kutlayan Otokar, 1987 yılından bu yana savunma sanayiinde faaliyet göstermektedir. Türk Silahlı Kuvvetleri'nin ihtiyaçları doğrultusunda Land Rover lisansı altında Land Rover Defender üretimi ile sektöre giriş yapmış, 1990'larda Türkiye'nin ilk taktik tekerlekli zırhlı aracını tasarlamış ve üretmiştir. Bu alandaki araştırma geliştirme faaliyetlerini sürekli geliştiren Otokar, zırhlı araç ailesini yıllar içinde genişletmiş ve TSK'nın hizmetine sunmuştur.

1987'den bu yana 22 binin üzerinde taktik tekerlekli araç; 2 binin üzerinde zırhlı araç tasarlayan ve üreten Otokar'ın ürünleri, dünya ordularında ve TSK'nın farklı birimlerinde başarı ile hizmet vermektedir.

TSK, yıllar içerisinde yüzde 100 Otokar tasarımı olan zırhlılarını farklı coğrafyalarda kullanmış ve performans, beka ve koruma gibi özellikleri nedeniyle zaman içerisinde

envanterindeki Otokar araçları sayısını artırmıştır. Buna en güzel örnek, Otokar zırhlıları arasında dünyada en çok bilinen ve tanınan araç olan Cobra zırhlı aracının envanterdeki artışıdır. Otokar, geçtiğimiz yıl Milli Savunma Bakanlığı ile Otokar'ın bir defada aldığı en büyük zırhlı araç siparişi olan 167,5 milyon YTL'lik Cobra anlaşmasına imza atmıştır. Otokar, son olarak tüm hakları Türkiye'ye ait bir tank tasarımı ve prototipinin hazırlanması için; SSM tarafından sözleşme görüşmelerine başlamak üzere seçilmiştir. Devam eden sözleşme görüşmelerinin ardından Milli İmkanlarla Modern Tank Üretimi (MİMTÜ) Projesi'nde Otokar "ana yüklenici" olarak Türkiye'nin ilk Milli Tankı'nın konsept çalışması ve tankın tasarım ve prototipleme çalışmalarına başlamayı planlıyor.

Savunma sanayii pazarında, Otokar'ın orta vadeli hedefleri nelerdir?

Otokar, bugün sadece Türkiye'nin değil, dünyanın önde gelen zırhlı araç tasarım ve üretim merkezleri arasında yer alıyor. Bu alanda yaptığı araştırma geliştirme ve üretim yatırımları ile dünyanın en modern tesislerinden birine sahip... Bu gücü ile sürekli yeni ürün geliştirme süreçlerine devam ediyor. Otokar zırhlıları bir Türk markası olarak TSK'nın yanı sıra 15'ten fazla ülke ordusu tarafından ve Birleşmiş Milletler güçleri tarafından birçok ülkede aktif olarak kullanılıyor. Otokar, savunma sanayii ihracatı konusunda liderliğini koruyor.

Hedefimiz, bu başarıyı devam ettirmek, yeni pazarlarda da Otokar araçlarının kullanımını artırmak.

Zırhlı araçlarınızın tercih edilme nedenlerine ilişkin neler söyleyebilirsiniz?

Otokar'ın savunma sanayiindeki başarısının

ardında yatan iki temel güç var. Bunlardan biri; fikri ve sanayii mülkiyet hakları bize ait olan ürünlere sahip olmamız. Diğeri de müşteri ihtiyaçlarına hızlı şekilde cevap vermemizi sağlayan mühendislik ve araştırma geliştirme kabiliyetimiz... Mühendislik imkânları, kalifiye insan kaynağı ve esnek üretim kabiliyetinin yanısıra müşterilerine sağladığı satış sonrası hizmetler ile Otokar ürünleri dünya çapında tercih ediliyor.

Otokar'ın zırhlı araç üretimi ve ihracatında 2007 verileri ve 2008 hedefleri nelerdir?

2007 yılında savunma sanayii ciromuzu önemli ölçüde artırdık. Sadece 2007 yılında aldığımız toplam sipariş tutarı 250 milyon USD'nin üzerinde oldu. Bu siparişlerin 220 milyon USD'lik bölümünü ise tüm dünyada kendini ispatlamış olan Cobra zırhlı taktik tekerlekli aracımız oluşturdu. Birleşmiş Milletler güçlerinde ve çeşitli farklı ülke ordularında kullanılan Otokar zırhlıları bugün Türkiye'nin dünya markası oldu.

2008 yılında diğer faaliyet alanımız olan ticari araçta olduğu gibi, askeri araçlarda da büyümeye devam edeceğiz.

İhracat konusunda da başarılı çalışmalarımız devam ediyor. Anlaşması imzalanmış, 2008 yılı içinde teslim edilecek 142 milyon dolarlık askeri araç siparişlerimizin yüzde 46'sı dış pazarlardan alındı. 2008 yılının ilk siparişini ise bir Körfez ülkesinden aldık.

2008'in önemli ihaleler yılı olacağını düşünüyoruz. SSM tarafından yayımlanan iki önemli ihalede Otokar şartname almaya hak kazanan şirketler arasında yer aldı. Bu ihalelere katılım konusunu değerlendiriyoruz. Milli Tank konusunda da sözleşme görüşmeleri devam ediyor. Sözleşmenin imzalanmasını takiben "ana yüklenici" olarak ilk Milli Tank tasarımı için çalışmalara başlamayı planlıyoruz.





Otokoç otomobilin başkentinde

Otokoç, 80. kuruluş yıldönümünün kutlandığı 2008'de büyümeye devam ediyor. Bursa'da ilk tesisini açan Otokoç'un hedefinde Antalya, Adana, Samsun, Kütahya, Ankara ve İstanbul var

Türkiye'nin araç üretiminin ve ihracatının neredeyse yarısına ev sahipliği yapan, bine yakın otomotiv yan sanayi şirketinin yüzde 40'ına sahip Bursa, artık Otokoç'u da ağırlıyor. Kasım 2007'de Eskişehir'deki tesislerinin açılışları yapılan Birmot ve Otokoç'un Bursa'daki tesisleri de artık hizmette. Birmot'un Bursa'daki tesisi tümüyle yenilenirken, Otokoç'un kuruluşunun 80. yılında Bursa'daki ilk tesisi açılarak toplamda Türkiye çapındaki tesis sayısı 31'e çıkartıldı.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding CEO'su Dr. Bülent Bulgurlu, Koç Holding Otomotiv Grubu Başkanı Turgay Durak, Tofaş CEO'su Ali Pandır'ın katıldığı açılış töreninde Otokoç ve Birmot Genel Müdürü Cenk Çimen, Otokoç'un 80. kuruluş yıldönümünün kutlandığı 2008'de Bursa'da açılan ilk tesisi, Antalya, Adana, Samsun, Kütahya, Ankara ve İstanbul'un izleyeceğini açıkladı. Çimen, yıllık 2 milyar YTL'ye ulaşan cirosu ve Türkiye genelinden aldığı yüzde 9 pazar payıyla, Otokoç'un otomotiv sektörünün en büyük ve örnek şirketlerinden biri olduğunu söyledi. Otokoç'un sektörde Türkiye'nin en büyük yapıların-

dan biri konumuna geldiğini hatırlatan Çimen, büyüyen iş hacmi ve talep paralelinde Bursa'da yeni bir Otokoç tesisi kurma kararı alındığını söyledi. Birmot'un yenilenen Bursa tesisinin açılışını da yapan Çimen, hem Otokoç hem de Birmot kanadında yatırımlara hız verdiklerini söyledi. Otokoç Bursa'nın, Birmot Bursa tesisi ile birlikte 35 dönüm arazi içinde, toplam 11 bin m²'lik kapalı alan üzerinde faaliyet göstereceğine değinen Cenk Çimen, 36 yıldan bu yana Bursa'da var olan markalar olarak köklü bir geçmişe sahip olduklarını hatırlattı: "Tofaş fabrikasının hemen yanında yız ve en geniş müşteri portföyüne sahip şirketiz. 35 dönüm arazi içinde, toplam 11 bin m² kapalı alan üzerinde Ford, Fiat, Alfa Romeo ve Lancia müşterilerimize hizmet vereceğimiz yepyeni bir tesise sahip olduk. Bu tesiste bazı birimlerimizi ortak kullanarak önemli yatırım ve operasyonel maliyet avantajı elde ettik. Şirket olarak hedefimiz, yatırım yaptığımız her yerde, en üst düzeyde müşteri memnuniyetine ulaşmaktır."

Otomobil satışında Otokoç'un payı var

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç da Koç Topluluğu'nun,

Türkiye'nin otomotiv üretim merkezi, nüfusu ve ülke ekonomisine sağladığı katkı bakımından dördüncü büyük il olan Bursa'daki yatırımlarına devam ettiğini söyledi. Mustafa V. Koç, Otokoç'un temellerinin, 1928 yılında Vehbi Koç'un Koç Ticaret bünyesinde Otomotiv Şubesi'ni kurmasıyla atıldığını, 80 yıl önce kurulan Otokoç'un halen faaliyet gösteren en eski ve en köklü otomotiv şirketi olduğunu hatırlattı:

"Birçok evreden geçen topluluk otomotiv işi, bugün geldiği noktada Türkiye'nin otomotiv üretiminin ve ihracatının yüzde 45'ini, yurtiçi satışların da yüzde 30'unu gerçekleştiriyor. Topluluk bünyesindeki otomotiv şirketlerinin 2007 yılı üretimleri toplamı 520 bin adet. Topluluk şirketleri Ford ve Tofaş'ın bugün ulaştığı yurtiçi satış başarılarında Otokoç ve Birmot'un büyük payı var. Birmot da, Otokoç da, bugün yurt çapındaki 31 tesiste sundukları satış ve satış sonrası hizmetleri kapsayan geniş bir yelpazede faaliyetlerini sürdürüyor; Türkiye'nin önde gelen otomotiv şirketleri olarak bizi gururlandırıyorlar. Otokoç ve Birmot, Ford ve Fiat satışlarının üçte birini gerçekleştiriyor ve perakende olarak Türkiye pazarından yüzde 9 pay alıyorlar."



Koç Holding'in ihracat onuru



Tofaş ve Arçelik, İstanbul Ticaret Odası'nın 2006 yılında gerçekleşen ihracat rakamlarını değerlendirecek, en yüksek ihracat gerçekleştiren şirketleri belirlediği Altın Plaket Ödülleri sıralamasında ipi göğüsledi. Tofaş en fazla ihracat yapan şirketler arasında ikinci, Arçelik üçüncü sırayı aldı.

Tofaş, 2006 yılında gerçekleştirdiği 13 bin 70 adetlik ihracat rakamıyla, 1227 milyon dolar tutarında ciro elde etti. Bu cirodan yurda getirdiği 1131 milyon dolar ile ITO tarafından ödülle layık görüldü. Maliye Bakanı Kemal Unakıtan, Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan ve Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç'un da katıldığı ödül töreninde Başarılı İhracatçılar Ödülü'nü teslim almak üzere törene katılan Tofaş CEO'su Ali Pandır sonucu şöyle değerlendirdi: "Bu yıl 40'ıncı yaşını kutlayan Tofaş'ın böylesine önemli bir ödülü alıyor olmasından dolayı son derece mutluyum. Geçen 40 yılda Tofaş'ın milli sanayiye katkısı konusunda harcadığımız çabanın Başarılı İhracatçılar Ödülü'yle perçinleştirilmesi son derece gurur verici. Daha yakın bir geçmişte teknoloji ithal eden bir ülkekeyken artık teknoloji ihraç eder duruma gelmenin onurunu yaşadığımız şu günlerde, Tofaş olarak Ar-Ge ve inovasyona yaptığımız yatırım da hem ülke sanayii hem de Türk otomotiv sektörü açısından son derece önemli. 2007 ile 2009 yılları arasında gerçekleştirmeyi hedeflediğimiz 870 milyon Euro'luk yatırım planı da bu konudaki kararlılığımızı gösteriyor."

Arçelik Genel Müdürü A. Gündüz Özdemir de törende, Türkiye'nin cesaretle yapacağı çok iş olduğunu vurguladı: "Arçelik bu konuda misyonerlik görevini üstlendi ve bunu götürmeyi devam ettirecek. Herkesi bu cesareti kullanmaya davet ediyorum. Türkiye'deki müteşebbis ruhunun iyi desteklendiği ve iyi önderlik yapıldığı takdirde yapamayacağı hiçbir şey olmadığını, bugün 106 ülkeye ihracat yapan bir şirketin genel müdürü olarak rahatlıkla söylüyorum."

İhracat Altın Plaket Ödülü sıralamasında ilk üç içerisinde iki firması bulunan Koç Holding adına konuşan Mustafa V. Koç, "Arçelik ve Tofaş ile bu sıralamada yer almaktan büyük mutluluk duyuyorum. Hakikaten bu üç firma içerisinde iki firmayı temsil etmek ve ilk üçe girmek Koç

Tofaş en fazla ihracat yapan şirketler sıralamasında ikinci, Arçelik üçüncü sırada yer alarak, İstanbul Ticaret Odası'nın Altın Plaket ödülleri sahibi oldular

Holding için çok büyük bir onurdur. Bu başarıda emeği geçen herkese teşekkür ediyorum" dedi. Arçelik aynı zamanda Kurumlar Vergisi Altın Plaket Ödülleri de ikinci sırada yer aldı. Zer Merkezi Hizmetler ve Ticaret A.Ş.'ye, iki ayrı kategoride Altın Plaket verildi. Zer A.Ş. 1996-2006 yılları arasında yıllar boyunca istikrarlı bir biçimde vergi ödiyerek Kurumlar Vergisi Devamlılık Ödülü kategorisinde ikinci sırada ve 2006 yılında yüksek düzeyde Kurumlar Vergisi ödeyen şirketler içinde 76. sırada yer alarak Altın Plaket ödülüne layık görüldü.

Tüpraş'ı devlet mi Koç mu iyi idare eder?

Maliye Bakanı Kemal Unakıtan da, 2008'de alacakları vergi toplamının 60 milyar YTL'ye ulaşacağını belirterek, "Davulun sesi uzaktan hoş gelir derler. İşadamları köşeyi dönüyor, dendi. Onlar bu işi nasıl kazanıyor, ne çileler çekiyor sonra da devletine bu da senin payındır, diyor. Hepimiz aynı gemideyiz. Bu gemiyi en iyi şekilde yüzdürmek hepimizin menfaati olduğuna göre bu kavga, gürültü, çatışma gerginlik niye? Tüpraş'ı Koç Holding'e sattık. Tüpraş'ı devlet mi, Koç mu iyi idare eder? Bir düşünün. O zaman özelleştirmenin Türkiye'de muhakkak yapılması lazım. Kısa zamanda da bitirilmesi lazım" dedi. Sanayi ve Ticaret Bakanı Zafer Çağlayan ise literatürde yer almış "Bizden adam olmaz" gibi ifadelerin gündemden çıkarılması gerektiğini belirterek Koç Topluluğu'na övgüde bulundu: "Bizden bal gibi adam olur. Bizden bal gibi Koç'lar olur, Hatta bunlardan öyle adam olur ki hepimizin özlemini çektiği, gıpta ile takip ettiği uluslararası alanda çok önemli başarılar elde ederler."



Birlikten güç doğdu

Koç Holding'in Lojistik Konseyi, Ocak ve Mart aylarında toplanarak, birlikte hareketle elde edilebilecek verimlilik alanlarını saptadı. Konulara göre oluşturulan komisyonlar çalışmalarını tamamladıkça uygulamaya geçilecek

Benzer işlerini ortaklaştırarak zaman kaybını, maliyeti en aza indirmeyi hedefleyen Koç Topluluğu şirketleri, ocak ayından bu yana Lojistik Konseyi'nde bir araya geliyor. Konseyin liderliğini Zer A.Ş. yapıyor.

Bu çalışmada, Koç Holding'e bağlı firmaların lojistik operasyonlarında ortak bir noktayı yakalayarak daha verimli ve her firma için daha az maliyetli lojistik çözümler aranıyor. Öncelikle çalışmaya katılan firmaların lojistik operasyonları gözden geçiriliyor ve ortak bir kesişim noktası aranıyor. Bu amaçla karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu ve kombine taşıma gibi mevcut tüm taşıma süreçleri inceleniyor. Bu çalışma sonucunda elde edilecek verimlilik, klasik satınalma yönteminden farklı olma zorunluluğu nedeniyle daha çok firmaların lojistik süreçlerinin birleştiği noktalarda sinerji yaratarak yapılmaya çalışılıyor. Ford Otosan, Arçelik, Tofaş, Koçtaş, Aygaz, Tüpraş, Opet, Türk Traktör, Tat gibi firmaların katılımıyla bir komisyonun kurulduğu ve çalışma konuları belirlendikten sonra ilgili konularda o konuyla ilgili firmalar belirlenerek alt çalışma komiteleri saptandığı konseyin liderliğini yapan Zer Genel Müdürü Murat Menemenli, Konsey ile ilgili şu bilgileri veriyor:

"Lojistik Konseyi Ocak ve Mart aylarında



iki kere toplandı. Birlikte hareket ederek sağlanacak verimlilik alanları saptandı. Konulara göre komisyonlar oluşturuldu ve çalışmalara hızla başlandı. Mayıs sonu itibarıyla 29 ayrı komisyon toplantısı yapıldı. Çalışmalar tamamlandıkça Lojistik Konseyi'nde değerlendirilerek uygulamaya hemen geçilecek."

