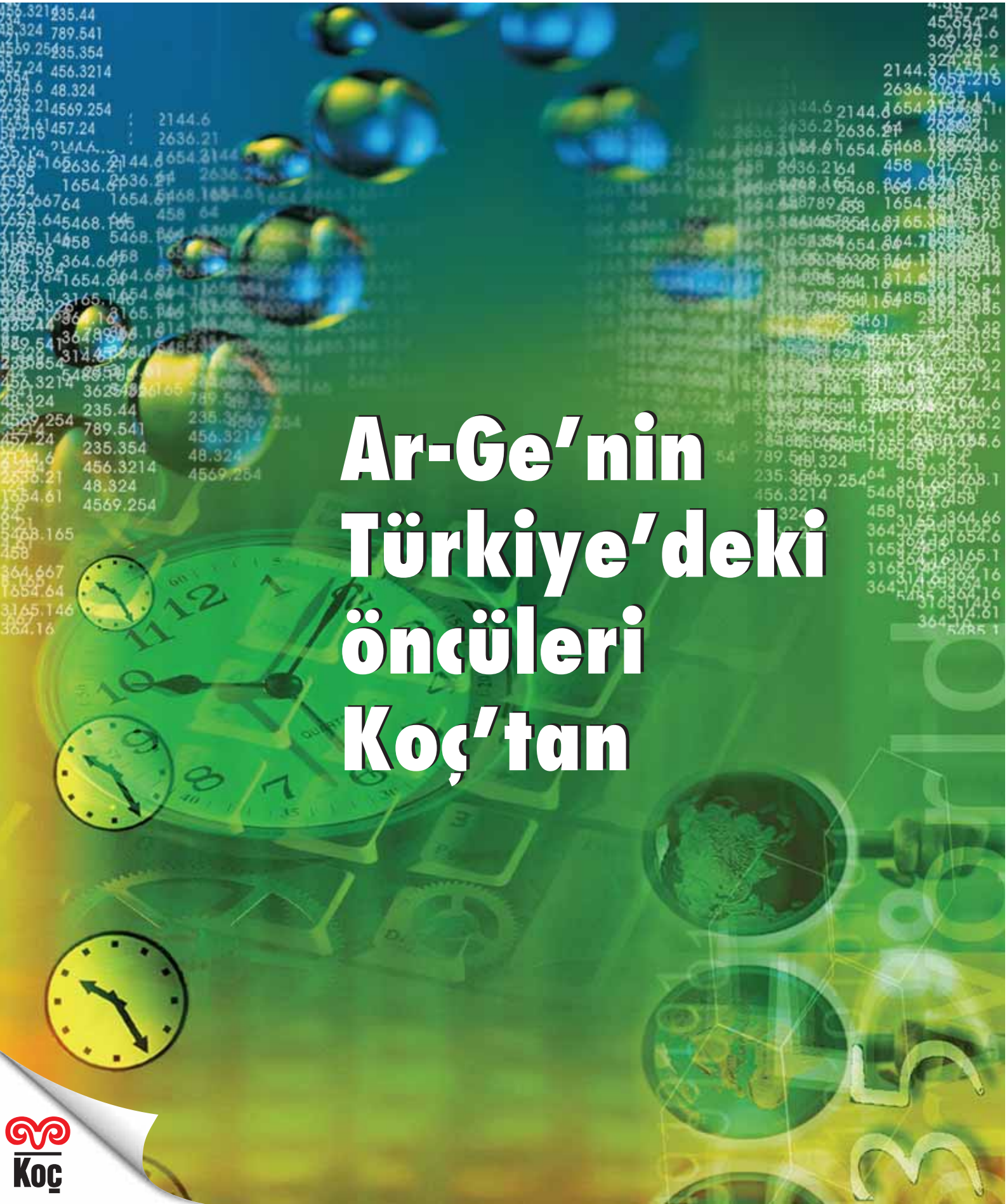
BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Nisan 2008 - Sayı 357



Ar-Ge'nin Türkiye'deki öncüleri Koç'tan

Koç

NİSAN | 2008

Küresel Vizyon

4 T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Başkanı Alpaslan Korkmaz

7 Ar-Ge'nin Türkiye'deki öncüleri Koç'tan

10 Rahmi M. Koç'tan adım adım dünya analizi

Ayın Gündemi

12 Semahat Arsel'in gözünden Vehbi Koç

14 Rahmi M. Koç ve Semahat Arsel'in vergi gururu

Kültürel Vizyon

12 "Sevgi" ve "Gönül" dolu bir etkinlik...

Hayata Dair

20 İdeal bir PR şirketi nasıl olmalı?

Spor Vizyon

23 Futbol Federasyonu Başkanı Hasan Doğan

26 Nance çifti, BisikleTEMA projesiyle dünya yollarında

İletişim

28 Başarılı bir iletişim öyküsü: Vadaaaa...

30 RMK Müzesi "ilköğretim okulu"

Sosyal Sorumluluk

32 Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Başkanı Prof. Dr. Türkan Saylan

34 Savaşın dostluğa döndüğü tarihe Opet'ten bir saygı

36 Tatilde bile okuldalar

İçimizden Biri

38 Arçelik Bayii Özcan Fahri Aslan

Ford ile Yollarda

40 TV yapımcısı Fatih Türkmenoğlu

BİZDEN HABERLER

KOÇ TOPLULUĞU'NUN AYLIK DERGİSİ

Bilgiye daha fazla yatırım gerek...

Bilgiye yatırım ve yenilikçilik, uluslararası rekabette başarının tartışmasız anahtarı sayılan "teknolojik kapasite"nin temel unsurları... Bu çerçevede, Ar-Ge harcamalarına ilişkin temel politikalara desteğini artıran birçok ülke, bilgiye yatırımı özendirmek için birbiriyle yarışıyor. Türkiye'de ise, son yıllarda hissedilir bir artış gözlenmesine karşın Ar-Ge faaliyetleri ve genel çerçevede bilgiye yatırım eğiliminin tatmin edici düzeyde olmadığı açık... Topluluğumuz şirketlerinin birçok alanda olduğu gibi, Ar-Ge harcamalarında da dünya sıralamasında yer alması ülkemiz adına da önemli bir başarıdır. Koç Topluğu olarak, geleceğin rekabetçi dünyasında sadece belirli sayıdaki markalarla değil, ülke ölçeğinde bir aktör olmanın gereğine inancımızı bu vesileyle dile getirmek, bu konuda kamu-özel tüm taraflara büyük görevler düştüğünü bir kez daha vurgulamak isterim.

Bilgi ve teknolojiyi ülkeye çekmenin önemli araçlarından biri de doğrudan yabancı sermaye yatırımlarıdır. T.C. Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, bu konuda misyon üstlenmiş kuruluş olarak önemli bir işlev yürütüyor. Dergimizin bu sayısında konuk ettiğimiz Alpaslan Korkmaz, yabancı sermaye yatırımlarında bilişim, elektronik, yazılım, makine sanayii gibi Türkiye'yi bilgi ekonomisine götürecek dinamikleri yakalamak arzusunda olduklarına vurgu yapıyor.

Sanata ve eğitime verdiği değeri bir tutku boyutunda yaşayan Sevgi Gönül'ü, adına yakışır etkinlikle ve bir kez daha özlemle andık. VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi tarafından bu yıl beşincisi düzenlenen "Sevgi Gönül Sanat Gecesi"nde öğrencilerin sergilediği beceriler ve yaşattığı anlar görülmeye değerdi. Sevgi Gönül'ün sanata, sanatçıya ve eğitime desteğini dile getiren dostları, onun gönüllerde bıraktığı derin izlerden o geceye esintiler taşıdılar.

Vergi konusu, devlet açısından adalet ve ülke savunması kadar önemli, birey açısından ise kutsal bir vatandaşlık görevidir. Vehbi Koç'un "Ülkem varsa ben de varım" ilkesinin çizdiği çerçeve, Koç Topluluğu'nun vergi konusundaki yaklaşımına da ışık tutmaktadır. Bu çerçevede Koç Ailesi'nin üyeleri, her yıl olduğu gibi bu yıl da vergi rekortmenleri listelerindeki yerlerini aldılar. Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç Ankara'da, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel ile Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç ve Yönetim Kurulu Üyesi Ömer M. Koç İstanbul'da açıklanan şeref listelerinde üst sıralara adlarını yazdırdılar.

Opet, Çanakkale'de iki yıldan bu yana sürdürdüğü "Tarihe Saygı Projesi" kapsamında övgüye değer bir çalışma gerçekleştirdi. Tarihe Saygı Parkı ile noktalanan proje kapsamında, bağımsızlığımıza giden yolun geçtiği topraklar, taşıdığı anlama yakışır bir çehreye kavuşturuldu. Bu önemli projede başta Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk olmak üzere, emeği geçen herkesi kutluyorum ve hayata geçirdikleri bu kurumsal-sosyal duyarlılık için Topluluğumuz adına teşekkürlerimizi sunuyorum.

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 Nisan 2008 Sayı: 357

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 Demirer
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.

Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Başkanı Alpaslan Korkmaz:

"Hedefimiz, en fazla yatırım çeken ilk beş ülke içinde konumlanmak"

Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Başkanı Alpaslan Korkmaz, dünyada şu an bir global sıkıntı olmasına rağmen, Türkiye'nin yabancı yatırımlar açısından büyük çapta etkilenmeyeceğini düşünüyor. Yabancı yatırımcılarla sürekli görüştüklerini ve bu görüşmelerde Türkiye'ye karşı yatırım konusundaki sıcak ilginin aynı yoğunlukla devam ettiğini gözlemlediklerini belirten Korkmaz, potansiyeldeki olası yavaşlamalara karşı da Ajans olarak stratejilerini revize ettiklerini söylüyor. Korkmaz, Bizden Haberler'e yabancı yatırımcıların Türkiye'ye ilgisinin nedenlerini, ülkenin ekonomik cazibesini anlattı.

Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın kuruluş amacı ve görevlerine ilişkin bilgi verebilir misiniz? Ajans ne tür bir yapı ile yerli ya da uluslararası yatırımcıların hangi beklentilerini karşılıyor, ne tür hizmetler veriyor?

Türkiye Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı, 5523 sayılı Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı Kurulması Hakkında Kanun'un 3'üncü maddesine göre, Bakanlar Kurulu'nca 5/3/2007 tarihinde alınan kararla kuruldu. Türkiye'nin kalkınmasında gereksinim duyulan doğrudan yabancı yatırımları özendiren ve strateji belirleyen Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'nın temel amacı, ülkemize katma değer katacak, istihdam yaratacak ve vizyon katacak yatırımları Türkiye'ye kazandırmak. Önümüzdeki 10-15 senelik süreçte, stratejik olarak tanımlanan sektörleri de ön plana çıkararak, bu alanlara yatırım çekmek için tüm Ajans ekibi olarak çalışmaktayız.

> "Ajansın temel amacı ülkemize katma değer katacak, istihdam yaratacak ve vizyon katacak yatırımları Türkiye'ye kazandırmak. Hedefimiz Türkiye'yi dünya genelinde en fazla yabancı yatırım çeken ilk beş ülke içerisinde konumlamak"

Türkiye'ye istihdam artırıcı yatırımların gelmesini sağlamakla yükümlü Ajansımızda, toplamda 10 ayrı dili konuşan, birçoğu en az üç yıl yurtdışı deneyimli 30 kişilik bir ekiple, yatırımcıların ülkemize yatırım yapmaları için Türkiye'nin neden onlar için en iyi yatırım ortamı olduğunu anlatmaya, bürokratik işlemleri de dahil tek bir noktadan tüm ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde kendilerine yardımcı olmaya çalışıyoruz. Türkiye'de bulunan bu 30 kişilik ekibin yanı sıra ABD, İngiltere, Fransa, Almanya, İtalya, Rusya, İsrail, Körfez Ülkeleri, Kazakistan, Çin, Hindistan, Japonya'da iki kişiden oluşan uluslararası temsilciler ağı kurduk. Bu temsilcilikler yurtdışından şirketleri, bizim belirlediğimiz stratejik eksen ve sektörler doğrultusunda Türkiye'ye getirmek için faaliyet gösteriyor. Stratejik çalışmalarımızı yapmak amacıyla Türkiye'deki bütün bakanlıklarla, sivil toplum örgütleriyle görüşüp, illerimizi teker teker ziyaret ediyoruz. Türkiye'nin orta ve uzun vadede yatırım çekme stratejisi çerçevesinde, ne olması veya en azından nereye yönelmesi gerektiğini ortaya çıkarıyoruz. Bunun yanı sıra Türkiye'deki yerli ve yabancı yatırımcıların sorunlarını çözmek için yardımcı oluyoruz. Onları Türkiye'nin dünyadaki elçileri olarak görüyoruz.

Türkiye yabancı yatırımcı açısından, avantajları ve dezavantajları itibarıyla nasıl bir görünüm arz ediyor? Yatırımcıya rakip ülkelere göre artı olabilecek ne tür avantajlar sunuyor?

Kamu, finans, sosyal güvenlik ve vergi alanındaki yapısal reformlar, yürürlüğe girmiş olan yeni Ar-Ge ve İnovasyon Destek Kanunu ile düşük vergilendirmenin yanı sıra serbest bölgeler, öncelik tanınan alanlar ve teknoparklarda yatırım ortamı şartlarının elverişliliği, girişimcilere önemli avantajlar sağlamakta-

dır. Türkiye'de 49 il teşvik kapsamındadır. Teşvikli illerde gerçekleştirilen yatırımlarda girişimciler; sigorta teşvikleri, enerji desteği ve arazi tahsisi konusunda avantajlar elde etmektedir. Yine Türkiye genelinde 28 ayrı bölgede Teknopark bulunmaktadır. Bu Teknopark'larda yatırım gerçekleştiren girişimcilere; altyapı desteği, software ve Ar-Ge çalışmalarından elde edilen kârdan gelir ve kurumlar vergisi muafiyeti, araştırmacı, software ve Ar-Ge personelinin ücretlerinin tüm vergilerden muaf olması gibi avantajlar sunulmaktadır. Türkiye'de faaliyette olan toplamda 21 serbest bölgede de üretici firmalar yüzde 100 kurumlar ve gelir vergisi muafiyeti, serbest kâr transferi ve yüzde 100 gümrük muafiyeti gibi kolaylıklara sahip olmaktadır. Biz tanıtımlarımızı da yaparken, her türlü platformda bilgiler paylaşırken asla ülkemiz için "düşük maliyetli" ibaresini kullanmıyoruz. Türkiye bu arenada düşük maliyetli değil "rekabetçi" konumda bulunan bir pazardır. Taviz verme odaklı değiliz... Türkiye'nin genç, dinamik ve eğitimli nüfusu bizi Doğu Avrupa ülkelerinden ayırıyor. Yeni bir yatırımın en önemli ihtiyacı olan nitelikli ve dinamik insan gücü Türkiye'de fazlasıyla var. Nüfusunun yaş ortalaması 28 olan bir ülke olarak adı geçen ülkelere göre oldukça avantajlı duruma geliyoruz. Türkiye'nin jeopolitik konumu da çok önemli. Bulunduğu coğrafya itibarıyla Türkiye tüm ticari geçiş noktalarının merkezinde yer alıyor. Gelişmekte olan pazarlara ulaşmanın en hızlı ve kolay yolu, Türkiye merkezli bir yapılanmadan geçiyor. Aynı zamanda hızla gelişen iç pazar, yabancı yatırımcının Türkiye'de var olması için önemli bir sebep.

"Neden Türkiye" dediğimiz noktada alt alta sıraladığımız o kadar çok fazla veri var ki; örneğin yatırımcıya verdiğimiz mesajların başında şunlar var:

Son altı yılda;

• 231 milyardan 663 milyar dolara gelmiş GSMH, • 1 milyar dolardan 22 milyar dolar seviyesine yükselen doğrudan yabancı yatırım girişi, • 36 milyar dolardan 107 milyar dolara çıkan ihracat rakamı, • 70 milyon nüfus (yaş ortalaması 28), • gelişen iç pazar, • planlı ve programlı ekonomi, • liberal ve reformist yatırım ortamı, • dinamik ve olgun özel sektör, • kalifiye ve maliyet-etkin işgücü, • merkezi konum,

• Avrupa'nın enerji koridoru ve terminali olma özelliğimiz, • gelişmiş altyapımız,

• AB sürecindeki istikrarlılığımız vs. çok artılarımız mevcut.

Türkiye'nin rakamları

• Türkiye bugün geldiği nokta itibarıyla dünyanın 17'nci sırasında. • AB ülkeleri ile kıyaslandığında bölgesel anlamda altıncı büyük ekonomi. • Doğrudan yabancı yatırım sıralamasında dünyada 13. sırada. • Türkiye dünyanın en büyük ikinci düz cam üreticisi, • Avrupa'nın yedinci büyük demir-çelik üreticisi, • 2006'da 17 global marka için üretilen 1 milyon adedin üzerindeki motorlu araç ile dünyanın en büyük 17. otomotiv üreticisi, • 20.3 milyon adet turist ile dünyanın en çok ziyaret edilen dokuzuncu ülkesi.

İnanılmaz potansiyeller var Türkiye'de; bugün baktığınızda ülkemiz Avrupa'nın orantılı olarak en fazla kadın akademisyenine sahip ülkelerinden biri.

• Her yıl 400 bin üniversite mezunu,

• 63 milyonu aşkın GSM kullanıcısı,

• 22 milyonu aşkın internet kullanıcısı...

Bunlar çok önemli ve kendi kendilerini ifade eden rakamlar.

Dış yatırımdan daha fazla pay alma konusunda Türkiye'nin orta ve uzun vadeli hedefi nedir? Örneğin stratejik önemi olabilecek spesifik bir alanda özel bir teşvik unsuru sunulmasına nasıl yaklaşıyorsunuz? Türkiye'nin özellikle yatırımların türü konusunda sektörel öncelikleri olmalı mı; neler olmalı?

Ülkemizde yapılacak yerli-yabancı her türlü yatırımın ülke ekonomisine katkısı büyük. Bir yatırımın o bölgeye ve ülkeye kattığı katma değer, yarattığı iş istihdamı ve getirdiği vizyon en büyük değerler. Türkiye 2006'da dünyada en çok yabancı yatırım çeken 13'üncü ülke oldu. 2001'da 57'nci sırada iken 2006'da 13'üncü sıraya çıkmış olması ülkemizin son yıllarda istikrarlı ekonomisiyle de yatırım için ne kadar cazip olduğunu belgeleyen bir tablo. Ajansın temel amacı ülkemize katma değer katacak, istihdam yaratacak ve vizyon katacak yatırımları Türkiye'ye kazandırmak. Bilişim ve telekomünikasyon teknolojileri, elektronik, otomotiv, yazılım, ilaç, makine sanayii, Ar-Ge gibi

"Ekonomik ve kültürel boyutlarıyla hayatı zenginleştirmekte girişimcilerimizin önemi büyük. Bu noktada Koç Topluluğu son derece başarılı bir performans sergiliyor"

Türkiye'yi bilgi ekonomisine götürecek dinamikleri yakalamak istiyoruz. Önümüzdeki 10-15 senede, stratejik olarak tanımlanan sektörleri de ön plana çıkararak, bu alanlara yatırım çekmek için tüm Ajans olarak çalışmaktayız. Hedefimiz Türkiye'yi dünya genelinde en fazla yabancı yatırım çeken ilk beş ülke içinde konumlamak. Yine Mart sonunda İngiliz Financial Times ve The Banker yayınlarınca yapılan ortak açıklamada ülkemiz, uluslararası yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen Yükselen Piyasalar arasında yerini korumaya, Doğrudan Yabancı Yatırım çekmeye devam ediyor.

Dış sermaye girişi açısından 2008'e ilişkin beklentiniz nedir? Türkiye yatırım ortamı nasıl bir görünüm sergileyecek?
Yatırımcı Türkiye'nin yakaladığı istikrar ortamından, Türkiye'nin artık geri dönmesi mümkün olmayan AB sürecinden çok memnun. Bu onları rahatlatan, orta ve uzun vadede vizyon veren bir ortam. Yatırımcılara destek olmak için elimizden geleni yapmaktayız. Yatırım Ajansı'nın kurulması, yatırımcıya verilmek istenen desteğin sonucudur. Dünyada şu an bir global sıkıntı olmasına rağmen, yabancı yatırımcı anlamında ülkemizin bundan büyük çapta etkileneceğini düşünmüyorum. Sürekli yaptığımız yabancı yatırımcı görüşmelerinde ülkemize karşı yatırım konusundaki sıcak ilgi aynı yoğunlukla devam etmekte. Tabi ki bizlere de yansıyabilecek potansiyel yavaşlamalara yönelik, Ajans olarak stratejimizi revize edebiliyoruz. Amerika ve Avrupa'da yaşanan, yaşanabilecek bir likidite sorunu sürecinde, ülkemizle ilgilenen Körfez ve Asya ülkelerine biz de aynı şekilde ağırlık verebiliriz. 2008 yılında mevcut göstergeler itibarı ile uluslararası yatırımcıların yüzde 53'ü yeni yatırım planladığını belirtirken, yüzde 70'i Türkiye'de ekonomik büyümenin yüksek kalacağını öngörüyor. Ekonomik istikrar, eğitim, yasal çerçeve ve uygulanması, fikri mülkiyet hakları, yatırımcıların sürekli takip ettikleri noktalardır.
Örnek vermem gerekirse, Ajans'ın 2007 ortasında başlayıp 10 ay süren çalışmaları kapsamında 2008 başında açıkladığı yatırım. Kanadalı otomotiv devi Magna, Türkiye'ye hem önemli bir rakamda yatırım gerçekleştirecek hem de ciddi sayıda istihdam yaratacaktır. Magna ülkemize sıfırdan yatırımla geliyor. Bu yatırımında Doğu Avrupa rakibimizdi. Ama çok hızlı hareket etmemiz, proaktif olmamız ve onları Türkiye'de istediğimizi göstermemiz onlara güven verdi. Gerekli tüm hazırlıkları kendileri talep etmeden önce yerine getirdik. Sayın Başbakanımız ile de görüştürdük. Başbakan Recep Tayyip Erdoğan'ın "Biz Türkiye'de bu konuda çok iddialıyız. Türkiye size uygun ülkedir" demeleri de Magna'ya çok büyük cesaret verdi. Yine demir-çelik sektöründe ülkemize bir Türk ortakla gelen en büyük, sıfırdan Rus yatırımlarından MMK, katkıda bulunduğumuz diğer bir başarılı yatırımdır. Yeni yıla güzel yatırım örnekleri ile başladık, devamını da getireceğiz.

Alpaslan Korkmaz kimdir?

1970 doğumlu Alpaslan Korkmaz, İsviçre'deki Neuchatel Üniversitesi'nde iş yönetimi okuduktan sonra mastır ve Doğrudan Yabancı Yatırım İkna ve Müzakere Süreçleri konusunda doktora çalışması yaptı. Uluslararası müzakere, özel sektör-devlet ilişkisi, doğrudan yabancı yatırım gibi konularda öğretim üyeliği görevinde bulundu. Halen Neuchatel Üniversitesi'nde kültürlerarası müzakere teknikleri dersleri veriyor. Korkmaz, Başbakanlık Türkiye Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı'ndaki görevine başlamadan önce İsviçre – Neuchatel Yatırım Promosyon Ajansı'nın Başkanlığını ve aynı zamanda Batı İsviçre Ekonomik Kalkınma Ajansı'nın Başkan Vekilliğini yaptı. Finans Müdürü olarak başladığı kariyerine yatırımların küreselleşme süreci üzerine 21 ülkede faaliyet gösteren uluslararası bir danışmanlık firmasında Genel Müdür olarak devam etti. Beş dil biliyor, iki çocuğu var.

Yakın zamanda yaptığınız ABD seyahatinde özellikle bilişim teknolojileri ve otomotiv sektörünün önde gelen temsilcileriyle görüştünüz. İzlenimleriniz nedir ve neler bekliyorsunuz?
25-28 Şubat 2008 tarihleri arasında Amerika Birleşik Devletleri'nin Chicago ve Detroit şehirlerinde bilişim teknolojileri ve otomotiv sektörlerinin önde gelen temsilcileri ile temaslarda bulunduk. Ağırlıklı olarak iletişim teknolojileri ve otomotiv sektörlerine ilişkin olarak yürütülen temaslar sonucunda, Amerikalı yatırımcıların her iki sektörde de gerek kaliteli insan gücü gerekse tedarik zinciri uzantılarından ötürü, Türkiye'yi Avrupa, Orta Asya ve Ortadoğu gibi bölgelere açılmak için tam anlamıyla stratejik bir üs olarak benimsediklerini bir kez daha kendilerinden duyduk. Ülkemize henüz yatırım yapmamış olan ve Türkiye pazarı ile ilgilenen ABD'li yatırımcılar, özellikle ülkemizin AB vizyonu paralelinde bölgesel anlamda bir güç olacağının bilinci ile yatırım rotalarını bu coğrafyaya çevirdiklerini ifade ettiler. Detroit'te otomotiv sektörüne ve Chicago'da bilişim sektörüne yönelik olarak düzenlenen seminerlerin her ikisine de 180 civarında işadamı katıldı. Medya tarafından da ilgi ile izlenen seminerlerde, özellikle son yıllarda Türkiye'de otomotiv sektörünün büyüme hızı, inovasyon, tasarım ve mühendislik faaliyetlerinin arttığı ve birçok firmanın bu konuda özellikle yatırım yapmaya gelmeyi planladığı konuları da dikkat çekti.

