

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Mart 2008 - Sayı 356

Global dalgalanmanın etkileri tartışılıyor



Arçelik'ten
dünya
çapında
bir buluş

DIVIDE & COOL



TEK KAPILI SOĞUTUCU



ŞARAPLIK

TEZGÂHALTI SOĞUTUCU



TEZGÂHALTI DONDURUCU



Bölünebilir soğutucu teknolojisi.

Tezgâh altı soğutucu, tezgâh altı dondurucu, tek kapılı soğutucu ve şaraplık.

Yani istediğiniz çekmece soğutucu, istediğiniz dolap dondurucu.

Çünkü Arçelik demek yenilik demek.

 **arçelik**

OCAK-ŞUBAT | 2008

Küresel Vizyon**4** Sanayi odaları başkanları kriz beklentisini değerlendirdi**7** Prof. Dr. Fuat Keyman: "Asya ülkeleri hızlı geliyor ama..."**10** Çevre ortak geleceğimiz...**Ayın Gündemi****14** Koç Bilgi ve Savunma'dan savunma sanayiine milli çözüm**İletişim****18** "Yeni rekabetin hedefi müşterinin ta kendisi"**20** Arçelik LG'nin 2008 vizyonu**İçimizden Biri****24** Ford Bayii İlhan Kılıçaslan ile geçmişten bugüne 60 yıllık yolculuk**Marka Vizyon****26** Çikolatalar 24 ayar pralinler 500 karat**Kültürel Vizyon****28** Vehbi Koç Vakfı Kültür Sanat Danışmanı

Melih Fereli

Sosyal Sorumluluk**30** "Okul benim her şeyim; içtiğim su, aldığım nefes"**32** Cumhuriyet kadınları bugün de yol gösteriyor Rachmaninoff ve Brahms'tan Diyarbakır'daki annelere**Divan Sohbetleri****34** Mor ve Ötesi'nin üyelerinden Kerem Kabadayı**Hayata Dair****36** Mutluluğunun kaynağını biliyor musunuz?**Spor Vizyon****38** Spor ekonomisinin ünlü ismi Colin Smith**Ford ile Yollarda****40** Koç Üniversitesi Matematik bölümü öğrencisi ve okulun Dağcılık Kulübü eğitmenlerinden Murat Onsekizoglu**BİZDEN HABERLER**
KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ**Çevre ortak geleceğimizdir...**

Bilimsel araştırmaların sonuçları oldukça ürkütücü: Dünyamızda saatte ortalama üç canlı türü yok oluyor... Tahminler, birçok kültür ve endüstri bitkisinin orijinlerinin yüz yılın ortasına dek kaybolacağı yönünde... Biyolojik çeşitlilik, daha önce hiç görülmediği kadar büyük bir hızla tükeniyor. Nedeni, "insan faaliyetleri"...

Esasen toplumsal gelişmenin ve bireylerin refah artışının aracı olan sanayileşmenin sürdürülebilir bir nitelik taşıması, yaşamın olmazsa olmazı koşulu. Bu durum üretimin, çevrenin yok edilmesi pahasına değil, çevrenin korunması pahasına yapılmasını zorunlu kılıyor. Bu gerçekten hareketle, Koç Topluluğu olarak çevre korumaya özel bir önem veriyoruz. Ortak geleceğimiz olan çevrenin korunması için üretim faaliyetlerinde konuya önem vermenin yanı sıra kapsamlı etkinliklerle de çevre bilincinin geliştirilmesine katkıda bulunmaya çalışıyoruz. Nitekim, "Ülkem İçin" projesinin bu yılki ana teması olarak da çevreyi belirledik. Biliyoruz ki, çevre korumaya yönelik yaptığımız her kurşun harcama, bizden sonraki kuşaklara yaşanabilir bir dünya bırakmanın sermayesi olacak. Dünyada endişeli bir süreç hakim... ABD ekonomisinde yaşanan durgunluğun giderek bir krize dönüşeceği beklentileri ağırlık taşıırken, bunun Avrupa ekonomilerine yansımaya başlaması haklı bir soruyu da beraberinde getiriyor: Gelişmeler küresel bir krize yol açabilir mi ve Türkiye böyle bir tablodan nasıl etkilenir? İçerideki sayfalarımızda İstanbul, Ankara ve Kayseri sanayi odalarının başkanlarına bu yöndeki beklentilerini sorduk. Koç Üniversitesi'nden Prof. Dr. Fuat Keyman'la söyleşimizde de "yükselen Asya ekonomileri"nin küresel ekonomiye etkilerini konuştuk. Teknolojinin, insanlık tarihinde olduğu gibi günümüz küresel piyasalarında da belirleyici rekabet unsurlarının başında geldiği tartışmasız bir gerçek... Koç Topluluğu'nun bilişim sektöründe yarattığı vizyon, ulusal savunma sanayimizde de karşılığını buldu ve Türk Silahlı Kuvvetleri Bilgi Sistemi Projesi Genelkurmay Başkanlığı'nın hizmetine sunuldu.

Koç Topluluğu bünyesinde satın alma süreçlerine getirdiğimiz yenilikler olumlu sonuçlarını vermeye devam ediyor. Arçelik, e-satın alma platformu Promena ile gerçekleştirdiği stratejik satın alma projeleriyle, sadece fırın ve buzdolabı cam parça ihalesinden 2.5 milyon dolar tasarruf etti. Ulusça bir büyük zaferin, Çanakkale Zaferi'nin 93. yıldönümünü kutladık. Çanakkale'de yazılan eşsiz kahramanlık destanı, ulusumuzun var olma mücadelesinin yanı sıra, bağımsız, çağdaş demokratik ve laik Cumhuriyet'e giden yolun başlangıcı olması açısından da tarihimizde özel bir sayfa oluşturmaktadır. Bu destanı genç kuşaklara taşımaya hedefleyen Opet'in "Tarihe Saygı" projesine de önümüzdeki sayıda yer vereceğiz. Bu şanlı destanı yazan tüm şehitlerimizi ve kahramanlarımızı bir kez daha saygı, minnet ve şükranla anıyoruz.

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 Mart 2008 Sayı: 356

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.

SANAYİ ODALARI BAŞKANLARI KRİZ BEKLENTİSİNİ DEĞERLENDİRDİ:

REHAVETE YER YOK



ISO Yönetim Kurulu Başkanı C. Tanıl Küçük



ASO Başkanı Nurettin Özdebir



KSO Başkanı Mustafa Boydak

ABD ekonomisinde yaşanan krizin küresel etkilerinin neler olabileceği, krizin Türkiye'yi nasıl etkileyeceği konusunu, ISO Yönetim Kurulu Başkanı C. Tanıl Küçük, ASO Başkanı Nurettin Özdebir ve KSO Başkanı Mustafa Boydak'la konuştuk. Küçük, Özdebir ve Boydak, Türkiye'nin krizden etkilenmemesi için yapılması ve yapılmaması gerekenleri anlattı

A

BD'de finans piyasalarında yaşanan kriz, Asya borsalarının ardından Avrupa borsalarında da düşüşe yol açtı. Krizin küresel ekonomiye ve Türkiye'ye etkilerinin neler olabileceğini İstanbul Sanayi Odası Yönetim Kurulu Başkanı C. Tanıl Küçük, Ankara Sanayi Odası Başkanı Nurettin Özdebir ve Kayseri Sanayi Odası Başkanı Mustafa Boydak'a sorduk. Küçük, Özdebir ve Boydak, Türkiye'nin de krizden etkilenmesinin kaçınılmaz olduğunu, ancak sonuçların yıkıcı olmayacağını söylüyorlar. Küçük, IMF'nin de işaret ettiği gibi, tüm dünyada büyümenin yavaşlayacağını ancak, sıkıntının reel sektöre yansımaması durumunda küresel bir krizin olmayacağı kanısında. Boydak da krizin, küresel bir krize dönüşmeyeceği görüşünde. Ancak, Özdebir, Türkiye'nin ABD'de yaşanan krizden etkilenmemesinin mümkün olmadığını ve 2008'de büyüme hızının yüzde 4'ün altına düşeceğini söylüyor. Daha önce ABD'nin yüzde 2 büyüyeceğini tahmin eden IMF, şimdi bu büyüme tahminini yüzde 1.5'e indirdi. IMF'ye göre 2008'de Avrupa'daki Euro Bölgesi de yüzde 1.6 büyüyecek. Küçük, Özdebir ve Boydak konuyla ilgili sorularımızı yanıtladı.

ABD ekonomisindeki durgunluğun, önümüzdeki dönemde küresel çapta bir krize dönüşmesi ihtimalini nasıl görüyorsunuz?

C. Tanıl Küçük: Yüzde 30'a yaklaşan payıyla, dünya ekonomisinin lokomotifi konumunda olan ABD ekonomisinde yaşanacak sorunlar, Türkiye de dahil olmak üzere, tüm ülkeleri şu veya bu şekilde etkileyecektir. Önümüzdeki döneme ilişkin öngöründe bulunmak, durumun daha ne kadar kötüleşebileceğini kestirmek kolay görünmemektedir. Halihazırda, Amerikan ekonomisindeki sorunlar finansal sektöre sınırlı kalmış, reel sektöre yansımamıştır. Sıkıntı reel sektöre yansıdığı takdirde küresel çapta bir kriz olasılığı da artacaktır. Kesin olarak söylenecekler 2008'in kolay bir yıl olmayacağı ve tüm dünyada büyümenin yavaşlayacağıdır. Nitekim, IMF de küresel kriz derinleşebilir uyarısını yaparak, büyüme öngörülerini aşağı yönlü olarak revize etmiştir.

Nurettin Özdebir: ABD ekonomisinin dünya ekonomisindeki ağırlığı düşünülürse, ABD ekonomisindeki bir durgunluğun dünya ekonomisini etkilememesi düşünülemez. Dünyada ekonominin büyüme hızı önceki yıllara göre yavaşlayacaktır. Bu yavaş-

lamaya ABD'ye ek olarak AB ekonomisinin de katkısı olacaktır. Doların Euro'ya karşı değer kaybı AB ekonomisinin rekabet gücünü zorlayan boyutlara ulaşmıştır. Avrupa Merkez Bankası'nın enflasyona odaklı politikaları da AB ekonomisindeki yavaşlama ihtimalini artırmaktadır.

Mustafa Boydak: Bu durgunluğun küresel krize dönüşme olasılığını çok zayıf görüyorum. Piyasa ekonomilerinin izlendiği ülkelerde çeşitli dönemlerde yıldızı parlayan ya da sönen sektörler oluyor. Burada Amerikan mortgage firmaları bu riski fark edememişler. Dünyanın en büyük bankaları dahi ciddi zararlar yazıyorlar. Bence bu dönemi bir finans krizi olarak düşünebiliriz. Ama bu bir global kriz olmaz; bir yıllık durgunluğun ardından ABD ekonomisinin krizi açacağını düşünüyorum.

ABD merkezli uluslararası piyasalarda yaşanan olumsuzluğun genelde dünya, özelde Türkiye ekonomisine ne tür yansımaları olabilir?

Küçük: Türkiye'nin giderek artan bir şekilde küresel ekonomi ile bütünleştiğini düşünürsek, küresel çapta bir krizden kaçınılmaz olarak etkileneceğimiz açıktır. Öncelikle, yüksek cari açığımızı düşündüğümüzde, likiditedeki daralmanın, aleyhimize olabileceği ortadadır. Öte yandan, ABD ekonomisinde ve bağlı olarak dünya ekonomisindeki yavaşlama ihracatımızı olumsuz etkileyecektir. Veriler ABD ile dış ticaretimizin pek büyük olmadığına işaret etmektedir. 2007 itibariyle, ABD'ye yaptığımız ihracat, toplam ihracatımızın yüzde 4'ünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla, ABD'deki resesyonun ihracatımızı pek fazla etkilemeyeceği söylenebilir. Ancak, kriz toplam ihracatımızın yüzde 56'sını gerçekleştirdiğimiz AB ülkelerine sıçradığı takdirde ihracatımız bundan elbette ki olumsuz etkilenecektir.

Özdebir: Bütün bu gelişmelerin küresel ekonomiyle entegre olmuş Türkiye ekonomisine yansımaması düşünülemez. Yüksek cari işlemler açığı ve enflasyonun sergilediği direnç bizi bu küresel çalkantıdan en çok etkilenecek ülkeler arasında üst sıralara yerleştirmektedir. 2004'ten beri düşmekte olan büyüme hızının 2008'de de yüzde 4'lerin altına inme olasılığı yüksektir. Yabancı sermaye girişlerindeki olası bir duraklamanın büyüme hızını daha da aşağılara çekme riski de göz ardı edilmemelidir.

Boydak: Gelişen ülkelerin piyasaları finansman erişiminde zorluklar yaşayabilir. Cari açık olan ülkemizde yabancı yatırımların

gelmesinin zayıflıyor olması, portföy yatırımlarının bir miktar azalıyor olması maliyetleri artırır. Bence sadece maliyetler yönünden bir etkisi olur. Bir de ihracatçı fir-

Küçük, “2007 itibariyle, ABD'ye yaptığımız ihracat, toplam ihracatımızın yüzde 4'ünü oluşturmaktadır. Dolayısıyla, ABD'deki resesyonun ihracatımızı pek fazla etkilemeyeceği söylenebilir” diyor

maların siparişlerinde bir miktar azalma gözlenebilir. Türkiye'nin ihracatı tabana yayıldığı için, körfez ülkeleri önemli bir işbirliği alanı. Buradan sağlayacağımız imkânlarla diğer taraftaki kayıpları telafi edebiliriz.

Türkiye böyle bir krize karşı ne tür önlemler alabilir, almalıdır?

Küçük: 2008'in ilk çeyreğini geride bırakırken, Türkiye ekonomisinin küresel dalgalar karşısında nispeten başarılı bir sınav verdiğini görmekteyiz. Son olarak, Mart ayı ortalarında yeni bir dış şok dalgası kapımızı çalmıştır ve Türkiye ekonomisi, bu son dalgalanma karşısında da nispeten başarılı bir sınav vermiştir. Ancak, bu nispi başarılar “Bize bir şey olmaz” duygusuna ve rehavete yol açmamalıdır. Türkiye ekonomisinin önceki yıllara göre çok daha güçlü olduğu tartışmasızdır. Buna karşın başta 40 milyar dolara yaklaşan cari açığımız olmak üzere ciddi kırılganlıklarımızın olduğu da unutulmamalıdır. Böyle bir dönemde, hükümet ve ekonomi yönetimi süratle ekonomiye odaklanmalı ve ekonomi artık birincil öncelik olmalıdır. Kısa vadede, dikkatlerin ekonomide olması ve sürecin iyi yönetilmesi, dalgaların en az hasarla atlatılmasında etkili olacaktır. Orta ve uzun vadede, etkili ve kalıcı çözüm ise yapısal tedbirlerle gelecektir. Bu nedenle, rekabet gücünü iyileştirecek yapısal reformlar ve mikro reformlar bir an önce hayata geçirilmelidir. Son beş yılda ekonomiyi sanayi, sanayiye de ihracat büyümüştür. Büyümenin devamı için, ihracatın desteklenmesi şarttır. Sanayimiz, küresel rekabet mücadelesine her koşulda devam edecektir. Ancak tek başına sanayimizin çabası yetmez. Kurun bugün geldiği noktada ihracatın devam edebilmesi için, ihracatçı sanayicinin yeni bazı enstrümanlarla acilen desteklenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde, önümüzdeki dönemde



Türkiye ekonomisi büyümeyi devam ettirmekte sıkıntı ile karşılaşabilir. Ayrıca, halihazırda cari açık ekonomide önemli bir kırılganlıktır. Bunun yanına bir de kamu açığı sorunu eklenmemelidir. Bu nedenle mali disiplin tavizsiz bir şekilde sürdürülmeli, enflasyonla mücadele devam ettirilmelidir. Böyle bir dönemde özel sektör de dikkatli olmak, riskleri iyi hesaplamak durumundadır. Örneğin, döviz geliri olmayan işletmelerin, yurtdışından döviz cinsi borçlanmak konusunda çok dikkatli olmaları gerekmektedir. Döviz geliri olmayan işletmelerin dışardan borçlanması kur riski üstlenmek anlamına gelmektedir ve bu risk gerçekleştiği takdirde ciddi sıkıntıların doğması kaçınılmazdır.

Özdebir: Küresel ekonomide krizin gelmekte olduğu 2006 Haziran'ından belliydi. 2007 Ağustos ayında yaşanan gelişmeler de krizin çok yaklaştığını açıkça ortaya koymuştu. Ancak, ekonomi yönetimi bu krize karşı alınması gereken önlemleri almakta gecikmiştir. Özellikle, 2006 Haziran'ında gecelik faizleri hızla dört puan artıran Merkez Bankası'nın faiz indirim sürecine çok gecikerek girmesi reel ekonominin sorunlarını artırdığı gibi cari işlemler açığının artmasına da katkıda bulunmuştur. Hükümet de yapısal reformlar konusunda gecikmiştir. Reel sektörün rekabet gücünü artıracak mikro reformlar konusunda da önemli bir gelişme sağlanamamıştır. Hazırlanmış ifade edilen reform paketinin bir an önce açıklanması ve uygulamaya konulması yerinde olacaktır. Özellikle istihdam üzerindeki yüklerin azaltılmasının içinde bulunduğumuz konjonktürdeki önemi inkâr edilemez. Örneğin, hükümetin zorunlu istihdam uygulamasına son vermesinde ve işverenin sosyal güvenlik prim payında indirim sözünün acilen hayata geçirilmesinde büyük yarar bulunmaktadır. Küresel ekonomiyi tehdit eden gelişmeler karşısında özel sektörün de çok dikkatli olması gerekmektedir. Her işletme, mali durumunu ve üretim kararlarını olası gelişmeler karşısında gözden geçirmeli ve alternatif planlar geliştirmelidir. Özellikle döviz geliri olmayan işletmelerin döviz cinsinden borçlanmaması ve döviz açık pozisyonu taşıyan işletmelerin de bu açıklarını değişen şartlara göre gözden geçirmesinde büyük yarar vardır.

Boydak: Bir defa bu rahatsızlık ortamında hükümetin dinamik bir performans sergilemesi lazım. Hükümete bağlı kuruluşlar, bakanlıklar ciddi bir eşgüdüm içerisinde

Özdebir, “2006 Haziran’ında gecelik faizleri hızla dört puan artıran Merkez Bankası’nın faiz indirim sürecine çok gecikerek girmesi reel ekonominin sorunlarını artırdığı gibi cari işlemler açığının artmasına da katkıda bulunmuştur” diyor. Boydak ise, rahatsızlık ortamında hükümetin dinamik bir performans sergilemesi gerektiğine dikkat çekiyor

çalışması gerekiyor. Türkiye'nin büyüme hamlesinin gelişmesi için hükümet elinde bulunan tüm argümanları kullanmalı. Reel sektör olarak bizler birbirimize daha fazla kilitlenerek, siyasi gelişmeleri bir kenarda tutup ekonomiye odaklanmamız lazım. Sanayi, ticaret, hizmetler sektörü ve tarım dahil topyekün bir kalkınma içerisine girmemiz gerekiyor. Bir kere hükümetimizin mali disiplinden sapmaması lazım. Türkiye'nin ayakta kalmasının ön şartı mali disiplinin sürüyor olması. Merkez Bankası ile koordinasyonu çok iyi sağlamalı.

Değişen uluslararası koşullara uyum çerçevesinde Koç Holding 2008'i “değişim yılı” ilan etti. Türk özel sektörü, dünya piyasalarına entegrasyon konusunda neleri hedeflemelidir?

Küçük: Türk sanayii küresel rekabet koşullarına başarıyla entegre olmanın mücadelesi içindedir. Sanayimiz, küresel pazarlarda kıyasıya rekabet edebilecek kalitede ürün üretebilmektedir. İhracatımızın yarısından fazlasının AB ülkelerine ve ABD'ye yapıyor olması sanayimizin kalite açısın-

dan ulaştığı noktanın göstergesidir. Ancak, uyum sağlamaya çalıştığımız küresel rekabet koşullarına baktığımız zaman, kalitenin artık ayırt edici bir üstünlük olmaktan çıktığını görüyoruz. Küresel pazarlar için, kaliteli ve uygun fiyatlı ürün, adeta yarışa katılmanın ön şartı haline gelmiştir. Küresel koşullarda, en az girdi ile en fazla katma değeri yaratabilenlerin rekabet şansı bulunmaktadır. Türk sanayii de bu yönde bir yapısal değişim geçirmek zorundadır. Girdilerimizi azaltmak için verimliliği artırmak zorundayız. Diğer taraftan küresel koşullarda rekabet üstünlüğüne giden yol, inovasyondan geçmektedir. İşletmelerimizin küresel rekabetin gerektirdiği şekilde yapılanması, verimlilik, inovasyon, Ar-Ge, tasarım, markalaşma kapasitelerinin geliştirilmesi önümüzdeki en temel mesele olarak durmaktadır. Bu çerçevede Türk sanayiinin lokomotif Koç Holding'in, çok yerinde bir yaklaşımla 2008'i “değişim yılı” ilan ederek, değişim zorunluluğuna dikkat çekmesi son derece önemlidir, sanayimiz için örnek teşkil edecek öncü bir yaklaşımdır.

Özdebir: Ülkemizin öncü gruplarından olan Koç Holding'in 2008'i “değişim yılı” olarak ilan etmesi tüm işletmelere örnek olacak çok isabetli bir karardır. Küresel ekonomide yaşanan gelişmeler önümüzdeki dönemin zor geçeceğini göstermektedir. Büyüme hızı düşen bir küresel ekonomide rekabet çok daha acımasız olacaktır. Bu nedenle dünya ekonomisindeki gelişmelerin yakından takip edilmesi ve her işletmenin bu gelişmelere uygun tepkileri verecek esnek bir yapıyı şimdiden oluşturmaya başlaması yerinde olacaktır. Türk özel sektörü yaşanan krizlerden güçlenerek çıkmaktadır. Küresel ekonomide yaşanan gelişmeler işletmelerimiz için tehlikenin yanı sıra fırsatlar da sunacaktır. Bu tehlikeleri savuşturmak ve fırsatlardan yararlanmak için hepimizin hazırlıklı olması gerekir.

Boydak: Değişim çok önemli. Bu konuda Koç Holding'i kendimize örnek alıyoruz. Türkiye olarak Koç Topluluğu'na büyük bir teşekkür borcumuz var. Bu değişime ayak uyduramamız gerekiyor. Sadece değişmek değil, gelişerek değişmek gerekiyor. Kurumsal yönetim ilkelerine çok uygun davranılan bir dönem olması gerekiyor. Şirketlerimizin şeffaflaşan bir dönem olması gerekiyor. Bu ilkelere uyulduğunda özel sektörün önünün açık olduğunu, hızlı bir büyüme trendi ile kendi liglerinin önemli oyuncularına haline geleceklere inanıyorum.

PROF. DR. FUAT
KEYMAN,
YÜKSELEN ASYA
EKONOMİLERİNİ
VE KÜRESEL
DENGELERİ
DEĞERLENDİRDİ

**“Asya
ülkeleri
hızlı
geliyor
ama...”**

**“Hegemonya değişiminde
önce ekonomiler zayıflıyor
ya da güçleniyor. Bu
değişen yapıda yeni lider,
bu ekonomik yapıyla
kültürel yapıyı ve siyasal
yapıyı eklemlleyen oluyor”**

K

oç Üniversitesi Küreselleşme ve Demokratikleşme Araştırma Merkezi'nin (GLODEM) direktörlüğünü yapan Prof. Dr. Fuat Keyman, aynı zamanda üniversitenin Ekonomi ve Dış Politika Araştırma Merkezi'nin (EDAM) de kurucu yönetim kurulu üyesi. Prof. Dr. Keyman'la ABD kaynaklı küresel kriz beklentileri karşısında “yükselen Asya ekonomileri”nin rolünü konuştuk.

Yükselen ekonomilerin rolü, ABD ekonomisinden yayıldığı düşünülen kriz ile birlikte değişiyor mu?

Yükselen ekonomiler dediğimiz zaman Türkiye de bunlardan biri ama asıl olarak Çin, Hindistan, Brezilya ve Rusya gibi A kategorisindeki ülkeler bunlar. Bu ülkeleri referans alarak konuştuğumuz zaman, aslında ekonomik hareketlerin de gerisinde “Dünyada bir cid-

Hindistan nasıl fark yarattı?