Menemenli, bu çalışmanın önemini de şöyle özetliyor:

"Maliyetlerin, Koç Topluluğu'nun rekabet üstünlüğünü pekiştirecek biçimde düzenlenmesinin önemi ortada. Diğer yandan üretimden satışa uzanan tüm süreçlerin en kritik ve hata affetmeyen unsurlarının başında gelen lojistiğin Topluluk ölçeğinde ele alınması son derece çarpıcı bir yaklaşım. Lojistiğin esas itibarıyla

ilişkilerin daha iyi yönetilmesiyle ilişki zinciri içinde yer alan tüm tarafların daha verimli olmasına odaklanan bir bilim olduğu bilinciyle hareket edildiğinde, başarılı olunacağına kuşku yok. Özellikle, lojistik sürecinin herhangi bir başlığında benzer işi yapan kuruluşlarımızın bir arada çalışmalarını ile ilişki zincirinin zenginleşmesi, işlerin daha iyi optimize edilmesini sağlayabilecek. Ayrıca, lojistiğin hayat damarı olan ölçek, ancak işlerin bir araya getirilmesiyle sağlanabilecek. Aynı işe farklı fiyat ödeyip ödemediğimiz meselesi ise yine birlikte ayrıntılı çalışmalar yaparak aşılabilecek bir konu."

Peki lojistiğin Koç Topluluğu çapında ele alınması, mevcut düzene ne tür açılımlar sağlıyor? "Projeler hayat buldukça bugüne kadar 'tedarik zinciri' kavramı çerçevesinde tek şirketimizin alanı içinde kısıtlı kalan lojistiğin, farklı şirketlerimize hizmet veren yeni tedarikçilerin sisteme katılmasıyla da zenginleşerek 'tedarik network'u kavramı içinde çok daha ileri, daha karmaşık ama daha verimli bir boyuta taşınması sağlanacak. Tüm uygulamalarda daima göz önünde bulunması gereken husus ise, Koç Topluluğu şirketlerinin bugüne dek kendi lojistik süreçlerini son derece etkin yürüttüğü gerçeğidir."



Lojistik Konseyi tarafından belirlenen proje çalışmaları sonunda sağlanacak çeşitli verimlilik alanları

1. Ölçek Avantajı

2. Optimizasyon

3. Koordinasyon

Koç Topluluğu Lojistik Konseyi üyeleri çalışmalarını anlattı



Serdar Sözeri/Arçelik A.Ş. Tüketici Hizmetleri Direktörü: "Önceleri destek fonksiyonu olarak görülen satınalma, 21.yy'da yüksek rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve büyü- yebilmek için ana fonksiyonlardan birisi. Son 10-15 yılda şirketlerin yüzde 50'sinden fazlası satınalma organizasyonlarını değiştirdi. Satınalma stratejileri şirket ana stratejilerine uyumlu şekilde oluşturuluyor. Aynı zamanda şirketler bağımsız olarak değil, grup sinerjisini sağlayacak şekilde ortak satınalmaya yöneliyor. Satınalma stratejilerinin önemli bir parçası tedarikçi ilişkileridir. Hedeflenen durum az sayıda tedarikçi ile birlikte çalışarak değer yaratma ve birlikte gelişimdir. Satınalma stratejileri oluşturulurken hedef maliyet değil, değer odaklılık olmaktadır. Tedarikçi seçimi, satınalmanın en önemli halkalarından- dır. Tedarikçilerle kurulan ilişkide amaç, maliyet azaltımı ve pazara daha iyi ürün/hizmet sunmak olmaktadır. Bu konuları kapsayan faaliyetler içinde bulunan Zer Şirketi, Koç Grubu şirketlerine satınalma etkinliği ile önemli katkılar sağlamaktadır.

Aynı zamanda şirketler bağımsız olarak değil, grup sinerjisini sağlayacak şekilde ortak satınalmaya yöneliyor. Satınalma stratejilerinin önemli bir parçası tedarikçi ilişkileridir. Hedeflenen durum az sayıda tedarikçi ile birlikte çalışarak değer yaratma ve birlikte gelişimdir. Satınalma stratejileri oluşturulurken hedef maliyet değil, değer odaklılık olmaktadır. Tedarikçi seçimi, satınalmanın en önemli halkalarından- dır. Tedarikçilerle kurulan ilişkide amaç, maliyet azaltımı ve pazara daha iyi ürün/hizmet sunmak olmaktadır. Bu konuları kapsayan faaliyetler içinde bulunan Zer Şirketi, Koç Grubu şirketlerine satınalma etkinliği ile önemli katkılar sağlamaktadır.



Cengiz Kabatepe/Ford Otosan Genel Müdür Yardımcısı: "Kâr marjlarının daraldığı, rekabetin şiddetini artırdığı bu zamanda, şirketlerin tüm fonksiyonlarında yaratıcı ve etkin stratejiler planlanması ve uygulanması gerekliliğinin önemi daha da artmıştır. Bu bağlamda Koç Holding olarak grup şirketlerinin bu zamana kadar münferiden planlayıp uyguladığı tedarik zinciri yönetimlerinde ortaklaşarak

güç birleştirmesinin proseslerde çok önemli verimlilik artışına neden olacağı ve bu sinerjiye dayalı faaliyet verimliliğinin önemli bir ölçüde maliyet avantajını da sağlayacağı kesindir. Bu noktadan yola çıkarak, her şirketin kendi önceliklerini göz önünde bulundurarak sinerji yaratabilecek birçok proje ortak çalışma gruplarıyla ele alındı. Bunların içinde bizim için çok hayati bazı projeler var. Sonuç olarak 'birlikten güç doğar' felsefesiyle yola çıkılan bu çalışmada, birlikteliği en iyi şekilde ve en ince ayrıntısıyla planlayarak verimliliği yüksek bir güce ulaşacağımıza inanıyoruz."



Altan Aytaç/Tofaş A.Ş. Tedarik Zinciri Direktörü: "Koç Topluluğu Lojistik Komitesi ve buna bağlı olarak oluşturduğumuz alt komitelerde, şirketlerimizin lojistik sorumluları ve temsilcileri olarak bir süredir bir araya gelerek ihtiyaçlarımızı, tedarik zincirimizdeki darboğazları ve uyguladığımız farklı çözümleri paylaşıyoruz. Yapılan çalışmalar neticesinde özellikle üçüncü parti lojistik şirketleri ile yapılacak veya yenilenecek anlaşmalarda ortak hareket edebileceğimiz alanları tespit edip toplam iş hacmini artırarak maliyetleri azaltmayı ve Topluluk şirketleri olarak aldığımız hizmet kalitesini artırmayı hedefliyoruz. Burada özellikle hizmet seviyesi ve

kalitesi konusunun altını çizmek istiyorum. Zira ihtiyaçları birleştirip çok daha büyük bir iş hacmiyle ihaleye çıktığımızda maliyetlerimizin düşmesi beklenen bir sonuçtur. Bunun yanında, birlikte çalışmayı öngördüğümüz firmalarla yapacağımız servis anlaşmalarında, şartları, indikatörleri ve takip sistemlerini birlikte iyi oluşturmali ve maliyet azaltmanın yanı sıra alınan hizmet kalitesini de en üst seviyeye çıkaracak çözümleri yine birlikte aramalıyız."



Sedat Tezerişener/Türk Traktör Satınalma Genel Müdür Yardımcısı: "Lojistik Konsey çalış- malarını, potansiyel olarak büyük kazanımlar yaratabileceği düşüncesiyle ba- şından beri yakından takip ediyorum. Türkiye'nin en büyük Topluluğu Koç Holding'in lojistik satınalma faaliyetlerinde ortak hareket etme olanaklarının araştırılmasının, sinerjiye çok güzel örnekler çıkaracağı ortadadır.

Zer A.Ş. önderliğinde yürütülen Lojistik Konseyi çalışmasında optimizasyon ve ölçek ekonomisi sayesinde maliyetlerde iyileştirmeler sağlanacaktır. 27 Temmuz 2007'de yapılan Satınalma Zirvesi'nde de ortak çalışma potansiyeli olarak gündeme gelen lojistik konusunda devam eden bu çalışma, elde edilecek sonuç itibarıyla heyecan vericidir."

Lojistik Konseyi Üyeleri ve Komisyon Başkanları

Alper Eralp/Ford Otosan A.Ş. Lojistik Müdür Yardımcısı (Kom. Bşk.),
Altan Aytaç /Tofaş A.Ş. Tedarik Zinciri Direktörü,
Bahtişen Henden/Tofaş A.Ş. Satınalma Müdürü,
Benay Öztürk/Arçelik A.Ş. Lojistik Grup Yöneticisi,
Cengiz Kabatepe/Ford Otosan A.Ş. Malzeme Planlama ve Lojistik Genel Müdür Yardımcısı,
Cihangir Yıldırım/Türk Traktör Satınalma Müdürü (Kom. Bşk.),
Cihan Vahdettin Özşönmez/Koç Holding Kıdemli Denetim Uzmanı,
Deniz Güleç/Zer A.Ş. Satınalma Uzmanı-Lojistik,
Ebru Sayılan/Koçtaş Satınalma Tedarik Zinciri Direktörü,
Erdal Gözmen/Arçelik A.Ş. Türkiye Lojistik Yöneticisi (Kom. Bşk.),
Erkan Olgan/Arçelik A.Ş. İhracat Lojistik Yöneticisi (Kom. Bşk.),
Gürol Acar/Tüpraş Genel Müdür Yardımcısı,
Hüseyin Şerif Beyaztaş/Arçelik A.Ş. İthalat Lojistik Yöneticisi (Kom. Bşk.),
İbrahim Kesemen/Migros Tedarik Zinciri ve Lojistik Müdürü,
İhsan Çatmaner/Arçelik LG A.Ş. Üretim ve Lojistik Direktörü,
İhsan Taşkınel/Tofaş A.Ş. Satınalma Uzmanı (Kom. Bşk.),
Mehmet Karaca/Tedarik Zinciri Geliştirme Yöneticisi (Kom. Bşk.),
Murat Haskan/Aygaz Lojistik Genel Müdür Yardımcısı,
Murat Menemenli/Zer A.Ş. Genel Müdürü
Mustafa Dizdar/Tüpraş Malzeme İkmal Müdürü,
Orhan Reha Akşaner/Aygaz Nakliye Yöneticisi (Kom. Bşk.),
Recai Işıktas/Ford Otosan A.Ş. Lojistik Müdürü,
Sedat Tezerişener/Türk Traktör Satınalma Genel Müdür Yardımcısı,
Serdar Sözeri/Arçelik A.Ş. Tüketici Hizmetleri Direktörü,
Seren Demokan/Tat Lojistik Grup Yöneticisi (Kom. Bşk.),
Sertaç Aydın/Zer A.Ş. Satınalma Yöneticisi-Lojistik,
Tolga Seyrek/Zer A.Ş. Satınalma Genel Müdür Yardımcısı,
Vedat Bozacı/Zer A.Ş. Satınalma Sorumlusu-Lojistik,
Yavuz Evrandır/Opet Genel Müdür Yardımcısı.



ÜLKEM İÇİN! YEŞİL SEFERBERLİK

Küresel ısınma tehdidi altındaki topraklarımız, 700 bin fidanla buluşup nefes alacak. Koç Holding; TEMA ve Çevre Bakanlığı işbirliğiyle ilan ettiği çevre seferberliğiyle “Ülkem İçin Ormanları” oluşturacak

iki yıl önce 80. yılını geride bırakan Koç Holding, bu büyük kutlamayı, birlikte doğduğu, birlikte büyüdüğü ülkesiyle yapmıştı. Türkiye'nin en geniş ve en büyük katılımlı sosyal sorumluluk projesi “Ülkem İçin”, 81 ilde gönüllüleriyle buluşmuş, ihtiyaçlarının karşılanmasıyla yüzleri gülen çocuklar, yaşlılar, yenilenmiş okullar, eksikleri giderilmiş sağlık kurumları olarak karşımıza çıkmıştı. Ancak Koç Holding bu yıl “Ülkem İçin” enerjisini tek bir hedefe, küresel ısınmayla tehlike altındaki çevreye yoğunlaştırdı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç çalışanları ve bayilerine “Ülkem İçin” projesinin yeni stratejisini duyururken, konunun önemini vurguladı: “Çocuklarımıza yaşanabilir bir dünya bırakmak için daha da geç olmadan, hiç vakit kaybetmeden harekete geçmeliyiz. Seferberlik ilan etmeye karar verdik.” İlk hedef 700 bin fidan dikmek. İkinci hedef ise ilkini aşmak.

İki yılda 387 yerel proje

Bu büyük projenin tohumları, iki yıl önce atıldı. Koç Holding, kuruluş yıldönü-

mü haftası olan Mayıs ayının son haftasını tüm yurttaki “Ülkem İçin Günü” olarak kutlamaya başladı. Türkiye'nin 81 ilinde, Koç Topluluğu'na ait şirketlerin bayileri, çalışanları ve şirketleri Holding önderliğinde sayısız sosyal sorumluluk projesini gerçekleştirmek için kolları sıvadı. “Ülkem İçin Günü” projesi ile Koç Topluluğu'nun 90 bine yakın çalışanı, 10 bini aşkın bayii ve aileleri düşünüldüğünde yaklaşık yarım milyon kişi, birbiriyle aynı dönemlerde Türkiye'nin her köşesinde farklı bir sosyal sorumluluk projesi için harekete geçti. 81 ilde seçilen koordinatör bayiler, şehirlerindeki diğer bayilerle birlikte seçtikleri bir proje için kolları sıvadı. Bayiler, illerinde ihtiyaç belirledikleri bir alandaki sosyal sorumluluk projesini çalışanların ve ailelerinin de yardımıyla gerçekleştirdi. Koç Holding Kurumsal İletişim Direktörlüğü'nün koordinasyonluğunda ilk yıl, okul boyanması, park inşa edilmesi, sağlık kuruluşlarının yenilenmesi gibi pratik ihtiyaçlara yanıt veren çalışmalardan Van Gölü'nün temizlenmesi gibi büyük organizasyonlara varana kadar çeşitli konuları içeren projelere imza atıldı. İkinci yılın sonun-

da, hayata geçirilen yerel proje sayısı 387'ye ulaşmıştı.

“Bu bir seferberlik duyurusu”

Üçüncü yılda ise hedef büyüdü. TEMA ile Çevre ve Orman Bakanlığı işbirliği içinde yurdun dört bir yanında “Ülkem İçin Ormanları” oluşturma kararı alındı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, yeni hedefi ve gerekçelerini bayilere şu metinle duyurdu:

“Topluluğumuzun kuruluşunun 80. yıldönümü olan 2006 yılından bu yana yürüttüğümüz ‘Ülkem İçin’ projesiyle, sizler ve çalışanlarımızla birlikte, Türkiye'nin en geniş katılımlı sosyal sorumluluk projesini hayata geçirmenin heyecanını yaşadık ve yaşamaya devam ediyoruz.





“Çiçek değil bağış isteriz”

“Ülkem İçin Ormanları” kampanyasının koordinatör bayileri, hızlı bir çıkış yaptı. Ankara’da faaliyet gösteren Ford bayii Tur Oto A.Ş., “Ülkem İçin” kampanyasını, derhal yeni binasının açılışına dahil etti. Tur Oto, Maltepe’deki plazasının hemen yanında ikinci bir plazayı daha hizmete sokmak için 28 Mayıs tarihini belirledi. Satış sonrası ikinci el ve filo satışının yapılması planlanan binanın açılışı için bir davetiye hazırlandı. Ardından ikinci bir davetiye daha bastırıldı. Konuklar iki davetiye birden aldı. Küçük davetiyede şu çağrı yer alıyordu: “Her şey Ülkem İçin... Çiçek göndermek yerine Koç Holding’in başlatmış olduğu Ülkem İçin projesi kapsamında TEMA Vakfı’na bağışta bulunmanızı rica ediyoruz.” Tur Oto Genel Müdürü Ali Mülazımoğlu, ilk iki yıl kentlerdeki ihtiyaçlar doğrultusunda, dolayısıyla farklı konularda yapılan projelerin artık tek çevre başlığı altında toplanmasını son derece olumlu bulduklarını belirtiyor. “Güçlerimizi tek bir noktada birleştirerek oluşturacağımız ortak sinerjinin çok daha etkili olacağına inanıyoruz. Bir anlamda hizmette ve çevre bilincinde bir marka oluşturmak olarak da algılanabilir” diyen Mülazımoğlu, projeye katkı için yapılabilecekleri şöyle sıralıyor: “Network’te bulunan beyaz eşyadan finansla kadar Koç Topluluğu şirketleriyle ortak sinerji oluşturulabilir. Aynı zamanda her bayi ayrı ayrı kendi adına bu projeye destek vermek adına bulundukları çevrede ses getirici organizasyonlar oluşturulabilir. Kamunun da desteğini alarak, örneğin her ilde kamuya ait araziler alınarak Ülkem İçin ormanları yapılabilir.”

yılın diğer yıllardan önemli bir farkı olacak. Bu yıl, ülkemizin ve dünyanın geleceğinde çok önemli rol oynayan ‘çevre’ konusunda, tek ve büyük bir projenin, hepimizin güçlerini birleştirmesiyle, ülke çapında etki yaratacak biçimde uygulanmasını hedefliyoruz. Bu bir seferberlik duyurusu aynı zamanda. Bir yanımda Çevre ve Orman Bakanlığı, diğer yanımda da TEMA Vakfı’yla birlikte yola çıkarken, 700 bin fidan olarak belirlediğimiz hedefimizi daha da aşmak ve küresel ısınma sürecinin ilerlemesini yavaşlatmak yolunda önemli bir katkı sağlamak arzusu içindeyiz.