Koç Topluluğu'nun özellikle yeni teknolojilere dayalı, dünya pazarlarına yönelik üretimi hedefleyen yatırımlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?
Ülkelerin ürün, hizmet ve bilgi üretmelerindeki başarıları, girişimcilerin risk alma ustalıklarından kaynaklanır. Türkiye'nin üretim gücünü Avrupa ve hatta dünya ülkelerinin seviyesine çıkaracak olanlar, doğru işler yapan girişimcilerdir. İşsizliği ve yoksulluğu ortadan kaldırmak, göçü tersine çevirmek, ekonomik ve kültürel boyutlarıyla hayatı zenginleştirmek adına ülkemiz girişimcilerinin önemi büyüktür. Bu noktada Koç Topluluğu son derece başarılı bir performans ve duruş sergilemektedir. Bizler, Türk adını ve bayrağını yücelten her girişimin alkışlanmaya layık olduğunu düşünüyoruz.

Ar-Ge'nin Türkiye'deki öncüleri Koç'tan

Türkiye'nin Ar-Ge karnesi pek parlak değil. Üniversiteler ve kamu yatırımları olmasa sınıfta kalacağız. Yüzümüzü ağartan istisnalar dışında... Koç Holding, Arçelik ve Ford Otosan dünya Ar-Ge ligindeler

Küreselleşme olgusu her ne kadar sınırları hızla ortadan kaldırıyor olsa da, günümüz dünyasında ülkeleri bir diğerinden ayıran önemli bir sınır çizgisi var: Bu çizginin adı Ar-Ge... Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) çizgisi, günümüzün rekabetçi dünyasını "teknolojiyi üreten ülkeler" ve "teknolojiyi satın alan ülkeler" olarak iki temel gruba ayırıyor.

Ar-Ge'ye yatırım yapmayan ülkelerin ekonomide geleceğinin olmadığı artık tartışmasız bir gerçek... Rakamla ifade etmek gerekirse, dünyada Ar-Ge harcamaları gayri safi yurtiçi hasılasının (GSYİH) yüzde 2'sinden daha az olan ülkeler "gelişmiş ülke" sınıflandırmasına giremiyorlar. Türkiye'de bu rakam yüzde 0.67. Türk özel sektörünün genel olarak Ar-Ge harcamaları konusunda yeterli bir performans ortaya koyduğunu söylemek zor. Bunun elbette ki ülkenin içinde bulunduğu koşullardan kaynaklanan nedenleri var. Ancak, girişimcilerimizin bu konuda yaklaşım

eksiklikleri bulunduğunu da belirtmek gerek. Dolayısıyla Türkiye toplam rakamları, Ar-Ge harcamalarımızın büyük kısmının hâlâ üniversiteler ve kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirildiğine işaret ediyor. İki istisna dışında; Arçelik ve Ford Otosan, Türkiye ölçeğinin üzerinde, dünyada Ar-Ge sıralamasında ilk bine giriyorlar.
Bu tablo, Koç Topluluğu'nun, hemen her alanda olduğu gibi, rekabetçiliğin günümüz dünyasında dayattığı olmazsa olmaz gereklerinden Ar-Ge konusunda da öncülük ettiğinin açık bir göstergesi niteliğinde... Bu çerçeveden bakıldığında, Ar-Ge konusunda dünyada ve Türkiye'de öne çıkan satırbaşlarını şöyle özetlemek mümkün:

Gelişmişlik için alt sınır yüzde 2: Ülkelerin gelişmişlik göstergesi artık sadece kişi başına gelir seviyesi veya dış ticaret büyüklüğü ile değil, aynı zamanda Ar-Ge'nin GSYİH içindeki payı ile ölçülüyor. Ar-Ge harcaması yüzde 2'nin altında kalan o ülkeler "gelişmiş ülke" sınıfına girmiyor.
Uluslararası siyaset ve ticarette daha güçlü ve söz sahibi olmanın yolu güçlü bir ekonomiden, bu da güçlü bir sanayi oluşumundan geçiyor. Bunun anlamı ise teknolojiye dayalı yüksek katma değer yaratan bir sanayi sektörüne kavuşmak. Teknolojinin en temel girdisini oluşturan bilginin temelinde de bilimsel araştırmalar yatıyor.

Ar-Ge'nin yüzde 95'i 15-20 ülkede: Dünyadaki toplam Ar-Ge harcamalarının yüzde 95'ini 15-20 ülke yapıyor. Dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 70'ini oluşturan gelişmekte olan ülkelerde ise bu oran yüzde 5 civarında kalıyor.

Japonya'yı ABD izliyor: OECD ülkelerinden ABD'nin Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı yüzde 2.67, Japonya'nınki yüzde 3.12 seviyesinde. Ancak OECD ülkelerinin ortalaması yüzde 2.26. AB ülkelerinde ise bu oran yaklaşık yüzde 1.83 düzeyinde.

Türkiye'nin Ar-Ge harcaması yüzde 0.67: Türkiye'de ise Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı yüzde 0.67 seviyesinde. Bu harcamalarda aslan payı üniversitelerin. Ar-Ge harcamalarının yüzde 64.3'ü yükseköğretimde yapılıyor. Bu yöndeki harcamaların yüzde 28.7'si üretici kamu kesimi ve özel sektörü kapsayan ticari kesim, yüzde 7'si ise kamu kesimi tarafından hayata geçiriliyor. Dünya nüfusunun yüzde 1.1'ini oluşturan Türkiye, zenginlikte dünyanın binde 6'sını, bilimsel bilgi üretiminde ise yaklaşık binde 9'unu temsil ediyor.

Türk özel sektörü Ar-Ge'ye az harcıyor: Teknoloji üretme, katma değeri yüksek ürünler geliştirme konusunda yetersiz kalan özel sektör, Ar-Ge'ye yeterince önem vermiyor. Türkiye'de kamu, Ar-Ge harcamalarının yüzde 75'ini üstlenmiş durumda. 2006 yılında doğrudan ayrılan Ar-Ge fonları, 797 milyon Euro seviyesinde bulunuyor. TÜBİTAK, 2006 yılında Ar-Ge çalışmalarına 113 milyon dolarlık destek verdi. Ancak bu tablo, Ar-Ge Teşviki Yasa Tasarısı ile değişebilir.

Ar-Ge Yasası'nın hedefi: Araştırma ve Geliştirme Faaliyetlerinin Desteklenmesi Hakkında Yasa, Türkiye ekonomisinin büyüme performansı ile rekabet gücünü artırmayı ve cari açık sorununu gidermeyi amaçlıyor. Ar-Ge Yasası TBMM Genel Kurulu'nda kabul edildi ve Cumhurbaşkanlı'ğında onay bekleyen kanunlar arasında yerini aldı.

Koç Holding dünya Ar-Ge liginde 736'ncı

Koç Holding, dünyada Ar-Ge'ye en fazla kaynak ayıran ilk bin şirket arasında 736'ncı sırada yer aldı. AB Komisyonu'nun Ar-Ge Yatırımları 2007 Araştırması'na göre Koç Holding, 2006 yılında Ar-Ge yatırımlarını bir önceki yıla göre yüzde 15.9 artırarak 62.51 milyon Euro'ya yükseltti. Türkiye'den yine Koç Holding'in iştiraklerinden Ford Otomotiv, AB şirketleri hariç tutulduğunda 28.81 milyon Euro'yla dünyada Ar-Ge'ye en fazla yatırım yapan 892'nci şirket oldu.

Yasa ne getirecek? Ar-Ge destek ve teşvik sisteminde yapılacak bazı iyileştirmeleri içeren yasa, belirli kriterleri sağlayan işletmelerin Ar-Ge harcamalarının tamamının Kurumlar Vergisi ve Gelir Vergisi matrahlarından düşülebilmesini öngörüyor. Diğer taraftan kanun, 500'den fazla Ar-Ge personeli çalıştıran işletmelere ek vergi teşviki getirilmesini, belirli kriterleri sağlayan işletmelerde çalışan Ar-Ge personelinin sigorta primi işveren hissesinin yarısının Hazine tarafından karşılanmasını, rekabet öncesi işbirliği projesi tanımı getirilerek, proje kapsamında yapılacak teknolojik yenilik faaliyetleri için vergi indiriminin getirilmesini ve belirli şartları sağlayan kişilere yönelik "teknogirişim" sermayesi verilmesini sağlıyor.

Türkiye Ar-Ge ligi

Koç Topluluğu önde: Türkiye'de Ar-Ge'ye en çok kaynak ayıran şirketlerin başında Koç Topluluğu geliyor. Arçelik ve Ford, dünya ve küresel Ar-Ge liginde ilk bin şirket arasında yer alıyor. Halka açık şirketlerin finansal tablolarına göre oluşturulan Ar-Ge listesine bakıldığında, Türkiye'nin 2006 yılında Ar-Ge'ye en çok yatırım yapan şirketinin 76 milyon YTL ile Arçelik olduğu görülüyor. Şirketin net satış gelirlerinden araştırma geliştirme faaliyetleri için ayırdığı pay ise yüzde 1.09.

Patent listesinin tek Türk'ü Arçelik: Bu yatırımın sonucu Arçelik, 2007 yılında yaptığı 143 uluslararası başvuruyla, dünya çapında en çok patent başvurusunda bulunan ilk 500 şirket arasında 35 basamak yükselip 101. sıraya yerleşti ve listedeki tek Türk şirketi oldu. İlk 100'de dev global şirketlerin açıklandığı listede Arçelik, birçok önemli uluslararası şirketi geride bırakarak Google'ın hemen ardında yer aldı.

Koç Topluluğu şirketlerinin Ar-Ge sıralamasındaki yeri

KURUM	SEKTÖR	2006 AR-GE HARCAMASI (YTL)
1. Arçelik	Dayanıklı Tüketim	76.038.000
4. Ford Otomotiv	Otomotiv	41.831.695
7. Beko Elektronik	Dayanıklı Tüketim	20.555.000
10. Tofaş	Otomotiv	9.160.000
14. Otokar	Otomotiv	6.669.929
37. Aygaz	Enerji	2.174.151

Halka açık şirketlerin finansal tablolarına göre oluşturulan Ar-Ge listesi.

Türkiye 30. sırada: Şirketin bu başarısını değerlendiren Arçelik Genel Müdürü Aka Gündüz Özdemir, Dünya Fikri Haklar Örgütü verilerine göre 2007'de dünya genelinde 156 bin 100 adedi bulan patent başvurusunun, 2006'ya göre yüzde 4.7 artarak rekor düzeye çıktığını söyledi. Türkiye ise yüzde 10'luk bir artış ve 296 başvuruyla dünyada en çok uluslararası patent başvurusu yapan ülkeler sıralamasında 30. sırada yer aldı. Özdemir, yaptıkları başvurularla Türkiye'nin dünya ligindeki bu konumuna katkıda bulunmaktan duydukları gururu dile getirdi.

Arçelik nasıl başardı? Özdemir, Türkiye'den Dünya Fikri Haklar Örgütü'ne yapılan patent başvurularının yüzde 45'inin sahibi olan Arçelik'in bu başarısının, patent ve sınai mülkiyet haklarına verdiği önemden ve aynı zamanda 1990'lı yıllardan beri Ar-Ge'ye ve teknolojiye yaptığı yatırımlardan kaynaklandığını söyledi. Özdemir, "Arçelik'in başarısındaki en önemli faktörlerden biri, teknoloji ve yenilik yaratabilme gücüdür. Sahip olduğumuz teknoloji ve geliştirdiğimiz ürünlerle standartları takip eden değil, standartları oluşturan bir şirketiz. Türkiye'nin en yaratıcı ve seçkin mühendislerinden oluşan 550 kişilik Ar-Ge ekibimiz var" dedi.

En çok Ar-Ge bilişim sektöründe: Halka açık şirketlerin finansal tablo verilerine göre 2006'de en çok Ar-Ge harcamasını bilişim firmaları yaptı. Bilişim şirketlerinin toplamda yaptığı Ar-Ge harcaması 31 milyon YTL. Bilişimcileri ise tekstilciler takip ediyor. Tekstilcilerin zirvesinde, 3 milyon YTL'ye yaklaşan Ar-Ge harcaması ile Akın Tekstil bulunuyor. Tekstilcilerin toplamda yaptığı Ar-Ge harcaması, bilişimcilerin üçte birine karşılık geliyor. Tekstilcilerin hemen ardından dokuz şirket ile metal eşya sanayi geliyor.
Metal eşya üreticileri, Ar-Ge'ye en fazla para harcayan sektörler arasında. Sektörün listedeki temsilcilerinin 2006 yılında toplamda 180 milyon YTL'lik Ar-Ge harcaması yaptığı görülüyor. Bu kategoride değerlendirilen Arçelik 76 milyon YTL, Beko Elektronik 20.5 YTL Ar-Ge harcaması yapıyor. Otomotivde Ford, 41.8 milyon YTL'lik Ar-Ge harcaması ile sektörün liderlerinden. Tofaş 9.1 milyon, Otokar ise 6.6 milyon YTL Ar-Ge çalışmalarına kaynak ayırıyor. Enerji sektöründe ise Aygaz 2.1 milyon YTL ile Ar-Ge'ye en fazla kaynak ayıran şirketler arasında.

Özdemir: "Türkiye'den Dünya Fikri Haklar Örgütü'ne yapılan patent başvurularının yüzde 45'inin sahibi olan Arçelik bu başarısını, patent ve sınai mülkiyet haklarına verdiği önemden ve aynı zamanda 1990'lı yıllardan beri Ar-Ge'ye ve teknolojiye yaptığı yatırımlarla sağladı"

Arçelik Ar-Ge ile dünyada bir ilki yarattı

Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü'nün (WIPO) en çok patent başvurusunda bulunan şirket sıralamasını dünyaya duyurduğu listesi, ilk kez bir Türk şirketini, Arçelik'i ağırladı. Arçelik, Türk Patent Enstitüsü'nün (TPE) ilk kez gerçekleştirdiği "Türkiye Patent Ligi Ödülleri" kapsamında 2005'te 136 patent başvurusu yaparak, 2006'da Türkiye'nin "Patent Şampiyonu" oldu. 2007'de de 192 başvuruyla bu ödülü ikinci kez aldı. Arçelik, bugüne kadar patenti alınmış 300 buluşuyla uluslararası platformda verilen 40'a yakın ödülün sahibi.
Arçelik'in patentini alarak kullanıma sunduğu ev cihazları arasında, daha az hacim kaplayan şişelikler içeren buzdolabı, tencerelerin rahat yerleştirilmesi amacıyla raf ve tabak tutucuların yatırılabilir/kaldırılabilir olmasını sağlayan mekanizmaya sahip bulaşık makinesi, Türk kahvesini geleneksel tada uygun pişiren kahve makinesi, dünyanın en hızlı bulaşık ve çamaşır makinesi unvanına sahip ürünleri var.
Ancak bu kez şirketin duyurusunu yaptığı ürün, dünyada bir ilkti; Divide&Cool (DAC). Bu buzdolabının özelliği, tek kompresöre bağlı birden fazla soğutma ünitesi bulunması. Buzdolabıyla birlikte mutfaktaki bir çekmece dondurucuya, bir dolap kapağı da soğutucuya açılıyor. Çünkü tek bir dış üniteye dört soğutma kabini bağlanabiliyor. Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı ve Arçelik Genel Müdürü Aka Gündüz Özdemir de DAC'ı tanıtırken, Arçelik'in Türkiye ve dünyada geldiği noktaya dikkat çekti: "Dünyada Ar-Ge'ye en çok yatırım yapan ilk bin şirketten biri olan Koç Holding'den aldığı sinerji ve kendi teknolojisini yaratmadaki kararlılığıyla hareket eden Arçelik A.Ş., bugüne kadar dünyada ve Türkiye'de birçok ilki gerçekleştirdi. Şirketimizin güçlü Ar-Ge ve teknoloji çalışmaları ile sektöre getirdiği ilkler ve yenilikler, gerek Türkiye'de gerekse dünyada teknolojinin gelişmesine katkıda bulundu. Divide&Cool ile de dünya soğutma teknolojisinde yepyeni bir dönem başlattık."

RAHMİ M. KOÇ'TAN ADIM ADIM DÜNYA ANALİZİ:

Amerika gripten yatıyor!

Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, sekiz sene aradan sonra davetli olarak gittiği Adapazarı Sanayi Odası'nda bir konuşma yaptı. Koç, siyasal, çevresel ve ekonomik olarak dünyanın geçirdiği değişimleri esprili bir dille anlattı. "İçinde yaşadığımız şu dünyada, son zamanlarda neler oluyor, neler..." diye konuşmasına başlayan Koç'un, verdiği örneklerden bir kısmını Bizden Haberler okurlarıyla paylaşıyoruz

Dolar, 50 senenin en düşük noktasında.

Amerikan Hava Kuvvetleri'nin havada yakıt ikmali yapan, 35 milyar dolarlık 179 adet uçan tanker ihalesini Airbus kazandı, Boeing açıkta kaldı; Amerikan Kongresi hop kalkıp hop oturuyor.

BMW ve VW değerli Euro ile araba satamadıklarından Amerika'ya yatırım yapma kararı aldılar; dolar ile imal edip dolar ile satmayı planlıyorlar.

Ford'un vaktiyle satın aldığı İngiltere'nin iki değerli markası Jaguar ve Land Rover'ı, Hintli Tata Motors 2 milyar dolara satın alıyor. Oysa Ford, 19 sene evvel sadece Jaguar'a 2.5 milyar dolar ödemişti. Şimdi Ford bu markaların İngiltere'de kalmasını istiyor. Tata da Ford'dan beş sene süreyle motor tedarik garantisi talep ediyor. Tata, dünyanın en ucuz, 2500 dolarlık arabası Nano'yu Cenevre Fuarı'nda görücüye çıkardı. Toyota, dünya satışlarında Ford'u geçerek iki numaraya oturdu ve geçtiğimiz sene Amerika'da GM'den daha fazla araba sattı. Şimdi hiybrid arabalar, hem dizel, hem benzin hem elektrik ile çalışıyor. Ayrıca doğrudan elektrik ile çalışan arabalar üzerine yoğun teknolojik araştırmalar yapılıyor. Burada maksat, hava kirliliğini önlemek.

Küresel ısınma dünyamızın iklimini altüst etti. Dağlara kar geç yağıyor ve erken kalkıyor. Bundan dolayı kayak sezonları kısalıyor. 100 milyar dolardan fazla geliri olan kar sporları yatırımcıları ciddi şekilde endişe ediyorlar. Suni kar, sıfır altı 5 derecede yapılabiliyormuş, şimdi yeni bir teknoloji ile sıfır üstü 5 derecede de suni kâr yapmayı keşfetmişler. Bu sistem de hava kirliliği yaratıyormuş; dolayısı ile sektör bir çıkmazda.

Alternatif enerji kaynakları son zamanlarda her zamankinden fazla rağbet görmekte, ancak bunların ihtiyaçlara katkısı mahdut. Mısırdan üretilen etanol (etil alkol) yakıtı geliştirdiler ama Amerika'daki bütün mısırları bu işe kullansanız dahi, ihtiyacın sadece yüzde 7'sine cevap verebiliyor; rüzgâr enerjisi keza öyle.

Mümkün olan her tarafa rüzgâr değirmeni dikseniz, verdiği elek-

trik, ihtiyacın yüzde 15'ini karşılayabiliyor. Buna rağmen yatırımı ağır, geri dönüşün, en iyi şartlarla beş sene olduğunu hesap ediyorlar.

Dünyada 3 milyar kişi günde 1 doların altında geçiniyor. Bu senenin sonunda dünya tarihinde ilk kez nüfusun yarısından fazlası şehirlerde yaşıyor olacak.

Çin, 2007 senesinde enerji kullanımında Amerika'yı geçmiş, fakat hiçbir önlem almadıklarından büyük şehirlerde hava kirliliği had safhada. O kadar ki dünya maraton şampiyonu Haile Gebrselassie, Pekin Olimpiyatları'nda koşmamaya karar verdi.

Bu konuşmamı tamamladığım sürede, Amerika'da 410, Avrupa Birliği'nde 480, Çin'de 1660, hindistan'da 2580 bebek dünyaya gelmiş olacak.

Ortadoğu'nun, Arafat'ın ölümünden sonra sulha kavuşacağını zannedenler büyük ölçüde yanıldıklarını anlıyorlar. İsrail ve Filistin her zamankinden daha fazla birbirlerine düşmanlar.

madan ilk nasibini onlar aldılar. Northern Rock Bankası iflas etti. İngiltere Merkez Bankası hemen yardımına koştu ve kurtardı.

Rusya'da enteresan gelişmeler oluyor. Halkın bir kısmı komünist rejimdeki yaşamından daha fakirleşirken, Putin yandaşı bir avuç "antreprenör" korkunç servetler yaptı ve bunlar bütün dünyada deli gibi ve görgüsüzce para harcıyorlar.

İngiltere'ye 250 bin Rus yerleşmiş. Sempatik Tony Blair'den sonra gelen, Başbakan Gordon Browne, çıkaracağı yeni bir kanun ile İngiltere'de oturma müsaadesi olanların tüm gelirlerinden vergi almayı tasarlıyor. Şimdiden, Londra'da oturan 40 Yunanlı armatörden 7'si İngiltere'yi terk etmiş, diğerleri de terk edecek diye gazete yazıyor.

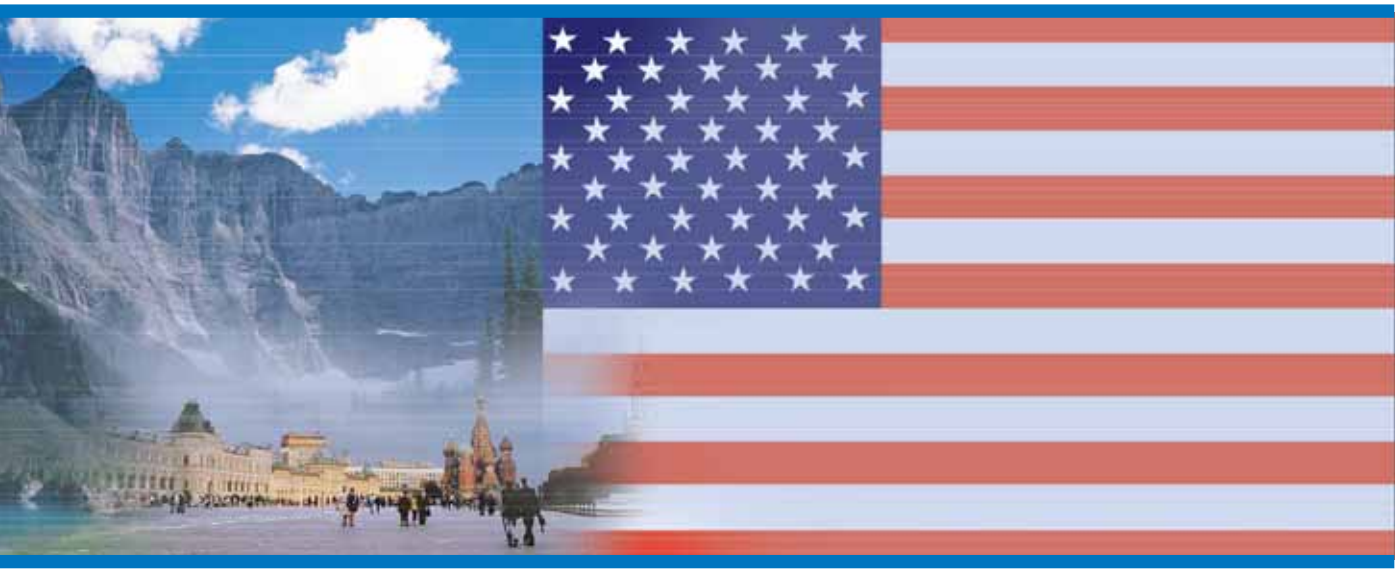
60'larda Arafatın uçak kaçırması ile başlattığı Filistin direnişi ve 80'de Humeyni'nin radikal İslam ve Batı'dan nefret etme harekâtı o zamandan bu zamana yüz bin-

Amerika için geçerli, dünya ekonomisinde yapacağı tahribatın miktar ve derecesi henüz hesap edilemiyor.

Ekonominin yavaşlamasından endişe eden Amerikan Merkez Bankası önce 160 milyar dolarlık vergi iadesi yaptı, faiz indirimine gitti. Bu yetmedi, 200 milyar dolar, nakit sıkıntısı çeken bankalara enjeksiyon yaptı. Bir daha faiz indirdi; son olarak yüzde 2,25'e kadar faizleri düşürdü. Nakit sıkıntısı çeken bankalara yeniden 50 milyar dolar daha aktardı. Enteresandır, milyarlarca dolar zarar yazan bütün bankaların başkanları ve kilit idarecileri işten ayrılırken, milyonlarca dolar tazminat aldılar.

Citibank'tan vaktiyle hisse alan Suudi Prensi El Walid, yatırımından 7 milyar dolar kaybetti. Tabii diğer banka ortaklarının neler kaybettiğini siz hesap ediniz.

Nereden bakarsanız bakın, Amerika, dünyanın en kuvvetli ülkesi: Dolar basma hakkı onda, doların faizini ayarlama hakkı onda, en büyük teknoloji onda, dünyanın



Afrika derseniz, karmakarışık. Oranın politikasına hiçbir zaman akıl erdiremedim. Onun için bir mütalaada bulunmak istemiyorum.

Almanya'da vergi ödememek için Lichtenstein bankalarında hesap açan milyonerlerin isimlerini bir banka çalışanı 5 milyon Euro karşılığı maliyeye sattı.

