

Ford Otosan Genel Müdürü
Haydar Yenigün: "Ford
Trucks, Yeni Vizyonumuzun
En Önemli Aksiyonu"

Birleşik Krallık Avrupa
Birliği'ne Neden Hayır
Dedi?

BizdenHaberler



Referandum 'Brexit' dedi.
Peki ya sonrası?

Ülkemiz için çalışan herkese teşekkürlerimizle...





Koç Topluluğu'nun değerli üyeleri,

Ülke olarak oldukça zorlu bir dönemden geçiyoruz. Tarihimizde kara bir leke olan 15 Temmuz günü karşı karşıya kaldığımız darbe girişimiyle Türkiye Cumhuriyeti'nin birlik ve bütünlüğü hedef alındı. Bu girişim, başta halkımız, Devletimiz ve kolluk kuvvetlerimizin demokrasiye olan inancıyla bertaraf edildi. Türkiye, yaşanan bu acı deneyimle önemli bir demokrasi sınavından başarıyla geçti ve millî iradenin üstünlüğünü bir kez daha ortaya koydu. Devletimiz ve halkımızla birlik içerisinde bu günleri geride bırakacağımıza inanıyor, olaylarda yaşamını yitirenlere Allah'tan rahmet, ailelerine sabır, yaralılara acil şifalar diliyorum.

Neredeyse Türkiye Cumhuriyetiyle yaşıt olan Topluluğumuz bu 90 yılda, Ülkemizin pek

HER ZAMAN ÜLKEMİZE OLAN İNANCIMIZI KORUDUK, ÇALIŞMAYA VE ÜRETMEYE DEVAM ETTİK. BUGÜN DE AYNI İNANÇLA ÜLKEMİZE SAHİP ÇIKMAYA, EKONOMİMİZE, TOPLUMSAL GELİŞİME KATKI SAĞLAMAYA VE SORUMLULUK ALMAYA DEVAM EDİYORUZ.

çok zorlu dönemine tanıklık etti. Bugüne dek inançla ve bağlılıkla Ülkemizin yanında olduk, çalışmaya ve üretmeye devam ettik. Kurucumuz Vehbi Koç'un bundan yıllar önce vurguladığı 'Devletim ve Ülkem var oldukça ben de varım. Demokrasi varsa hepimiz varız' düsturuyla hareket ederek, Ülkemize sahip çıkmaya, ekonomimize, toplumsal gelişime katkı sağlamaya ve sorumluluk almaya devam ediyoruz. Önümüzdeki süreçte de Ülkemizin potansiyelini ve Ülkemize olan inancımızı, başta faaliyet gösterdiğimiz coğrafyalar olmak üzere tüm dünyaya var gücümüzle anlatmayı sürdüreceğiz.

Tüm çalışma arkadaşlarımla omuz omuza elde ettiğimiz başarılar inancımızı daha da kuvvetlendiriyor, yeni hedefler için bizleri cesaretlendiriyor. Şirketlerimiz İSO, TİM ve Fortune 500 listelerinde üst sıralarda yer alarak bizleri gururlandırıyor.

Hem Ülkemizde hem de dünyada yaşanan zor günlerin artık geride kalmasını umuyor, barış ve esenlikler diliyorum.

Sevgi ve saygılarımla,

Levent Çakıroğlu
CEO



İmtiyaz Sahibi
Koç Holding A.Ş.
Adına
Levent ÇAKIROĞLU
(Sahibi)

**Genel Yayın
Yönetmeni**
Oya ÜNLÜ KIZIL

**Sorumlu
Yönetmen**
Şeniz AKAN

**Yayın
Koordinatörü**
Deniz ENBERKER
KARAKIŞ

Collective

Yayın Kurulu
Serdar TURAN
Emin GÖRGÜN

Yayınlar Direktörü
Serdar TURAN

Direktör
Emin GÖRGÜN

Editörler
Aynur ŞENOL ALTUN
Nesrin KOÇASLAN
Cenk SARIOĞLU
Duygu YAZICIOĞLU

Art Direktör
Pınar GÜVEN

Fotoğraf Editörü
Şeref YILMAZ

Kollektif Yayıncılık
Reklam Tasarım ve
İçerik Hizm. A.Ş.
Mat-Set Plaza
Yeşilce Mah. Emektar
Sk. No:5 Kat:4
Kağıthane İSTANBUL

**Baskı ve Cilt
(Matbaa)**
Ömür Matbaacılık A.Ş.
Beysan Sanayi Sitesi,
Yakuplu Mah. Birlik
Cad. No:20/1 34524
Beylikdüzü/İSTANBUL
Tel: 0212 422 76 00

Yayın Türü
Yaygın Yerel Süreli

Yayın Süresi / Dili
Aylık / Türkçe

Bu dergideki yazı
ve resimler kaynak
belirtmek suretiyle
kullanılabilir.



Bizden Haberler'e
ulaşmak şimdi çok
daha kolay. iPad
uygulamamız ile
dergimiz dilediğiniz
yerde...

KAPAK

Temmuz-Ağustos 2016





İÇİNDEKİLER

GÜNDEM

- 06 • Koç Topluluğu Şirketleri Ekonominin Zirvesinde
- Arçelik, Pakistan Yatırımıyla Global Konumunu Güçlendiriyor
- Ford Trucks Bayi Atağına Adana'da Devam Ediyor
- Koçfinans'ta Yenişeyler Zamanı
- Vehbi Koç Koşusu'nun 21.'si Gerçekleştirildi
- Koç Üniversitesi'nde 22. Mezuniyet Sevinci
- Çevre Günü Etkinliği'nin Gündeminde 'Eko-İnovasyon' Vardı



DETAY

- 18 **RÖPORTAJ**
Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün: "Ford Trucks, Yeni Vizyonumuzun En Önemli Aksiyonu"
- 22 Henry Mason ile Trendleri İzlemek Üzerine
- 27 TÜSİAD Uluslararası Koordinatörü Dr. Bahadır Kaleağası: "Çok Çemberli Avrupa'ya Evrim Hızlanıyor"

- 26 **ANALİZ**
Birleşik Krallık Avrupa Birliği'ne Neden Hayır Dedi?

YAŞAM

- 32 **YAŞAM**
Hem Yerde Hem Gökte: Mustafa V. Koç
- 36 Çengelhan ve Çukurhan'ın Ardından Safranhan da Restore Edildi
- 39 **HOBİ**
Çocuklar Haydi Müzeye, Keşfetmeye Öğrenmeye...

MERAK

- 42 **LISTICLE**
İnternette 1 Dakikada Neler Oluyor?
- 44 **ANALİZ**
Geleceğin Liderleri İstedikleri Dünyayı Anlatıyor

BİZ

- 48 **NASIL BAŞARDIK**
En Başarılı Koçlular 2015
- 50 **SPOR**
Koç Topluluğu Spor Şenliği'nde Dayanışma ve Takım Ruhu Kazandı
- 54 "Aikido Yaşamın Aynasıdır"
- 56 KoçAilem Çocuk Şenliği'nin İkincisi Düzenlendi
- 52 Koç Holding Sponsorluğunda Rio 2016 Olimpiyatlarına

DEVLETİM
VE **ÜLKEM**
VAR OLDUKÇA
BEN DE VARIM.
DEMOKRASİ
VARSA **HEPİMİZ**
VARIZ.

Vehbi Koç

GÜNDEM

06-15

06

GÜNDEM

- 90 Yıldır Ülkesinin Yanında, Yarattığı Değerle Zirvede...
- Arçelik, Pakistan Yatırımıyla Global Konumunu Güçlendiriyor
- Ford Trucks Bayi Atağına Adana'da Devam Ediyor
- Koçfinans'ta Yenişeyler Zamanı
- Vehbi Koç Koşusu'nun 21.'si Gerçekleştirildi
- Koç Üniversitesi'nde 22. Mezuniyet Sevinci
- Çevre Günü Etkinliği'nin Gündeminde 'Eko-Inovasyon' Vardı





90 YILDIR ÜLKESİNİN YANINDA, YARATTIĞI DEĞERLE ZİRVEDE...

KOÇ TOPLULUĞU, BU YIL DA TÜRKİYE'NİN EN ÇOK İHRACAT VE ÜRETİM YAPAN ŞİRKETLERİNİN AÇIKLANDIĞI LİSTELERİN ZİRVESİNDE YER ALDI. FORD OTOSAN, TÜPRAŞ, TOFAŞ VE ARÇELİK HER İKİ LİSTEDE DE İLK 10'A ADINI YAZDIRIRKEN KOÇ AİLESİ DE VERGİ REKORTMENLERİ LİSTESİNİN ZİRVESİNDEYDİ.

Koç Topluluğu şirketleri her yıl olduğu gibi 2015 yılında da üretim ve ihracat listelerinde zirvede yer alırken, Koç Holding de Fortune dergisi tarafından açıklanan dünyanın en büyük 500 şirketi listesinde Türkiye'den girmeyi başaran tek şirket oldu.

Türkiye İhracatçıları Meclisi'nin (TİM) düzenlediği İhracat Şampiyonları Ödül Töreni'ne bu yıl da Koç Topluluğu şirketleri damgasını vurdu. Son 5 yıldır olduğu gibi 2015 yılında da en fazla ihracat yapan ilk 10 şirketin 4'ü Koç Topluluğu şirketlerinden oluştu. 1'inci Ford Otosan, 2'nci Tüpraş, 6'ncı Tofaş, 7'nci Arçelik olurken, ödülleri Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç ve Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ali Y. Koç, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın elinden aldı.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç, ödül töreninin ardından yaptığı açıklamada Koç Topluluğu Şirketleri'nin gerçekleştirdiği kombine ihracat rakamının Türkiye'nin toplam

ihracatının yaklaşık yüzde 9'unu teşkil ettiğine dikkat çekti. Ömer M. Koç, şöyle devam etti: "Koç Topluluğu olarak vergi, patent ve ihracat liglerinde zirvede yer almayı ülkemiz ekonomisine kattığımız değer açısından çok önemsiyoruz ve şampiyonlukları gururla karşılıyoruz. Dış pazarlarımızı çeşitlendirme stratejilerimiz doğrultusunda bir yandan pazar payımızı artırırken, diğer yandan yeni pazarlarda faaliyetlerimizi geliştiriyoruz. Önümüzdeki dönemde de ülkemiz için var gücümüzle çalışmayı sürdürürken küresel büyüme vizyonumuz ile uluslararası faaliyetlerimizi güçlendirmeyi sürdüreceğiz" dedi.

Törende ayrıca sektör bazında da başarıları ödüllendirildi. "Kimyevi Maddeler ve Mamulleri" kategorisinde Tüpraş'ın birincilik ödülünü Tüpraş Genel Müdürü İbrahim Yelmenoğlu, "Otomotiv Endüstrisi" kategorisinde Ford Otosan'ın birincilik ödülünü Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, "Makine ve Aksamları" kategorisinde TürkTraktör'ün birincilik ödülünü TürkTraktör Genel Müdürü Marco Votta aldı.

İLK 10'DA DÖRT KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETİ

İstanbul Sanayi Odası 1968 yılında "Türkiye'nin En Büyük 100 Sanayi Kuruluşu" listesini yayınlamaya başladığından bu yana Koç Topluluğu şirketleri ilk sıralarda yer almışlardır. Bu gelenek 2015 yılında da değişmedi ve İstanbul Sanayi Odası tarafından açıklanan "Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu" listesinin ilk 10 sırasında dört Koç Topluluğu şirketi yer aldı. İSO 500 2015 yılı raporuna göre Türkiye'nin en büyük sanayi şirketi 35,4 milyar TL üretimden satış rakamı ile Tüpraş oldu. Tüpraş'ı 14,7 milyar TL ile Ford Otosan ve 9,9 milyar TL ile Arçelik takip etti. 8,4 milyar TL ile listenin 5'inci sırasında yer bulan Tofaş da ilk 10'daki dördüncü Koç Topluluğu şirketi oldu. İSO 500 listesinde ilk 10 dışındaki Koç Topluluğu şirketleri ise 13'üncü sıradaki Aygaz, 24'üncü sıradaki TürkTraktör, 79'uncu sıradaki Otokar ve 110'uncu sıradaki Tat Gıda olarak sıralandı.

FORTUNE 500'ÜN TEK TÜRK ŞİRKETİ: KOÇ HOLDİNG

ABD'de yayımlanan Fortune dergisi 1977 yılında ilk kez "International 500" listesini yayınladığında Koç Holding 212. sıradan listeye girmeyi başarmıştı. 1990 yılından bu yana "Global 500" adıyla yayınlanan listede uzun yıllardır Türkiye'yi tek başına temsil eden Koç Holding, bu yıl da listede yerini aldı. Koç Holding Fortune Global 500 listesinde 419. sırada yer aldı.

Koç Topluluğu şirketleri ise derginin Türkiye edisyonu tarafından yayınlanan "Fortune 500 Türkiye" listesine de damgasını vurdu. Finansal kurumlar ve holding şirketleri dışındaki tüm sektörleri kapsayan Fortune 500 Türkiye listesinde ikinci sırayı Tüpraş alırken 7'nci sıradaki Opet ve 9'uncu sıradaki Ford Otosan, ilk 10'a girmeyi başaran diğer Koç Topluluğu şirketleri oldu.

Fortune 500 listesindeki diğer Koç Topluluğu şirketleri ise 12'nci Arçelik, 18'inci Tofaş, 25'inci Aygaz, 30'uncu THY Opet, 31'inci Otokoç, 45'inci TürkTraktör, 113'üncü Otokar, 137'nci

Ram Dış Ticaret, 139'uncu Setur, 142'nci Bilkom, 183'üncü Tat Gıda ve 230'uncu KoçSistem oldu.

TÜRKİYE'NİN VERGİ REKORTMENİ SEMAHAT ARSEL

Koç Topluluğu'nun kurucusu merhum Vehbi Koç, vergi ödeyenlerin isimlerinin açıklanmasını vergi gelirlerinin artmasının bir yolu olarak görüyordu. Vehbi Koç'un ısrarları sonucu 1964 yılından itibaren açıklanmaya başlanan vergi ödemeleri listelerinde Koç Topluluğu şirketleri ve Koç Ailesi her yıl üst sıralarda yer almayı başardı.

Bu yıl da Koç Ailesi üyeleri vergi ödemeleri listesinde ilk sıralarda yer alarak Vehbi Koç'un bu hassasiyetini sürdürdüler. Gelir İdaresi Başkanlığı'nın 2015 yılı vergilendirme döneminde en çok vergi beyan eden ilk 100 mükellef listesinin ilk sırasında 2015 yılı için 45,2 milyon lira vergi tahakkuk eden Semahat Arsel yer aldı. 2012 yılında yine vergi rekortmeni olan Arsel, 2014'te üçüncü sırada yer almıştı. Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç'un ikinci sırada yer aldığı listenin dördüncü sırasında Suna Kıracı, beşinci sırasında merhum Mustafa V. Koç, altıncı sırasında Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç ve 62'nci sırasında ise Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi İpek Kıracı yer aldı.

Koç Topluluğu olarak vergi, patent ve ihracat liglerinde zirvede yer almayı ülkemiz ekonomisine kattığımız değer açısından çok önemsiyor ve şampiyonlukları gururla karşılıyoruz.

KOÇ TOPLULUĞU ŞİRKETLERİ LİSTELERİN ZİRVESİNDE

	İSO500	TİM1000	Fortune500
Tüpraş	1	2	2
Opet	-	-	7
Ford Otosan	2	1	9
Arçelik	3	7	12
Tofaş	5	6	18
Aygaz	13	131	25
THY Opet			30
Otokoç	-	-	31
TürkTraktör	24	27	45
Otokar	79	948	113
Ram Dış Ticaret	-	92	137
Setur	-	-	139
Bilkom	-	-	142
Tat Gıda	110	-	183
KoçSistem	-	-	230
Arçelik - LG	-	322	-



ARÇELİK, PAKİSTAN YATIRIMIYLA GLOBAL KONUMUNU GÜÇLENDİRİYOR

ARÇELİK, DÜNYANIN ALTINCI BÜYÜK NÜFUSUNA SAHİP PAKİSTAN'IN LİDER BEYAZ EŞYA VE EV ALETLERİ ÜRETİCİSİ DAWLANCE'I TOPLAM 258 MİLYON DOLAR HİSSE BEDELİ ÜZERİNDEN SATIN ALMAK İÇİN ANLAŞMA İMZALADI.

Ev teknolojileri sektörünün önde gelen global oyuncularından Arçelik, global büyüme yolculuğunda önemli bir adım atarak, Pakistan'ın lider beyaz eşya ve ev aletleri şirketi Dawlance'ı toplam 258 milyon dolar hisse bedeli üzerinden satın almak üzere anlaşma imzaladı. Dawlance'ın Pakistan'daki üretim ve satış şirketleriyle birlikte, iki ayrı lokasyondaki 3 üretim tesisi de Arçelik'in global üretim ağına eklenecek. Şirketin toplam satışları 2015 yılında 221 milyon dolar, FAVÖK'ü (faiz, amortisman, vergi öncesi kâr) 45 milyon dolar olarak gerçekleşti.

Pakistan'ın Karaçi kentinde 1980 yılında temelleri atılan Dawlance, ikisi Karaçi, biri Haydarabad'da olmak üzere üç üretim tesisine sahip. Şirket, buzdolabı, mikrodalga, dondurucu, çamaşır makinesi ve klima pazarında öncü oyuncular arasında yer alıyor. Ülke çapında 16 bölge ofisi aracılığıyla yaklaşık 2 bin satış noktasında bulunan Dawlance, yaygın satış ve servis ağına sahip.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "PAKİSTAN'DA GÜÇLÜ VE STRATEJİK BİR KONUMA SAHİP OLACAĞIZ"

Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu; "Arçelik hem Türkiye'deki konumu hem

de küresel başarılarıyla Koç Topluluğu için her zaman bir gurur kaynağı. Topluluğumuzun vizyonuna güç katan Arçelik, global büyüme stratejisi kapsamında Pakistan'da çok önemli bir yatırımı gerçekleştiriyor. Bu yatırım, Türkiye ile Pakistan arasındaki ekonomik bağ daha da güçlendirecek. Büyük fırsatlar sunan Pakistan ekonomisinde Dawlance ile güçlü ve stratejik bir konuma sahip olacağız. Koç Holding, Arçelik'in büyüme stratejisine uygun yeni satın alma fırsatlarını desteklemeye devam edecek" dedi.