"Yükselen Asya ekonomileri" içinde en sorunlu görünen ülke Hindistan. Uzun yıllardır yüzde 8-9'luk ekonomik büyüme performansına karşılık, aynı zamanda yoksulluk da yaygın. Bu tabloda temel referansın "demokrasi" olacağını belirten Prof. Dr. Fuat Keyman Hindistan'ın yarattığı farkı şöyle yorumluyor:

"Hindistan ve Çin'in ortak özelliği güçlü kültürel yapılarla serbest pazarı eklemledikleri zaman demokrasiye referansın gereği kadar ortaya çıkmaması. Hindistan'da bir taraftan demokratik bir parlamenter yapı var gibi gözüküyor ama öbür taraftan dinsel temelli kimlik çatışmalarından tutun yoksulluğa kadar ciddi sorunlar var. Çin'de de tek parti yapısı var, ekonomik kalkınmaya şeffaktili yaklaşan bir devlet yapısı var. Fakat hâlâ demokratikleşme yani çok kültürlülük, haklar ve özgürlükler, demokratik normların toplum içinde güçlenmesi alanlarında çok zayıf bir ülke. O yüzden de aslında ilginç olan burada demokrasi referansının nerde olacağı..."

Hindistan bu gücünü neye borçlu?

Hindistan'ın bize benzer ancak farklı yapısı var. Hem sosyal bilimlerde hem doğa bilimlerinde sosyal adaleti olmayan ama çok güçlü bir eğitim sistemi var. Hindistan'ın teknolojiye katkı vererek, teknolojiyi yükselen pazar olarak kurmasında eğitim ve kurumsal bağlamda geliştirdiği demokrasi önem taşıyor. Biz de kendi bölgemizde, kendi nüfusumuzun gençliğini düşündüğümüz zaman eğitim sistemine yatırım yapmamız gerek. Çünkü Hindistan bu küreselleşmesini ve küreselleşme içindeki konumunu bu yönde sağladı. Bu Thomas Friedman'ın Çin ve Hindistan örneğine bağlı "Dünya Düzüldür" kitabında söylediği gibi, tek bir işe kalifiye olarak 200 küsur insan başvurabilmesi.

Hintli zenginlerin sayısı artıyor

Son yıllarda dünya zenginler listesine giren Hintli işadamlarının sayısında ciddi artışlar var. Dünyanın en zengin ilk 10 kişinin dördü Hintli. Amerikan Forbes dergisinin sıralamasına göre 2007 yılında dünyada dolar milyarderi 1125 kişi var ve bunların 55'i Hintli. Listeye girenlerin toplam serveti 4.4 trilyon dolar iken, listedeki Hintlilerin serveti 335 milyar doları buluyor."

"Temel soru, bu yükselen pazarların nereye kadar sürdürülebilir olduğu. Bence demokrasiyi toplum içinde yaygınlaştırmak, demokrasi kültürü yaratmak ve demokratik kurumları oluşturmak önemli."



di kayma mı oluşuyor?" sorusu önem kazanıyor. Dünyaya, "küreye" bakarken, bizim moderniteden alışık olduğumuz Batı'dan "küreye" bakmak yerine Doğu'dan bakmak gündeme geliyor. Acaba "küresel" dediğimiz şeyi Batı temelli düşünmekten Doğu temelli düşünmeye doğru mu gidiyoruz? İngilizcedeki tartışmalarda bu "Global Shift", yani bir "Küresel Kayma" olarak değerlendiriliyor. Çin ve Hindistan'a baktığımızda orta sınıf birtakım ekonomilerin güçlenmesinden değil, bir küresel hareketlenmeden ve küresel eklen kaymasından bahsediyoruz.

Bu, küreselleşme açısından bir paradigma değişikliği mi?

Küresel yapıya Batı'dan baktığımız zaman modernleşme ile Batılılaşmayı özdeş tutuyoruz. Modernleşme dediğimiz şey, bizim de Türkiye'de Cumhuriyet döneminin başından beri konuştuğumuz, kalkınma, ulus devlet ve bireye dönük bir yapıyı öngören Batılılaşma olayı. Ancak doğuya doğru küresel kaymayı Çin, Hindistan ve daha öncesi Japonya deneyi ile tartıştığımız zaman, esasında yıllar önce Ziya Gökalp'in söylediği ve ne kadar doğru olduğunu gördüğümüz Batılılaşma ile modernleşme arasında bir kopmanın, ayrışmanın başladığını, ülkelerin giderek modernleştiğini, fakat modernleşirken Batılılaşmak istemediğini görüyoruz. Çin, Japonya ve Hindistan küresel sisteme aşırı entegre olmuş ülkeler. Fakat ortak özellikleri "birey temelli" değil, "geleneksel toplum temelli" yönelimlere sahip olmaları, serbest pazarla toplumsal değerleri birleştirmeleri.

Bu ülkeler globalleşmeye ilişkin paradigmaları da zorluyor...

Burada temel soru, bu yükselen pazarların nereye kadar sürdürülebilir olduğu. Bence demokrasiyi toplum içinde yaygınlaştırmak, demokrasi kültürü yaratmak ve demokratik kurumları oluşturmak önemli. Türkiye'nin de bu ülkelerden ders alması gerekir.

Global dünyanın aktörleri arasındaki devasa küresel şirketlerin sahipliğinin de kayması söz konusu değil mi?

Bu, küresel kaymadan ziyade küreselleşmenin bugünkü hareket tarzında ulus devlet ya da ulus kavramına ne olduğu sorusuyla ilgili. Bir taraftan demokrasi çok fazla konuşuluyor ama öbür taraftan demokrasinin içi boşaltılıyor. Ülkelerin kalkınmasında içsel dokuları, özgün yapıları kale alınmıyor. Sanki alternatifi olmayan bir dünya içinde, oyunun kurallarına uymak zorunda olan ve bu anlamda da bağımsızlıklarını, sınırlarını, otonomilerini daha güçlü aktörlerle paylaşmak durumunda olan bir yapı ortaya çıkıyor. Buna bazı literatürlerde "post demokrasi" deniyor. Demokrasinin herkes tarafından konuşulduğu ancak içinin aşındırıldığı bir dönem. Post demokrasi derken üç boyut söz konusu... Bunlar, siyasetin "aşırı güvenlikleştirilmesi", siyasetin "aşırı pazar mekanizmasına" dönüşmesi ve bir de tüm bunlar olurken, teknik bilgiyle, borsa, dolar kuru gibi rakamların kamusal tartışmanın içini doldurması. Bu üç unsur olduğu zaman benim küresel kayma kadar önem verdiğim ikinci husus ortaya çıkıyor, bu da küreselleşmenin demokratik düzenindeki

temel ikilem. Demokrasinin hem ekonomi anlamında hem güvenlik anlamında iinin boşaltıldığını, aşındırıldığını görüyoruz. Demokrasinin içi boşaltılırken bir de Çin ve Hindistan gibi küreselleşmesi çok güçlü fakat demokrasisi eksik ülkelerin güçlendiğini görünce iktidar mücadelesinin çok güçlü olacağı bir dünyaya gidiyoruz gibi bir kaygıya kapılmıyor değilim...

ABD'nin rolünün zayıflaması sadece ekonomik bir hegemonya değişikliği mi?

Hegemonya değişiminde önce ekonomiler zayıflıyor ya da güçleniyor; fakat yeni hegemon, yeni lider, bu ekonomik yapıyla, kültürel yapıyı ve siyasal yapıyı eklemleyen oluyor. ABD'nin dünya hegemonu olması, Bretton-Woods anlaşmalarıyla ekonomik ve siyasal gücüyle, kültürel yapıyı birleştirmesi oldu. Bugün ABD ile Çin arasındaki ilişkiye baktığımız zaman bunu görmüyoruz.

Siyasal demokrasi anlamında, kültür anlamında yükselen pazarların ABD'ye alternatif oluşturacak yapısı yok. "21. yüzyıl Asya yüzyılı mı olacak?" sorusuna verilen yanıtlar arasında değerlerden bahsedilenler var, ancak bu yeni oluşan pazarların kültürel bir alternatif getirdiği anlamına gelmiyor. Bu yüzden ABD ekonomisi zayıflasa da ABD'nin kültürel hegemonyasının zayıfladığı bir dönemden geçmıyoruz. İktidar mücadelesinin demokrasi olmadan, daha güçlü biçimde yapıldığı bir dünya olabilir.

İlginç bir şekilde dünya siyasetinin değişimi içinde Türkiye'ye baktığımız zaman Türkiye önemli, güçlü bir ülke olarak değerlendiriliyor. Fakat içeride bu değişime ayak uyduramayan bir devlet ve siyaset yapısı var. 2008'de artık vizyon sahibi bir hükümete ihtiyaç var. Makro ekonomik istikrar sağlandı ama 2008'de ekonomik büyümenin sürdürülmesinde artık vizyon lazım. Bu yüzden hem siyasi partilerde hem de bürokraside kurumsal reform gerekiyor. Bu yapılmadığı zaman cemaatleri güçlü ancak sivil toplumu zayıf bir ülke meydana çıkıyor. Farklılıklar arasında birlikte yaşamayı güçlü olmayan, herkesin kendi sığınmağında güçlü olduğu bir ülke söz konusu. Örgütsel yaşam bir toplumda ne kadar gelişmişse, güven ve istikrar o kadar fazla oluyor. Bu ekonomik süreçleri siyasal ve toplumsal anlamda düşünüp kurumsal reformlara gidilmesi lazım.



"2050'de en büyük ikinci ekonomi olacağız"

Hindistan Ticaret Ataşesi S. K. Verma, Bizden Haberler'in sorularını yanıtladı. Verma, önümüzdeki dönemde küresel "en zenginler" listesinde daha fazla Hindistanlı işadamlarının görüleceğini söylüyor



Son 10 yıl içinde Hindistan'ın güçlü ekonomik gelişmesini neye bağlıyorsunuz?

Hindistan'ın dünya ekonomisinde güçlü bir şekilde gelişmesini ve yer almasını tek bir nedene bağlamak çok güçtür. 1990'larda başlayan ekonomik reformlar belki buna ışık tutabilir. Bilgi toplumu üzerinde önemle durulması, yapısal değişiklikler, vergi reformları, altyapı gelişmesi gibi konuların bir araya gelmesine bilmecenin parçaları olarak bakılabilir. Yerli ekonominin güçlü temeller üzerinde inşa edilmiş olması ve yerel pazarların kuvvetli olması ülkenin dünya ekonomisinde önemli rol almasını sağladı.

Önümüzdeki 10 yılda hangi faktörler ekonominizin küresel etkisini artırmasını sağlayacaktır?

Hindistan ve dünya ekonomisi arasındaki etkileşim Hint ve dünya tüketicilerine en iyi ürünlerin sunulmasını sağlıyor. Hindistan'ın 350 milyon kişilik büyük bir orta sınıfı bulunuyor ve 500 milyonu aşkın genç nüfusu var. Bunlar beraber büyük tüketici toplumu temsil ederken, her alanda ve her kategoride kalifiye, yarı kalifiye ve kalifiye olmayan elemanlardan oluşan büyük işçi havuzunu teşkil ediyor. Dünya ekonomisini etkileyen faktörlerin de Hint ekonomisi üzerinde etkileri hissedilecektir. Ancak etkileri; tarımsal ve endüstriyel ürünlere ve hizmetlere büyük pazar bulunması nedeniyle fazla olmayacaktır. Eğer genel eğilimlere inanırsak, Hindistan büyümeye önümüzdeki yıllarda devam edecek ve 2050 yılında dünyanın ikinci en büyük ekonomisi haline gelecektir.

Forbes dergisi 2007 sıralamasında Hintli işadamlarını dünyanın en zenginler listesine aldı. Bunu neye bağlıyorsunuz?

Listedeki isimlere dikkatle bakarsak, buradaki Hintliler ilk kuşak işadamlarından oluşuyor. Listedeki işadamları ekonominin her alanından çıkıyor; bu da Hint ekonomisinin her alanda geliştiğini gösteriyor. Kanatların arkasında duran, bu listeye girmeyi bekleyen çok sayıda başka Hintli işadamı da bulunuyor diyebilirim.

DAHA YAŞANIR BİR DÜNYA İÇİN

Çevre ortak



Opet'in Dünya Çevre Günü "eylemcileri", çevre bilinci verilmek istenen çocuklar.

Yaşanabilir bir çevre sadece bizlerin değil, gelecek nesillerin de hakkı... Çevreye bakışımızı bu açıyla ortaya koyduğumuzda sorumluluklarımız daha da artıyor. Çünkü bu anlayış, yaşadığımız dünyayı bizden öncekilerden miras değil, bizden sonrakilerden ödünç alınmış bir dünya olarak tanımlıyor. Bu sorumluluk anlayışını ortak değerlerinin önemli bir parçası olarak gören Koç Topluluğu, her geçen gün çok daha büyük çaplı çevre yatırımlarına imza atıyor. Sadece Tüpraş'ın çevre korumaya yönelik yatırımlarının milyar dolarlarla ifade edilmesi, Koç Topluluğu'nun çevre konusuna verdiği önemi tek başına ifade etmeye yetiyor...



Tüpraş'tan dev yatırım geliyor

Tüpraş, son yıllarda tüketimi hızla azalan yüksek kükürlü fuel oil'i işleyerek, Euro V standardında motorin ve benzin gibi beyaz ürünlerle dönüşüreceği yaklaşık 1.6 milyar dolarlık yatırım kararı aldı. Bu yatırım az değerli bir ürünü, çevreye en az zararlı ve daha değerli hale getirecek

Tüpraş'ın son 10 yılda hem rafinerilerinin ürün verimliliği ve kompleksite artırımı hem hidro-karbonların çevreye zararlarının minimuma indirilmesine yönelik çevre hassasiyeti olan yatırımlarının toplamı, yaklaşık 1 milyar dolar. Tüpraş İzmit, İzmir, Kırıkkale rafinerilerindeki yatırımları sayesinde Avrupa Birliği'nde 2009 yılında zorunluluk haline gelecek düşük kükürlü 10 ppm (ton/10 gr) motorin ve kurşunsuz benzin üretimini gerçekleştirmeye başladı. İzmit ve İzmir rafinerilerinde yürütülen "Benzin İyileştirme Projesi" yatırımları da benzinlerde bulunan insan sağlığına ve çevreye zararlı kükürt, benzen ve aromatiklerin değerlerinin düşürülerek Avrupa Birliği standartlarında olması hedeflendi. Şirket, İzmir Rafinerisi'nde rüzgâr jeneratörüyle enerji üretimi projesi üzerinde çalışıyor.

Peki Tüpraş'ın çevreci yatırımları, küresel ısınmaya karşı nasıl bir önem taşıyor?

Ülkemizde kullanılan yüksek kükürt içerikli motorinler yerine, tümüyle Tüpraş Dizel Kükürt Giderme Ünitelerinde üretilen düşük kükürlü motorinin kullanılması durumunda atmosfere bırakılan kükürtdioksit emisyonlarının yaklaşık 700 kat azalarak, yıllık 84 bin tondan 120 ton düzeyine ineceği hesaplanıyor. Bu öngörü ile yapılan yatırımlar sonucu üretilen yük-

geleceğimiz...



Ford Otosan, TEMA işbirliğiyle bulunduğu bölgeyi ağaçlandırdı.



YKB, çevre bilinci oluşturma hedefindeki TURMEPA Sınırsız Mavi projesinin sponsoru.

sek spesifikasyonlu ürünlerin kullanılması sonucunda, araçlardan kaynaklanan sera gazı emisyonları da önemli ölçüde azalacaktır. Tüpraş ayrıca rafinerilerinde baca gazı emisyonlarını düzenli olarak izliyor. Belirlenen standartlarda olan atık su arıtma kalitesinin daha da artırılması yönünde çalışmalar sürerken, faaliyetlerinden kaynaklanabilecek toprak kirliliğini önlemek, yeraltı sularını korumak amacıyla tüm rafinerilerinde izleme kuyuları açtı. Tüpraş Acil Durum Yönetimi kapsamında, denizde oluşabilecek kirliliği önlemek üzere oluşturduğu eylem planında dünya ölçeğinde performans gösteren çözüm ortaklarıyla hareket ediyor. Uçucu organiklerin atmosfere karışmasını önlemek üzere ürün ve depolama tanklarında çift sızdırmazlık sistemi kuruldu. Akaryakıt ürünlerinin üretimi sırasında oluşan tehlikeli atıkların bertarafı için lisanslı kuruluşlara son iki yılda 22 bin ton atık için 13 milyon YTL ödendi.



Arçelik'in ürettiği her ürün çevreci

Arçelik, üretimin her aşamasında çevreyi ve ekolojik dengeyi korumayı ve böylece doğal kaynakların sürdürülebilirliğini sağlamayı hedefliyor ve kendini bu konuda sürekli geliştiriyor

Arçelik A.Ş.'nin vazgeçilmez önceliği faaliyet gösterdiği ülkelerde geçerli olan ulusal ve uluslararası çevre ile ilgili tüm yasal

mevzuata uyumun sağlanması. Bu yaklaşım ile çevreye dost üretim tesislerinde, başta ISO 9001:2000 ve ISO 14001:2004 olmak üzere tüm uluslararası ürün ve yönetim standartlarını uyguluyor.

Şirket, bu anlayışla faaliyetlerini temelde yasal mevzuata uyum ve çevrenin korunması ve doğal kaynakların verimli kullanımını başlıkları altında yürütüyor. Hem üretim proseslerinde hem de üretim dışı alanlarda, doğal kaynakların ve enerjinin daha verimli kullanımına yönelik olarak çalışmalar sürekli olarak geliştirilerek devam ediyor. Bu çalışmalar Çevre Yönetim Sistemi kapsamında Çevre Projeleri olarak yürütülüyor. Arçelik'in üretim tesislerinde son yıllarda yapılmış olan arıtma tesisi ve altyapı projelerinin toplam maliyetleri 4.5 milyon Euro'nun üzerinde gerçekleşti.

Arçelik'in çevre duyarlılığı piyasaya sunduğu her üründe kendini gösteriyor. Arçelik, sadece bugünün değil, geleceğin standartlarına da uyumlu ürünler geliştirmeyi ve tüketiciye sunmayı hedefliyor. Şirket ayrıca, TEMA'nın "Suyunu Boşa Harcama" kampanyasına destek veriyor. Öte yandan, Ekolojist™ Bulaşık Makinesi Avrupa'nın en prestijli ödülleri arasında biri olan ve 2006 yılında ilki REC Türkiye (Bölgesel Çevre Merkezi) tarafından düzenlenen ulusal ödül yarışmasında "Ürün" kategorisinde ikincilik ödülünü aldı. Arçelik şirketi buzdolabı ürünüyle, aynı kategorideki birincilik ödülünün de sahibi oldu.



Aygaz'ın çevreciliği AB tarafından onaylandı

Aygaz'ın 11 dolum tesisi ve 1 üretim tesisi ISO 14000 Çevre Yönetim Sistem Belgesi'ne sahip. Şirket, AB Çevre Ödülü Türkiye Programı Finalisti-Yönetim Kategorisi'ne girdi

Aygaz, 2000-2007 yılları arasında çevre için 3 milyon YTL'yi aşkın yatırım yaptı. Bu yatırımlar temel olarak şu amaçlara yönelikti: Boya kabinlerinde yapılan iyileştirme ile boya sarfiyatının, dolayısıyla boya çamuru üretiminin ve maliyetin azaltılması, tesislerde tehlikeli atık depolama alanlarının yapılması, arıtma tesislerindeki revizyonlar ile iyileştirmeler, organize sanayi bölgelerinin arıtma tesislerinin kullanılması, arıtılan suyun sirküle edilmesi...

Boya kabinleri yatırımıyla, eskiyen boya kabinleri ve makineleri değiştirilerek ev, kamp ve sanayi tüplerinde ilk defa uygulanan boyama sistemiyle boya sarfiyatı azaltıldı, boyama maliyetinde yüzde 40 tasarruf sağlandı. Boya işleminde, proses esnasında yaşanan duraksamalar sonucunda biriken boya ve tiner sisteme geri kazandırıldı. Boya çamuru miktarları tesisler bazında sürekli takip edildi ve yeni kurulan sistemlerle boya çamur miktarları azaltıldı. Tüm dolum tesislerinde arıtma tesisleri ve binası ile atık depolama binaları yapıldı. Paket arıtma, kimyasal ve evsel arıtma tesislerinde revizyonlar tamamlanarak entegre şekilde çalışmasıyla; deşarj kriterlerine uygunluğu ve verim artışı sağlandı.

Arçelik her ürününde çevreci.



Tüpraş'ın çevreci devi: İzmit Rafinerisi Dizel Kükürt Giderme Ünitesi. Türk Traktör A'dan Z'ye çevre yönetimi sistemi oluşturuyor.

Aygaz, Avrupa Komisyonu Çevre Genel Müdürlüğü'nün yürüttüğü ve Avrupa'nın en itibarlı ödüllerinden biri olarak nitelendirilen Avrupa Birliği Çevre Ödülleri'nin Türkiye ayağı olan AB Çevre Ödülleri Türkiye Programı'nda Türkiye Finalisti oldu. Aygaz böylece, Avrupa'nın en başarılı şirketlerinin belirleneceği Avrupa Birliği Çevre Ödülleri sürecine katılım hakkı kazandı.



Türk Traktör çevre yönetim sistemi için büyük adımlar attı

Türk Traktör 2.8 milyon dolarlık bir yatırımla özgün bir çevre yönetim sistemi oluşturuyor

Türk Traktör, çevre ile ilgili yasal mevzuatlara uygun yönetilmesi ve çevreye getireceği yükün azaltılması için 1996-2007 yılları arasında 2.8 milyon dolarlık bir yatırım gerçekleştirdi. Atıkların ayrıştırılmasından depolanmasına, emisyonuna, atıksuyun tüm işletme içinden alınıp arıtma tesisine getirilmesine ve arıtılmasına, bacalardan salınan gazlara, kullanılan kimyasallara, doğalgaz, elektrik ve su gibi doğal kaynakların etkili kullanılmasına kadar tam bir çevre yönetim sistemi oluşturulmasında büyük bir yol aldı.

2007 yılına geldiğinde ise planlanan ve gerçekleştirilen 769 bin dolarlık yatırım ile enerji tasarrufunun yanı sıra boyahane kaynaklı atıksuların "reverse osmoz" yöntemi ile geri kazanımı sağlandı, boyahane banyolarının ömrü uzatılarak su sarfiyatımızda ciddi bir azalma gerçekleştirildi. Ayrıca atıkların minimizasyonu çerçevesinde havuzlardan atık boyanın düzenli ve hacimsel olarak azaltılarak toplanması için sistem kuruldu. 2008 yılı için ise Global Compact (Küresel İlkeler Sözleşmesi) çerçevesinde yürütülen çevre faaliyetlerinde enerji tüketiminin azaltılması yönünde 216 bin dolarlık bir yatırım planlandı ve bu yönde uygulama çalışmaları gerçekleştirilmeye başlandı.



Ford Otosan AB çevre ödülleri sahibi

Binlerce ağaç diken, kendi içme suyunu üreten, teknolojiyi ozon tabakasına zarar vermeyen Ford Otosan, güneş enerjisi projesi üzerinde çalışıyor

Ford Otosan'ın Kocaeli fabrikası sekiz yıl önce kurulurken, 7.5 milyon Euro tutarında çevre yatırımı yapıldı: • Fiziksel, kimyasal, biyolojik artım adımlarının hepsini içeren atıksu arıtma tesisi. • Ozon tabakasının incelmeye sebep olan "uçucu organik bileşenlerin" bertaraf edildiği, "Boyahane Fırın Bacalarına İnsineratör Kurulumu". • Fabrika, kullanım ve içme suyunu kendisi üreten "Su Hazırlama Tesisi". • Tüm tehlikeli üretim atıklarının geri kazanım/bertaraf kuruluşlarına sevk edildiği "Tehlikeli Atık Sahası". Ayrıca Ford Otosan bu tesisi kurarken, sahadaki çam ağaçları transplante edildi, meyvelikler korundu, saha içine ayrıca 500 ağaç ve 14 bin 500 bitki dikildi. 2005'te de fabrika sahasında TEMA ile işbirliği yapılarak oluşturulan Gönül Parkı'na 2385 ağaç ve 16 bin 350 bitki dikildi. Çevre yatırımları, tesisi, yönetmeliklerde belirtilen limitlerin çok altında tutuyor. Bu durumun bir göstergesi olarak, şirket, ISO 14001 denetimlerinden, kurulduğundan beri "0" uygunsuzlukla geçiyor. 2006'dan itibaren Türkiye'nin de katılımına açılan Avrupa Birliği Çevre Ödülleri'ne ilk kez başvuran Ford, iki kategoride birden başarılı oldu. Hibrid Araç projesi "Ürün Kategorisi Birincisi" ve Çevre Yönetim Sistemi projesi de "Yönetim Kategorisi İkincisi" ödüllerini almaya hak kazandı.