Fransa'da Sarkozy'nin ilk ayları bitti, yerel seçimleri kaybetti ve popülaritesi düştü. Gerek yaptığı evlilikten, gerek şuraya buraya ani ziyaretlerinden, gerekse tutarsız demeç ve hareketlerinden halkını hayal kırıklığına uğrattı.

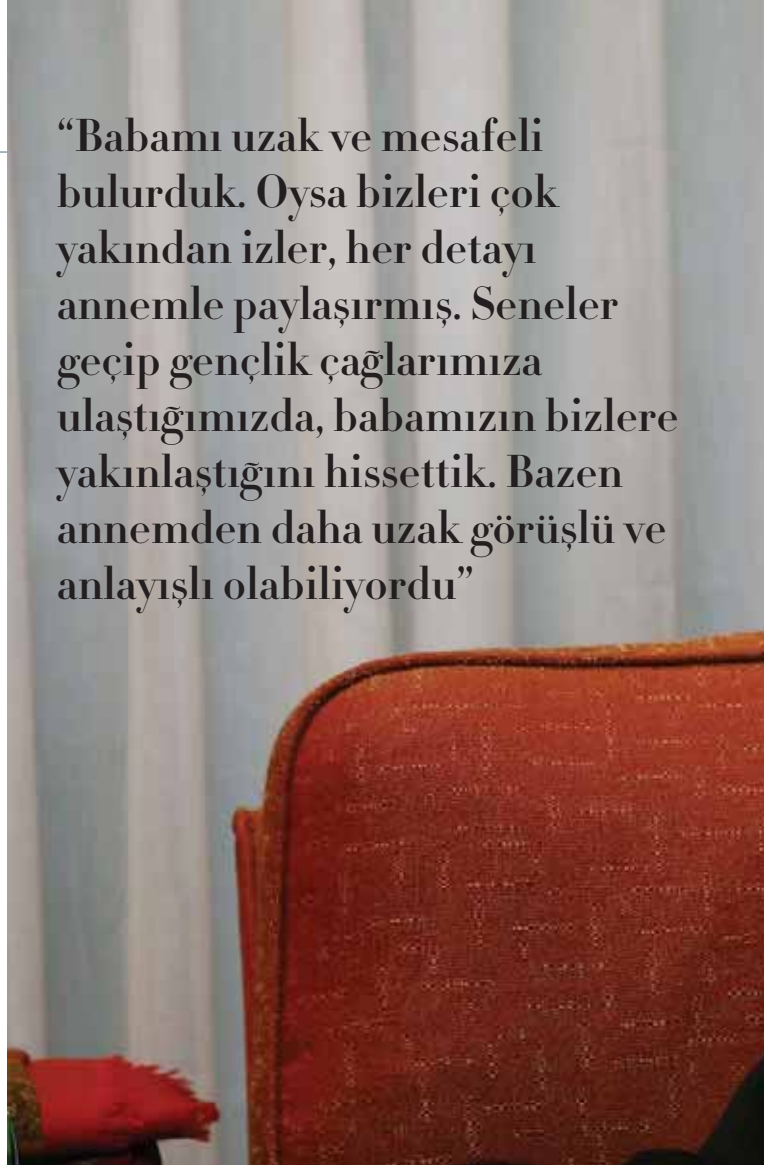
İngiltere ekonomisi, Avrupa'dan ziyade Amerika'ya endeksli olduğu için yavaşla-

lerce kişinin ölümüne sebep oldu. Son senelerde başını alıp giden canlı bomba intiharları beraberinde alakalı alakasız bir sürü masum insanı canından etti. İkiz kulelere saldırı, Amerika'nın önce Afganistan, sonra da ırak'ı işgali ile neticelendi. Şimdi terör o hale geldi ki, organize olanı var, şahsi çıkar için yapılanı var, devletlerarasında cereyan edeni var, yapılanlara misilleme olanı var. Bu olayların ne zaman sona ereceğini de kimse kestiremiyor.

Amerika'da başlayan mortgage krizinin genişliği ve derinliğinin henüz hesabı çıkarılamadı. Bazılarına göre 600 milyar dolar, bazılarına göre 800 milyar dolar fatura çıkacağı tahmin ediliyormuş. Tabii bu yalnız

internetini kapatıyorum dese, dünya durur, GSM, onun attığı uydular sayesinde çalışıyor, Avrupalılar kendi internet ve GSM ağlarını kurmaya çalıştılar ama muvaffak olamadılar, dünyanın en büyük ve liberal piyasası onlarda, dünyanın en güçlü ve teknik ordusu onlarda.

Avrupalılara gelince; birlik gibi gözüküyorlar, oysa daha anayasa yapamadılar, orduları yok, dış politikaları ayrı, bayrakları ayrı… Dolayısı ile Avrupa Topluluğu'nun tek ülke olarak hareket edebilmesi daha çok sonra olacak. Tevekkeli değil, Amerika hapşırsa, dünya nezle olur denir, boşuna söylememişler. Bugün Amerika gripten yatıyor, bakalım dünyada neler olacak?



"Babamı uzak ve mesafeli bulurduk. Oysa bizleri çok yakından izler, her detayı annemle paylaşırmış. Seneler geçip gençlik çağlarımıza ulaştığımızda, babamızın bizlere yakınlaştığını hissettik. Bazen annemden daha uzak görüşlü ve anlayışlı olabiliyordu"

Semahat Arsel'in gözünden Vehbi Koç:

"Onu ilerleyen yaşlarımızda anladık"

Vehbi Koç ölümünün 12'nci yıldönümünde, Şubat ayında, hem kendisinin hem Koç Topluluğu'nun hem de genç Cumhuriyet'in gelişiminin anlatıldığı "Vehbi Koç: Bir Yüzyılın Hikâyesi" sergisiyle, yine Türkiye'nin gündemindeydi. Hakkında, bizzat tuttuğu arşiv de dahil olmak üzere geniş bilgi bulunan Vehbi Koç, buna rağmen Türkiye'nin en çok merak edilen isimlerinden. Bu meraka bir yanıt da, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel'den geldi. Arsel, Capital dergisine çocukluğunu, babasıyla olan ilişkisini, babasının hayatında bıraktığı izleri anlattı.

Capital dergisinin haberinden özetle sunduğumuz söyleşide Semahat Arsel, "Vehbi Bey nasıl bir babaydı? Babanızla ilişkiniz nasıldı?" sorusuna şu yanıtı veriyor:

"Çocuklarına düşkün bir babaydı, fakat Anadolu kültürüne göre düşkünlüğünü açıkça göstermek zafiyetti. O nedenle bilhassa çocukluğumuzda daima araya mesafe koyar, uluorta sarıl-

maz, öpmez, şımartmazdı. Ufak tefek kabahatlerimizi, yaramazlıklarımızı annem halleder, 'Sakın babanız duymasın, çok kızar' tehditleriyle durumu kapatırdı.
Biz de sahiden babamın haberi olmuyor zanneder, babamı uzak ve mesafeli bulurduk. Zaten çok meşgul olup, durmadan seyahat ettiği için az görürdük ve inanırdık. Oysa babam bizleri çok yakından izler, her detayı annemle paylaşırmış. Seneler geçip, gençlik çağlarımıza ulaştığımızda babamızın bizlere yakınlaştığını hissettik. Bazen annemden daha uzak görüşlü ve anlayışlı olabiliyordu."
Peki Vebi Koç, çocuklarına hangi noktalarda müdahale ediyordu? Arsel, babalarının onlara yol gösterdiğini ancak kararı da kendilerine bıraktığını anlatıyor:
"Önemli konularda kararlarımızı doğru almamız için konuyu analiz eder, yol gösterir, fakat son karara karışmazdı. Nitekim, dört kardeş evlenirken son kararı bize bıraktı. Her vesile ile nasihat eder, geçirdiği, gördüğü tecrübelerden yararlanmamızı sağlamaya çalışırdı. Beğenmediği tutumumuzu veya hareketimizi düzeltmemiz için eleştiri mektupları yazardı. 'Baba mektup yazma, eleştirilerini sözlü yap' deyince de, 'Sözler unutulur, yazılı evrak kalır, o mektupları iyi saklayın, sık sık çıkarın okuyun' derdi. Nitekim öyle de oldu.
Şimdi babamın o mektuplarını en kıymetli arşivimiz olarak saklıyoruz. 1973'te annem Sadberk Koç'un ölümünden sonra, birbirimize daha çok bağlandık. En büyük çocuğu olmam sebebiyle birlikte daha çok zaman geçirmeye başladık. Tabii bu nedenle babama ve kardeşlerime karşı sorumluluğum arttı. O günden itibaren bütün aile babamı mutlu etmeye, yalnız bırakmamaya büyük özen gösterdi. Vehbi Koç ne istediğini çok iyi bilirdi. Çünkü müthiş bir analiz kabiliyeti, azmi ve hayat felsefesi vardı. Ölene kadar da disiplinini bırakmadı. İnandığı ve benimsediği hayat felsefesine göre sade bir şekilde yaşadı."
Arsel, iş hayatında babalarından öğrendiklerini de şöyle sıralıyor:
"Birlikte çalışanların yakinen bildikleri gibi not tutmaya çok meraklıydı. İş ile ilgili gündemler, tutanaklar başta olmak üzere nasihatlerini, mesajlarını, takdirlerini, eleştirilerini ve uyarılarını daima yazıyla yapar ve yazılı cevabını da beklerdi. Her türlü iş müzakeresinin zaptını, özel evrakı ve yazışmalarını çok muntazam dosyalatır ve kovalardı.
İş hayatında çok disiplinliydi. Dürüst çalışır, vergisini muntazam öderdi. Her yapacağı girişimin, yeni işin Türkiye'ye katkısını ölçerdi. Üreterek para kazanılması gerektiğine inanırdı. 'İstediğimiz kadar tedbir alalım, aile birliği ve bağlılığı devam etmezse müesseseler yıkılır' derdi."
Semahat Arsel, Capital'in "Türkiye tarihine damgasını vuran bir babanın çocuğu olmak nasıldı? Babanızın hayatınıza etkilerini en çok hangi alanda gördünüz, hissettiniz?" sorusuna da şu yanıtı veriyor:
"Vehbi Koç hırslı, çok çalışkan, zeki, prensip sahibi, disiplinli, başkalarının fikir ve görüşlerine değer verip karşısındakileri can kulağıyla dinleyebilen, kendini yenileyebilen, gezerken sadece bakınmayıp görebilen bir insandı. Annem ve babam harp yıllarını, Cumhuriyet'in kuruluşunu yaşamış insanlardı. Daima bize Atatürk'ün ve Cumhuriyet'in kıymetini anlatırdı. Bizler de hep bu çizgide yaşadık, yaşamaya devam ediyoruz. Türkiye'yi çok sever, çok dolaşırdı. Politik ve sosyal sorunlarla ya-

kından ilgilenir, kendi katkılarını yapmaya çalışır, ülkeyi yönetenlere sık sık raporlarla görüşlerini veya eleştirilerini bildirirdi. Gösterişi hiç sevmez, israfa tahammül edemezdi. Onun için de Vehbi Koç hasis olarak bilinir, fakat o hiç aldırmaz, prensiplerinden asla fedakârlık etmezdi. Çocukken bazı tutumlarını yadırgasak da yaşımız ilerledikçe ondan öğrendiklerimizin ve prensiplerinin ne kadar doğru olduğunu anladık.

Anne ve babamız gerek kişisel hayatımızda, gerekse iş hayatımızda bizlere genç yaşta sorumluluklar verdiler. Bize sınırlar çizdiler, aynı zamanda dirayetli olmayı öğrettiler. İlkeli ve prensipli yaşamayı, sadece vaaz etmeyi değil, uygulamaya geçmemizi, öğrenmemizi sağladılar."

Semahat Arsel, kendi hayatına ilişkin sorulara yanıt verirken, dolu dolu geçen bu hayatta hiç pişmanlığı olmadığını söylüyor; "Ben insanın hayatındaki avantajlardan yararlanması gerektiğine ve önüne gelenleri yaşamak mecburiyetinde kaldığına inanıyorum. Pişmanlık duyduğum herhangi bir şey yok. Elimden geleni yaptım."

Peki Semahat Arsel'in en büyük ideali neydi ve bu idealinin ne kadarını hayata geçirebildi? Arsel, idealini nasıl gerçekleştirdiğini şöyle anlatıyor:

"Ben Amerikan Kız Koleji'ni bitirdim. Sonra üniversite imtihanlarına hazırlanırken çok önemli bir hastalığa yakalandım. O da köpeklerden geçen bir parazitin yol açtığı bir hastalıktı. Dokuz defa ameliyat olmak mecburiyetinde kaldım. Japonya, Amerika, İsviçre, Almanya ve Türkiye'de çok değişik hastaneler gördüm, çok değişik yerlerde yattım. O vesileyle hemşirelik meslekinin ne kadar önemli olduğunu anladım. Demek ki, Allah bana bir ideal, bir görev verdi, 'Sen hemşirelerle uğraş' dedi. 1974 yılında Vehbi Koç Vakfı'nda bir fon kurdum, Vehbi Bey de bana destek oldu; o günden beri hemşirelik mesleğiyle çok yakından ilgileniyorum. O benim için ideal oldu."

"Annem ve babam harp yıllarını, cumhuriyetin kuruluşunu yaşamış insanlardı. Daima bize Atatürk'ün ve Cumhuriyet'in kıymetini anlatırdı. Bizler de hep bu çizgide yaşadık, yaşamaya devam ediyoruz. Türkiye'yi çok sever, çok dolaşırdı. Politik ve sosyal sorunlarla yakından ilgilenir, kendi katkılarını yapmaya çalışır, ülkeyi yönetenlere sık sık raporlarla görüşlerini veya eleştirilerini bildirirdi"

Semahat Arsel'i bugüne kadar en çok etkileyen, en çok gurur duyduğu proje de yine eğitim alanında:

"Aslında, bugüne kadar en gurur duyduğum proje, Vehbi Koç Vakfı'nın ta kendisi. Bunu kurmasıyla övündüğüm kişi de Vehbi Koç'tur. 1969 yılında Vehbi Koç kendi hayırlarını kurumsallaştırarak devamlılığını sağlamak amacıyla, ilk özel Türk vakfı olan Vehbi Koç Vakfı'nı kurarak diğer hayırseverlere örnek oldu. Babamla birlikte bir Londra seyahatinde Sakıp Sabancı Bey'e rastladık. O beni, ben de onu severdim. Uzun sohbet ve değerlendirmelerimiz sırasında, vakıf kurmalarını önerdim. Kafasına yattı. Türkiye'ye dönüşte Vehbi Koç Vakfı'nı inceledi ve Sabancı Vakfı'nı kurdu. Diğer hayırseverler de aynı yoldan geldi. Bu vakfın Türkiye'ye maddi katkısı ölçülemez derecede büyük. Vakfın icra komitesi başkanı olarak Koç Özel Lisesi, Koç Üniversitesi, 13 ilköğretim okulu gibi projelerimize en büyük katkı ve emeği Suna Kıraç yaptı. Koç Üniversitesi yapılırken, ben projenin maddi heybetinden ve çektiğimiz bürokratik engellerden bıkarak korkuyor, değecek mi diye düşünüyordum. Nitekim, Suna'nın sağlığına mal oldu. Fakat, şimdi o pırıl pırıl gençleri gördükçe, her şeye rağmen övünüyorum. Amerikan Hastanesi maddi imkânsızlıklardan dolayı kapanmak üzereyken, Rahmi'nin ısrarıyla hastaneyi devralıp başka bir yere taşıdık. Bugün uluslararası kriterlerde hizmet veren bir kuruluş".

Arsel, "Kültür sanata destek olmak için projeler gerçekleştiriyorsunuz; gerek Koç Holding bünyesinde gerek bağımsız, bu anlamda herhangi bir projeniz var mı?" sorusuna da şu yanıtı veriyor:

"Uzun bir süredir üzerinde çalıştığımız ve gerçekleştirmeyi tüm Koç Ailesi olarak çok istediğimiz projemiz yeni Sadberk Hanım Müzesi. Müzemiz 1980 yılında Türkiye'nin ilk özel müzesi olarak kuruldu, yurtiçi ve yurtdışı birçok etkinliğe önayak oldu, ödüller aldı. Kardeşim rahmetli Sevgi Gönül'ün çabalarıyla geçen 28 sene zarfında Sadberk Hanım Müzesi küçük bir müzeden orta ölçekli bir müze haline geldi. Dolayısıyla bulunduğu mekân yetersiz kalıyor. Çok kapsamlı, önümüzdeki 50 yılın ihtiyacını karşılayacak, dünya standartlarında bir proje hazırlatıyoruz. Tek eksiğimiz yer. Bu konuda da çalışmalarımız sürüyor."

"SAĞLIĞIM MÜSAADE EDENE KADAR ÇALIŞACAĞIM"

"SABAH 6:30'DA KALKARIM" Sabah 6:30'da kalkarım. Biraz fazla dindarım, namazımı kılarım; ev halkı uyanana kadar o gün yapacağım işleri gözden geçiririm. Gazeteleri okurum, ondan sonra kahvaltımızı yaparız.

"İŞE 11.00'DE BAŞLIYORUM" Evimi toplarım, evdeki talimatları veririm, 11.00 gibi işe gelirim. Randevum olmadığı takdirde zaten 11'den evvel randevu vermemeye çalışırım. Benim bir Divan Otel'de bir de Koç Holding'de ofisim var.

"HER GÜN SUNA'YA GİDİYORUM" Gündeme göre günlük işlerimi yapıyorum. Bazen toplantılar oluyor bazen de özel randevu istiyorlar. İşte günler böyle geçiyor. Her gün saat 17.30 gibi kardeşim Suna'yı (Kıraç) ziyarete giderim. Saat 19.30'a kadar onun yanında kalırım. Maalesef yemek yemem 20:30'u buluyor, bizim yaşlar için biraz geç oluyor. Ondan sonra evde televizyon izler, istirahat eder, vurur kafayı yatarız.

"ANNEMİN VE BABAMIN ÖLÜMÜNDEN SONRA" Daha genç yaşlarımda daha başka bir tempoyla çalışıyordum. Annemin ölümünden sonra o tempo başka alanlara kaydı. Babamın ölümünden sonra daha başka şeyler üstlenmek mecburiyetinde kaldım. Yaşlar geçtikçe de azaltmaya çalışarak devam ediyoruz. Herhalde iş hayatımı sağlığım müsaade ettiği müddetçe sürdürmeye devam edeceğim.

Koç Ailesi'nin vergi gururu

Koç Ailesi, bu yıl da yüksek düzeyde vergi ödemenin gururunu yaşıyor... Türkiye'nin gelir vergisi rekortmenleri listesinin ilk 20 sırasında Koç Ailesi dört kişiyle temsil edildi. Semahat Arsel listenin dördüncü, Rahmi M. Koç beşinci, Mustafa V. Koç dokuzuncu, Ömer M. Koç ise 19. sırasında yer aldı. Devletin en önemli gelir kaynağı verginin, aynı zamanda sosyal adaletin sağlanmasındaki rolünü de hatırlatan Arsel, Koç Ailesi, Holding ve Topluluk şirketlerinin vergi konusunda örnek olma amacına vurgu yaptı

Koç Ailesi, geleneksel olduğu üzere 2007'de de adını, Türkiye'nin siyasi başkenti Ankara ve ekonomik başkenti İstanbul ile ülke genelini esas alan vergi rekortmenleri listesine yazdırdı. Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç Ankara'da 2007 yılında en çok gelir vergisi ödeyenler listesinin ikinci sırasında, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel de İstanbul'da 2007 vergilendirme dönemi gelir vergi listesinin üçüncü sırasında yer aldı. Koç Ailesi "Türkiye Gelir Vergisi Rekortmenleri" listesinin ilk 20 sırasında da dört bireyi ile temsil edildi.

Ankara Vergi Dairesi Başkanı Şinasi Candan ve İstanbul Vergi Dairesi Başkanı Şükrü Dilaver, 2007 yılında şehirlerinin vergi rekortmenleri ve vergi gerçekleşmelerini birer basın toplantısıyla duyurdu. Şinasi Candan, Rahmi M. Koç'un bu yıl 7 milyon 72 bin 990 YTL tahakkuk eden gelir vergisi ile Ankara'da ikinci olduğunu açıkladı. Şükrü Dilaver de, İstanbul'un 2007 gelir vergisi üçüncüsünün, 7 milyon 235 bin YTL kazanç beyan eden Semahat Arsel olduğunu bildirdi. İstanbul vergi rekortmenleri listesinin yedinci sırasında da Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç yer aldı.

Arsel: Örnek olmak istiyoruz

Uzun yıllardır İstanbul vergi rekortmenleri arasında en üst sıralarda yer alan, 2006'da da en çok vergi ödeyenler listesinde üçüncü sırada bulunan Semahat Arsel konuyla ilgili açıklamasında, vergi ödemenin kutsal bir vatandaşlık görevi olduğunu belirtti. En çok vergi ödeyenler arasında bulunmaktan gurur duyduğunu ifade eden Arsel, vergilerin devletin en önemli gelir kaynağı olmasının yanı sıra sosyal adaletin sağlanmasında da önemli bir rol oynadığını vurguladı.

Ağırlık İstanbul'da

Gelirler İdaresi Başkanlığı'nın verilerine göre, gelir vergisi rekortmenleri listesinin ilk sırasındaki mükelleflerin 27'si İstanbul'a kayıtlı. Bu yıl Türkiye gelir vergisi rekortmenleri listesinin dördüncü sırasında Semahat Arsel yer aldı. Bir sonraki isim de Rahmi M. Koç oldu. Tahakkuk eden 4 milyon 518 bin 575 YTL vergiyle Mustafa V. Koç dokuzuncu sırada yer aldı. Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ömer M. Koç da 3 milyon 660 bin 97 YTL ile Türkiye vergi rekortmenleri listesinin 19. Sırasındaydı.

Üç kişi, 40 ilin vergisini ödedi

Arsel'in de aralarında bulunduğu, İstanbul gelir vergisi rekortmenleri listesinin tepesindeki ilk üç ismin son beş yılda ödediği vergi toplamı, 98 milyon 292 bin YTL oldu. Bu vergi, 40 ilin 2007 yılı gelir vergisinden daha yüksek. Ankara'da da gelir vergisinde ilk 100'e giren mükelleflerin beyan edilen genel matrah içindeki payı 2006'da yüzde 15, 2007'de yüzde 15 ve 2008'de yüzde 14 oldu. İlk 100 mükellefin tahakkuk eden gelir vergisi içindeki payı da 2006'da yüzde 20, 2007'de yüzde 20 ve 2008'de yüzde 18 olarak gerçekleşti.

Ankara'da 2008 yılında bir önceki yıla göre yüzde 18, 2006'ya göre ise yüzde 54 oranında gelir vergisi matrah artışı oldu. Gelir vergisi tahakkuku da 2007'ye göre yüzde 18, 2006'ya göre yüzde 34 arttı. İstanbul'da ise Şubat 2008 sonu itibariyle vergi gelirleri yüzde 28, İstanbul Vergi Dairesi Başkanlığı'nın vergi gelirleri de geçen seneki beyana göre yüzde 17 arttı. 2007 yılında sicil kaydı olan mükellef sayısı, önceki yıla göre yüzde 5 yükseldi.

Sanat ve eğitim tutkunu Sevgi Gönül, adına yakışan bir etkinlikle, "Sevgi Gönül Sanat Gecesi" ile anıldı. VKV Koç Özel ilköğretim Okulu ve Lisesi tarafından düzenlenen ve geleneksel hale getirilen etkinlik beşinci kez düzenlendi. Öğrencilerin hünerlerini sergilediği gecede konuşmacılar, Gönül'ün, yarattığı dostluklarla yaşamaya devam ettiğine dikkat çektiler

Sevgi Gönül, sanat dolu bir gecede anıldı

"Sevgi" ve "Gönül" dolu bir etkinlik...

28 Mart 2008 akşamı, Koç Allianz Genel Müdürlüğü Oditoryumu'nda çok özel bir etkinlik vardı. 2003'te aramızdan ayrılan Sevgi Gönül, Vehbi Koç Vakfı (VKV) Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi öğrencilerinin düzenlediği geleneksel etkinlikle anıldı. Gecede bir araya gelen dostları, Sevgi Gönül'ü bir kez daha, bıraktığı sanat ve eğitim mirasıyla hatırlattılar.

Beşincisi düzenlenen anma törenine Koç Holding Yönetim Kurulu Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu üyesi Semahat Arsel, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Ömer M. Koç, Doğan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Aydın Doğan, merhum işadamı Sakıp Sabancı'nın eşi Türkan Sabancı'nın da aralarında olduğu çok sayıda konuk katıldı.

Sevgi Gönül adının her zaman sanat ve eğitimle birlikte anıldığını belirten VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi Genel Müdürü John Anthony Paulus, öğrencilere sanatla bütünleştirilmiş bir eğitim fırsatı sunduklarını söyledi. Etkinliğe destek olan Koç Ailesi'ne teşekkür

eden Paulus, "Onların destekleriyle okulumuzda önemli sanatçılar ve öğretmenler yetiştirmeye devam ediyoruz. Sevgi Gönül'ü böyle bir etkinlikle anmak bizim için büyük bir onur. O, bize bu eğitim imkânlarını verenlerden biridir" dedi.