Dünyadaki yaşam tehdit altında

Yakından izliyor ve biliyoruz ki, küresel ısınma süreci dünyadaki yaşamı tehdit eden bir hıza ulaştı. Günümüzde iklim koşullarında meydana gelen anormallikler, geleceğimiz için sanıldığından çok daha büyük bir tehlike arz ediyor. Ama yine biliyoruz ki en azından daha fazla ilerlemesini engelleyebilme imkânlarına da sahip bulunuyoruz. Ülkemizde ormanlık alanlar 20.7 milyon hektarla genel alanın yüzde 26.8’sini oluşturuyor. Harekete geçmeden beklenildiği takdirde Türkiye’nin 40 yıl sonra çöl olacağına dair bilimsel veriler karşımızda dururken, ‘ağaçlandırma’ konusu kendiliğinden ön plana çıkıyor. Yetişkin bir ağaç bir saatte 2.3 kg karbondioksiti bünyesine alırken, fotosentezle 1.7 kg oksijen üretiyor. Bu da ağaçlandırmanın küresel ısınmayla mücadelede en etkin yöntemlerden biri olduğunun önemli bir kanıtıdır.

Tablo ortada. Çocuklarımıza yaşanabilir bir dünya bırakmak için daha da geç olmadan, hiç vakit kaybetmeden harekete geçmeliyiz. Kapımızda hazır bekleyen tehlikeye, görmezden gelerek değil, üstüne giderek engel olabiliriz. Her birimiz tek tek, çevre duyarlılığının artırılmasının dünyamız için ne kadar önemli bir mesele olduğunun bilincindeyiz. Bu bilinci yaygınlaştırmak için bir yandan fidan dikimi, bir yandan da etki alanımız içinde olan çevrelerde kişisel liderliğimizle geliştireceğimiz bilinçlendirme kampanyaları ile ormanlarımız için seferberlik ilan etmeye karar verdik.

Bu seneki ‘Ülkem İçin’ projemizde Koç Topluluğu olarak TEMA ve Çevre ve Orman Bakanlığı ile işbirliği içinde ülkemizin dört bir yanında ‘Ülkem İçin Ormanları’ oluşturacağız. Bu proje için açılmış bulunan TEMA hesap numarasına katkıda bulunurken, çok anlamlı bu işbirliğinin, zamanda iz bırakacak bir sosyal sorumluluk projesi olarak her birimizi onurlandıracağına yürekten inanıyoruz. İlinizde ulaşacağınız bayilerimizle projemizi en etkili şekilde paylaşacağınıza ve yine birbirine kenetlenmiş bir aile duygusu içinde projemizi sahiplenerek bu sene katılımı daha da artıracığınıza inanıyoruz. Koç Topluluğu Şirketleri, Koç Ailesi, Koç Çalışanları ve Koç Bayileri olarak bir kez daha el ele vermenin heyecanını paylaşmanın sevinci içindeyim.”

TEMA Hesap No

Yapı Kredi Bankası - Merkez Plaza Şubesi 332 - 82353352

Sosyal sorumluluk alanındaki çalışmalarımız ‘Ülkem İçin’ kapsamındaki çeşitli projelerle her geçen gün biraz daha genişledi. Geçtiğimiz yıl, engelli çocuklar için park yapımı, okul yenileme çalışmaları, bilgisayar laboratuvarları kurulması, antik kent kazı çalışmaları gibi çeşitli konularda ‘Ülkem İçin’ projesine hep birlikte hayat verdik. Kurucumuz Vehbi Koç’un ‘Ülkem varsa ben de varım’ felsefesi, hem yolumuzu aydınlattı hem de birlikte daha güçlü olacağımıza dair inancımızı kuvvetlendirdi. İki yıl içinde her biri başlı başına sorumlu vatandaşlık örneği olan 387 yerel proje gerçekleştirmiş olmanın özgüveniyle, bu yıl yine sizlerin önderliğinde ‘Ülkem İçin’ projesini güç birleştirmenin etkisini gösterecek dev bir adıma dönüştürüyoruz. Bu

Sağlığa katkıları nedeniyle ödül ve plaket verilen Semahat Arsel hemşirelerin gönülünü fethetti:

“Becerebilseydim HEMŞİRE olurdum”

“Hastane Dergisi Sağlık Yönetimi Ödülleri” çerçevesinde bu yıl ilk kez oluşturulan “Sağlığa Üstün Katkı Ödülü”, Vehbi Koç Vakfı Başkanı Semahat Arsel’e verildi. Arsel, sağlığa katkıları nedeniyle, Dünya Hemşireler Günü’nde hemşirelerden de plaket aldı



Vehbi Koç Vakfı Başkanı ve Koç Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Semahat Arsel Hemşirelik Eğitim ve Araştırma Merkezi Başkanı Semahat Arsel’e, yıllardır emek harcadığı sağlık alanından bir ödül ve bir de plaket geldi. Hemşireler, 12 Mayıs Dünya Hemşireler Günü’nde hem mesleki sorunlarını tartıştı hem de destekçilerini ödüllendirdi. 12 Mayıs Dünya Hemşireler Günü etkinliği, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Hemşirelik Bölümü, Ankara Üniversitesi Tıp Fakültesi İbni Sina Hastanesi ve Cebeci Hastanesi başhemşireliklerinin ev sahipliğinde yapıldı. Ankara’daki tüm Sağlık Bakanlığı hastaneleri, sağlık bilimleri fakültelerinin hemşirelik bölümleri, üniversite hastaneleri ve özel hastanelerin yani yaklaşık 60 kurum ve kuruluşun işbirliğiyle yürütülen etkinlikte, Semahat Arsel’in yaşantısından kesitlerle, hemşireliğe verdiği değerli katkılar

anlatıldı. Semahat Arsel Hemşirelik Eğitim ve Araştırma Merkezi Başkanı olan Semahat Arsel plaketini alırken, “Becerebilseydim hemşire olurdum” sözleriyle hemşirelerin kalbini fethetti. Semahat Arsel’e bir ödül de Hastane dergisinden geldi. Hastane dergisinin organizasyonu ile düzenlenen ve sağlık yönetimi alanında sunulan tek ödül olan “Hastane Dergisi Sağlık Yönetimi Ödülleri”ne bu yıl yeni bir kategori eklendi.



Şimdiye kadar “Onur ödülü”, “Hastane Yöneticiliği”, “Tıp Hizmetleri Yöneticiliği”, “Hemşirelik Hizmetleri Yöneticiliği” kategorilerinde ödül veriliyordu. Bu yıl ilk kez “Sağlığa Üstün Katkı Ödülü” devreye girdi. Amaç, sağlık sektörü dışında olup da sağlığa yaptığı katkılar nedeniyle kendisinden söz ettiren isimleri ödüllendirmektir. Bu ödülün de ilk sahibi, Semahat Arsel oldu.

2007 yılının “Hastane Dergisi Sağlık Yönetimi Ödülleri”, İstanbul Dedeman Otel’inde düzenlenen törenle sahiplerine sunuldu. Sağlık profesyonellerinin bulunduğu törene Hastane dergisi okurları da katıldı. Sağlık yönetimi alanında sunulan tek ödül olması nedeniyle sağlık sektörü ilgililerince dikkatle izlenen “Hastane Dergisi Sağlık Yönetimi Ödülleri”, başarılı sağlık yöneticilerinin onurlandırılması ve sağlık yönetimi alanında kaliteli hizmet anlayışının teşvik edilmesini amaçlıyor.





**DenizTemiz Derneği
/TURMEPA, 10-15 yıl
içinde yok olma
tehlikesindeki Van Gölü'nü
kurtarmak için büyük bir
kampanya başlattı**

Van Gölü'ne hayat öpücüğü

Van Gölü, 9 Mayıs'ta heyecanlı bir telaşa tanık oldu. Kıyıdaki kalabalığın en hareketli grubu miniklerdi. Küçük öğrenciler, hayatlarında vazge-

çilmez bir yeri olan "deniz"lerine sahip çıkmış, onu 15 yıla kadarlık bir takvimde beklediği düşünülen "ölüm"den kurtarmak için kolları sıvamış, çöp topluyorlardı. Çünkü, DenizTemiz Derneği/TURMEPA'nın Van Gölü'nü kurtarmak hedefindeki büyük kampanyası başlamıştı.

Bu başlangıca, "Van Denizi Kıyı Temizliği" günü adı verildi. Milli Eğitim Bakanı Doç. Dr. Hüseyin Çelik himayesinde, TURMEPA Onursal Kurucu Başkanı Rahmi M. Koç, Sınırsız Mavi Projesi destekçisi Yapı Kredi Bankası Genel Müdürü Tayfun Bayazıt ve tüm TURMEPA Yönetim Kurulu Üyelerinin katıldığı "Van Denizi Kıyı Temizliği" gününde Vanlılara katılım çağrısı yapıldı. Halktan, işbirliği içerisinde olunan kamu kuruluşları, üniversiteler, belediyeler ve sivil toplum kuruluşlarından alınan destekle çalışmalarını 14 yıldır sürdüren DenizTemiz Derneği/TURMEPA'nın Yönetim Kurulu Başkanı Eşref Cerrahoğlu, Doğu Anadolu'nun "denizi" olarak da adlandırılan Van Gölü'nün 10-15 yıl içinde yok olacağı uyarısını yaparak tüm Vanlıları kampanyaya

katılıma çağırdı. Cerrahoğlu konunun önemini şöyle anlattı: "Avrupa'nın beşinci büyük gölü, Doğu Anadolu'nun incisi ve bölgenin bir anlamda denizi olan Van Gölü de, bilinçsiz yapılaşma, atıklar ve koruma yapılmaması nedeniyle kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya. Eğer acilen önlem alınmazsa, 10-15 yıl sonra artık 'Van Denizi'nin özel balığı inci kefalinin soyu tükenecek, Van Gölü yüzülen bir su değil, bir kirlilik kaynağı olacak. Bölgede çok önemli tarihi, turistik ve ekolojik zenginlik yaratan Van Gölü acil önlemlerle kurtarılabilir. İşte bu nedenle DenizTemiz Derneği olarak, kıyı şeritlerimizin yanı sıra Van Gölü'nü de kapsamımız altına aldık; çünkü Van Gölü'nü yok eden de biz insanlarız, yok olmasını önleyebilecek olan da biziz."

TURMEPA'nın Van Vakfı'na ayrıca bir "Deniz Süpürgesi" de hediye ettiği törende, "Sınırsız Mavi" Projesi kapsamında, Van'daki ilköğretim okulları arasında yapılan "Hayalimdeki Van Gölü" adlı resim, şiir ve kompozisyon yarışmasında derece giren çocuklara da ödülleri verildi.

TURMEPA tarafından Milli Eğitim Bakanlığı ve Yapı Kredi Bankası desteği ile yürütülen, Türkiye'deki en kapsamlı sosyal sorumluluk projelerinden "Sınırsız Mavi" projesi kapsamında Türkiye'nin

28 kıyı ili ve Van'da, her okuldan bir öğretmen ve idareciye verilen eğitimler ile tüm ilköğretim ve ortaöğretim öğrencilerine deniz, deniz temizliği konularında eğitim veriliyor. 2006'da başlatılan proje kapsamında, bugüne kadar Adana, Muğla, Antalya, Düzce, Van, İstanbul, Mersin ve Hatay illerinde toplam 1 milyon 600 bin öğrenciye ulaşıldı. Projenin sonucunda 16 bin 588 okulda, 300 bin öğretmen ile 6 milyon 600 bin öğrenciye ulaşılması hedefleniyor. Van'da 2007'de başlayan eğitimlerde ise 105 bin öğrenciye eğitim verildi.

Simena'ya katkı

Kaleköy'de (Simena Antik Kenti) evi bulunan, DenizTemiz TURMEPA Onursal Başkanı Rahmi M. Koç da, DenizTemiz Derneği/TURMEPA Derneği aracılığıyla Üçağız muhtarlığına tekne bağışladı. Tekne Üçağız'ın yanı sıra Kaleköy ve çevredeki karayolu ulaşımı olmayan ev ve işyerlerinin foseptiklerini tahliye edecek. Teknenin denize indirilişi töreninde TURMEPA Yönetim Kurulu Üyesi Vera Bulgurlu, teknenin Kekova ve çevresindeki koyların daha temiz olarak kalması amacıyla çalıştırılacağını söyledi, bölgeye biyolojik arıtma tesisi kurulması gerektiği uyarısında bulundu. 

“STADYUMLAR KOÇFEST’e dar geldi!”

Ankara’da Divan Otel’inde Hayko Cepkin’le birliktaydık. 2 Mayıs’tan bu yana hız kesmeden devam eden KOÇFEST konserlerinin yedinci durağında konuştuğumuz Hayko Cepkin, 30’lu yaşlara yeni adım atmış birinden çok, muzip bir genç görünümünde. Hele içtenlikle dile getirdiği isyan duygusu, yaşlanmanın yaş almakla hiç ilgisi olmadığını bir kez daha gösteriyor bizlere.

Müzikle iç içe yaşayan bir aileden geliyorsunuz. Müzisyenlik tercihinde bunun payı nedir?

Oldukça yaramaz bir çocukmuşum. Dedem akordeon, babam davul çalardı. Dedemin akordeonunu karıştırmaya başlayınca, bana klavye aldılar ve böylece müzik hayatım başladı! Klavyeyi elime alır almaz, dedemden duyduğum bütün melodileri çalmaya başladım. Okul korosunda, ardından girdiğim kilise korosunda klavyeli çalgıların bol olması nedeniyle enstrümana hiç yabancılık çekmedim. Kulak dolgunluğuyla, taklit ederek her duyduğum melodiyi çalmaya başladım. İstedğim melodileri çok kısa sürede bire bir çıkarabilmek, benim için çok büyük bir keyifti. Uğraşıp uğraşıp bir şey çıkarıyordum, belki küserdim müziğe. Ama öyle olmadı ve ben müziğe sevgiyle sanıldım.

Bu sevgiyle konservatuvara girdiniz ancak yarım kaldı. Nasıl oldu?

Evet. Konservatuvar, benim dinamizimle uyuşmadı. Aslında ben klasik olanı severim; Bach’ı, klasik baleyi, klasik operayı... Ama o dönem, büyümeye başladığım yıllardı; dövmele, uzun saçlar, isyan ve öfke, karmaşa, rock kültürü ile tanışma... Tüm bu yeniyetmelik durumuna rağmen klasiğin o sabit duruşunu korumaya çalışıyordum ama hocalarda tam tersi bir imaj uyandırıyorlardı. Sonuçta ayrıldım oradan. Ardından iki yıl Timur Selçuk’tan solfej, armoni ve şan eğitimi aldım, bir yıl da Akademi İstanbul’da piyano eğitimi gördüm. An-

Hayko Cepkin 14 kenti gezdiği KOÇFEST’ten çok memnun: “Sanırım bu mesleğin içerisinde bulunmasaydım, motorize arkadaş grubum ile pek çok şehri sizlerle beraber şehirden şehre dolaşıp, bu festival keyfini bir izleyici, bir genç olarak tadardım. O denli takip edilesi buluyorum”



cak bu yarım kalmış okulları benim açım-
dan bir zenginlikti. Birkaç farklı tarz gör-
me şansım oldu. Kilise korosu ile gotik
müziği, kilise sound'unu öğrenme şansım
oldu. Konservatuvarda klasik operadan
başlayıp günümüze uzanan bir opera eği-
timi aldım. Hepsi bana çok şey kattı.

Ermeni ve Türk folkloru?

Ermeni folk müziği ile fazla ilgilenmedim
ama Türk halk müziğini severim. Arif
Sağ'ı çok beğenirim. Müzikal anlamda
hepsinden beslendim diyebilirim.

Bu çeşitlilikten rock müzik mi çıktı?

Benim rock ile ilişkim oldukça geç başla-
dı. Metallica'nın "Nothing Else Matters"
gibi kült bir parçasını bile, çıktıktan birkaç
yıl sonra fark ettim. Benin rock müzikle
tanışmam, bir film yoluyla oldu. 1994'te
seyrettiğim "The Crow", karanlık gibi gö-
züken ama duygusal bir film. Sound-
track'ini aldım, etkilendim ve hayatımı de-
ğiştirmeye karar verdim! Duvarımdaki
basketbolcu posterlerini indirdim, daha
karanlık, yeni posterler aldım. Kendime
yeni bir yol çizmişim böylece. O isyan
döneminde, ailenin baskılarına karşı tut-
tuğunuz yol farklı olunca, "aileye gününü
gösterme" tavrına giriyorsunuz. Ben de
rock'la böyle tanıştım işte!
Ama müziğimi, tam anlamıyla rock olarak
nitelendirmiyorum. Çocukluğumdan bu
yana dinlediğim, eğitimini aldığım müzik-
lerin bir bileşimi olarak görüyorum. Çün-
kü aralarında büyük bir çelişki de görmü-
yorum. Kilise müziğinde de, operada da
karanlık temalar, mistik bir hava vardır.
Rock müzikte de isyan, kendi ayakları üs-
tünde durma isteği vardır ve bence hepsi
insan duygularını anlatır.

Müzik piyasasına nasıl girdiniz?

O zamanlar, müzik piyasasına girmek için
çok fazla eğitime ihtiyacım olduğunu dü-
şünüyordum. Müzisyen olma yoluna gir-
diğimde arkadaşlarla stüdyoya giderdik.
Bir süre sonra evde kayıt yapmaya ve bu işi
öğrenmeye karar verdim. Çünkü benim
aklımdaki şeyleri, benden daha iyi kimse-
nin ortaya çıkaramayacağına inanıyordum.
Kendim kaydetmeliyim ki hayallerimi
doğru biçimde ortaya çıkarabileyim, de-
dim. Bilgisayarlı teknoloji de bunu müm-
kün kılıyordu. Bestelerimi kaydetmeye
başladım. Sonra kendimi geliştirebilmek
için, yapılmış melodilere yeni düzenleme-
ler yapmaya başladım. Vokali sabit tutarak,
onu bambaşka bir şarkıya dönüştürüyor-

dum. Düzenleme işini böyle öğrendim.
Sonradan pek çok albümün düzenlemesi
içinde yer aldım. Müslüm Gürses için Mu-
rathan Mungan'ın "Aşk Tesadüfleri Sever"
şii, Yeni Türkü'nün "Kimdi Giden" şarkı-

Hayko Cepkin kimdir?