Tofaş'ın her birimi çevreci vizyona sahip

Tofaş, 12 yılda Türkiye

genelinde 45 bin ağaç dikti. Şirkette Ar-Ge'den İK'ya kadar her birim çevreci bir vizyona sahip

Tofaş'ın son dönemde yoğunlaştığı en önemli konu çevre. Fiat, çevreci vizyonu ile öne çıkan bir marka. Hem 1.3 Mul-

tijet, 1.4 turbo gibi insanların otomobil alırken ihtiyaç duydukları performansı sunan Fiat, yıllardır karbondioksit emisyon oranı diğer motorlara göre çok daha düşük olan motorlar üretmeye yatırım yapıyor. Özellikle Brezilya Fiat, alternatif yakıtlarla çalışan otomobiller konusunda önemli bir yol kat etti. Tofaş'ın su bazlı boya tesisi 2006 yılında devreye girdi. 2002 yılından bu yana atıksular değerlendirilerek fabrikanın yeşil alanları sulanıyor. Böylece yılda ortalama 50 bin metreküp su tasarruf ediliyor. Her yıl 850 ton plastik ise geridönüştürümlü olarak kullanılıyor. Tekrar kullanılabilen ambalajlarla yılda 70 bin ağacın kesilmemesi sağlanıyor.



Arcelik-LG ile atıksular artık temiz

Şirket bazı durumlarda yasal zorunluluk olmadığı hallerde de çevre yatırımı yapmaktan çekinmedi

Arcelik-LG, biyolojik ve endüstriyel atık sistemleri sayesinde, evsel atıksular ve endüstriyel atıksular, Su Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği Teknik Usuller Tebliği kriterlerine uygun hale getirildi. Bu kriterlerin kontrol altında tutulması amacıyla periyodik analizler sürüyor. Ayrıca baca gazı emisyon yatırımlarıyla, endüstri tesislerinden kaynaklanan Hava Kirliliğinin Kontrolü Yönetmeliği esasları yerine getirildi. 2005 yılından bu yana tank, laboratuvar ve multi ürün yatırımlarıyla, ürünlerde yaklaşık olarak 270 bin kg ozon tabakasına zararlı ve içinde Cl atomu içeren Freon 22 gazı yerine, ozon tabakasına zarar vermeyen R410a gazı kullanıldı. R410a kullanımına ilişkin bütün altyapısını oluşturan Arcelik-LG, yasal mevzuatında hiçbir zorunluluk olmadığı halde iç pazara da R410a'lı ürünler sundu. XRF cihazı ve ilişkili yatırımlarda, doğaya zararlı yasaklı malzemelerin kullanımını kısıtla-



Arçelik-LG yasal zorunluluk olmayan alanlarda da çevre yatırımı yaptı.



Opet Yeşil Yol projesiyle istasyonlarını ve çevresini ağaçlandırıyor.

yan ROHS Direktifi'ne uyumlu malzeme kullanım süreci kontrol altına alındı.

Koç Statoil'in faaliyet konusu ise bizzat çevre dostu enerji kaynağı olan doğalgaz. Şirket, doğalgazın boru hattı ile ulaşmadığı lokasyonlarda bulunan tüketicilerin, yani kâğıttan asfalta, turizmden gıdaya kadar her sektörde faaliyet gösteren ve enerjiye ihtiyaç duyan tüzel kişilerin ihtiyaç duyduğu enerjiyi, sıvılaştırılmış veya sıkıştırılmış doğalgaz olarak sunuyor. Çevre konseptli özel bir çalışması bulunmayan Koç Statoil, piyasaya sunduğu ürünün daha temiz bir yakıt olması sebebiyle, çevreye dolaylı bir katkı veriyor. Koç Statoil, faaliyet göstermeye başladığı günden bugüne toplam 30.5 milyon YTL yatırım yapmış durumda.

ri ödenerek geridönüşüm şirketlerine gönderiliyor.

Yapı Kredi "Sınırsız Mavi" ile çevre bilinci aşıyor

Sınırsız Mavi projesi 28 kıyı ili ile Van'da okullardaki öğretmenlere eğitim vermeyi hedefliyor

DenizTemiz Derneği/Turmepa ve Yapı Kredi, Milli Eğitim Bakanlığı'nın da desteğiyle ilköğretim ve lise çağındaki öğrencileri, doğal varlıkları korumak konusunda bilinçlendirmek ve farkındalık yaratmak amacıyla "Sınırsız Mavi" projesini hayata geçirdi. İlk olarak 4 Aralık 2006'da İstanbul'un Üsküdar ilçesinde başlayan "Sınırsız Mavi" projesi, 28 kıyı ili ve Van'da bulunan okullardaki öğretmenlere eğitim vermeyi planlıyor. Hedef, eğitime katılan öğretmenlerin de kendi okullarındaki öğrencilere "Sınırsız Mavi" projesi eğitimini vermeleri.

Eğitimlerde kullanılan öğretmen ve öğrenci kitapçıklarının içeriği; öğrencilerin yaşı, öğrenim gördüğü sınıf, kişisel deneyimleri ve gelişim özelliklerine göre; 1. sınıf, 2-3. sınıf, 4-5. sınıf, 6-8. sınıf ve 9-12. sınıf olarak hazırlandı.

Bugüne dek Adana, Muğla, Antalya, Düzce, Van ve İstanbul'un bazı ilçelerinde gerçekleşen eğitimlerle, 2918 ilköğretim okulundan, 5125 öğretmen ve okul müdürüne, 1 milyon 75 bin öğrenciye ulaşıldı. 2008 yılında, İstanbul'daki eğitimler ile birlikte Mersin, Hatay, Aydın, Sinop, Kocaeli, Sakarya ve Bartın illerinde de "Sınırsız Mavi" eğitimleri devam edecek.

Demir Export bir orman, dört göl yarattı

Bitki örtüsü açısından kurak bir bölgede faaliyetini sürdüren Kangal Kömür İşletmesi tarafından madencilik öncesi çorak ve tarıma elverişsiz olan yaklaşık 330 hektarlık alana 451 bin ağaç dikildi, dört yapay göl oluşturdu

Şirket, madencilik faaliyetlerinin henüz projelendirme ve fizibilite aşamalarında, rekültivasyon planları yapıyor, işletmelerde oluşacak sanayi, evsel, tıbbi vs. atıkların depolanması veya yeniden kazanılmak üzere geçici depolanması konularında mevcut mevzuatın gerekliliklerini yerine getirecek maliyetler çıkarıyor. Demir Export, bu konularda gerekli önlemleri almakla kalmayıp, alınan önlemlerin uluslararası standartlara uygunluğunu da araştırıyor.

Şirket, bu sayede Kangal Kömür İşletmesi ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi ve OHSAS 18001 İş Güvenliği ve Çalışan Sağlığı belgelerini aldı, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi belgesinin alınmasını ise başvuru aşamasına getirdi. Ayrıca İşletmede yağ, filtre, akü gibi kontamine edici atıklar bertaraf bedelle-

Opet'in hedefi deniz suyundan tatlı su üretmek

Opet Marmara Terminali'nde deniz suyunun arıtılarak kullanma suyuna dönüştürülmesine yönelik bir yatırım, etüd aşamasında. Proje gerçekleşince, bölge için çok değerli olan tatlı suyun terminalde kullanımı en az seviyeye indirilecek ve terminal operasyonları için gerekli olan tatlı suyun deniz suyundan üretilmesi mümkün olacak

Opet, bütün terminallerinde endüstriyel ve evsel atıksu arıtma üniteleri tesis ederek bu tesislerde oluşan suların kanun ve yönetmeliklerde belirtilen teknik kriterlere göre arıtılmasını hedefliyor. Şirketin Marmara, Giresun, Aliağa, Körfez, Antalya ve Mersin terminallerindeki hem endüstriyel hem de evsel atıksu arıtma üniteleri yenileniyor. Marmara Terminali'nde arıtılan su, denize deşarj edilmiyor, sulama için kullanılıyor. Opet Marmara ve Mersin terminallerinde ISO 14000 belgesini 2008 sonuna kadar almayı hedefliyor. Opet ayrıca, yeşil alanları yaygınlaştırmak ve korumak amacıyla 2004'te "Yeşil Yol" projesini başlattı. "Yeşil Yol" projesi en az 10 yıl sürdürecektir. Opet, tüm Türkiye'ye yaymayı hedeflediği bu projeye ülkemize yarım milyonun üzerinde ağaç kazandırma yolunda hızla ilerliyor. "Yeşili kaybeden yaşamı kaybeder" sloganıyla yoluna devam eden projenin bir amacı da çevre bilincinin yaygınlaşmasına katkıda bulunmak. İlk olarak Opet akaryakıt istasyonları ve çevresindeki 1.5 kilometrelik alanın ağaçlandırılmasıyla başlayan proje çerçevesinde bugüne dek 412 istasyonda 340 binden fazla bitki dikildi.

Koç Statoil'in ürünü zafen çevre dostu

Şirket piyasaya sunduğu ürünün daha temiz bir yakıt olması nedeniyle çevreye dolaylı bir katkı sağlıyor

Koç Bilgi ve Savunma'dan Türk Savunma Sanayii'ne milli çözüm



Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri ile STM ortaklığıyla hayata geçirilen TSK Bilgi Sistemi Projesi (TBS), Genelkurmay Başkanlığı'nın hizmetine sunuldu. Projenin hedefi, Türk Silahlı Kuvvetleri'nin bilgi akışı, zamanlaması ve güvenliği konularında artan ihtiyacını karşılamak

K

oç Bilgi ve Savunma Teknolojileri A.Ş. ile STM A.Ş.'nin imzasını taşıyan, Türk Silahlı Kuvvetleri nezdinde bugüne kadar

geliştirilmiş en büyük IT projesi olarak değerlendirilen TSK Bilgi Sistemi Projesi (TBS) artık "evinde".

Genelkurmay Başkanlığı, Kuvvet Komutanlıkları, Jandarma Genel Komutanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı ve Milli Savunma Bakanlığı ile entegrasyonu sağlayarak, bütünlük bir platform üzerinden bilgi alışverişi yapılabilmesine olanak sağlayacak proje, 31 Ocak'ta Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nda düzenlenen tö-

rende teslim edildi. 38 uzmanın görev aldığı, 22 ayda bitmesi planlanan TSK Bilgi Sistemi Projesi, 28 Ocak 2005'te imzalandı.

2005'te ağırlıklı olarak sistem isterlerinin tanımlanması ve analiz safhalarını içeren ve 97 modülden oluşan sistemin, aynı yıl 80 modülde toplanması söz konusu oldu. 2006 başı itibarıyla evrak yönetim sistemi devreye alınan proje, Mart 2007'de farklı bir yaklaşımla, biten modüllerin direkt olarak Genelkurmay Başkanlığı'nda devreye alınarak bir taraftan gerçek hayatta kullanımının sağlanması, diğer taraftan da eksikliklerin giderilmesiyle devam etti. 24 Eylül'de resmi olarak

başlayan TSK Bilgi Sistemi Projesi kabul süreci, 28 Aralık'ta tamamlandı.

TBS elektronik harbe kadar açılım yaratabilecek bir projedir

31 Ocak'ta yapılan teslimat törenine, Milli Savunma Bakanı M. Vecdi Gönül, Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar, Koç Holding Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, Koç Bilgi Grubu Genel Müdürü Mehmet Nalbantoğlu ve STM Genel Müdürü Recep Barut katıldı. Ali Y. Koç toplantıdaki sözlerine "Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın başlattığı, yerli katkıyla Savunma Sanayii'nin oluşması vizyonuna sadık kalınma-

Teslimat töreninde Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar, TBS'nin önemini, "Tamamen yerli katkılarla geliştirilen projenin içerdiği yetenekler göz önüne alındığında, TSK çapında bir ilkin gerçekleştirildiği görülmektedir" sözleriyle dile getirdi.



sı bizi motive etmiş, onurlandırmıştır" diyerek başladı.

Ali Y. Koç, TBS'nin, TSK'nın bilgi akışı, zamanlaması ve güvenliği konularında artan ihtiyacı karşılamaya yönelik geliştirildiğini, ayrıca kurumun bundan sonra hayata geçireceği tüm yazılım projeleri ve sistemlerinin de entegre edilebileceği şekilde dizayn edildiğini anlattı. Mevcut haliyle bile Genelkurmay Başkanlığı'nın karar destek mekanizmaları için büyük önem arz eden projenin, ileride, kuvvetlerarası müşterek harekât için de bir altyapı oluşturduğunu belirten Ali Y. Koç, "TBS projesi, başta 'elektronik harp' olmak üzere pek çok yeni kavramla doğrudan bağlantı kurularak, yeni açılımlar yaratabilecek çapta inşa edilmiş bir sistemdir" dedi.

"Güç 1300 yıl önce koşum ve dizgindi, bugün bilgi ve iletişim"

Ali Y. Koç daha sonra bilginin ve bilgiyi yönetebilmek için teknolojinin önemine değindi: "Uluslar güçlerini iki temel kavramda yansıtmıştır; savaş ve ekonomi. Bu iki araç, tarihin akışında yönlendirici oldu. Her iki alanda da başarıyı, ileri teknolojiyi en iyi kullanan uluslar sağladı. Bu teknoloji 1300 yıl önce atların koşum ve dizgini, 600 yıl öncesinde top, 100 yıl önce çelik, bugün ise bilgi ve iletişim, yani bilişimdir. Bilginin teknoloji sayesinde en iyi şekilde kullanılarak rekabet avantajı yaratması, günümüzü bilgi çağı yapmıştır. Gelişmiş ülkelerde hayatın tüm süreçlerinde bilgi yönetimi ve sistemleri önemli rol oynuyor. Kısacası, yaşadığımız çağda mevcut bilgiyi, teknolojiyi iyi kullanarak yönetmek, gücün ta kendisi anlamına geliyor."

Sözkonusu Milli Savunma ise, "yerel katkı" vizyonu kaçınılmazdır

Koç Topluluğu'nun, Türkiye'nin bölgenin lider ülkesi olabileceğine ve de olması gerektiğine yürekten inandığını belirten Ali Y. Koç, bunun gereklerini şöyle sıraladı: "Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın geliştirdiği 'millileştirme-yerli katkı' vizyonu ger-

çekleştğinde, ülkemizde bir milli savunma sanayii yaratarak, hem savunmada dışa bağımlılığın azalmasını mümkün kılacak hem de Türkiye'de bilişim sektörünün kalkınmasına, bilişim çağını yakalamamıza, inovasyonun gelişmesine büyük katkı sağlayacaktır. Ülkemizin bu coğrafyanın lider ülkesi olabilmesi için zengin bir ekonomiye, rekabetçi bir özel sektöre, güçlü bir orduya, inovasyona ve teknolojiye ihtiyacı vardır. Hepimizin arzuladığı bu noktaya ülke olarak gelebilmemizde, milli savunma sanayiinin büyük katkıları, etkisi ve sorumlulukları olacaktır. Söz konusu milli savunma ise, 'yerel katkı' vizyonu kaçınılmazdır. Bu süreçte başarı için uzun vadeli yaklaşım, vizyon, liderlik, sabır ve irade gerekir. Bu iddialı hedefe, kamu, özel sektör ve akademik dünya, güçlerini birleştirerek, adeta bir ülke konsorsiyumu gibi odaklanmalı. Koç Topluluğu olarak bu vizyonun bir parçası olmayı hedeflediğimizi vurgulamak isterim."

Ali Y. Koç, Topluluğun bu yöndeki çalışmaları hakkında bilgi verdi:

"Bugüne kadar donanma için iki lojistik gemi inşa eden RMK tersaneleri, SSM tarafından dört Sahil Güvenlik Arama Kurtarma Gemisi Projesinde ana yüklenici olarak görev aldı. Gemilerin üretimini RMK Tersanesi yapacak, alt yüklenici firma elektronik sistemleri sağlayacak. Koç Bilgi ve Savunma da, program yönetim servislerinin hizmetini verecek. RMK Tersanesi ayrıca Deniz Kuvvetleri'nin ihaleye çıkacağı askeri gemi projeleriyle ilgileniyor. Yıllardır orduya kobra zırhlı araç ve LandRover Defender taktik arazi araçları üreten Otokar

ise Milli İmkanlarla Modern Tank Üretimi Projesi (MİMTÜP) için SSM ile sözleşme çalışmalarını yürütüyor. Bu projede Otokar, ana yüklenicidir. Buna mukabil Otokar zırhlı araçlarla ilgili teklif hazırlığı içindedir. Koç Topluluğu olarak savunma sanayiinin ihtiyaçlarını karşılamak kadar uluslararası rekabetin bir parçası olmayı ve uzun vadede bölgeye ihracat da yapabilecek seviyeye gelmeyi ümit ediyoruz."

Ali Y. Koç, vizyonları ve destekleriyle projenin başarısına katkı sunan Savunma Sanayi Müsteşarlığı, Genelkurmay Başkanlığı ile STM ve Koç Bilgi Savunma çalışanlarına teşekkür etti.

"Koç Topluluğu'nun savunma sanayiine katkısı çok önemli"

Koç Bilgi Grubu Genel Müdürü Mehmet Nalbantoğlu ise savunma sanayiine ilgi ve yatırımlarının 2002 yılında başladığını belirtti. 2004'te SSM'nin A sınıfı sertifikasyonu ile belgelendirip büyük projelerde anahtar teslim proje yükümlülüğünü taşıma anlamında bir yetki de almış olduklarını, 2004 sonunda da ilk kez STM ile beraber teklif verdikleri TSK Bilgi Sistemi projesini aldıklarını hatırlatan Nalbantoğlu, şöyle devam etti:

"Bu proje, ilk kez bizim de kendi adımıza savunma sanayiinde yaratmış olduğumuz rekabetti. 2006 sonunda bu odaklanmamızı Koç Bilgi ve Savunma Teknolojileri A.Ş. altında toplayıp yeni bir yapıya gittik. 2007'de de yatırımlarımızı hızlandırdık. Kurduğumuz akustik laboratuvarında, dalgıç tespit sonarı ve cam elyafı sertleştirilmiş plastik gövdeli mayın üretim pro-

jelerimizin Ar-Ge çalışmalarını başlattık. Halen TÜBİTAK-Marmara Araştırma Merkezi (MAM) ve Deniz Kuvvetleri Araştırma Merkezi Komutanlığı'nca prototipi geliştirilen MİLGEM sonarının hem gemi hem deniz kısmının endüstri tarafından seri üretimi konusu, MAM ile yapılan görüşmeler çerçevesinde yürütülüyor. 2008-2015 akustik iş planımızda Dalgıç Tespit Sonarı, GRP Gövdeli Ma-

yın, Torpido Mayın, MILGEM SONAR, SONOBOY üretim ve Milli TORPİDO yapılabilirlik etüt çalışmaları da dahil olmak üzere hedeflediğimiz cironun önemli bir kısmını ihracattan elde etmeyi hedefliyoruz. Aynı zamanda, SSM tarafından başarılı bir şekilde oluşturulmuş olan Gemi Komuta Kontrol Sistemi geliştirme ve Konsol Üretimi yapan şirketlerimizin kabiliyetlerini ve TÜBİTAK-MAM teknoloji-

lerini de kullanarak, öncelikle Denizaltı Savaş Yönetim Sistemleri olmak üzere, 'Milli SYS' geliştirmede Koç Bilgi Savunma olarak rol üstlenmeyi hedefliyoruz." Nalbantoğlu sözlerini, "Bu projede emeği geçen 44 sessiz kahramanımıza, STM ve Koç Bilgi Savunma'daki tüm mühendis arkadaşlarıma yürekten teşekkürlerimi iletiyorum, kendilerini kutluyorum" diyerek noktaladı.



Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar: "TBS, TSK çapında bir ilktir"

Savunma Sanayii Müsteşarı Murad Bayar, TSK Bilgi Sistemi Projesi kabul törenindeki konuşmasına şöyle başladı: "Tamamen yerli katkılarla geliştirilen TBS projesinin içerdiği yetenekler göz önüne alındığında, TSK çapında bir ilkin gerçekleştirildiği görülmektedir. Proje, uzun yıllar Genelkurmay Başkanlığı Karargâhı bünyesinde değişik alanlarda icra edilen faaliyetlerin bir çatı altında bütünlük olarak çalışmasına imkân vermekte ve ayrıca Kuvvet Komutanlıkları, Jandarma Genel Komutanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlıkları ile çeşitli alanlarda entegrasyon sağlamaktadır. TBS projesinin tüm kuvvetlerle entegre milli bir IT altyapı oluşturması, bünyesinde çok geniş bir ihtiyaca cevap verecek evrak yönetim sisteminden, coğrafi bilgi sistemine kadar yazılım modüllerini barındırması da en önemli farklılığıdır."

TBS projesinin, Genelkurmay Başkanlığı Karargâhı'nın savaş ve barış durumunda cari faaliyetlerini yerine getiren 6 J Başkanlığı (Personel, İstihbarat, Harekât, Lojistik, Genel Plan Prensipler ve MEBS) ile Silahlı Kuvvetler Komuta Harekât Merkezi (SKKHM) Amirliğinin karargâh otomasyonunu gerçekleştirmesinin yanında, bu otomasyonu gerçekleştirirken diğer Kuvvet Komutanlıkları (Kara, Hava ve Deniz), Jandarma Genel Komutanlığı, Sahil Güvenlik Komutanlığı ve Milli Savunma Bakanlığı ile entegrasyonunun sağlandığını ifade eden Bayar şöyle devam etti: "Bu açıdan bakıldığında, Genelkurmay J Başkanlıkları ve SKKHM uygulama yazılımları, Teşkilat-Malzeme-Kadro (TMK) entegrasyonu, TSK Müşterek Veri Sözlüğü, Formatlı Mesaj Sistemi (MEFORS) ile haberleşme ve veri entegrasyonu, Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS) uygulamaları, Evrak Yönetim Sistemi (EYS) gibi bileşenlerin entegre çalıştığı komple bir çözüm olarak, TSK nezdinde bugüne kadar geliştirilmiş en büyük IT projesi olma özelliğine sahip-



tir. Bu proje, Genelkurmay Başkanlığı'nın karar destek mekanizmalarına yönelik alt yapıların kurulması açısından büyük önem arz etmektedir. Ayrıca, müşterek harekât resmi yapısına da bir anlamda alt yapı oluşturulmuştur."

2010 yıl sonu hedefi: Yüzde 50 yerli üretim

Savunma sistem tedarikinde uzman bir kuruluşu olan Savunma Sanayii Müsteşarlığı'nın bugüne kadar yürüttüğü çalışmalar neticesinde, savunma sanayiinin, stratejik bir yetenek olarak ortaya çıktığını belirten Murad Bayar şöyle dedi: "Elde edilen bu yeteneğin geleceğe taşınmasına yönelik gayretlerin, somut amaç ve hedeflere dayalı, performans odaklı bir yaklaşım içinde ele alınması amacıyla hazırladığımız 2007-2011 stratejik planımızda vizyonumuzu yazılı hale getirdik ve bu vizyon doğrultusunda ilk defa olarak kurulumumuzun öncelikle 2011 yılına kadar ulaşmasını planladığımız somut amaç ve hedefleri belirledik. Bu hedefler doğrultusunda da çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Bunun sonuçlarını da görmeye başladık, örneğin Türk Silahlı Kuvvetleri'nin savunma sistem ihtiyaçlarının yurtiçi karşılanma oranı 2005 itibarıyla yüzde 25 civarında iken, bugün yüzde 37 seviyelerine ulaşmıştır. Stratejik plandaki hedeflerden biri de 2010 sonuna kadar savunma sistem ihtiyaçlarının yurtiçi karşılanma oranının yüzde 50'ye çıkartılması."

Bu amaçla, SSM tarafından yürütülmekte olan tedarik projelerinde; savunma sanayiinin kabiliyet alanlarında öncelikle özgün geliştirme modellerinin uygulanması ve savunma sanayii ürün portföyünün zenginleştirilmesi, geliştirilen maliyet etkin olmadığı durumlarda ortak geliştirme veya çokuluslu konsorsiyumlara ortak olma, tasarım ve risk ortağı olma potansiyelinin geliştirilmesi ve bu önceliklerin sağlanamaması durumunda da hazır alım yoluna gitme ile bu tür projelerde ortak imalat ve ofset yoluyla ulusal sanayiimize iş imkânları yaratılması şeklinde üç ana yaklaşımı bulunduğunu belirten Bayar, "Bu doğrultuda, stratejik alanlarda Türk Silahlı Kuvvetleri'nin yeni sistem ihtiyaçları özgün geliştirme ile karşılanmaktadır. Örnek olarak, "Milli Gemi" projesi, "İnsansız Hava Araçları Geliştirme" projesi, Taarruz Helikopterleri için "Görev Bilgisayarı Geliştirme" projesi ve "Orta ve Uzun Menzilli Tanksavar Füze Geliştirme" projeleri gösterilebilir. Milli bir tankın geliştirilmesine yönelik sözleşme çalışmaları ise devam etmektedir. Sözleşmeye bağlanan bu özgün geliştirme projeleri önümüzdeki birkaç yıllık dönemde sonuçlarını vermeye başlayacak ve sektör şirketleri kendi özgün ürün portföylerini zenginleştireceklerdir" dedi.

Çift amaçlı (dual use) teknoloji olarak tanımlanan, yani hem askeri hem de sivil alanda mevcut ve potansiyel kullanım imkânına sahip pek çok teknoloji bulunduğunu ve bu nedenle daha çok sivil sektörlerde faaliyet gösteren yerli şirketlerin de savunma sanayiine yatırımları olmasını memnuniyetle karşıladıklarını söyleyen Murad Bayar, yerli şirketlere, TSK'nın mevcut ve gelecek ihtiyaçlarını ve dünyadaki savunma sistem trendlerini takip etmeleri ve kendi faaliyet sahalarında özellikle halihazırda ülkemizde eksiklik bulunan kritik teknoloji alanlarına yatırım yapmaları tavsiyesinde bulundu.