Koç Holding Dayanıklı Tüketim Grubu Başkanı Fatih Ebiçlioğlu da Pakistan'ın 200 milyon kişi ile dünyanın en büyük altıncı nüfusuna sahip ülkesi olduğunu hatırlatarak şu görüşleri dile getirdi: "Genç nüfusu ve özellikle son dönemde istikrar kazanan ve gelişen ekonomisi ile Pakistan, bölgenin parlayan yıldızı konumuna geliyor. Bu yatırım ile Arçelik'in üretim gücü 7 ülkede 18 tesise, çalışan sayısı ise 30 bine ulaşacak. Bu aynı zamanda gelişmekte olan ülkeler arası teknoloji ve bilgi paylaşımını tanımlayan güney-güney işbirliğinin (south-south cooperation) de önemli bir örneği. Türkiye ekonomisi için de değer yaratacak stratejik bir yatırımı hayata geçiren Arçelik, alanında lider ve finansal neticeleri oldukça başarılı bir şirketi bünyesine katıyor."

Arçelik Genel Müdürü Hakan Bulgurlu ise 130'dan fazla ülkede faaliyet gösteren Arçelik'in Avrupa'dan Ortadoğu'ya, Afrika'dan Asya'ya geniş bir coğrafyada sektöründe lider şirketleri ve markaları yönettiğini söyledi. Bulgurlu, Türkiye, İngiltere, Polonya, Romanya, Güney Afrika'daki pazar liderliklerimize bir yenisini daha ekleyerek Dawlance ile Pakistan pazarının liderliğine de sahip oluyoruz. Güçlü marka bilinirliği, geniş yetkili satıcı ve servis ağı, profesyonel yönetim ekibi ve donanımlı mühendis kadrosuyla sektöründe lider bir şirketi satın alıyoruz. Pakistan yerel markaların güçlü olduğu, önemli büyüme potansiyeli olan çekici bir pazar. Gelecekte de yeni coğrafyalarda büyüme fırsatlarını değerlendirmeye devam edeceğiz" dedi.



Levent Çakıroğlu, "Koç Holding, Arçelik'in büyüme stratejisine uygun yeni satın alma fırsatlarını desteklemeye devam edecek" dedi.

**RAKAMLARLA
ARÇELİK**

27 BİN

Dünya
çapında
çalışan sayısı

15

Tüm
dünyadaki
üretim tesisleri

3.

Avrupa'nın
3. büyük beyaz
eşya şirketi

14,2

MİLYAR TL
2015 yılı
gelirleri

**RAKAMLARLA
DAWLANCE**

1980

Kuruluş yılı

3

Üretim
tesisi sayısı

2 BİN

Ülke
çapında
satış noktası

FORD TRUCKS BAYİ ATAĞINA ADANA'DA DEVAM EDİYOR

FORD TRUCKS'IN TÜRKİYE
ÇAPINDAKİ 27. TESİSİ
GİZERLER, ADANA'DA
HİZMETE GİRDİ. AÇILIŞINA
KATILAN ALI Y. KOÇ,
"YENİ FORD TRUCKS
ÇEKİCİLERİMİZ, YOL VE
İNŞAAT SERİLERİMİZLE
TÜRKİYE VE ULUSLARARASI
PAZARLARDAKİ İDDİAMIZI
ARTIRACAĞIZ" DEDİ.



Ford Trucks Adana Gizerler Bayi; satış, servis, yedek parça ve ikinci el hizmetlerini aynı çatı altında birleştiren 4S tesisinin açılışını, Koç Holding Yönetim Kurulu Başkan Vekili ve Ford Otosan Yönetim Kurulu Başkanı Ali Y. Koç'un katılımıyla yaptı. Çevre dostu yeşil bina olarak tasarlanan ilk Ford Trucks tesisi olan ve "Enerji ve Çevre Dostu Tasarımda Liderlik" Gold Sertifikası almaya aday olan Gizerler Ford Trucks Plaza'nın açılış töreninde bir konuşma yapan Ali Y. Koç, şunları söyledi: "Koç Topluluğu olarak her işimizde yönümüzü geleceğe, Ar-Ge'ye ve inovasyona çeviriyoruz. Hız kesmeyen teknoloji yatırımlarımızla, daha üstün nitelikli ürünler ve hizmetler geliştirmeye gayret ediyoruz. 1982 yılında başladığımız kamyon üretimine bu vizyonumuz sayesinde bugün, sadece araçlarımızı değil teknolojimizi de ihraç ederek devam ediyoruz. 2010 yılında Ford Motor Company ile imzalanan anlaşma ile şirketimiz, kendi geliştirdiği ve ürettiği Ford Trucks çekici ve kamyonları için, 3 kıtada toplam 60 ülkede satış yapma, organizasyon kurma ve distribütör atama haklarına sahiptir. Şirketimiz, Ford kamyon ve çekicilerinin, ilgili dizel motorları için global mühendislik çalışmalarının sorumluluğunu da üstlenmiş durumdadır."

HEDEFİMİZ, YÜKSEK MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ

Yeni nesil Ecotorq motorla ilgili de bilgi veren Ali Y. Koç, şunları söyledi: "Yeni Ford

Trucks serisi araçlarımız ve Ecotorq motorumuz, dünyanın en zorlu şartlarında 3 kıtada 8 farklı ülkede test edildi ve müşterilerimiz için hazır hale getirildi. Güçlü, verimli ve teknolojik ürünlerimizi 4S konseptli modern plazalarımızda, yüksek müşteri memnuniyetini hedefleyen hizmetlerimiz ile sunuyoruz. Çin'den Avrupa'ya, Ortadoğu'dan Güney Amerika'ya tüm dünyaya ihraç ederek, Türkiye ekonomisine önemli katkıda bulunuyoruz. Ürünlerimiz yurtiçinde büyük rağbet görürken, yurt dışında da 'Türk Malı' damgasıyla bizleri ve ülkemizi gururlandırıyor."

2016'nın Ford Trucks için yeniliklerle ve heyecanlarla dolu bir yıl olarak başladığını da söyleyen Ali Y. Koç, sözlerini şöyle sürdürdü: "Yeni marka vaadimizi sizlerle buluşturduk. 'Her yükte birlikte' sloganı ile tüm müşterilerimize ve paydaşlarımıza 'her yükünüzü, her derdinizi birlikte yükleniyoruz, birlikte taşıyoruz' dedik. Bu vaadi karşılayabilen ve göğüsleyebilen bir marka olmaktan mutluluk duyuyoruz. Ford Trucks olarak 2008 yılından bu yana pazar payımızı yüzde 15'ten yüzde 26,8'e çıkardık. Yurt dışı yapılanmamızı da Euro 6 uyumlu yeni Ecotorq motorumuz ile Avrupa'ya taşıyacağız. Yeni Ford Trucks çekicilerimiz, yol ve inşaat serilerimizle Türkiye ve uluslararası pazarlardaki iddiamızı artıracaktır. Ford Trucks'ın geleceğine yatırım yapmaya devam ediyoruz."



*Ali Y. Koç: Yeni
Ford Trucks
çekicilerimiz, yol ve
inşaat serilerimizle
Türkiye ve
uluslararası
pazarlardaki
iddiamızı
artıracaktır.*



KOÇFİNANS'TA yeni şeyler ZAMANI

"KOÇ İNOVASYON PROGRAMI"NA GÖNÜLLÜ KATILIM SAĞLAYAN ŞİRKETLERDEN KOÇFİNANS, İNOVASYON PROGRAMI'NIN LANSMAN TÖRENİNİ GERÇEKLEŞTİRDİ.



Koç Holding'in başlatmış olduğu "Koç İnovasyon Programı"na gönüllü katılım sağlayan şirketlerden Koçfinans, 24 Mart'ta İnovasyon Programı'nın lansman törenini gerçekleştirdi. Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu'nun, Koç Holding Bankacılık ve Sigorta Grup Başkanı ve Koçfinans Yönetim Kurulu Başkanı Faik Açıkalin'in ve Koç Holding Baş Hukuk Müşaviri Kenan Yılmaz'ın da katıldığı toplantıda, açılış konuşması Levent Çakıroğlu tarafından yapıldı.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "REKABETTE SÜRDÜRÜLEBİLİR AVANTAJ İÇİN İNOVASYON ŞART"

Levent Çakıroğlu, Koçfinans'ın inovasyona liderlik ederek vizyonunu ortaya koymasından ve tüm çalışanların da bu fikre sahip çıkmasından duyduğu mutluluğu ileterek başladığı konuşmasında, küresel bir vizyonla hareket edilmesinin gerektiğini ve bu vizyonu taşıyacak unsurların, inovasyon, teknoloji, marka yönetimi ve en önemlisi insan kaynağının gelişimi olduğunu dile getirdi. Çakıroğlu, inovasyonu ve teknolojiyi birbirinden ayrı gördüğünü, inovasyon için genellikle yeni bir teknoloji ihtiyacı olmadığını, mevcut teknolojinin ihtiyaçları giderme yönünde kullanıldığını ilettili. Rekabette sürdürülebilir avantaj yakalamak adına, inovasyonun vazgeçilmez ve kaçınılmaz olduğunu vurgulayarak, finans sektöründen örnekler ile konuşmasını tamamladı.

Lansmana, BKM Genel Müdürü Soner Cankö da inovasyon yolculuklarını anlattığı konuşmasıyla katıldı. Sunumunda, "Değişim için gelişim, gelişim için değişim" temasını benimseyerek çıktıkları inovasyon

yolculuğuna kurum içi girişimciliğe geçiş ile devam ettiklerini ve işini tutkuyla sahiplenilen çalışanların, geleceği şekillendireceklerine inandığını ilettili.

PINAR KİTAPÇI: "İNOVASYON YAŞAMA DEĞER KATAN BİR UNSUR"

Tüm çalışanların katılımıyla gerçekleşen program lansmanında, Koçfinans Genel Müdürü ve aynı zamanda şirketin İnovasyon Lideri Pinar Kitapçı, 2014 yılında başladıkları dönüşüm yolculuğunda, odak alanlarını yenilikçilik, yaratıcılık ve müşteri odaklılık üzerine belirlediklerini, şirketin vizyon ve misyonunu bu alanlar ışığında şekillendirdiklerini paylaştı. Sunumunda, teknolojinin ve en önemlisi müşteri beklentilerinin değiştiğini dile getiren Kitapçı, günümüzde nesnelerin internetinden, davranışların internetine geçmeye başladığını, müşterilerin de teknolojiyi hayatlarının her alanında hissederek satın alma davranışlarını bu yönde şekillendirdiklerini ilettili. Dünyadan ve sektörden örnekler vererek inovatif olmak için neler yapılması gerektiğini paylaşan inovasyon lideri, müşteriye kulak vermenin önemini de vurguladı. Ayrıca, müşteriden yola çıkmayan fikirlerin inovasyondan uzaklaşacağını, inovatif fikirlerin kaynağında ise çalışanların cesaretlerinin olduğundan bahsettili.

Kitapçı, inovasyonu, yeni bir fikrin ticari veya sosyal bir fayda dönüşmesi olarak tanımlarken, inovasyonun hayata geçirilebilir olması için benzersiz, yaşama değer katan ve satın almaya değer olması gerektiğini ilettili. 2015 yılında 20. yılını kutlayan Koçfinans'ın, kuruluşunun bir inovasyon örneği olduğunu belirten Kitapçı, Online Kredi Otomasyon

Sistemi (OKOS) ve Bayi Finansmanı (BAF) gibi inovatif hizmet ve ürünlerini hatırlatarak Koçfinans'ın her daim inovasyonu sahiplen bir kültürünün olduğunu altını çizdi.

Programın devamında Koçfinans Bilgi Teknolojileri Müdürü ve aynı zamanda şirketin İnovasyon Programı Yöneticisi olan Mine Çıkrıkçı, şirketin birçok alanda başarıya ulaşmasında kilit noktanın çalışanların fikirlerinin gelişimi olduğuna inandıklarını dile getirdi. Bu bakış açısı ile fikirlerin tek bir çatı altında toplandığı ve çalışanların kendi önerilerini yönetebildiği "Fide- Fikrin Değeri" platformunu 2015 yılında hayata geçirdiklerinden bahsettili. Şirket kültürünü yansıtan bu yeni öneri sistemi ile 360 derece değerlendirme sağladıklarını ve çalışanlar arasında iş birliğinin artmasını hedeflediklerini iletten Çıkrıkçı, takım olmanın bu yolculukta ve rekabette en önemli unsurlardan biri olduğunu hatırlattı. Koçfinans'ın inovasyon odak alanlarını farklı kredi modelleri yaratma, yeni borçlanma alternatifleri oluşturma ve yeni ürünler kurgulama olarak belirlediklerini paylaşan inovasyon yöneticisi, çalışanların kurum içi girişimciliğini de artırmayı hedeflediklerini dile getirdi.

Toplantı sonunda, İnovasyon Programı "Yeni Şeyler"ın ismi ve logosu Koçfinans çalışanlarının katıldığı sürpriz bir oyunla lanse edildi. Logonun barındırdığı artıların, şirkete ve çalışanlara katacağı değeri simgelediği vurgulandı. Ayrıca Fide platformunda "Yeni Şeyler" başlığında bir kategori açılarak çalışanların inovatif fikirlerini paylaşabilecekleri bir ortam sağlandı. Şirketin gelecek projeleri arasında yerini alacak öneriler için bir zemin oluşturacak bu platform, çalışanlar arasında heyecanla karşılandı.

VEHBI KOÇ KOŞUSU'NUN 21.'Sİ GERÇEKLEŞTİRİLDİ

ATÇILIK SPORU İLE UZUN
YILLAR İLGİLENEN KOÇ
HOLDİNG'İN KURUCUSU
VE TÜRKİYE JOKEY
KULÜBÜ'NÜN ESKİ
BAŞKANLARINDAN
MERHUM VEHBİ KOÇ,
BU YIL 21'İNCİ KEZ
DÜZENLENEN "VEHBI KOÇ
KOŞUSU" İLE BİR KEZ DAHA
ANILDI.

Türkiye Jokey Kulübü tarafından Koç Holding'in kurucusu ve kulübün eski başkanlarından merhum Vehbi Koç anısına düzenlenen 21. Vehbi Koç Koşusu 1 Haziran Çarşamba günü Veliefendi Hipodromu'nda gerçekleştirildi. Dört yaş ve üzeri İngiliz safkanlara açık olan ve çim pistte 1600 metre mesafe üzerinden koşulan yarışa yedi safkan katıldı. Birincilik ikramiyesi 126 bin TL olarak belirlenen koşuyu Hülya Yıldırım'ın sahibi olduğu Yıldırımbey isimli safkan, jokeyi Halis Karataş ile kazandı.

Koşu sonrası düzenlenen törende, koşuyu kazanan atın sahibine vekaleten Fırat Yıldırım'a kupasını, Koç Holding Yönetim

Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı Başkanı Semahat Arsel verdi. Türkiye Jokey Kulübü Başkanı Yasin Kadri Ekinci de, kulübe katkılarından dolayı Koç Ailesi'ne teşekkürlerini sunarken, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi Semahat Arsel'e minyatür bir tablo hediye etti.

VEHBI KOÇ AT SPORUNA MERAKLIYDI

Kız kardeşi Zehra Kütükçü'nün eşi Halim Bey'in, çok genç yaşta vefat etmesi üzerine Viyana'da ünlü doktor Epinger'e muayene olan Vehbi Koç'a açık havanın ve spor yapmanın iyi geleceği söylendi. Bunun üzerine at sporuna başlayan Vehbi Koç, kısa sürede bu sporun faydasını görünce Misket ve Kamelya isimli atlarıyla uzun süre bu sporla yakından ilgilendi. 1951 yılında Türkiye Jokey Kulübü Asli Üyesi seçilen Vehbi Koç, 1961 yılında Türkiye Jokey Kulübü Başkanlığı yaptı. Vehbi Koç, Türkiye Yarış Atı Yetiştiricileri ve Sahipleri Derneği'nin de kurucu üyesiydi.

Vehbi Koç Koşusu, ilk kez 1996 yılında 3 yaşlı Arap safkanlarına mahsus olarak düzenlendi. 1997 yılında 3 yaşlı İngiliz safkanları ile koşulan yarış, 1999 yılından itibaren 3 ve yukarı yaşlı İngiliz safkanlarına açıldı. 2003 yılına dek 2000 metre kum pist üzerinde koşulan yarış 2004 yılında 2100 metre çim piste alındı ve 2008'den itibaren 1600 metre çim pistte düzenlenmeye başladı.



Koşuyu kazanan atın sahibine kupasını, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyesi ve Vehbi Koç Vakfı Başkanı Semahat Arsel verdi.





KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NDE 22. MEZUNİYET SEVİNCİ

KOÇ ÜNİVERSİTESİ'NİN MEZUNİYET TÖRENİNDE KONUŞAN MÜTEVELLİ HEYETİ BAŞKANI ÖMER M. KOÇ, MEZUNLARA SESLENEREK, "LÂİK CUMHURİYETİN İLKE VE KAZANIMLARINA SAHİP ÇIKMANIZI ÜMİT EDİYORUZ" DEDİ. AKADEMİK ÖZGÜRLÜĞÜN ÖNEMİNE DİKKAT ÇEKEN ÖMER M. KOÇ, MEZUNLARDAN SORGULAYAN, ARAŞTIRAN, KENDİNE GÜVENEN, LİDER VE GİRİŞİMCİ BİREYLER OLMALARINI İSTEDİ. TÖRENDE COCA COLA CEO'SU MUHTAR KENT'E FAHRİ DOKTORA UNVANI VERİLDİ.

Koç Üniversitesi 2015-2016 akademik eğitim ve öğretim dönemi lisans ve lisansüstü eğitimini başarıyla tamamlayan 1030 öğrenci, düzenlenen törenle diplomalarını aldı. Rumelifeneri Kampüsü'nde gerçekleştirilen törende, Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Koç Holding Yönetim Kurulu ve Koç Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Ömer M. Koç, Koç Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Umrın İnan ve Coca Cola Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO'su Muhtar Kent birer konuşma yaptılar.