1978'de İstanbul'da doğan Hayko Cepkin, eğitimini birkaç yıllık parçalar halinde yaptı! Konservatuvarda, Timur Selçuk'tan solfej, armoni ve şan, Akademi İstanbul'da piyano eğiti-
mi... 1997'de profesyonel müzik hayatına klavyeci olarak başladı. 2005 yılında çıkardıl-
dığı "Sakin Olmam Lazım" adlı ilk albümünün ardından bu yıl "Tanışma Bitti" adlı albümü-
nü çıkardı. Hayran kitlesi, ilk albümüyle sevdiği Hayko'yu, artık hiçbir konserini kaçıрма-
yacak kadar iyi tanıyor. Tıpkı yeni albümünün adındaki gibi, tanışma bitti...

si, Onno Tunç anısına yapılan albümde
Sezen Aksu için "Bir Çocuk Sevdim" adlı
şarkı... 24 yaşındaydım, koskoca aranjörle-
rin isimlerinin yanında "velet" sayılırdım
ama çalıştığım insanların gözünde güveni-
len bir adam haline gelmişim.

İlk albümünüze gelelim. Evde kayıttı, değil mi?

Şarkılarımı evde kaydettiğim haliyle firma-
ya götürdüm. Ama stüdyo kaydı yapmayı
umuyordum. Böyle yayımlayalım, dediler.
Demo kaydı kalitesinde yayınlandı. Bunun
sonuçları da oldu tabii. İstediğim şiddeti,
patlama noktalarını yaratamadım. Albümü
dinleyenler konsere belli bir beklentiyle
gelince, benim için kendini anlatma, kim-
seyi kandırmadığımı, konserdeki gibi ol-
duğumu gösterme süreci başladı.

Bu yüzden mi ikinci albümün adı "Tanış- ma Bitti"; ve konsepti neden "korku"?

Evet, artık tanıştık. Dinleyicim ne olduğum-
u biliyor. Konsepti korku, çünkü korku
insanı zinde tutar, ayakta tutar. Denetimsiz
korku değil ama, tanıyıp çözdüğümüz kor-
kular. Şarkılarımda aileyi kaybetme korku-
su, yalnız kalma korkusu gibi yaşamsal
korkular, yalnız senin başına gelmiyor, he-
pimizin başına geliyor, zamanla o acı seni
doğru yerlere yönlendirecek ve hayatına
devam edeceksin, demeye çalışıyorum.

Sizi müzikal olarak besleyen duygu nedir?

Daha çok öfke. Ama öfkeyi şiddete değil,
böyle bir üretkenliğe kanallandırmak
yanayım. Şarkılarımda "vur, kır parçala"
yok zaten. Sahnede görüntü olarak şidde-
ti anlatıyoruz. Şarkı sözlerimle çelişkili gi-
bi görünüyor ama böyle değil. "Sabahtan
akşama kadar televizyonda, sokakta dur-
madan seyrettiğiniz şiddetin farkında
olun" demek istiyorum. Yani gerçek yaşa-
ma dair bir oyun bu. Öfkelendiğinizde si-



zi filme çekseler, bunu izlediğinizde ken-
dinize duyacağınız nefret gibi, o nefretin
hissedilmesini istiyorum.

KOÇFEST'e gelelim, organizasyonu na- sıl buluyorsunuz?

Sanırım bu mesleğin içerisinde bulunma-
saydım, motorize arkadaş grubum ile pek
çok şehri sizlerle beraber şehirden şehre
dolaşıp, bu festival keyfini bir izleyici, bir
genç olarak tadardım. O denli takip edile-
si buluyorum.

KOÇFEST'in sahne tasarımı, ses düze- ni, konser alanı nasıl?

Gezici olarak kurulan bence en büyük ve
en güçlü sahne. Alan olarak üniversitele-
rin en geniş noktaları ya da stadyumlar
kullanılıyor. Ama görüldüğü gibi en geniş
alanlar bile, bu yılki festivale dar geldi.
Gençlerin katılımı ve ilgisi oldukça yük-
sek ve pozitif. Bu sebeple çok başarılı ve
organize buluyorum.

Üniversitelilerden aldığınız tepkiler, il- gi, diyalog açısından iller genelinde de- ğerlendirme yapar mısınız?

KOÇFEST turnesine başlamadan önce iki
ayak olarak böldüğümüz 47 konserlik bir
turneden yeni çıkmıştık. Bu sebeple şu an
dolaşmakta olduğumuz şehirlerdeki seyir-
cilerimizle randevumuz taze sayılır. Tek
fark, biz kültür merkezlerinde buluştuk,
KOÇFEST sayesinde üniversiteler çerçe-
vesinde bazen ucunu göremediğimiz de-
vasa bir gençlik seliyle karşılaştık. Gördü-
ğümüz o ki, gittiğimiz her şehirde muhte-
şem bir genç kitle var. Hepsi de oldukça
katılımcı ve pozitif olarak konuk ettiler
bizleri. Organizasyonun her noktasından
ve gittiğimiz şehirlerdeki seyirci katılımı-
nın genel profilinden son derece memnu-
muz. Bu büyük Türkiye organizasyonu-
nun uzun yıllar devamını dilerim. 



Türkiye'nin gençlik festivali



Türkiye'yi gezen festival KOÇFEST, üç yılda 1.5 milyona yakın öğrenciye ulaştı. Yurdun dört bir köşesinden yüz binlerce üniversiteli, aynı yarışmalarda ter döktü, aynı oyunlara katıldı, aynı şarkıları dinledi, Koç Topluluğu'nun dinamik ruhuyla tanıştı

Toplumdan aldığını topluma verme ilkesi ve gençlerin gelişimine katkıda bulunmak, onları Topluluk şirketlerine yakınlaştırmak amacındaki Koç Topluluğu'nun 2006'da başlattığı KOÇFEST, üç yılda 22 bin kilometre yol kat etti. 2006'da 11 ilden 300 bin,

2007'de 13 ilden 430 bin üniversiteli ile buluştu. Gezilen illerin 14'e çıktığı bu yıl ulaşılan üniversiteli sayısı toplamı 1.5 milyona doğru yaklaştı. 2 Mayıs Cuma günü Mersin Üniversitesi ile start alan KOÇFEST, 8 bin kilometre kat edip, 14 il gezdikten sonra 1 Haziran Pazar günü İstanbul Parkorman'da 2008'i noktaladı. Bizden Haberler KOÇFEST'in nabzını, 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı'na hazırlanan başkentte tuttu.

Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampusu, sabah saatlerinden itibaren tatlı bir telaşla kıpırdanmaya başladı. KOÇFEST'i Türkiye'nin dört bir yanındaki üniversitelere taşıyan turlar, otobüsler ve karavanlardan oluşan konvoy, antik bir kent tarzında inşa edilmiş sütunlu yoldan geçerek amfiteatrın önündeki geniş alanda durdu. Kapıların açılmasıyla birlikte dışarıya fırlayan

ekip, çalışkan, sakın ama kararlı hareketleriyle, becerikli bir karınca kolonisini andırıyordu. Festival için gereken donanım kurulmaya başlandı. Espriler, müzik sesleri, bağırışlar arasında yoğun bir faaliyet sürüyor, sanki iş değil de bir eğlence zamanı yaşıyor. Festivalin gücü ve coşkusu belki biraz da bu çalışma tarzından kaynaklanıyordu. Bir yandan Hayko Cepkin ve Şebnem Ferah konserleri için sahne ve ses düzeni kurulurken, öte yandan gün boyu sürecek etkinlikler için gereken stantlar hazırlandı. Festival alanı saat 11'de, genç ziyaretçileri için hazırıldı.

24 saatlik bir kasaba

Basketbol turnuvası, Grand Prix heyecanı, Ford lazer tüneli, langırt masası, Koçtaş kayıt stüdyosu, Arçelik Playstation konsolu, süper Jumper trombolini, Beko Ginger tur alanı, yiyecek-icecek noktaları, bilgi yarışması ve Koç Kariyer stantları... Yani eğlence ve coşkunun kültür ve bilgi ile bütünleştiği, tamamen gençlerin kullanımı için tasarlanmış küçük bir kasaba... Türkiye'yi il il kat eden bu genç festivale, Ankara'da da ilgi çok yo-

ğundu. Sabah saatlerinden itibaren festival alanına gelmeye başlayan gençler, eğlence noktaları ve stantları birer ikişer doldurunca, hareket ve coşku da yayılmaya başladı.

Festival boyunca sürececek bilgi yarışması, en çok ilgi çeken noktalardan. Koç Holding'e bağlı şirketlere ilişkin ve genel kültür sorularından hazırlanan bilgi yarışmasına katılabilmek için Arçelik, Beko ve Bilkom stantlarındaki bilgisayarların önünde kuyruklar oluşturan gençler, en çok sayıda doğru cevabı en kısa zamanda vererek Beko dizüstü bilgisayarı kimin kazanacağı konusunda şakalaşıyordu. Hele tüm şehirlerdeki en iyi dereceyi alana verilecek olan Ford Fiesta Collection'ı kimin eve götüreceği, tam bir merak konusuydu.

Apple standında iMac ve MacBook tanıtımını izleyen, satış kampanyaları hakkında bilgi alan gençler, bir yandan da müzik dinleme keyfi yaşıyordu.

Bazılarının ilgisi, İstanbul Park Pisti'nin maketi üzerinde Grand Prix heyecanına yoğunlaşmıştı. Kimi 8 metre uzunluğundaki Ford Lazer Tüneli'ndeki lazer ışıklı engelleri aşarak çeşitli armağanlar kazanmaya çalışırken, kimileri tünelden özel kamerayla saptanan komik ya da başarılı görüntüleri dışardaki plazmadan izlemeyi tercih ediyordu. Ford çadırındaki langırt masası, gün boyu boşalmadı. Langırt gruplarından yükselen sesler, maçların çekişmeli geçtiğini gösteriyordu. Ford'un simülasyon aracı da gençlere farklı bir yarış deneyimi yaşıtıyordu.

Koçtaş Evi önünde kuyruklar hiç eksilmedi. "Mikrofon Sende" etkinliği ile ses kayıtlarını yaptırmak, üstelik bir de bu heyecanlı deneyimin CD'sine de sahip olmak, gençler için çok cazipti. Arçelik tırında sergilenen son teknolojik ürünleri izleyen gençler, tırın yanında kurulan Olimpik Arena'da, Playstation turnuvalarına katıldı. Hiç boş kalmayan noktalardan biri de, Arçelik'in maskotu Çelik'le hatıra fotoğrafı çekilen köşeydi. Yüzlerce genç, Çelik'in boynuna sarıldı, yanına sıralandı...

Beko standında da Beko Ginger etkinliği vardı. 9x6 metrelik parkuru, Ginger aracı ile kukaları devirmeden geçmeyi denemeyen genç kalmadı. Basketbolseverler ise profesyonel basketbol potasında düzenlenen turnuvalara katıldı.

"Bir Yüzyılın Hikâyesi-Vehbi Koç" sergisi gençlerin büyük ilgi gösterdiği noktalardan biriydi. Festivale katılan üniversite öğrencileri, Koç Kariyer standına bıraktık-



ları özgeçmişleriyle Koç Holding bünyesinde çalışma veya staj fırsatı yakalama imkânı elde etti. Bu standın gördüğü ilgi hem gençlerin eğlence arasında bile geleceklerini unutmadıklarını gösteriyor hem de "Koç" isminin gençlerin algısında edindiği saygın yeri kanıtlıyordu. KOÇFEST ile Türkiye'yi gezen Divan ve Düzey yiyecek çadırlarında da farklı lezzetler vardı.

Sıra festivalin yıldızlarında

Öğlen sıcaklığı yerini akşam serinliğine bıraktıkça, kentten veya kampüstün diğer noktalarından araçlarla veya yürüyerek gelen yüzlerce genç, rengârenk giysileriyle alanı doldurdu. Saat 20.30'da başlayacak konser için hazırlık telaşı vardı. Yiyecek ve içecek stantları önünde uzayan kuyruklar, sahnenin önünde yer kapmak için yerlere serilen çantalar, son ayanı yapılan fotoğraf makineleri....

Özel tasarlanmış sahnede, barkovizyondan yansıyan görüntüler, ses düzeniyle ilgili çalışmalar, binlerce gencin heyecanını çığlıklarla dile getirmesine yol açıyordu. Sonunda saatler 20.30'u vurdu. Barkovizyonda izlenen KOÇFEST tanıtım filminin ardından, Hayko Cepkin'in introsu alana yayıldı. Hayko Cepkin'e, son şarkısına kadar binlerce genç eşlik etti. Rock'ın yıldızı Şebnem Ferah sahne aldığı anda gençlerin oluşturduğu manzara, ancak köpüren dalgalarla kıyaslanabilirdi. Gecenin sonunda, gençler, sanatçılar, organizasyon ekibi, stant görevlileri, herkes son derece yorgun ama bir o kadar da mutluydu.



Koşa koşa geldim...

Sinan Durak, Hacettepe Üniversitesi, Türk Dili ve Edebiyatı: Festivali, kampüsteki afişlerden öğrendik. İki haftadır bekliyoruz. Bizim okulun şenliklerine göre daha güzel.

Mehmet Can, ÖSS'ye hazırlanıyor, dershaneye gidiyor: Okul arkadaşlarımdan duydum. Çok güzel geçtiğini söylediler. Ben de ÖSS stresine ara vermek için geldim.

Yiğitcan Erginöz, ÖSS'ye hazırlanıyor, dershaneye gidiyor: İnternette öğrendim. Tanıtım filmi de çok güzeldi. Koşa koşa geldim. İyi ki de gelmişim

Tuğçe Altın, Arçelik stand görevlisi: Bu yıl ilk kez görev alıyorum. Öğrencilerin ilgisi çok yüksek. Ortam harika. Burada olmaktan çok mutluyum.

Sibel Aktaş, Hacettepe Üniversitesi Eczacılık Bölümü: İlk defa katılıyorum. Özellikle Vehbi Koç sergisi çok ilgimi çekti. Böyle köklü bir şirketin tarihi, gençler açısından çok öğretici.

Aysun Ercan, Hacettepe Üniversitesi, İngilizce Öğretmenliği: Grup olarak Mikrofon Sende'ye katılıp şansımızı deneyeceğiz. Bu etkinlikler süper!

Nihan Doğru, Arçelik tırında görevli: Tırda ürün tanıtımı yapıyorum. Gençler inanılmaz ilgili. Paro kart yarışması da bizim turda oluyor, çok eğlenceli geçiyor.

Aras Kutay, Çankaya Üniversitesi Elektronik ve Haberleşme Müh.: Böyle bir organizasyon yaptığı için Koç Grubu'na çok teşekkür ederiz. Aktiviteler de harika, ama özellikle konserler...



Koç Spor Şenliği 20. yaşında

Koç çalışanları yılın bu günlerini ipe çekiyor. Yeni dostluklar geliştiren, ekip ruhunu hissettiren, kurumsal aidiyet duygusunu pekiştiren Koç Spor Şenliği, aile kavramı ön plana çıkarıyor, inanılmaz bir sinerji yaratıyor

işadamların dengeli çalışması, iş hayatının yanı sıra sporu, eğlenmeyi, dinlenmeyi de sürdürmesi gerektiğine inanan Koç Topluluğu'nun kurucusu Vehbi Koç'un 1989'da başlattığı Koç Topluluğu Spor Şenliği, 20 yılı geride bıraktı. 11 şirketle başlayarak gelenekselleşen şenliğe, bu yıl 70 şirket katıldı. Türkiye'de şirket içi spor şenliklerinin öncüsü ve en kapsamlısı olmanın yanı sıra 20 yıldır da kesintisiz olarak süren şenlik süresince 3 bin Koç çalışanı İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa ve Adana'da centilmence yarışacak. Koç Spor Şenliği'nin öyküsünü dinlemeden önce bir hikâyeye kulak vermek gerekiyor. Hikâye şöyle: Ünlü bir işadamı bir gün üç oğlunu yanına çağırarak "Size bu ileri yaşında hayat görüşümü sayılarla anlatmak istiyorum" demiş ve en küçük oğluna dönmüş: "Sen bütün kardeşlerin gibi sağlam bir bedene sahipsin, sağlık bir değer demektir, onun için önündeki kâğıda bir sayısını koy. Bu yıl liseyi bitirip diploma alacaksın. Lise öğrenimi az şey değildir, onun taşıdığı değer için birin yanına bir sıfır koy. Sonra inşal-

ah küçük ağabeyin gibi üniversiteye gidip orayı da bitireceksin; yükseköğrenimin için de önündeki rakama iki sıfır ekle. Ondan sonra askerlik görevini yapıp terhis olacaksın, o aşamayı geçince değerinin daha da yükselecek; bunun için de bir sıfır ekle. Böylece her başarılı adımla kendi değerine ekleyeceğin sıfırlar çoğaldıkça, değerinin de artacak. Fakat görüyorsunuz ki çocuklarım, bütün bu sıfırlar, ancak öndeki bir rakamı ayakta durduğu müddetçe bir değer ifade ediyorlar. Yani insanın sağlığı iyi oldukça, öteki başarılarının da bir değeri olabilir. Biri kaldırırsak geriye kalan sıfırlar ne kadar çok olursa olsun, değerleri yalnız sıfırdır. İşte evlatlarım, hayat boyunca en değerli şey, burada gördüğünüz gibi, sağlıktır." Bu hikâyeyi, 1992 yılında yapılan bir röportajında Vehbi Koç'tan dinlemiştik. "Bu hikâyedeki sonuca yürekten inanırım" diyen Vehbi Koç, aynı röportajda genç işadamlarının dikkate alması gereken öncelikleri sıralamıştı. En önemli önceliklerden biri de sağlıktı: "Her işin başında sağlığın geldiğini hiçbir zaman aklınızdan çıkarmayınız. Sağlık varsa her

şey olabilir, sağlık yoksa hiçbir şey olmaz. Devamlı olarak sağlığını korumanın tek yolu, çalışmanızı, eğlenmenizi, dinlenmenizi ve sporunuzu dengeli bir şekilde düzenlemektir. Bir insanın ne kadar yaşayacağını yalnız Allah bilir. Yaşadığı sürece sağlıklı kalması ise insanın daha çok kendi elinde olan bir şeydir. Sağlık her işin başıdır. Bir insanın sağlığının korunması için şu dört hususu dengeli bir şekilde ayarlanması gerekir; çalışma, eğlence, dinlenme, spor." Vehbi Koç, Spor Şenliği'nin temelini de bu düşüncelerle attı. Şenlik, bir yandan sporu çalışanlar ve ailelerinin hayatına sokacak, diğer yandan Topluluk şirketleri çalışanlarını birbiriyle kaynaştıracak, dürüst ve düzgün rekabeti, iş hayatından spor sahalarına yansıtacaktır.