Tofaş, 40. yılında uluslararası piyasalardan bir yıldönümü armağanı aldı. Tofaş'ın bugüne dek kullandığı en yüksek tutarlı kredi olan 450 milyon Euro, "263 Projesi" olarak adlandırılan hafif ticari araç projesinin geliştirilmesi ve üretilmesinde kullanılacak



Uluslararası piyasalar "Koç Holding'e güveniyoruz" dedi

Tofaş, uluslararası piyasalardan, "263 Projesi" olarak adlandırılan hafif ticari araç projesinin geliştirilmesi ve üretilmesinde kullanılmak üzere 450 milyon Euro kredi sağladı. Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, finansal piyasalarda çalkantı ve likidite sorunları sürerken alınan bu krediyi, Koç Holding ve Tofaş-Fiat ortaklığına duyulan güvenle açıkladı. 263 projesinin geliştirilmesi ve üretilmesi ile ilgili yatırım harcamalarının finansmanında kullanılacak olan kredi, bugüne kadar Tofaş'ın kullandığı en yüksek tutarlı kredi. Toplam 10 yıl vadeli ve maliyeti Euribor+1.275 olan kredinin imza töreni, Cenevre'de düzenlenen 78. Uluslararası Otomobil Fuarı'nda yapıldı.

"Koç Grubu Fiat'ın en iyi ortağı"

Mustafa V. Koç törende, Tofaş'ın kuruluşunun 40. yılında alınan bu kredinin, özellikle global finansal piyasalarda yaşanan tüm çalkantı ve likidite sorunlarının devam ettiği bir ortamda, maliyet ve

vade yapısı itibarıyla bugüne kadar Türk şirketleri tarafından alınan en uygun koşullu kredilerden biri olduğunu vurguladı. Bunun gerek Türk ekonomisi, gerek Koç Topluluğu gerekse de Tofaş-Fiat ortaklığına gösterilen güvenin çok önemli bir işareti olduğunu söyleyen Mustafa V. Koç, "Tofaş'ın bugüne kadar kullandığı en yüksek tutarlı kredi olma özelliğini taşıyan bu kredi, Koç Topluluğu'nun, Fiat'ın ve elbette Tofaş'ın finansal piyasalardaki gücünün ve yüksek kredibilitesinin de çok önemli bir göstergesidir. Ayrıca bu sevindirici gelişmenin, Türk otomotiv sanayisinin belkemiği olan Tofaş'ın kuruluşunun

40. yılında gerçekleşmesi de bizler için gurur kaynağıdır" dedi.

Koç, kredi sağlayan kuruluşların temsilcilerine de, Tofaş ve Türkiye'nin geleceğine duydukları güven ve verdikleri destek için teşekkür etti. Kredi anlaşmasının Tofaş ve Fiat'ın başarılı işbirliğinin bir göstergesi olduğunu belirten Fiat Group CEO'su Sergio Marchionne da, Tofaş ve Türkiye'ye güvendiklerini, bu nedenle de yatırımlarına devam edeceklerini söyledi: "Tofaş bizim yavaş ama kararlı global büyüme stratejimizin ayrılmaz bir parçasıdır. Koç Grubu Fiat'ın şimdiye kadar sahip olduğu en iyi ortaktır. Kendilerine teşekkür ediyorum."

Tofaş CEO'su Ali Pandır: "Tofaş lider kuruluştur"

"Daha önce duyurulan proje, imzalanan kredi anlaşmasıyla hayat buldu. Bu kredi, 40. yılını kutlayan Tofaş'ın iki ana ortağı Fiat ve Koç Holding'in başarılı ortaklığının kanıtıdır. Bu ortaklık çatısı altında Tofaş, uzun yıllardır Türkiye otomotiv endüstrisini yönlendiren lider kuruluştur. Tofaş özellikle son beş yılda Doblo, Linea, MiniCargo ve son olarak 263 projesi ile işbirliğinde en üst noktaya ulaştı. Bugüne kadar Tofaş'ın kullandığı en yüksek tutarlı kredi olan bu kredi de, ortakları ve uluslararası piyasaların Tofaş'a ve Türk ekonomisine güveninin kanıtıdır."

“Yeni rekabetin hedefi müşterinin ta kendisi”

Koç Holding Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç: “Bugün global dünyada öne çıkan markalar, bilgi ve teknolojiyi, müşteri deneyimlerini farklılaştırmak ve onlara olumlu bir marka tecrübesi yaşatmak adına en etkin şekilde kullanmaktadır. Ve CRM bu noktada da önem kazanmaktadır”

Rekabet, hem yerel hem küresel ölçüde, globalleşme ve teknolojinin yeni imkânlarıyla giderek keskinleşiyor. Koç Topluluğu CRM

Forumu'nda bu gözlemi aktaran Koç Holding Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç, yıllarca ürün, sonra da verimlilik ve fiyat için yarışan firmaların, artık kendilerini yeni bir yarışın içinde bulduğunu, bu yeni yarıştaki hedefin de müşterinin ta kendisi olduğunu anlattı.

Koç Topluluğu CRM Forumu, 28 Şubat'ta Koç Holding Konferans Salonu'nda yapıldı. Koç Topluluğu Grup Başkanları, KoçCRM faaliyetlerinde aktif rol alan şirketlerin genel müdürleri, satış-pazarlama genel müdür yardımcıları ve CRM konusunda çalışmalarını yürüten ekiplerin katıldığı forumda, Topluluğun müşterilerine verdiği önem, müşteri memnuniyeti amacıyla gerçekleştirilen ve planlanan CRM çalışmalarına ve paroya verilen önem ile üst düzey destek ve yönlendirme mesajları katılımcılarla paylaşıldı. Şirketlerin gerçekleştirdikleri ve Koç Topluluğu CRM Başarı Ödülü'ne aday oldukları uygulamalardan örneklerin sunumu ve ödül takdimi, CRM Forum'unu, tecrübelerin paylaşıldığı bir platforma taşıdı.

Ali Y. Koç, Topluluğun CRM çalışmalarının geçirdiği evreleri, bu yolda oluşturulmaya başlanan “Ortak Akıl” yarattığı gelişmeleri, sahip olunan birinci sınıf CRM altyapısını, hedeflenen CRM vizyonunu, müşteri memnuniyetine odaklı çalışmalara başlanmasından duyulan



memnuniyeti aktardı. Temel ekonomideki rekabet şartlarının kökten değiştiğini ifade eden Ali Y. Koç, bugünün iş dünyasının, yenilenen rekabet koşullarını, yeni yaşam modellerini ve yeni yönetim tarzlarını benimsediğine dikkat çekti. Ali Y. Koç dünya konjoktüründeki bu değişikliklerle birlikte, yeni sadık müşteriler yaratmanın, mevcutları elde tutabilmenin ve çapraz satış yapabilmek kapasitesine sahip olmanın, rekabet için olmazsa olmaz bir konuma geldiğini ve müşteri odaklı yönetim yaklaşımı için CRM'nin gerektiğini belirtti.

Müşterinin tanımlanamadığı dönemden, müşteriye özel uygulamalara

Ali Y. Koç, KoçCRM çalışmalarını başladığı günlerde Topluluk şirketlerinin çoğunluğunda müşterilerin dahi tanımlanamadığını hatırlattı. Ali Y. Koç, geline noktada şirketlerin, müşteri segmentlerine yönelik uygulamaları hayata geçirdiklerini aktardı. Paro programı ile

müşteriye gerçek zamanlı erişim ve fayda sunma imkânı sağlandığını ifade eden Ali Y. Koç, Tanı'nın koordinasyonunda yürütülen Koç Topluluğu CRM faaliyetlerinin 2007'de Topluluğa 247 Mio YTL ilave ciro yarattığını belirtti.

Ali Y. Koç tüm katılımcılara çalışmalarını hızlandırarak yaygınlaştırmaları, Topluluk markalarını tercih eden müşterilerin memnuniyetine yönelik, kendilerini farklı hissettirecek özel uygulamaları devreye almaları mesajını verdi. Ali Y. Koç, Topluluk müşterilerinin paro değer algısını yükseltmek, onlara paroyla olumlu tecrübe yaşatmak üzere, paro üyelerine özel avantajlar sunulmasının, müşterilere parola kartlarının sorulmasının ve onlara temas noktasında erişilebilmek için paro kuponlarının iletilmesinin önemli olduğunu vurguladı.

Ali Y. Koç, CRM konusunda emeği geçen ekiplere teşekkürlerini iletti, CRM'de tecrübelerinin giderek arttığını, artık daha hızlı karar alıp fikirleri rekabet avantajı yaratacak şekilde hayata geçirmenin gerekliliğini hatırlattı.

Forum, Tanı Pazarlama ve İletişim Hizmetleri A.Ş. Genel Müdürü Tuğrul Fadilloğlu'nun sunumuyla sürdü. Fadilloğlu katılımcılara, KoçCRM ve paro ile oluşturulan yapının gelişimini anlattı. Müşteri veri ambarı, paro ile 7 bine yakın noktada müşteriye bire bir erişim/temas imkânı, segmentasyon ve paro programındaki ilerlemelerle geline noktayı paylaşarak, Koç Topluluğu'nun CRM vizyonunu, 2008 yılı hedef ve faaliyetlerini katılımcılara aktardı. Fadilloğlu'nun sunduğu bilgiler, paronun gel-

- Aktif paro üyesi: 5.758.237
- Haziran 2006 lansmanından Şubat 2008'e müşterilere paroyla sunulan fayda: 84 Mio YTL
- Dakikada 90 YTL paropuan
- 2007 yılı müşteri temas sayısı: 11.089.656
- Bire bir iletişim kampanya sayısı: 327

2007 Yılı

Parolu kartların kullanıldığı ciro: 4,9 Mia YTL
Parolu işlem: 89,5 Mio adet
İlave ciro: 247 Mio YTL



Migros, Tedarikçi CRM Projesi ile 2007 Koç Topluluğu CRM Başarı Ödülü'ne hak kazandı

MİGROS

Migros ekibi CRM faaliyetlerinin tüm paydaşlar tarafından sahiplenilmesinin ve iş süreçlerinin içine entegre edilmesinin getirdiği fırsatları ve başarıyı öne çıkaran bir proje ile ödüle hak kazandı. Migros'un projedeki yaklaşımı, müşteriyle temas halinde bulunan tüm iş ortaklarının, müşteri datasını anlamaya ve bu konuda adım atmaya teşvik edilmesi yönündeydi. 2002 yılından bugüne tedarikçilerle CRM çalışmaları yürütülmekteydi. Bu süreçte tedarikçilerin nasıl bilgilere ihtiyacı bulunduğu daha iyi anlaşılmış oldu. Bu bilgiyi iş süreçlerinde tedarikçi, müşteri ve Migros için fırsata dönüştürmek üzere 2007 yılında "Tedarikçi CRM paketi" oluşturuldu. Paketle birlikte tedarikçilere Migros üzerinden müşteri analizleri yapabilecekleri ve isterlerse onlara erişebilecekleri bir bilgi portalı ve özel hizmet paketleri sunuldu. Tedarikçiler portal üzerinden, müşterinin kimliği açıklanmaksızın sorguladıkları kitlelere, kiosk, sms, gönderi, e-mail, parokupon gibi bire bir kanallardan da erişebilmektedirler.

diği başarılı noktayı da gösteriyordu. Her yıl düzenlenen Koç Topluluğu CRM Başarı Ödülü'ne aday olan şirketlerden ilk beşe giren projelerin sunumuyla süren forumda, KoçAllianz, Koçtaş, Opet, Tofaş ve Migros ekiplerinin projeleri, katılımcılardan övgü aldı.

Koç Holding CEO'su Dr. Bülent Bulgurlu, rahatsızlığı nedeniyle katılmadığı foruma gönderdiği mesajda, sürekli bir değişim yaşadığını hatırlattı ve bu süreçte sağlanacak başarıda müşterinin önemini vurguladı. Dr. Bülent Bulgurlu, müşteriden önce onun ihtiyaçlarını anlayıp, buna göre hizmet ve ürünler sunulmasının gerektiğini, bunun ancak müşteriye yakın olmak ve tanımakla gerçekleşebileceğini, yeni ürün ve markaların hayatımıza bu şekilde girdiğini belirtti. Dr. Bul-

gurlu, yenilikçiliğin yanı sıra devamlılığın da önemini vurguladı. Dr. Bulgurlu, mevcut müşterilerin korunabilmesi ve yenilerinin edinilebilmesi için, müşteri isteklerinin karşılanması gerektiğini belirtti. Müşterilere sağlanacak avantajlarla farklı olduklarını hissettirerek onlara müşteri olmanın konforunu yaşatmak gerektiğini vurguladı. Koç Topluluğu'nun paro ile müşteriyi tanıma ve kendisine uygun kampanyalar yapma, ürün geliştirme imkânına sahip olduğunu belirten Dr. Bulgurlu, paronun daha da kuvvetlenmesinde satış ve servis noktalarında paro ile yapılacak işlemlere hassasiyet gösterilmesinin önemini belirtti. Toplantı Ali Y. Koç'un, 2007 Koç Topluluğu CRM Başarı Ödülü'ne hak kazanan Migros T.A.Ş. ekibine ödülünü vermesinin ardından sona erdi. 



Tofaş, sektöründe bir ilk olan müşteriye sadakat programını Ocak 2007'de lanse etti: "Hayat Boyu Fiat"

Paronun ilk alt kulübü olan "Hayat Boyu Fiat" kulübünde Fiat marka araç sahibi paro üyelerine, 2000 yılından bugüne aldıkları Fiat araç sayısına göre özel avantajlar sunuluyor. Kulüp, araca değil, müşteriye sunulan bir program olmasıyla sektörde farklılaşıyor. Gerek satış, gerekse serviste müşteriyi tanıyarak özel hizmet ve avantajlar sunan uygulama, bu yönüyle de yine öne çıkıyor. Kulübün sektörde farklılaşan bir diğer özelliği ise, maddi avantajların yanı sıra, üyelere yaşam tarzına özel farklı avantajlar sunması, üyelere düzenli iletişim kurması; böylece üyelerin Fiat markasına olan duygusal bağını güçlendirmeye yönelik faaliyetlerde bulunmasıdır.



Allianz

Koç Allianz, kasko ve sağlık sigortalısı değerli müşterilerine, avantajlı bir ev sigortası kampanyası uyguladı

Koç Allianz, kasko ve sağlık sigortalıları arasında tamamen veri analizi ile belirlenen hedef kitle müşterilerine yönelik bir kampanya düzenledi. Ev sigortası satın alan bu müşteriler 50 YTL paropuan kazandılar.

Kampanya ile satışların yükselmesi ve müşteri memnuniyetinin yanı sıra, Koç Allianz'ın müşterileri arasında paro üye işyeri bilinirliğinin artırılması hedeflendi. Bu kampanya ile paro işlemleri Koç Allianz'da yaklaşık üç kat artarken, ev poliçesi satışlarında bir önceki döneme göre yüzde 150 büyümeye gerçekleşti.



Koçtaş, pasifleşen ve pasifleşme eğilimindeki müşterilerine gerikazanım kampanyası düzenledi

Koçtaş, hedef kitlesine giren paro üyesi müşterilerine, bire bir parosürpriz kuponları ile ulaşarak, özel teklifini iletti. Kampanyaya katılan müşteriler, tekrar Koçtaş'ı tercih ederek, 1 milyon YTL ciro ve genel Koçtaş harcamasının 3.25 katı alışveriş ortalaması yarattılar. Düşük maliyetli erişimle müşteri memnuniyeti ve ciro yaratan bu kampanya, Koçtaş'ta standart bir uygulamaya dönüştürüldü ve periyodik olarak devam ettiriliyor.



SMS ile müşterilerden izni iletişim ve veri kullanım izinlerinin alınması

Koç Topluluğu CRM faaliyetlerinde, müşteri verisinin kendilerinin izni dahilinde paro üyesi işyerleri tarafından kullanımı, temel bir yaklaşım niteliğindedir. Opet bu konuda yeni bir uygulamayı hayata geçirdi. Bu yenilikçi uygulama ile müşteriler veri kullanım tercihlerini SMS yoluyla Opet ve Paro'ya iletebilir konuma geldiler. Düşük maliyetli ve müşteri tercihlerinin hızla uygulamaya alınmasını sağlayan bu yenilikçi gelişim, diğer paro üyesi işyerlerine de yaygınlaştırılmaya başlandı.

"Varuuuz"



Arçelik-LG'nin tüm kadrosu, önce şirketin 2008 vizyonunu dinledi, ardından yöneticilerinin ritimleriyle bu duyuruyu kutladı.

Ortak hedef, ortak giysi

Bu gösterinin mimarı Hakan Bulgurlu, Koç Topluluğu'nun en genç profesyoneli. 1972'de doğan Bulgurlu, yüksek öğrenim için gittiği ABD'den 1994'te döndü. Koç Topluluğu'nun Ram Dış Ticaret şirketinde çalışmaya başladı. Ertesi yıl Topluluğun Çin'deki bağlantılarını organize etmek üzere Hong Kong'a yerleşti. Kısa sürede faaliyetini artıran irtibat ofisi, Ram Pacific adıyla şirketeleşti, Bulgurlu da şirketin genel müdürü oldu. 2007'de ise Arçelik-LG'nin genel müdürlüğünü üstlendi. Burada, Uzakdoğu'da edindiği yönetim felsefesini uygulamaya başladı. 2008 vizyonunu çalışanlarla paylaştıkları yaratıcı etkinlik de, onun fikriydi. Bizi üzerinde bir yelekle, yani yöneticiler dahil tüm çalışanların iş başındayken giydiği ortak giysiyle karşılayan Hakan Bulgurlu ile Arçelik-LG'nin 2008 vizyonunu konuştuk:

2007 sizin için nasıl bir yıldı?

Beyaz eşya açısından zor bir yıldı. Ama klima öyle bir ürün ki, hava sıcaklığı yükselince ne ekonomik kriz ne seçim önemli oluyor; herkes serinlemek istiyor. Geçen yıl Türkiye'de 580 bin klima sattık, 400 bin de ihracat yaptık, bu çok iyi bir sonuçtu.

Şirketin yeni vizyonunu anlatır mısınız?

Şirketimizin geçmiş vizyonu 1 milyon adet klima üretmekti. Bunun sınırlayıcı bir rakam olduğunu düşündük. Bu yüzden yeni vizyonumuzu, iklimlendirme alanında ilk tercih olmak şeklinde belirledik. Ortağımız LG, dünyada klima alanında bir numara. Biz de Türkiye'de pazar lideriyiz. Dolayısıyla bu vizyon, gerçekçi bir hedef.

"İlk tercih olma" vizyonu ev tipi klima için mi geçerli?

Değil. En kısa zamanda ticari klima pazarına girmek amacındayız. Ev tipi, yani split klimalarda Avrupa ve Ortadoğu'daki en büyük fabrikayız. Ama split klimalarda zamanla bir doyum noktası oluşacağı belli. Daha bugünden talep, ticari klimalara, yani inşaat aşamasında binaya yerleştirilen soğutma sistemlerine doğru kayıyor. Amacımız bu ürünleri burada üretmek ve

ticari sistemler alanına girmek. Bu iş çok yüksek teknoloji gerektiriyor, biz de bugünden çalışmalara başladık. 200 milyon dolar civarındaki Türkiye pazarında, iki yıl içinde yüzde 50 pazar payı hedefliyoruz.

2008 yılına ilişkin öngörüleriniz neler?

Türkiye'de cari açık ciddi bir problem. Bu yıl bir yavaşlama beklentisi var. Öngörüm, beyaz eşya sektörü için zorlu bir yıl olacağı yönünde. Doların değer kaybı ihracatta bizleri zorlayacak. Fakat biz maliyeti düşürerek, üretim adedini artırarak bir üretim ekonomisi yakalayacak ve ihracatla büyüyeceğiz. Bugün nasıl her arabada bir klima varsa, evlerde de olacağına inanıyorum. Küresel ısınma ile beraber, refah seviyesi arttıkça klima bir beklenti haline geliyor. Türkiye'de penetrasyon oranı çok düşük; yüzde 9. Pazar henüz çok yeni ve küçük. Buna dayanarak, durgunluktan çok fazla etkilenmeyeceğimiz görüşündeyim. Kurulduğundan bu yana her yıl yüzde 30-35 büyümüş bir şirketiz ve bu sürecektir.

Yeni ürünleriniz de iddialı mı?

2008'de çok ilginç ve yenilikçi bir ürün gamımız var. Enerji tasarrufuna yönelik "inverter" serisi klimalarımız, eksi 15 derecede bile, üstelik kombiden yüzde 28 daha az enerji tüketerek evi ısıtıyor. "Inverter" klimaların farklı odalarda ayrı ünitelerle ısıtma veya soğutma yapabilen modelleri var; bu da yüzde 60 enerji tasarrufu demek. Yani bu yıl enerji tasarrufu konusunda büyük bir atılım yaptık. Bir başka yeniliğimiz de estetik klimalar. Aynalı, çerçeveli ürünler yapıyoruz. Bu çerçevelere de istediğiniz tablo veya fotoğrafı koyabiliyorsunuz. Klima çarpmasına karşı, çerçeve klimalara üç yönden hava üfleme özelliği kazandırdık. Aşağıya, sağa ve sola hava üfleyen bu klimaları uyku moduna geçirdiğinizde, sadece yanlardan hava veriyor. Klima dış ünitelerinin yarattığı görüntü kirliliğine çözüm olarak da, "tek dış ünite-çoklu iç ünite" sistemini geliştirdik. Bir hastanenin dokuz odası veya bir okulun dokuz sınıfı, tek dış üniteyle iklimlendirilebilecek. Amacımız, yaşam ka-



litesine katkı veren ürünler. Bu yüzden sadece Türkiye değil, Avrupa pazarında da hep ilkleri yapmanın peşindeyiz.

Küresel ısınmanın hedeflerinize etkisi var mı?

Az enerji tüketmeye yöneldik. Kullandığımız plastiğin geri kazanılmasına, gazların da atmosfere zarar vermeyen gazlar olmasına dikkat ediyoruz. Türkiye'de R 22 adında, kullanımı kademeli olarak 2010'a kadar kaldırılacak bir gaz kullanılıyor. Yerine daha pahalı ama atmosfere zarar vermeyen A 410 gazı kullanılacak. Biz gönüllü olarak daha bu yıldan birçok ürünü müzde A 410 gazı kullanmaya başladık.

Yönetim felsefenizden söz eder misiniz?

Uzakdoğu'da hâkim olan anlayışa göre, bir işçi ile bir yönetici arasında çok fark yoktur. Bunu burada kısmen uyguluyoruz. Hedeflerimize ulaşabilmek için beraber mücadele etmek zorundayız. Yelekle-rimiz de bu beraberliği simgeliyor. Tüm çalışanlarla fikirlerimizi paylaşıp, herkes-ten de öneri bekleriz. Burada en önemli şey fark yaratmaktır. Biz bu farkın her çalışandan gelmesini talep ediyoruz ve başa-rılı olanları ödüllendiriyoruz. Zaten takım ruhu, aşağıdan yukarıya gelişiyor.

Son olarak bugün şirketin sahip olduğu yeri özetler misiniz?

Bizim gücümüz, markalarımızın gücü, tüketicide uyandırdığı güven, bayi teşkilatımızdan geliyor. Servisimiz muazzam bir iş yapıyor. Geçtiğimiz yaz, günde 10 bin klima monte ettik. Dünyada bunu yapabilen başka hiçbir marka, hiçbir ülke yok. Biz de bu servis gücüne uygun, yenilikçi bir anlayışla iklimlendirme çözümleri üretmek amacındayız. İleriye yönelik, güneş enerjisi veya jeotermal enerjiyle çalışan klima projelerimiz var. Bu amaçlara sadık kalarak büyümemize hızlanarak devam edeceğiz. 🌞

Satın alırken nasıl kazanırsınız?

Arçelik'in yeni bir kazanç kapısı var; "satınalma". Teknolojideki başdöndürücü değişimin ardından koşan, dört senedir Promena ile stratejik "satınalma" projeleri geliştiren Arçelik, "Fırın ve Buzdolabı Cam Parça İhalesi"nden 2.5 milyon dolar tasarruf etti

A

rçelik, Promena ile yürüttüğü online "Fırın ve Buzdolabı Cam Parça İhalesi"nde 2.5 milyon dolar net tasarruf ederek, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç'un "Değişim tehdit değil, fırsattır" çağrısının doğruluğunu kanıtladı.