Koç Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı görevini Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç'a devreden Rahmi M. Koç, törende veda konuşması yaptı. Rahmi M. Koç, "23 sene Koç Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı yaptıktan sonra, Ocak 2016 tarihi itibarıyla bu görevi Ömer M. Koç'a devrettim. Bu zaman zarfında, kurucu rektörümüz dâhil, dört rektörle çalıştım. Üniversitemizi bir yerden aldık, bir yere getirdik. Üniversitemiz gerek yurt içinde gerekse yurt dışında saygınlığı olan bir kurum haline geldi. Bayrağı devralan Ömer M. Koç'un, üniversitemizi daha da ileri götüreceğinden eminim. Mezunlarımızı can-ı gönülden tebrik eder, bundan sonraki hayatlarında başarılar dilerim" dedi. "Bugün burada sizlere veda etmek istiyorum" sözleriyle konuşmasını tamamlayan Rahmi M. Koç'a üniversitenin 2016 mezunları, tek tek imzaladıkları kendisinin büyük boy bir fotoğrafını hediye ettiler.

ÖMER M. KOÇ: “ÇAĞDAŞ, DEMOKRATİK, LAİK, PARLAK GENÇLER OLARAK MEMLEKETİNİZ İÇİN YAPABİLECEĞİNİZ PEK ÇOK ŞEY VAR”

Mütevelli Heyeti Başkanı olarak öğrencilere ilk kez hitap etmekten duyduğu heyecan ve mutluluğu dile getiren Ömer M. Koç, mezunlara zorluklardan ve çok çalışmaktan korkmalarını tavsiyesinde bulundu. Ömer M. Koç, konuşmasını şu sözlerle sürdürdü: “Çağdaş, demokratik, laik, kendini bilen, kendine inanan ve güvenen parlak gençler olarak; memleketiniz için yapabileceğiniz pek çok şey var. Hayatınızın her döneminde öğrenmeye ve kendinizi geliştirmeye gayret edin. Hedefleriniz doğrultusunda azimle, yılmadan çalışmak en önemli şiarınız olsun!”

Mezunlardan, Büyük Önder Atatürk’ün “Çalışmadan, yorulmadan, üretmeden rahat yaşamak isteyen toplumlar; önce haysiyetlerini, sonra hürriyetlerini ve daha sonra da istiklal ve istikballerini kaybetmeye mahkûmdurlar” sözünü hiçbir zaman akıllarından çıkarmamalarını isteyen Ömer M. Koç’un bu sözleri, törene katılanlardan büyük alkış aldı. Koç, konuşmasında şunları dile getirdi: “Sizleri yarının liderleri arasında görmek uluslararası mecralarda başarılarınızı iştirmek ve yurttaşlık bilinci gelişmiş bireyler olarak memleketimizin çağdaşlaşmasına katkıda bulunduğunuzu bilmek aileleriniz ve üniversitemiz için en büyük gurur ve memnuniyet kaynağı olacaktır.”

Öğrenimine yurt dışında devam edecek olanlara da seslenen Ömer M. Koç, onlardan er ya da geç memleketlerine dönüp edindikleri farklı donanım, deneyim ve birikimi ülke yararına kullanmalarını istedi. Mezunlara bu yıl sağlık alanında Vehbi Koç Ödülü’nü alan Prof. Dr. Kamil Uğurbil’in “fikir özgürlüğü olmadan, bilim tam anlamıyla gelişemez” sözünü hatırlatan Ömer M. Koç, şu görüşleri dile getirdi: “Bu nedenle akademik özgürlük çok önemli. Çevresindeki sorunlara duyarlı, sorgulayan, araştıran, kendine güvenen, lider ve girişimci bireyler olarak; toplumumuza örnek olacağınıza ve Türkiye’nin geleceğini aydınlatacağınıza eminim. Dünya korkunç bir hızla değişiyor. Siz de bu değişime ayak uydurmak için bilgi ve becerilerinizi mütemediyen arttırmaya gayret edin. Tutkuyla inandığınız değerler uğruna mücadele etmekten kaçınmayın. Çalışmadan başarmanın hiçbir yolu yok. Kolay elde edilen şeylerin de pek kıymeti olmuyor. Bundan sonra da öğrenme arzunuz daim, başınız dik, yolunuz açık olsun...”



PROF. DR. UMRHAN İNAN: “BAŞARI HIRSINA KAPILIP MESLEĞE ODAKLI KALMAYIN”

Konuşmasında öğrencilere tavsiyelerde bulunan Prof. Dr. İnan: “Siz yarının sahipleri ve ülkemizin geleceğinin ta kendisisiniz... Bundan sonraki yaşamınızda da sanat, kültür ve sporu ihmal etmeyin ve sakın başarı hirsına kapılıp sadece mesleğe odaklı kalmayın. Günün sonunda önemli olanın yaptığınız her işte dokunduğunuz ve etkilediğiniz insanlar olduğunu unutmayın...” dedi.

COCA COLA CEO'SU MUHTAR KENT'E FAHRİ DOKTORA VERİLDİ

Törende Coca Cola’nın Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO’su Muhtar Kent’e fahri doktora unvanı verildi. Muhtar Kent, törenin ardından mezunlara şu tavsiyelerde bulundu: “Eğitimin önemini küçümsemeyin. İnsan ilişkilerine önem verin. Aktif ve esnek olun. Hiçbir zaman yalnız yemek yemeyin. Her zaman yeni insanlarla tanışmaya ve onlardan yeni bir şeyler öğrenmeye açık olun. Mütevazı olun. Kendi çantanızı her zaman kendiniz taşıyın, hem gerçekte hem mecazen. Sizi her gün azimle kaldıracak ve güne başlatacak tutkunuzu bulun. Her gün yeni bir şeyler öğrenin! Büyümeye devam edin. Gönüllü olarak, çalışarak başkalarının hayatlarına dokununuz. Yardıma muhtaç insanların ihtiyaçlarının giderilmesinde bir rol oynayın. Akıllı riskler almaktan korkmayın. Bana hayatımda en çok başarısızlıklarım yol göstermiştir, başarısız olmaktan korkmayın.”

Koç Üniversitesi’nden birincilikle mezun olan Oğuzhan Çelebi ise yaptığı konuşmada Koç Üniversitesi’ndeki eğitim anlayışının, öğrencinin hayata ilişkin hedeflerine karar vermesinde ve bu hedeflere ulaşmasında büyük bir rol oynadığını ifade etti. Tören, mezun öğrencilerin keplerini havaya fırlatmalarıyla sona erdi.



Muhtar Kent’e Fahri Doktora belgesini Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı ve Koç Üniversitesi Mütevelli Heyeti Başkanı Ömer M. Koç takdim etti.



76
program

22 lisans, 29 yüksek lisans ve 25 doktora programı



73
yüzde

Burslu lisans öğrencisi oranı



6 bin 350

Üniversitedeki toplam öğrenci sayısı



11
bin

Lisans ve yüksek lisans mezunlarının yaklaşık sayısı

ÇEVRE GÜNÜ ETKİNLİĞİ'NİN GÜNDEMİNDE 'EKO-İNOVASYON' VARDI

KOÇ TOPLULUĞU ÇEVRE
KURULU TARAFINDAN
ORGANİZE EDİLEN ÇEVRE
GÜNÜ ETKİNLİĞİ'NDE
GELECEĞİN ÖNEMLİ
TRENDLERİ PAYLAŞILDI.



Koç Holding, artık geleneksel hale getirdiği ve bu yıl üçüncü kez düzenlediği, Çevre Günü Etkinliği'ni gerçekleştirdi. Çevre Kurulu tarafından organize edilen etkinliğin bu yılki teması Topluluk inovasyon stratejisinin de bir parçası olan 'Eko-İnovasyon' olarak belirlendi. Etkinliğe Koç Topluluğu yöneticileri katılırken Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu etkinliğin başında bir konuşma gerçekleştirdi. Etkinliğin sunuculuğunu üstlenen Gazeteci Güven İslamoğlu, toplantıyı Türkiye'den ve dünyadan çevre konusundaki örneklerle renklendirirken, Stratejik Danışman Jim Hartzfeld, S360 Sürdürülebilirlik Kurucu Ortağı ve Genel Müdürü Kerem Okumuş ve CNN Türk Ekonomi Müdürü Emin Çapa katılımcılar için çarpıcı bir o kadar da bilgilendirici birer konuşma yaptılar.

LEVENT ÇAKIROĞLU: "EKO-İNOVASYON, İŞ DÜNYASI VE BİLİMSEL ARAŞTIRMALAR ARASIN- DA KÖPRÜ KURMAYI HEDEFLİYOR"

Çevre Günü Etkinliği'nin açılış konuşmasını yapan Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu konuşmasına Koç Topluluğu'nun sürdürülebilirlik anlayışını stratejileri ile taahhüt ettiğini ve Holding stratejisinin en

önemli yapı taşının inovasyon olduğunu belirterek başladı. Levent Çakıroğlu: "Hatırlarsanız, ilk toplantılarımızda 'Sürekli inovasyon konuşacağız' demiştik. Nitekim her fırsatta sözü inovasyona getiriyorum. İnovasyonu sadece yeni ürünlerle sınırlandırmadığımızı; tüm süreçlerimizde verimlilik, ilave katma değer veya rekabetçi avantaj yaratacak yeniliklere odaklanmamız gerektiğini ifade ediyorum. Yenilikçiliği destekleyecek iklimin ve kültürün önemine vurgu yapıyorum" dedi.

Konuşmasının devamında ise "Eko-İnovasyon" kavramına değinen Çakıroğlu, bu temanın tüm dünya için önemine dikkat çekti. Çakıroğlu: "Avrupa Konseyi 2008 yılında başlattığı Eko-İnovasyon inisiyatifi ile iş dünyası ve bilimsel araştırmalar arasında köprü kurmayı hedefliyor. Amaç çevreci ürün, hizmet ve süreçlerin geliştirilmesi suretiyle doğal kaynakların etkin kullanılması, karbon emisyonu ve diğer çevresel etkilerin azaltılması, aynı zamanda da küresel büyümenin desteklenmesi. Paris İklim Konferansı'nda alınan kararlar ve Birleşmiş Milletler 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri gibi çevre konusunda önemli konuların tartışıldığı bu dönemde, bugünkü toplantımızın temasını son dere-

ce isabetli buluyorum" şeklinde konuştu. Topluluk şirketlerinin halihazırda ürünlerin tasarımından üretim, kullanım ve geri kazanıma kadar tüm aşamalarındaki çevresel etkiyi dikkate aldığına vurgu yapan Çakıroğlu: "İş süreçlerimizde de aynı yaklaşımla daha verimli kaynak kullanımına odaklanıyoruz. Böylelikle hem ürünlerin, hem de iş süreçlerimizin maliyetlerini azaltarak rekabet avantajı sağlıyoruz. Daha önemlisi ise kullanıcı açısından daha az enerji ve su kullanan, çevresel etkileri azaltılmış, daha cazip ürün ve hizmetlerle fark yaratıyoruz. Bu noktada sizlerden, bu alandaki iddiamızı daha da güçlendirecek şekilde; şirketlerimiz arasında tecrübenin ve en iyi uygulamaların etkin bir şekilde paylaşımını desteklemenizi bekliyorum. Bunun için Çevre Kurulumuzu ana platform olarak kullanabiliriz" dedi.

JIM HARTZFELD: "İNOVASYON SEKTÖRLERE PEK ÇOK YENİLİK GETİRİYOR"

Levent Çakıroğlu'nun ardından sunumuna başlayan Stratejik Danışman Jim Hartzfeld, konuşması sırasında Eko-İnovasyon alanındaki 20 yıllık geçmiş boyunca yenilenebilirlik ve inovasyon konularının nasıl bir araya geldiğine



Stratejik Danışman Jim Hartzfeld, deneyimlerini dinleyicilerle paylaştı.

dair deneyimlerini dinleyicilerle paylaştı. Sürdürülebilirliğin zaman içerisinde toplumsal ve iş dünyasının değerlerinin yol gösterici faktörü haline geldiğine vurgu yapan Hartzfeld, son zamanlarda önem kazanan bir olgu olarak doğadan esinlenerek yapılan inovasyonların sektör yenilikleri açısından önemine değindi. Parça halı üreten Interface şirketinde branding sorumlusu olarak görev yaptığı 90'lı yılların başında bir müşterinin şirketin üretim modelinin yeteri kadar çevre dostu olmadığı şikayeti üzerine bu alanda çalışmalara başladığını anlatan Hartzfeld, şirketin 7 adımlı bir strateji geliştirdiğini belirtti. Bu stratejiler ışığında yapılan uygulamalar ile sektöründe ilk çevre dostu üretim modeli geliştiren şirket olmalarındaki payını dinleyenlerle paylaştı.

KEREM OKUMUŞ: “EKO-İNOVASYON GELECEĞİ KURTARACAK EN ÖNEMLİ ARAÇ”

Kerem Okumuş, sürdürülebilirlik konusunda ‘Eko-Inovasyon kavramının ne denli önemli olduğunu aktaran bir konuşma gerçekleştirdi. Bundan 20 yıl önce ilk kez kullanılan bu kelimenin bugüne gelindiğinde hem dünyada hem de Türkiye’de mega trend haline geldiğini söyleyen Kerem Okumuş, bu kavramın kullanılması ve bu alana yatırım yapılmasının tetiklenmesi gerektiğini kaydetti.

1950’li yıllardan itibaren tüm dünyada her alanda hızlı bir artış olduğunu kaydeden Okumuş, bu hızlı tüketime beraberinde birtakım riskler taşıdığının da altını çizdi. Tü-

ketimin her alanda yok oluşa sebep olması için Eko-Inovasyonun şart olduğunu belirten Okumuş, bunun temel sebebinin iklim değişikliği olduğuna vurgu yaptı.

Yaklaşık 3 yıldır Dünya Bankası’nda görev aldığını söyleyen Kerem Okumuş: “Dünya Bankası’nda çalışmalarım sırasında iklim değişikliği konusunda ciddi çalışmaların içerisinde yer aldım. İklim değişikliği nedeniyle çok sayıda dramatik gelişmeye tanıklık ettim. Öyle ki Türkiye’de salınan karbon, Güney Afrika’daki bir çocuğun yaşamını yitirmesine sebep olabiliyor. Sularımızı kaybediyoruz, tarım arazilerini yok ediyoruz. Buna hızlıca önlem alınması gerekiyor” dedi. Kendini



S360 Kurucu Ortağı Kerem Okumuş, ‘Eko-Inovasyon’ kavramının önemini aktardı.

gelecekte de var etmek isteyen şirketlerin bu alana odaklanması, gelişmeleri takip etmesi ve yarını bugünden görmesi gerektiğini söyleyen Okumuş: “Yatırımcılar artık sadece finansal performansa bakmıyorlar. Elbette finansal performans geçmişi okumak noktasında önemli ama daha da önemlisi yatırım yapılacak şirketlerin geleceğine bakmak. Bu yüzden yatırımcılar sürdürülebilirlik kavramına odaklanan, bu alanda çalışmalar gerçekleştiren kısaca geleceği şimdiden kurgulayan şirketlere yatırım yapmayı tercih ediyorlar” şeklinde konuştu.

EMİN ÇAPA: “DÜNYA GELECEĞE HAZIR OLMAYANLARIN BAŞINA YIKILACAK”

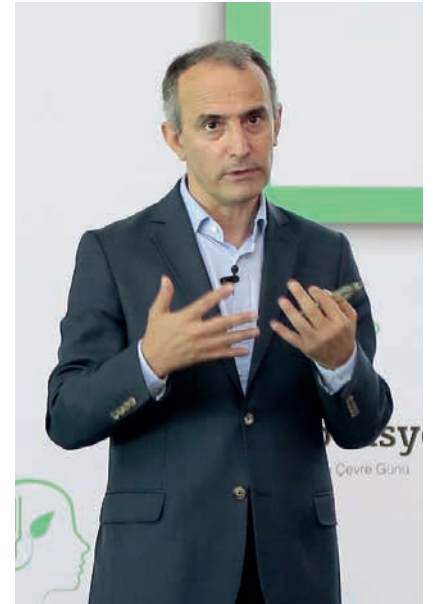
Kerem Okumuş’un ardından sunum yapan CNN Türk Ekonomi Müdürü Emin Çapa, bilim ve teknoloji odaklı gelişmelerin önemine değinen bir sunum gerçekleştirdi.

Çapa ise konuşmasına ekonomideki güç kaymasına dikkat çekerek başladı. Yeni dönemde ekonomin batıdan doğuya kaydığını ve bu gelişmeleri tetikleyen şeyin bilim ve teknoloji olduğunu kaydeden Emin Çapa, maalesef ülke olarak bu gelişmeleri kaçırdığımızı belirtti.

Yeni çağın en büyük gelişmesinin bilim kaynaklı doğan yeni teknoloji olduğuna değinen Çapa, artık sıradan insanların üretime katılacakları dönemi geride bıraktığımızı söyledi.

Bilim ve akıl patlaması çağında eğitimin çok büyük önem taşıdığını belirten Çapa, özellikle bu dönemde eğitim gören gençlerle bir önceki kuşak arasında büyük bir fark olacağını ve bu farka herkesin özellikle de şirketlerin hazırlıklı olması gerektiğine dikkat çekti.

Konuşmasında “Yıkıcı Inovasyon” konusundan da bahseden ve bu kavramın oldukça önemli olduğunu söyleyen Çapa, Netflix ve Uber örnekleri üzerinden kavramı aktarırken, katılımcılara “Bu gelişmelerin çok uzağınızda gerçekleştiğini düşünmeyin, bu gelişmelerin her biri yakın zamanda sizin de kapınızı çalacak ve güvenli olduğunu sandığınız yerleri işgal etmeye başlayacak. Bu nedenle geleceğe hazırlanmak büyük bir önem taşıyor” şeklinde konuştu.



CNN Türk Ekonomi Müdürü Emin Çapa, bilim ve teknoloji odaklı gelişmelerin önemine değinen bir sunum gerçekleştirdi.

1926'DAN BUGÜNE...

1928

Vehbi Koç, Ford ile ilk acentelik anlaşmasını yaptı. Bu anlaşma ile Ankara, Çankırı ve Polatlı'da satış bayiliğini aldı. Bu acentelik daha sonra gelişen otomotiv işlerinin de başlangıcı oldu.



1926

Vehbi Koç babasından devraldığı dükkanını 31 Mayıs tarihinde Ankara Ticaret Odası'na "Koçzade Ahmet Vehbi" ismi ile kaydetti.

1932

Ankara Numune Hastanesi inşasına başlandı. Hastane, Cumhuriyet'in 10.yıl kutlamalarında, 1933 yılında teslim edildi.

1938

Çalışanlarını kâra ortak eden ilk Türk anonim şirketi, Koç Ticaret Türk A.Ş. kuruldu.