Zamanın çok hızlı geçtiğini hatırlatan Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Semahat Arsel ise dugularını şöyle ifade etti: "Sevgi ve Doğan aramızdan ayrılalı beş koca yıl geçmiş. Dostlarına bağlı, pozitif ve bulundukları topluma iz bırakmış bir çift olarak hâlâ aramızdalar, yaşıyorlar. Öğrencilerinin yeteneklerini sergilediği bu etkinlik, güzel sanatlara düşkün Sevgi Gönül anısına yapılıyor. VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi'nin en önemli özelliklerinden biri de öğrencilerin kişiliklerini geliştirmek, yeteneklerini ve becerilerini ortaya çıkartıp desteklemek. Okulun amacı, öğrencileri mutlu, başarılı, bilinçli, üretken ve pozitif insanlar olarak topluma kazandırmak. Aralarından dünya çapında sanatçılar çıkacağına inanıyorum."

Gecede konuşanlardan biri de tiyatro ve sinema sanatçısı Metin Akpınar'dı. "Güzel

sanatlara sevgi ve gönülle bağlı Sevgi Gönül'ü anma gecesinde olmaktan dolayı çok mutlu" olduğunu belirten Akpınar, "Gönül çifti sanata ve sevgiye verdikleri emekle, onların açtığı yolda giderek yetişen öğrencilerle hatırlanacaklar" dedi. Meddah geleneğinin izlerini taşıyan ve insanoğlunun gelişimini anlattığı performansını Gönül çiftine adayan Akpınar, insanların sadece temel ihtiyaç peşinde koştuğu zamanları geride bıraktığını, güzelliklerle tatmin olunan bir döneme girildiğini söyledi.

Cazdan tangoya...

Konuşmaların ardından öğrencilerin müzik ve dans gösterileri başladı. Piyano sonatlarından caz parçalarına, tangodan modern dans gösterilerine uzanan başarılı bir sahne gösterisi sunan öğrenciler ayakta alkışlandı. Renan Öziskender'in Frederic Chopin'den piyano sonatı performansıyla açılan gösteri, oda orkestrası eşliğinde sahneye çıkan Irmak Özçelik ve Kıvanç Öztürel'in tango gösterisiyle devam etti. "Caz Orkestrası"nın çaldığı iki parça ve Melisa Akkaya'nın piyanoda çaldığı bir balatla renklenen gecede; "Pop Orkestrası", "Çağdaş Bale Topluluğu" da sahne aldı.

Her yıl olduğu gibi, bu etkinlikte de sanatla uğraşan bir Koç Özel Lisesi mezunu da misafir edildi. 1999 mezunlarından grafik sanatçısı Can Sayınlı hakkında bilgiler verilirken, konuklar sanatçının eserlerini yakından inceleme imkânı buldu.

Sahne gösterilerinin ardından fuaye alanına geçen misafirleri, öğrencilerin resim, fotoğraf ve seramik alanlarında ortaya koydukları yapıtlar bekliyordu. Koç Özel Lisesi Güzel Sanatlar Bölümü Başkanı Can Ayan'ın verdiği bilgilere göre, etkinlik 130 öğrencinin yoğun çalışmasıyla ortaya çıktı. Sanatı seven gençleri öne çıkarmak amacını da taşıyan etkinlik, bundan sonraki senelerde de devam edecek.

Öğrenci görüşleri

Irmak Özçelik
"Her yıl bu etkinliğe hazırlanmak bizi çok heyecanlandırıyor. Bu etkinlikte Sevgi Gönül'ü anmak ve sanatın eğlenceli yönünü öne çıkarmak istiyoruz. Koç Ailesi'nin bu kadar güzel şeyler yapması, eğitimiyle bu okulun, sanatıyla bu etkinliğin parçası olmak bizi çok mutlu ediyor. İç mimarlık okuyacağım. Okulum, eğitimin yanı sıra, bana sanatsal ilgi alanımı da kazandırdı."

Kıvanç Öztürel
"Daha önce dans yeteneğimi keşfetmemiştim. Okulum sayesinde bu alandaki yeteneğimi keşfettim. Kendimi farklı dansları denerken düşünemezken, şimdi sahnedeyim. Geriye baktığımızda bu geceye hazırlanmanın bizi çok mutlu ettiğini görüyorum. Koç Ailesi'ni de bu etkinlik sayesinde tanımış oluyoruz. Sevgi Gönül'ü tanıma imkânımız olmasa bile, bu etkinlik sayesinde onun kişiliğine yakından şahit olduk. Üstelik bu kadar çok seveninin olması bizleri mutlu etti."

Sedef Gali
"11'inci sınıfta okuyorum. Dört yaşımdan beri piyano çalıyorum. Geçen seneki etkinlikte de şarkı söyledim. Koç Lisesi'nde okumak çok güzel. Burada kendimle ilgili pek çok şey keşfettim. ABD'de sanat okumayı düşünüyorum. Bu etkinliğe de üçüncü kez katıldım. Sevgi Gönül'ü bu sayede tanımış olduk."

Emre İlker
"Bu etkinliğin hayatımı değiştirdiğini söyleyebilirim. Geçen seneki müzikalin ardından opera okumaya karar verdim. Öğretmenlerimizin de yardımlarıyla kendimi oldukça iyi yetiştirdiğimi söyleyebilirim. Bu etkinlikte görev almak bizi çok heyecanlandırıyor. Çok küçük yaşlarımdan beri müzikle ilgileniyorum, ancak bu etkinlikte yaşadığım heyecanı size anlatamam. Türkiye'deki en şanslı öğrenciler olduğumuzu düşünüyorum. Bu okulda, her türlü imkânı değerlendirmek öğrencilerin elinde. Koç Lisesi, iyi bir eğitimi cana yakın insanlarla alabileceğiniz, üstelik sanatla ilgilenebileceğiniz bir okul. Sevgi Hanım'ın hayatını çok iyi bilmiyorum. Beş senedir onun adına bir etkinlik düzenlenmesi, okulda öğrencilerin vakitlerini geçirdiği bölüme onun adının verilmesi bile onun ne kadar sevgi dolu bir insan olduğunu gösteriyor."

Zeynep Gözde Köroğlu
"Koç Liseli olmak çok güzel ve bir o kadar da zor. Etkinlikte şarkı söylemek beni çok mutlu etti. Müzik okumak istiyorum. Sevgi Gönül adına düzenlenen bu etkinlikte iki senedir görev alıyorum. Umarım seneye de görev alırım"

Cazcı Kardeşler
Etkinlikte büyük beğeni toplayan gruplardan biri de "Caz Orkestrası"ydı. Orkestra üyesi öğrenciler, genellikle sanat hayatlarını mesleki kariyerle birlikte yürütmeyi planlıyorlar. Kendilerini ünlü müzikal, "Cazcı Kardeşler" filmindeki karakterlere benzeten orkestra üyelerinden Uğur Küpeli davul, Yağız Özkan saksofon, Emre Günay ise gitar çalıyor.

"Satınalma"da yeni trendler ve yeni trend "satınalma"

Zer Genel Müdürü Murat Menemenli: "Artık, 'her şey benim olsun, konunun uzmanı olmasam da ben kontrol edeyim, bu işle ilgili risk alamam' gibi yaklaşımlar terk ediliyor"

"Piyasadaki rakip kuruluşların artık bugün, tedarik zincirinin bir başka noktasında aynı 'ağ' içinden hizmet aldıklarını görüyoruz. Yani şirketler daha iyi bir maliyet sağlıyorsa rakibiyle de işbirliği yapmaktan çekinmiyor" diyen Murat Menemenli ile tedarik zinciri yöntemlerini konuştuk.

Zer'in "satınlama" konusunda dört yılı bulan faaliyetlerinde Koç Topluluğu içindeki rolünü nasıl tanımlıyorsunuz?

Dünyada "satınalma" alanında ve esasen daha geniş bir perspektif ile ele alındığında tedarik zincirinin tüm alanlarında bir süredir hızlı bir değişim yaşanıyor. Zer'in Topluluğumuzdaki rolünü daha iyi anlatabilmek için şimdi size art arda birkaç kısaltma sayacağım ve büyük olasılıkla birçoğunun ne anlama geldiğini bulmakta zorlanacaksınız. P2P, SSON, SSO, PSP, FSP. Maalesef bunların hepsi de İngilizceden. Belki bu söyleşide Türkçelerini de yaratmış olacağız. Yakın gelecekte bu kısaltmaları günlük iş hayatlarında kullanmayanlar, çağın gerisinde kalmış gibi gözükecekler.

Dünyada "satınalma" son 10 senedir büyük evrim geçiriyor. Zer'in de, bu evrimi bilen yöneticilerimizin, dünya rekabetine açılan Topluluğumuzun gelişmesini sürdürebilmesi için bulduğu çözümlerden biri olduğunu düşünüyorum. Koç Topluluğu'nda iki önemli gelişim sağlandı. Bir yanda "satınalma"yı her türlü etkiden arındıran e-ihaleleri yapan Promena, diğer yanda şirketlerin kritik iş süreci dışında kalan bireysel "satınalma"larından vazgeçerek ölçeklerini bir araya getirdiği, proje bazında çalışmalar yaparak en iyi uygulamaları Topluluk şirketlerinin tümüne taşıma olanağı sağlayan Zer platformu. Bu süreçte, şirketlerimizin de aynı bakış açısına tam destek vermeleriyle, Topluluğumuz bu iki girişimin meyvesini gördü ve görecek.

Hayatımıza girecek bu kısaltmaların ne anlama geldiğini öğrenebilir miyiz?

Terminolojiyi doğru kullanmak gerekirse, Zer esasında Koç Topluluğu'nun bir "Shared Service Organization"udur (SSO). Türkçede "Ortak Hizmet Organizasyonu" (OHO) diyebiliriz. Dünyadaki büyük şirketlerin hemen hepsinin OHO'ları var. Zer hızla bunun gereklerini yerine getirerek, ilk aşamada verimlilik artırmaya ve maliyet düşürmeye odaklanıyor. İkinci aşamada ise Zer, artık inovasyona ağırlık veren ve tedarikçilerinin sağlamakla yükümlü olduğu hizmet seviyelerini belirlenmiş performans kriterleri bazında takip eden bir hizmet şirketine dönüşüyor. Yani Zer artık geldiği noktada "SLA"ları, yani "Hizmet Seviyesi Sözleşmeleri"ni "Ana Performans Kriterleri"ne (KPI) bağlayan ve bunları takip eden, raporlayan bir kurum niteliği kazanıyor.

Bir başka açıdan bakıldığında Zer, aynı zamanda ABD'de hayli yaygın olan "Shared Service and Outsoucing Networks (SSON)" olarak da tanımlanabilir. Dilimizde bunu "Ortak Hizmet ve Dış Kaynak Kullanım Ağı" olarak kullanabiliriz. Bu isim de bir anlamda Zer'i tanımlıyor, çünkü bizim ilk yaptığımız projelerin içinde dış kaynak kullanımına yönelik ortak hizmetler çokça yer aldı. Genelleme yapacak olursak, artık gelinen noktada, "Her şey benim olsun, konunun uzmanı olmasam da ben kontrol edeyim, bu iş ile ilgili risk alamam" gibi yaklaşımlar terk ediliyor.

Bugün, eskinin aksine, dış kaynak olarak kullanabileceğimiz, konusunda gerçekten uzman, katma değer yaratabilecek firmaların olduğunu görmek heyecan veriyor. Ama sonuçta Türkiye genel olarak dış kaynak kullanımında henüz çok gerilerde. Topluluğumuz açısından bakıldığında bu alanda gidilecek çok yol olduğunu düşünüyorum. Temizlik, gü-

Murat Menemenli kimdir?

Boğaziçi Üniversitesi mezunu olan Murat Menemenli, 1975 yılında Otomotiv Lastikleri Tevzi A.Ş. şirketinde MT olarak Topluluğa katıldı. Burada 1982 yılında Genel Müdür Yardımcısı, 1992 yılında Genel Müdür oldu. Daha sonra TNT Lojistik (bugünkü Ceva) şirketinin kurucu Genel Müdürlüğü görevini üstlendi. 2003 yılında Zer şirketinin Genel Müdürlüğü görevine atandı. Dr. Feryal Menemenli ile evli olan Murat Menemenli iki kız çocuğu babası.

venlik gibi hizmetlerde dış kaynak kullanımı yerleşmiş olsa da gelişmiş ekonomilerde çok daha farklı konularda dış kaynak kullanımı görüyoruz. İşte yazının girişinde yer alan kısaltmalardan, PSP veya daha da kısası PS burada devreye giriyor. Purchase Service Provider, Satınalma Hizmet Sağlayıcısı (SHS) esasında büyük şirketlerin "satınalma"yı merkezileştirmeleri ile ortaya çıkmış. Yani büyük şirketler esasında kendi "satınalma" departmanlarının işini outsource ediyorlar. Bugün yine gelişmiş ülkelerde çeşitli konularda uzmanlaşmış "satınalma" hizmeti veren kuruluşlar var. Bu organizasyonlar P2P yani Procure to Pay Türkçede Satınalmadan Ödemeye (SÖ) şeklinde bir fonksiyonu yerine getiriyorlar. İşin özünde tabii ki bizim bugün birçok şirketimizde etkin biçimde çalışan ERP sistemleri ile entegre otomasyon sistemleri yatıyor. "Satınalma" süreçlerinin tek merkezden P2P sistem altyapısı ile yönetilmesi otomasyonun operasyonel maliyetleri düşürmesi yanında, kontrolü artırıyor. Her ödemeyi bir faturaya, her faturayı bir sözleşmeye bağlıyor. Sözleşme koşullarına uyulup uyulmadığının takibi ve tedarikçi performansının monitör edilmesi dışında, raporlama kolaylığı, şeffaflık sağlıyor. Daha önemlisi Dünya "satınalma" literatüründe "maverick spending" yani şirketlerde ERP sistemleri dışında kalmakla birlikte ilgili şirketin işini sürdürmesi için "satınalınma"sı zorunlu olan, daha basit veya geleneksel "satınalma" süreçleri ile yürütülen, işleri veya giderleri kontrol altına alma olanağı sağlanmış oluyor. SSON'den başladık konuyu biraz dağıttık. Tekrar SSON'ye dönersek, kısaltmada yer alan "N" Network, yani "Ağ" çok önemli bir konu. "Ağ" ölçeği sağlıyor. Yurtdışında gelinen noktada, kendi başına bir ölçek oluşturmayan ve tedarikçileri üzerinde pazarlık gücü elde edemeyen kuruluşlar, maliyetlerini indirmek veya verimlilik için, artık bir "ağ" içinde yer alabiliyorlar. Satın alınacak hizmet veya mal ne ise birbiriyle ilişkisi olmayan birçok şirket biraraya gelerek tedarikçilerle olan ilişkiyi işin uzmanı bir SSON'ye teslim ediyor. Böylece maliyetlerini en iyi şekilde kontrol etmiş oluyor. Bu noktada işin daha ilginci, piyasadaki rakip kuruluşların artık bugün, tedarik zincirinin bir başka noktasında aynı "ağ" içinden hizmet aldıklarını görüyoruz. Yani şirketler daha iyi bir maliyet sağlıyorsa, rakibiyle de işbirliği yapmaktan çekinmiyor. Yani bizim gibi bir Topluluk çatısı altında buluşmayan kuruluşlar dahi bir araya gelme becerisini gösterir oldular.

Birkaç kısaltma bizi nerelere getirdi. Peki diğer kısaltmalar neyi işaret ediyor?

Esasında tüm kısaltmalarda yine aynı kavram etrafında dönüyoruz. CC, Competence Center'ın kısaltılmışı; Uzmanlık Merkezi diyebiliriz. Biliyorsunuz dünya literatüründe böyle daha çok kısaltma var. CS, Corporate Sourcer, Kurum Tedarikçisi. Sonuçta, adı ne olursa olsun, tüm bu kısaltmalar "satınalma"da merkezi bir yapılanmaya işaret ediyor. Örneğin SC, Service Center, Hizmet Merkezi. Esasında şirketimizin Zer Merkezi Hizmetler ve Ticaret A.Ş. olan unvanındaki Merkezi Hizmetler biraz da dünya "satınalma" literatüründen esinlenmedir. Özet olarak, bugün artık bu kavramlar etrafında buluşmamış şirket kalmadı. Yabancı ortaklarımızın da tümünün benzer yapıları bulunuyor.

"Satınalma Yönetimindeki" bu gelişmeleri ve kavramları göz önüne aldığımızda Koç Topluluğu'nun bulunduğu yer nedir?

Sonuçta Koç Topluluğu, her konuda olduğu gibi, "satınalma" ve tedarik zinciri yönetiminde de dünyada olup biteni en yakın şekilde takip ederek, konuyu bir yandan kendi ihtiyaç ve hedefleri doğrultusunda yeniden yorumlarken, kendi kültürü ile de harmanlıyor. Diğer yandan, Zer ve Promena önderliğinde geliştiriyor ve maliyetlerini en iyi şekilde kontrol eden, verimli işletmelerden oluşmuş bir şirketler ailesi olarak dünyadaki yerini alıyor.

İdeal bir PR şirketi NASIL OLMALI?

IPRA Başkanı Robert W. Grupp: "Halkla ilişkiler becerilerine sahip olması, bir halkla ilişkiler şirketi için gerekli asgari bedeldir. Ancak aynı zamanda halkla ilişkiler şirketi ile müşteri ekibi arasında 'iyi bir kimya' oluşması gerekir. Karakterler ve çalışma biçimleri arasında uyum olup olmadığına bakmalı. Deneyimlerime göre bir ilişkide kimya varsa, bu, başarıyı mümkün kılar"

Halkla ilişkiler, bir uzmanlık dalı olarak uzun zamandır iş dünyasının vazgeçilmez bir alanı. Peki bir şirket, halka ilişkiler şirketini nasıl seçmeli, ideal bir halkla ilişkiler şirketi nasıl olmalı? Bu soruları, Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği (IPRA) Başkanı Robert W. Grupp, Bizden Haberler için cevaplandırdı.

İdeal bir halkla ilişkiler firmasını nasıl tanımlarsınız?
Bir müşteri ile bir halkla ilişkiler firması arasındaki başarılı ilişki bazı temel ilkelere dayanır: firmanın sunabileceği hizmetlerle müşterinin ihtiyaçlarının en iyi şekilde uyumu, hedefler konusunda mutlak bir fikir birliği, sürekli erişilebilirlik, tam bilgi paylaşımı, kesintisiz etkileşim, program ve ilerleme konularının düzenli olarak gözden geçirilmesi ve sözleşmenin getirdiği sorumlulukların açıkça anlaşılması. Bütün bunların temelinde de karşılıklı güven ve saygı yatar. Tüm bu önemli öğelerin bir araya gelmesi ile güçlü, faydalı ve uzun soluklu iş ortaklığı inşa edilebilir.

Hedeflerinize uygun bir halkla ilişkiler firması seçmenin genel kuralları ya da ölçütleri var mıdır?
Müşterilere, aşağıdaki temel adımları izlemelerini öneriyorum:
1. Temel ihtiyaçlarınızı titizlikle belirleyin. İşinizde başarılı olmak için hangi konularda halkla ilişkiler desteğine ihtiyacınız olduğunu hesaplayın. Bütçe parametrelerini erkenden oluşturun.
2. Uygun aday ajansları belirlemek için çeşitli kaynaklar, teknikler ve temaslardan yararlanarak bir ağ oluşturun. Aday ajansları değerlendirme konusunda tutarlı bir yaklaşımı teşvik için belirli karar verme ölçütleri geliştirin.
3. Kabiliyet ve imkânlarını daha iyi görebilmek için ajansları şahsen ziyaret edin. Müşteri referanslarını kontrol edin. Ancak bu testi geçen ajanslar son kararı verecek gruba sunum yapma fırsatına sahip olmalı.
4. Aday ajanslara proje şartnamesi ve sunumlarına ilişkin parametreler sunun. Bu konuda çalışacak kişiler, mutlaka ajansın sunumuna katılmalı.
5. Sunumdan sonra her bir aday ajansı değerlendirmek için puan çizelgeleri kullanın. Bütün sunumların ardından müşteri adına karar verecek grup, puanları karşılaştırır ve bir karara varır. Sonrasında da iş (ve eğlence) başlar!

"En iyi" seçimi yapabilmeleri için yöneticilere bu genel ölçütlere ek olarak başka ne gibi "ipuçları" önerirsiniz?
Burada bir ilişki sektöründen bahsediyoruz ve ben müşterilerle halkla ilişkiler firmaları arasındaki "kimyanın" önemli bir rolü olduğuna inanıyorum. Temel düzeyde, gözle görülür halkla ilişkiler becerilerine sahip olmak, bir firmanın en önemli "geçer akçesidir." Diğer bir ifadeyle, iş için benimle temas kuran bir halkla ilişkiler ajansının benim sorunuma ya da yaşadığım güçlüğe dair temel bir anlayış sergilemesini ve ilgili becerilere sahip olmasını beklerim. (Bunlar yoksa, zaten benimle bir temas kurmaları söz konusu olamaz.) Bu bakımdan yöneticiler, ajansa bağlı takım ile müşterinin takımı arasında "iyi bir kimya" ve kişilikler ile çalışma biçimleri arasında uyum olup olmadığına bakmalı. Deneyimlerime göre, bir ilişkide doğru kimya varsa, başarı da mümkün hale gelir.
Kimya özellikle önemli, çünkü ajans-müşteri ilişkileri uzun vadeli olmalıdır. Genellikle atamalar veya görev değişikliklerinde işler doğru yürümediği zaman müşteriler halkla ilişkiler firmalarını değiştirirler. Bunun yerine, müşteriler bunun nedenlerini araştırmalı ve uygun stratejik değişiklikler ya da personel değişiklikleri yapmalı. Halkla ilişkiler ajanslarından en iyi sonucu şeffaflık ve

güvene dayalı sağlam ilişkiler kurulduğunda alırım.

Son birkaç yılda halkla ilişkiler firmalarının çalışmalarında ne gibi değişiklikler oldu?

İnsanlar gerek halkla ilişkiler alanında, gerekse toplumdaki trendlerden bahsederken karanlık tablolar çizme eğiliminde oluyor; bardağın yarısını dolu görmek yerine diğer yarısını boş görüyor. Belki belirli ölçüde bir kötümserlik yadırganmayabilir, ancak ben iyimserim, muazzam fırsatlarımıza ve potansiyel çözümlere odaklanıyorum. Aslına bakılırsa, bugünün şartları göz önünde bulundurulduğunda, dünyanın bizim becerilerimize modern çağın diğer dönemlerinde olduğundan çok daha fazla ihtiyacı var. Dünyanın benim bu sonuca varmamı sağlayan özelliklerinden biri, "birbirimize bağlılığımız" ya da diğer bir ifadeyle "birbirimize bağımlı olmamız". Küreselleşmenin değerine inanmayan insanlar bile modern dünyanın hakim özelliklerinden birinin birbirine bağımlılık olduğu fikrine katılır görünüyor.

Fırsatlarımızın sorunlarımızdan daha çok olduğunu ve dünyanın temel özelliklerinden birinin "birbirine bağımlılık" olduğunu kabul ederseniz -olumlu ve olumsuz unsurların bilincinde olarak- bu durumda halkla ilişkiler alanında bizim görevimizin, şirketlerimize, kurumlarımıza ve müşterilerimize daha iyi ve entegre olmuş sosyal, ekonomik ve profesyonel topluluklar haline gelmeleri yolunda yardım etme fırsatı olduğuna inanıyorum.

Halkla ilişkiler alanındaki yeni trendler nelerdir?

Halkla ilişkiler alanında başarıya giden yolu işaret eden ve devam etmekte olan birkaç gelişme aklıma geliyor.

Birincisi, CEO'larımız ve müşterilerimizle stratejik ortak olmak. Bizler, halka ilişkiler konusunda müşterilerimiz olan firmaların veya kendi firmalarımızın en üst yöneticilerine erişmek istediğimizden bahsederiz. Ve halkla ilişkiler sektörü de raporlarını, giderek artan bir şekilde doğrudan üst düzey yöneticilere sunmaya başladı.

Ayrıca ait olduğumuz toplumlarda işin rolünü daha iyi açıklamalıyız. İşin nasıl yürüdüğünü, şirketlerin nasıl yönetildiğini ve elbette, kâr etmenin neden iyi bir şey olduğunu açıklamalıyız; bütün bunlar, işin küresel ekonomimizi körüklemek için neden önemli olduğuna ilişkin daha iyi bir anlayış ve takdiri beraberinde getirecektir. Halkla ilişkiler profesyonelleri yeni teknolojiyi benimsemeli. Bu, birbirine bağlılıkla ilişkilidir; bu oyunun efendileri olmalıyız ve teknolojiyi kullanma biçimimiz sürekli yeni bir şeyler icat etme temelli olmalı. İşimiz tüketicilerle, seçmenlerle, üyelerle, yatırımcılarla ilişki kurmaksa, onlarla bulundukları yerde temasa geçmeliyiz; onların kullandığı araçlar ve teknolojiler aracılığıyla. Etik halkla ilişkiler faaliyetleri yürütmeliyiz. Ne yazık ki karar verme sürecini yönetme konusunda değerlerden çok paraya yönelik sürekli bir eğilim var. Mesleğimizde güçlü etik kodlara duyulan ihtiyaç hiç bu kadar çok olmamıştı.

Halkla ilişkilerin stratejik olarak önemli bir iş olduğu düşüncesini sürdürebilmek ve güçlendirmek için halkla ilişkiler firmaları ve onlarla ilişkili kurumların sorumlulukları nelerdir?