Arçelik için satın alırken kazanmanın yolu, kuruluşların tüm satın alma işlemlerini en uygun koşullarda yapabilmesi için alıcı şirketlere danışmanlık hizmeti veren, teknik açıdan da bütün sorumluluğu üstlenen Promena ile üç aylık bir ön hazırlıktan geçmişti. Projenin zorlukları vardı. Fırın ve buzdolabı üretimi için "direkt malzeme" kategorisinde olan cam ürünler, ürün kalitesini doğrudan etkilediği için diğer "satınalma" kategorilerine göre daha stratejik öneme sahipti. Ayrıca fiyat, teslimat süresi, kalite ve hizmet seviyesi gibi birçok başka unsurun da değerlendirilmesi gerektiği için, online açık eksiltme yöntemiyle alımı en zor kategorilerin başındaydı. Öte yandan yüksek tutarlı "direkt malzeme" alımları, online ortamda açık eksiltme yöntemiyle yapıldığında, proje getirisi de aynı oranda artıyordu.

Promena ile ilk işbirliği değil

Bu, Arçelik'in Promena ile ilk mesai arkadaşlığı değildi. İlk adımı, Yatırımlar ve Endüstriyel Alımlardan Sorumlu Satınalma Yöneticisi Rifat Ertan, plastik enjeksiyon kalıpları alımıyla atmıştı. Ardından Plastik Satınalma Yöneticisi Uğur Öz ve Metal Satınalma Yöneticisi İlhan Gökalan'ın toz boya, cam ve alüminyum hammadde alımı, Ürün Temin Yöneticisi Kani Tibet'in yurtdışı ürün alımı gelmişti. Bizden Haberler, dört senedir Promena ile stratejik "satınalma" projeleri geliştiren Arçelik'in en son hayata geçirdiği cam ihalesinin öyküsünü, Satınalma Direktörü Ferhat Erçetin, Plastik Satınalma Departmanı Yöneticisi Uğur Öz ile ekibinden Murat Ergüler ve Yasemin Kaya'dan dinledi.

Genel hatlarıyla Arçelik'in stratejik "satınalma" projesine yaklaşımını ve gelişme sürecini değerlendirebilir misiniz?

Ferhat Erçetin: Arçelik, stratejik "satınalma" projesiyle 2007'de

toplam cirosu 114 milyon doları bulan 240 online ihale gerçekleştirdi; bu projelerden toplam 5.7 milyon dolar tasarruf sağladı. Yatırım mallarının ihale süreciyle başlayan online ihale projesi, şirket içinde sistematik şekilde yaygınlaştırıldı. Arçelik, ilgili tüm tedarikçilerinin de bu projeye dahil olmalarını sağladı.



“Direkt malzeme” alımındaki online ihale deneyimlerinizi anlatır mısınız?

Uğur Öz: Online açık eksiltme, çok titiz bir ön hazırlık süreci gerektiriyor. İhaleye konu her alım kalemi, net bir şekilde tanımlanmış olmalı. Bu ihalede cam alımının zorlaştıran faktörlerden biri, malzeme sayısının çok olmasıydı. 600-700 cam çeşidi olması ve talebe göre tedarikçilerimizden bu ürünlerde değişiklik yapmalarını istememiz, çok kapsamlı bir ihale hazırlık süreci gerektiriyordu. Yaklaşık üç aylık bu hazırlık sonunda, ihale bilgileri ve firmalardan aldığımız teklifleri Promena'ya gönderdik. Promena da bilgileri elektronik ortama aktardı, ardından firmaların sisteme adaptasyonunu sağladı. Online ihale yönetimini Promena ekibi yaptı, ihale sonrasında da raporlarını göndererek sonuçları resmileştirdi. İhaleleri iki yıllık alım için yaptığımızdan, toplam 39 milyon dolarlık alımda yüzde 6.61'lik indirim sağladık. Yani 2 milyon 577 bin dolar şirket kasasında kaldı.

Tedarikçi şirketlerinizin yaklaşımı nasıl?

Yasemin Kaya: “Satınalma” projesine davet ettiğimiz firmaların bizimle çalışabilecek yetkinliğe sahip ve onay sürecinden geçmiş olmaları işimizi kolaylaştırdı. En et-

kin pazarlık yöntemi, rekabeti eşzamanlı yaratmaya dayanıyor. Online teklif toplama ve açık eksiltme yöntemleri, katılan tüm tedarikçilere rekabet içindeki pozisyonlarını eşzamanlı, net ve tam olarak gösteriyor. Özellikle bu büyüklükteki alımlarda alıcı ve satıcı tarafında hiç soru işareti oluşmamalı. Elektronik “satınalma”nın sağladığı şeffaflık, “satınalma” ekibi olarak bizi ve tedarikçilerimizi rahat ettirdi. Satıcı firmalar şeffaflık ilkesinden emin oldukları ölçüde ihaleyi kazanmaya daha iyi odaklanıyor. Bu da Arçelik açısından maliyet ve zaman tasarrufuna dönüşüyor.

Murat Ergüler: Ayrıca yapılan denetimlerde de bu büyüklükte bir alımın elektronik ortamda açık rekabete dayalı yapılması ve Promena'nın online ihale raporu, bizim için yararlı. İhale komisyonumuz da açık eksiltmeyi izlediği için, geline nokta konusunda herkesin içi rahat ediyor. Online ihale, hem işletmelerdeki yöneticileri, hem bizi ve yöneticilerimizi, hem de tedarikçileri aynı noktada birleştiriyor.

Online satın alma projeniz çok başarılı oldu. Nelere dikkat edilmesi gerekiyor?

Murat Ergüler: Online açık eksiltme yöntemi tedarikçi firmalar arasında rekabeti ar-

tırdığı için bazı firmalar direnç gösterebiliyor. Alıcı şirket olarak proje süresince sağlam bir duruş sergilemek gerekiyor. Yöneticilerimizle birlikte, ihaleye katılan firmaların ciddiyetimizi anlamalarını sağladık. Böylece tedarikçiler de ciddiyetle yaklaştı. Firma seçimi de çok önemli. Seçilen firmaların hepsi, ihaleyi kazandığı takdirde iş yapabilecek nitelikte ve birbirine denk olmalı. Ayrıca ihaleden önce firmalara, online ihalede verebilecekleri en düşük fiyatları hesaplayabilmelerine yeterli süre tanınmalı. Şartname de net ve anlaşılır olmalı.

Tüm “satınalma” stratejiniz açısından online ihaleleri değerlendirir misiniz?

Ferhat Erçetin: Arçelik olarak yaklaşık 5500 firmayla iş yapıyoruz. Bunlardan 1500 kadarı doğrudan ürünlerimizle ilgili alımlar; 4 bin kadarı da endirekt ve yatırım mali alımlarını kapsıyor. Her alanda kazanç ve risklerin yayılımı farklıdır. Bu sektörlerde başarı sağlamak için hem kendi içimizde hem de firmalarda hazırlık yapılmalı. Birbirinden çok farklı özelliklere sahip sektörlerde satınalma yapıyoruz. Başarılı azami kalmak ve kaynaklarımızı en etkin şekilde kullanmak için bu sektörleri stratejik açıdan konumlandırıyoruz.

Stratejik konumlandırma, ilgili sektörde yaptığımız “satınalma” büyüklüğünün toplam iş hacmimize etkisi ve sektördeki “satınalma” kompleksliğine göre gerçekleştiriliyor. Biz, malzeme gruplarını Stratejik, Kalıdır, Kritik ve Taktik olarak dört ana kümeye ayırıyoruz. Bu ana kümeler için fiyat, maliyet, risk ve değer yönetimi konularında alt stratejilerimizi oluşturuyoruz. Her malzeme grubu “satınalma” açısından farklı çözüm ve yaklaşımlar gerektirebiliyor. Elektronik alımlarda işe, kolay kazanım olarak nitelendirdiğimiz konularla başladık ve iyi örneklerle geliştirmeye çalışıyoruz. Bu konuda sağlanacak başarı tek başına “satınalma” departmanlarına ait değil. “Satınalma” alanında globalleşirken, bir yandan yeni öğrendiğimiz alternatif kaynakları işletmelere dahil etmeye çalışıyor öte yandan eldeki kaynakları geliştirerek rekabetçiliği artırmaya çalışıyoruz. Rekabetçilik, tek başına hiçbir tarafın elinde değildir. Olayın bütünü iyi görüp en verimli rekabetçiliği ortaya çıkartırsanız, önde gelenlerin içinde yer alabilirsiniz. Bu kadar büyük bir dünyada en ucuz kaynakların hepsini bir araya getiremezsiniz. Aramak kesin gerekli; arayacaksınız, geliştireceksiniz, rekabete ortak edip kazanç sağlayacaksınız; kazanacaksınız.





Ford Bayii İlhan Kılıçaslan ile geçmişten bugüne 60 yıllık yolculuk

“Vehbi Bey hep ilkleri yapardı. 1951’de ilk Ford bayi toplantısını Ankara’da başlattı. Bayi sayısı o kadar azdı ki, büyük bir masa etrafında her bayi, isminin yazılı olduğu sandalyeye otururdu. Gala yemekleri mutlaka tarihi Ankara Palas’ta verilir, üst düzey devlet yöneticileri, bakanlar da davet edilirdi”



Başta Ford olmak üzere Koç Topluluğu’nun pek çok şirketiyle bayilik ilişkisi olan İlhan Kılıçaslan, 1948 yılında babası Mustafa Kılıçaslan’la başlayan bu ilişkiyi Bizden Haberler’e anlattı.

Uzun yıllardır Ford bayiiisiniz, bunun öyküsünü anlatır mısınız?
Ailemizde ilk Ford bayisi merhum pederimiz Mustafa Kılıçaslan’dır. 1948 yılında Ankara Koç Ticaret A.Ş.’nin Ford bayiliği verdiği ilk iller arasında Malatya da vardır. Babamdan sonra ikinci kuşak olarak işe ben devam ettim, tabiatıyla kardeşlerim Turhan ve Ayhan da işle ilgileniyorlar. Merhum kardeşim Orhan Kılıçaslan da 1995’teki vefatına kadar şirketimizde yedek parça, lastik işlerini yürüttü. Ancak işin başında şu anda büyük oğlum Ali Nurhan var. Şimdi sırada dördüncü kuşak var; torunum Burhan bu yıl üniversiteyi bitiriyor. Durumu o zaman değerlendireceğiz. Diğer oğlum Levent Kılıçaslan ise, 27 yıldır İstanbul’da ortaklarıyla kurmuş oldukları Atal A.Ş. ile Arçelik ve Beko A.Ş. mamullerinin ülke genelinde nakliyesini ve dağıtımını yapıyor.

60 yıl öncesinin otomotiv piyasası ile bugünü karşılaştırır mısınız?
Önce bir anımı anlatmak isterim, 1950’li yıllarda Ford bayii olarak Ankara Koç Ticaret A.Ş.’ye bağlıydık. Şirketin başında Mösyö Bernar Nahum bulunuyordu. Bir gün işyerimizin önünde beş-altı adet çeşitli Ford vasıtaları gelip durdu. O tarihlerde trafik problem değildi, vasıta

azdı, her yerde park edilebiliyordu. Bunlar da ne, diye merak ederken o vasıtalar-
dan birinden inen görevli elinde evrakla
işyerimize girdi. Vasıtaları Ankara'dan bi-
ze getirdiklerini söyledi. Bir yanlışlık ol-
duğundan kesin emindik. O zaman tele-
fonlar manyetoluydu, santraller aracı olu-
yordu; neticede Mösyö Nahum'a ulaştık
ve durumu anlattık. "Evet, siparişiniz
yok, ama ben gönderdim. Sizden hemen
para mı istiyoruz, satamazsanız iade eder-
siniz!" dedi. İade edebilir miydık, müm-
kün müydü? Tabii satabilmek için gerek-
li çabayı başlatmıştık. Düşünüyorum da,
Mösyö Bernar diğer bayilere bu şekilde
davranır mıydı, zannetmiyorum!

Otomotiv piyasası nasıl bir süreçten geçti?

60 yıl önce, geri kalmış, kalkınma için ça-
ba sarf eden bir ülkenin otomotiv piyasa-
sı tabiatıyla yok denecek kadar azdı. Ma-
latya'yı misal alırsak iki-üç adet eski mo-
del hususi binek otomobil, yedi-sekiz
adet eski taksi, 10-15 kadar 2.5 tonluk
benzinli kamyon vardı. Neredeyse hiç şe-
hirlerarası asfalt yol olmadığı gibi olanlar
da ulaşımı menfi yönde etkilerdi.

1950'den sonra bazı yatırımlar ve devlet-
te birikmiş döviz olması nedeniyle de bir
iki sene rahat ithalat yapılabilirdi. Otomo-
bilde bir kıpırdanma, çift dingil yüksek
tonajlı kamyonlar gelmeye başladı. Döviz
tükenmeye başlayınca otomotiv piyasası
yine durgunluğa girdi. O yıllarda bayilik
şartları o kadar zor değildi. Uygun bir
dükkan olan hatta başka emtia satan bir
kimse bayi olabiliyordu. İthalatçı firmalar
güvendikleri bayilerine konsinye oto ve-
rebiliyorlardı. Satışlar azdı, bayinin yedek
parça satış, servis açma zorunlulukları
yoktu.

Yaygınlık nasıl sağlandı?

Merhum Vehbi Bey anlatırdı. O yıl epey-
ce otomotiv satışı yapmış, memnuniyeti-
ni, başarısını söylüyor. Avrupa'da bir
Ford bayisi ile bir toplantıda karşılaşmış.
Satış başarısını söyleyecek ama, önce kar-
şısındaki bayiiye o yıl ne kadar satış yap-
tığını sormuş. Adam satış adedini söyle-
yince bakmış ki kendi satışının 15-20
misli, o zaman suspus olmuş, söyleme-
miş. Bunu kendine has gülüşüyle anlatır-
dı. Vehbi Bey Ankara Ford Bayiliği'ni
1926 yıllarında almıştı, yanılmıyorsa
sadece Ankara ve çevresine satabiliyor-
muş o sıralarda. Daha sonraki yıllarda

Samsun ve civarına Ford Bayiliği'ni Sü-
leyman Balkan Bey'e vermiş. Adana'da
Ford Bayiliği Güney Motorları şirketin-
deydi. Daha sonraki yıllarda Vehbi Bey'e
çeşitli illere bayilikler verme yetkisi ta-
nınmış. Merhum Bernar Nahum Ankara
Koç Ticaret A.Ş. Genel Müdürü olarak
bayi tespiti seyahatine çıkmıştı. Malat-
ya'dan da birçok müracaat yapılmıştı. İle-
ri görüşlü merhum babamız Mustafa Kılı-
çaslan daha önceleri oto lastiği bayilik-
leri almıştı. Bernar Nahum Bey tereddüt-
süz bayiliği bize verdi.

İlk bayi toplantıları nasıl yapılıyordu?

Vehbi Bey hep ilkleri yapardı. 1951'de ilk
Ford Bayi Toplantısı'nı Ankara'da başlattı.
Bayi sayısı o kadar azdı ki, büyük bir ma-
sa etrafında her bayi isminin yazılı olduğu
sandalyeye otururdu. Gala yemekleri An-
kara'da mutlaka tarihi Ankara Palas'ta ve-
rilirdi. Bu toplantılara üst düzey devlet
yöneticileri ve bakanlar da davet edilirdi.
Tabii zaman içinde bayiler arttıkça büyük
otel salonlarında toplantılar yapılmaya
başlandı. İlk bayi toplantılarının bir özel-
liği de, bu toplantılara eşsiz katılmamızdı,
daha sonraları şartlar değişti, toplantılar
büyük kentlerde ve turistik merkezlerde
yapılır ve eşler de katılır oldu. Daha son-
ra Koç Grubu dışındaki diğer bazı şirket-
ler de bu toplantıları örnek alıp bayi-müş-
teri toplantıları yapmaya başladılar.

Vehbi Koç ile ilişkileriniz nasıl gelişti?

1948'de Ford bayisi olduktan sonra tabia-
tı ile ilk olarak babamız Mustafa Kılıças-
lan Vehbi Bey'le tanıştı. Vehbi Bey akıllı,
dikkatli, takipçi olduğu için kendince şa-

hıslar hakkında verdiği notları vardı. Bu
cümleden olarak merhum pederim, ben
ve ailemize öyle zannediyorum ki müspet
not vermişti. Nitekim 1959'da Otosan
kurulduğunda bayilerden birkaçını Oto-
san'a ortak aldı. Tabii başta biz vardık.
1960'lı yıllarda yeni kurulan Aygaz, Royal
Lastikleri Tevzi A.Ş., Döktaş, Kav Orman
Sanayi A.Ş., Koç Yatırım A.Ş., Koç Hol-
ding A.Ş. gibi şirketlere kendi arzusu ve
teklifiyle Kılıçaslanlar olarak bizi ortak et-
ti. O zaman borsa-kota gibi işlemler yok-
tu. Bu ortaklıklarımız halen devam edi-
yor. Koç Ticaret A.Ş. ile başlayan Ford ba-
yiliğimiz sonrası Vehbi Bey'i tanımamızla
başlayan ilişkimiz daha sonra dostluğa
dönüştü ve halen Koç Ailesi olarak devam
ediyor.

Babanızdan sonra sizin Vehbi Bey'le ilişkiniz nasıl devam etti?

Vehbi Bey'le ilk olarak 1951 yılında An-
kara Ticaret Odası'nda yapılan Ford Bayi
Toplantısı'nda tanıştım. O zaman Vehbi
Bey Ankara Ticaret Odası Başkanı idi. Bu
tanışıklık iş hayatı dışında sonradan aile
dostluğuna dönüştü. Vefatından sonra da
aile mensuplarıyla dostluğumuz devam
ediyor. Koç Ailesi; Rahmi Koç Bey'in,
İnan Kırac Bey'in, Mustafa Koç'un evlen-
me törenlerine; Mustafa, Ömer, Ali
Koç'un sünnet düğünlerine beni ve ailemi
davet ederek onurlandırmışlardır.

1980'in Eylül ayında Rahmi Koç Bey, Di-
van Otel'de sınırlı sayıda yakın dostları ve
akrabalarının davetli olduğu 50'nci yaş
günü kutlamasına bizzat Malatya'ya tele-
fon açarak beni ve eşimi davet etmek su-
retiyle nezaketini lütfetmiştir. 

Vehbi Koç'la anılar...

1966 Haziran ayı ortalarında Keban Barajı'nın temel atma töreni yapılacaktı. Dö-
nemin başbakanı Sayın Süleyman Demirel, Vehbi Bey'i özel olarak törene davet
etmiş ve kendi uçağı ile götürceğini söylemiş. Koç Holding'in o zamanki Genel
Koordinatörü Merhum Hulki Alisbah Bey de otomobille Malatya'ya gelecek, tören
günü birlikte Keban'a gideceğiz, sonra Vehbi Bey'i de alarak Elazığ'a geçeceğiz.
Elazığ'da Sümerbank Fabrikası havuz başında 100 kişilik bir ziyafet verdik. Gece
güzel geçiyordu. Vehbi Bey, vali, belediye başkanı, banka müdürleri, işadamları-
yla tatlı tatlı sohbet ediyordu. O sırada Malatyaspor'un ikinci Lig'e çıkması dolay-
ısıyla şiddetle paraya ihtiyacı vardı. Yardım toplamak amacıyla bankalara teberru
makbuzları verilmişti. Gecenin bir vaktinde bir banka müdürü Vehbi Bey'e gelerek,
"Malatyaspor'a ne kadar yardım lütfedeceksiniz?" dedi. Vehbi Bey bu beklenme-
dik durum karşısında müdüre şöyle bir bakarak, "Bu gibi işlerle Hulki Bey ilgilenir"
dedi. Müdür Bey durumu Hulki Bey'e söyleyince o da cevaben, "Vehbi Bey olma-
yacak işleri bana havale eder!" deyince masadan kahkahalar yükselmişti.

Çikolatalar 24 ayar pralinler 500 karat

**Divan Pastaneleri,
farklı marka konseptiyle
tamamen yenilendi. Yeni
konseptin en belirgin
özellği, pastanelerin bir
mücevherat dükkânı
şeklinde tasarlanması.
2 milyon dolar maliyetli
tasarım süreci iki yılda
tamamlanacak**

A

dım attığımız bu mağaza, dekorasyonu, sunumuyla, gizemiyle bir mücevherat dükkânı. Ama bir farkla. Buradaki mücevherler, gözünüze olduğundan daha fazla damağımıza hitap ediyor. Bu ilginç karşılama sizleri, Divan'ın tüm birimlerinde, farklı şekillerde bekliyor. Çünkü Divan kendisini, sadece pastanesiyle değil,

50 yıllık birikiminin verdiği güvenle tamamen yeniliyor.

Divan yeni yüzünü, 6 bin Avrupalı aristokratın katıldığı geleneksel "Kahveciler Balosu"nda da Türkiye'yi temsil ederek gösterdi.

Divan'a çikolata dünyasından adım atalım... Divan Pastaneleri, Divan Pazarlama ekibi ve Maybe Design endüstriyel tasarım ekibince tasarlanan yeni marka konseptiyle tamamen yenilendi. Bu çalışma, Türk lüks çikolata ve pastane sektöründe bir markanın A'dan Z'ye modern tasarım anlayışıyla yeni bir kimlik kazanması açısından bir ilk. Marka mimarisinde, Divan'ın yarım asrı aşan köklü geçmişi, kaliteli-güvenilir marka algısı ve müşteri sadakati ön planda tutuldu. Ürünler ve markanın her anlamda duyulara hitap etmesi hedeflendi. Yeni konseptin en belirgin özelliği, Divan Pastaneleri'nin bir mücevherat dükkânı şeklinde tasarlanması. İki yıla yayılacak bu değişim süreci, tek tek ürün-

lerin incelenmesi, çikolata içeriklerine uygun formların belirlenmesi, bunların kutular içinde en cazip sunumuyla başladı. Türkiye’de tek, yurtdışında ise örnekleri sayılı olan bu uygulamada artık ürünler, özel display ünitelerinde sunuluyor. Dükkanların iç ve dış dizaynları da bir müceherat dükkanı gibi. Seçilen malzeme ve tasarımıyla özel, seçkin, lüks... Display ve aydınlatma üniteleri ile parke gibi dekorasyon malzemeleri, uzun araştırmalar sonucu yurtdışından sağlandı. Mekân dekorasyonunda, çağdaş, köklü, zamanüstü bir marka değeri oluşturmak amacıyla mermer gibi saygın bir geçmişe sahip ama aynı zamanda ahşap gibi sıcaklığı olan özel malzemeler kullanıldı. Çikolatada kalıp-el yapımı oranı yüzde 30-70 oranında tutuldu. Böylece markanın lüks ve özel üretim gerçeği pekiştirildi.

Kutuların kâğıtları bile özel; Türkiye’de ilk defa kullanıldı. Çünkü yeni konseptte ambalaj çok önemli. Bu önem, ambalajın günümüzde ürün kadar değer taşıdığı saptamasına dayanıyor. Bu kadar özenle tasarlanan ambalajlar ise sade ve şık. Tüm çikolata kutuları için tek bir desen var. Kahve-



rengi zemin üzerinde Divan’ın bir klasik olduğunu anlatan çelenk logosunun farklı bakış açılarıyla uygulanması. Tüm lokum çeşitleri için de şık bir tasarımı olan tek bir kutu kullanıldı.

Personel kıyafetleri de değişti. Kıyafetler, ana ürün olan çikolatanın renk skalasını taşıyor ve renk, dizayn açısından açılmış bir kutu izlenimi yaratıyor.

Bu konseptle mevcut 10 pastane yeniden yaratılacak. Yeni açılan Anadoluhisarı pastanesini de İstinye izleyecek.

Restoranlara da yeni konsept

Divan Pastanelerindeki bu değişim, restoranlara farklı şekillerde yansıyacak. Bunun ilk örneği, Anadoluhisarı’nda Life adıyla

açılan yeni konsept restoran. Çiğdem Simavi’nin, Anadoluhisarı’ndaki yeni mağazası Suav’ın açılışı için verdiği davetle, “Life” da konuklarına “merhaba” demiş oldu. Avrupa’nın en yenilikçi tasarımcıları arasında gösterilen Jeanet Honig’in buluşu olan özel zemin uygulaması, floral formu ve pozitif renkleriyle sizi günlük hayatın yorucu ritminden arındıracak Life’daki öğle yemeği münüsü, yaban mantarları çorbası, organik yeşillikler ve acılı misket limon soslu atlantik somonu, karidesli ve sebzeli çin mantısı, ev yapımı deniz mahsulleri fettucini gibi özel tatlardan oluşuyor. Divan’ın diğer restoranları da bu değişim sürecinde farklı konseptlerde Divanseverler ile buluşacak.