1959

Türk beyaz eşya sektörüne ilk adımı atan Arçelik, ilk çamaşır makinesini üretti.



1961

Enerji sektöründe faaliyet gösteren ilk Koç Topluluğu şirketi olan Aygaz kuruldu.

1968

Tofaş Türk A.Ş. Otomobil Fabrikası kuruldu.

1999

Koç İlköğretim Okulları, Vehbi Koç Vakfı tarafından Türkiye'nin değişik bölgelerinde inşa ettirildi ve "Yap, Devret, Sahip Çık" ilkesi benimsenerek Milli Eğitim Bakanlığı'na devredildi.



2014

Başta motorin olmak üzere, ithal edilen katma değerli ürünlerdeki yerli üretimi artıracak olan Tüpraş Fuel Oil Dönüşüm Projesi hayata geçirildi.

90 yıl boyunca yaptıklarımızı tek sayfaya sığdıramazdık.
Devamı için;

<http://goyil.koc.com.tr/>



DETAY

18-30

18

RÖPORTAJ

Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün: “Ford Trucks, Yeni Vizyonumuzun En Önemli Aksiyonu”

22

RÖPORTAJ

Henry Mason ile Trendleri İzlemek Üzerine

26

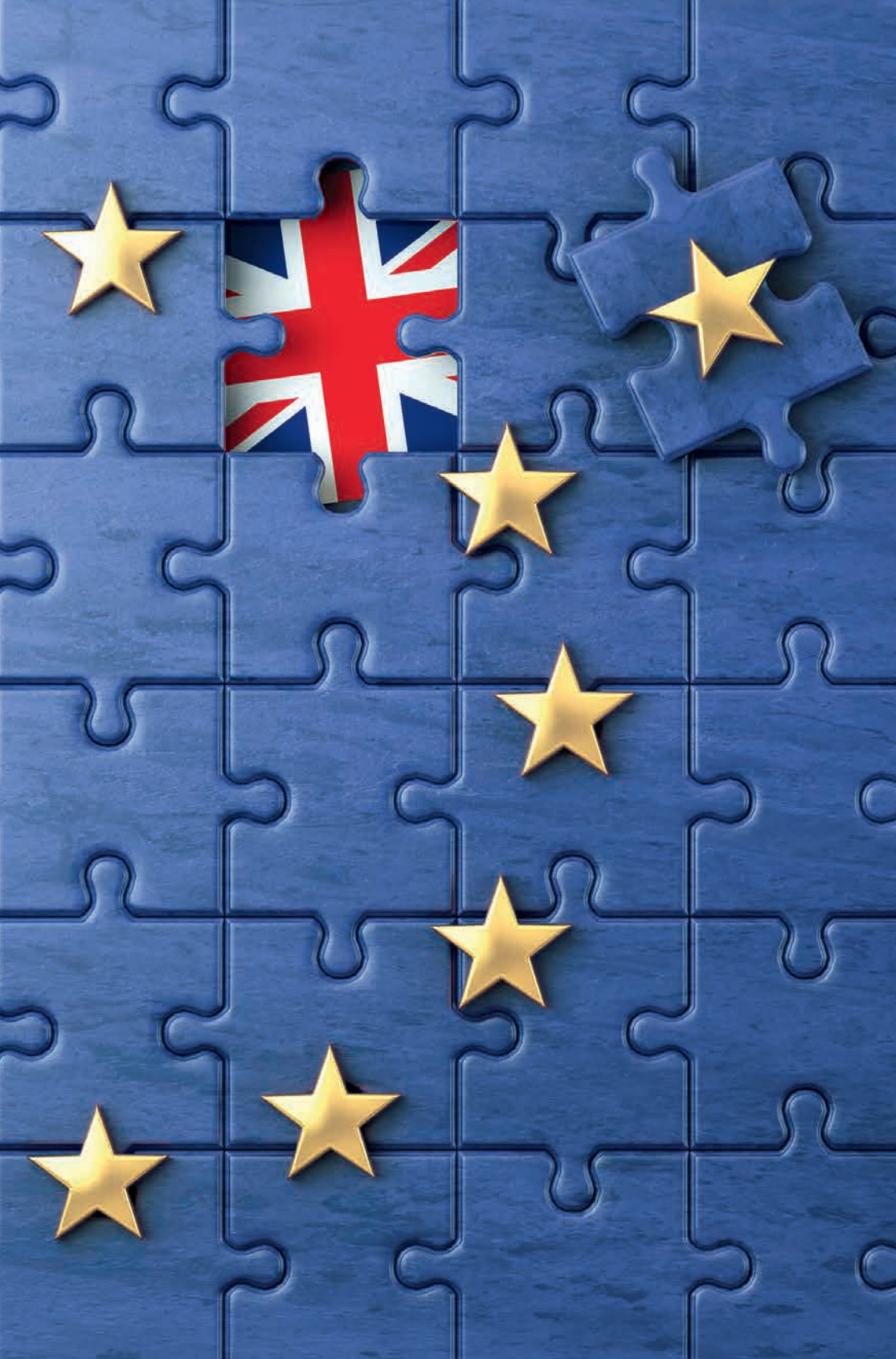
ANALİZ

Birleşik Krallık Avrupa Birliği'ne Neden Hayır Dedi?

27

RÖPORTAJ

TÜSİAD Uluslararası Koordinatörü Dr. Bahadır Kaleağası: “Çok Çemberli Avrupa'ya Evrim Hızlanıyor”



“FORD TRUCKS, YENİ VİZYONUMUZUN EN ÖNEMLİ AKSİYONU”

ŞİRKETİN GLOBAL BÜYÜME STRATEJİSİNDE FORD TRUCKS'IN KRİTİK BİR ÖNEMİ BULUNDUĞUNU BELİRTEN FORD OTOSAN GENEL MÜDÜRÜ HAYDAR YENİGÜN, “VİZYONUMUZU ‘EN ÇOK TERCİH EDİLEN SANAYİ ŞİRKETİ’ OLARAK YENİLEDİK. BU VİZYONA HİZMET EDECEK EN ÖNEMLİ AKSİYONLARIMIZDAN BİR TANESİ DE FORD TRUCKS İŞİMİZ” DEDİ.

► Cenk Sarıoğlu

Ford Otosan, Ford Trucks markasını “Her Yükte Birlikte” sloganı ile yeniden lanse etti. Lansmanın ardından da Ecotorq motorları ile donatılmış yeni nesil Ford Trucks kamyon ve çekicilerini pazara sundu. Yeni nesil kamyon ve çekiciler, 2010

yılında imzalanan Global Kamyon Anlaşması sonrasında ağır ticari araçlar ve dizel motorlar için mühendislik merkezi konumuna gelen Ford Otosan'ın büyüme stratejisinde önemli yer tutuyor. Yeni nesil Ford Trucks kamyon ve çekicilerinin geliştirme sürecini, yeni sloganı ve gelecek stratejilerini Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün ile konuştuk.

2010 yılında imzalanan Global Kamyon Anlaşması'nın bugün ulaşılan seviyedeki anlamı ve önemini anlatır mısınız? Bu anlaşma sonrası ne gibi adımlar atıldı?

Ford Motor Company çok önceki dönemlerde esasında bir kamyon üreticisiydi. 1982-83 yıllarında bu işten çıkmaya karar verdi ve Avrupa operasyonlarını Iveco'ya, Amerika operasyonlarını Freightliner'a sattı. Dolayısıyla bizim de esasında kamyon üretimini bitirmemiz beklenirken, o tarihteki yöneticilerimiz çok doğru bir karar verip Ford ile bir mutabakata vardılar ve kamyon işinin Türkiye'de devam etmesini sağladılar.

1997 yılındaki ortaklık anlaşmamızdan sonra da bu işleri ciddi bir şekilde sürdürdük. 2000 yılının başları itibarıyla yeni kamyon ve yeni motorlarını ürettik ve belli bir seviyeye kadar geliştirdik. O kadar kuvvetli bir şekilde geliştirdik ki Ford'un dikkatini çekti. Yönetim kurulumuz ve Koç Ailesi'nin yönlendirmeleriyle kamyon işimizi daha da büyütüp ülke dışında da bir değer haline getirme isteğimizi Ford ile paylaştık. Nihayetinde, 2010 yılında varılan mutabakat ile tespit edilen Global Cargo Anlaşması, şirketimiz için çok önemli bir kapı açtı. Anlaşma ile 59 ülkede bayilik atama, satışlara yön verme, servis ağını kurma hakkını elde ettik.

Anlaşmanın, gelişmemiz açısından çok büyük bir önemi olduğu açık. Ford ticari ürünlerini üretip Ford Avrupa'ya satan bir kurulu düzenimiz var. Bu düzenin içinde kamyon en iyi bildiğimiz konulardan biri. Bize ciro artışı, yani şirketimizi büyütme; farklı bir marka ile Avrupa'ya, Afrika'ya, Rusya'ya açılma imkanı sağladı. 2010-11 yılından beri ettiklerimizi artık yavaş yavaş toplamaya başladığımız bir dönemdeyiz ve bu ciro ve kâr artışlarını önümüzdeki dönemlerde göreceğiz.

Ford Trucks markanızı "Her Yükte Birlikte" sloganı ile yeniden lanse ettiniz. Yeni sloganın hikayesini bizimle paylaşabilir misiniz?

Slogandan önce marka çalışmamızdan bahsetmekte fayda var. Bugüne kadar Cargo ismiyle anılan Ford kamyonları, artık müşterinin her işine hizmet eden ve büyük bir spektruma yayılmış model gamıyla hizmet verecek. Ürün gamımızın çok çeşitlenmesinden dolayı o isim artık bizi taşı-



maya yeterli gelmeyince Ford Otosan'ın tarihinde ilk defa bir marka çalışması yaptık. Arkadaşlar mükemmel bir çalışma organize ettiler. Önce piyasa araştırması yapıldı. Markamızın insanların yaşam tarzlarında, iş hayatlarında nasıl bir yeri olduğunu araştırdık. Sonra bir başka şirket ile bu çalışmayı nasıl işimize yönlendirebileceğimize baktık. Esas işin omurgasını ise Idea Bakery ile yaptığımız marka çalışması oluşturdu. Yani artık Cargo yerine daha fazla Ford Trucks adının globalde öne çıkarılması gündeme geldi. Eskiden "kamyonculuk" denen faaliyetin artık birçok ihtiyaca hizmet eden bir iş kolu haline gelmesi, uzun taşımacılıktan tutun çöp kamyonları gibi şehir içinde çalışan kamyonlara kadar geniş bir spektruma yerleşmesi nedeniyle Ford Trucks adını oluşturduk. Markamızın ne şekilde yayılacağını da oradan çıkan çalışmalar belirledi. En önemlisi de esasında bizim bir sloganımız olması gerekiyordu. Bizim iki tane önemli müşteri grubumuz var, doğrudan kamyonu kullanan şoförler ve yeni girmeye başladığımız büyük filo işletmecileri. Hem girişimciye hem de şoförlere hizmet edecek bir marka oluşturmamız gerekiyordu. "Her yükte birlikte" bu anlamda çok değerli bir slogan olarak ortaya çıktı. Dikkat ederseniz hem şoföre hem işletmecilere çok net bir mesaj veriyor: Biz sizin arkanızdayız, sizinle birlikteyiz. Çok heyecan verici bir çalışma yaptık ve ortaya çıkan şey de sonunda gerçekten bizi heyecanlandığı kadar müşterilerimiz, bayilerimiz ve bütün camia tarafından da çok çok olumlu karşılandı.

Bayilerin tepkileri gerçekten çok önemli. Bayi toplantısında da yakından gözleme şansınız oldu. Nasıl tepkilerle karşılaştınız?
Bunu tek başınıza yaratamazsınız, birlikte yapmanız lazım. Bu dönemde bayileri de işin

YENİ FORD TRUCKS SERİSİ NASIL GELİŞTİRİLDİ?

- Ecotorq ve 2016 model Ford Trucks geliştirme çalışmaları için 150 milyon Euro yatırım yapıldı.
- 750 mühendis, 4 yıl süresince çalıştı.
- 8 farklı bölgede, 2 milyon km'nin üzerinde test sürüşü yapıldı.



Ford Otosan Genel Müdürü Haydar Yenigün, 2016'da en önemli atılımı Doğu Avrupa'da yapacaklarını anlattı.

içine çektik. Müşterimiz bizden ne bekliyor ve ön önemlisi de ileride ne bekleyecek? Sadece bugün değil bundan beş yıl, on yıl sonra bu iş nereye gidecek? Bu çalışma sonucunda Türkiye içindeki yapılanmamızı da değiştirdik. Yeni binalarımız, plazalarımız, servis istasyonlarımız kuruldu. Beni en çok sevindiren şeylerden biri de lansmanda bu gelişmeleri bayilerimizle paylaştığımız zaman; bütün bayilerin gözleri parlıyordu. Hepsi gerçekten çok net bir şekilde kabul ettiler bunu. Çünkü siz marka olarak ne yaparsanız yapın, bunu genele yayacak olan bayilerimiz. Müşteri ile doğrudan temas eden servisteki işçilerimiz, doğrudan müşteriye aracı tanıtan satış temsilcilerimiz. Onların gözlerindeki ışıltı, gelecekte çok başarılı olacağımızı anlatıyor bize.

Yeni marka sloganının iletişim kampanyası kapsamında etkileyici bir reklam filmi çektiniz. Filmin başrol oyuncusu gerçek bir kamyon sürücüsü ve filmde gerçek ailesiyle rol alıyor. Neden gerçek bir kamyon sürücüsü seçildi?

Idea Bakery bize bütün bu çatıyı kurduktan sonra nasıl bir reklam politikası geliştirmek gerektiğini konuştuk. İlk günden beri hepimiz aynı şeyi söylüyorduk: Bizim sıcak bir reklam yapmamız lazım. Hitap etmek istediğimiz gruba temas eden bir şey yapmamız gerekliydi. Bu konuda bize gelen tavsiyelerin başında gerçek insanlarla çalışma fikri yer alıyordu. Transit reklamlarımızda zaten bu tür yaklaşımımız vardı. Kamyonu kullanan şoför arkadaşımız gerçekten bu işi yapıyor, herhangi bir cast ajansından bulunmuş değil. Reklamın içinde birlikte çay içtiği arkadaşları da aynı şekilde şoför camiasından. Bence mükemmel bir reklam oldu. Bunu bayilerden ve müşterilerden aldığımız geri bildirimlerden, sosyal medyadaki paylaşımlardan gördük.

Bu yeni slogan ve yeni reklam filminin asıl ortaya çıkış nedeni tabii ki yeni Ford Trucks serisi... Yeni serinin ürün geliştirme süreci ve özellikleri hakkında bilgi verebilir misiniz?

Ürün zaten DNA olarak çok kuvvetli ve piyasada kabul görmüş bir ürün. Şu anda içinde bulunduğumuz araştırma geliştirme merkezimizde çalışan 1.500 mühendisimizin 600'ü sadece Cargo için çalışıyor. Bu genç ve tecrübeli mühendisler, başlarında çok tecrübeli bir yönetici ekibi ile birlikte 2011 yılından bu yana aracımızı, kabinimizin konforunu ve yeni motorumuzun verimini artırmak için çalıştılar. 2016 yılı başı itibarıyla çok önemli bir projemiz olan Ecotorq Euro 6 motorunun geliştirmesini tamamladık ve Ocak ayı itibarıyla da yeni kamyonlarımıza takmaya başladık. Yani 2016 model kamyonlarımızın tamamında Ecotorq motorumuz var. Müşterilerimizden çok olumlu geri bildirimler alıyoruz. İşte motoru bize kazandıran, buradaki Ar-Ge merkezimiz.

Ar-Ge'nin bize getirdiği şey ne? Birincisi, Türkiye'de hiçbir firmanın yapamayacağı bir şey yapıyoruz: Sıfırdan motor geliştirip üretiyoruz. Şase kısmını her türlü müşteri ihtiyacına dayanabilecek konforda ve kuvvette yapabiliyoruz ve bunun için herhangi bir yere gitmemize gerek yok; buradaki arkadaşlarımız yapıyor. Kabinin her gün daha konforlu olması, daha müşteriye yakın olması için çalışıyoruz. Müşterilerden dinlediğimiz ihtiyaçları Ar-Ge merkezimizde, ardından ürünü geliştirme ve hayata geçirme proseslerinden geçiriyoruz. Bizi rakiplerimizin önüne geçiren en önemli konu bu. Bugün 2016 model yılı olarak geldiği noktada kamyonumuz çok başarılı. Benim en beğenerek kullandığım ürünlerimizden bir tanesi.

Global Kamyon Anlaşması çerçevesinde 59 ülkede bayilik atama, satışlara yön verme, servis ağını kurma hakkını elde etmişsiniz. Bu 59 ülkedeki yapılanmanız hangi aşamada?

17 ülkede halihazırda faaliyetlerimiz devam ediyor. Arap Yarımadası'nda, Birleşik Arap Emirlikleri'nde, Umman'da, Suudi Arabistan'da, Katar'da Türkiye'de olduğu gibi bayilerimiz, servis istasyonlarımız, yedek parça faaliyetlerimiz var, oradaki distribütörler üzerinden. O ülkelerdeki en iyi distribütörleri seçiyoruz. Kuzey Afrika'da Fas'a girdik geçtiğimiz yıl. O zamanki Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanı şimdiki Milli Savunma Bakanı'mız Sayın Fikri Işık'ın katılımıyla da açılışını yaptığımız çok modern, çok büyük bir bayimiz var. Şu anda Tunus ve Cezayir devam ediyor. Mısır'da faaliyetleri-

**RAKAMLARLA
YENİ FORD
TRUCKS SERİSİ**

%100

Fikri ve Sınai
hakları %100
Ford Otosan'a ait

480 PS

Gücü 480 PS'e
kadar çıkabiliyor

2500 Nm

Tork değeri
2500 Nm'ye
ulaşabiliyor

%8,5

%8,5 oranında
yakıt tasarrufu

7 Kat

Frenleme
sistemi 7 kat
daha güçlü

%22

Dönüş açısı
%22 daha
iyileştirildi

%25

Bakım maliyetleri
25% oranında
azaltıldı

mize yavaş yavaş başlıyoruz. Rusya'da uzun zamandır varız, 2014 sonunda yerli üretime de başladık. Türkiye dışında ilk üretim tesisimizi Rusya'da, Kaliningrad'da kurmuş olduk. Onun dışında Türkmenistan, Azerbaycan buralarda bayilerimiz halihazırda devam ediyor.