Halkla ilişkiler profesyonellerinin kendilerini "stratejik düşünürler" olarak ortaya koymaları son derece önemli. Sonu gelmeyen bir bilgi akışını yönetme konusunda yoğun bir baskıyla karşı karşıyayız; bu nedenle bizim eğilimimiz, iletişim "mekanikerleri" olmaktır. Muazzam miktarda bilgiyi işliyor olmamız bizim sonuçlara hızla ulaşmamızı gerektiriyor. Karar verme sürecine hakim olan, stratejik düşünmeden çok, anlık iletişim; bunun değişmesi şart. Müşterilerimizle ve CEO'larla ortak olmalıyız. Ben buna, "işimizin işi"

diyorum. Halkla ilişkilerin, para kazanmak, müşterileri kendine çekmek, üyelik oluşturmak, seçmenleri etkilemek gibi temel iş hedefleri ve kurumsal hedefleri doğrudan iyileştiren geliştirme stratejileriyle ilişkili olması gerekir. Yalnızca müşterilerimizle stratejik düzeyde iletişim kurduğumuz zaman güvenilir olabilir ve dahil edilebiliriz.

Sizce artan sıradanlaşma tehlikesini ortadan kaldırmak ve dolayısıyla halkla ilişkilerin 'değerli' bir iş olduğuna dair bilinci yaşatmak için neler yapılmalıdır?
Söylediğim gibi, dünyada bugüne kadar hiç olmadığı kadar birbirine bağlılık var. "Uluslararası" halkla ilişkiler uzmanları olmak, iki veya daha fazla ulustan meslektaşlarla ve müşterilerle etkileşimde olmak anlamına geliyor; en azından, bu söz "ülkemin dışında" anlamı taşıyor. "Küresel" ise tek bir birim olarak "bir dünya" anlamına geliyor. Ben, bizlerin, "küresel" halkla ilişkiler uzmanları olmamız gerektiğine inanıyorum.
Giderek kesintisiz hale gelen bir dünyada halkla ilişkiler mesleği, ulus devletlerin sınırlarıyla tanımlanamaz veya belirlenemez. "Küresel", yalnızca tüm dünyada en iyi uygulamaları paylaşan profesyonelleştirilmiş bir mesleği ifade etmekle kalmaz, aynı zamanda ortak profesyonel temel değerler ve inançlara sahip evrensel bir profesyonel ideoloji ihtiyacını da akla getirir.
Business Week'in yakın zamanlarda yazdığı üzere, IBM, General Electric ve diğer şirketler çok uluslu olmanın anlamını yeniden tanımlıyor, "müşteriler için yapılan işin, işlerin en iyi yapılabildiği yerde yapılması" ilkesi çerçevesinde yeniden organize oluyorlar. Uluslararası halkla ilişkiler alanında çalıştığımızı söyleyen bizler de, aynı küresel bakış açısını benimsemeliyiz.

Halkla ilişkiler diplomatı olmalıyız

İleriye gidebilmek için halkla ilişkiler uzmanlarını geliştirerek, disiplinler arası faaliyet gösteren yaratıcı düşünürlere, yerel tüketici kültürlerinin benzersizliğini ve özgünlüğünü anlayan ve buna saygı duyan, aynı zamanda aralarında hiçbir kesinti olmadan çalışabilen insanlara dönüştürmeliyiz. Küresel olarak "profesyonelleştirilmiş" diğer mesleklerde olduğu gibi halkla ilişkiler de, bütünleşerek tek bir evrensel alana dönüşebilir.
Birbirimizle, hatta fikir birliği içinde olmadıklarımızla bile konuşmaya başlama cesaretimiz olmalı. Bu, fikirleri, ortamı ve davranışları etkilemenin ve biçimlendirmenin bir yolu olarak görülmeli. Bunu yapabilmek için mesleğimizi zamanımızın ihtiyaçlarına uyacak şekilde "yeniden donatmalıyız". Bu da bizim, yalnızca halkla ilişkiler uzmanları olmakla yetinmememizi, halkla ilişkiler diplomatları olmamızı -küresel bir işbirliği kültürünü teşvik ederek- gerektirir. Aynı zamanda, birçok güçlüğü ve bazen profesyonel ideallerimize göre yaşamak için mücadeleyi göze almayı da gerektirir.

> "Genellikle müşteriler, bir görev beklendiği gibi gitmediğinde halkla ilişkiler ajanslarını değiştirir. Oysa bunun yerine sebepler araştırmalı ve uygun stratejik veya personel değişikliklerine gidilmeli

Halkla ilişkiler sektöründeki firmalar için başarı ölçütleri nelerdir?
Halkla ilişkiler firmaları için önemli başarı faktörleri genel olarak iki kategoriye ayrılır: müşteri hizmetleri ve somut performans. Birçok halkla ilişkiler firması iyi niyetle müşterileri ile sözleşme yapar ve müşterinin beklentilerinin veya niyetlerinin temsil ettikleriyle farklı olduğunu görür. Benzer şekilde, birçok şirket de iş başladıktan sonra işin sahibi müşteriyle hiç çalışmamaya başlamış olmayı diler. Ciddi bir zaman veya para harcandıktan sonra bu sonuca ulaşmak, kar kaybı ve önemli bir hayal kırıklığına yol açan kötü bir iş yapma biçimidir. Sunulan müşteri hizmetini ve halkla ilişkiler firmasının performansını değerlendirmek için aşağıdaki ölçütlerin kullanılmasını öneriyorum.

Müşteri hizmetleri
- Halkla ilişkiler firması, inceleme sürecinde uyumludur.
- Yaptığı iş konusunda heveslidir.
- Müşteri hizmetlerinde mükemmelliğin peşindedir.
- Yapılan işin nasıl ölçüleceğine dair protokoller önerir.
- Çoklu mevcut müşteri referansları sunar.
- Mali hesap yönetimine ilişkin açık ve sağlam bir yaklaşım sergiler.
- Sektörümü anlar.
- Halka ilişkiler firması, tüm ihtiyaçlarımızı karşılayabilir.

Somut performans
- Halkla ilişkiler firması, daha önceki işlerine dair vaka incelemeleri sunar.
- Hem sunumda hem de yapılan işin sonuçlarında yaratıcılık olmalıdır.
- Halkla ilişkiler firması, sağlam bir stratejik düşünmeyle işe başlar.
- Sunulan fikirlerde yenilikçilik kendini göstermelidir.
- Halkla ilişkiler firması, kendisine verilen görevleri bütün paydaşları gözeten bir yaklaşımla ele alır.
- Halkla ilişkiler firması, sonuçlar için hesap verebilirliği kabul eder.

Yarattıkları katma değeri somut bir şekilde takdir edebilir miyiz?
Genel olarak "halkın dikkatini çekin", "bir ürünü hayata geçirin" ya da "bir broşür yapın" gibi süreç hedefleri, zayıf hedeflerdir. Böyle gevşek bir biçimde ortaya konan hedefler, daha geniş çaplı kurumsal ya da sektörel hedeflerle ilişkili değildir ve herhangi bir somut, özel ve gerçekten anlamlı bir yöntemle ölçülebilir değildir. "Süreç" hedeflerinin yerine başka bir şey koymanın faydalı bir yolu, kendinize "Bu halkla ilişkiler çalışmasının altında yatan amaç nedir?" diye sormaktır. Bu soruya vereceğiniz cevabın sizi daha açık, eyleme dökülebilir bir hedefe yaklaştırması daha muhtemeldir.
Bir hedef:
1. Arzulanan bir sonucu (farkındalığı arttırmak, ilişkileri iyileştirmek, tercih oluşturmak, bir tutum benimsetmek, satışları arttırmak, vb.) açıkça ifade etmelidir.
2. Bir veya birkaç hedef kitleyi doğrudan belirlemelidir.
3. Hem kavramsal hem de pratik olarak ölçülebilir olmalıdır.
4. "Araçlardan" değil "amaçlardan" bahsetmelidir. Eğer kullanılan ifade, bir şey yapmanın yolunu anlatıyorsa, bu bir hedef değil, stratejidir.
5. Buna ne kadar sürede ulaşılabileceğine dair bir zaman çizelgesi belirtmelidir.

"İşe altyapıdan başlayacağız"

Türkiye Futbol Federasyonu'nun yeni başkanı Hasan Doğan, Türkiye'nin bir "futbol fabrikası" haline getirilebileceği görüşünde...

"TFF Başkan Vekilliği dönemimde, ünlü uzmanların danışmanlığındaki misyon, vizyon ve değer çalışmalarımız, geleceği kurma çabalarımızın başlangıcını oluşturmuştu. Yönetim değişince bu çalışmalar durakladı. Şimdi yönetimimiz bu çalışmaları hayata geçirecek"

Türkiye Futbol Federasyonu (TFF) Başkanlığı koltuğunda iki aydır eski bir "Koç"lu oturuyor. 1981-88 yılları arasında Beldesan'da çalışan Hasan Doğan, yeni görevinde iddialı. Doğan, Türkiye'yi "futbolcu fabrikası" haline getirecek bir projenin peşinde: "Sadece günlük başarılara odaklanmıyoruz. İşe altyapıdan başlayacağız. İlk ve ortaöğretimde 16 milyon öğrenci var. TFF ile AB'nin kaynakları, UEFA ve FIFA'nın projeleriyle Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün tesis ve imkânlarını tek bir proje haline getireceğiz. Bu proje gerçekleşirse, Türkiye futbolcu fabrikası olur." TFF'yi Türk futbolunda oyuncu değil, düzenleyici ve denetleyici otorite haline getirmeyi hedeflediklerini bildiren Doğan'ın diğer hedefleri arasında statların fiziki koşullarını yükseltmek, bunun sonucu olarak futbol ekonomisini büyütmek, şike, operasyon, yolsuzluk kelimelerini ömür boyu Türk futbolundan çıkarmak, bahis oyunları önündeki engellerle mücadele var. Hasan Doğan Bizden Haberler'e, Türk futbolunun yeni dönemini anlattı.

Koç Holding geçmişiniz var....
Evet. Liseyi bitirince Yıldız Teknik Üniversitesi'ne iyi bir puanla girdim ve makine mühendisi oldum. Mühendisliğe girince de mühendisliği sevdim. Bana da uygundu. Okuldan mezun olduktan sonra İngiltere'ye giderek bir sene lisan eğitimi aldım. Daha sonra Türkiye'ye dönüşte, 1981 yılında Koç Holding şirketlerinden Beldesan'a girdim ve 1988 yılında Pazarlama Koordinatörlüğü görevini yürütürken ayrılarak ticaret hayatına atıldım. 1988'de tekstil işiyle uğraşan Gürmen firmasının ortağı ve genel müdürü oldum. Beldesan'da çalıştığım yedi yıl, bana çok önemli gelişmeler kattı. O güne kadar "okuyarak" öğrendiğim hayatı, bu tecrübe sayesinde "yaşayarak" öğrenme fırsatına sahip oldum. Bunun yanı sıra kurumsal kimlik kültürünü de Koç Holding'de öğrendim. Bu kimlik bana iş hayatımda çok önemli tecrübeler kazandırdı. Ramsey ve Kip gibi markaların yaratılmasına katkıları oldu.

Sizi Federasyon Başkanlığı'na iten temel gerekçe neydi?
Türkiye'nin en popüler sporu futbolun çatı örgütü olan TFF, Türk futbol ailesinin en itibarlı ve en objektif kurumu olmak durumunda. TFF, popülizmden uzak, kararlı ve sürekli bir anlayışı temsil etmeli. Kulüpler Birliği'nin, TFF Başkanlığı için beni adayları olarak gösterme nezaketinde bulunmasını takiben, Türk futbolunu daha gelişmiş seviyeye ve en itibarlı noktaya taşıma hedefindeyim. İki senelik başkanvekilliğim döneminde her zaman kulüplerin yanında olmam ve federasyonun önemli gelir kaynakları yaratmasını sağlamam kulüpler tarafından da yeni dönemde Federasyon Başkanı olarak önerilmemi sağladı. Aslında böyle bir adaylık gündeme geldiğinde ailemin ve yakın dostlarımın rızasını alamadım. Federasyon Başkanlığı kadar şerefli ve onurlu bir görev konusunda en yakınımdaki insanların tepkili yaklaştığını görünce, en azından bu algının değişmesi gerektiğini düşündüm ve görev almayı kabul ettim.
14 Şubat'ta işbaşı yapan TFF yönetimi şeffaflığı, açıklığı, hesap verilebilirliği kendisine ana öncelik edinen bir kurumsallık için yola çıkan bir anlayışı temsil ediyor.

Nasıl bir Federasyon Başkanı olacaksınız?
2004-2006 yılları arasında TFF Başkan Vekilliği yaptığım dönemde, dünya çapında tanınmış uzmanların danışmanlığında gerçekleştirdiğimiz misyon, vizyon ve değerler çalışmalarımız, geleceği kurma çabalarımızın başlangıcını oluşturmuştu. Federasyon tarihinde bir ilk olan bu çalışmalarda o dönemde önemli aşamalar kaydetmiştik, ancak yönetim değişikliği ile birlikte bir duraklama olduğu aşikâr. Ancak bizim yönetimimiz bu çalışmaları hayata geçirecek. Misyon, vizyon ve değerler sadece yazılı kaldığı sürece tozlu raflarda kalmaya mahkûmdur. Hepsi kurumun tüm üyelerince idrak edilmeli, benimsenmeli. Bizler, oluşturduğumuz misyonu, vizyonu ve değerleri gerek kurumsal gerek bireysel konuma uyarladık.

"Beldesan'da çalıştığım yedi yıl, bana çok önemli gelişmeler kattı. O güne kadar 'okuyarak' öğrendiğim hayatı, bu tecrübe sayesinde 'yaşayarak' öğrenme fırsatına sahip oldum. Bunun yanı sıra kurumsal kimlik kültürünü de Koç Holding'de öğrendim. Bu kimlik bana iş hayatımda çok önemli tecrübeler kazandırdı"

Futbol herkesin uzman olduğu bir konu. Tüm kitlenin takdirini kazanabilecek projeleriniz neler?
Biz TFF'yi Türk futbolunda oyuncu değil, düzenleyici ve denetleyici otorite haline getirmeyi hedefliyoruz. Sadece günlük başarılara odaklanmıyoruz. İşe altyapıdan başlayacağız. Dışilişkiler ekibimiz, AB Komisyonu'nun Genişlemeden Sorumlu Üyesi Olli Rehn ile görüştü. Onların düşüncesi çok net. "Siz eğitim projesini hazırlayın. Biz her türlü maddi desteği sağlarız" yaklaşımındalar. Türkiye'de ilk ve ortaöğretimde 16 milyon öğrenci eğitim görüyor. Futbol Federasyonu, AB'nin kaynakları, UEFA ve FIFA'nın projeleri ile Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün tesis ve imkânlarını tek bir proje haline getireceğiz. Futbola yapılacak en büyük hizmet bu. Bu proje gerçekleştiği takdirde Türkiye futbolcu fabrikası olur.

Futbol günümüzde artık bir endüstri. Kulüpler de seyircilere "taraftar" yerine "müşteri" olarak bakıyor. Sizin görüşünüz nedir?
Göreve geldiğimiz günden bu yana şunun altını çiziyoruz: Ekonomik büyüme ile sportif başarı arasında doğrudan bir ilişki mevcut. Bu ilişki nedeniyle spor ekonomisinin büyümesine özel önem vereceğiz.
Biraz önce de belirttiğim gibi en önemli hedeflerimizden biri, stadların fiziki koşullarını yükseltmek. Bunu yapamazsak,

futbol ekonomisini büyütemeyiz. Madem bir ekonomiden bahsediyoruz Burada taraftar müşteri. Müşteri, para ödeyerek bir eğlence hizmeti satın alıyor. En iyi hizmeti verirseniz, en kaliteli müşteriyi çekebilirsiniz. Türkiye'de futbol çok seviliyor. Ama maddi imkanları yüksek olan insanların pek çoğu tribünlere gidemiyor. O fiziki koşullar onlara yetmiyor. Spordaki şiddetin önüne geçmenin de önemli bir gerekliliği stad kalitesinin yükseltilmesi.

Futbol Federasyonu özerk bir yapı. Ve en önemli geliri sponsorlar. Siz göreve geleli iki ay oldu. Bu süreçte yeni sponsorlar oldu mu?

1980'li yıllardan itibaren sponsorluk gelirleri futbol ekonomisinde önemli yer almaya başladı. Bu değişimle birlikte futbol gelirleri de büyüdü. Artık firmalar güven duyulan itibarlı alanlara yatırım yapıyor, markalaşmış kişi ve kurumlara sponsor oluyor. Futbol Federasyonu'nun sponsorluk gelirleri ne yazık ki önceki dönemde iki yıl içinde 2.5 milyon dolar azalarak 14 milyon dolara geriledi. Hedefimiz görev süremiz boyunca sponsorluk gelirlerini 35 milyon dolara çıkarmak. Yeni sponsorluk anlaşmaları yapmak ve var olan anlaşmalarda iyileştirmelere gitmek istiyoruz. Yaklaşık iki ay önce göreve gelmemizin ardından güven ortamının sağlandığını büyük bir mutlulukla görüyoruz. Yönetime geldiğimizden bu yana çeşitli kurum ve kuruluşlardan sponsorluk talepleri geliyor. 2010 yılına kadar yayın haklarını elinde bulunduran Digitürk ile Mart sonunda yaptığımız anlaşma ile Digitürk, 2008-2009 ve 2009-2010 sezonları için mali şartlarda iyileştirme yapmayı kabul etti. Kurum, 2008-2009 sezonu için 30 milyon YTL ve 2009-2010 sezonu için de 30 milyon YTL olmak üzere toplam 60 milyon YTL mevcut yayın hakkı bedellerine ilave bir imkan sağlayacak. Biz de söz konusu bu ilave kaynağı kulüplerimize aktaracağız. Digitürk'ün katkıları ile sağladığımız 60 milyon YTL ve yine Mart ayı içinde yaptığımız üç sponsorluk anlaşması ile gerçekleşen 50 milyon YTL tutarındaki gelir ile iki ay gibi kısa bir sürede toplam 110 milyon YTL'lik ilave bir imkan Türk futboluna kazandırıldı. Bu atağı Nisan-Mayıs aylarında açıklayacağımız yeni projeler takip edecek.

Göreve geldikten sonra FIFA ve UEFA başkanları ile de görüştünüz. Onların görüş ve istekleri neler?

Her iki kurumun başkanı bize tam destek verdi. Uzun vadeli bir işbirliği konusunda gerekli görüş alışverişinde bulunduk.

Her iki toplantıda statların iyileştirilmesi konusu gündeme geldi. Bu konu bizim ana önceliklerimizden. Dünya şampiyonalarına, Avrupa şampiyonalarına ev sahipliği yapmak istiyoruz. Ancak bunun için işe statlarımızın iyileştirilmesinden başlamalıyız. Bu konuda Başbakanımızın da büyük desteği bulunuyor. Bu proje benim ana önceliklerim arasında yer alıyor. TFF bünyesinde görev almadığım son iki yıl içinde de bu konudaki çalışmalarım devam etti. Antalya Stadyumu ve Galatasaray'ın Seyrantepe projelerinin hayata geçmesi için bir futbol gönüllüsü olarak yoğun bir mesai harcadım. Bu anlayış bizim dönemimizde daha faal olarak devam edecek. Şehrin daha makul bölgelerindeki arazilerin üzerine yapılacak yeni statlar Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nce şehrin içinde ve değerleri yüksek olan tesislerin satılmasıyla finanse edilebilir. Bu da Türkiye'deki statlarda üç-dört yıl içinde büyük bir değişim yaşanmasının önünü açacaktır. İnanıyorum ki, üç sene içinde mükemmel 10 stat yapılabilir. Bu da bizim 2016'daki Avrupa Şampiyonası'nı almamızı sağlayacak bir projedir.

Ülkemiz liginin önümüzdeki dönemde açılımları sizce ne olacaktır?

Ligin tüm kulüplerini içine alacak, süper ligin toplam değerini artıracak çalışmalara başlayıp, değer arttıkça da merkezleşmeye doğru gidilebilir. Türkiye liglerindeki saha içi reklam panoları şu an kulüpler tarafından ayrı ayrı satılıyor. Bu sistemde sadece büyük kulüpler bunu iyi değerle satabiliyor. "Bütün Türkiye liginin saha içi reklam panolarını alarak, Şampiyonlar Ligi'nde olduğu gibi bir ana sponsor, dört parkur gibi bir modelle bu saha içi panoların reklam değerlerini yukarı çekebilir miyiz" diye bir çalışmamız var. Elektronik reklam panoları TIR'lar ile maçların oynanacağı stadlara taşınabilir. Saha içi reklamın şu anki toplam değeri 10 milyon doları geçmiyor. 20-25 milyon dolara çekebilirsek bunu uygulayabiliriz.

Federasyonun ve Türk futbolunun itibarının artırılması için planlarınız var mı?

Türk futbolunda değişimi gerçekleştirmek için hummalı bir çalışma içerisindeyiz. Artık Türk futbolunda şike, operasyon, yolsuzluk kelimelerini ömür boyu çıkarmanın zamanı geldi. Türk futbolunun çok önemli gelir kaynaklarından biri olan bahis oyunlarının durumu ve onun sorunlarıyla ilgili önemli bir proje başlattık. Bahis oyunlarının önündeki engellerle mücadele, en önemli görevlerimizden biri. Ne yazık ki, ülkemizde sağlıklı olmayan yapıda kurulmuş illegal, yasal olmayan şirketler de bu oyunu oynatıyor. Bunların yüzde 25-30 gibi bir payı var. Bu oyunlardan hem kulüplerimiz hem de devletimiz gelir olarak yararlanamıyor. Oynayan kişiler son derece sağlıksız ortamlarda oynuyorlar. İkramiyelerinin ödenmesi konusunda bir garanti yok. Dolayısıyla bununla mücadele bizim önemli işlerimizden bir tanesi. Bu konuda İddaa oyununu oynatan resmi kuruluşumuz Inteltek ile ortak bir çalışma yaptık. "Futbolda Etik Değerlerin Korunması" protokolü ile amacımız bu oyunda manipülasyon yapmak isteyen kötü kişilere karşı tedbir almak. Bu tedbirde en etkili yöntem bilgi paylaşımı. O yüzden de çok hassas bir teknoloji ile "Nasıl oynandı, kimler hangi maça ne kadar oynadı" gibi bilgileri en kısa sürede İddaa, TFF'ye bildirecek. Biz de bu bilgilerle gerekli incelemeleri başlatıp, kötü niyetli insanlara aman ve fırsat vermeden, etkili çalışmalar yapacağız. Türk futbolu içerisindeki kirliliğin ortadan kaldırılması, kötü niyetli insanların futbol ortamından uzaklaştırılması federasyonumuzun temel prensipleri içerisinde. Bunu gerçekleştirme konusunda her türlü girişimde bulunacağız.

Altın-Nance çifti, BisikleTEMA projesiyle dünya yollarında

"Önyargılarınızı evinizde bırakın"

Gizem Altın ve eşi Bryan Nance, pek çok insan gibi ev ve iş arasında sınırladıkları hayatlarını bir gün sorgulamaya başladılar. Her şeyi geride bırakıp çıktıkları uzun yolculukta, küçük bir mola verip sorularımızı cevaplandırdılar

İyi birer işleri, iyi bir hayatları vardı. Bir gün durup şöyle dediler: "Hani bizim bir hayalimiz vardı?" Bir buçuk yıl boyunca tasarruf ettiler, evlerini, arabalarını, eşyalarını sattılar ve hiçbir tecrübeleri olmaksızın dünyayı bisikletle dolaşmak üzere yola koyuldular. Yollarda karşılaştıkları içtenlik, insanlığa güvenlerini günbegün pekiştirdi. Gizem Altın ve ABD'li eşi Bryan Nance, potansiyel takipçilerine, "Önyargılarınızı evinizde bırakın. İnsanlar sizi şaşırtacak" diyorlar.

1974 İstanbul doğumlu Altın, birçok farklı sektörde çalıştı. Bir gün işinden çıkarılınca, derhal bir Interrail bileti aldı ve tazminatıyla beş hafta Avrupa'yı gezdi. Bu geziyi de "Bir Bilet Al" kitabında anlattı. Yedi yıl önce Green Card piyangosunu kazanınca da soluğu ABD'de aldı. Ruh eşini de yaşadığı kentte, Los Angeles'ta buldu. Plaj voleybolu oynarken attığı servis hedefi şaşırdı,

yan sahadaki genç adamın kafasına çarptı. Daha tanıştıkları ilk gün aralarında şu konuşma geçti: "Ben dünyayı gezmek istiyorum." "Şaka yapıyorsun, ben de!" Ve evlendiler. Bu andan küresel ısınmaya karşı bisiklet çevirecekleri "BisikleTEMA" projesine kadarki süreci, soluk soluğa pedal çevirdiği Bolu rotasında cep telefonuyla yakaladığımız Altın ile konuştuk.

Yolculuğun öyküsünü anlatır mısınız?
Eşimle kendimizi işlerimize kaptırmıştık. Bir gün, "Hani biz dünyayı dolaşacaktık?" dedik ve yol için para biriktirmeye başladık. İlk elden çıkardıklarımız arabalar oldu. Hayatımızı basitleştirdik. Aslında hayatımızı geri aldık. Sonlara doğru ev eşyalarını, ardından evi sattık. Sattıkça rahatlıyorduk. "Sahip olduğunuzu zannettiğiniz şeyler sonunda size sahip olur" diye bir laf vardır, gerçekten doğruymuş. Sonunda uçak biletimizi aldık ve Hollanda'ya gittik.