“Hofburg Sarayı’nda Divan rüzgârı”

Divan Türk mutfağını Avrupa sosyetesine de buluşturdu. Avusturya’da 51 yıldır düzenlenen geleneksel Viyana Kahveciler Birliği Balosu her yıl farklı ülkelerin kahve konseptlerini konu ederken, Türkiye’nin Avusturya Büyükelçisi Selim Yenel’in girişimleriyle bu yıl “Kaffe Ala Turca” konseptinin işlenmesine karar verildi. Avusturya’nın en prestijli ikinci balosu olarak kabul edilen, kraliyet aileleri mensuplarının da aralarında bulunduğu 6 bin Avrupalı aristokratı ünlü Hofburg Sarayı’nda buluşturan geleneksel balo, Avusturya Cumhurbaşkanı Heinz Fischer ve Türkiye Cumhurbaşkanı Abdullah Gül’ün himayesinde düzenlendi. Balonun Türkiye ile ilgili bölümü, Viyana Büyükelçisi Selim Yenel, İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı (İKSUV), Avrupa Birliği İletişim Grubu (ABİG) tarafından organize edildi. Türkiye’yi temsil edecek marka olarak da Divan seçildi.

Teklif Divan’a geldiğinde son derece olumlu karşılandı ve hemen ortak işbirliğiyle çalışmalara başlandı. Balo Komitesi İstanbul’a geldi, toplantılar düzenlendi, ardından Divan mutfak ve yönetim ekibi Viyana’ya giderek son detayları kararlaştırdı.

Türkiye’ye ayrılan balo alanında nasıl bir dekorasyon yapılacağı konusunda Divan’ın endüstriyel tasarım firması Maybe Design, Divan Pazarlama ekibi ve balonun resmi tasarım ofisi Atelier Christof Cremer ortak bir çalışma düzenledi. Balonun resmi lokal catering ve servis operasyonunu yürüten Inter Continental Wien ile de Divan mutfak ekibi çeşitli toplantılarla münüyü oluşturdu. Münüde Türk mutfağı ön planda tutuldu. Balo, Divan Salonu’nda düzenlenen VIP açılış kokteyli ile başladı ve sabah 05.00’e kadar sürdü. Çikolata, lokum, Türk kahvesi görselleri ve Osmanlı çini desenleriyle donatılan salondaki sahne arkası ise Boğaz manzarasıyla kaplıydı. Konuklara dürüm, mercimek köfte, sucuklu kiş, somonlu ve krem peynirli simit, suböregi,



baklava, sütlaç, prenses badem ve lokum ikram edildi. Divan’a Kurukahveci Mehmet Efendi ve Arçelik de destek verdi. Türk kahveleri Arçelik Telve ile, çaylar da Arçelik Tiryaki ile yapıldı. Gece boyunca Candan Erçetin, Kerem Görsev, Ayhan Sicimoğlu, DJ Yakuza ve Türkiye Devlet Opera ve Bale dansçıları sahne aldı.

Tüm konukların zarafetleriyle dikkat çektiği gecede, Divan ekibinin kıyafetleri de ünlü moda tasarımcısı Özlem Süer tarafından hazırlandı. Divan’ı temsilen baloya Genel Müdür Yardımcısı Burak Atay, proje lideri Esra Ekşi, Corporate Executive Chef Hubert Bourdon, Pastaneler Üretim Müdürü ve Mutfaklar Koordinatörü Marc Pauquet, Divan Lokantası Executive Chef’i Çağla Önal, Divan Pastanesi Pasta ve Çikolata Şefi Yasemin Hande Buyruk ve pasta ustası Turabi Metin katıldı. Tüm ziyaretçiler Divan salonundan son derece memnun ayrıldı. Balo Komitesi ve Türkiye Büyükelçiliği de sonuçtan mutluydu.



VEHBI KOÇ VAKFI KÜLTÜR SANAT DANIŞMANI MELİH FERELİ

Çağdaş sanat müzesi geliyor

İstanbul'a, yeni bir "kültürel ve sanatsal yaşam merkezi" geliyor. Türkiye'nin ilk özel müzesi olan Sadberk Hanım Müzesi, yeni yapısıyla güncel sanatın belleğinin oluşturulmasında en önemli adımları atmaya hazırlanıyor

Türkiye'nin ilk özel müzesi olan Sadberk Hanım Müzesi hem içerik, hem de biçimsel değişimiyle Türkiye'nin en önemli kültür ve güncel sanat bellek merkezi olacak. Çalışmaları tüm hızıyla devam eden projeye ilgili olarak Vehbi Koç Vakfı Kültür Sanat Danışmanı Melih Fereli ile konuştuk. Türkiye'de güncel sanat konusunda daha yapılması gereken çok fazla şey olduğunu söyleyen Fereli, "Koç Topluluğu'nun geçen yılki onuncu edisyonundan itibaren İstanbul Bienali'nin 10 yıl süreyle ana sponsorluğunu üstlenmiş olmasını çok önemsiyorum. Ayrıca YKY tarafından yayımlanmakta olan 'Türkiye'de Güncel Sanat' adlı sanatçı monografileri dizisi ile buna paralel olarak 'İstiklal Marçası' adı altında Kazım Taşkent Sanat Galerisi'nde düzenlenen sergiler dizisini, Türk güncel sanatının yurtdışında tanıtılmasını hedefleyen ve açılışı Nisan ayı başında yapılacak Berlin'deki TANAS Galerisi'ni Koç Topluluğu'nun güncel sanat konusundaki kararlı öncülüğünün kanıtı olarak değerlendiriyorum" diyor.

60'lı yıllardan itibaren Türkiye'de plastik sanatlar alanında ciddi değişiklikler ve çok büyük hareketlenmelerin yaşandığını görüyoruz. Bu değişimi nasıl değerlendiriyorsunuz?

Gelişim sürecine baktığımızda, çok önemli temel taşlarının Cumhuriyet'in ilanından sonra konulduğunu gözlemliyoruz. Ne var ki, bizde de devlet eliyle kurgulanmış sanat üretim altyapısının yanı başımızdaki Sovyet rejiminin sanata yaklaşımından nasibini aldığını söylemek mümkün. Sonraki değişimle sanatsal üretim, devletin kurgulamasından uzaklaşıp çok daha özgür, değişime açık bir kulvara girilmesiyle ivme kazandı. Bu bağlamda çok önemli bir temel unsur, 1973'te İstanbul Kültür ve Sanat Vakfı'nın (İKSV) kurulması ve İstanbul Festivali'nin başlamasıyla oldu. İstanbul Festivali'nin başlangıçta müzik ağırlıklı, ancak yıllar içinde her disiplini kapsayan bir festivaller dizisine dönüşmesi, değişime açık, sanatı kucaklayan bir kitlenin oluşması açısından büyük bir şans bence.

İKSV sadece bir sanat piyasasının oluşmasını değil, sponsorluk kavramını da getirdi değil mi?

Evet. İKSV'nin, sponsorluğun şövalyelik olmadığını, ortak amaçların kotarılmasına yönelik bir birlikteliğin söz konusu olduğunu anlatabilmesi epey zaman aldı muhakkak ki. Ancak, sanat camiasında hamilik, hiçbir zaman bir ticari beklentiyle olmamıştır. Bu arada özellikle galerici girişimci ile sanatçının daha kolay bir araya gelebilmesi piyasayı çok canlandırdı.

Böyle bir canlılığın oluşması sanatçı açısından ne gibi olanaklar getirdi, mesela 40'lı, 50'li yıllara göre ana akımın dışında kalmak daha mı kolay?

Tabii ki, çünkü insanların sanata bakışı önyargılardan uzaklaşmaya başladı. Toplum sanatçıların son derece eleştirel, güncel konulara dokunan ve üstelik önemli bir kesime aykırı gelebilecek yaklaşımlarla eserler yaratabileceğini görür oldu. Sesin, ışığın hatta organik malzemelerin bir araya getirilmesinin doğal olarak algılandığı bir dönemdeyiz.

Türkiye'de güncel sanatı hangi dönemden ve hangi sanatçılarla başlatıyorsunuz?

Bunun için, ülkemizde küratörlük yapan uzmanların görüşlerinin alınması gerekir. Türkiye'de güncel ve özellikle kavramsal sanat faaliyeti 20. yy ortalarında ancak başlayabildi ve biraz kopyacılık, biraz Batı

öykünmesi şeklinde algılandığı için ne yazık ki kolay kabul görmedi. Ama buna rağmen gerçekten öncü sanatçılarımız ortaya çıktı; Mübin Orhon, Altan Gürman, Sarkis, Füsün Onur gibi öncüler... 1960'lardan itibaren bir güncel sanat belleğinin oluşmaya başladığı söylenebilir; bana göre bu bellek Altan Gürman ile başlatılabilir, Sarkis, Füsün Onur, Gülsün Karamustafa, Ayşe Erkmen, Hale Tenger üzerinden sürdürülerek günümüze taşınabilir. Orta ve genç kuşakta da özellikle yurtdışında sivrilmiş sanatçılarımız var Kutluğ Ataman, Halil Altındere, Aydan Murtezaoglu, Bülent Şangar, Esra Ersen, Nevin Aladağ ve daha onlarca sanatçımız gibi.

Bu belleğin içeriği nasıl oluşturulacak?

Soruya her küratörün vereceği cevap sanırım farklı olacaktır. Vehbi Koç Vakfı (VKV) çatısı altında yapmaya çalıştığımız böyle bir belleği oluşturmak. Türkiye'de güncel sanat koleksiyoncusu çok az. He-



Melih Fereli kimdir?

Melih Fereli, 1948'de İstanbul'da doğdu. İstanbul Lisesi ve Robert Koleji'deki eğitimi takiben Virginia Tech'te yüksek lisans eğitimini tamamladı. Lucas Industries şirketler grubunun yönetim kadrosunda görev yaptı. Tüm sanat disiplinleriyle yakın ilişkide olmakla birlikte klasik müzikle yoğun olarak ilgilenen Fereli, yönetim kurulunda da görev yaptığı Philharmonia Chorus/London kadrosunda tenor olarak yer aldı. 1993'te Nejat Eczacıbaşı'nın davetiyle İKSV Genel Müdürü oldu. 1998'de, İngiltere Kraliçesi II. Elizabeth tarafından Türk-İngiliz kültürel ilişkilerine hizmetlerinden ötürü, Britanya İmparatorluğu Büyük Nişanı ile ödüllendirildi. 2000'de Mozart'ın Saraydan Kız Kaçırma operası üzerine, Sir John Tooley ve Peter Maniura (BBC) ile birlikte "Mozart Türkiye'de" filminin yönetici yapımcılığını üstlendi. 2000'de Washington'da yapılan Kültür ve Diplomasi Konferansı'nda Türkiye'yi temsilen Beyaz Saray'a davet edildi. 2001'de İKSV'deki görevinden ayrıldı. Halen "sanat yönetimi danışmanı" olarak çalışan Fereli, aynı zamanda İTÜ-MİAM Dr. Erol Üçer Müzik İleri Araştırma Merkezi öğretim kadrosunda.

deflediğimiz sanatsal bellekte yer alması gerektiğini düşündüğümüz eserlerin büyük çoğunluğu daha çok yurtdışındaki koleksiyonlarda ve bazıları sanatçıların kendisinde. Hedefimiz, bu belleğin "olmazsa olmaz"larını toparlayabilmek ve bunları bir Çağdaş Türk Sanatı Müzesi çatısı altında sergileyebilmek.

Müze ile ilgili biraz daha bilgi verir misiniz?

Burada esas amaç VKV'nin yönetiminde olan Sadberk Hanım Müzesi'ni daha merkezi ve çağdaş müzeciliğin daha kolay uygulanabileceği yeni bir yere taşımak. Sadberk Hanım Müzesi Türkiye'nin ilk özel müzesi; bu bağlamda Koç Ailesi çok önemli bir girişimcilik örneği oluşturuyor. İki tarihi binadan oluşan müzede çağdaş müzecilik yapmanız çok zor; eserlerin korunması için gerekli ısı-nem oranını düzenlemeniz, yangına ve hırsızlığa karşı korunmanız, eserlerin sergilenmesi, ziyaretçilerin güvenliği için gerekli düzenlemenin yapılması ve daha birçok konuda alt yapı güçlükleri söz konusu.

Tarihi binaların kendilerinin de sanat eserleri olduğu düşünülürse, zaten üzerlerinde değişiklik yapılması da mümkün değil...

Çok doğru, yapıya saygıdan ötürü de bir şey yapamıyorsunuz. Sadberk Hanım Müzesi çok güzel ama o dönemin kısıtlamalarını da içeren bir girişim. Koç Ailesi sözünü ettiğim kısıtlamalardan bu koleksiyonları kurtarmak, hem çağdaş müzeciliği uygulayabilmek hem de anlamlı bir şekilde genişlemeyi sağlayabilmek açısından yeni bir alan arayışı içine girdi. Bu taşınmada yapılacak önemli eklemelerden biri de, Türk çağdaş sanatına odaklanan ancak kendini ülkemiz çağdaş sanatıyla sınırlamayan bir koleksiyonun da sergilenebileceği bir başka yapının bu kampusta yer alması. Tasarlanan proje içinde, bugün çağdaş müzelerin birer kültürel ve sanatsal yaşam merkezi haline geldiğini unutmamak lazım; çeşitli sahne sanatları gösterilerinin yer alacağı, film gösterimlerinin yapılacağı, kütüphanelerin bulunduğu, CD, DVD izleyebileceğiniz, birtakım eğitim programlarının canlı bir şekilde sunulduğu unsurlarıyla, heykel bahçeleri, kafeleri, restoranları, kitap/CD/DVD/hediyelik eşya dükkanlarıyla uzun zaman geçirebileceğiniz bir konsept artık dünyada uygulanıyor. Biz de bunu en iyi şekilde kotarmaya çalışacağız.





“Okul benim her şeyim; içtiğim su, aldığım nefes”

“Meslek Lisesi Memleket Meselesi” projesinin “MeLeK”leri, okuluna içtiği su, aldığı nefes gibi bakan çocuklar için “yapabileceklerinin en iyisini” konuşmak üzere Nakkaştepe’de buluştu. Ülkenin dört bir yanından gelip, projeye duydukları inançla kenetlenen “MeLeK”ler, herkesin de meselenin bir yanından tutmasını istiyor

Büyüdüğünde ne olacağımı sorduğunuzda bir çocuk ne cevap verir? Doktor... Avukat... Mühendis... İtfaiyeci... Yeniden soralım; “Büyüyünce ne olacaksınız?” “Babam bize bakmıyor. Bursu alınca anneme vereceğim. İleride elektrik bölümünde okuyacağım ve robot yapacağım.” Şimdi bir başka cevap: “İki abim var. Gününbirlik işler yapıyorlar. Ben onlar gibi olmayacağım. Okuyup meslek sahibi olacağım.” Ve bir başkası: “Ailem 12 kişi. Çocukluğum köyde geçti... Okumayı niye mi bu kadar çok istiyorum. Bir gün meslek sahibi olacağım, kızlardan hiçbir şey olmaz diyenlere inat. Okumayı bırakmayacağım, çünkü okul benim her şeyim; içtiğim su, aldığım nefes... Yaşamımdaki tek umut ışığı, ona sarılmaktan başka çarem yok. Şimdi umut ışığımı daha da aydınlatan meslek lisesini kendi meselesi, memleket meselesi gören birileri çıktı. Teşekkürler Vehbi Koç Vakfı!” Bir tane daha: “Maddi imkânsızlıklarla boğuşuyor, bir taraftan da Bingöl Meslek Lisesi’nde okuyorum. Gelecekte ne mi olacağım? Profesör!” Koç Topluluğu’nun 2006-2007 öğretim yılında başlattığı “Mes-

lek Lisesi Memleket Meselesi” projesi kapsamında artık pek çok çocuğun gelecekle ilgili umudu var. Bu umudun gerçeğe dönüşmesinde aracı, burs alan öğrencilere eğitimleri süresince yol gösterecek ağabey ve ablaları olan Meslek Lisesi Koçları, kendilerine yakıştıran adlarıyla “MeLeK”ler, geçtiğimiz ay İstanbul’da, Koç Holding’de buluştu. Birbirlerine deneyimlerini aktaracak, çocuklara nasıl daha yararlı olacakları konusunda seminer ve atölye çalışmalarına katılacaklardı. Türkiye’nin dört bir yanından yola çıkmışlardı ve bir araya geldiklerinde oluşturdukları ekip ruhu, heyecan vericiydi.

Türkiye’nin üstün yetenekli çocukları nerede?

Koç Holding’de buluşan MeLeK’ler hem proje hem de kendileri için son derece verimli bir gün geçirdiler. Toplantının ilk bölümünde projenin geldiği nokta ayrıntılarıyla aktarıldı. Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Başkanı Prof. Dr. Türkan Saylan’ın gönüllü çalışma tecrübelerini aktardığı konuşması ise “MeLeK”lerin üstlendiği sorumluluk açısından ciddi argümanlar



verir nitelikteydi. Bu projelerle gençlere sağlanacak çağdaş eğitimin Türkiye'nin geleceğini belirleyeceğini vurgulayan Prof. Dr. Saylan, "MeLeK"lere şöyle seslendi: "İstatistiklere göre üstün yetenekli çocukların bir ülkenin genel nüfusa oranı yüzde 10'dur. Peki Türkiye'nin üstün yetenekli çocukları nerede? Bu coğrafyanın dünya genelinden farkı mı var, ilahi bir kararla artık burada bu çocukların çıkmamasına mı karar verildi? İşte bu projeye bu çocukların bulunması ve eğitime kazandırılması mümkün. Sizlere büyük görevler düşüyor."

Genç Türk gurusu Sinan Yaman'ın "iç'ten lider motivasyonu" konuşması ise "MeLeK"lerin hem kendi hayatında hem gençlerle yapacakları çalışmalarda yararlanacakları pek çok ipucunu barındırıyordu. Koç Topluluğu Kurumsal İletişim ve Bilgi Grubu Başkanı Ali Y. Koç'un projede yer alan şirket sorumlularına sertifikalarını takdiminin ardından geçilen atölye çalışmalarında "MeLeK"ler, adeta ilköğretim yıllarına döndü ve oluşturulan gruplarda, atık ve eliş malzemeleriyle projeyi, gelecek perspektiflerini ve öğrencilerle kurdukları ilişkileri anlatan çalışmalar yaptılar. Bu çalışmalarının sahnede tek tek anlatılması, gü-

nün en keyifli anıydı. Her bir "MeLeK", nasıl bir Türkiye'de yaşamak istediğini gösterdi.

"MeLeK"lerin hayatı da değişti

Hemen tüm "MeLeK"ler, öğrencileriyle iş atları dışında, gerekirse özel hayatlarından da feragat ederek ilgilenmeye hazırды. Öğrencilerle girdikleri ilişkinin bir başka önemli yanı ise sadece öğrencilerin değil, kendilerinin de değiştiğini saptamış olmalarıydı. Atölye çalışması sırasında bir "MeLeK", hayatındaki değişimi şöyle anlatıyordu:

"O çocuklarla ilgilenirken, ailelerinin onlarla ne kadar az ilgilendiğini fark ettim ve o zaman kendi çocuklarımla daha fazla ilgilenmem gerektiğini anladım." Geçtiğimiz eğitim döneminde Türkiye'nin hemen her kentinde 183 okulda yürütülen projeye, bu yıl 67 yeni okul daha eklendi. Yedi yılın sonunda toplam 8 bin öğrenciye dört yıllık eğitimleri boyunca burs verilmiş olması planlanıyor. Başarılı ancak desteğe gereksinim duyan çocuklara verilen burslar, okulların altyapılarına yapılan yardım, staj desteği ve çocuklara yeni bir hayat perspektifi sunan "MeLeK"leriyle proje, "Bu memlekette iyi hiçbir şey olmaz!" diyenlere bile umut veriyor.

MeLeK'ler de mutlu

Mustafa Solak (Tüpraş Batman-İnsan Kaynakları): Daha önce Batman Endüstri Meslek Lisesi'nde psikolojik danışmandım. Tüpraş'ta çalışırken, yine bu okuldan burs verilecek öğrencilerin seçimi konusunda görev aldım. Okul bu yıl ilk kez kız öğrenci aldı, ben de onlara öncelik verdim. Batman'da okuyan kız öğrenci çok az, ve de meslek lisesine giden kız hiç yoktu. Bu çocukların teşvik edilmesi lazımdı. Şimdi dört kız öğrenciye Vehbi Koç Vakfı'na burs veriliyor, geriye kalan üç kız öğrenci için de biz Tüpraş Batman Rafinerisi olarak aramızda para toplayarak katkı yapıyoruz. Meslek liselerinin imajının değiştirilmesi, bunun için de başarılı öğrencilerin bu liseleri tercihi sağlanmalı. Bu proje meslek liselerinin kaderini değiştirecek.

Barlas Erkan (Ford Otosan-Teknik Eğitim Ekip Lideri): Projede hem şirket sorumlusu hem de MLK'yım. Ben de bir okulun sorumluluğunu aldım. Böyle bir amaca hizmet etmek gerçekten mutlu ediyor beni. Çocuklara belli bir hedefe doğru yol gösteriyor olmanın verdiği heyecanı ve mutluluğu anlatmak gerçekten çok zor.

Ahmet Çulha (Demir Export Sivas-Elektrik Bölüm Sorumlusu): Bursiyer MLK seçimi çok heyecanlı bir süreçti. Bu proje sorumluluk duygumuzu, tahmin ettiğimizden daha fazla ortaya çıkarttı. Çocuklar çok samimi, öğretmenlerinden daha fazlasıymış gibi davranıyorlar.

Şirin Aykut (Talya Oteli Antalya-Banket Koordinatörü): Merkez Turizm Otelcilik Okulu benim okulum. Öğrenci seçiminde başlangıçta çok zorlandık ama okul müdürleri, öğretmenler ve merkezdeki arkadaşlardan aldığımız kriterlerle çok yerinde seçimler yaptık. Hepsi son derece başarılı çocuklardı. Keşke hepsini alabilseydik. Seçimlerden sonraki ilk karşılaşma ise gerçekten çok heyecanlıydı, çünkü cevabımızın olumlu mu olumsuz mu olduğunu bilmiyorlardı, onlara meslektaşımız gibi davrandığımızı gördüklerinde çok mutlu oldular.

Ahmet Üçok (Birleşik Motor İzmir Temsilciliği-Şube Müdürü): Her gün bir deniz yıldızını olması gerektiği yere ulaştırmaya çalışıyoruz. Çevrede böyle bir desteği bekleyen çok deniz yıldızı var ama bizim denize atıklarımızın hayatında ciddi değişiklikler oluyor, tabii bizim de. Bursiyerlerimizin çoğuna ailesi yeterince zaman ayırmıyor. Bunları gördükten sonra kızıma daha fazla süre ayırmam gerektiğini anladım.

Banu Kalay Ertan (Tofaş İstanbul-Kurumsal İletişim Direktörü): Bence Türkiye için en önemli proje bu. Baştan beri arzumuz, çocuklara sadece burs verip kenara çekilmek değil, her an geliştirici yeni bir adım daha atmaktır. Çocukların vizyonlarını genişletebilmek, bir nebze de olsa onları sanayile tanıştırmamızın çok çok önemli olduğu kanısındayım. Koç Holding'in bu projeyi sürekli ileri götürmek için bir şeyler yapmasından ayrıca gurur duyuyorum.



Atatürk ve Cumhuriyet'in ilk döneminde kadınlar

Aygaz, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü dolayısıyla, Dolmabahçe Sarayı'nda düzenlenen "Atatürk ve Cumhuriyet'in İlk Döneminde Kadınlar" adlı serginin sponsorluğunu üstlendi. Milli Saraylar işbirliği ile 3. Boyut Proje Üretim ve İletişim Merkezi'nin düzenlediği sergi, Türkiye'de kadınların toplumsal hayata katılım sürecini yansıtan bir belgesel niteliğindedir. Yoğun ilgiyle karşılanan, Atatürk'ün bir toplumun ilerlemesinde kadına verdiği değeri ortaya koyan sergide, kadınların kültür, sanat, spor ve bilim alanlarında varlık göstermeye başladığı yıllar, fotoğraf karelerinde yeniden yaşatıldı. Atatürk'ün özel desteği ve Türkiye Cumhuriyeti'nin teşvikleriyle kendi alanlarında ilk ve öncü olan kadınlarımızdan, Uluslararası başarıları imza atmış tarih profesör

Genç Cumhuriyet ile birlikte kadınların sosyal hayata katılmalarının öyküsü, 8 Mart Kadınlar Günü dolayısıyla Aygaz sponsorluğunda açılan sergide izlendi. Sergilenen 50 fotoğrafın ortak yönü, bu değişimi sağlayan Mustafa Kemal Atatürk'tü

sörü Afet İnan, doktor Kamile Şevki, zoolog Fazıla Şevket, ilk kadın havacımız Sabiha Gökçen, Dünya Güzellik Yarışması'nda birinci olan Keriman Halis, yazarlar Halide Nusret ve Şüküfe Nihal, tiyatro sanatçısı Bedia Muvahhit ve daha nice kadın.