Bu yılın en önemli haberi de artık yeni 2016 model yılı Euro 6 motorlu kamyonumuzla Doğu Avrupa'ya giriyoruz. Polonya'da ve Macaristan'da distribütörlerimizle mutabakata vardık, Eylül ayı gibi yeni plazalarımızı ve servis istasyonlarımızı açacağız. Aynı zamanda Hırvatistan, Romanya ve Bulgaristan'da da yine bu yıl içinde mutabakatlarımızı yapacağız. Yani 2016'nın üçüncü çeyreğinden 2017'nin üçüncü çeyreğine kadar geçen bir yıllık sürede, Doğu Avrupa'daki 16 ülkede yayılımımızı tamamlayacağız. Bu çok ciddi bir proje. Doğu Avrupa dediğiniz zaman sonuçta Avrupa Birliği ülkesi. Orada sattığınız kamyon İsveç'e de İspanya'ya da gidecek. Dolayısıyla oralarındaki servis organizasyonumuzu da kuruyoruz.

Özetle, Ford Trucks diye tabir ettiğimiz yeni işimiz, esasında bizim artık Türkiye sınırlarından çıkıp, bütün Avrupa'ya yayıldığımız büyük bir iş tarifi ve tabii ki bütün bunların sonunda ulaşmak istediğimiz bir hedef var. O da esasında yeni belirlediğimiz vizyon tarifimizde var. Ford Otosan bir sanayi şirketi olarak herkes tarafından, en çok tercih edilen marka olacak. Bu çok önemli bir cümle çünkü en çok tercih edilen ne demek, paydaşlarımız tarafından, imalatçılarımız tarafından, çalışanlarımız tarafından, müşterilerimiz tarafından, bayilerimiz tarafından en çok tercih edilen demek. Önemli bir cümle seçtiğimizin farkındayız. Bu vizyona hizmet edecek en önemli aksiyonlarımızdan bir tanesi de Ford Trucks işimiz.

Vizyondan bahsetmişken, önümüzdeki dönemde yeni atılımlarınız ne olacak? Global marka hedefi kapsamında ne gibi çalışmalar yapmayı planlıyorsunuz? Uzun vadeli geleceğe dönük stratejileriniz hakkında bilgi verebilir misiniz?

Kamyonumuzla ilgili önümüzdeki 2-3 yıl içerisinde devreye alacağımız yepyeni, global bir kamyonumuz var. Bu kamyonu yaparken, şu anda Çin'de Ford'un ortak olduğu, JMC adlı bir şirket var. Biz bu kamyonumuzun en önemli parçalarını daha şimdiden Çin'deki bu firmaya

lisansladık. Yani işi büyütme çalışmalarımızın bir parçası da, bugüne kadar yapmadığımız, bizim için yeni olan şey, sınai mülkiyet hakları Ford Otosan'a ait olan motor ve kamyonu Çin'deki bu şirkete lisansladık. Önümüzdeki dönemde üretime başlayacaklar. Orada satılan her bir Ford Trucks'tan biz lisans bedelini alacağız.

Bu Ford Otosan'ın geldiği aşamayı göstermesi açısından çok önemli. Ar-Ge'si burada yapıldı, bütün geliştirmeleri test merkezlerimizde yapıldı. Çin'deki aktiviteleri de buradan biz yönetiyoruz. Bizim arkadaşlarımız Çin'e gidiyor. Şu anda 11 arkadaşımız Çin'deki bu organizasyonda yönetici pozisyonunda kamyonumuzu devreye almak üzere görev alıyorlar. Hatta Çin'de yapılacak bayi organizasyonları, yeni bayi atamaları ve yeni pazarlama stratejilerini oluşturmak için de buradan bir grup arkadaşımız şu anda uzun dönemli yönetici olarak atandı. Bu 11 kişinin içinde oradan da dört kişi var. Bu dört kişi şu anda Çin'de bu işin nasıl yayılması gerektiğini Çin'deki arkadaşlarıyla birlikte yönetiyorlar. Bu da Ford Otosan'ın geldiği noktayı tarif etmesi açısından çok önemli.

Yeni Ford Trucks'ın bütün mühendislik ve geliştirme hizmetleri buradaki az önce bahsettiğim 600 mühendisimiz tarafından yapılıyor. O 600 mühendisten her biri göğsünü gere gere dolaşıyor çünkü üretilen kamyonların kimisi şasesini, kimisi motorunu kimisi gövdesini tasarlıyor.

“Ford Otosan'ın Türkiye'nin en değerli ve en çok tercih edilen sanayi şirketi olma yolundaki en önemli hamlesi Ford Trucks”





HENRY MASON İLE TRENDLERİ İZLEMEK ÜZERİNE

TOFAŞ'IN DAVETLİSİ OLARAK TÜRKİYE'YE GELEN TRENDWATCHING'İN GENEL MÜDÜRÜ HENRY MASON, TÜM DÜNYADA OLDUĞU GİBİ TÜRK İŞ DÜNYASINDA DA TREND BELİRLEMENİN VE TRENDLERİ TAKİP ETMENİN BAŞARILI OLMAKTA BÜYÜK BİR ÖNEM TAŞIDIĞINI BELİRTİYOR.

► Max Erdemandı

Tofaş Müşteri Deneyimi Yöneticiliği tarafından küresel müşteri ve tüketici trendlerini ele almak ve bu trendleri hem otomotiv, hem Tofaş hem de Türk müşterisi için özelleştiren bir çalışma yapmak amacıyla İstanbul'a davet edilen dünya- ca ünlü trend firması TrendWatching'in Genel Müdürü Henry Mason ile trendleri takip etmek ve trendlerin gelecekte iş dünyasına nasıl yön vereceği üzerine bir sohbet gerçekleştirdik.

Tofaş'taki sunumunuz sırasında trendlerle ilgili bir aydınlanma anından bahsediyorsunuz. Önceki kariyerinizi bırakarak TrendWatching gibi bir oluşumun parçası olmanıza sebep olan "aydınlanma anı" sizin için ne olmuştu?

TrendWatching'den önce KPMG'nin stratejik, ticari ve finansal değerlendirme ekibinin saymanı olarak çalışıyordum. Ekonomik bir krizin ortasında olduğumuz bir dönemde aslında çok

da iyi bir sayman olmadığımı ve yaptığım işi pek de sevmediğimi fark ettim. Üniversitede politika ve uluslararası ilişkiler okudum ve finans alanında çalışmaya başlamamın asıl sebebi de okul bittikten sonra tam olarak ne yapmak istediğimi bilmememdi. Aslında kişisel hayatımda hep dünyanın nasıl çalıştığını anlamaya odaklanan biri oldum ve sanırım finans sektörü iş dünyasının nasıl işlediğini detaylı bir şekilde anlamama olanak sağladığı için çekici gelmişti. Bu sektördeki deneyimlerim de şimdiki işim için sağlam bir temel oluşturdu.

TrendWatching olarak ise bugün bulunduğu yere gelmek için epey dolambaçlı yollardan geçtik. Aslına bakarsak, içerik üretiminin bir değeri olduğuna inandığımız için böyle bir yol seçtik fakat başlarken tam olarak ne yaptığımızı ya da varlığına inandığımız bu değer ne kadar önemli olduğunu bilmiyorduk. Şansımız varmış ki içerik üretimi geniş kitleler arasında kısa sürede oldukça popüler bir olgu haline geldi ve biz de bunun etrafında bir iş kurabildik. Takımımızı uluslararası olarak büyütme kararı verdiğimizde aramıza Sao Paolo'dan Singapur'a dünyanın çeşitli yerlerinden çok sayıda trend tutkunu kattık. Onlardan Güney Amerika'nın, Asya'nın, Avrupa'nın trendlerini izlemelerini istedik. Onların buna cevabı "Peki ama bunu nasıl yapabiliriz?" oldu. Biz de kendi kendimize "Tabii ya, önce bunun standart bir yolunu bulmamız ve ardından geliştirmemiz lazım" dedik.

Bu sürece fazlasıyla içgüdüsel yaklaştık. Buna karşılık yine içgüdüsel bir şekilde bu trendleri okuyup, anlayıp, ne kadar değerli olduğunu kavrayan bir kitle yakaladık. Özellikle son birkaç yıldaki çalışmalarımız, konuyu tersine mühendislik yaklaşımıyla ele alarak yazdığımız kitapla zirveye ulaştı. Kitabı yazarken kendi kendimize: "Tamam, bu işi kurduk ve ürettiğimiz içerikleri okuyan, workshoplarımıza gelen ve sunumlar vermemiz için bizi etkinliklerine davet eden böylesine bir takipçi kitlesi oluşturduk. Ama bu noktada hedeflediğimiz temel kitle bu değil" dedik. Fark ettik ki, bu mevzu aslında çok daha kapsamlı. Hitap etmek istediğimiz insanlar, işleri sadece marketing olduğu için trendleri takip eden değil, aynı zamanda müşterilerin bir sonraki isteklerinin ne olabileceği üzerine yoğunlaşan ya da bunu anlamakla sorumlu olan herkeste... Dolayısıyla, daha çok mikro veri noktalarına odaklanarak müşterilerimize içinde bulundukları endüstrilerin durumu ve geleceğinin makro bir resmini keşfetmek adına oldukça güçlü bir keşif me yola aramaya başladık. En başta bahsettiğim o aydınlanma anı da, sunduğumuz hizmetin tam olarak ne olduğunu fark etmek oldu.

Müşteri davranışları günümüz iş dünyasına yön veren güçlerden birisi. Sizce markaların,

müşteri davranışlarını müşteriler bile farkında olmadan tahmin ederek, trendlerini oluşturabilmeleri mümkün mü?

TrendWatching olarak yaptığımız işin özüne ve yöntemine yönelik en büyük tartışmalarımızdan birisi bu konu. Bizim karşılaştığımız en büyük zorluklardan biri trendlerin nasıl tespit edilebildikleri konusunda yeniliklerin yön verdiği bir yaklaşımı yakalayabilmek. Çünkü trendlerin, gerçek dünyada halihazırda var olan şeylerin yenilikçi yollardan ele alınmasıyla ortaya çıktığını düşünüyoruz. Dolayısıyla sormamız gereken soru söz konusu şeylerin gerçekten tepkimeye açık olup olmadıkları. Yakın zamanda bu soru bizim de kafamızı çok kurcaladı. Hatta bir noktada gerçekçi olmak gerekirse galiba biz de trendleri herkes gibi geriden, ama çok daha hızlı takip ettiğimiz düşüncesine kapılmaya başladık. Gerçek anlamda yenilikçi, kimsenin aklından dahi geçmeyen icatlar oldukça nadir ortaya çıkıyor. Her ne kadar artık klişe bir örnek olsa da Steve Jobs'ın dahi trend takibinde oldukça zorlandığını biliyoruz. Apple ilk piyasaya çıktığında teknoloji sektöründe büyük değişimlere yol açan ürünün iPod ilk mp3 çalarlar değildi, iPhone da ilk akıllı telefon. Bu ürünler endüstri açısından tamamen dönüştürücü bir etki yaratsa da uzun bir süreç içerisinde gelişerek ortaya çıkan yeni yaklaşımların bir bütünüydü. Hatta bunu bir adım öteye götürürsek, trendleri iş modeline yedirmek isteyen kuruluşları yapmaya teşvik ettiğimiz ilk şey yenilikleri kopyalamak değil, aksine uyarlayarak kendine mal etmektir. Bir şeyi keşfeden ilk kişi olmasanız dahi kendi sektörünüze ya da marketinize bunu ilk tanıtan, ya da adapte eden kişi siz olabilirsiniz. Müşterilerimize sunduğumuz insight'ları onların en temel istek ve ihtiyaçlarına dayandırdığımız için bizim yaklaşımımız kolaylık sağlama ya da statü geliştirme başlıkları altında bu boşlukları doldurmayı mümkün kılıyor.

İşimizde kullandığımız üç ana model "müşteri ihtiyaçları", "değişim öncülleri" ve "yenilik". Yöntemimizin önemli bir noktası bu kavramlar arasındaki gerilim noktalarını bulmak. Söz konusu gerilim noktalarının herhangi bir pazarda halihazırda bulunan yeniliklerin müşteri istekleriyle olan ilişkisi sonucu ortaya çıktığına inanıyoruz. Bunu çok basit bir örnekle anlatayım: Uçağa binen bir yolcuya uçuş sırasında wi-fi kullanabileceği söyleniyor fakat uçuşun bir noktasında wi-fi kesilince yolcu büyük bir hayal kırıklığı yaşayarak şikayet etmeye başlıyor. Buna beklenti transferi diyoruz. Yolcu, tren, otobüs gibi toplu taşıma araçlarında internete bağlanmaya o kadar alışmış ki, internete bağlanabilmenin çok yeni bir gelişme olduğu uçağa da kesintisiz bağlantı bekliyor ve işler istediği gibi gitmeyince de hayal kırıklığı yaşıyor. Yolcunun tepkisi yolculuk deneyimleri ve o anki yeniliğin yarattığı gerilimin bir karışımı aslında. Gelecekteki beklentilerin tohumlarının bugünün deneyimleri tarafından atıldığına inanıyoruz. Bu beklentiler ve gerçekler arasında bir uyumsuzluk olduğunda kişi için bir çöküş olabiliyor.

HENRY MASON RÖPORTAJINDAN ÖNE ÇIKANLAR



DÜŞÜNÜYORUM!

Türkiye'deki iş dünyasının trendleri takip etmek ve onları pazara uygun hale getirmek konusunda oldukça başarılı olduklarını düşünüyorum.



İNANIYORUM!

Önümüzdeki dönemde trendlerin daha hızlı sürelerde değişim göstereceğine inanıyorum. Çünkü tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar hızlı bir şekilde yeni platform ve ürünler piyasaya sürülüyor.



EMİNİM!

Geleceğin şirketleri eğer değişimin hızını yavaşlatmaya çalışmaktan ziyade bu hızlı süreci en iyi şekilde algılamaya odaklanırlarsa başarılarını devam ettirebilecekler.





Dünya şu an o kadar karmaşık ki, sunduğumuz her trend için bir karşı trend mevcut ve birileri bu karşı trendleri kullanarak farklı markalar yaratıyor.



Benzer bir diğer örnek de Uber. Uber, tamamen yenilikçi bir girişim fakat GPS cihazlarının herkesçe yaygın olarak kullanıldığı günümüzde, geleneksel taksi deneyiminin çoğu insan için genellikle olumsuz olduğunu fark etmek insanüstü bir algı gerektirmiyor. Evet, taksi bulmak, adresi bildirmek, ödeme yapmak, sürücü ve yolculara puan vermek gibi farklı parçaları birleştirecek birisi çıkması gerekiyordu ama Uber sistemi yine de kendi başına çığır açan bir buluş değil. Taksi çağırmak zaten yapılabilen bir şeydi ve puanlama sistemi Ebay gibi platformlarda uzun süredir kullanılıyordu. Bunlar ayrı ayrı o kadar da özel olgular değiller ama bir araya geldiklerinde Uber gibi milyonlarca kullanıcıyı olan yenilikçi bir ürün oluşturuyorlar.

Farklı ülke ve endüstrilerin trendlerini çok yakından takip eden biri olarak trendlerin ne hızda değiştiğini düşünüyorsunuz? Yalnızca günler ya da saatlerden mi bahsediyoruz, yoksa daha uzun sürelerden mi?

Politik bir cevap vermek gerekirse her ikisi de! Trendlerin daha stratejik ve dışa vuran belirtileri oldukça hızlı bir değişim gösteriyor çünkü tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar hızlı bir şekilde yeni platform ve ürünler piyasaya sürülüyor. Mesela, sanal gerçekliğin gelişim döngüsü akıllı telefon döngüsüne kıyasla daha hızlı mı yaşanacak? Büyük bir ihtimale. Piyasaya sürülen bu yeni ürünlerin kabul edilme ve kullanılma oranları da hızlı bir şekilde artış gösteriyor.

Yeni ürünlerin daha hızlı kabul görmesinde kuşak farkından bahsetmek mümkün mü?

Bunun tam tersini savunmak da mümkün. Tabii ki bu tür gelişmeler çoğunlukla önce genç kuşaklarca benimseniyor ama sosyal medya kullanıcılarının profiline bakıldığında aslında en hızlı büyüyen kullanıcı grubu yaşça daha büyük olanlar. Facebook çıkışı yalnızca 10 yıl kadar olmasına rağmen dünya üzerinde milyarlarca kullanıcı var. Bu da trendlerin

kuşaklar arası nasıl yayıldığının bir kanıtı. Sonuçta dünyanın internet kullanıcılarının büyük bir çoğunluğunun üye olduğu bir platformdan bahsediyoruz.

Türkiye'deki kurumların son zamanlarda sosyal sorumluluk projelerine ağırlık verdiğini görüyoruz. Özellikle büyük markaların kesinlikle bir insanlaşma, daha erişilebilir olma ve insanların hayat tarzlarıyla direkt bağlantılar kurma çalışmaları mevcut. Sizce bu markaların, müşteri profillerini genişletmek için benimsemeye çalıştıkları küresel bir trend mi?

Bazı markalar insanlaşmaya önem verip, marka kimliklerinde değişiklik yapmak pahasına en azından hayat tarzı ürünleri sunan markalarla partnerliklere gidebiliyorlar. Bunun karşı trendinden bahsetmek de mümkün. Bazı markalar da köklü değişikliklere ihtiyaç duymadan yalnızca daha duyarlı, düşük ücretli ve erişilebilir olarak bunu başarıyorlar. Günümüzde tüketicilerin markalarla kurdukları etkileşim genellikle alışverişin de ötesine geçerek kişisel bir hal alıyor. Çevre konularına duyarlı bir müşteri moda, müzik vb. kişisel tüketimlerinde markaların bu konudaki duruşlarını ve etkileşimde olduğu markaların kendi vizyonlarına uyup uymadığını araştırmak için zaman ve enerji harcayabiliyor. Söz konusu duruma uyum sağlamak büyük markalar için hâlâ devam etmekte olan zorlu bir süreç.