"İnanılmaz bir sinerji"

Böyle de oldu. 1989 yılında 11 şirketle başlayan şenlik bir gelenek halini aldı, kesintisiz sürdüğü 20 yılı geride bıraktı. Her yıl şirketlerin takımları, yöneticilerinin de desteklerini alarak aylar öncesinden yarışlara hazırlanmaya başlıyorlar.



Yoğun iş temposu içinde deşarj oluyorlar, yeni dostluklar geliyor, değişik birimlerden insanlarla tanışıyorlar. Yarışlara katılanlar, şenliğin ekip ruhu yarattığını, kurumsal aidiyet duygusunu pekiştirdiğini söylüyor. Hoş bir rekabet duygusu yarattığı için, insanın kendini aşma isteğini kamçıladığı hissini yaşıyorlar. “Profesyonel spor ile kıyaslandığında, burada manevi duygular ve aile kavramı daha ön planda” diyorlar. Bu duygu onları öylesine ele geçiriyor ki, elenmek önemsiz bir ayrıntı haline geliyor. Bakın iki yıl önce turnuvayı kaybeden bir takımın elemanı ne diyor: “Biz futbol takımı olarak grupta elendik ama bu etkinliği paylaşmak çok güzel. Koç camiası olarak bir araya gelince biz de şaşıyoruz aslında, ne kadar çok firma, ne kadar çok insan varmış diye. Birçok ilde aynı anda olması da çok güzel, inanılmaz bir sinerji oluyor.”

Zaten amaç da buydu. Koç Holding CEO'su Dr. Bülent Bulgurlu Bizden Haberler'e verdiği demeçte şöyle demişti:

“Koç Topluluğu'nun dünya çapında başarılarına ulaşmasında, sahip olduğumuz ekip ruhunun kuşkusuz büyük payı var. Kendi alanlarında üstün özelliklere sahip arkadaşlarımızın ekip içinde yürüttükleri çalışmalar, bizi faaliyet gösterdiğimiz alanlarda ön sıralara taşıyor. Koç Topluluğu Spor Şenliği de işte bu takım ruhunu farklı bir platformda yakalamamıza vesile oluyor.” 20.'nci Koç Spor Şenliği 10 Mayıs Cumartesi günü start aldı. 70 Koç Topluluğu şirketinin katılımıyla gerçekleşecek spor şen-

liğinde, 3 bin çalışan farklı spor dallarında mücadele edecek. Şenlik İstanbul, İzmir, Ankara, Bursa ve Adana'da gerçekleşecek. Resmi hakemlerin yönetiminde yapılacak müsabakalar, futbol, basketbol, atletizm, voleybol, tenis, masa tenisi, satranç ve yüzme branşlarında gerçekleşecek. Şenlik, 15 Haziran'da sona erecek.

Her yaştaki gençlere alkış

10 Mayıs Cumartesi günü ışıldayan bahar güneşi altında Yapı Kredi Korusu'nu dolduran katılımcılar birbirinden şık eşofmanları, rengârenk flamalarıyla geçit yaparken, aileleri de onları izliyordu. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç da neşeli kabalığa şöyle seslendi: “Şenliğimiz, ülkemizde pek çok sahada lider olan Koç Topluluğu'nun sporda da önderlik yapması fikrinden yola çıkarak 1989'da Otosan yönetici ve mensuplarınınca ortaya atılmıştı. Şirketlerimiz arasında yakınlaşma sağlamak, çalışanlarımızın beden ve ruh sağlıklarının gelişmesine katkıda bulunmak amacıyla 20 yıl önce başlattığımız şenliğimizin aralıksız sürmesinin haklı gururunu yaşıyoruz.

Bir kuruluşun en önemli sermayesi insan kaynakları ve bu kaynaktan gelen entelektüel sermayedir. Dünya çapında bir kuruluş olan Koç Topluluğu, bu gerçeği hiç göz ardı etmedi. Rekabette en önde olabilmek için, insan kaynaklarımızın niteliğini ve motivasyonunu yükseltmek gerektiğinin bilincindeyiz. Bu konuda Topluluk hedef ve bünyesine uygun çeşitli projeler

uygulanıyor ve dünyadaki en iyilerle de mukayese yaparak sürekli geliştirme sağlanıyor. Koç Topluluğu Spor Şenliği de, çalışanlarımızın motivasyonunu artıracak ve kişiliklerini geliştirecek önemli bir sosyal aktivite olarak planlandı ve 20 yıldır aksamadan yapıyor.

Spor, kişinin zamanı iyi kullanma yeteneğini, odaklanma kabiliyetini ve seçim yapma deneyimini artıran bir faaliyettir. Kurallar çerçevesinde en iyiye ulaşma, rakiplerden daha iyi sonuç alma dürtüsü gelişir. Kişinin, kendisinin, takımının ve rakiplerinin güçlü ve zayıf yönlerini irdeleme, fırsat ve tehditlere karşı strateji geliştirme ve bunu uygulama becerisi güçlenir. Hızlı takım oyunlarının sporculara ayrı katkıları vardır. Takım arkadaşlarının zayıf yönlerini kapatıp, güçlü yönlerinden faydalanma dürtüsünü geliştirmesine yardımcı olur. Hızlı seçim yapma ve karar verme yeteneğini geliştirir. Sporcular takım oyunlarında başkalarına güvenmeyi öğrenir.

Koç Topluluğu sosyal sorumluluklarının gereği olarak, Türk sporuna da önemli katkılarda bulundu ve bulunuyor.

Sportif faaliyetlere verdiğimiz önemin örneği olan Spor Şenliği'nde bir ay süreyle arkadaşlarımızın yapacakları müsabakaları izleyeceğiz ve amatör bir ruhla mücadele eden her yaştaki gençlerimizi alkışlayacağız.

Rekabette amaç her zaman en iyi olabilmek. Ama bu süreçte her zaman kurallara uygun, centilmence davranmak temel felsefemizdir.”



Türk tüketicisi markaları nasıl algılıyor?

Kişilerin markalarla özdeşleştirdikleri sıfatlar ülkeden ülkeye farklılık gösteriyor mu? Koç Üniversitesi'nden Doç. Ayşegül Özsoy ve Doç. Lerzan Aksoy'un yaptığı bir çalışma bu sorunun cevabını "Evet!" diye veriyor. Türk tüketicisi tercih ettiği markaların özelliklerini şöyle sınıflandırıyor: yetkinlik, heyecan, geleneksellik ve androjenlik

Bugüne kadar sadece Rusya, Güney Kore, İspanya, ABD ve Japonya'da yapılan bir çalışma, Koç Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Pazarlama bölümünden Doç. Ayşegül Özsoy ve Doç. Lerzan Aksoy tarafından Türkiye'de yapıldı. Araştırma, Türk halkının markaları algılayışı konusunda son derece ilginç bulguları ortaya koyuyor. İkinci aşaması da tamamlanan çalışmanın sonuçları birkaç ay içinde açıklanacak.

Birinci bölümü Koç Üniversitesi, Arçelik ve Aygaz, ikinci bölümü ise TÜBİTAK tarafından desteklenen çalışma, yurtdışından da büyük ilgi görmüş durumda. İki yılı aşkın bir sürede tamamlanan çalışma sonucunda iki akademisyenin yurtdışında verdikleri tebliğler uluslararası markaların da ilgi alanına girmiş. Çalışma yurtiçinde pek çok firma tarafından da merakla bekleniyor. 20 kategoride 40 markanın değerlendirildiği çalışmada, marka tespitinde ACNielsen'in markalar çalışması kullanılmış. İstanbul, Adana, Trabzon, Ankara, İzmir, Samsun ve Gaziantep'te anketleri yapılan çalışmanın birinci aşamasında 1200, ikinci aşamada da 1650 kişi ile görüşülmüş.

Doç. Özsoy ve Doç. Aksoy ile çalışmalarının ana başlıklarını konuştuk.

Çalışmanızla ilgili bilgi verir misiniz?

Doç. Ayşegül Özsoy: Yurtdışında marka kişiliğinin, tüketicilerin marka tercihini yüzde 70 oranında etkilediği yönünde bilginiz var. Fakat Türkiye'de bu marka kişiliği konusu pek bilinmiyordu. Marka kişiliği, kişilik psikolojisinden geliyor ve bu kişilik ülkeden ülkeye değişiyor. Yani kişilerin markalarla özdeşleştirdikleri sıfatlar, kişilik sıfatları farklılık gösteriyor mu, bununla ilgilendik. Onun için de Türk sözlüğüne kadar gittik. Türk sözlüğünde kişilerin kişilik tanımında kullandıkları sıfatları bulduk, fokus gruplar yaptık ve o şekilde araştırmamıza başladık.

Doç. Lerzan Aksoy: Çalışmayı iki aşamalı yaptık. Birinci aşamasında bu kişilik sıfatlarının hangi genel boyutları var, onu öğrenmeye çalıştık. Amerika'da, yetkinlik, heyecan, sofistikaşyon gibi beş tane boyut bulunmuş. Biz Türkiye'de dört boyut olduğunu saptadık: yetkinlik, heyecan, geleneksellik ve androjenlik. Androjenlik de, hem kadın hem erkek sıfatları olan bir boyut.

Bu gençler arasında daha yaygın herhalde?

Doç. Özsoy: Evet, androjenlik, böyle şatafat, gösteriş sevmek, hani hem maskülen, hem feminen, belki gençlerin

daha yüksek olduğu, yani daha önemsendiği bir kişilik özelliği oluyor. Çalışmanın bir özelliği daha vardı; jenerasyonlar arasında acaba bir fark var mı diye baktık. Dolayısıyla ilk çalışmamıza katılanların yarısı ebeveyn, yarısı da çocuklardan oluşturuldu. Gençlerin markaları biraz daha androjen, yetkinlikte biraz daha yüksek algıladıklarını gördük. Heyecanı da daha yüksek algılıyorlardı.

Peki bu muhafazakârlık kısmı, gençlerde nasıldı?

Doç. Özsoy: Geleneksellik anlamında muhafazakârlıkta yaklaşık 19 marka karşılaştırdık, aralarında anlamlı bir fark yoktu. Daha sonra Danone, Renault gibi şirketler araştırmamızla çok ilgilendiler. Danone çalışmayı Fransa'daki ana ofislerine yolladı. Ve bu muhafazakârlık, heyecan, yetkinlik boyutlarını hakikaten çok önemsediklerini söylediler.

Uluslararası şirketler ülkelere göre davranışlarını ya da marka imajlarını değiştirebiliyorlar mı?

Doç. Özsoy: Aslında bu çok karışık bir konu. Bazı markaları var ki, kendini global olarak konumluyor. Mesela bir yoğurt firması her ülkede yetkinlik ve hijyen, yani kontrollü üretim üzerine odaklanıyor. Ama Türkiye'de bir de ek olarak muhafazakârlık önemli olduğu



Doçent Ayşegül Özsoy (solda) ve Doçent Lerzan Aksoy.

için, firma yerel bir markayla bunu yapabiliyorlar. Mesela Coca-Cola bütün ülkelerde aynı ama Türkiye’de ramazanda reklamlarda iftar sofrasındaki aileyi işliyor. Ama asıl söylemek istediği heyecan, gençlik, dinamizm, global olarak bütün ülkelerde uygulanıyor.

Muhafazakârlık ve heyecan dediniz, ikisi yan yana nasıl duruyor?

Doç. Özsoy: Reklamlar bir konumlama ve rakiplerin arasından sıyrılma iletişimi olabiliyor. Genelde tüketicilerin ideal kimlikleri, yani olmak istedikleri kimlikleri var, bir de asıl kimlikleri var. Bazı ürünlerde asıl kimliklerini yakalıyor, mesela muhafazakârlık. Ama bir de o kişinin ideal kimliği var. O ideal kimliğinde heyecan

verici bir hayatı özlüyor, o zaman bazı markalarda olmak istediği kimliği yakalıyor. Dolayısıyla, marka kişiliği araştırmalarının asıl odak noktası bu zaten.

Doç. Aksoy: Bu birazcık da, yumurta mı tavuktan, tavuk mu yumurtadan çıkıyor, sorusu. Yani, bence ikisi de var muhtemelen. Sonuçta reklamlar, bir cemiyette, toplumda insanların değerlerini, ihtiyaçlarını etkileyen unsurlar. Keza aynı şekilde yansıtan da unsurlar. O yüzden bence biraz yumurta mı, tavuk mu hikâyesi bu.

Bu çalışma daha önce nerelerde yapılmış, kimlerle benzeşiyoruz?

Doç. Özsoy: Bildiğimiz kadarıyla Rusya, İspanya, Japonya, Amerika, Gü-

ney Kore, şimdi de Türkiye’de. Onun dışında da yok.

Doç. Aksoy: Yaptığımız analizlere göre, daha çok Güney Kore ile benzeşiyoruz. Baskın olan İspanya’da tutku, Japonya’da huzur. Bizde de muhafazakârlık ve tutku çıkıyor. Yetkinlik ve heyecan gibi faktörler şimdiye kadar çalışmanın yapıldığı her ülkede aynı çıkmış. Gerçi içindeki sıfat tanımları farklı olabiliyor. Mesela Türkiye’de yetkinlik altında global olma var. Türk tüketicisi globalleşmeye başlamış markaları daha yetkin algılayabiliyor. Bu çok ilginç; mesela bu Amerika’da yok, İspanya’da yok. Tüketiciler o markaları daha yetkin algılıyor. Ama heyecan ve yetkinlik, çalışmaların yapıldığı beş-altı ülkenin, beş-alısında da çıkmış. Bizim hem global hem yerel marka yöneticilerine tavsiyemiz, markanın kişiliklerini iyi ve doğru ölçmeleri ve bir kere ölçtükten sonra da zaman içinde takiplerini yapmaları.

Türkiye’de tüketicilerin yerli-yabancı mal tercihleri arasında nasıl bir denge var? Genelde yabancı markalara karşı bir eğilim var gibi görünüyor, doğru mu?

Doç. Özsoy: Yaptığım başka bir çalışmada, globale yerel markaları karşılaştırıyor ve tüketicilerin o seçimi nasıl yaptıklarına bakıyorum. Orada şöyle bir şey var. Eğer, o kategoride kuvvetli bir yerel marka varsa, bu yerel marka globalleşmeye veya bölgeselleşmeye başladıysa, tüketici onu tercih ediyor. Yani aslında yerel markaya yatkınlık hâlâ var. Ama bazı kategorilerde bu yok. Mesela lastik ayakkabıda yok, yani Nike ve Adidas ile rekabet edebilecek bir Türk markası yok. Ama tüketici kotta Mavi gibi yerli bir markayı hem kalite, hem bulunabilirlik hem de başka ülkelerde de satışta başarılı buluyorsa, firma da bunu tüketicisine anlatıyorsa iletişim karmasında tüketici onu tercih ediyor. Aslında yerli malı tercih etme yatkınlığı var ama tüketici akıllı, yerli malı eğer global markayla başa başa tercih ediyor.

Başta Arçelik olmak üzere tercihler arasında yerli üretim nasıl bir konumda?

Doç. Aksoy: Aynı şey Arçelik için de geçerli. Arçelik bizim ikinci çalışmada kullandığımız markalardan biriydi. Burada tabii şu çok önemli: Müşteri karar verirken değer var mı diye bakıyor. Orada eğer o marka yerel markaysa ve bir değer sağlıyorsa, Arçelik gibi mesela, o zaman onu çok rahat tercih edebiliyor.



Türkiye deneyimini

Vehbi Koç Vakfı Koç Özel Lisesi öğrencileri, su kıtlığının sebeplerini ve çözüm seçeneklerini araştırdı. Altı liseli, Türkiye ve İsrail'deki damla sulama yöntemini anlattıkları Çin'deki uluslararası konferanstan yeni bilgiler ve umutlarla döndü

Vehbi Koç Vakfı Koç Özel Lisesi 11. sınıf uluslararası bakanlığa öğrencisi altı genç, Western Academy Beijing'deki (Pekin) EARCOS (Doğu Asya

Uluslararası Okullar Bölge Konseyi) tarafından desteklenen, gençlerin de küresel sorunlara çözüm bulup farklılıklar yaratabileceği noktasından yola çıkan GIN (Küresel Konular Ağı) Uluslararası Gençlik Konferansı'na katıldı. Altı genç, Çin'den, soruna değil çözüme odaklanmanın pratik sonuçlarını görerek ve küresel ısınmayla mücadele ruhunu tazeleyerek döndüler.