"Atatürk ve Cumhuriyet'in İlk Döneminde Kadınlar" sergisi, işte bu öncü kadınların, Meclis'te, cephede, resmi toplantılarda ve sosyal hayatın farklı alanlarındaki anlarını ölümsüzleştirme ve onların hayatını bir belge olarak geleceğe aktarma işlevini taşıdı. Çeşitli arşivlerden derlenerek oluşturulan sergideki 50 fotoğrafın ortak özelliği ise hepsinde Mustafa Kemal Atatürk'ün de yer almasıydı. Türk kadınının tarihindeki bu önemli döneme tanıklık etmek amaçlı taşıyan sergi, 8-23 Mart tarihleri arasında ziyaret edildi.

Rachmaninoff ve Brahms'tan Diyarbakır'daki annelere



T

ürkiye Aile Sağlığı ve Planlaması (TAP) Vakfı, Diyarbakır'da yürüttüğü "Güvenli Annelik Programı"na destek kapsamında iki ün-

lü sanatçıyı ağırladı.

Ev sahipliğini TAP Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Caroline Koç ile Yönetim Kurulu Üyesi Dalia Garih'in yaptığı "Rachmaninoff ve Brahms'in notaları" konseri 11 Mart Salı günü İstanbul'da İş Sanat'taydı. Alexander Rudin'in yönettiği İstanbul Devlet Senfoni Orkestrası'na, aynı zamanda oğlu olan piyanist Ivan Rudin eşlik etti. Rachmaninoff'un 2. Pi-yano Konçertosu ile Brahms'in 1. Senfonisi'nin seslendirildiği konserin geliri TAP Vakfı'nın yürüttüğü Güvenli Annelik Programı'nda kullanılacak. TAP Vakfı, "Sağlıklı nesiller için, önce sağlıklı aile, sağlıklı gebelik ve sağlıklı bebek üçge-ni"ni temel alıyor. Bu çerçevede 2004 yılında başlatılan Güvenli Annelik Programı'nda Sağlık Bakanlığı ile birlikte anne adayları ve loğusa dönemindeki anneler bilinçlendiriliyor ve sağlık kontrollerinden geçmeleri sağlanıyor.

**TAP Vakfı,
Diyarbakır'da binden
fazla hiç sağlık
kontrolüne gitmemiş
anne adayının
bilgilendirildiği, sağlık
kontrolünde, geçirildiği
"Güvenli Annelik
Programı"na kaynak
temini için İstanbul'da
konser düzenledi**

İstanbul'da başlatılan ve daha sonra Düzc ve Diyarbakır'a taşınan Güvenli Annelik Programı'nda bugüne kadar 50 bin anneye hamilelik ve loğusa dönemlerinde ulaşıldı. Yalnızca Diyarbakır'da binden fazla hiç sağlık kontrolüne git-

memiş anne adayı bilinçlendirildi, sağlık kontrollerinden geçirildi. Program çerçevesinde başlatılan "Dikkat Bebek Var" kampanyasıyla da Türkiye'de 500 bin hamilelik çağında olan genç anne adayının bilinçlendirilmesi sağlandı.

Diyarbakır'ın ardından bu yıl Trabzon ve Giresun'da başlatılacak program, 2009'da Erzurum, Kars, Van, Mersin'de; 2010 yılında ise Adıyaman, Ordu, Er-zincan, Şanlıurfa'da hayata geçirilecek. TAP Vakfı'nda yürütülen ikinci büyük proje de halk eğitim merkezlerinde üre-me sağlığı konusunda yapılan çalışmalar. Doğuda 35 ilde yürütülen bu proje kapsamında halk eğitim merkezindeki öğretmenler eğitilerek, genç kızları ve anne adaylarını bilinçlendirme çalışmaları yürütüyorlar. Bu proje şimdi Batı illerinde de başlatılacak.

1985 yılında, Koç Topluluğu'nun kurucusu Vehbi Koç önderliğinde bir grup işadamı, sanayici ve bilim adamı tarafından kurulan Türkiye Aile Sağlığı ve Planlaması Vakfı, 20 yılı aşkın süredir üreme sağlığı ve aile planlaması konusunda hizmet veriyor.



Sonsuza kadar öğrenci!

53. Eurovision Şarkı Yarışması'nda Türkiye'yi temsil edecek olan Mor ve Ötesi'nin üyelerinden Kerem Kabadayı ile günlük hayat, gençliğin yönelimleri, meslek tanımları üzerine bir sohbet yaptık

E

urovision Şarkı Yarışması'na çok az bir süre kala, Mor ve Ötesi grubundan Kerem Kabadayı ile yağmurlu bir İstanbul gününde Elmadağ Divan'da, içinde bolca ne olacak bu gençlerin hali, azca yarışma stresi olan bir sohbet yaptık.

Çok farklı bir disiplinde eğitim görmüşsünü, müzik nasıl başladı hayatınızda?

Müziğe nasıl başladığımı hatırlamıyorum, ama Harun'la herhalde 13 ya da 14 yaşımızdayken, aynı dönemde müzik yapmak istediğimizi fark ettik. İkimiz de enstrüman çalamıyorduk ve "Acaba, enstrüman çalmadan müzik yapabilir miyiz?" diye düşündük. Hayatımda hiç eğitimini almak istemediğim alan, müzik oldu; iyi bir müzisyen olmak değil, sadece müzik yapmak istiyordum. Bu biraz tembellikten, biraz da asıl öğrenmek istediğim alanlara daha fazla zaman ayırmak istemenden kaynaklanıyordu. Yani, müzik benim için ilgi ve ifade alanlarından biriydi sadece.

Koç Üniversitesi İşletme bölümü mezunusunuz; ama sonrasında seçtiğiniz lisans ve doktora başlıkları oldukça değişik.

İşletme okurken son dönem aldığım bir ders ne okumak isteğim konusunda zihnimi açmıştı. Halen de Koç Üniversitesi'nde sanat ve sanat tarihi dersleri veren Lüsyan Şenocak'tan sanat tarihi dersleri aldım, mezun olduktan sonra da bu konuya devam etmeye karar verdim. Çünkü ilk defa o zaman ekonomi dışında ilgimi çeken bir alan keşfetmiş oldum.

Seçtiğiniz alanlar düşünülürse, işletme okumanız biraz tuhaf değil mi?

Aslında biraz ÖSYM'nin hediyesi oldu; ilk şoku atlattıktan sonra, ders programını şekillendirirken öğrenebileceğim maksimum malzemeyi, finansı ve ekonomiyi öğrenmeye çalıştım. Bunları kullanmanın iki yolu var; birincisi -özellikle finans bilginiz iyiyse- mümkün olduğu kadar para kazanmaya çalışmak, ikincisi de etrafta neler olup bittiğini altyapıya inerek öğrenmeye çalışmak. Ben okulda öğrendiklerimi ikinci yönde kullanmaya çalıştım.

Doktoranıza devam ediyorsunuz; son derece spesifik bir uzmanlık alanı seçmişsiniz ama bir yandan müzikte profesyonel bir noktaya gitmişsiniz; geldiğiniz noktada seçiminiz hâlâ aynı mı?

Ben iki tarafı da meslek olarak görmüyorum; akademisyenlik bir meslek değil, aslında sonsuza kadar uzatılmış öğrencilik gibi bir şey. Gerçekten yaptığı işi seven hocalarının dediği gibi, okulda kalmak, sonsuza kadar öğrenciliğe devam etmek demek oluyor. Ben de daha yeni 30 yaşına bastım ama okula öğrenci olarak gittiğim zaman, hayatın birazcık daha güzel olduğunu hissediyorum. Pek çok insan akademik disiplin içinde yaşamaktan sıkılıyor ama ben devam ettiği yere kadar devam edebilirim. Başa dönersek, benim için müzik de akademik hayatım da meslek değil, zaten kendime tam olarak "Ben müzisyenim" de diyemiyorum, sadece grupça yaptığımız müziğin beğenilmesi bizi Eurovision için aday haline getirdi. Ama Eurovision'a gidiyor olmamız bizim müziğimize bakışımızda bir değişiklik yaratmadı.

KoçFest'le pek çok üniversiteyi kapsayan bir turne gerçekleştirmişsiniz; öğrencilikle ilişkisini hiç kesmeyen biri olarak öğrencilerle ilgili gözlemlerinizi neler oldu?

Sadece o turneden değil, Koç Üniversitesinde iki dönem ders de verdim. O dönemdeki izlenimlerimi, turnedeki gözlemlerim de destekledi. Üniversiteler toptan bir dönüşüm geçiriyorlar. Beşeri bilimlerin gittikçe önem kaybetmesi, daha çok teknik ve özellikle de sermaye ile alakalı işkollarına iştigüci yetiştiren bölümlerin ön plana çıkartılması, üniversitelerin altını boşaltan bir süreç yarattı. Öğrenciler de buna şu şekilde uyum sağlıyorlar: sürekli ergenlik halinin üniversitelere yansıdığını düşünüyorum. Öğrenciler artık haftada 25-30 sayfa bile okumak istemiyorlar, zu-

lüm gibi geliyor onlara. Kimsenin hakkını yemek istemem, belki de ekrandan çok fazla şey okudukları için... 1998 yılında İTÜ'yü ilk gördüğüm gün, öğrenci şenliğinde çalmaya gelmiştik. Öğrenci gruplarının kendilerinin düzenlediği bir şenlikti bu; öğrencilerin öğrenciler için bir şeyler yaptığı bu organizasyonlar döneminin üzerinden bir dalga geçti ve üniversite şenlikleri çok farklı bir hale geldi. İnsanlara dayatılan eğlence biçimi -hani "Fahrenheit 451"deki dönüşüm gibi- daha çok fiziksel aktivite... Özgün bir şeyler üretmek değil, var olan ürünleri farklı şekilde tüketmeye yönelik eğlence biçimi yerleşiyor giderek.

Sponsorla çalışmanın avantajları neler?

Bizim daha önce de sponsorlarla çıktığımız turneler oldu, hiçbirinde grup ya da kişisel olarak sorun yaşamadık, ancak sponsorun konserlere ve tüm turneye yaklaşımı açısından bizim için Koç grubu ayrı bir yerde duruyor. Hem girilen işe verdikleri önem hem de bize gösterilen saygı açısından, pek çok turneden çok farklıydı. O zamanki medya söyleşilerimizde de bunu söylemiştik ve bazı muhalif kesimlerden de, "Neden sponsorunuzu övüyorsunuz?" diye tepki de görmüştük. Sonuçta insanların hakkını yememek gerekiyor, gerçekten teknik olanaklar açısından da, turnenin seyri açısından da sanırım bizim katıldığımız en temiz yürüten, her üniversitede de en az 30-40 bin dinleyiciye ulaş-



Kerem Kabadayı kimdir?

Amatör olarak davul çalmaya 1990 yılında başladı. 1995'te, Harun Tekin (vokal/gitar), Derin Esmer (vokal/gitar) ve Alper Tekin (bas) ile birlikte Türk alternatif rock müzik grubu Mor ve Ötesi'ni kurdu. 2000 yılında, Koç Üniversitesi İşletme bölümünden mezun oldu. 2001-2004 yılları arasında Boğaziçi Üniversitesi Tarih bölümünde, mimari, kentleşme ve çağdaş sanat kuramları üzerine yüksek lisans programına devam etti. 2002-2004 arasında, Koç Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi'nde öğretim görevlisi olarak çalıştı. 2004 yılında bu görevinden istifa ederek, İstanbul Teknik Üniversitesi Taşkışla Kampusu'nda Mimarlık Tarihi Anabilim Dalında doktora çalışmasına başladı.

tığımız çok iyi bir turneydi KoçFest'le yaptığımız çalışma.

Gelelim Eurovision'a; yarışmaya hakim olan "milli maç" havası ile nasıl baş ediyorsunuz?

Bizim en çekindiğimiz yan aslında Eurovision sürecinde bu milli maç ya da milli dava algısıydı. Oturup kendi aramızda böyle algılanan bir meseleyi biz nasıl sırtlarız diye epey düşündük, çünkü bizim belli bir hayat görüşümüz; politik bakışımız var. Bu duruşumuz içinde bizden beklenebilecekler var, bizim de yapabileceklerimiz ama bir de hiç yapamayacağımız şeyler var. O sınır nasıl etki eder diye oturup konuştuk. Geçmiş yıllarda Avrupa'ya adeta akıncılar yollanmış gibi algılanmasında bir boş bırakılmışlık ya da basın bu işi böyle paketlemesinin etkili olduğunu düşündük ve ilk basın açıklamasından bugüne kadar bizim belirlediğimiz şekilde gitti Eurovision tartışmaları. TRT'de de böyle bir milliyetçi paketleme olmadığını görünce rahat ettik. Sonuçta da meselenin bu kadar milliyetçi duygularla algılanmasını biraz da olsa dağıtmış olduk.

Böylesi bir havanın ardından yarışmayı kazanırsanız sizin yapacağınız açıklama ne olurdu?

Geçtiğimiz yılları da düşünürsek, Türkiye'nin toplumsal alanda yaşadığı güven kaybı, tek tek bireylerin ülkenin sorunlarının çözümünün dışında olduğuna dair inançlarının yükselmesi, hepimizin hayat alanlarını daraltan, zorlaştıran, bizi fakirleştiren bir süreç oldu. Bütün bu Eurovision sürecinden çıkarmak istediğimiz ve eğer başarılı olursak gelip açıklamaktan mutluluk duyacağımız şey, Türk'ün Türk'ten başka dostu vardır, Türkiye'nin sorunlarını da, çözümlerini de dışarda aramaya gerek yok; herkesin biraz kendine güvenmesi, ait olduğu cemaate karşı sesini yükseltip hayır demesi, yabancıya düşman değil, tanışılmamış kişi olarak bakmak gerektiği.



Mutluluğunuzun kaynağını biliyor musunuz?



Bilimsel Nöralterapi Derneği Başkanı Dr. Hüseyin Nazlıkul'a göre mutluluğun adresi bağırsaklar: "Mutlu olmak için serotonin hormonuna ihtiyacımız var. Serotoninin büyük kısmı bağırsaklarda üretiliyor. Bağırsak sistemi yük altındaysa, kişi serotonin ihtiyacını karşılayamaz, o zaman da mutlu olamaz"

Son yıllarda en sık duyduğumuz sözcüklerden biri detoks... Vücudumuzun toksinlerden arınması anlamına geliyor. Aslında vücudumuz karaciğer, böbrekler, bağırsaklar, akciğer, ter ve lenf yoluyla zararlı maddelerden kendisini arındırıyor. Ancak tarımda kullanılan zehirli maddeler, ağır metaller, gıdalardaki katkı maddeleri, sigara, alkol, elektromanyetik kirlilik karşısında vücudumuz bu toksinlerin bir kısmını tek başına atamaz hale geliyor. Dışarıdan bir yardım gerekiyor. O zaman gelsin detoks hapları, detoks içecekleri, detoks diyetleri... Her şey bu kadar basit mi? Bilimsel Nöralterapi Derneği Başkanı Dr. Hüseyin Nazlıkul'a göre, toksinlerden arınmak sadece sulu besinler almakla veya lavmanla olacak şey değil. Dr. Hüseyin Nazlıkul detoksla ilgili sorularımızı yanıtladı.

Detoks nedir?

Önce, neden detoksa ihtiyaç olduğunu anlatmakta fayda var. 21. yüzyılda yaşıyoruz ve bedenimizde olmaması gereken bir sürü toksin birikiyor. Fazla hareket etmiyoruz. Meyve ve sebzeler bir sürü işleminden geçiyor. Ürünün ömrünü uzatmak için katkı maddeleri konuyor. Gıdalardaki kimyasallar, artan petrokimya ürünleri, yaşadığımız ortamdaki elektronik ve kimyasal

toksinler, bedenimizde birikiyor. Bedenimiz kendi kendini temizlemede yavaş kalıyor. Toksik maddeler bağırsak floramızı bozuyor. Bağırsaklar görevini yapamaz hale geliyor ve bağışıklık sistemimiz zayıflıyor.

Vücudun detoksa ihtiyacı olduğu nasıl saptanıyor?

Kişinin bedeninin ne zaman detoksifiye edilmesi gerektiği, metabolizmasıyla ilgilidir. Ancak vücutta sınırı aşmış toksin seviyesi mutlaka bir yerden kendisini hissettirir. Tıbbi verilerin dışında, hiçbir nedene bağlı olmayan baş, sırt ve boyun ağrıları, uykusuzluk, kronik yorgunluk, eklem ağrıları gibi belirtilerle bedenin detoksa ihtiyacı olduğunu anlayabiliriz.

Ayrıca sürekli kabızlık, sindirim sistemi yaraları, sinüs tıkanıklıkları gibi sorunların da detoksifikasyon ihtiyacının göstergeleri olduğu günümüzde açıkça belirtilmekte. Çoğu kez kabul etmesek de “batın”ın (karın bölgesi) ikinci adı duygusal beyindir ve bizim mutlu olmamız için serotonin hormonuna ihtiyacımız var. Serotoninin büyük kısmı bağırsaklarda üretiliyor. Yani bağırsak sistemi bir yük altındaysa kişinin serotonin ihtiyacını karşılaması mümkün değil. O zaman da kişinin mutlu olması mümkün değil.

Bağırsaklara çok haksızlık etmişiz bugüne kadar...

Kesinlikle. Onun için bağırsakların temizlenmesi önemli. Ancak şunu da gözden kaçırmayalım, bu tek başına hiçbir zaman çözüm değil. Detoks programları kişiye özgü olmalı. Örneğin ağır toksinler sigara menşeli ise, sigarayla ilgili bir detoks yapılmalı. Kişideki yaşam kalitesinin değişmesi bir ameliyat sonrası ortaya çıkmışsa, bağırsak florasını ne kadar düzenlerseniz düzenleyin, o bedendeki iletişim hatası olan kesme yerini nöralterapi ile düzenlemediğiniz sürece bedenin kendisini tekrar toparlaması mümkün olmuyor. Oysa detoks kamuoyunda bağırsakların boşaltılmasıyla eşanlamlı gibi görülüyor.

Detoksifikasyon tek başına bir beslenme bozukluğu değildir. Bağırsakların temizlenmesi ve düzenlemesi çok önemlidir ama dışkı analizi yapılmadan, bağırsak florası tespit edilmeden, eksik ya da fazlalığın nereden kaynaklandığı bilinmeden yapılan bağırsak temizliği, tek başına çözüm değildir. Türkiye’de bir eczane, baharatçı ya da bir parfümeride poşetler

Detoksifikasyonda kullanılan yöntemler

- Özel diyetlerle vücudu arındırma
 - Belli sürelerde doktor kontrolünde su içilmesi veya sulu diyetler yapılması

Nöral terapi

Lokal anestezi altında bir regülasyon tedavisi; vejetatif sinir sisteminin iletişimini düzenler.

Manyetik alan tedavisi

Bedende tüm hücre içinde veya bağ dokusu içinde yerleşmiş zararlı yıkım ürünlerini mobilize eder.

Ortomoleküler tıp

Dönemsel vitamin, mineral takviyesi.

- Sebze suyu ve meyve suyu rejimleri
- Vücudu toksinden arındıran vitamin, amino asit ve fitoterapi denilen şifalı bitkilerle desteklenmesi.

Biofoton tedavisi

Hormon ve hücreleri etkilemek için ışığın iyileştirici gücü kullanılır.

- Siyah çay veya kahve yerine bitki çayları ya da bitki rejimlerine yönlendirme.

Homeopatik tedaviler

Birlikte toksifikasyon yaratan ağır metallerin eser düzeyde verilerek bedenden atılması.

- Sauna, hamam, kaplıca veya hipertermik seanslar (terleme).

Kolon hidroterapi

Lavmanın daha disipline edilmiş hali. Öncesinde dışkı analizi yapılmalı, bağırsak florasının boyutu görülmeli. Lavmanda bağırsaklara masaj yapamazsınız. Kolon hidroterapide ise bağırsaklar suyla doluyken yapılan özel bir masajla, uzun zamandır iç çepere yapılmış zararlı maddeler atılır.

- Ozon uygulamaları.

içinde detoks ürünlerine rastlarsınız. Bir kere vücuttan neyi atacaksınız, vücudu neden arındıracaksınız? Vücutta neyin fazla olduğunu nasıl saptıyorsunuz? Kişinin detoksifikasyona ihtiyacı olup olmadığını; kişinin öyküsünü bilen, fizik muayenesini diğer veriler eşliğinde yapan ve bu işi bilen bir hekim saptayıp yapabilir. Detoks tek başına lavman ya da bitkisel ürünlerin alınması değildir. Bu iş sadece enginar kapsülleri içilerek veya belli otların kaynatılarak içilmesi ile olmayacağı gibi bir bağırsak temizlemesi ile de olmayacak bir şey.

Detoks uygulaması hangi sıklıkta yapılır?

Kişide bir kez bir düzelme sağlamışsak, altı ay sonra kontrol amaçlı çağırırız. Eğer her şey düzgün ise olay bitmiştir. Zaten bir kez o programa girmiş insan eski beslenme alışkanlıklarını, hareketsiz yaşamını terk edecektir, kendisiyle daha barışık olacaktır. Son olarak şunu söylemek istiyorum: Bizler yürümeyi, hareket etmeyi unuttuk. Beslenme konusunda çok dikkatli değiliz. Bunlar ister istemez bağırsak yapısını bozuyor. Bağırsaklar da yeteri kadar boşalmadığı için orada birikmeler meydana geliyor. Eğer ciddi bir kronik hastalığınız yoksa, yılda bir hafta, içmele- re gitmek, o acı suları içmek faydalıdır. En az lavman kadar faydasını görürsünüz ama kolon hidroterapi lavman değildir. Özel yapılan masajlarla bağırsakların regüle edilme işlemidir; buna ek olarak bozulmuş olan bir bağırsak florasını sırf boşaltmak değil, eğer bağırsak florasının dengesinde bir bozulma varsa onun tekrar düzeltilmesi işlemidir. 35 yaşına gelmiş her insanın öncelikle yılda bir kez kapsamlı dışkı analizi ile bağırsak florasının durumunu görmesi gerekir.



Dr. Hüseyin Nazlıkul kimdir?

1963'te doğan Hüseyin Nazlıkul, Frankfurt am Main Wolfgang Johann Goethe Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde başladığı yükseköğrenimini İ.Ü. Cerrahpaşa Tıp Fakültesi'nde tamamladı. Frankfurt W.J.G. Üniversitesi Tıp Fakültesi'nde “Perinatal Dönemde AIDS” konusunda doktora yaptı. 1995-1998 arasında Hofheim Hiperbarik Oksijen Merkezi'nde “Tamamlayıcı Tıp” yöntemleri başta olmak üzere, beslenme, ağrı tedavisi, yara iyileşmesi, spor, koruyucu hekimlik çalışmaları yaptı. 1996'dan beri aktif koruyucu hekimlik kapsamında nöralterapi başta olmak üzere, sporcu beslenmesi, ozon tedavisi, hipnoz, manyetik alan tedavi, manuel terapi, akupunktur, detoks, meditasyon, ortomoleküler tıp ve biyolojik tıp konusunda pek çok bilimsel çalışmada yer aldı. Bilimsel Tamamlayıcı Tıp ve Regülasyon Derneği, Bilimsel Nöralterapi ve Regülasyon Derneği'nin kurucu üyesi ve başkanı olan Nazlıkul, evli ve iki çocuk babası.

Spor ekonomisinin ünlü ismi Colin Smith:

“Spor sadece spor değildir”



“Spor, insanın en doğal ihtiyacı, alışkanlığıdır. Olası bir ekonomik durgunluğun en son hissedileceği sektör, spor olacaktır. İnsanlar giyime daha az para harcayabilir ama maçları mutlaka izler. Bu reklam ve büyük bir ekonomi demektir”



Pazarlama trendlerinden olan Sports Marketing, Sports Sponsorship ve Sports Broadcasting uygulamalarına yön veren kurumlar ve sektör profesyonelleri “Going for Gold, the Business of Sports” konferansında bir araya geldi. Spor ekonomisinin dünya çapında önde gelen ismi Colin Smith, “Going for Gold, the Business of Sport” paneli için Türkiye’deydi. Avustralyalı ekonomist ile “sporun ekonomisi”ni konuştuk.

Spor endüstrisinin geldiği noktayı nasıl değerlendiriyorsunuz?
Öncelikle bütün dallarıyla spor bir oyundur. Ama içindeki ekonomik faktörlerin her geçen gün artan ağırlığını düşünürseniz, aynı zamanda günümüzde çok büyük bir sektördür. Bunu en basit olarak taraftar heyecanı ile bilet ya da forma satışlarından milyonlarca dolarlık transfer ya da sponsorluk anlaşmalarına kadar değerlendirmek gerekiyor. Kabullemeliyiz ki spor, artık sadece spor değildir. Mesela Amerika’da spor ekonomisinin büyüklüğü geçen yıl 400 milyar dolara ulaştı. Bu değer her şeyi ifade etmeye yeterli değil mi? Bu kadar büyük bir ekonomi söz konusu olduğunda da kurum ve markaların bundan uzak kalması mümkün değil. Sponsorsuz olimpiyatlar, şampiyonalar dönemi çok gerilerde kaldı. Organizasyonların çapı o kadar genişledi ki, artık bunları gerçekleştirmeye amatör heyecanların yetmesi mümkün değil. Biliyorsunuz ki sponsor markalar, maçlar sayesinde milyonların

gözünde görünür kılındı. Sponsorluk, marka ile taraftar arasında duygusal bir bağ kurulmasını da sağlıyor. Mesela Nike sponsorluğa her yıl milyonlarca dolar ayırıyor ama bu sayede amblemi dünyanın her yerinde tanınıyor, marka değeri ve satışı bu tanınırlıkla artıyor. Bu örneği birçok markaya uyarlayabiliriz.