"Eyvah kar! Ne yapacağız şimdi?"
Sıfır bisiklet turu tecrübesiyle Amsterdam Havaalanı'na indik, kar yağıyordu, telaşlandık. Ama havaalanından Amsterdam merkezine kadar bisiklet yolu varmış. 60 bin kilometre bisiklet yolu yapmışlar. Tura, Avrupa'nın en batısındaki ülkelerden olan Holanda'dan başlama nedenlerimizden biri de acemi bisikletliler için en uygun coğrafyaya sahip olmasıydı.

10 bin kilometre ve 10 ülke kat ettiniz. Avrupa etabı sizi zorladı mı?
Şehirlerdeki bisiklet altyapısını bir kenara bırakın, şehirleri ve ülkeleri bile bisiklet yoluyla birbirine bağlamışlar. Hayali bile güçtü benim için!

BisikleTEMA projesi buradan mı doğdu?
Türkiye'ye vardığımızda bunları bir proje haline getirmek istedik. Türkiye'de de bisikletin yaygınlaşması fikriyle TEMA Vakfı'nın kapısını çaldım. TEMA bu fikri ulusal ve uluslararası platformda ses getirecek bir projeye dönüştürdü. İşte bundan BisikleTEMA doğdu.

Yollarda nasıl karşılandınız?
Avrupalılar bisikleti çok sevdiği için, "çantalı turist" ile "bisikletli turist"i ayırıyorlar, sizi kendilerinden görüyorlar. Yolda durduğunuzda hemen onlarca insan çevrenize toplanıyor; "Nereye gidiyorsunuz?", "yardımcı olalım", "arkadaşlarla bira içiyorduk ne olur bize katılın", "bu akşam bizde kalın", "bahçeme kamp kurun", inanılmaz tepkiler alıyoruz… O zaman bisiklete bir kez daha âşık oluyorsunuz.

Alman Tom'un Türklere borcu!
Bir de Almanya'da hiç unutamadığımız bir olay oldu. Bir önyargım vardı ve Almanya'dan geçmek istemiyordum, ama Fransa'dan İsviçre'ye geçerken Almanya'nın çok kısa bir kısmında pedal çevirmek zorunda kaldık. Bir panayırda peynir kuyruğunda beklerken biz yaşlarda bisikletli bir adam yanımıza geldi. Önce eşime sonra da bana nereli olduğumuzu sordu. "Türk'üm" dediğimde adamın gözlerindeki parlamayı anlatamam… Tom'un evinde üç gün kaldık. Bana şöyle dedi: "Burada istediğiniz kadar kalabilirsiniz. Ben de bisikletle dünyayı gezdim ve yolum Türkiye'den geçti. İnsanlar yemedi yedirdi, yataklarını bana verdi, kendileri yerde yattı. Size bu yardımı, onlara gönül borcumu ödemek için yapıyorum. Senden tek bir isteğim var, yardım isteyen veya yardıma ihtiyacı olan birisini gördüğünde aynı şeyi yap."

Bu ortak dil Türkiye'de de geçerli mi?
Evet. Herkes, "Korkmuyor musun?" diye soruyor. Korkmamamızın en büyük sebebi de bu. Dün bir amca yanımıza yaklaştı. Her tarafımızda Türk bayrağı var ama o bizi yabancı sandı. Bisikletle dünya turu yaptığımızı anlattık. Hemen bize yiyecek taşımaya başladı. Arabalar korna çalıyor, sanıyorsunuz ki "Çekil" diyecek. Hayır, "Bir şey lazım mı? Sizi yokuştan çıkaralım mı?" falan diyor. Ağır vasıta şoförleri, bize yol vermek için karşı şeride geçiyorlar. Türkiye'de herhalde çok üzülüyorlar bizim için! Bunu yorucu, tehlikeli buluyor, şefkat gösteriyorlar. İnsanın, insanlığa olan inancı tazeleniyor. İstanbul'dan çıktığımızdan beri bize gösterilen ilgi ve misafirperverliği anlatmam mümkün değil.

Önyargılar yıkılıyor değil mi?
Evet. İnsanlığa yeniden inanıyorsunuz. Çünkü gazete okuyup televizyon seyrettikçe dünyanın tehlikeli bir yer olduğuna daha fazla inanıyor ve paranoyak oluyoruz… Aslında dünyanın böyle bir yer olmadığına inanmaya başladım. Tom yola çıkarken bize şöyle dedi, "Bu turun sonunda inanıyorum ki, dünyanın zannetmenizi istediklerinden daha güvenli, insanların da zannetmenizi istediklerinden daha iyi olduğunu göreceksiniz. Ben gördüm." İnsanlarla aranıza mesafeler koymadığınızda, sizi bir şekilde sahipleniyorlar. Ama hiç mi üzülmedik? Üzüldük. Kamyon ve otobüslerin yarattığı inanılmaz hava kirliliğine, yol kenarlarını ve dereleri dolduran plastik torbalar ve pet şişelere, birinci derecede tarım arazilerinin fabrikalarla dolmasına çok üzüldük.

Bu proje sizi nasıl değiştirdi?
Hayatımın geri kalanında aldığım eğitimi ve kazandığım tecrübelerimi, sevdiğim şeyler için kullanacağım, doğa için çalışacağım, elimizde kalanları kaybetmemek için çaba göstereceğim. Bu proje bize, bunların hepsinin yapılabileceğini, sadece yeterince istemenin ve biraz da cesaretin yeterli olacağını gösterdi. Bir an bile geride bıraktıklarım için pişman olmadım. Umarım herkes hayallerini gerçekleştirir. Dünyayı pedallamak isteyenlere de bütün önyargılarını evde bırakmalarını öneriyorum. Kendileri gidemeyip de kalpleri bizimle birlikte pedal basanlarsa bizi ve maceralarımızı tüm tur boyunca web sitemizden takip edebilirler:
www.tema.org.tr/bisiklet

BAŞARILI BİR İLETİŞİM ÖYKÜSÜ DİNLEMEK İSTER MİSİNİZ?

Vadaaaa...

Worldcard marka tercihini artıran, Yapı Kredi markasına kalıcı olumlu katkı sağlayan, farklı pozlarda ve farklı mesajlar taşıyan satış noktası malzemeleri ve kumbaraları kapışılan Vadaa adamcıkları nasıl yaratıldı, seslerini nereden aldı, Yapı Kredi'ye neler kazandırdı?

Worldpuan ödül biriminin tüketiciler tarafından daha somut şekilde algılanabilmesi için yaratıldılar. Böylece Worldpuan kazanma ve harcama konusu, rakamsal bir hesap olmaktan çıkarılacaktı. Ana mesaj, hayatın keyiflerini ıskalamadan en kazançlı alışverişi teklif eden marka olmaktı. Nidasını, bir art direktörün kendine özgü seslenişinden aldı. Ve Worldcard'ın ayrılmaz bir parçasına dönüştü. Öyle ki, Yapı Kredi'den bağımsız bir ticari ürün halinde dahi pazarlandı. Vadaa karakterleri, tabii ki ilgi çekmesi amacıyla tasarlandı ancak gördüğü ilginin boyutu, yaratıcılarını bile şaşırttı. Worldcard marka tercihini ve promosyon bilinirliğini artırdı, Yapı Kredi markasına da kalıcı olumlu katkısı oldu. Yapı Kredi Kurumsal Kimlik ve İletişim Yönetimi ekibi, "Bu boyutta bir ilgiyi tahmin etmek kolay değildi" dedikleri "Vadaa"nın yaratım öyküsünü ve getirdiği katkıyı Bizden Haberler'e anlattı.

Vadaa karakterlerinin yaratım öyküsünü öğrenebilir miyiz? Fikir nasıl oluştu, nasıl gelişti?

Yapı Kredi'nin sadece kredi kartı kullanımında değil bankacılık hizmetlerinde de Worldpuan kazandırma, tüm puanları tek bir havuzda toplama mantığı üzerine kurulu, "İşlempuan-Worldpuan Entegrasyonu" sistemi, 2003 yılının Ekim ayında lanse edildi. Bu lansman Worldpuan'lar için de bir relansman fırsatı olarak görülerek ajansımız rpm/radar tarafından yepyeni bir Worldpuan karakteri yaratıldı. Worldpuan'ların kendine özgü kişiliği ve hayatı olan animasyon bir karakter ile canlandırılması stratejisi, bu faydalı ödül biriminin, tüketiciler nezdinde daha somut bir biçimde algılanması amacıyla oluşturuldu. Worldpuan kazanma ve harcama konusu, rakamsal bir hesap olmaktan çıkarıldı. Worldpuan'ı, markaya sıcaklık katan, değerlilik ve yararlılık sağlayan anime karakterler halinde sunmak, bu kampanyanın en büyük yaratıcı çıkış noktası oldu.

"Vadaa" sesine yüklenen anlam neydi? Neden "Vadaa"?

Ajansımızda çalışan bir art direktör arkadaşımızın bir seslenişinden doğan "Vadaa" nidası, karakterini çıkarabildiği tek ses olarak belirlendi. Worldpuan karak-

teri, kısa süre içinde Worldcard'ın ayrılmaz bir parçası haline gelirken, herkesin sempatik bulduğu bu karakterler, talep gören, aranan ve sevilen bir kişilik oldu. Artık herkes onları "Vadalar" olarak anıyor, onların nidalarını ve hareketlerini günlük hayatlarında taklit ediyorlar.

Pozitif enerjiye sahip, yarı çocuksu, neşeyle dolu bir karakterle ana mesaj olarak hangi temaya vurgu yapıldı?
Worldpuan'ların anime karakterler olarak canlandırılmasının asıl amacı, bu faydalı ödül biriminin, tüketiciler nezdinde daha somut bir biçimde algılanmasını sağlamaktı. Worldpuan karakteri, Worldpuan'ın sıcak, sevimli, değerli ve yararlı varlığının iletişime yansıması hem ödül mekanizmasının hem de World markasının tüketici açısından farklılaşmasını sağlıyor. Ana mesaj, hayatın keyiflerini ıskalamadan en kazançlı alışverişi teklif eden marka olmak.

Yetişkinlere yönelik bir reklamda çocuk animasyonu türü karakterlerin kullanılması bir risk miydi?
Worldpuan animasyonu araştırma sonuçlarının da gösterdiği gibi hem büyükleri hem de küçükleri cezbeden bir karakter. Bunu bir risk olarak görmedik. Zaten "Vadaa" da yetişkinlerin beğenisine uygun bir mizah anlayışına sahip... Benzeri örnekleri yetişkinleri hedefleyen farklı sektörlerde de görmek mümkün.

Reklam kampanyası çok büyük bir ilgi gördü ve öyle ki "Vadaa" karakteri Yapı Kredi'den bağımsız bir ticari ürün halinde dahi pazarlandı. Anahtarlıkları, ayranı, hatta badem ezmesi yapıldığı şeklinde haberler çıktı. Kampanyanın başında böylesi bir ilgi tahmin ediliyor muydu?
Worldpuan karakterinin bir diğer başarısı da sadece iletişimle yetinmeyip gündelik hayatta da talep görmesiydi. TV'de, reklam panolarında, gazetelerde bu karakteri gören insanlar, kendilerinin de "Vadalar"ı olsun istediler. Üye işyerleri bu karakteri o kadar sevdiler ki, kendilerine gönderilen tüm satış noktası malzemelerini en etkin şekilde kullandılar. Farklı pozlarda ve farklı mesajlar taşıyan bu malzemeler için satış noktalarından ek talepler gelmesi Worldpuan'ın başarısının başka bir göstergesi oldu. World için promosyon malzemeleri de tahmin edileceği gibi büyük bir taleple karşılandı.

Çocukların Worldpuan'a ilgisine karşılık verebilmek ve bu sevgilerini faydalı bir amaca yöneltebilmek için de özel Worldpuan kumbaraları hazırlandı ve bu kumbaralar Yapı Kredi Yayıncılık mağazalarından yapılan alışverişlerde hediye olarak dağıtıldı. Sürecin başında ilgi bekliyorduk tabii ancak bu boyutta olacağını tahmin etmek kolay değildi...

"Vadaa", Worldcart'ın marka farklılaşmasına ve imajının yükseltilmesine ciddi katkılar sağladı. Sonuçlara ilişkin neler söyleyebilirsiniz?
Sempatik Worldpuan karakterlerinin yardımı ile hem istenilen mesajların eğlenceli ve kolay bir biçimde tüketiciye iletilmesi mümkün olmuş hem de sadece televizyon ve basında değil, satış noktalarında da yaratıcı basılı malzemeleri ile Worldpuanlar üye işyerleri arasında da popülarite kazanmışlardır. World markasının beğenilirliğinde ciddi bir artışa neden olmuştur. Yaptığımız araştırmalar bize, "Vadaa"nın görünürlüğüne paralel olarak Worldcard marka tercihinin ve promosyon bilinirliğinin de arttığını göstermektedir.

"Vadaa"nın Yapı Kredi markasına katkısına anlatabilir misiniz?
Yapı Kredi markası için yapılan araştırmalarda da benzer bir sonuç gözlemlenmektedir. Bu iletişimi takiben Yapı Kredi marka beğenilirliğinde de anlamlı artış gerçekleşmiştir. İletişim kendi amacına ulaştığı gibi Yapı Kredi markasına da kalıcı olumlu katkısı olmuştur.

Mor şirin yaratıklar daha ne kadar bizlerle olacak?
"Vadaa"lar her gün hayatımızdalar. Zaman içinde kendilerini yenileyip her defasında ilgi çekmeyi bilirler. İletişimde, mesajı iletmede bize yardım ettikleri müddetçe onlardan vazgeçmeyiz.

ÇOCUKLARIN OKULDA ALDIĞI BİLGİLER RMK MÜZESİ'NDE KALICI HALE GELİYOR

RMK MÜZESİ "ilköğretim okulu"

2002-2003 öğretim yılında VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi ile Rahmi M. Koç Müzesi'nin işbirliğiyle uygulamaya konulan "Müzede Eğitim" projesi Talim Terbiye Kurulu'nun kararıyla Türkiye'nin pek çok yerinde uygulanmaya başlanacak

Rahmi M. Koç Müzesi'nde altı yıldır çocuklar, okulda aldıkları bilgileri çok farklı yöntemlerle kalıcı hale getiriyor ve sorularına cevap buluyorlar. 2002-2003 öğretim yılında VKV Koç Özel İlköğretim Okulu ve Lisesi ile Rahmi M. Koç Müzesi'nin işbirliğiyle uygulamaya konulan "Müzede Eğitim" projesinin altında, Müze Müdürü Anthony Philipson'ın imzası var. Philipson, teknik konulara "sadece vida ve somun" olarak bakmanın mümkün olmadığını, teknoloji ürünü her objenin kendi sosyal ve tarihsel parametreleriyle birlikte incelenmesi gerektiğini söylüyor. Nitekim müzede yapılan da tam anlamıyla bu. Zeytinyağı fabrikasını inceleyen çocuklara Eğitim Danışmanı Emine Bayam bir yandan enerji, yoğunluk, basınç gibi okulda öğrendikleri bilgileri uygulamalı olarak gösterirken, bir yandan da Cumhuriyet'in ilk yıllarında Türkiye'nin durumu, Atatürk devrimleri, zeytincilik bölgeleri, mesai, ücret gibi pek çok şeyi öğrencilere soru-cevaplarla öğretiyor.

Müzede eğitim projesi Talim Terbiye Kurulu'nun önerisiyle önümüzdeki dönemde Türkiye'nin pek çok yerinde uygulanmaya başlanacak. Bu amaçla kurul, her okuldan bir öğretmenin müze eğitimcisi olması için Mersin'de 7-11 Nisan tarihleri arasında 90 öğretmene hizmet içi eğitim verecek. Düzenlenen seminere Rahmi M. Koç Müzesi'nden Emine Bayam, Cemal Candaş ve Handan Soylu da katılacak.

"Müzede Eğitim" projesi üç temel bölümden oluşuyor: Okulda hazırlık süreci, müzede eğitim, müze gezisi sonrasında bilginin okulda yeniden pekiştirilmesi. Ancak bu tür bilgiler kadar, belki daha da önemli olan bir bilgi ve kültür daha veriliyor çocuklara; bir müze nasıl gezilir, müzede nasıl davranılır? 2004 yılından itibaren anaokulu düzeyinde de uygulanmaya başlanan proje, insanda "keşke şimdi çocuk olsam!" duygusunu uyandırıyor.

"Dinamik bir müze"

Rahmi M. Koç Müzesi Müdürü Anthony Philipson, müze ve "Müzede Eğitim" projesi ile ilgili sorularımızı cevaplandırdı.

Vehbi Koç sergisinden sonra programınızda hangi sergiler var?
12 Nisan-30 Haziran tarihleri arasından çok ilgi çekecek interaktif bir beyin sergimiz var. Daha sonra Rahmi Bey'in dünya turu ile ilgili bir sergimiz, ondan sonra da Atatürk'ün ölümüyle ilgili bir sergimiz olacak. Bu arada geçici bir sergi salonumuz var ve orada da kısa sürede hazırlayabileceğimiz sergilerimiz olacak. İlk sergimiz 23 Nisan'da Yalvaç Ural'ın oyuncaklarla ilgili sergisi olacak.

Gezici sergi fikri nasıl doğdu?
Buraya müdür olarak geldiğim zaman, müzenin etkinliklerini incelediğimde eğitim konusunda boşluklar olduğunu gördüm. Bunun üzerine eğitim paketimizi başlattık. Buna bağlı olarak, müzeye gelemeyen öğrencilere müzeyi nasıl götürebiliriz, kaynaklarımızdan onları nasıl yararlandırabiliriz diye düşündük ve bunun sonucunda gezici müze projesini oluşturduk; aslında gezici müzeden çok, gezici sınıf demek daha doğru olur buna. Bir öğretmenimiz ve şoförümüz gidiyor oraya, müze koleksiyonundaki parçaları araç olarak kullanıyorlar ders anlatırken. Şu ana kadar 80 ildeki 730 okulda, müzelere ulaşamayacak 92 bin öğrenciye ulaştık. Projeye, Danimarkalı bir pompa firması olan Grundfos ile başladık sponsor olarak, şimdi Migros'la devam ediyoruz.

Müze gezen bu kadar çocuk görmemiştik, ortalama ziyaretçi sayınız nedir?
Bugün itibariyle bini geçti ama bu çok normal bizim için, genelde okulların açık olduğu aylarda bu yoğunluk hep oluyor. Göreve başladığımda müzenin ziyaretçi sayısı çok düşüktü, 17 bin civarındaydı; daha sonra girişimlerimizle bu sayı 150 binin üzerine çıktı. Müzenin yeni açılan bölümleri kadar, dönemin Milli Eğitim Müdürü Ömer Balıbey'in büyük katkıları oldu bunda; eğitim paketi için kendisiyle yaptığımız görüşmeler, kardeş okul seçimindeki diyaloğumuz ve bu ilişkiyi sıkı tutmamız, bu sonuca ulaşmamızı etkiledi.

Kardeş okulla ilişkileriniz nasıl devam ediyor?
O dönem Milli Eğitim Bakanlığı tarafından yürütülen bir proje kapsamında biz de bulunduğumuz bölgedeki ilköğretim okullarından Hasköy İlköğretim Okulu'nu kardeş okul olarak seçtik. Öğrencilerin müzeye serbest giriş kartları var. Sadece ödevlerini hazırlayacakları bir kaynak olarak görmüyorlar burayı, randevu alarak hepimizle görüşmeye de gelebiliyorlar. Hazırladıkları bir proje Milli Eğitim Bakanlığı tarafından ödüllendirilmiş, bu da gurur verici tabii. Ama asıl önemlisi bu çocuklara, entelektüel bir ortamda nasıl davranacaklarını, böyle bir ortamdan nasıl yararlanacaklarını öğretiyoruz.

Talim Terbiye Kurulu'nun "Müzede Eğitim" projesini yaygınlaştırma kararını nasıl değerlendiriyorsunuz?
Tabii ki çok onur duyuyoruz bu konuyu başlattığımız için. En başından itibaren bu projenin çok kolay uygulanabileceğini düşünmüştüm. Sonuçta bir öğretmen ve küratör tarafından oluşturulabilecek bir program. Bu konuda herkese yardımcı olmaya da çalışıyoruz. En önemlisi eğitim paketimizi internet sitemize de yükledik ve ücretsiz olarak isteyen herkesin kullanımına da açtık.

Koç Bilgi Grubu müzeyle tanıştırdı: "İlk defa gerçek bir uçağa bindim!"

Koç Bilgi Grubu, "Ülkem İçin" projesi kapsamında yerel sorunların çözülmesi ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi için Mayıs 2007'de başlattığı çalışmalarını, 2007-2008 öğretim yılında, öğrencilerin sosyal gelişimlerini hedefleyerek planladı. İlk adım da bir müze gezisiyle atıldı. Gezinin adresi RMK Müzesi, gezi grubu ise Koç Bilgi Grubu'nun yönetim merkezinin bulunduğu Ünalan Mahallesi'ndeki Yıldırım Beyazıt İlköğretim Okulu öğrencileriydi. Gezinin içeriği, okul müdürü ve öğretmenleriyle görüşülerek belirlenmişti. Koç Bilgi Grubu Gönüllüleri, müzede öğrencilere rehberlik edebilmek amacıyla, gezi öncesinde müze hakkında bilgi edindi. Özellikle "Ne Nasıl Çalışır?" bölümüne yoğun ilgi gösteren öğrenciler, gezi sonunda duygularını şöyle anlatıyordu:

5D sınıfı öğrencilerinden Doğuş Ateş: "İlk defa bir müze gezisine katılıyorum. Çok mutluyum. Burası tahmin ettiğimden çok daha büyük... Televizyonlarda, kitaplarda gördüğümüz birçok aleti yakından gördük, yeni bilgiler öğrendik ve çok eğlendik. Benim en çok eski gemilerin olduğu bölümdeki hem karada hem de denizde giden araç ilgimi çekti. Bir de sualtı malzemelerinin bulunduğu camdan bir oda vardı. Buradaki dalgıç kıyafetleri çok ilginçti."

5B sınıfından Zeynep Esra Kaya: "Eski arabaları, uçakları ve sürat teknelerini yakından görme fırsatım oldu. Özellikle Osmanlı padişahı Abdülaziz'in saltanat kayığı ve seyahat ettiğim tren çok güzeldi. Trene bindik ve küçük bir gezi yaptık. Bir de eskiden Kadıköy-Moda hattında çalışan nostaljik tramvayın içini gezdik. Bu geziye katıldığım için çok mutluyum."

5D sınıfından Mehmet Erdem: "Gerçek bir uçağı ilk defa bu kadar yakından gördüm ve ilk defa bindim. Bundan dolayı hem çok heyecanlandım hem de çok mutlu oldum. Ben de büyüyünce pilot olmak istiyorum. Bize bu fırsatı tanıyan Koç Bilgi Grubu'na çok teşekkür ederim."

Kurumsal sosyal sorumluluk notun kaç?

Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği Başkanı Prof. Dr. Türkan Saylan, Bizden Haberler'e, kurumsal sosyal sorumluluk projelerinde Türkiye'nin nerede olduğunu ve neler yapması gerektiğini değerlendirdi

Şirketlerin karne notları artık yalnızca kâr-zarar tablolarından, bilançolardan ya da çalışanlarına sağladıkları imkânlardan oluşmuyor. En az onlar kadar önemli bir kalem daha var: Kurumsal sosyal sorumluluk. Şirketler ana faaliyet alanları dışında sosyal sorumluluk projelerinde de birbirleriyle yarış içindeler; sürdürülebilir kalkınmanın olmazsa olmazı sayılan kurumsal sosyal sorumluluk projelerini bazen kendi bünyelerindeki vakıflar bazen de sivil toplum kuruluşları ile işbirliği içinde hayata geçiriyorlar.

Sivil toplum kuruluşu, gönüllülük, sosyal sorumluluk denince Türkiye'de ilk akla gelen isim olan Prof. Dr. Türkan Saylan, özel sektörün sosyal sorumluluk konusunda fazlaca dağılmasından yakınıyor. Çağdaş Yaşamı Destekleme Derneği (ÇYDD) Başkanı Türkan Saylan, "Özel sektör eğer Türkiye'nin gelişmesini istiyorsa, önce bir sıralama yapmalı" diyor ve eğitim projelerinin önemini vurguluyor. Prof. Dr. Saylan, sorularımızı yanıtladı.

Son yıllarda iş dünyasının vazgeçilmez kavramlarından biri haline gelen kurumsal sosyal sorumluluğun gelişimine ilişkin neler söylemek istersiniz?

Önce bir anımı anlatayım: 1976 yılıydı. O zamanlar cüzzam ilacı üreten bir ilaç firmasından her yıl belli miktarda ilaç alıyorduk. Bu ilaçların parasını İsviçre'de bir vakıf ödüyordu. Tabii bu kuruluş daha önce Türkiye'ye gelip bizi denetlemiş ve bize sponsor olmuştu. Biz bu parayla hem hastalara destek sağlıyor hem de ilaç alıyorduk. Bir gün Basel'den bir mektup aldım. Beni bir konuşma yapmak üzere fabrikaya davet ediyorlardı: "Fabrikamızda işçiler, mühendisler çalıştırıyoruz. Hepsi emek veriyor, bir şeyler üretiyor. Ama ürettikleri-

nin bir kısmının da hayır işlerine, hastaların sağlığı için yardım işlerine gittiğini öğrensinler istiyoruz. Bunu onlara kanıtlarsak daha mutlu ve verimli çalışırlar." Bunun üstüne Basel'e gidip bir konuşma yaptım. İsviçrelilerin kafasındaki bir sosyal sorumluluk örneğiydi. Bu konu gündeme geldiğinde hep bunu anlatırım. Tabii sosyal sorumluluk çok gelişti. Başlangıçta büyük-küçük kuruluşlar bunu lütfen yapıyormuş gibiydiler. Sanki acıma duygularıyla hareket ediyorlar ve küçük hedefler koyuyorlardı. Sonra sonra bu gelişti ve dünya çapında bir trend haline geldi. Çünkü iş dünyası artık sosyal sorumluluğuyla prim yapıyor, sosyal sorumluluğuna göre not alıyor. Kim kimden daha çok katkıda bulunacak diye bir rekabet var.