Geçtiğimiz birkaç yıl içinde müşteri davranışlarında kapsamlı bir değişim görüyoruz. Müşteriler büyük şirketlerdence küçük start-up'lara daha çok güveniyor. Bu aslında marketing ve branding kurallarına tamamen ters. Çünkü marka demek aslında yıllar boyunca tüketicilerin güvenebileceği bir kimlik yaratmış olmak demek. Fakat marka olmanın getirdiği tanınma ve değer yaratma konusu bir taraftan da şirket olarak uzun bir geçmişe sahip olmanın getirebileceği çevre ve işçi hakları sorunları gibi negatif konular sebebiyle büyük bir risk ve sorumluluk haline geliyor. Tüketiciler de artık bu konuları çok iyi takip edebiliyorlar çünkü artık her şey online ve pek çok ülkede bilgi özgürlüğü yasaları mevcut. Aynı zamanda, crowdfunding gibi yeni sistemler sayesinde kişiler henüz dün kurulmuş bir şirkete istedikleri miktarda yatırım yapabiliyorlar.

Büyük şirketlerin bu farklı partnerlik fırsatları ile yeni alanlara açılmak için daha uyanık olmaları gerekiyor çünkü küçük start-up'lar zaten oldukça yaratıcı ortamlar. Fakat start-up'lar da büyük şirketlerin sahip olduğu lojistik ve profesyonel ağ gibi olanaklara sahip değiller. Büyük markalar çoğunlukla insanlaşma çalışmalarını oldukça göz önünde yapmayı tercih ediyorlar ama tüketicilerin kayda değer bir kısmı bunun bir strateji hareketi olduğunu çok iyi görebiliyor. Büyük şirketler küçük

TREND TAKİBİNİ İŞ MODELLERİNİN ÖNEMLİ BİR PARÇASI HALİNE GETİRMEK İSTEYEN ŞİRKETLERE TAVSİYELER...

- Yurt dışındaki gelişmeleri çok iyi takip edin ve ülkenize getirerek yerel piyasaya adapte edebileceğiniz trendler arayın.

- Bir kurumun bu konuda sahip olabileceği en kötü yaklaşım, "Bir sonraki yıl hangi trendi takip etmeliyiz?" gibi bir soruya odaklanmak olur. Çünkü en iyi markalar neyi temsil ettiklerini, müşterilerine ne sunduklarını ve alanlarındaki trendleri çok iyi bilen markalardır.

- Müşterilerinize kulak verin! Çünkü onların ne istediği, profilleri ve sunduğunuz ürünün doğası trendlerle etkileşiminizin kapsamını belirlemede büyük bir rol oynuyor.

start-up'ların dilinden konuşmaya çalıştığı zaman tüketiciler bunun üç kişilik küçük bir start-up olmadığının farkında oldukları için biraz sahte buluyorlar. Çok fazla keşfedilmeyen olgulardan biri de büyük şirketlerin start-up'ların çeşitli yetersizliklerden ötürü kendileriyle yaşamayacakları konuları sahiplenmek olacaktır. Mesela, büyük bir şirket fakir bir köyedeki üç çocuğa ayakkabı vermekten ziyade tüm köye temiz içme suyu sağlayacak bir projenin altına girebilir, start-up'lar giremez. Bu da işte bu büyük şirketlerin içselleştirmeleri gereken bir felsefe olmalı.

Trendlerin geleceği ve şirketlerin bu trendleri nasıl kullanacağını düşünürsek, trendleri kabullenmek ya da tam anlamıyla bir trendsetter olmak iş dünyasının ayrılmaz bir parçası mı olacak?

Sonuç olarak tüm şirketlerin geleceği sadece ürünler değil, kendi kitleleri için yaratacakları değer olgusu olacak. Her şey inanılmaz büyük bir hızla değişiyor ve bugün çok başarılı olan Uber gibi bir şirket için bile sürücüler ve müşterilerin deneyimleri, beklentilerinin değişmesi şirket felsefesinde değişime gitmek demek olacak. Bu, bizim ve müşterilerimiz için de geçerli. Geleceğin şirketleri eğer değişiminin hızını yavaşlatmaya çalışmaktan ziyade bu hızlı süreci en iyi şekilde algılamaya odaklanırlarsa başarılarını devam ettirebilecekler. Bunu başarabilenler de müşteriden tedarikçiye herkesin ortak bir fayda elde edebildiği kendi kitlelerini yaratan ve besleyebilenler olacak. Örneğin, Uber ve Airbnb gibi paylaşım ekonomisi üzerine kurulu ve hayatı herkes için kolaylaştırmayı hedefleyen şirketler bunu daha da zorlaştırıyor. Airbnb hizmetini kullanarak bir evde 100 dolara kalan birisinin beklentileri, bir odaya 100 dolar ödediği bir otel deneyiminden çok daha farklı oluyor. Airbnb'de kalırken birtakım eksiklere göz yumabiliyorsunuz. Çünkü üründen ziyade deneyim ve üyesi olduğunuz o topluluk ve temsil ettiği hayat görüşüne ücret ödüyorsunuz. Gelecekte başarılı olacak olan şirketler güçlü bir amaç, hedef ve kimliği olanlar



Müşteri davranışlarının çok hızlı değiştiğini söyleyen Henry Mason, müşterilerin artık küçük start-up'lara daha çok güvendiğini belirtiyor.

olacak çünkü diğer her şey değişirken tüketiciler bu konulara tutunacaklar.

"Bu şirket gerçekten de bana hitap ediyor mu?" sorusu tüketiciler için çok önemli olmaya başladı bile. Uber kullanan pek çok insan aynı zamanda şirketten içinde bulundukları işçi hakları sorunlarından ötürü nefret etmesine rağmen en ucuz hizmeti o verdiği için kullanmaya devam ediyor. Bu hizmeti aynı ya da daha düşük bir ücretle, Uber'in söz konusu konularda sahip olduğu negatif görüşe sahip olmayan başka bir şirket vermeye başlarsa, diğer şirketi kullanmayı tercih edecek pek çok insan bulunuyor. Dolayısıyla bir şirketin tüketiciye dönük yüzü, sosyal sorumluluk vizyonu, iş modelinin temiz ve dürüstlüğü aynı zamanda da insanların temel ihtiyaçlarına ne derece başarılı ve yenilikçi çözümler getiriyor olduğu olacak.



BİRLEŞİK KRALLIK AVRUPA BİRLİĞİ'NE NEDEN HAYIR DEDİ?

23 HAZİRAN'DA GERÇEKLEŞTİRİLEN VE BREXIT OLARAK ADLANDIRILAN REFERANDUMDA BİRLEŞİK KRALLIK VATANDAŞLARI AB'DEN AYRILMA KARARI VERDİ. REFERANDUMDAN NEDEN HAYIR OYU ÇIKTIĞI SORUSUNUN YANITI OLDUKÇA KARMAŞIK VE UZUN OLSA DA KISACA "GLOBAL KRİZ" VE "GÖÇMEN SORUNU" DİYE İKİ BAŞLIKTAKI TOPLAMAK MÜMKÜN.



Birleşik Krallık, geçtiğimiz Haziran ayında yapılan referandumda Avrupa Birliği'nden ayrılma kararı verdi. 23 Haziran'da gerçekleştirilen referandumda 17,4 milyon kişi ayrılma yönünde oy kullanırken 16,1 milyon seçmen de AB'de kalınması yönünde oy kullandı. Bugüne kadar hep "katılmak istenen" Avrupa Birliği, nasıl oldu da çıkılmak istenen bir oluşuma dönüştü? Bu sorunun yanıtı çok karmaşık ve uzun olsa da kısaca "global kriz" ve "göçmen sorunu" diye iki başlıkta toplamak mümkün. Global ekonomik krizin ardından büyüme sorunu yaşayan AB'de kalmanın getirisinden çok götürüsü olduğunu düşünenlerin sayısı 2008'den itibaren hızla arttı. Öte yandan AB'ye özellikle 2004 sonrasında üye olan ülke vatandaşlarının yoğun göçü de birliğe yönelik tepkileri artırdı. Bugün Birleşik Krallık'taki 3,3 milyon göçmenin 2,1 milyonunu AB vatandaşları oluşturuyor. Bu göçmenlerin başında da Polonyalılar geliyor. Birlik karşıtları, göçmenleri ücretleri düşürmekle suçluyorlar.

AYRILIK MÜZAKERE EDİLECEK

Birliğe katılırken olduğu gibi ayrılırken de bir müzakere süreci yürütülmesi gerekiyor. Lizbon Antlaşması'nın 50'nci maddesinde ayrılma süreci için iki yıllık bir süre öngörülmüş olsa da uzmanlar 10 yıla kadar uzayabileceğini belirtiyor. Öte yandan henüz ayrılık müzakereleri başlamadan, referandum da tartışılmaya başlandı. İkinci bir referandum düzenlenmesi için açılan dilekçeye bugüne kadar 3 milyon aşkın kişi imza verdi. Dilekçeyi imzaya açanların gerekçesi, referanduma katılım oranının yüzde 75'in altında kalmış olması. Kalma veya ayrılma oylarının yüzde 60'ın altında olduğunu belirten imzacılara göre, bu durum yeni bir referandum düzenlenmesi için yeterli. Ayrılma sürecini engellemeye yönelik bir başka girişim de bir grup iş adamı ve akademisyenden geldi. Parlamento onaylanan bir yasanın yalnızca yine parlamentoda alınacak başka bir kararla değiştirilebileceği görüşünü paylaşan bu grubun görüşüne göre referandum sadece tavsiye niteliği

taşıyor. Ayrılma sürecinin başlatılabilmesi için parlamentodan yetki alınması gerekiyor.

BİRLEŞİK KRALLIK DAĞILABİLİR

Birleşik Krallık, bilindiği üzere İngiltere, İskoçya, Galler ve Kuzey İrlanda'dan oluşan bir yapı. Referandumda İngiltere ve Galler halkı ayrılıktan yana oy kullanırken, İskoçya ve Kuzey İrlanda halkının tercihi AB'de kalmaktan yana olmuştur. Üstelik İskoç halkı 2014 yılında bağımsızlık için referanduma gitmiş ve yüzde 55 oy ile Birleşik Krallık'ta kalma kararı vermişlerdi. Ancak İskoçya Başbakanı Nicola Sturgeon, Brexit öncesinde birçok defa, Birleşik Krallık'ın AB'den ayrılığının İskoçya'da yeni bir bağımsızlık referandumunu tetikleyebileceği uyarısında bulunmuştu. Referandum sonucundan tek rahatsız olan İskoçlar değil. İskoçya'nın ardından yüzde 59,9 ile AB'ye en yüksek desteği veren Londralılar da ayrılacak olmaktan memnun değil. Uluslararası finans merkezi konumunda olan Londra'nın AB'den ayrılacak olması birçok Londralıyı tedirgin ediyor. Londra Belediye Başkanı Khan da en azından Birleşik Krallık'ın ortak pazarda kalması gerektiği görüşünde.

YENİ REFERANDUM TALEPLERİ

Brexit'in domino etkisi, uzun süredir konuşuluyordu. Birleşik Krallık'tan ayrılma kararı çıkması, özellikle aşırı sağın yükselişte olduğu ülkelerin de ayrılma taleplerini daha yüksek sesle dile getirmelerinin önünü açtı. Fransız Ulusal Cephe'nin lideri Le Pen'e göre Fransa'nın, AB'den ayrılmayı istemek için İngilizlerden çok daha fazla gerekçesi var. Hollanda'daki Özgürlük Partisi'nin lideri Geert Wilders de olabilecek en kısa zamanda Hollandalıların da, Hollanda'nın Avrupa Birliği üyeliği ile ilgili sözlerini söyleme fırsatının olması gerektiğini düşünüyor. Öte yandan AB yetkilileri ise, birliği şu an olduğu gibi 28 üyeli bir yapı olarak tutmaya kararlı. Brexit'in domino etkisi yaratıp yaratmayacağı ise önümüzde yıllarda net olarak ortaya çıkacak.

Brexit sonrasında Avrupa Birliği'nin geleceği üzerine merak edilenleri ve öne çıkan detayları TÜSİAD Uluslararası Koordinatörü Dr. Bahadır Kaleağası aktardı.



“ÇOK ÇEMBERLİ AVRUPA’YA EVRİM HIZLANIYOR”

BREXIT SONRASI AVRUPA’DA DEĞİŞKEN GEOMETRİNİN SOMUTLAŞACAĞI, FİİLEN VAR OLAN FARKLILAŞTIRILMIŞ ENTEGRASYONUN DAHA BERRAK BİR YAPIYA DÖNÜŞEBİLECEĞİ ÖNGÖRÜSÜNDE BULUNAN TÜSİAD ULUSLARARASI KOORDİNATÖRÜ DR. BAHADIR KALEAĞASI, ÇOK ÇEMBERLİ BİR AVRUPA’YA DOĞRU KURUMSAL EVRİMİN HIZLANDIĞINI BELİRTİYOR.

► Cenk Sarıoğlu

Geçtiğimiz Haziran ayında Birleşik Krallık’ta gerçekleştirilen Avrupa Birliği referandumu, mevcut soruları yanıtsız bıraktığı gibi birçok yeni sorunun ortaya çıkmasına neden oldu. Birliğin kendi iç sorunları bir yana, yeni dönemde Türkiye’nin üyelik sürecinin nasıl ilerleyeceği de büyük merak konusu. Bizden Haberler dergisi olarak Brexit sonrasında hem Avrupa Birliği’nin geleceği hem de Türkiye AB ilişkileri hakkında merak ettiklerimizi, konuyu en yakından takip edenlerin başında yer alan bir uzmana, TÜSİAD Uluslararası Koordinatörü ve BusinessEurope (Avrupa İş Dünyası Konfederasyonu) Daimi Temsilcisi Dr. Bahadır Kaleağası’na sorduk.

Referandumda Britanya halkının Avrupa Birliği’nden ayrılma yönünde oy kullanmasını siz nasıl yorumluyorsunuz?

“Demokrasi 4.0” olarak özetlediğim uygarlık tarihi aşamasına gelindiğinin bir yeni göstergesi söz konu-

BAHADIR KALEAĞASI RÖPORTAJINDAN ÖNE ÇIKANLAR



DEMOKRASİ 4.0

“Sanayi 4.0” sürümü hızla kodlanıyor fakat bu çağa uygun bir “Demokrasi 4.0” sürümü henüz algoritma sorunu yaşamakta. Siyaset çağa uymakta bocalıyor. Olumlu ve olumsuz boyutları ile diyalektik bir evrim içindeyiz. Merkez karşıtı “Anti-establishment” siyaset bu ortamda şimdilik güçleniyor.



BREGRET

İngiltere’de şimdi “Bregret” bahsi var; pişmanlık başladı. Diğer AB ülkelerinde ise bu referandum ve sonrasında toplumların daha geniş kesimleri AB hakkında doğru bilgilenmiş oldu. Tabii AB kurumları da kendi iletişim açıklarının bedelini daha iyi anladılar.



TÜRKİYE-AB

Kıbrıs’ta olası bir çözüm ile Türkiye’nin AB süreci hızlanır: köklü demokratik reformlar, özgürlükçü ve yaratıcı bir toplumsal ortam ve de teknik mevzuat uyumları ile Türkiye büyük bir tarihsel fırsata erişebilir. Türkiye için de bir fırsat ufku var. Bu ufku bulandırmak veya berraklaştırmak Türkiye toplumu ve siyasetinin sorumluluğudur.

su. Kuantum mekaniği sosyal olaylarda da geçerli. Dünyada Sanayi 4.0 dönüşümü ivme kazanıyorken, her sanayi devriminde olduğu gibi toplumsal dönüşüm ve demokrasi sancılı bocalama aşamalarından geçiyor. Dijital ekonomi, yapay zeka, yeşil enerji teknolojileri, bio ve nano teknolojiler, akıllı kentler, nesnelerin interneti, Güneş sistemindeki komşu gezegenlerin hızlanan keşfi... Muazzam bir devrimin içindeyiz. Bundan önce 18. yüzyılda buhar, 19. yüzyılda elektrik, İkinci Dünya Savaşı sonrası elektronik ile simgelenen sanayi devrimleri sadece ekonomiyi değil, doğal olarak aynı zamanda toplumları ve siyaseti de kökten değiştirdi. Şimdi 21. yüzyılda da dijital devrim içindeyiz. Dijital ve fiziksel dünyaların etkileşimi genelleşiyor. Dolayısıyla sadece iletişim değil, toplumsal varoluş da değişiyor. Vatandaş, vergi mükellefi, genç, emekli, işsiz, göçmen, mülteci, girişimci, sivil toplum gönüllüsü gibi konumlardaki insanlar dijital çağda farklı bir varoluşa sahipler.

Doğal olarak bu süreçte seçmen-siyaset ilişkisi de farklı olmaya başladı. Evet, Sanayi 4.0 sürümü hızla kodlanıyor, fakat bu çağa uygun bir Demokrasi 4.0 sürümü henüz algoritma sorunu yaşamakta. Siyaset çağa uymakta bocalıyor. Olumlu ve olumsuz boyutları ile diyalektik bir evrim içindeyiz. Merkez karşıtı “Anti-establishment” siyaset bu ortamda şimdilik güçleniyor. Trump, Le Pen, Wilders, Avusturya, Altın Şafak, UKIP gibi siyasi hareketler çoğalıyor. Bunlar genelde ileri muhafazakâr demagojiye dayalı popülist dalgalar. Eşzamanlı olarak Bernie Sanders, Podemos, Corbyn, Syriza, Roma, Barselona, Madrid belediye başkanları gibi kısmen ilerici bir gündeme sahip popülist hareketler de dikkat çekiyor. Dijital ekonomi çağında, tasnif edilmemiş bilgi tufanına maruz kalan seçmenlerin tepkileri popülizme yükselme fırsatı yaratırken, merkez siyaset, siyasetçi ve siyasa kötü bir sınav vermekte.

İşte Brexit konusu da bu çerçevede gelişti. Birleşik Krallık referandumunda “AB’den ayrıl” kararı artık toplumsal açıdan “Birleşik” özelliğini yitirmekte olan bir siyasal kutuplaşma tablosu ortaya çıkardı. Kırk bir toplum var Mans’ın ötesinde;

✓ Yaşlı, kırsal, eğitim düzeyi daha düşük ve geleneksel İngiliz ağırlıklı bölgeler ayrılma yönünde oy verdi.

✓ Gençler, orta yaşlılar, Londra, Manchester, İskoçlar, Kuzey İrlanda ve Cebelitarık AB üyeliğinde kalma eğiliminde oldu.

✓ Diğer bir deyişle ülkenin yakın geleceğini oluşturan kesimler değil, ülkenin geçmişine

doğru özgül ağırlığı azalan kesimlerin istediği oldu.