Sporda paranın bu ağırlığı amatör heyecanları törpülemiyor mu?

İstediği kadar para olsun, sonunda mücadeleden edenler insan. Beyniyle düşünüyor, kaslarıyla mesafe alıyor ya da mücadeleyi ediyor. Etrafında dönen para etrafında kaldığı sürece böyle bir sorun olacağını düşünmem, ama içine girmemesi gerek. Ne kastettiğimi anlıyorsunuz... Bu iki unsur giderek büyürken, birbirlerine feda edilmemeli. Sporun mücadele yanı, gelişmiş projelerle finansal olarak daha iyi organize ediliyorsa, bunun anlamı bence ekonomideki "win win" (kazan kazan) felsefesidir. Örneğin futbol iyi takımlarla, iyi oyuncularla büyür, ardından yayın hakları, sponsorlukları gibi sektörler yaratır ve geliştirir. Bu gelişme, sonunda futbolun da çapını büyütür. Diğer spor dalları da öyle... Birbirini tetikleyen faktörlerle her iki taraf da büyür, "kazan kazan" durumu ortaya çıkar. Paralı TV'ler ve radyo gibi maçların yayınlandığı basın kuruluşları dışında, bu ekonomi, kulüp ürünlerinin satıldığı perakendecilik, bilet satışları ve sponsorluklar gibi pek çok alanı kapsıyor.

Şu sıralar dünya çapında ekonomik dalgalanmalar yaşanıyor. Dünya bir ekonomik krize girerse sporda bir duraklama dönemi yaşanacağını mı düşünmeliyiz?

Spor öyle doğal bir şey ki, tamamen insan olmakla ilgili. İnsanların en doğal ihtiyaç ve alışkanlıklarındandır. İşte bu nedenle spor, olası bir ekonomik durgunluğun en son hissedileceği sektör olacaktır. İnsanlar giyimine daha az para harcayabilir ama spor karşılaşmalarını mutlaka izler. Zaten yayıncı kuruluşlar da spor olaylarını eğlenceli olduğu için değil, insanları sürekli çekebildiği için yayınlamak ister. Bu da, reklam potansiyelidir.

Özellikle son yıllarda İngiltere'de dışarıdan gelip kulüp satın alan zenginler, spor ruhuna karşı tehlikeli adımlar atıyor mu?

Zenginlerin futbol kulübü almasında bir

sorun yok. Problem, onu bir futbol kulübü olarak değil de piyasadaki bir ürün olarak görmesinde bence. Futbol kulüpleri kâr edebileceğiniz birer yatırım aracı olamaz, olmamalı. Çünkü o zaman futbolun asıl değerleri tehlikeye giriyor. Futbol bir kâr aracı değil, güzel bir oyundur. Dengeyi koruyabilmeli, futbolu ya da geneliyle düşünürsek, sporu temiz tutabilmeliyiz. Kulüplere yatırım yapmak çok da kârlı bir iş değil. Ancak, ekonomik olarak geri dönüşler alındığı muhakkak. Biliyoruz ki bu kulüp sahibi yatırımcılar, fanatik futbol meraklısı değil. Siz Abramovich'in milyonları futbol aşkıyla mı harcadığını sanıyorsunuz? Bence bütün çalışmaları Abramovich markasını güçlendirmek içindi. Chelsea onun için iyi bir tanım unsuru oldu, bütün Avrupa ismini öğrendi. Ama kabul etmeliyiz ki profesyonel kulüplerin ve sporun her zaman paraya, yatırıma ve sonuç olarak zenginlere ihtiyaçları var.

Avrupa Futbol Şampiyonası arifesinde ülkemizde en çok, Türk vatandaşlığına geçen Brezilyalı oyuncuların durumu tartışılıyor. Yabancı oyuncuların milli takımlarda yer almasını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu uygulama özellikle Avrupa'da çok ilgi topluyor. Hatırlarsanız, Fransa Avrupa Şampiyonu olduğunda ekibin neredeyse tamamı, sonradan Fransız vatandaşı olmuş futbolculardı. Ama şampiyon olan Fransa'ydı. Ülkenize gelen kaliteli yabancı futbolcular, seviyenize mutlaka önemli katkılar yapıyordur. Bu, bence geleneksel milliyetçiliğin üzerinde değerlendirilmesi gereken bir durum. Çünkü bu oyuncularla gelen başarı ülkenizin marka değeri-

ni yükseltiyorsa, gerisini düşünmemek gerek. Unutmayalım, söz konusu olan bir spor karşılaşması. Ancak savaşlarda askerlerin kimliği önemli olabilir...

Formula 1 ile Şampiyonlar Ligi'ni karşılaştırabilir misiniz?

Futbol ve otomobil yarışlarında zirveyi gösteren iki organizasyonu birbirleriyle kıyaslamak oldukça zor. İkisinin de çok büyük potansiyeli var ancak Formula 1'in futbolla kıyaslanabilecek durumda olmadığını söyleyebilirim. Şampiyonlar Ligi, tüm dünyanın takip ettiği, çok daha büyük bir organizasyon.

Ford'un Şampiyonlar Ligi'ne yıllardır yaptığı sponsorluğu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Bu sponsorluğun çok değerli geri dönüşleri olduğunu ve bunun etkilerinin gelecek yıllarda daha da gelişeceğini düşünüyorum. Ford zaten dünya çapında popüler modeller üreten çok büyük bir şirket. Otomobil sahipleri, futbolla özdeşleşmiş bir markayı kendilerine giderek daha yakın buluyor ve markaya bağımlılıkları artıyor. Bunun etkilerini görebilen diğer otomobil markaları da Dünya Kupası ve Avrupa Futbol Şampiyonası'na sponsor olabilmek için yarışıyor. Ford'un bunu diğer markalardan daha önce gördüğü söylenebilir. Futbol organizasyonlarına sponsor olmak, tenise, yat yarışına, bisiklet ya da kayak yarışlarına sponsor olmaktan daha büyük çaplı hedefler olduğunu gösteriyor. Yaygın satış hedefi olan markalardan olan Ford, sponsorluk için yaygın olarak takip edilen futbolu tercih ediyor. Diğer seçenekler daha sınırlı kitlelere ulaşıyor.



Colin Smith kimdir?

Colin Smith, özellikle Sports Marketing alanında danışmanlık hizmeti veren küresel strateji firması L.E.K.'nin, spor medya ve eğlence konusunda fahri danışmanı. Kapsamlı bir stratejik danışmanlık deneyimine sahip, aynı zamanda şirket birleşmeleri ve devirleri, yeniden yapılanma, kârlılığın artırılması, stratejik değerlendirmeler, performans ölçümleri ve paydaş değeri konularında üst düzey yönetici rolü üstlenmiş durumda; çok sayıda endüstri kolunda hizmet veriyor. Stüdyo ve dış mekân yayınlarında lider olan Global Television'un başkanı, önde gelen çok kanallı bir radyo şirketi olan MCM Entertainment'in Başkanı ve Director of Southern Cross Broadcasting'in yöneticisi. Aynı zamanda Güney Avustralya Ticaret Elçisi, Rowing Australia'nın Müdürü ve St James Ethics Centre üyesidir. Spor Medya Hakları, Spor Sponsorluğu, Birleşme ve Devir üzerine konferanslar veriyor. Harvard İşletme Fakültesi MBA ve ISPM derecelerine sahip ekonomist, 1974-78 yılları arasında kürek dalında başarılı bir sporcu olarak 1974 Dünya Şampiyonu olan ekibin de üyesiydi.



“Dağdaki özgürlük hissinin eşi yok”

Koç Üniversitesi Matematik bölümü öğrencisi ve okulun Dağcılık Kulübü eğitmenlerinden Murat Onsekizoglu ile gerçekleştirdikleri eğitim ve faaliyetleri konuştuk

Sizi ve Dağcılık Kulübü'nü biraz tanıyabilir miyiz?

Koç Üniversitesi Matematik bölümü son sınıf öğrencisiyim. Geçen sene okul bünyesindeki Dağcılık Kulübü'nün başkanlığını yaptım. Ondan önceki iki sene de yönetim kurulunda bulundum. Son iki yıldır aynı zamanda Dağcılık Kulübü'nün eğitmenliğini yapıyorum. Aramıza yeni katılan arkadaşlara kaya tırmanışı ve kış kampçılığı konularında eğitimler veriyoruz. Ama bu yıl kendimi biraz daha geri çektim. Çünkü dağcılık faaliyetlerine birlikte başladığımız ve her aşamayı birlikte geçtiğimiz partnerim Cem Gürbüz ile eğitmenliğe başladık.

Ders yoğunluğunun içinde bu faaliyetler zor olmuyor mu?

Sevince oluyor desem yeridir. Dağcılık gerçekten çok zaman alan bir şey. Şurası bir gerçek ki biz gerçek dağcılar kadar faaliyet yapamıyoruz. Ger-

çek dağcı dediğimiz adam, ayda bir dağda olabiliyor. Bizim tabii böyle olamıyor, sezonda iki ya da üç kamp yaptığımız zaman kendimizi çok mutlu hissediyoruz. Derslerimiz gerçekten çok yoğun. Yani izinlerle bu işleri halledemiyoruz. Okul yönetimi bizi daima destekler, dekanlığımız her zaman arkamızdadır. Maddi konularda hiçbir zaman sıkıntı yaşamadık ama derslere devam zorunluluğumuz var. O nedenle yeni gelen arkadaşlara hep, “Biz bunu profesyonel dağcılar yetiştirmek ya da olmak adına değil, sadece profesyonel işimizin yanında bir eğlence, hobi olarak görmeliyiz” diyorum.

Bu merak nasıl başladı?

Hazırlık sınıfındayken kaya tırmanışıyla başladı. Okulda eğitimler vardı, eğitmenimiz de Güneş Ergüden'di. Eğitime gittim, orada çok samimi iki arkadaşımı gördüm. İlk eğitimlerimizi aldık. Etap geçerken bir iki korkutucu bölüm vardı. Zaten o bölümler, birçok kişi için yol ayrımı oluyor.



Ben devam ettim... Mehmet, Cem ve ben sık sık gitmeye devam ettik. Ama sonra Mehmet çok fazla zaman ayıramadı, biz de Cem'le baş başa kaldık. Çok keyif aldık bu işten. O yazı tırmanarak geçirdik; sonra kamplara da katılmaya başladık. Zaten bu işe bir yerinden başlayınca hiçbir aşamasından geri kalmak istemiyorsun. Kaya tırmanışının ardından dağcılığa merak saldım. Dağlarda geceleri yıldızları izlemek, sessizlik ve kamp ortamı beni bağladı. Sonra kış kampına gittik, eğitimimi de Niğde Aladağlar'da Cem ile beraber aldım. İlkimizin de bu işe bu kadar sıkı bağlı olması bizi motive etti. O da bizim okuldan, Endüstri Mühendisliği son sınıf öğrencisi. Kış kampı eğitimlerinden sonra ilimiz iyice arttı ve kulübün yönetim kuruluna girdik. Yönetim kurulundan sonra da eğitimlenliğe doğru bir prosesin içinde yer aldık. Geçen yılki kış kampının ardından Cem ile zirve faaliyeti yapmaya karar verdik. Aladağlar'da Güzeller zirvesine tırmandık. Bizimle gelen arkadaşlarımız eğitim alırken, ben, Cem ve onun ağabeyi Bora Gürbüz, Güzeller zirvesi yaptık. Bu hakikaten başka yerde tadılamayacak bir

his, zirvede bulutların üzerinde oluyorsunuz. 11 saat dizinize kadar karda yürüdükten ve yaklaşık 3 bin metreye çıktuktan sonra hava biraz ters çarpmaya başlıyor, azalan oksijen zorluyor. İlk tecrübemiz olduğu için de hayli zorluydu.

Kamp için nerelere gidiyorsunuz?

Kış kampı için en çok Niğde Aladağlar'a gidiyoruz. Yılda bir kez eğitim kampı düzenliyoruz. Aladağlar'da kış kampı oldukça zorlu geçiyor. Onun dışında Yalova Erikli Yaylası'na, Gebze'de Balıkayalar'a gidiyoruz. Balıkayalar, kaya tırmanışı konusunda çok önemli bir pozisyonda. Menekşe Vadisi, Abant, Gölcük ve Yedigöller gibi yörelere de genelde okulun tümünün katıldığı gezilerle gidiyoruz.

Onları risklere nasıl hazırlıyorsunuz?

Öncelikle yürüyüşler düzenliyoruz. 150 kişilik katılımlarla doğadan keyif alabileceğimiz yerlere gidiyoruz. Okulumuzda 300 öğrenci olduğu düşünülürse, bu katılım oldukça iyi bir yüzde. Bazen sadece yürüyüş yapıyoruz, bazen de arkadaşlarımızın limitlerini zorluyoruz. Böylece gerçekten doğada zaman geçirmekten zevk alanlar öne çıkmaya başlıyor. Onlardan kamp ya da dağcılıkla ilgili talepler geldikçe, organizasyonu büyütüyoruz. Teorik kamp eğitimlerimiz genelde okulda yapılıyor. İki üç saatlik kamp eğitimlerinden sonra Menekşe Vadisi ya da Balıkayalar gibi yerlerde sonbahar kampı düzenliyoruz. Sonbahar kampını, kış kampına hazırlık olarak görüyoruz. Biraz daha ileri aşamalara geçtiğinizde kampçılık ve zirve faaliyetleri tehlikeli olabiliyor. Bizim için her zaman en önemli unsurlar, eğitim ve işin tekniğini kavramak. Önceliğimiz de tabii ki güvenlik. Bu kamplarda şartlar çok zorlu olmasa da, katılanları sanki kış kampındaymışcasına eğitime tabi tutuyoruz. Geceleri habersiz uyandırarak, soğuğa karşı alıştırmaya çalışarak, çetin şartlarda yürüyüş yaparak, çadır kurarak, ateş yakarak dağda yaşamaya alıştırmıyoruz. Bu, "Dağda ve doğada nasıl hayatta kalınır?" eğitiminde meraklı olup öne çıkanlarla da kış kampına gidiyoruz.

Profesyonel destek alıyor musunuz?

Tabii. Dağcılıkta en önemli unsur tecrübe. Başka kurumlardan da, okulumuzdan mezun ağabeylerimizden de yardım alıyoruz. Dağda uyum istediğimiz bir kural var: "Bir insan dağda sizden bir gün bile fazla tecrübeliyse, onun sözünü dinleyin." Bu

hiyerarşi değil, bilgi ve tecrübenin önemi. Dağ faaliyetlerimizle ilgili olarak High Works firmasını kurmuş olan Güneş Ergüden ve Bora Gürbüz bizim eğitimcilerimizdi. En çok onlardan yardım alıyoruz. Hacettepe Üniversitesi'nden de bir eğitimcimimiz var; Mustafa Nalbant. Onlardan biriyle kış kampı için Niğde Aladağlar'a gidiyoruz.

Kış kampında neler öğretiliyor?

Aladağlar'da, kış koşullarında nasıl yaşanır, kar mağarası nasıl kazılır, kazma ve krampon nasıl kullanılır, bir zirve faaliyetine nasıl gidilir, ne zorluklarla karşılaşılır gibi kapsamlı bir eğitim veriyoruz. Üç-dört günlük eğitimden sonra bu işi yapmak isteyenler tamamen belirlenmiş oluyor. Bahar dönemi başladığında tekrar bir kamp yapıyoruz. Ama bu eğitim içermiyor, amacımız daha çok doğayla buluşmuş olmak. Bence asıl zevkli bölüm olan kaya tırmanışı o zaman başlıyor. Dağcılığa göre daha az çetrefilli olan kaya tırmanışı, hazırlanmış belli rotalarda yapılıyor. Kaya tırmanışı yaz boyu sürüyor.

Belli zorluklarına karşın dağcılığı bu kadar çekici kılan ne?

Huzur, özgürlük ve doğanın ortasında olma hissi beni çok mutlu ediyor. Fiziksel zorlukları ve tehlikesiyle her tırmanış, sizin için bir mücadele haline geliyor. Bazen rüyalarınızda bile tırmanıyorsunuz.

Mezuniyet sonrası planlar arasında dağcılığın yeri nedir?

Dağcılığı bir meslek ya da hayatımı üzerine kurabileceğim bir unsur olarak görmedim. Bir banka ya da çokuluslu finansal hizmetler veren bir danışmanlık firmasında çalışmayı düşünüyorum. Zaten iş başvuruları da başladı. Matematikçi olduğum için de kendimi buna hazır hissediyorum. Dağcılık, elbette unutulmaz bir hobi olarak yerini koruyacak. Tabii arkamızdan gelecek arkadaşlara her zaman bilgi ve birikimimle yardımcı olmak isterim.

Ford C-Max'i nasıl buldunuz?

C-Max, bence oldukça geniş ve fonksiyonel bir araç. Kabinin genişliği, bagajın büyüklüğü önemli avantajlar. Rahat koltuklarının istenildiği gibi katlanabilmesi, kabini taşıyacağınız eşyaya göre düzenleyebilmeyi sağlıyor. Ford C-Max, kamp yolculuklarında yolun bittiği yere kadar tüm ekipmanlarımızı taşımaya imkân verebilir. Ama oradan sonra doğayla baş başayız. 🌿

Kızılderililer Türk mü?

Bundan birkaç yıl önce Amazon kadınlarının Samsunlu olduğu iddia edilmişti. Bir ara Eskimoların da Türk olduğunu söyledi birileri. Son zamanlarda “Türk” olanlar ise malum olduğu üzere Kızılderililer!.. Bulunduğum damda “Oturan Boğa” misali oturup, Türk usulü bağdaş kurarak gökyüzüne doğru bakıyor ve kendi kendime soruyorum: “Yüce Ulu Manitu aşkına Kızılderililer Türk olabilir mi?”

Amerika’daki Indiana Üniversitesi’nden Prof. Denis Sinor bundan bir süre önce yaptığı açıklamayla Kızılderililerin Türk kökenli olma olasılığından bahsetti. Kızılderililerin Cengiz Han’dan kaçan Oğuz Türkleri olduğu söyleniyor. Altay Dağları’ndan öylesine kaçmışlar ki ta

Amerika’da almışlar soluğu! Yapılan araştırmalarda Kızılderililerin DNA’sıyla Türklerin DNA’sı birbirine çok yakın çıkmış! Acaba filmler karışmış olabilir mi diye düşünüyor insan... Hani bizde çok sık olur ya, en başta da eski Türk filmlerinde. Aslında benzerlikleri biraz düşünmekte yarar var.

Bakın Kızılderili şeflerine “Reis” diyoruz. Eh bizde de çete şeflerine genellikle “Reis” denir! Bu biir... Sonra önemli bir benzerlik de şu “Dumanla haberleşme” konusunda. Malum Kızılderililer birbirleriyle dumanla haberleşirler. Bugün ülkemizdeki herhangi bir kiraathaneye giderseniz orada dumandan göz gözü görmez bir haldeyken bile birbirleriye konuşabilen genç ve işsiz Türkleri görebilirsiniz. Eh bu da ikiii...

Gelelim şimdi Kızılderililerin “Barış Çubuğu” tüttürme vaziyetine... Dünya üzerinde pek çok ülke insanı sigarayı toptan terk ederken, her geçen gün dünyanın en fazla sigara içen halklarından biri olan Türk halkı da “tüttürmeye” bayılıyor. Dünyada sigarayı en fazla içen toplumlardan biri olarak bizim de aramızda dumanla haberleştiğimizi rahatlıkla söyleyebiliriz. Eh bu da üç...

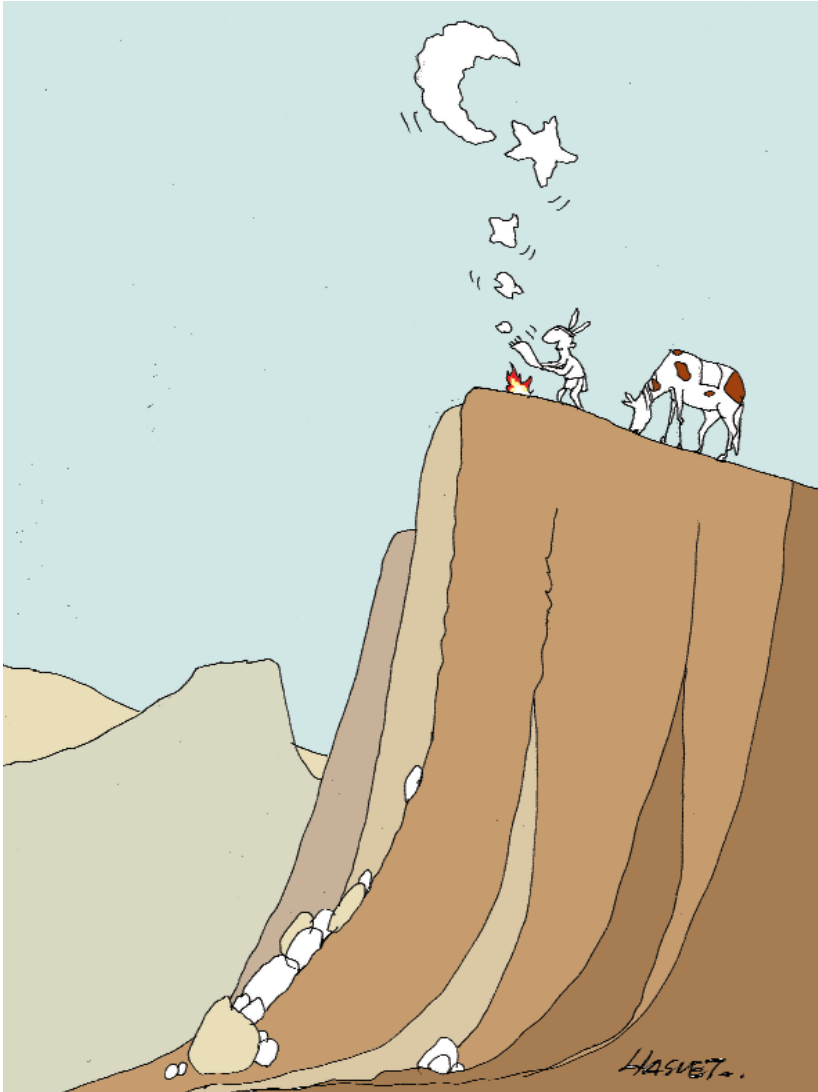
Bilindiği gibi Kızılderililer çadırda yaşarlar. Özellikle deprem ya da herhangi bir doğal afet sonrasında çadırda yaşamaya başlayan insanlarımız konutlarının bir türlü bitmemesi nedeniyle çadır hayatını zorunlu olarak benimseyip hayatlarını çadırda noktalayabilirler. Ya da öyle evlerde yaşarsanız ki, o evler için de çadır dan farksız diyebiliriz. Eh bu da dört... Kızılderililer ata binmeyi pek sever. Türklerin atla ilişkisi artık ataları gibi binmek düzeyinde olmasa da altılı ganyan düzeyinde son ayağa dek sürmektedir. Bir Kızılderili kadını bile erkeği kadar ok atar. Türk kadını ok atamasa da, mutfaktan eline geçirdiği “oklava”yı gayet hızla atabilir!.. Bunlara da beş diyelim...

Mohavk Kızılderililerinin Anadolu’da oynanan ve arasında “Uzun Eşek” oyununun da bulunduğu çocuk oyunlarının 12’sinden 11’ini bilmelerine ne diyebilirsiniz?.. Bilmedikleri o tek oyun “Kovboyculuk” olabilir mi? Oldu mu sana altı...

Sonra hiç dikkat ettiniz mi, Kızılderililerle Türklerin kilim motifleri bile neredeyse aynı... Bir Kızılderili gün içerisinde epeyce “Ugh” derken, bir Türk gün içerisinde epeyce “Oof” çeker. Al sana yediii...

Yalnızca bir nokta var ki, orası pek benzemiyor... Derinin rengi... Zira Türkler en esmer hallerinde bile genellikle “Beyaz adam” kıvamındalar... Eh bu kadar benzerliğin üstüne o kadirlik fark da olsun di mi ama? Gerekirse renk vermeyiz, o farkı da kapatırız sonuçta... Ya da şöyle deriz: “Biz Kızılderiliyiz ama küçük bir farkımız var, Kızılderililerin soluk benizli cinsindeniz!..”

Ugh! Damda Oturan Mizahçı var bu yazıyı bitirmek... Gelecek aya dek sağlıklı kalın Ulu Manitu aşkına!



Her parçası yeniden yorumlandı.



Yeni **Ford**Focus

Feel the difference