Sosyal sorumluluk denince kamuoyunda ilk akla gelen sivil toplum örgütlerinden biri ÇYDD. Bunu nasıl sağladınız?
Hesap verebilirlik ve açık olma sayesinde! Biz bunu alnımızın teriyle kazandık. Bir kere deprem zamanında müthiş bir çalışma içine girdik. Başlangıçta bu kadar gücümüzün olabileceğini düşünmemiştik. Deprem zamanında devlet zorlandı, Kızılay zorlandı. O dönem hiç tanımadığımız insanlar buraya geliyordu. Şu odada bazen bir günde beş sponsor oluyordu; "Bizim 100 bin dolarımız var, ne yaparsanız yapın!" diyorlardı. Biz bu paralarla 27 tane prefabrik okul, 17 tane rehabilitasyon merkezi yaptık. Başta sponsorlar olmak üzere gelen insanlar, hesap verebilirliğimiz ve yaptığımız şeyleri hızla ve en iyi şekilde yaptığımız için bize güvendiler. Depremle ilgili çalışmanın sonunda bir kitap hazırladık. Gün gün yapılan çalışmaları zaten not ediyordum. Bu çalışmaların ardından bütün sponsorlarımızı da çağırarak bir toplantı yaptık. Kitapta kimden ne para geldiğini ve bizim neler yaptığımızı ortaya koyduk.

Özel sektörle ortak yaptığınız sosyal sorumluluk projelerinde nelere dikkat ediyorsunuz?
Derneğimize sponsor olarak bir firma geldiğinde, tanıyorsak zaten mesele yok. Tanımıyorsak sponsoru tanımaya çalışıyoruz; yanlış bir şey var mı, arkasında kim var gibi... Tabii çok iyi anlaştığımız, çok iyi iletişim kurduğumuz kuruluşlar var. Projelerimizle çok ilgililer. Düzenli toplantılar yapıyoruz, öğrencilerimizi görmeleri için onları Anadolu'ya götürüyoruz. Bir iç içelik olursa sivil toplum örgütüyle

> "Bizim ülkemizdeki kuruluşlarda eleştirdiğim bir şey var: Çok dağınık para harcadıklarını ve reklama çok fazla para gittiğini düşünüyorum"

sponsorun birlikte çalışması çok keyifli oluyor, onlara da motivasyon sağlanmış oluyor.

Özel sektör kuruluşlarının sosyal sorumluluk anlayışını nasıl buluyorsunuz?
Bizim ülkemizdeki kuruluşlarda eleştirdiğim bir şey var: Çok dağınık para harcadıklarını ve reklama çok fazla para gittiğini düşünüyorum. Bizim eğitimle ilgili, birtakım hedeflerimiz var. Örneğin 100 bin kıza ulaşmak istiyoruz. Bu gibi projelerde bir özel sektör kuruluşu destek veriyorsa, destek istediğimiz diğer özel sektör kuruluşları, "Bunu bir başka kuruluş zaten yapıyor. Biz de başka bir proje içinde yer alalım" diyor. Benim derdim ise, belli bir hedefe odaklanmak. Örneğin bir iki yıl şirketler yoğun olarak eğitimle ilgili sosyal sorumluluk projelerinde yer alsalar, bu çok önemli bir gelişme olur. Tabii bunu bizim üzerimizden yapmaları da şart değil.
Bir de büyük işadamları çok yoğun oldukları için genelde bu tür işler daha alt düzeyde çözümleniyor. O zaman da araya bir rekabet giriyor: En güzel projede yer alalım da bizimki daha çok ses getirsin, basında daha çok yer alalım gibi...

Bu anlamda kurumsal sosyal sorumluluğun gerçekte ne olduğuna dair bir eğitime mi ihtiyaç var?
Bu konuda eğitim veren, projelerin nasıl yürütüldüğünü öğretmeye kalkan o kadar çok kuruluş türedi ki... Onlar bize Avrupa ya da Amerika'daki proje yöntemlerini öğretmeye çalışıyorlar, ama burası Türkiye. Siz Avrupa'da bunu kâğıt üstünde hazırlarsınız ve her şey yolunda gidebilir, ama Türkiye'de bu işler iğneyle kuyu kazmaya benzer. Yine de öğreniyoruz hepimiz. Örneğin çok güzel kadın projeleri var ülkemizde, ama önemli olan projelerin sürdürülebilir olması.

Koç Topluluğu da, Mesleki-Teknik Eğitimi Özendirme Programı ile 8 bin meslek liseli gence burs, staj imkânı ve mezuniyet sonrası istihdam önceliği sağlıyor.
Bu da çok önemli bir projedir. 8 bin çocuğa ulaşmaları harika bir şey olacak. Bu arada devletin de bence diplomasız ara eleman alınmaması konusunda bir karar alması lazım. O zaman meslek lisesinden yetişen gençlerin iş bulma şansları daha da artacak. Ancak bunun karşılığında meslek liselilerin de iyi eğitilmiş olması gerekir.

Dünyada sosyal sorumluluk alanında sizi çok fazla etkileyen projeler neler?
Özellikle Afrika'yla ilgili projeler çok ilgimi çekiyor, ama orada da işin gösteri tarafı çok fazla ön plana çıkıyor. Sonuç nedir, oradaki halk ne kazandı, ben bilmiyorum. Senaryolar güzel ama altının doldurulması lazım. Çok iyi bir ekibin bütün bunları denetlemesi lazım.

ÇYDD'nin hayata geçirdiği projeler

- **Örgün eğitime destek projeleri:** Okullar (Okul Yapımı ve Milli Eğitim Bakanlığı'na Teslim Edilmesi)/Yurtlar/Burslar
- **Yatılı ilköğretim bölge okulu (YİBO) ve pansiyonlu ilköğretim okulu (PİO) geliştirme projeleri:** YİBO'lara Oyun Parkları/YİBO'lara Laboratuvarlar, Spor Salonları, Kitaplık, Bakım ve Onarım/YİBO'lara Kültürel Destek
- **Erken çocukluk gelişimini destekleme projeleri:** Ana Sınıfı Açma/Yaz Ana Okulları
- **Yaygın eğitime destek projeleri:** Toplum, Kültür ve Çocuk Merkezleri/Ulusal Eğitime Destek Kampanyası (Okuma Yazma, Bilgi-Beceri, Bilgisayar, Dikiş-Nakış, Aşçılık Kursları) /Üretim Projeleri/Halk ve Okul Kitaplıkları Açma ve Geliştirme/İnsan Hakları Eğitimi Projesi (Kadın ve Çocuk Hakları)/Sokak Çocukları Çalışması/Gençlere İngilizce Öğrenim Desteği
- **Strateji Projeleri:** Mülki İdare Amirleri ve STÖ İşbirliği/Bilgilendirme ve Bilinçlendirme Toplantıları/Öğretmenlerin Coşkulandırılması Projesi/Deniz Yıldızı Projeleri/Kent Köy Gençliği El Ele/Çocuk Kulübü Çalışması
- **Sanata destek projeleri:** "Bizim İdil" Eğitim, Kültür ve Sanat Festivali/Resim ve Yazı Yarışmaları/Çağdaş Ressamlar Toplu Resim Sergileri/Tiyatro ve Müzik Grupları Oluşturma Projesi/Anadolu Okullarını Müzik Aletleri ile Donatma Projesi
- **Deprem projeleri**

Savaşın dostluğa döndüğü tarihe Opet'ten bir saygı

Opet, tarihimizin dönüm noktalarından Çanakkale Savaşı'nın yaşandığı bölgeyi iki yıldır imar ettiği projesine, Tarihe Saygı Parkı'yla son noktayı koydu

"Uzak diyarlardan evlatlarını bu savaşa gönderen analar, gözyaşlarınızı dindiriniz. Evlatlarınız, bizim bağrımızdadır. Huzur içinde uyuyacaklardır. Onlar bu topraklarda canlarını verdikten sonra, artık bizim çocuklarımız olmuşlardır."

Mustafa Kemal'in savaşı dostluğa çeviren bu sözleri, "Çanakkale geçilmez" destanının yazıldığı topraklara her yıl yüz binlerce kişiyi çekiyor. Gelibolu Yarımadası'na, Çanakkale Savaşı'na katılan Kanada, Fransa, Almanya, Hindistan, İrlanda, İngiltere, ama özellikle dünyanın bir ucundaki Avustralya, Yeni Zelanda ile Türkiye'nin dört bir yanından ziyaretçiler akın ediyor. Ancak ne yazık ki tarihi bir zenginliğe sahip bölgenin altyapısı, bu akını karşılamakta yetersiz kalıyordu. İşte bu gözlemden yola çıkan Opet, bölge için bir proje hazırladı; "Tarihe Saygı Projesi".

2006 yılı Şubat ayında başlayan proje, 18 Mart 2008'de "Tarihe Saygı Parkı"nın açılı-

Tarihe Saygı Parkı açılışında (soldan sağa): Opet Genel Müdürü Cüneyt Ağca, Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk, Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay, Çanakkale Valisi Orhan Kırlı.

şıyla sona erdi. Toplam maliyeti 7.5 milyon YTL olan proje kapsamında, Eceabat ve köyleri, sahne oldukları tarihe yakışır bir çehreye kavuştu. Ziyaretçilerin bir sorunla karşılaşmadan bölgeyi gezebileceği altyapı ve fiziki çalışma yapıldı. Çanakkale ve çevresindeki tarihi yerleri ziyaret eden gençlerin uygun koşullarda konaklaması için Eceabat Gençlik Merkezi hizmete açıldı.

Projenin bölge halkına ekonomik katkılar sağlanması da hedeflendi. Halk Eğitim Merkezi ile birlikte bölge halkına İngilizce, pansiyonculuk, temizlik ve hijyen eğitimleri verildi. Yenileme çalışmaları kapsamında çağdaş bir görünüme kavuşan köy meydanları, müzeler, modern tuvaletler, yenilenen satış reyonları, bölge turizmini canlandırarak köy muhtarlıklarının gelirlerini artırdı.

Savaşı yeniden yaşıyorsunuz

Projenin son aşaması olarak da Eceabat'ta deniz kenarında yer alan 2520 metrekarelik bir alan üzerinde "Tarihe Saygı Parkı" ve Açıkhava Müzesi kuruldu. Bölgede, Çanakkale Savaşı'nın kesitlerini yansıtan mevzilerin bütünsel olarak görülebileceği bir nokta yoktu. Çanakkale Savaşı'nın yaşandığı noktaların birbirinden uzak ve geniş bir coğrafyaya yaygın olduğunu dikkate alan Opet, Tarihe Saygı Parkı'nı da bu dezavantajı gidermek amacıyla tasarladı. Bu nedenle Opet, bölgeyi gezmek için açılış kapısı niteliğindeki Eceabat'ta kurduğu parka, Gelibolu Tarihi Milli Parkı'nın dev maketini inşa etti. Gelibolu maketi, turistler için bir rehber niteliğinde. Hangi köye gitmek, hangi şehitliği, cepheyi gezmek, hangi anıtı görmek istiyorsanız, yerini bu maket sayesinde görebiliyorsunuz.

Ayrıca savaşı dinlemek de mümkün. Maketin Seddülbahir ya da Conk Bayırı bölümünde misiniz? Hemen yanınızdaki kiosk'a giriyor, bu noktada yaşananları dört dil seçeneğiyle dinliyorsunuz. Zaten parkın bir amacı da savaşın bir kesitini, görsel malzemelerle ve savaş sesleri efektiyle canlandırarak ziyaretçilerin savaşı duygusal olarak da hissetmelerini de sağlamak.

Heykele Öktem'in kızları devam etti

Tarihe Saygı Parkı 17 Mart Pazartesi günü Kültür ve Turizm Bakanı Ertuğrul Günay, Çanakkale Valisi Orhan Kırlı, Eceabat Kaymakamı Muhterem İnce, Eceabat Belediye Başkanı Adem Ejder ve Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk'ün katıldığı bir törenle açıldı. Üç bölümden oluşan park, denizden ve karadan kolaylıkla görülüyor. Savaşların yaşandığı alanların birbiri ile bağlantısını da kuşbakışı gösteren parkta, kısa bir süre önce trafik kazasında yaşamını yitiren heykeltıraş Tankut Öktem tarafından projelendirilen 12 metrelik Tarihe Saygı Anıt Heykeli ile grafik sanatçısı Aydın Erkmen'in Çanakkale kara ve deniz savaşlarının resmedildiği 44 metrekarelik panosu da yer alıyor. Tarihe Saygı Anıtı, heykeltraşı Tankut Öktem'in vefatı nedeniyle yarım kalınca, yapımı, kızları Oylum Öktem İzözen ve Pınar Öktem Doğan ile Tankut Öktem atölyesi çalışanları tarafından tamamlandı. Teması barış ve özgürlük olan anıtta, kucağında yaralı Anzak askerini taşıyan bir Türk askeri, diğer milletlerden askerler, üzgün ama metanetli kadın figürleri de yer alıyor.

Şehitlerin anısına bir armağan

Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk, Türkiye tarihinin dönüm noktası Çanakkale Savaşı'nı gözler önüne seren Tarihe Saygı Parkı'nın, 2006 yılından bu yana yarımadada sürdürülen projenin son aşaması olarak Çanakkale şehitleri anısına bir armağan niteliği taşıdığını belirtiyor.

İlk adım Nurten Öztürk'ten

Opet Yönetim Kurulu Üyesi Nurten Öztürk, "Tarihe Saygı Projesi" için atılan ilk adımın kökenini ve projenin Opet için taşıdığı değeri şöyle anlattı:

"OPET'in sosyal sorumluluk projeleri, sonuç odaklı ve faydası kitlesel olarak algılanabilecek çalışmalar olarak planlanıp, uygulanmaktadır.

Bildiğiniz gibi 'Temiz Tuvalet', 'Yeşil Yol' ve 'Örnek Köy' projeleri hâlâ sürmektedir. Bu üç projeyi de kapsayan 'Tarihe Saygı Projesi' ise diğerlerine ek olarak, 'tarihimize sahip çıkıp, geleceğimizi planlayan' içeriği ile hayata geçirilmiştir.

Bölgeye bir derneğin konuşmacısı olarak davet edildiğimde, köyleri de gezdim. Bildiğimiz şanlı tarihimiz ile, karşılaştığım manzarayı örtüştürmekte zorlandım. Bir danışman ekiple en kısa sürede yeniden gittim. Yerel makamlarla da konuşarak, neler yapabileceğimizi planladık ve yola çıktık. İki yıl gibi kısa bir sürede altı köy ve bir ilçenin çehresini, bilinç yaratma, rehabilite etme, eğitme gibi önemli çalışmalarla değiştirdik.

Eminim geleceğimize yön veren, bize çağdaş Türkiye'yi hediye eden, cansiperane kazanılmış bir mücadeleye şahitlik etmiş toprakların üzerinde gezmiş insanlarımız, bugünkü değişimden mutlu olacaklardır.

Gururla, hüzünle, saygıyla andığımız atalarımız için ne yapsak azdır. Gelibolu Yarımadası, Eceabat ve köylerinde yaptıklarımızla gurur duyuyoruz."

Tatilde bile

Ankara'nın Şanlıkışla Köyü'nün çocukları New Holland Trakmak'ı çok seviyor. Çünkü, Şanlıkışla doğumlu Emniyet Müdürü Mahir Ersöz'ün önerisi üzerine şirketin tamamen yenilediği bina, bölgenin en modern köy okullarından biri oldu

Ankara'nın Şereflikoçhisar ilçesine bağlı Şanlıkışla Köyü'nün çocukları, tatil günlerinde bile okuldalar. Eskiden girmek istemedikleri okuldan şimdi çıkmak istemiyorlar. Çünkü Şanlıkışla İlköğretim Okulu, bir sosyal sorumluluk projesi olarak New Holland Trakmak tarafından baştan aşağı yenilendi. Kışın tuvaletine su akmayan, öğretmenlerin lojmanında kalmak istemediği okul, yeni haliyle bölgenin en modern köy okullarından biri; kütüphanesiyle, oyun parkıyla öğrenciler için adeta bir sosyal tesis haline getirildi.

Bu yenilenme öyküsünün ilk kahramanı bir emniyet müdürü. Şanlıkışla'da dünyaya gelen Emniyet Müdürü Mahir Ersöz, bir yaşında ailesiyle birlikte köyünden ayrılmış ama köyünü unutmamıştı. Görev yaptığı Ankara'da üç yıl önce bir şirketi ziyaret ettiğinde, harıl harıl eğitim araç gereçlerinin paketlendiğine tanık oldu. Nedenini sordu. Öğrendi ki, şirket yoksul yörelerdeki okullara yardım ediyor, her yıl değişik okullara ders araç gereçlerinden oluşan paketler gönderiyor.

Bu bilgi Ersöz'ü yıllar öncesine götürdü. Aklına doğduğu köy geldi; Şanlıkışla. Ankara'ya 130 kilometre uzaklıktaki Şereflikoçhisar ilçesine bağlı bir köydü Şanlıkışla ama aslında ekonomik olarak, zihnimizde canlandıracağımız bir Doğu Anadolu köyünden farksızdı. Okul bakımsız olduğundan, ortaokul grubu çocuklar her gün bir başka köye taşınıp duruyordu.

Şirket yetkililerinden, köyündeki okula da yardım edilmesini istedi. İsteği sevinç yarattı. Ersöz paketleri köye gönderirken öğrenciler için bir de mektup kaleme aldı; aynı köyde doğduğunu anlatıp, köyü ve okulu ziyaret etmek istediğini söylüyordu. İş yoğunluğu bu sözü tutmasına izin vermedi ama öğrenciler, bu hemşeriyi unutmamıştı. Okulun tek öğretmeni Nermin Demiroğlu'na durmadan mektubu ve söz verilen ziyareti hatırlatıyorlardı. Demiroğlu da Ersöz'ü arayarak durumu anlattı. Bu girişimle birlikte Ankara'da doğup büyüyen öğrencilere, ilk kez görecekleri Ankara'nın yolu açıldı. Çünkü zamanı sınırlı olduğu için köye gidemeyen Ersöz, 32 öğrenciyi birden başkente davet etti. Onlara rehberlik etti, kenti gezdirdi; Anıtkabir, Milli Mücadele Müzesi, 1. Meclis, Kale ve TBMM…

Gazete haberi "Koç Holding" diyordu

Ziyaretin bu son durağı, Şanlıkışla İlköğretim Okulu'na yeni bir çehre arayışında New Holland Tarkmak'ın devreye girdiği aşama oldu. Öğrenciler TBMM'de, kendileri gibi Şanlıkışla Köyü'nde doğup büyüyen, aynı okulda eğitim gören İzmir Milletvekili Enver Öktem'i de ziyaret etti. Bu ziyaret sırasında Ersöz öğrencilere, "Sayın vekilimizden ne istersiniz?" diye sorunca, bir kız öğrenci park istedi. Öğretmen Demiroğlu söze girdi, okulun perişan halde olduğunu, mümkünse park yapılması yerine okulun yenilenmesi gerektiğini anlattı. Ersöz de elinden

okuldalar...

geleni yapacağının sözünü verdi. Söz vermek kolay, yapmak zordu. Ersöz kara kara düşünürken aklına Koç Holding şirketlerinin sosyal sorumluluk projelerine ilişkin gazete haberi geldi. Koç Holding'in tarıma hizmet veren bir şirketi vardı: New Holland Trakmak. İşi köylüyleydi. Dolayısıyla bir köye de yardım edebilirdi. New Holland Trakmak İletişim Müdürü Mehmet Kır'a bir elektronik posta mesajı geçti. Gelen yanıt olumluydu: "Biz zaten bu tür sosyal sorumluluk projelerini uzun zamandır yapıyoruz. Sizin köyünüzün okulunu da memnuniyetle yenileriz."

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Koç da konudan haberdar olup, yakından ilgilenmişti.

New Holland Trakmak önce köye teknik elemanlar gönderdi. Ekip ihtiyaçları belirledi. Borulardaki sular donduğu için kış aylarında okul tuvaletinin sularının hiç akmadığını gördüler; öğretmenlerin köhne lojmanda kalmak istemediğini öğrendiler. Bir ay içinde okul ve öğretmenevi baştan aşağı yenilendi. Ayrıca okulun çevresine tel örgü çekilerek bahçesi yeniden düzenlendi; Atatürk büstü, bir oyun parkı ve voleybol sahası yapıldı. Masalar, sıralar, dolapların yerlerini de yenileri almıştı. Ersöz de kişisel olanaklarıyla küçük bir kütüphane kurdu. Böylece Şanlıkışla İlköğretim Okulu, bir anda bölgenin en modern okul binalarından biri olup çıktı.

Açılış törenine New Holland Trakmak'tan tadilat talebinde bulunan Emniyet Müdürü Ersöz ile İlçe Milli Eğitim Müdürü, köy muhtarı, köy halkı ve öğrenciler katıldı.

"Söz aldık, kadınlar kursa gelecek"

New Holland Trakmak İletişim Müdürü Kır, okuldaki yenileme çalışmalarını şöyle sıraladı: "Üç adet sınıf odası, müdür odası ve giriş kısmından oluşan ana binanın bir sınıfı kullanılıyor. Diğer iki boş sınıftan birisi köydeki genç kızların ve ev hanımlarının kendilerini geliştirmeleri için açılacak eğitim kurslarına ev sahipliği yapacak. Burada el sanatlarından yemek pişirme kurslarına kadar pek çok değişik alanda eğitim verileceği bilgisini İlçe Milli Eğitim Müdürümüzden öğrendik. Köylülerden eşlerini ve kız çocuklarını bu kurslara gönderecekleri konusunda da söz aldık. Açılış anında boş duran bir sınıf da önümüzdeki eğitim yılından itibaren 6, 7 ve 8. sınıfların eğitimine açılacak. Zira okul bakımsız olduğu için ortaokul grubu, taşımalı eğitim ile ilçeye yakın olan bir ilköğretim okuluna gidiyormuş. Bu çocuklarımız da köylerinde eğitim almaya başlayacak. Onlar gelince kadrolu öğretmen sayısı ikiye çıkacak. Okulun temiz kalması için bir müstahdem görevlendirileceği haberini aldık. Artık okul onlara emanet."

Hedefe ulaşmanın mutluluğunu yaşayan, okulun beklediğinden de iyi düzenlendiğini düşünen Emniyet Müdürü Ersöz de, Koç Holding'e, Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa V. Koç'a, New Holland Trakmak ve bağlı tedarikçilerine teşekkür ediyor.

Ersöz, ülkenin geleceğinin eğitimde olduğunu, herkesin doğup büyüdüğü yöredeki sorunların çözümü için görüş ayrımı yapmadan, bütün Türkiye'yi saracak küçük çemberler oluşturması gerektiğini söylüyor.

Minikler okulu daha çok seviyor

Okulun eskisi gibi harap olmasına izin vermeyeceklerini söyleyen Muhtar Hacı Bektaş Alp, memlekete büyük hizmetlerde bulunduğunu düşündüğü Koç Holding'e minettar: "Kendilerine teşekkür ediyoruz. Onlar olmasaydı bu okul yapılamazdı."

Öğretmenlerin iş motivasyonu da, lojman yenilendikten sonra arttı.

Okulun minik öğrencileri yeni binalarından memnun. Yenilenen bu binayla okulu daha bir sevmeye başlamışlar. Artık iki üç kişilik sıralar yerine tek kişilik sıralarda oturmak onları adeta büyütmüş. Oyun parkını çok seviyorlar. Okuldan o derece memnunlar ki, boş zamanlarında bile okula geliyorlar. Hem okulun yenileme işini yapan New Holland Trakmak'ı, hem de kendilerini unutmayan Ersöz'ü sevgiyle anıyorlar.

Bir park talebiyle başlayan çalışmaların bekleneni aştığını söyleyen Mehmet Kır, "Oraya gittiğimizde oyun parkında oynayan çocukların yüzlerini görmek tüm yorgunluğumuzu unutturdu" diyor.

ARÇELİK BAYİİ ÖZCAN FAHRİ ASLAN ANLATIYOR:

"Değişime ayak uydurmalıyız"

Adapazarı'nda Arçelik bayiliği yapan Aslan Ailesi'nin üyesi Özcan Aslan, üç kuşaktır sürdürdükleri işlerinin öyküsünü ve sektörle ilgili değerlendirmelerini Bizden Haberler'e anlattı

"Rahmetli dedem 1940'lı yıllarda aktariye ve züccaciye mallarını sattığı bir dükkânla başlamış iş hayatına. O dönemler kırsal nüfusun ağırlıklı olduğu bölgemizde yaşayan halka hitap eden, basit mal gruplarının satıldığı bir dükkândan bahsediyorum haliyle. Zaman ve ihtiyaçlar değiştikçe dedemin ve babamın sattığı mallar arasına radyolar, bisikletler, teypler giriyor. 1955 yılına gelindiğinde ise çok ciddi bir değişiklik oluyor ve ailemiz, Arçelik bayiliğini alıyor..." Arçelik Bayii Aslanoğulları'nın sahiplerinden Özcan Fahri Aslan, ailesinin ticari hayatını böyle anlatarak başlıyor söyleşimize. Bölgeye birbiri ardına açılan sanayi tesisleri ve üniversitesiyle, Türkiye'nin en canlı merkezlerinden biri olan Adapazarı'ndaki değişimi değerlendiren Aslan, artık kaliteliyi ve güzeli daha fazla arayan, daha bilinçli bir tüketiciyle karşı karşıya olduklarını söylüyor. Türkiye'nin en eski Arçelik bayilerinden olan Aslanoğullarının üçüncü kuşak temsilcisi olan Aslan, sorularımızı yanıtladı.