Konferansın temeli, Highnoon adlı kitapta "20 küresel soruna 20 çözüm" felsefesine dayanıyordu. Altı Koç Özel Lisesi öğrencisi, Çin'e gitmeden önce konferansın konularından biri olan su kıtlığını inceleyip, çözüm olarak İsrail ve Türkiye'de kullanılan damla sulama yöntemini de araştırmıştı. Çalışmalarını, dünyanın dört bir yanından gelmiş bir grup öğrenciye interaktif biçimde sundular. Diğer okulların sunumlarına da katılan Koç grubu, Çin'de pet şişe kullanımıyla ilgili ulaştıkları bir başka sonucu da çözüm olarak bir proje haline getirecek.

Etkinliğe, CAS Koordinatörleri Sündüs Cebecioğlu gözetiminde katılan Dicle Yalçın, Bensu Aydın, Aykut İmer, Metehan Tekinırk, Eda Haksal ve Naz Çakıroğlu, dünyaca ünlü Highnoon kitabının yazarı Jean Francois Rischard'ın da konuşmacı olduğu konferansta, başka birçok ünlü konuşmacıyı da izleme ve tartışma fırsatını yakaladı. Biz de onlarla, okullarını ve ülkelerini başarıyla temsil ettikleri etkinliği ve Çin izlenimlerini konuştuk.



Naz Çakıroğlu:

Çin'de yaptığınız sunum ve bu ülkeyle ilgili izlenimleriniz neler oldu?

Benim sunumum, damla sulamanın Türkiye'deki konumuyla alakalıydı. Tarım ve ekonomi yönlerinde incelediğim bir konuydu. Damla sulama üzerine Eda arkadaşım ile birlikte çalışmıştık. Gittiğimiz okul çok güzeldi. Pek çok dil ve dinden insanla birlikte aynı sorunları konuştuk. Sanki dünyanın küçük bir versiyonu gibiydi. Gittiğimiz okulda plastik şişeler yerine metal matara kullanılması çok ilginçti. Hem küresel ısınmaya karşı mücadeleye destek verebilmek, hem de çevre bilincini geliştirmek için pet şişe kullanımının kısıtlanması gerektiğini düşünüyorum. Bizim okulumuzda da bu çalışmayı başlatmak istiyoruz. Kolay olmayacağını da farkındayım.

Dünyadaki su kıtlığının önüne geçilmesi için sizce neler yapılmalı?

Aslında küçük şeylerin o kadar büyük etkileri var ki... Örneğin küveti doldurmak yerine duş almak! Dünyada çok kurak alanlar var. Çin'deki çalışmalar sırasında en çok insanın bulunduğu yerde en az yi-

yecek olduğunu çok açık bir şekilde gördük. Ellerinde güç olan insanlar iyilik için bu güçleri kullanmıyorlar.

Orada görüşleriniz değişti mi?

Evet, önceden küresel ısınmayla ilgili karar verebilecek durumda değildim. Bu kadar insanın orada bu konuyla ilgilenmesi beni de etkiledi. Artık çok daha fazla dikkat ediyorum. Mesela okulumuzun herhangi bir yerinde gündüz vakti ışığı açık görürsem, mutlaka kapatıyorum.

Aykut İmer

Siz Çin'de hangi konuyu anlattınız?

Küresel ısınmanın Çin yönünü araştırmıştım. Orada durum sanıldığından da kötü... Sadece nüfusun fazlalığı değil, uluslararası fabrikaların yarattığı kirlilik de inanılmaz bir seviyeye çıkmış durumda. Orada sorumluluğumuzun daha fazla farkına vardık. Küresel ısınmanın önüne geçebilmek için daha çok şey yapmamız gerektiğini gördük. İklim dışında, dünyanın sorunlarına dikkat çeken bir toplantıydı. Diğer konu başlıkları da çok



ÇİN'e taşıdılar

ilgimizi çekti. Örneğin çocuk askerlerin anlatıldığı bir sunum beni çok etkiledi.

Toplantı aynı zamanda çözümlere yöneltti. Bu anlamda neler konuşuldu?

İleride bizler başa geçeceğiz, bugün lisede okuyan insanların gelecekte fark yaratmaya gücü olacak. Orada konuşmacıların yaptığı bir uyarı vardı: "küçüksünüz ve başlamayın" diyenleri dinlemeyin. Buna katılıyorum.

Eda Haksal

Siz toplantıyı verimli buldunuz mu?

Çok fazla şey öğrendiğimiz bu seyahat, gerçekten güzel geçti. Öncelikle su sorunu olduğuna dikkat çektik ve herkes kendi bölümü itibarıyla su ktlığının nedenlerini anlattı. Eskinin su zengini ülkeleri bugünün su fakirleri konumuna geldi. İnteraktif geçen toplantıda, sorunun çözümüne yönelik neler yapılabilir diye katılımcılara sorduk. Sınıfı beşe ayırdık ve kalem-kâğıt dağıttık. Her gruba neler yazdığını sorduk. Bir grup tarımda uygulanan damla sulamaya dikkat çekti. Türkiye'deki bazı bölgelerde bunların kullanılmadığını anlattık.

Diğer sunumları da izleyebildiniz mi?

Evet, benim çok etkilendiğim başka bir sunum yine suyla ilgiliydi. Afrika'daki kadınların su bulmak için ne kadar mesafe yürüdüklerini ve bulduklarında da ne kadar kirliliği ortaya koyan bir sunumdu.



Bu proje size neler kattı?

Öncelikle suyu ne kadar verimli kullanmamız gerektiğini gördüm. Sadece damla sulama yönteminin, verim artarken su kullanımının azalmasını sağladığını anladık. Bu araştırma sayesinde ileride hangi alanda okursam okuyayım, nasıl araştırma yapabileceğimi de öğrendim.

Dide Yalçın

Siz sunumda hangi konuyu ele aldınız?

Genel olarak su ktlığını anlattım. Ülkeler su ktlığından nasıl etkilenebilir veya bu konuda çözümler neler olabilir gibi konuları araştırdım. Daha önce damla sulamayı



biyoloji dersinde deney olarak uygulamıştım. Ne kadar etkin bir yöntem olduğunu biliyorum. Küresel ısınma konusuna ilgim, 10'uncu sınıfta, küresel ısınma dergisindeki editörlükle başladı. Öğretmenimiz liderliğinde oluşturduğumuz 15 kişilik bir grupla dört sayfalık dergi çıkartıyorduk.

Çin'deki sizi en çok neler etkiledi?

Eğitimlerle de ilgilendiğim için genellikle AIDS salgınıyla ilgili sunumlara girdim ve çok şaşırdım. Orada özellikle çözümlere odaklanmamız çok ilgimi çekti. Çünkü aynı konuları tekrar tekrar konuşmanın anlamı yok. Önemli olan sorunların konuşulması...

Türkiye'de su sorunun ciddiyeti nedir?

Su sorununu çok ciddiye almalıyız. 10 yıldır inanılmaz bir su ktlığı yaşamaya başladık. Bu, alışık olduğumuz bir durum de-

ğil. Tanıma dayalı bir ülke olarak, böyle bir sorunla ilk kez karşılaşyoruz. Ekonomimizde bile bunun bir yeri olmadığını görebilirsiniz. Bu nedenle insanlar küresel ısınma konusunda duyarsız. Öte yandan rakamları gördünce şaşırıyorlar.

Metehan Tekinrk

Sizin toplantıdaki konunuz neydi?

Mevsim değişikliği ve küresel ısınma ile su sıkıntısının neden-sonuç ilişkilerini anlattım. Çözüm yolları aradığımız, teorik bilgi de verdiğimiz iyi bir sunumdu. Sayısal bilgilerle oradaki insanlara sorunları ortaya koyarken çözüm önerilerini aktivite olarak araştırdık. Katılan öğrencilerin hepsi, zaten bu konularla ilgilenmiş durumdaydı.

Konferansta sizi en çok ne etkiledi?

Oradaki insanların aktivist tavırları beni etkiledi. Bir şey yapmaya çalışan insanları görmek umut veriyor. Küresel ısınmayı bilen çok insan var ancak sadece bir avuç kişi bir şeyler yapmaya çalışıyor.

Çin izlenimlerinizi öğrenebilir miyiz?

Açıkçası çok güzel değil, çünkü arada tahmin ettiğimden daha fazla kültür farkı varmış. Öte yandan Çin çok önemli. Batı'dan aldığı fabrika yatırımlarını da incelediğinizde üretimin oraya kaydığını görüyoruz. Orada hava kirliliği çok fazla. Öyle ki öntünüzü bile göremiyorsunuz. Düşünün, baktığınızda güneşin rengi kahverengiyeye benziyor. Ne yazık ki Çin'in beklediğimiz gibi çıkmadığını söyleyebilirim. ☹️





Yedi yaşındaki “çalışanına” 5 YTL maaş veriyor!

Songül Toprak’ın hayali veterinerlikti. Ama diplomasını eline aldığı anda, kararını çoktan vermişti; Arçelik bayiliği. Aileden aldığı bu bayrak, şimdiden kızının eline geçmiş bile. Yedi yaşındaki Su, 5 YTL maaşla çalışıyor! Songül Toprak, sosyal sorumluluk projelerini de aralıksız sürdürüyor

Songül Toprak 15 yaşından bu yana ticaretin içinde. İş hayatı Arçelik’le başlamış, Arçelik’le sürüyor. Ortaokul son sınıftan itibaren okul dışındaki tüm zamanında Arçelik bayii ağabeyi ile çalışmış. O artık Arçelik Akmerkez Bayii. Bu ilişki, ailenin “genç” üyelerinde de sürdürülecek gibi görünüyor. Toprak’ın yedi yaşındaki kızı Su, daha yuvadayken annesinin kartvizitlerini sınıf arkadaşlarına dağıtıp müşteri toplamaya başlamış. Su’nun çabası sonuç da vermiş. “İnanır mısınız” diyor

Toprak, “Velilerin tümü müşterim oldu”. Ticarete insan ilişkilerinin önemi ne yürekten inanan, bu yüzden işini bir “hobi” olarak gören Toprak, Koç Topluluğu’nun sosyal sorumluluk projelerini yakından izlediği gibi, kendisi de birçok projede yer alıyor.

Ticarete nasıl atıldınız?

Şirketimiz 1983’te ağabeyim Erdoğan Toprak tarafından kuruldu. 1993’ten bu yana Arçelik Akmerkez Bayiliğinin sorumluluğunu taşıyorum. Ortaokul son sınıfta, okul dışındaki zamanlarda ma-

ğazada çalışırdım. Lise ve üniversite yıllarında da... Ama asıl eğitimimi ağabeyimden aldım. Hafta sonlarında, yaz tatillerinde sürekli mağazadaydım. Üniversiteyi bitirdikten sonra ise tam zamanlı çalışmaya başladım.

Hangi fakülteden mezun oldunuz?

Aslında veterinerlik fakültesi mezunuyum. Hayalim veteriner olmaktı ama ticaret onun önüne geçti. Fakültede hafta sonları staj yapmam gerekirken, ben hep mağazada olmayı tercih ettim. Bir işi yaptığımda, onu en iyi şekilde yap-

mak isterim. Bu durumda da iyi bir veteriner olamayacağımı gördüm. Benim için insan ilişkileri daha ağır basıyordu; ve Arçelik bayiliği, veterinerliğin önüne geçti.

Çok küçük yaşta ticarete atılmak bir bayi olarak size neler kattı?

İşimizin temelinde ikili ilişkiler, insanı tanımak yatıyor. Bir ürün satabilmek için karşınızdaki insana ulaşabilmeniz şart. Bir yandan iyi bir diyalog kurmanız bir yandan da risk almamanız gerekiyor. Sonuçta mağazaya gelen birine 5-10 dakikalık bir sohbetin ardından ciddi bir kredi açıyorsunuz. Bu nedenle insan tanımak çok önemli. Ben zaten insanlarla diyalog kurmayı çok seviyorum; bu beni çok mutlu ediyor. Böyle olunca da işimi sevecek yapıyorum. Her zaman da sevdim. “İşim hobim” diyebilirim. Küçük yaşta işe başlayınca, daha fazla birikim sahibi oldum. Bunun da ötesinde, 15 yaşından beri Arçelik markasıyla iç içeyim. Benim için okul gibi oldu. Arçelik’le büyüdüm. Koç Topluluğu kültürüyle çok genç yaşlarda tanıştım. Bu benim için bir avantaj.

Koç Topluluğu’nun bayii olmak size ne gibi avantajlar sağlıyor?

Çok büyük bir güven ve güç hissediyorum. Küçüklüğümden beri Koç Topluluğu’nun bir markasını gördüğümde, onun iyi bir marka olduğunu düşünmüşümdür. Koç logosu benim için hep bir güven simgesi oldu. Arçelik de her zaman dünya liglerinde koşan bir markadır. Son derece profesyonel, başarılı yöneticilerimiz var. Biliyorum ki her türlü sıkıntımızda bizim yanımızdalar. İşte bu duyguyu taşımak güzel, Arçelik olarak her zaman için takip edilen bir marka olduk. Şunu rahatlıkla söyleyebilirim, Arçelik’te sıkıntı olmaz. Eğer bir sıkıntı olursa, Arçelik’in yöneticileri bu sıkıntıyı aşar, çözer. Size yaşadığım bir olayı anlatayım: Akmerkez’de bir bayanın çantası çalınmış. Onca markanın arasından bizi seçip, bizden yardım istedi. Neden biz? Çünkü Koç’un markasına güven duyuyor. Koç’un yardımcı olacağına inanıyor. İşte bu güven tesisi çok önemli.

Siz Arçelik markasıyla büyüyen bir bayisiniz. Aileniz bu geleneği sürdürecektir mi?

Yedi yaşında bir kızım var. O da haftanın bir günü mağazada. Aslında doğduğundan bu yana mağazada demek daha doğru olur. Ama artık haftada bir gün çalışıp 5 YTL maaş alıyor.



Potansiyel bir Arçelik bayii yetişiyor galiba...

Geçtiğimiz yıld; benim kartvizitlerimi almış. Kartları boşuna harcamamasını söyledim. Bir süre sonra yine kartvizitlerimi aldığını görünce, hepsini elinden aldım. Bir yandan ağlarken bir yandan konuşuyordu: “Harcamıyorum, okulda arkadaşlarıma dağıtıyorum. ‘Anneleriniz Akmerkez’de Arçelik bayiiinden alışveriş yapсын’ diyor. Diğer sınıfa da dağıtacağım ama yetmedi. Onun için kartlarını aldım”. Gerçekten de dağıtmış. İnanır mısınız, eksiksiz bütün sınıf şu an benim müşterim.

Arçelik bayii olarak apartman görevlilerine yönelik bir etkinlik gerçekleştirmiştiniz. Bu etkinliği anlatır mısınız?

Bu ağabeyimin fikriydi. Biliyorsunuz, apartman görevlileri toplumda fazlaca onore edilmeyen, dar gelirli, eğlenmeye pek de vakit ayıramayan bir kesim. Oysa bu insanlar aynı zamanda bize müşteri getiren, bizim broşürlerimizi dağıtan yani bizimle işbirliği yapan, ekibimizle beraber çalışan insanlar. Onlara bir eğlence düzenlemeye karar verdik. 13 Nisan’da bir salon tutup, “Apartman Görevlileri Günü” yaptık. 500 kişi katıldı. Hep beraber çaldık, söyledik, eğlendik. Aynı gün altı

çocuk için -tüm eğitim yaşamlarını kapsayacak şekilde- burs çekilişi ve aileler için de beyaz eşya çekilişi yaptık.

Bu etkinliği sürdürecektir misiniz?

Zaten mağazamızı açtığımızdan bu yana hem burs veriyor hem de çeşitli yardımlarda bulunuyorduk. Ama işin içinde eğlence yoktu. Bundan böyle o da olacak. Apartman Görevlileri Günü’nü sürdüreceğiz. Sosyal sorumluluk da işimizin bir parçası. O günün ertesinde bir sürü insan mağazaya gelip bize teşekkür etti. Çok duygulandılar. Hatırlanmış olmaktan mutlu oldular. O gün, “Biz bir Arçelik ailesiyiz” mesajını çok net vermeye çalıştık. Onlar da “Biz de sizden biriyiz” demeye başladı.

Koç Topluluğu’nun sosyal sorumluluk projelerine ilişkin neler söyleyebilirsiniz?