✓ Hemen hemen tüm iş dünyası, sendika, ekonomik araştırma ve bilim kurumlarının ve ülkenin uluslararası siyasi ve ekonomik partnerlerinin AB üyeliğinden yana tutumlarının aksine bir sonuç ortaya çıktı.

✓ Ekonomide belirsizlik yönetimi dönemi başladı: finans, yatırım ve ticaret ortamında iş planları için son derece kaygılı bir döneme girildi. Ülkenin iş dünyası temsil kuruluşu ve TÜSİAD gibi Avrupa özel sektör konfederasyonu BusinessEurope üyesi olan CBI şirketlere temkinli, hükümete soğukkanlı olmaları çağrısında bulundu. Sorun sadece değer kaybeden Sterlin veya ülkenin kredi notu değil. Havayollarından, balıkçılığa, finansal hizmetlerden, uluslararası insan sermayesine çok geniş bir sorunlar yelpazesi açıldı bir anda.

Brexit kampanyası sürecinde Türkiye’nin adı sıkça telaffuz edildi. Referandumda AB’den ayrılma kararının çıkmasında Türkiye’nin adaylık süreci sizce ne derece etkili oldu?

İleri popülist siyasi demagogiler için “göçmen” konusu hep cazip olmuştur. Halkın muhafazakarlığına ve yüzeysel siyasete uygun bir konudur. En başarılı göçmen toplumu olan ABD tarihinde bile, her yoğun göç dalgasında toplumsal tepkiler artmıştır. Buna bir önce gelenlerin sonraki dalgaya karşı tepkileri de dahildir: Almanlar, Hollandalılar, İskandinavlar, İrlandalılar, İtalyanlar, Slavlar, Latinler, Asyalılar... Göçmen korkusu özellikle işsizlik veya günlük güvenlik kaygısı yüksek seçmenlere yönelik istismarın kolay olduğu bir konu. Brexit kampanyasında da Polonya, Suriye veya Türkiye temalı söylemlerin etkisi oldu maalesef. Aynen “AB üyeliğinin mali yükü”, “Ulusal Sağlık Kurumu’na geri gelecek paralar” ve “Brüksel’in yaptırımları” gibi, göçmen ve Türkiye konusu da somut veriye dayanmayan bir demagoji. Etkili olması, içinde bulunduğumuz bilgi toplumu çağının önemli bir paradoksudur.

Brexit’in ardından bazı AB üyesi ülkelerde de benzer referandum çağrıları dile getirildi. Sizce bu çağrıların karşılık bulma ihtimali var mıdır? Bir referandumlar sürecinin başlaması mümkün mü?

Her olasılık var; düşük ama olası. Gerçi İngiltere’de şimdi “Bregret” bahsi var; pişmanlık başladı. Diğer AB ülkelerinde ise bu referandum ve sonrasında toplumların daha geniş kesimleri AB hakkında doğru bilgilenmiş oldu. Tabii AB kurumları da kendi iletişim açıklarının bedelini daha iyi anladılar.

Brexit sonrası Avrupa Birliği’nde bir yeniden yapılanma beklenebilir mi? Beklenirse bu ne

yönde bir değişim getirir? Bu yeniden yapılanma Türkiye'nin üyelik sürecini etkiler mi?

Evet, en önemli mesele bu. Brexit sonrasında genişlemeye daha müsait, daha esnek bir AB sistemi beliriyor. Türkiye kendi ulusal menfaatleri doğrultusunda dünyada güçlü bir demokrasi, özgürlük, teknoloji, girişimcilik ve sosyal ilerleme toplumu olursa, AB üyeliği de kendiliğinden olur. Aksi takdirde zaten Türkiye çağın gerisinde kalır.

Brexit aynı zamanda yeni bir anlaşma ve kurum ile tam üye olmadan AB sisteminde yer almaya devam etmek anlamına gelecektir. Örnek olarak Norveç ve İsviçre'nin özel durumları dikkate alınacaktır. Her iki durumda da AB siyaset alanı etkisindeyken, kararlara katılmamaktan şikâyetçi olan ülkeler söz konusu. Londra için ulusal egemenlik ve küresel rekabet açısından önemli bir güç kaybı başladı. Sonuçta Birleşik Krallık çözülebilir ve İskoçya ve Kuzey İrlanda AB'ye geri dönebilir.

AB için de güç kaybı söz konusu: Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nde daimi üye, nükleer arsenal, Commonwealth, The City, üniversiteler gibi küresel güç odakları sahibi, iklim değişikliği, enerji, Rusya gibi politika alanlarında etkisi olan bir üyeden mahrum kalacak. AB içindeki aşırı sağ hareketler de bir süre güçlenecek. AB ile İngiltere arasındaki yeni anlaşma ile birlikte Avrupa'da değişken geometri somutlaşacak. Hâlihazırda fiilen var olan farklılaştırılmış entegrasyon daha berrak bir yapıya dönüşebilir. Çok çemberli Avrupa yapısı içinde merkezde daha federal bir Euro bölgesi ve onun da dâhil olduğu bir geniş AB çemberine doğru kurumsal evrim hızlanıyor. Tabii bu iki çember tanımı genel bir yalınlaştırma. Aslında bazen üst üste gelen, bazen kesişen birçok küme var: Euro, Euro+, Vergi Kompaktı, Bankacılık Birliği, Schengen, savunma işbirliği, Avrupa Ekonomik Alanı, İsviçre özel konumu, gümrük birliği... Avrupa'nın kurumsal reformu konusunda eğer Berlin-Paris ekseninde uzlaşma olursa, AB bu krizden orta vadede daha etkin bir kurumsal sistem ile çıkar.

AB-ABD arasında müzakereleri devam eden Transatlantik Ticaret ve Yatırım Ortaklığı anlaşması çerçevesinde AB ile gümrük birliğinin geleceğine ilişkin neler söylemek istersiniz?

1997 yılında Washington Temsilciliği'nin açılış etkinliklerinde TÜSİAD Transatlantik Ortaklık konusuna vurgu yapıyordu. O yıllarda küresel ekonominin iki devi ABD ve AB arasında Transatlantik Ekonomik Konsey (TEC) kurulmuştu.



Referandum sonrası çıkış kararının ardından İngiltere Başbakanı David Cameron istifa etti ve yerine Theresa May geldi.

TÜSİAD ve TİSK de üyesi oldukları Avrupa iş dünyasının temsil kuruluşu BUSINESSEUROPE sayesinde bu gelişmeleri yakından takip ediyor ve Ankara'yı geç kalmama konusunda uyarıyordu.

Yıllar içinde Washington-Brüksel ekseninde ekonomik entegrasyon derinleşti ve ilişkileri bir ortak ekonomik alana dönüştürecek TTIP müzakereleri başladı. Asya-Pasifik artık dünyanın ekonomik gelişme merkezi fakat küresel düzenin temel direğini hâlâ transatlantik ilişkiler oluşturuyor.

✓ ABD'nin Avrupa'daki yatırımları, tüm Asya'daki yatırımlarının dört katı.

✓ ABD'nin Avrupa'daki yatırımları, BRIC ülkelerine (Brezilya, Rusya, Hindistan ve Çin) olan yatırımlarının 14 katı.

✓ AB yatırımları için de en önemli çekim merkezi Amerika. Yalnızca Teksas eyaletindeki Avrupa yatırımları, ABD'nin Japonya ve Hindistan'daki toplam yatırımlarından fazla.

“*Avrupa'nın kurumsal reformu konusunda eğer Berlin-Paris ekseninde uzlaşma olursa, AB bu krizden orta vadede daha etkin bir kurumsal sistem ile çıkar.*”

Tekrar ve özetle, Dünya ekonomisi ölçeğinde, ABD artı AB eşittir:

- ✓ Küresel toplam GSYİH'nin yaklaşık yarısı, ticaretinin üçte biri;
- ✓ Araştırma-geliştirmenin yüzde 58'si;
- ✓ Yılda 120 milyar dolar ile kalkınmakta olan ülkelere en önemli yardım kaynağı.

Türkiye, Norveç ve İsviçre gibi Avrupa ekonomisine ileri derecede dahil olan ülkelerin TTIP'e dahil olması yönünde AB kurumları ve hükümetlerine bu yönde bir talep bizzat kendi özel sektöründen yapıyor. BUSINESSEUROPE resmi tutum belgesinde Türkiye'nin Transatlantik iş dünyasının ortak çıkarları için önemli bir fırsat niteliği taşıdığı belirtiliyor. 1996'dan beri AB ile Gümrük Birliği içinde olan Türkiye'nin Transatlantik ekonominin bir parçası olduğu vurgulanırken, Gümrük birliğinin yasalar ve dış ticaret politikasında da uyum getirdiğinin altı çiziliyor. ABD'nin de resmi olarak desteklediği AB'ye katılım süreci sayesinde AB tek pazarı ile uyumunun yüksek derecede bulunduğu belirtiliyor. Hızla büyüyen girişimci bir Avrupa ekonomisi olan Türkiye'nin Transatlantik Serbest Ticaret ve Yatırım Ortaklığı'na katılımının Atlantik'in her iki tarafında bulunan iş dünyasına katma değer sağlayacağı vurgulanıyor. Türkiye'yi Türkonfed'in temsil ettiği Avrupa kobilerinin konfederasyonu UEAPME içinde de bu yaklaşım destek buluyor.

Diğer yandan, Washington ile Brüksel arasındaki TTIP müzakereleri çok ilerledi fakat bu konu da bir "Demokrasi 4.0" sancısı içinde. Atlantik'in her iki yakasında merkez siyaset bu konuda farklı kamuoyu kesimleri ile iletişim faciaları yaşıyor, tepkiler sertleşiyor.

Türkiye'nin Avrupa Birliği üyelik sürecinin ve bu bağlamda Türkiye'nin dış politikasının yeni dönemde nasıl şekilleneceğini ön görürsünüz?

Türkiye için ise, Kıbrıs'ta olası bir çözüm ile AB süreci hızlanır: köklü demokratik reformlar, özgürlükçü ve yaratıcı bir toplumsal ortam ve de teknik mevzuat uyumları ile Türkiye büyük bir tarihsel fırsata erişebilir. Bu süreçte ABD'den Çin'e, enerji politikalarından, dijital ekonomiye her alanda AB ekonomik gündemini daha iyi anlamak ve değerlendirmek mutlaka öncelik olmalı.

AB tarafı da son zamanlarda Türkiye'nin dışarıda kalmasının bedelini daha iyi anladı. Türkiye tam üyelik için gerekli demokratik, yasal ve sosyal atımları yapar veya yapmaz; veya yapamaz. Bu Türkiye'nin hareket alanı. AB kurumsal sistemi için büyük bir ülke olan Türkiye'yi arkadan iterek veya himaye altına alarak AB üyeliğine hiçbir AB devleti taşıyamaz. Fakat AB en azından Türkiye'yi daha ileri bir Avrupa ekonomisi aktörü yapmak üzere gümrük birliğinin derinleştirilmesi hedefine önem veriyor. Türkiye için öncelik, küresel siyasal ve ekonomik gücü ve en önemlisi toplumsal kalkınması için çok olumlu olan AB üyeliği hedefini tekrardan somutlaştırmaktır. Brexit sonrasında AB'ye üyelik esnek statülerde olacak. Türkiye için de bir fırsat ufku var. Bu ufku bulandırmak veya berraklaştırmak Türkiye toplumu ve siyasetinin sorumluluğudur.

Ekleme istedikleriniz var mı?

Kısa vadeli çok somut konular gündemi dolduruyor. Hızla değişen küresel ortamda AB'nin değişimini yönetmek stratejiyi kuruyor. Teknolojik devrimlerle 22. yüzyıla doğru yenilenen insanlık uygarlığı eğilimleri ise yakın geleceğin tarihini yönlendiriyor. Türkiye'nin geleceği de bu boyutların hepsinin etkileşiminden doğan enerji dalgalarıyla, kuantum fiziğine uygun bir şekilde belirleniyor.

GELECEĞİN "KISA" TARİHİ

Taşıdığı birçok sorumluluğun yanı sıra uluslararası konularda kaleme aldığı makale ve kitapları ile de tanınan Dr. Bahadır Kaleağası'nın, ilki 2011 yılında yayınlanan "G20" serisinin ikinci kitabı "Dünya Nasıl Değişiyor? Türkiye Nereye Gidiyor?" geçtiğimiz yıl Doğan Kitap etiketi ile yayınlandı. Kitap, dünya ekonomisinin yüzde 90'ını temsil eden 20 en büyük ekonomi, yani G20 çerçevesinde, Türkiye ve Avrupa Birliği'ne ilişkin "geleceğin kısa tarihini" sunuyor. Avrupa halklarının ne istediğinden,



Türkiye'nin AB üyeliğinin "neden, ne zaman, nasıl"ına; ABD, Rusya, Çin ve Hindistan'ın hamlelerinden, uluslararası futbol turnuvalarına; çevre ve yeni teknoloji konularından, lobicilik ve kentlerin marka değerine kadar, geleceğin inşasında rol oynayan her şey; mimarisiyle, edebiyatıyla, sokaktaki hayatıyla "yeni dünya", Türkiye'nin uluslararası ilişkilerde en deneyimli isimlerinden Bahadır Kaleağası'nın, disiplinlerarası sınırları zorlayan zengin göndermelerle, rahat ve akıcı üslubuyla sayfaları dökülüyor.



Hem Yerde
Hem Gökte

Mustafa'nın Çok Sevdiği İki Hobisi Rahmi M. Koç Müzesi'nde Buluşuyor

Mustafa'nın gönül verdiği ve ödülleri kazandığı model uçakları "Yerden Göğe Sergisi"nde; heyecan dolu yarışlara katıldığı otomobili ise birçok farklı otomobille birlikte "Retro Rally Sergisi"nde 1 Haziran'dan itibaren yıl sonuna kadar misafirlerini bekliyor.

32

YAŞAM

Hem Yerde Hem Gökte:
Mustafa V. Koç

36

YAŞAM

Çengelhan ve Çukurhan'ın
Ardından Safranhan da
Restore Edildi

39

HOBİ

Çocuklar Haydi Müzeye,
Keşfetmeye Öğrenmeye...



HEM YERDE HEM GÖKTE: MUSTAFA V. KOÇ

MUSTAFA V. KOÇ'UN GÖNÜL VERDİĞİ İKİ HOBİSİ RAHMI M. KOÇ MÜZESİ'NDE... TÜRKİYE'DE RALLİ SPORUNUN TARİHİNİ GÖZLER ÖNÜNE SEREN VE ARALARINDA MUSTAFA V. KOÇ'UN DA YARIŞTIĞI OTOMOBİLLERDEN İKİSİNİN YER ALDIĞI "RETRO RALLY" İLE YİNE MUSTAFA V. KOÇ'UN MODEL UÇAKLARININ BULUNDUĞU "YERDEN GÖĞE" SERGİLERİ KONUKLARINI BEKLİYOR.

Rahmi M. Koç Müzesi Mustafa V. Koç'un izlerini taşıyan iki özel sergiye ev sahipliği yapıyor. Bunlardan biri Merhum Mustafa V. Koç'un ralliye olan tutkusunu ve rallinin Türkiye'deki geçmişine A'dan Z'ye şahit olacağınız Retro Rally sergisi diğeri ise Mustafa V. Koç'un çocukluğundan itibaren tutkuyla bağlandığı ve yaşamı boyunca başarılar elde ettiği model uçaklarından oluşan "Yerden Göğe" Sergisi... Her iki serginin kapıları yıl sonuna kadar açık.

EFSA NE SÜRÜCÜLERİN EFSA NE ARAÇLARI RETRO RALLY'DE

Rahmi M. Koç Müzesi'nden içeri girip sergi alanına yöneldiğinizde

sizleri aracına yaslanmış, heyecanlı bir şekilde yarış bekleyen tutkulu ve gülümseyen yüzüyle Mustafa V. Koç'un kocaman fotoğrafı karşılıyor. Merhum Mustafa V. Koç bu fotoğrafta, gençlik yıllarının en heyecanlı dönemini yaşıyor belki de ve adeta misafirleri bu tutkusuyla tanıştırmaya davet ediyor. Bu davet sizi cezbediyor ve ilginizi yavaş yavaş diğer bölümlere çekiyor.

Ardından gözleriniz her biri heyecanlı bir yarışa tanıklık etmiş, içerisinde pilotlarının yarışlarını gerçekleştirdiği retro ralli araçlara yöneliyor. Yaşanmışlıklar, heyecanlar, ödüller ve mutluluk... Sergi sizi adeta dönemin yarışlarının içerisinde çekiyor.



Mustafa V. Koç'un çocukluğundan itibaren tutkuyla bağlandığı ve yaşamı boyunca başarılar elde ettiği model uçakları Yerden Göğe Sergisi'nde sizleri bekliyor.

1960'lı yıllardan itibaren Türkiye'de bilinmeye ve ilgi duyulmaya başlanan ralli sporu pek çoğu efsane olmuş pilotun ortaya çıkmasını sağladı Türkiye'de... Sergide bu pilotların yarışlarda giydiği kostümleri de yakından görebiliyor, hatta pek çok arabanın içine girerek yarış heyecanını yaşayabiliyorsunuz...

Serginin her yanı Mustafa V. Koç'un izlerini taşıyor. Yine bu alanda Mustafa V. Koç'un ralli sporuna olan tutkusunu anlatan ve macera dolu yarışlarının yer aldığı kısa bir film de izleyebilirsiniz. Ayrıca Mustafa V. Koç'un 1991 Rallikros Şampiyonası'nda birincilik kazandığı Ford Sierra Sapphire Cosworth ve Ford Sierra RS Cosworth araçlar da sizleri bekliyor. Bu araçların yanı sıra Renç Koçibey'den Cem Hakko'ya, Ali Karacan'dan Volkan Işık'a, bu spora gönül veren 18 efsane pilotun model yılları 1968-2006 arasında değişen Anadolu'dan Murat 131'e kadar 25 farklı otomobil yer alıyor. Türk ralli tarihine ışık tutan geçmiş dönem yarış afişleri, zaman karneleri, yol notlarının yanı sıra pilotların şampiyonluk kupaları, tulumları, kaskları, yarış ayakkabıları, yarış eldivenlerini görebileceğiniz sergide, araç sahibi ünlü pilotların birebir maket fotoğrafları da bulunuyor. Sergide yer alan ralli simülatorü de tüm konukların ralli pilotluğunu deneyimlemesine ve bu heyecanı hissetmesine olanak veriyor.