Sizi tanıyabilir miyiz, ticaret hayatınıza nasıl başladınız?

1962 Adapazarı doğumluyum. İlk ve ortaokul eğitimimi Adapazarı'nda yaptıktan sonra 1985 yılında üniversite eğitimim için İstanbul'a gittim. Marmara Üniversitesi işletme bölümünden mezun oldum. Okuldan sonra hemen askerlik görevimi yaptım ve sonrasında işe başladım. Evliyim ve üç çocuğum var. Halen Sakarya Beyaz Eşya Satıcıları Derneği ile Sakarya Genç İşadamları Derneği Yönetim Kurulu Üyesi'yim. Rahmetli dedem Ahmet Aslan'ın kurduğu işimizi babam Yılmaz Ali Aslan'dan sonra ağabeyim Gürcan Murat Aslan ile birlikte yürütüyoruz. Yani, üç kuşaktır ailemiz aynı işi sürdürüyor. Başka bir deyişle, biz doğuştan Arçelik'liyiz ve Allah ne kadar nasip ederse, böyle de devam etmek istiyoruz.

En eski Arçelik bayilerinden biri olarak, Vehbi Koç ile temasınız oldu mu? Olduysa Vehbi Koç ile ilgili duygularınızı, düşüncelerinizi bizimle paylaşır mısınız?

Rahmetli dedem Ahmet Aslan ve babam Yılmaz Ali Aslan anlatırdı, rahmetli Vehbi Koç ile Arçelik bayilikleri nedeniyle birkaç kez görüşmeleri olmuş. Bu görüşmelerde Vehbi Bey'in engin görüşlerinden çok yararlanmışlar. Biz de şimdi Vehbi Bey'in kitaplarından ve CD'lerinden yararlanıyoruz, dersler alıyoruz. Böyle bir ailenin ferdi olmaktan gurur duyduğumu söylemeliyim.

1952 yılından bu yana Arçelik bayiisiniz, bu süre içinde ülkemizdeki ekonomik, toplumsal değişimi nasıl görüyorsunuz? 50 yılda bölgenizdeki ticaret yöntemlerinde ve yaklaşımlarında değişiklik yaşandı mı?

Dedemiz Ahmet Aslan çocuk yaşlarda, Cumhuriyet'in kurulduğu yıllarda başlamış çalışmaya. Daha 12 yaşında hem annesiz hem babasız kaldığı için yaşam savaşı vermiş, ilkokulu bitirince pazarlarda sergi açarak ticarete atılmış; uzak pazarlara bisikletiyle gitmiş o yaşlarında. 1935 yılında aktarlık ve züccaciye malzemeleri sattığı dükkânıyla ilk ticari şir-

"Yaşanan onca krize rağmen dayanışma ve birlikteliğin sonucu olarak, arkamızda Arçelik gibi bir devin varlığını hissetmek bize her zaman güven veriyor"

ketini kurmuş. O dönemler kırsal nüfusun ağırlıklı olduğu bölgemizde yaşayan halka hitap eden, basit mal gruplarının satıldığı bir dükkândan bahsediyorum haliyle. Zaman ve ihtiyaçlar değiştikçe satılan mallar arasına radyolar, bisikletler, teypler giriyor.

Dedemin ticari faaliyetlerine ileriki yıllarda oğulları Yılmaz ve Yalçın da katılıyor. Dedem, çeşitli iş derneklerinde Adapazarı'nın il olma heyetinde bulunmuş, 1954'te Sakarya ilinin Adapazarı Merkez Belediyesi'nde Meclis Üyeliği yapmış. Bu sırada oğulları Yılmaz ve Yalçın Aslan da Yüksek Ticaret Okulu'nu bitirerek işe vakıf olmay başlamışlar. İlk şirketimiz olan Aslan Kollektif Şirketi de bu dönemde kurulmuş. 1955 yılına gelindiğinde ise çok ciddi bir değişiklik oluyor ve ailemiz Arçelik bayiliğini alıyor. Artık satılan mallara buzdolabı ve merdaneli çamaşır makineleri de katılıyor. Dedem iki oğlunun katkıları ile beyaz eşya ve ev eşyaları sektöründe büyümeyi sürdürürken, bir yandan da MKE'nin patlayıcı madde ve av malzemeleri başbayiliğini almış. Sonrasında bu sektörde de Adapazarı, Düzce, Bolu, Bilecik, İzmit gibi illere mal pazarlamışlar ve bayileri oluşmuş. 70'li ve 80'li yıllarda şirketimiz en parlak dönemlerini yaşadı. Ağabeyim Gürcan Aslan ve ben büyüdüğümüzde babam amcam ile olan ortaklıklarına son vererek ayrı şirket kurdu. 1986'da kurduğumuz Aslan A.Ş.'de ağabeyim ve ben aktif biçimde çalışmaya başladık. Şu anda aile şirketimiz olan Aslanoğulları Ltd. Şti.'de iş hayatına hep beraber devam ediyoruz. Özellikle 90'lardan sonra şehir nüfusunun yavaş yavaş artmaya başlaması, yeni evlenen çiftlerin artık aileleriyle değil de kendi başlarına oturmak istemesi, beyaz eşya piyasasını son derece canlandırdı. Kentimizde bu tür değişiklikler yaşanırken bizim mağazacılık anlayışımız da değişti doğal olarak; mal teşhirine özel bir önem vererek örnek bir mağazaya dönüştürdük işyerimizi.

Yaşanan değişikliklerin sizin işinize yansıması nasıl oldu?

Biraz önce anlattığım gibi, bölgemizde çok ciddi değişiklikler yaşandı ve yaşanıyor. Üniversitenin ve sanayi kuruluşlarının getirdiği canlılık sürekli artıyor. Adapazarı'nda var olan fabrikaların dışında Otokar, Toyota, Freuhauf gibi yeni sanayi tesislerinin yapılması sadece istihdam açısından değil, tüketici tipinde de değişiklik meydana getirdi. Artık kaliteliyi ve güzeli daha fazla arayan, daha bilinçli bir tüketiciyle karşı karşıyayız. Biz de bu değişikliklere paralel olarak bünyemizde çalıştırdığımız personelin eğitimine ve bilişime ağırlık vererek uyum sağlamaya çalışıyoruz. 2000'li yıllar, gittikçe daha da hızlanan değişime uyma ve kendini güçlendirme, yenileme günleri olmuş ve olmaya devam ediyor. Şunu da açıkça söylemem gerekir ki, yaşanan onca krize rağmen dayanışma ve birlikteliğin sonucu olarak, arkamızda Arçelik gibi bir devin varlığını hissetmek bize her zaman güven veriyor. Adapazarı, sevgi ve dayanışmaya dayalı istihdamı olan bir bölge olduğundan, devamlı gelişme göstermektedir. Bölgemizdeki üniversitenin sağladığı dinamizme ek olarak, deprem sonrası başlayan yeni yapılanma ve konut edinme ihtiyaçları devamlı artıyor, bu da biz Adapazarı esnafının iş potansiyelini olumlu yönde etkileyen bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır.

Sizce sektörünüzün sorunları nelerdir? Bu sorunların çözümü için önerileriniz var mı?

Bayi olarak birinci elde bizi olumsuz yönde en fazla etkileyen konu tabii ki, ödemelerini tam ve zamanında yapmayan ya da yapamayan müşterilerimizden kaynaklanan sorunlar oluyor. Bu durumun da kredi kartı ile yapılan satışlar ile yavaş yavaş engelleneceği kanaatindeyim.

Koç Topluluğu'nun sosyal sorumluluk projelerine katılıyor musunuz?

Ne yazık ki, iş yoğunluğum nedeniyle Topluluğumuzun sosyal sorumluluk projelerine fiili olarak katılamıyorum. Ancak, bu tür projeleri takip ediyor, manen ve madden destekliyorum. Özellikle çevre ve doğa ile ilgili aktiviteler kişisel ilgi alanımda ve bu tür aktivitelere mümkün olduğu kadar katılmaya çalışıyorum.

Sizinle aynı işe girişen gençlere, başarı yolunda neler öneriyorsunuz?

52 senedir süren Arçelik bayiliğimizin, Arçelik durdukça devam etmesini diliyor ve istiyorum. Bugünün gençlerine, hangi işi yaparlarsa yapsınlar, öncelikle çalışmayı sevmeleri, sabırlı ve azimli olmaları gerektiğini söylemek isterim. Tabi ki sabır ve azmin ardından, ilgilendikleri alanda bilgili, donanımlı ve programlı olmaları gerekiyor. Piyasayı ve rakiplerini iyi tanımaları ve değişiklikleri çok sıkı takip etmeleri başarının olmazsa olmazıdır bana göre.

"Yaşadığım şehir nefes alıp vermeli"

İsmi gezi programlarıyla özdeşleşen TV yapımcısı Fatih Türkmenoğlu ile kariyerini, meraklarını ve şehir hayatını konuştuk

Televizyon için yaptığınız programlarda sokaklar, stüdyonun dışındaki hayatlar çok ağırlıklı. Çok mu seviyorsunuz gezmeyi?
Gezmeyi çok seviyorum, gezmek güzel. Bu hem benim kendi tercihim hem de insan biraz çevreyle şekilleniyor ya, artık bir şekilde ben böyle oturtuldum mesleğime. İstanbul dışında iş yapmak kolay ve ortaya çıkan iş de daha iyi oluyor. Bir şey daha var, insan eğer yaşamadığı bir yerdeyse daha kolay konu çıkarıyor. İstanbul dışında herhangi bir yerde bir gün içinde 40 dakikalık program çekebiliyorum. İstanbul'da olsam, bir günde nerde ne çıkarabilirim ki?

Gezmeyi bu kadar çok seven biri olarak Türkiye'de ve dünyada en çok nereler gönlünüzde yer etti?
Türkiye'de Çanakkale'den başlayıp Ayvalık'a kadar, hatta Bergama'yı da içine alan bölge hiç vazgeçemediğim yerlerdir. Dünyada da birçok yer aklımda kaldı; Londra'yı, New York'u, Paris'i çok seviyorum; mutlaka herkes seviyor, ama bendeki yerleri ayrı.

Ama İstanbul'dan, kalabalık ve karmaşadan şikâyet ederken yine metropolleri sevdiniz? Buralarda yaşamak ister miydiniz?
Ben metropol insanıyım ama yaşayacağım yerin düzenli olmasını beklerim. Viyana'yı çok seviyorum mesela. Son derece yaşaması kolay bir şehir, ama metropol. Yaşayacağım yerde tiyatro olmasını beklerim, ben gitmesem bile opera olmasını beklerim. Olsun da orada, ben belki canım isterse üç senede bir giderim. Ya da gitmeyeyim ama orada olduğunu bileyim. Mutlaka festivallerin, konserlerin olması lazım. O kalp atışını hissetmeliyim, şehir canlı olacak, nefes alıp verecek. Bunları bulabildiğim yerlerden biri olarak Buenos Aires yaşamak isteyebileceğim bir şehir kimliğinde.

Başka nelerle uğraşıyorsunuz?
Kitap okumayı çok severim, spor yapmayı çok severim. Kireçburnu'ndaki evimden çıkıp Bebek'e kadar yürüyüp Bebek Kahve'de

oturmaya bayılıyorum; ama geri dönmeye can dayanmıyor, otobüse atlıyorum... Kızım Talya doğmadan önce eşim İdil ile bazen Beşiktaş'a kadar yürüyorduk. En çok sevdiğim şeylerden biri yürümek. Onun dışında çok komplike hevesleri, hobileri olan insanlara gıpta ediyorum, ben onlardan değilim. Hayatı yaşamayı seviyorum, sokakta olmayı seviyorum. Sakin herhangi bir insan gibi yaşamayı seviyorum. Ama bir sürü insan gibi oradan oraya gitmeyi sevmiyorum, şehirde olayım da kendi sükûnetimle yaşayayım. Kendi kabuğumda yaşamayı seviyorum.

Şehir dışındaki çekimlere giderken röportaj yaptığınız karakterleri orada mı buluyorsunuz, yoksa belli bir ön hazırlıkla mı gidiyorsunuz?
Hazırlıklı gitmiyorum ama şöyle bir gerçek var ki, artık Türkiye'nin yarısında benim tanıdıklarım var. Yani telefonu açtığımda, gideceğim yerde bulabileceğim birileri mutlaka var, onlarla kuracağım kontak, işimi çok kolaylaştırıyor. Nasılsın diye telefonu açtığımda bana malzemeler de çıkıyor, orada neler yaşandığını da öğrenebiliyorum. Ama tabii tamamen de plansız değilim, kafamda mutlaka bir şeyler oluyor. Önceden bir sürü organizasyonla çekim yapmayı sevmiyorum. Denedim ama öylesi güzel olmuyor, doğallığını yansıtamıyor. Kafamda bir ön kurgu yapıyorum, ama biliyorum ki bu aslında hiçbir şey; asıl kurguyu hayat yapıyor. Onun için, "Yanlış anlama doğa, ben bir kurgu yapıyorum, ama bu kendimce, zavallı bir kurgu. Akışı rüzgârlara bırakıyorum!" diyorum. Biri yoksa mesela, hiç üstelemem, asla ikinci kez aramam. Bulunamadı, hastaydı, meşguldü, hiçbir zaman zorlamam. Çünkü doğallığını yitirir o zaman.

Bu yoğunlukta aile hayatı nasıl gidiyor?
Bütün hayatımız artık kızımız Talya. İş dışında ne gezmemiz kaldı ne tozmamız... Geçen hafta uzun bir aradan sonra tiyatroya gittik, inanılmaz zevk aldık. Birbirimizin elini tutup mutlu olduk. Kastettiğim yetişkinler için tiyatro. Çocuk tiyatrosuna sürekli gidiyoruz, ben orada uyuyorum! Yani, çocuktan sonra iki sevgili gibi yaşanamıyor. Onu yaşamak için iki üç ayda bir İdil benim gezilerime katılıyor. Ya da bunu yaşayabilmek için üç günlüğüne geziler uyduruyoruz, Barcelona'ya gidiyoruz... Kendi kendimize kaçamaklar yaşıyoruz.

Ya ev hayatı?
Evde yaşamayı çok seviyorum. Evimizi çok seviyoruz. Gittiğim her yerden evimi çok özleyerek geliyorum. Giderken çok üzülerek gidiyorum, hiç bırakmak istemiyorum. Ama işte işim bu, gidiyorum, nasılsa geliyorum. Özlemek de güzel.

Otomobillerin mobil hayatınızdaki yeri nedir?
Maalesef, İstanbul'da yaşayan herkes gibi benim için de otomobilsiz hayat imkânsız. İdeal hayatımda, örneğin Viyana'da yaşasaydım, şehir merkezinde çalışsaydım asla otomobilim olmazdı. Otomobil sevgim sadece ilk gençlik yıllarımda vardı. Otomobil beni bir yerden bir yere götürüyor. Otomobil konusunda son derece kişiliksizim. SUV tipi araçları seviyorum; dizel, az tüketen ve aynı zamanda çok büyük olmayan araçları seviyorum, rahat hissediyorum. Buna karşılık küçük otomobilleri de seviyorum ama en küçüklerini, 800 cc motoru olsun, az yaksın. O beni çok mutlu ediyor, sanki doğaya iyilik yapıyormuşum gibi geliyor. İki otomobilim olsa keşke, ufak bir SUV ve bir de küçük bir otomobil... Transit Connect'imiz var, onunla çok seyahat ediyoruz; geniş ve fonksiyonel bir otomobil. O bizim çocuk arabamız!

Yeni Ford Focus'u nasıl buldunuz?
Focus benim eskiden beri çok kullandığım bir model. Bizim bütün gezilerde kiralarken ilk tercihimiz oluyor. Çünkü tasarımı çok güzel, çok kişilikli, kabini geniş, kullanışlı ve bagajı da büyük. Bu otomobil, içindeyken yolcularına kendilerini iyi hissettiriyor. Bence ciddi Amerikan unsurları barındıran bir otomobil, çok güvenli ve kesinlikle lüks. Donanım zenginliği sahibini şımartabilecek kadar iyi. Bana eski Amerikan tarzını hatırlatıyor, insan kendisini içinde zengin gibi hissediyor. Ama yine de bir yerlere giderken otobüsle ya da metroyla seyahat etmeyi daha çok seviyorum.

Fatih Türkmenoğlu kimdir?

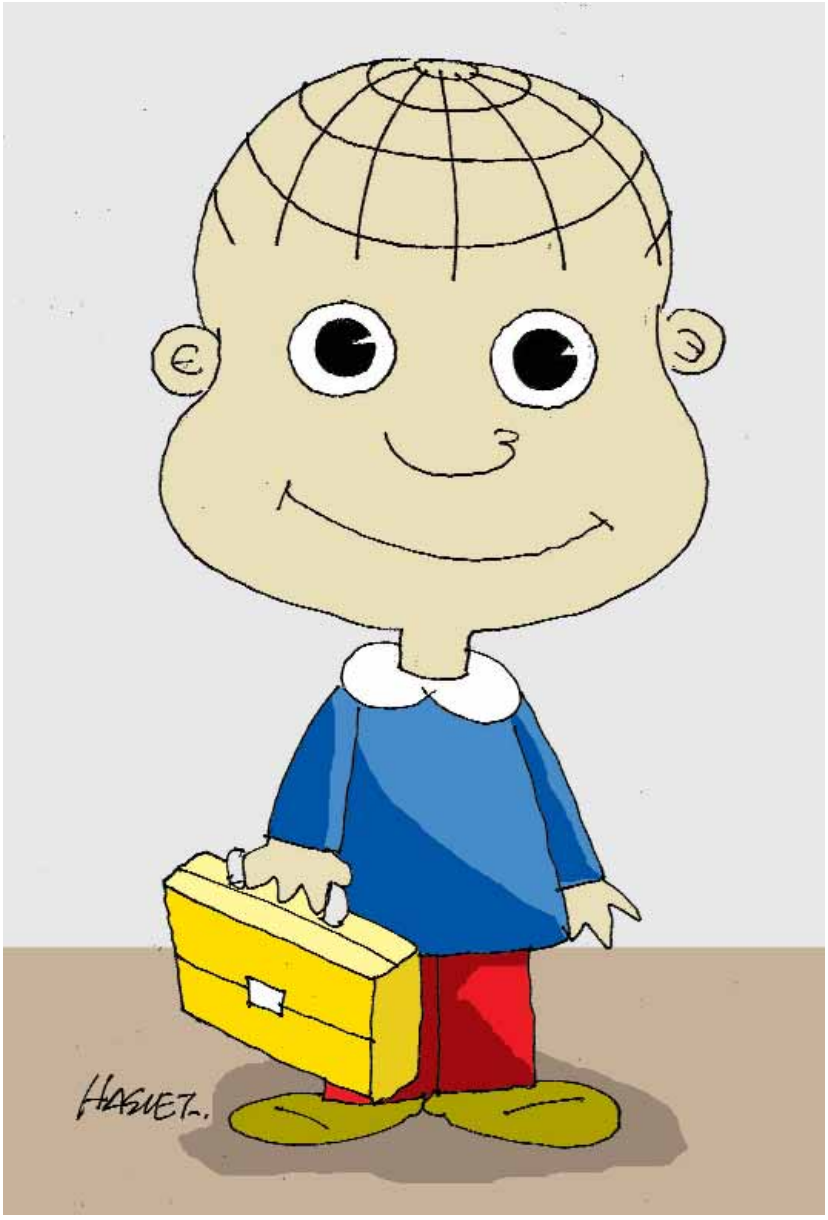
1968'de İstanbul doğdu. Boğaziçi Üniversitesi Psikolojik Danışmanlık bölümünden mezun oldu. New York Üniversitesi'nde insan kaynakları ve işletme konusunda lisansüstü eğitimi aldı. 1992'de Türkiye'ye döndü ve değişik işlerde çalıştı. Askerliğini uzun dönem olarak yaptı; bu sürede ileride seçeceği mesleğe, gazeteci olmaya karar verdi. 1994 yılında İstanbul'da gazeteciliğe başladı. NR1 TV'de başladığı iş hayatına daha sonra Sabah Grubu'nda devam etti; Cosmopolitan, Yeni Yüzyıl ve Aktüel dergilerinde çalıştı. Aynı anda Radio 2019'da haftalık bir şov programı yaptı. Kuruluş aşamasında gelen teklif üzerine NTV'ye geçti; sekiz aylık muhabirlik döneminden sonra program yapmaya başladı. 4.5 yıl çalıştığı NTV'den sonra CNN Türk'e geçti. CNN International'ın Türkiye temsilciliğini yaptı. Halen CNN Türk'te program yapıyor ve Milliyet gazetesinde yazıyor.

Cihan Demirci cihandemirci@yahoo.com

Dersten kaytarma bahaneleri!

Dam üstünden uzaklara dalıyorum ve gözüm geçmişe gidiyor… 70'li yılların sonlarındayım… Belki de 80'lerin başlarında… Ülkemizde elektrik kesintisinden geçilmeyen dönemler. Elektriklerin her gün düzenli olarak kesildiği günler. İşte o dönemlerde dersine çalışamayan öğrencilerin bahanesi biraz da biz mizahçıların yardımıyla şu cümleye dönüşmüştü: "Dün gece gene elektrikler kesildi, çalışamadım hocam!"

Aradan 30 yıla yakın bir süre geçti... Bu süre içersinde öğrencinin tahtaya kalktığında öğretmene uyduracağı çalışamama bahaneleri acaba ne noktaya geldi?.. Buna şimdiye dek hiç kafa yoran biri çıktı mı? Bahane zenginliğinin olağanüstü şekilde arttığı günümüzün post biraz da höst-modern yaşamında yoksa çocuklarımız hâlâ annelerinin-babalarının: "Dün gece elektrikler kesildi, çalışamadım hocam" bahanesini mi kullanıyor? İşte bu duruma dam üstündeki araştırmacı bir mizah yazarı olarak müdahale etme gereği duyan bendeniz, oturdum ve öğrencilerimizin kullanabileceği güncel çalışmama bahaneleri çıkardım...



İşte size 2000'li yıllara ve içinde bulunduğumuz şu hem post hem de höst-modern günlere uygun yepisyeni dersten kaytarma yani çalışmama bahaneleri:

- Dün akşam ülkemiz barajlarındaki su seviyesi biraz daha düşmüş, o çalışamadım hocam!..
- Dün gece evimize gelen bazı bilim adamları genlerimle oynamışlar, bu oynama sonrasında bende var olan çalışma genlerimi kaybettiğim için o yüzden çalışamadım hocam!..
- Dün akşam internetten üzerime "çalışmamı engelleyen" özel bir virüs bulaştı, o yüzden çalışamadım hocam!..
- Dün gece giriş katındaki evimize aniden freni patlayan bir kamyon girdi ve ders kitaplarım, çantam kamyonun altında kaldı, o yüzden çalışamadım hocam!..
- Dün akşam bizim evde de aniden bir yolsuzluk operasyonu başlatıldığı için çalışamadım hocam!..
- Dün gece okuldan eve doğru giderken kapkaççı bir çocuk bütün ders notlarımı çaldı, bu nedenle çalışamadım hocam!..
- Dün akşam naylon kopya hazırlarken gözaltına alındığımdan çalışamadım hocam!..
- Dün gece babamdan aldığım kredinin usulsüz çıkması yüzünden, bizzat kardeşim tarafından ihbar edildiğim için çalışamadım hocam!..
- Dün akşam doğalgaz kaçağından oluşan patlamada evimiz yandığı için çalışamadım hocam!..
- Dün gece yıllık iznimin bir bölümünü kullandığımdan çalışamadım hocam!..
- Dün akşam evimizin altından yeni bir fay hattı geçtiğini öğrendik bu yüzden çalışamadım hocam!..
- Dün gece hakem hataları yüzünden tuttuğum takım yenilince motivasyonum bozuldu, çalışamadım hocam!..
- Dün akşam Türksat-1 uydusuyla bağlantımız kesilmiş, o yüzden çalışamadım hocam!..

Veeee şimdi de geldik final bahanesine:

- Dün gece sizin aslında sahte bir öğretmen olduğunuzu televizyon haberlerinden öğrenince artık ne gerek var oğlum dedim kendi kendime, o yüzden boş yere ÇALIŞMADIM HOCAM!..

Her parçası yeniden yorumlandı.
Focus
Yeni FordFocus
Feel the difference
Ford
Koç

Arçelik'ten
dünya
çapında
bir buluş

DIVIDE &COOL

TEZGÂHALTI SOĞUTUCU

TEZGÂHALTI DONDURUCU

TEK KAPILI SOĞUTUCU

ŞARAPLIK

Bölünebilir soğutucu teknolojisi.
Tezgâhaltı soğutucu, tezgâhaltı dondurucu,
tek kapılı soğutucu ve şaraplık.
Yani istediğiniz çekmece soğutucu,
istediğiniz dolap dondurucu.
Çünkü Arçelik demek yenilik demek.

arçelik

444 0 888 www.divideandcool.com

Koç