Koç Topluluğu’nun sosyal sorumluluk projeleri bize umut veriyor. Vehbi Koç “Ülkem varsa ben de varım” demiştir. Bu söze yürekten katılıyorum: Ülkemiz varsa gerçekten biz de varız. Doğal olarak sosyal sorumluluk bilinci aşılayan bir topluluğun içinde olmaktan mutluyum. Biliyorsunuz, Arçelik’in “Arçelik A.Ş. ile Eğitimde Gönül Birliği” adlı bir projesi var. Türkiye’nin dört bir yanındaki yatılı ilköğretim bölge okullarında eğitim gören, maddi olanakları yetersiz olan ailelerin çocuklarının eğitim standartlarını yükseltmeyi amaçlıyor. Bu proje bana ilham verdi. Ben bir sivil toplum kuruluşunda görevliyim; Rotary Kulübü üyesiyim. Kulüpteki arkadaşlarımla bu konuyu görüştük. Arçelik’in projesinden feyz aldık. İsparta’daki yatılı ilköğretim bölge okulunun bilgisayar odasını, oyun odalarını, spor salonunu düzenledik. İstanbul Teşvikiye Rotary Kulübü 2005-2006 dönem başkanlığım sırasında Doğu ve Güneydoğu Anadolu’da 100 tane okuma yazma kursu açtık. Kars’ta ve Diyarbakır’da kütüphaneler açtık. Siirt ve Tunceli’de birer okul yaptırarak. Hindistan’daki “Haydi Kızlar Okula” kampanyasına destek verdik. Kullanılmış çocuk kıyafetlerinin ihtiyaç sahiplerine gönderilmesini hedefleyerek, “Anneden Anneye Projesi”ni geliştirdik. Diyabetli gençlere ve çocuklara insülin desteği sağlamak için Türkiye Diyabet Vakfı ile “İnsülin Yaşamdır” projesini geliştirdik. Vehbi Koç, cenazelerde çiçek yerine bağış olayını getiren kişidir. Biz de buradan hareket ederek, çeşitli kutlamalarda çiçek yerine “İnsülin yaşamdır” sertifikalarının gönderilmesini sağladık. 🌸

“Engelleri kaldırıyoruz”

TESYEV Başkanı A. Yavuz Kocaömer:

Koç Holding, Türkiye Engelliler Spor Yardım ve Eğitim Vakfı (TESYEV) aracılığıyla Bejing 2008’in ardından düzenlenecek Paralimpik Oyunlarına katılacak engelli sporcularımızı destekleyecek. TESYEV Başkanı Yavuz Kocaömer, Koç Holding gibi kurumların destekleriyle engelleri kaldırmaya devam edeceklerini, sporun engellileri hayata bağladığını söylüyor

insanlar önceleri ona kuşkuyla bakmışlar. Engelliler için savaşıyor bir vakfın başkanlık koltuğunda oturan bir “engelsiz”in, politikaya hazırlık veya para peşinde olduğu sanılmış. Zamanla Türkiye Engelliler Spor Yardım ve Eğitim Vakfı’nın (TESYEV) en büyük sponsorlarından biri ve politikaya da niyeti olmadığı anlaşılmış. Oysa Kocaömer’in hayatını engellilere adanmasının nedeni, ağabeyinin çektiği zorlukları yakından yaşaması... Engelleri kaldırmak için sporun gücünü kullandıklarını söyleyen Kocaömer ile, başkanı olduğu TESYEV’in çalışmaları ve Koç Holding ile yapılan işbirliğini konuştuk.

TESYEV nasıl kuruldu?

1997’de Engelliler Spor Federasyonu Başkanlığı’nı bıraktıktan sonra, engellilere yönelik çalışmalara devam için vakıf kurmaya karar verdim. TESYEV’in temelleri böyle atıldı. O dönemde bir yandan Fanatik ve Radikal gazetelerinde engellilerin sorunlarına dikkat çekmek için yazarlık yapıyordum. Son sekiz senedir Milliyet ve Posta’da süren yazarlığın haricinde, daha somut projeler geliştirmek istiyordum. Vakfımız, tecrübeleri ışığında bu işe gönül veren 41 kurucu üye ile 1999’da kuruldu. Kurucu mütevelli heyeti üyeleri arasında Fatih Altaylı, Hülya Avşar ve emekli Orgeneral Çevik Bir gibi tanınan isimler de vardı. Temel hedef, engellilerimizin yaşam mücadelelerinde, “eğitim ve spor” ile üretken ve engel tanımaz özellikler kazanmalarını sağlamaktır. Çalışmalarımız dikkat çekip başarılı oldukça, çok daha fazla engelli insanımıza yardım edebilme imkânımız oldu.

Bu işe gönül vermişsiniz?

Böyle bir sivil toplum örgütü ilk kurulduğunda, hele ki başkanlık koltuğunda benim gibi engelli olmayan biri oturuyorsa, insanlar şüpheyle yaklaşıyor. Asıl hedefin politikaya hazırlık veya parayla ilgili işler olduğu sanılıyor. Zamanla vakfın en büyük sponsorlarından birinin ben olduğumu görüp, politikaya da atılmak gibi bir niyetim olmadığını anladılar.

Ahmet Yavuz Kocaömer kimdir?

1948’de İstanbul’da doğan Kocaömer, vaktinin yarısını işadamlı kimliğiyle Frankfurt’ta, yarısını da TESYEV Başkanı kimliğiyle İstanbul’da geçiriyor. Almanca ve İngilizce bilen Kocaömer, evli ve bir çocuğu var. Daha önce Türkiye Tenis Federasyonu Yönetim Kurulu Üyeliği, Türkiye Engelliler Spor Federasyonu Başkanlığı görevlerinde de bulunan Kocaömer, Türkiye Milli Paralimpik Komitesi ve TESYEV başkanlıklarını birlikte yürütüyor.





Ben, engelli bir insanın psikolojik ve fizyolojik olarak neler çektiğini çok iyi biliyorum. 22 yıl engelli bir ağabeyle yaşadım; kendisi ne yürüyor ne oturabiliyordu. Çok zekiymiş, hatta evimizin hakimi olduğunu bile söyleyebilirim. Ancak hayatı oldukça zordu. Onun çektiği sıkıntıları gördüğümde, engellilere yardımcı olabilmek için yola çıkmaya karar verdim.

TESYEV neler yapıyor?

Bu işe başladığımızda, Türkiye genelinde bedensel engelli spor kulübü sayımız 18'di. Bu sayıyı 68'e çıkardık. Bu kulüplerin en büyük ihtiyacı spor sandalyeleridir... Tanesi 5 bin YTL'dir. Başlangıçta 60-70 bin YTL temin ederek sandalyeleri getirdik. Bu sayede Hakkâri, Batman, Muş, Van, Sivas, Diyarbakır gibi geri kalmış bölgelerimizde bile engelli insanlarımız, otobüslerle deplasmana maç yapmaya gidebiliyor.

Spor, engellilerimizi hayata bağlıyor. Öz güvenleri artıyor, toplumla kaynaşmaları kolaylaşıyor. Rehabilitasyonlarına katkı sağladığı gibi, başarılı olurlarsa milli takıma katılarak uluslararası turnuvalara katılmalarının yolu açılıyor. Profesyonel sporcu olarak hayatlarını kazanma imkânına bile ulaşabiliyorlar. Bakın, bir spor sandalyesi bile neler sağlıyor.

İkinci çalışma alanımız da engelli ilköğretim ve üniversite öğrencilerine burs sağlamak... Bugün itibarıyla 294 engelli öğrencimize burs veriyoruz. Ayrıca bilgisayar kursları düzenliyor, istihdamlarını sağlıyoruz. Rehabilitasyonlarına yardımcı olacak faaliyetleri de destekliyoruz. İhtiyacı olanların kritik ameliyatlarının yapılmasında ve protezlerin temininde desteklerimiz de oluyor.

İnsanların hayatını değiştiriyorsunuz...

Size bununla ilgili bir örnek vereyim. Galatasaray'a tekerlekli sandalye basketbol

takımı kurdurduk. Geçtiğimiz ay o takım Madrid'e gitti ve ülke tarihinde ilk defa katıldığımız Şampiyon Kulüpler Kupası'nı müzelerine götürdüler. O takımdaki engellilerimizin gururunu düşünün...

Daha önce de Beşiktaş'a bir takım kurdurmuştuk. Önümüzdeki dönemde inşallah Fenerbahçe de kuracak. Büyük kulüplerin bu işe girmesi, engellilere profesyonellik imkânı da yaratıyor. Galatasaray'ın bu başarısı Avrupa'da çok ses getirdi. İnanıyoruz ki bu başarı, bundan sonra pek çok engelli gencimize sporun yolunu açacak. Şimdiye kadar 10 bin engelliye spora yönelttiğimizi söyleyebilirim.

Engelli sporu Türkiye'de hangi noktada?

Çok iyi değil. Dünyada bedensel engelliler 20 branşta spor yapıyor. Türkiye'de bunun 12'sini uygulayabiliyoruz. Görme engellilerde spor kulübü sayısı sıfırdı, bugün 56. Onlar için ilk çingıraklı topları getirdiğimizde, gümrükte ne olduklarını açıklamakta zorlandık.

Türkiye'de engellilere bakış nasıl?

Biz engellilere sıcak bakmıyoruz! Belki de onları, "başımıza gelir" korkusuyla görmezden geliyoruz. Bu bakış açısının nedeni, eğitimsizlik. Almanya'da "Sen, Ben ve Diğerleri" adında bir ders var. Bir görme engelliye nasıl davranılacağı ya da insanın niye sağır olabileceği gibi bilgiler veriliyor.

Çalışmalarınızı nasıl finanse ediyorsunuz?

Öncelikle bağışçılarımız aracılığıyla... İşadamları, güven tesis etmiş bir kurum olduğumuz için gönül rahatlığıyla bağış yapıyor. Düzenlediğimiz etkinliklerle de kaynak sağlıyoruz. Farklı kişi ve kurumların bize ulaştırdığı mamulleri satıyoruz. Örneğin Serdar Bilgili, "Engellere Rağmen" adındaki sergisini kitap haline geti-

rip, 2 bin bastırarak vakfımıza hediye etti. İşte Koç Holding ile işbirliğimiz de buna iyi bir örnek...

Beijing 2008'in ardından Paralimpik Olimpiyat düzenlenecek. Koç Holding de sporcularımızı destekliyor. Bu oyunlara kaç sporcumuz katılacak?

2000 Sidney Paralimpik Oyunları'na tek sporcuyla katıldık. 2008 Beijing'de ise 21 sporcumuz olacak. Üstelik bu sporcularımızın hepsi barajları geçerek, yani bileklerinin gücüyle katılma hakkı kazandı. Bedensel engellilerimiz atıcılık, okçuluk, yüzme ve atletizm branşlarında yarışacak. Görme engellilerde judoda katılıyor. Türkiye Milli Paralimpik Komitesi aracılığıyla TSYEV de sporcuları destekliyor. Paralimpik Oyunlar deyip geçmeyin... Bu yıl Pekin'e 135 ülkeden 4150 sporcu katılacak. Bedensel engellilerde 20, görme engellilerde ise dört kategori var. Uluslararası Olimpiyat Komitesi, Paralimpik Oyunları yapmayan bir kente olimpiyatları da vermiyor. Bu nedenle, Olimpiyat adayı olmak istiyorsak, Paralimpik Oyunlara da hazırlanmalıyız.

Koç Holding ile çalışmanız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Koç Holding, Pekin'e gidecek sporcularımıza destek olacak. Bu işbirliği bizim için çok önemli. Şenes Erzik ile kapılarını açtık. Sağ olsunlar, Koç Holding yöneticileri de kabul etti. Bu oyunlar için birlikte çalışmak bizim için iyi bir başlangıç anlamına da geliyor. Koç Holding gibi kurumların bize destek olması çok önemli. Bu nedenle işbirliğimizi sürekli kılmak istiyoruz. Eğer biz ihtiyaçlarımızı ve hedeflerimizi doğru anlatabilsek, devamı konusunda endişem yok. Koç Holding'in sosyal sorumluluk kampanyalarını da takip ettiğinizde, bu ciddiyeti zaten görebiliyorsunuz.



“Dr. Jekyll ve Mr. Hyde gibiyim”

Sigortacı Serap Ağca, mesaisinde nakliyat sigortası yapıyor, prim üretiyor, hasar ödüyor. Ödüllü öykücü Ağca ise iş saatlerinin ardından rakamların dünyasından çıkıp kelimelerin ve cümlelerin suyuna dalıyor

Svmeyeni çoktur matematiğin. Ama Serap Ağca matematiği seviyor hatta “müziğini” bile duyuyor. Boğaziçi Üniversitesi’nde matematik okumuş. Üzerine bir de yüksek lisans yapmış. Yapı Kredi Sigorta Nakliyat Sigortaları Müdürü olarak dokuz elemanı ile birlikte miktarı küçük ama kârlılığı büyük birimini yönetirken o müzikten de faydalanıyor. Ama Ağca’nın bir başka hayatı daha var ki, başarısı ödülle belgeli. O aynı zamanda bir yazar. Biz de Ağca’ya, “Dr. Jekyll ve Mr. Hyde gibiyim” dediği bu ikili hayatını sorduk.

Matematikle sigortacılığın bir ilgisi var mı?

Matematik bölümünde okurken sigortacılıkla ilgili dersler almıştık. Ayrıca benim yüksek lisans tezim de sigortacılıkla ilgilidir.

Nakliyat sigortacılığı nasıl bir iş?

Sigortacılığın doğduğu branştır. Amerika kıtasının keşfi ardından gemilerin buraya yaptıkları seferlerde yaşanan hasarları karşılamak için gemi sahiplerinin oluşturduğu fonlar, bugünkü anlamdaki sigortacılığın temelini oluşturmuş. İçinde üç ana alan var. Emtia sigortaları (nakledilen malları sigortalıyoruz), tekne sigortaları (deniz araçlarını ve bu araçların inşaatlarını sigortalıyoruz) ve nakliyat sorumluluk sigortaları. Örneğin Liman İşletmesi Sorumluluk diye bir ürünümüz var. Limanda yapılan operasyonlar sırasında üçüncü şahıs mallarına, gemilerine ve insanlara verilecek zararı



kapsiyor bu sigorta. Nakliyat sigortası prim üretimi açısından çok küçük bir branştır. Tek başına bir şirketi taşımaz. Ama teknik kârlılığı yüksektir çünkü hasar durumu az olur. Türk ticaret ve sigorta hukuku kadar deniz hukukuna da vakıf olmanızı ve diğer sağlık dışı elementer branşlar hakkında teknik bilgiye sahip olmanızı gerektiren zorlu ama zevkli bir branştır.

Ödediğiniz en yüksek hasar?

Mayıs 2006'daki bir depo yangınında nakliyat branşından 1.5 milyon Euro hasar ödedik. Teknede yakın dönemde yaşadığımız en büyük hasar da Ağustos 2005'te yanıp batan Ufuk-1 adlı tekneydi. 2 milyon dolar hasar ödendi.

Ne kadar prim üretiyorsunuz?

Nakliyat branşında 2007 itibarıyla prim üretimimiz 12.5 milyon YTL, hasar ödememiz de 4.5 milyon YTL. Yüzde 7 gibi yüksek bir teknik kârlılık oranı tutturduk. Yapı Kredi Sigorta olarak sektör içinde önde gelen bir konumdayız. Sektörün genelinde (sağlık sigortası dahil, hayat sigortası hariç) teknik kârlılık oranı yüzde 2 iken Yapı Kredi Sigorta'da yüzde 3'tür. Öte yandan nakliyat sigortasının Türk sigorta sektörü içindeki payı oldukça küçük. Mesela 2007 yılında toplam sigortacılık sektörü (sağlık dahil, hayat hariç) 9.6 milyar YTL prim üretmişken nakliyat branşının bunun içindeki payı yüzde 4'tür. Çalışmalarımız kârlı olan bu branşın üretimini artırmak yönündedir.

İş dışında hayatınızda iki önemli alan var; biri matematik. Eğitimi almış, yüksek lisans yapmışsınız. Bir de edebiyat. Öyküler yazıyorsunuz. "Athanasia" adlı öykünüzle 2007 yılında AltıKitap 2007 Öykü Ödülü Yarışması'nda üçüncü oldunuz. Bu alanlar aslında birbirini dışlayan alanlar gibi görülür. Siz bu alanları nasıl birleştirebildiniz? Dame de Sion'da okudum ben. Orada Fransız ve Türk edebiyatı konusunda iyi bir eğitim aldık. Ailem de edebiyata düşkündü. Koca koca kütüphaneleri olan bir evde büyüdüm. Bir şeyler yazmaya başlamıştım. Lise son sınıfta, Galatasaray Eğitim ve Kültür Vakfı'nın açtığı liselerarası şiir yarışmasında mansiyon kazanmıştım. Yani edebiyata bir merakım hep vardı. En son iki sene önce bu konuya biraz daha ciddi eğilme kararı aldım ve Murat Gülsoy'un Yaratıcı Yazarlık Atölyesi'ne katıldım.

Atölyede önce bir seminer alıyoruz. Sonra bize bir konu veriliyor; veya bir başlangıç cümlesi verilerek devamını getirmemiz isteniyor. Bunun ardından yazdıklarımızı katılımcılarla birlikte değerlendiriyoruz. Yazmanın temel ilkelerini öğreniyoruz. Kurgu nedir, karakter nasıl yaratılır, diyalog nasıl yazılır, mekân nasıl oluşturulur gibi konuları öğreniyoruz, çeşitli yazarları inceliyoruz. Ayrıca çok okuyan bir insanım. Edebiyatı çok severim. İş dışındaki bütün hayatım edebiyat. İki hayatım var diyebiliriz. Dr. Jekyll ve Mr. Hyde gibi...

Bu, "gündüz insan gece kurt" durumu, çoğu çalışan için geçerli galiba... Basılan bir eseriniz var mı?

Henüz yok. Edebiyat dergilerine gönderdiğim öyküler var. Ayrıca yayınevlerine göndermek üzere "Korkunun Yedi Adı" isimli, öykülerden oluşan bir dosya hazırlıyorum. Yaşlılık, yalnızlık, ayrılık gibi yedi insani korkuyu işliyor. Her korku için öyküler var. Örneğin ölümle ilgili bir iyimser, bir kötümser öykü olacak. Yani toplam yedi korku için 14 öykü. Kişisel web sitesi de bulunan Yangın Departmanı Müdürümüz Kadir Burnaz'ın grafik tasarımı konusunda deneyimi ve onaylanmış çalışmaları var; kitabın kapağını o tasarlıyor, taslak çalışması tamamlanmak üzere. Yapı Kredi Fotoğraf Kulübü üyesi olan ve kulübün yakında düzenlenecek sergisinde çalışmaları yer alacak olan Hasar Müdürümüz Melike Demirel de arka kapak fotoğrafını çekecek. Böylece Yapı

Kredi Sigorta'nın ortak çalışması oluyor, bir yerde...

Hep öykü mü yazıyorsunuz; roman yok mu?

Öykü yazmayı seviyorum. Çok ekonomik olmak zorundasınız. Kendine ait bir zevki ve zorluğu var. Ama öte yandan romanı da seviyorum. Ödül kazanan öyküm "Athanasia", çok verimli, romana çevrilebilir bir öyküdür. Ayrıca alttan alta verdiği mesajı kadın okurlarım çok beğendi. Şimdi bu öyküyü roman olarak yazıyorum.

Biraz da matematiğin dilinden bahsedelim. Sizce sayıların bir dili var mıdır? Matematiğin dili de var, müziği de var.

Siz duyuyor musunuz o müziği? Matematiğin müziğini duyan biri dışarıdaki hayata nasıl bakar?

Okuldayken duyardım tabii. Benim aldığım eğitim, soyut matematik üzerine. Okuldan neredeyse hiç rakam görmeden mezun olduk. Hep X'ler ve Y'lerle, kavramlarla yaşıyorsunuz. Bir tür hayal dünyası. Ben de buna yatkın biriyim. Ama sonunda hayatın gerçekleri ağır basıyor. O dünyadan ayrılmak zorunda kaldım ve uzaklaştım. Şimdi gerçek dünyadaki gerçek sayılarla uğraşıyorum.

O dünyadan uzaklaştıktan sonra bir kırılma yaşadınız mı?

O kırılmayı yaşadığım için şimdi yazı dünyasındayım. Ama matematik dünyasının bana faydası dokunuyor. Bir sorunla karşılaştığınızda hiç akla gelmeyecek, hayal ürünü çözümler getirip sonra bunu gerçeğe uydurabiliyorsunuz. Tabii hayal dünyanızı bütünüyle işe yansıtamazsınız. Onun için de edebiyat bana iyi geliyor.

Erdal İnönü, Meclis'te bazı konular görüşülürken Kağıdı kalemi çıkarıp problem çözermiş. Sizin de böyle alışkanlıklarınız var mı?

Bir keresinde bir konser sırasında aklıma bir problemin çözümü gelmişti, kağıdı kalemi çıkarıp çözmüştüm. Tabii artık matematik dünyasından uzağım ama yanımda her zaman kâğıt kalem taşıyım. Aklıma gelen konuları, cümleleri, gördüğüm ilginç şeyleri yazıyorum.

Demek artık sayıların dilinden tamamen sözcüklerin diline geçtiniz...

Evet, artık öyle denilebilir.

Serap Ağca kimdir?

1972 İstanbul doğumlu. Notre Dame de Sion Fransız Kız Lisesi ve Boğaziçi Üniversitesi Matematik bölümü mezunu. Aynı bölümde yüksek lisans yaptı. Üniversitede bir süre araştırma görevlisi olarak çalıştıktan sonra çeşitli şirketlerde stratejik planlama, iş geliştirme, kalite yönetimi, bilgi sistemleri alanında çalıştı. 2001'de Sistem Araştırma Geliştirme Müdürlüğü'nde uzman olarak girdiği Yapı Kredi Sigorta'da, 2006'dan beri Nakliyat Sigortaları Müdürü olarak hizmet veriyor. "Athanasia" adlı öyküsüyle, AltıKitap 2007 Öykü Yarışması'nda üçüncü oldu. En sevdiği yazarlar Orhan Pamuk, Oğuz Atay, Murat Gülsoy, Ernest Hemingway ve H.P. Lovecraft. Son okuduğu kitap, Onat Kutlar'ın "İshak"ı.



Zorrakı ekonomi muhabiri!

Gazeteciliğe erken yaşta ve başka bir daldan gelmişsiniz...

Mimar Sinan Üniversitesinde endüstri ürünleri tasarımı okuyordum. Henüz ikinci sınıftaydım. Bilgisayarda grafik programlarıyla çizim yapmayı da öğrenmek istiyordum. Ama yıl 1994'tü ve şimdiki gibi her yerde bilgisayar yoktu. Hürriyet gazetesinde bu programların kullanıldığı Macintosh'ların bulunduğunu öğrendim ve başvurudum. Amacım bu konuda kendimi geliştirmekti.

Bana "Ekonomi servisinde gece sorumlusu yok. Gel, hem grafik programlarını öğren hem de ekonomiye bak" teklifini yaptılar. Gazetelerin gece sorumluları, ancak önemli gelişmeler yaşandığı durumlarda haberlerde değişiklikler yapar. O dönemde ekonomi haberleri geceleri pek değişmiyordu. Ben de buna güvenmiştim. Ama şansına, ben Hürriyet'e girdikten bir ay sonra ekonomik kriz patladı. Ekonomi sayfaları her gece, tamamen değişiyordu. Artık grafiği unutup yazı yazmayı öğrenmeye başlamıştım. Ama bundan da keyif aldığımı fark ettim. Dört yıl gece sorumlusu olarak çalıştıktan sonra, muhabir olarak gündüze geçtim. Dört senelik gece çalışması benim için tam bir okul olmuştu. Muhabir olarak da finanstan borsaya, teknoloji-den tekstile kadar ekonominin tüm dallarında çalıştım. Bu arada otomobil haberlerine de ilgi duyuyordum ve yavaş yavaş otomotiv sektörüne kaydım.

2003'te Ufuk Sandık ile beraber Otoyasam gazetesini çıkardık. 2005'te Hürriyet'in tüm otomotiv haberleri benim sorumluluğuma verildi. Hem Otoyasam gazetesinin yayın koordinatörü hem Hürriyet'in otomotiv editörü oldum. Ayrıca Emlak Yaşam gazetesinin de editörlüğünü yapıyorum. Sonuçta tasarım eğitimi almama rağmen, hayat beni gazeteciliğe yönlendirdi.

**Emre Özpeynirci
tasarım eğitimi almış.
Ama hayatında açılan
kapılar gazeteciliğe
çıkılmış. Ekonomik kriz
patlayınca, mecburen
ekonomi alanına
kaymış. 34 yıllık
hayatının 14 yılını
geçirdiği Hürriyet'te
şimdi, ülkenin en etkin
iki sektörüyle ilgili
yayımıcılığı yönetiyor**

Günlük gazetede otomotiv editörü olmak için ne gerekiyor?

Hürriyet'te otomotiv editörü olmadan önce, uluslararası haber ajansı Reuters'in ekonomi gazeteciliği için Türkiye'den seçtiği iki muhabirden biri olmuştum. Bir buçuk ay kadar İngiltere'de Reuters'te ekonomi gazeteciliği üzerine eğitim görüp sertifika aldım. Hem ekonomi muhabirliği yapmış olmam hem de Reuters eğitimi, otomotiv haberleri için bana büyük avantaj sağlıyor. Çünkü artık otomotiv sektörü için sadece otomobilden anlamak yetmiyor, ekonomiyi de iyi bilmek gerekiyor.

"Otobil" adlı bir yarışma düzenliyorsunuz... Bunu anlatır mısınız?

Otobil'in amacı, Türkiye'nin en beğenilen, halkın hayalindeki otomobilleri seçmek. Bu yıl dördüncü kez düzenledik. İnteraktif bir yarışma. Halk, belirlediğimiz 16 segmentte gönlündeki otomobilleri seçip, mesajla oy veriyor. Üç otomobil finale kalıyor. Jürimiz de bunlar arasından birinciyi belirliyor.

İlgi var mı?

Oy sayısı her yıl artıyor. Bu yıl 300 bini aşkın oy geldi. Şu andaki durumumuzdan çok memnunum, çünkü Türkiye'nin en büyük otomobil yarışmasını yarattık. "Otobil" bir marka oldu. Otobil'de birinci seçilen markalar, bunu pazarlama çalışmalarında kullanmaya başladılar. Özel ilan ve reklam çalışmaları yapıyorlar. Artık "Otobil" ödülü almak, markalar için bir ayrıcalık. Bu da bize gurur veriyor. Hedefimiz, yarışmayı uluslararası boyuta taşımak.

Otomotiv editörlerinin çok seyahat ettiği bilinir. Sizin seyahat listeniz nasıl?

Çok yoğun çalışıyoruz ve çok seyahat ediyoruz. Bugün Türkiye'de, yan sanayi firmalarını saymazsak, hafif ticari ve ticariler dahil 52 adet otomobil markası var. Bu firmaların hepsinin yeni modelleri, lansmanları var. Yeni model tanıtımı için sürekli uluslararası lansmanlara davet ediliriz. Kuşkusuz hepsine yetişmemiz zor. Yoksa İstanbul'da kalma şansım olmaz. Kimi zaman ayın üç haftası yurtdışında oluyorum. 14 senelik meslek hayatımda dört pasaport bitirdim. Mesleğe ilk başladığım yıllarda yurtdışına çıkmak hoş geliyordu ama artık aynı şeyleri söylemeyeceğim. Havalimanlarından, aktarmalardan çok yoruldum. Ama bizim mesleğin olmazsa olmazı seyahatlerdir. Çünkü modelleri piyasaya çıkmadan önce görür, test eder, yabancı yöneticilerle birebir görüşme imkânı bulursunuz.

Tabii aileniz de yoğun seyahatlerinizden pek hoşlanmıyordur...

Zaten en büyük sıkıntım, dört buçuk yaşındaki kızım Deniz'e ve eşime yeterince zaman ayıramamak. Beraber olduğumuz vakitleri kaliteli geçirerek bunu telafi etmeye çalışıyorum. Eşim de yoğun çalışıyor ama benim gibi seyahat temposu yok. Baba ise hep havada.



Emre Özpeynirci kimdir?

Özel Ortadoğu Koleji ve Mimar Sinan Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Endüstri Ürünleri Tasarım bölümü mezunu Emre Özpeynirci, 35 yaşında. Fakültenin ikinci sınıfındayken Hürriyet'te işe başladı. Şu anda Hürriyet Grubu'nun otomotiv haberleri sorumlusu, Hürriyet gazetesi otomotiv editörü ve gazetenin eki Otoyasam'ın yayın koordinatörü. Yine Hürriyet'in eki Emlak yaşam gazetesinde de editörlük yapıyor. Hürriyet Ekler Görsel Yönetmeni Nilgün Özpeynirci ile evli, Deniz adında dört buçuk yaşında bir kızı var.

Hayatınızda bu kadar yer tutan seyahatlerden en taze anınız dinleyebilir miyiz?

Geçen sene Çin'deki Şangay Fuarı'na gittik. Türkiye'ye satış hizmetine başlayan Çin otomotiv firmasının davetiydi. Fabrikayı gezdikten sonra, dört saatlik bir otobüs yolculuğuyla Şangay'a gideceğimiz söylendi. Ama otobüs o kadar kötü, o kadar kirliydi ki, odalara çıkıp otobüste oturduğumuz koltuğa sermek için havlular aldık. Neyse, yola çıktık; o dört saat, trafik yüzünden oldu 10 saat... Üstelik ne bir yemek yedik, ne bir mola... Sadece kızıma havaalanından aldığım jelibonlar vardı. Şimdi sorun bütün otomotiv editörlerine, kimse artık jelibon yemek istemez. Korkunçtu. Yolculuğun sonlarında, otobüsün tavanındaki havalandırma boşluğundan beyaz bir bayrak çıkartıp salladım.

İş dışında bir hayatınız yok gibi görünüyor...

İş dışında çok az vaktim kalıyor. Seyahatler yüzünden kızımı çok özleyorum. Yani iş dışındaki hayatım ailem.

Kariyerinizde belli bir hedefiniz var mı?

Öyle kendime büyük hedefler koyan birisi değilim. İşimi doğru yapmak, benim en büyük hedefim. Kendim için, "İşini doğru yapar" cümlesini duymak isterim. Zaten işini doğru yapan kişiye hayatın kapıları açtığına inanırım.

Ford Galaxy hakkında ne düşünüyorsunuz?

Son dönemde MPV (multi purpose vehicle) dediğimiz segment, hem Avrupa'da hem de Türkiye'de büyümeye başladı. Bu araçların özelliği yüksek, içinin geniş, bagaj hacminin ise büyük olması. Yani tam çocuklu ailelere göre. Ford bu segmentte S-Max, C-Max ve Galaxy ile yer alıyor. C-Max ve S-Max iyi bir satış grafiği yakaladı. Galaxy biraz daha bu segmentin niş aracı olduğu için, henüz onlar kadar iyi bir satış grafiği yok. Ama lüks olması, yedi koltuğunun olması, rahat ve geniş olması nedeniyle, özellikle A ve B gelir grubundaki, yani üst gelir grubundaki aileler için önemli bir araç. Ford'un, kinetik ta-

sarım anlayışıyla geliştirdiği araçları çok beğeniyorum. Ford, hem kalite hem de tasarım olarak otomobilde kendini aştı. Bir zamanlar Türkiye'de daha çok ticari araç markası olarak algılanırken, son yıllarda binek araçlarda da kendini kabul ettirdi ve satışlarını çok artırdı. Bu imajı da S-Max, Galaxy, yeni Mondeo, Focus gibi araçlarla elde etti. Galaxy, özellikle iki-üç çocuklu aileler için sınıfının en iyilerinden biri. Öncelikle çok konforlu ve rahat. Diz mesafesi geniş. Gerçek bir yedi koltuklu araç. Yani bu araçla yedi yetişkin gayet rahatlıkla uzun yolculuk yapabilir, üstelik bagajlarına da rahatlıkla yer bulabilirler.



Antarktika'da tatildehydim!

Gene birdenbire yaz mevsimine dolu dizgin girdik sevgili dostlar. Bahar yüzü görmeden aniden başlayan yaz, bendeki dolaşma ihtiyacını daha da artırıyor. Dün gece do-landığım damlar öylesine sıcaktı ki kendimi soğuk ve serin bir yerde düşlerken, birden Antarktika'da bir damda buldum! Yeryüzünün bütün buzları adına, şu an bulunduğum yer -32 derece! İnsanın Antarktika'ya gitmeden önce kendini soğuğa hazırlamasında ve kafasını evdeki buzdolabının derin dondurucusuna bir süre sokup çıkarmasında acayip fayda varmış. Ben bunu yapmadan geldiğim için epeyce donuyorum. Kimi artık hızla eriyor olsa da, ne de olsa yeryüzünün bütün güzel buzları burada! Antarktika'da kiminle karşılaşma olanağı pek yok dersiniz? Alacaklılarla mı dediniz? Hayır yanıldınız; tabii ki güneşle! Zira burada güneşin hiç ortaya çıkmadığı zaman 6 ayı buluyormuş.

Sakin ola ki güneşi aramak için Antarktika'ya gitmeyin! Güneş burada yüzünü kimseye göstermiyor ve sürekli kaçıyor, saklanıyor, gizleniyor. İnsan aşırı soğuğun da etkisiyle Antarktika'da güneşin aranan bir "suçlu" olduğunu düşünmeye başlıyor!..

Yeryüzünün bütün buzlarına arka çıkan Antarktika kıtasının nerdeyse tamamı buz örtüsü ile kaplı. Komşumuz Sakine Teyze çok istediği halde ne yazık ki hiçbir buz örtüsünün örneğini alamadım! Akşamcılar için kötü olan, burada her boyda "buz" var ama maalesef bu buzlara uygun "rakı" yok henüz!..

Sahi, Antarktika penguen kaynıyor. İnsan Antarktika'da bir pengüene çarpmadan şöyle iki adım yürüyemiyor. Penguenler iyi hoş ama çok da gürültücü hayvanlar. Binlerce penguen aynı anda birbirine bağırabiliyor. Penguen dili uzmanı, tercüman dostumun dediğine göre penguenler birbirlerine bağırarak kalmıyor, ağza alınmayacak laflar da söyleyebiliyorlar!

Ben bir an onları frak giymiş politikacılara benzettim! Bu arada sabahın köründe öten araba alarmlarının, patates-soğancı bağrıışlarının, tüpgaz kamyonlarının gürültüsüne alışkın bir ülkenin insanı olarak penguen gürültüsü bana vız geldi tırıs gitti doğrusu!

Şu penguenler çok konuşkan hayvanlar. Bakın bir tanesi bana ne dedi: "Abicim, şunun şurasında dünyanın en ucunda yaşıyoruz. Bu oldukça tehlikeli bir durum. Dünyanın ucunda yaşadığımızı unutan bazı dalgın arkadaşlarımız fazla uca gidip aşağı düşebiliyor ve sık sık sakatlanıyorlar!"

Bir başka penguen yanıma yaklaşmış şöyle demez mi: "Dostum burada yazlar çok kısa. İnsan mayosunu giymeye hazırlanırken bir bakıyorsun yaz bitmiş! En büyük zevkimiz birbirimizi altı okka yapıp buz parçalarının üzerine atmak!"

Penguenler birbirine borç vermeyi seviyor mu? Kesinlikle hayır! Hatta "Borç para isteme benden BUZ gibi soğurum senden" sözünü onların çıkardığı sanılıyor; günahları eğri boyunlarına ne diyelim!.. Peki penguenlere yağ yapmak gereksiz midir? Evet. Penguenler zaten kalın bir yağ tabakasına sahip olduklarından onlara ayrıca yağ yapmaya gerek yoktur!.. Penguenler soğuğa dayanabilmek için neler yapıyor dersiniz, Antarktika'da kışlar öylesine sert geçiyor ki soğuğu hissetmemek için omuz omuza veren penguenler birden halay çekmeye, horon tepmeye başlıyorlar! Burada çok güzel kaffas oynayan penguen folklorcüler de gördük!

Evet sevgili okurlar, dünyanın en güneşinde vaziyetler böyle. Havanın yazları bile -27 derece olduğu Antarktika'da hava -21'ye dereceye çıktığında insan "Eyvah sıcaklar bastırıyor" duygusuna kapılıyor! Ha sahi burada birisinden "Buzsuz içecek" istemek en büyük hakaret sayılıyor, haberiniz olsun.

Oh bee! Haziran sıcaklarının etkisiyle yapıştığım damlarda kısa bir süreliğine kendimi Antarktika'da hissetmek bile bana ilaç gibi geldi... Umanım siz de bu satırları okurken biraz olsun serinlemişsinizdir. Hepinize bu sıcaklarda buzul dolusu sevgilerle...