MODEL UÇAKLARLA RENKLİ BİR DÜNYA

En az Retro Rally Sergisi kadar keyifle gezeceğiniz ve her köşesinde Mustafa V. Koç'un izlerini görebileceğiniz bir diğer sergi de "Yerden Göğe" adlı model uçak sergisi. Sergi alanına girdiğinizde öncelikle Mustafa V. Koç'un küçüklüğünden bu yana gelen model uçak sevgisinden izlerle karşılaşılıyorsunuz. Mustafa V. Koç'a ait 12 uçak, 3 planör ve 2002-2013 yılları arasında düzenlenen çeşitli ulusal ve uluslararası model uçak yarışmalarında kazandığı kupalar ile Avrupa ve dünya şampiyonlarında F3J Türk Milli Takımı'yla kazandığı üç adet madalya sergide sizleri bekliyor. Sergi alanının ortalarında ülkemizde

model uçak alanındaki çalışmaları anlatan bir tarihçe karşınıza çıkıyor. Bu noktada hem dünyada hem de Türkiye'de model uçak tarihine daha yakından bakma imkanına sahip oluyorsunuz. Sonrasında ise sıra birbirinden güzel model uçakları yakından keyifle incelemeye geliyor. Serginin çıkışına doğru Mustafa V. Koç'un, Türkiye'yi temsilen katıldığı yarışmalarda Türk Milli Takımı ile 2004 yılında Kanada F3J Model Dünya Şampiyonası'nda ülkemize getirdiği gümüş madalyayı görüyorsunuz.

Sergi Türkiye'de nispeten az bilinen model uçaklar hakkında önemli ve paylaşılmaya değer bilgilerle konuklarını uğurluyor.



Sergide Mustafa V. Koç'un 1991 Rallikros Şampiyonası'nda birincilik kazandığı Ford Sierra Sapphire Cosworth ve Ford Sierra RS Cosworth araçlarını da yakından görebilirsiniz.

MUSTAFA V. KOÇ'UN ADI Lengerhane BİNASINDA YAŞAYACAK

RAHMI M. KOÇ MÜZESİ'NİN 1994 YILINDA FAALİYETE GEÇTİĞİ İLK YER OLAN Lengerhane BİNASI'NIN İSMİ "LENGERHANE MUSTAFA V. KOÇ BİNASI" OLARAK DEĞİŞTİRİLDİ.



Rahmi M. Koç, Lengerhane binasına Mustafa V. Koç'un adının verilmesi töreninde Caroline N. Koç, Esra ve Aylin Koç ile birlikte...



Geçtiğimiz Ocak ayında geçirdiği kalp krizi sonucu ani bir şekilde aramızdan ayrılan merhum Mustafa V. Koç'un anısı, Rahmi M. Koç Müzesi'nde yaşamaya devam edecek. 1994 yılında müzenin ilk olarak faaliyete geçtiği bölüm olan Lengerhane Binası'nın ismi "Lengerhane Mustafa V. Koç Binası" olarak değiştirildi. Değişiklik kararı, Mustafa V. Koç'un tutkuyula bağlı olduğu ralli sporu ve model uçak hobisine dair düzenlenen "Retro Rally" ve "Yerden Göğe" sergilerinin açılış törenleri sırasında Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç tarafından açıklandı.

Törende yaptığı konuşmada 23 sene evvel Tekel'in ispiro deposu olarak kullanılan harap haldeki Lengerhane binasının alım sürecini anlatan Rahmi M. Koç, inşaatın 30 ayda tamamlandığını söyledi. Mustafa V. Koç'un ani vefatının ardından adının verilmesi için birçok teklif geldiğini anlatan Rahmi M. Koç, "Bunlar o kadar çeşitliydi ki, hayretler içinde kalırsınız" dedi. Gelen teklifler arasında köprüden kütüphaneye; ormandan parka; yelken, otomobil ve uçak yarışlarına; golf turnuvalarına kadar çok çeşitli öneriler arasında en ilginç olanın Afrika'da açılacak bir kuyu olduğunu belirten Rahmi M. Koç, sözlerini şöyle sürdürdü: "Mustafa Vehbi Koç'un isim hakkının kullanılmasına sadece eşi Caroline ve evlatları karar verir. Dolayısı ile her bir teklifi kendilerine götürdüm. Ben de bu Lengerhane binasında onun adını yaşatmak istedim ve Caroline'den müsaade aldım. Eksik olmasın, muvafakat etti. Şimdi bu bina Mustafa Vehbi Koç Lengerhane binası olarak anılacak."

Rahmi M. Koç, ayrıca Ankara'daki müzeye eklenen Safranhan'da da, Mustafa V. Koç'un eşyaları, fotoğrafları, kullandığı malzemelerle ve giysilerle ilgili bir galerinin düzenlendiği bilgisini verdi.

GEÇMİŞİ 12. YÜZYILA UZANIYOR

Geçmişİ Sultan III. Ahmet dönemi-ne kadar uzanan Osmanlı Lengerhanesi, 12. yüzyılda Bizans döneminde başka maksatlar için inşa edilmiş bir binanın temelleri üzerine kurulmuş. Müzenin özel tarihi ise 1991 yılında tarihi Lengerhane binasının Rahmi M. Koç Müzecilik Vakfı tarafından satın alınmasıyla başlıyor. Yaklaşık 2 bin 100 metre-karelik dikdörtgen biçimli arsada tarihi Lengerhane binası, ahşap çatılı küçük bir bina ve taş duvarlar yer alıyor. Bunların oluşturduğu iç avlunun ve dış mekanın özüne dokunulmadan gerçekleştirilen müze tasarımında binaların dokusunun ziyaretçilere hissettirilmesi amaçlanıyor.



Bursa'da hizmete açılan ve Mustafa V. Koç'un adını taşıyan Spor Salonu'nun açılışı Koç Ailesi Üyeleri, Koç Holding üst yönetimi, Tofaş yöneticileri ve Tofaş Basketbol Takımı oyuncularının katılımıyla gerçekleşti.

MUSTAFA V. KOÇ ANISINA SPORA DESTEK

HAYATI BOYUNCA SPORU VE HOBİLERİNİ
ÇOK ÖNEMLİ BİR YERDE TUTAN VE BU
ANLAMDA DA HEM KENDİ YAŞITLARINA
HEM DE GENÇLERE ÖRNEK OLAN
MUSTAFA V. KOÇ, KENDİ ADINI
TAŞIYAN SPOR SALONUyla GENÇLERE
DOKUNMAYA DEVAM EDECEK.

Koç Holding ve Tofaş'ın Yönetim Kurulu Başkanlığı'nı yapan merhum Mustafa V. Koç'un adını taşıyan Spor Salonu Bursa'da hizmete açıldı. "Mustafa V. Koç Spor Salonu" Koç Ailesi üyeleri, Koç Holding ve Tofaş üst yönetimi, Bursa yerel yönetimi, Türkiye Basketbol Federasyonu yöneticileri ile çok sayıda davetlinin katılımıyla hizmete açıldı. Toplam 5 bin 800 metrekarelik kullanım alanı içerisinde 3 basketbol sahası bulunan tesis, spor salonu, fitness merkezi, fuaye alanı, soyunma odaları, rehabilitasyon alanı ve ofisler ile birlikte 6 ana bölümden oluşuyor. Parke ve potaları NBA standartlarını taşıyan spor salonunun, toplam saha alanı ise 2.600 metrekare. Spor salonunda sahalarda perdeler ile ayrılabilirken, gerektiğinde voleybol, masa tenisi gibi farklı spor dalları için de kullanılabilir. Tofaş Fabrikası arazisi içerisinde yer alan Mustafa V. Koç Spor Salonu, Tofaş Spor Kulübü ve Tofaş çalışanlarının yanı sıra Bursa'daki amatör sporculara da hizmet verecek.

Koç Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ömer M. Koç, törende yaptığı konuşmada, "Bu donanımlı spor salonunun Topluluğumuz ve Koç Ailesi için duygusal bir önemi de bulunmakta-

dır" derken şöyle devam etti: "Açılışını yapmakta olduğumuz tesis, merhum Mustafa V. Koç'un anısına ithaf edilmiştir. Sevgili ağabeyimin sportmen kimliğinin burada yaşatılmasından ve spora verdiği değer gelecek nesillere aktarılacak olmasından büyük bir mutluluk duyuyorum."

Ömer M. Koç, Tofaş Spor Kulübü'nün 43 yıllık tarihi ile özel sektör alanında spora yapılan yatırımın en başarılı örneklerden biri olduğuna dikkat çekerken, "Kurulduğundan bu yana altyapı çalışmalarına büyük önem veren kulübümüzün sahip olduğu bilgi birikimini, Türkiye'nin dört bir yanındaki gençlerin gelişimine yönelik faydaya dönüştürmüş olması Topluluğumuz açısından gurur vericidir. Bu tesis spor yapan ve spora başlama hedefi olan, binlerce sporcunun, sporcu adayının okulu olmayı sürdürecektir" dedi. Ömer M. Koç sözlerini şöyle sürdürdü: "Bu açılışın, kulübümüzün Basketbol Süper Ligi'ne yükselme başarısı gösterdiği döneme denk gelmesi güzel bir tesadüf oldu. Takımımız play-off'u namağlup tamamladı. Şimdi kendilerini daha da heyecanlı bir sezon bekliyor. Yeni yapılanması ve altyapı tecrübesi ile takımımızı önümüzdeki sezonda daha da güçlü göreceğimize inanıyorum. Tüm kadroyu bir kez daha kutluyor, başarılar diliyorum."





ÇENGELHAN VE ÇUKURHAN'IN ARDINDAN SAFRANHAN DA RESTORE EDİLDİ

GEÇMİŞ YÜZYILLARDA ÖZELLİKLE TİCARİ VE SOSYAL YAŞAMIN ÇOK ÖNEMLİ PARÇASI OLAN HANLAR, GÜNÜMÜZDE UNUTULMAYA YÜZ TUTTU. RAHİMİ M. KOÇ MÜZECİLİK VE KÜLTÜR VAKFI, ESKİ ANKARA'NIN KALBİ OLAN BÖLGEDE, ANKARA KALESİ ÇEVRESİNDE YER ALAN ÇENGELHAN VE ÇUKURHAN'DAN SONRA SAFRANHAN'I DA RESTORE EDEREK TÜRK KÜLTÜR YAŞAMINA ARMAĞAN ETTİ.

► Özlem Topaloğlu

Bundan yüzyıllar önce birer ticaret merkezi olan hanların büyük bir kısmı yok olsa da günümüze kadar ulaşmayı başaranlar var. Osmanlı dönemi Ankara hanlarını içeren 54 han arasından günümüze sadece 12 han ve bedesten ulaştı. Dönemin bu ticaret merkezlerinin bir kısmı bugün aynı işlevini sürdürürken bir kısmı da kültür yaşamının bir unsuru haline gelmeye başladı. Bu konuda önemli bir sorumluluk üstlenen Rahmi M. Koç Müzecilik ve Kültür Vakfı, Ankara'da geçmişte ticari hayatın en önemli semtlerinden olan Tarihi At Pazarı bölgesini canlandırmayı sürdürüyor.

Bu çalışmalara Çengelhan'dan başlayan Vakıf için Çengelhan'ın anlamı oldukça büyük... Çengelhan 16. yüzyılda Ankara'da yer alan hanlar içerisinde tarihi özelliklerini yitirmemiş olan ender yapılar arasında yer alıyor. Hanın giriş kapısında bulunan bilgilere göre 1522-1523 yılında yapıldığı düşünülen Çengelhan'ın içinde Vehbi Koç'un babası Koçzade Hacı Mustafa

Efendi'nin nalburiye dükkânı yer alıyor. Koç Holding Kurucusu Vehbi Koç'un da ticari hayatına atıldığı yer burasıydı. Vehbi Koç, henüz 15 yaşındayken 5 ay kadar babasının buradaki dükkânında çıraklık yapmış, ardından hayallerinin peşinden giderek bugün 90. yılını kutlayan Koç Topluluğu'nun temelleri olan girişimleri hayata geçirmişti.

Burası aynı zamanda Ankara'nın ilk sanayi müzesi. Müzede pek çoğu sanayi devrimi sonrası üretilmiş havacılıktan tıbbı, raylı ulaşımın denizciliğe, oyuncaklardan tarıma kadar uzanan pek çok sanayi kolunun geçmişini gözler önüne seren 10.000'in üzerinde obje sergileniyor. Bu bölümde ayrıca geçtiğimiz aylarda hayatını kaybeden Merhum Mustafa V. Koç'un adını taşıyan galeride, kendisinin kişisel eşyalarını ve ilgi duyduğu objeleri görebilirsiniz.

Zaman içinde hemen bitişiğindeki Çukurhan kiralananak restore edildi ve 2010 yılında Divan tarafından işletilen bir butik otel olarak hizmete açıldı.



Safranhan'ın açılışı Koç Ailesi üyeleri, Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı'nın yanı sıra Ankara protokolünden pek çok isim ve önemli davetlinin katılımıyla gerçekleştirildi.

Ankara Kalesi'nin hemen karşısında olan ve 16. ve 17. yüzyılda yapıldığı tahmin edilen Çukurhan, 1685 yılında Şeyhülislamlık görevinde de bulunan Ankaravi Mehmet Efendi tarafından inşa ettirildi. 1791 ve 1801 yıllarında iki kez onarılan Çukurhan, 1801 yılında 670 kuruşa kiraya verildi. O dönemlerde konaklama ve ticari amaçlı kullanılan han, uzun yıllar boyunca önemini korudu. İpek kumaş ticaretinde gerileme yaşanınca burası, askeri karargâh olarak değerlendirildi. Ardından bir süre de cezaevi olarak kullanılan han sonrasında tiftik, yün, hububat, kuruyemiş, sebze gibi birçok ürünün satıldığı dükkânlara ev sahipliği yaptı. Şimdilerde ise butik otel ile misafirlerine tarihi bir yolculuk yapma fırsatı sunuyor.

ÇENGELHAN VE ÇUHURHAN'DAN SAFRANHAN'A...

Ankara Rahmi M. Koç Müzesi'nin yeni bölümü Safranhan'ın açılışı Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç tarafından gerçekleştirildi. Açılışa Koç

Ailesi üyelerinin yanı sıra Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı, ABD'nin Ankara Büyükelçisi John Bass, Altındağ Belediye Başkanı Veysel Tiryaki'nin yanı sıra Ankara protokolünden pek çok önemli isim, Koç Holding Yönetim Kurulu Üyeleri ve Koç Holding Başkanları da katıldı. Törende konuşma yapan Kültür ve Turizm Bakanı Nabi Avcı, müzeleri bir eğitim alanı olarak gördüklerini belirterek, önümüzdeki dönemde Milli Eğitim Bakanlığı ve Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak bir protokol imzalayacaklarını belirtti. Bu çalışmalarla müzelerin çocukların, öğrencilerin ve gençlerin eğitimlerinde önemli bir unsura dönüşeceğini söyleyen Nabi Avcı, böyle bir protokolün hemen öncesinde Safranhan'ı açmaktan büyük bir mutluluk duyduklarını da dile getirdi.

Konuşmasında hanların önemine değinen Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Safranhan'ın açılmasıyla birlikte Ankara Rahmi M. Koç Müzesi'nin büyüklüğünün yaklaşık iki katına ulaştığını ve başkentin en

Suluhan, Çengelhan, Çukurhan, Kurşunluhan ve Safranhan restore edilerek kullanıma açılırken, 3 tanesinin tekrar hayata döndürülmesini Rahmi M. Koç Müzecilik ve Kültür Vakfı üstlendi.

HANLAR HER DÖNEMDE ÖNEMLİ

Çok eski dönemlerde alışverişin daha güvenli şekilde yapılabileceği mekansal arayışlar önce pazar yeri ve çarşıların ortaya çıkmasını sağladı. Bu ihtiyaç zamanla Anadolu'nun çoğu yerinde yaygın örneklerini gördüğümüz kervansaraylar, hanlar ve bedestenlerin ortaya çıkmasına da zemin hazırladı. Tarihi hanlar gerçekleştirilen restorasyon çalışmaları ile günümüzde yeni ve farklı işlevler görse de

geçmişte halkın yiyecek, giyecek gibi çeşitli yaşamsal gereksinimlerini karşıladıkları önemli birer ticaret merkeziydi. Özellikle Osmanlı döneminde ekonomik ve sosyal yaşam içindeki yeri oldukça önemli olan hanlarda geliştirilen ticari ilişkiler zamanla alışverişin daha güvenli şekilde yapılmasını sağlayacak olan hukuki, mekansal, yapısal örgütlenmelerin ortaya çıkmasına da neden oldu.



2005 yılında hizmete açılan Çengelhan Bölümü'nde merhum Mustafa V. Koç'un adını taşıyan bir galeri de ziyaretçiler ile buluştu.

büyük ikinci müzesi unvanının da sahibi olduğunu söyledi. Rahmi M. Koç ayrıca, "Müzeler, lise ve üniversiteler ayrıca hastaneler, kaynak yaratmayan, devamlı finanse edilmesi gereken kuruluşlardır. Müzemizi gezen bir ziyaretçi den aldığımız tebrik mektubu, lise ve üniversitemizin mezun ettiği gençler, hastanelerimizin sağlığına kavuşturduğu hastalarımız en büyük kazancımızdır. Müzeler statik değil, dinamik olmalı, devam-

lı halkın nabzını tutmalı, yenilikler getirmelidir. Yani gelen ziyaretçiyi, bir defa daha getirebilmelidir. Biz de bu gayretin içerisindeyiz" diyerek konuya verdikleri öneme dikkat çekti.

Günümüzde Safranhan olarak adlandırılan han geçmişte kimileri tarafından "Zafran Hanı" kimileri tarafından ise "Zaferan Hanı" olarak adlandırılıyordu. At Pazarı semtinde "Hanlar Bölgesi" olarak bilinen bölümün içeri-

sinde yer alan Safranhan, şeriye sicillerindeki kayıtlara göre Ankara'da yaşayan Hacı İbrahim bin Hacı Mehmed tarafından 1511 yılında yaptırıldı. 1806 tarihli belgelerde bu hanın 5500 kuruş harcanarak tamir ettirildiği görülüyor. Kitabesi bulunmayan Safranhan, zaman zaman çeşitli onarımlar görse de ne yazık ki bu onarımlar sırasında bazı mimari özelliklerini kaybetti. Ankara'da ham ipek kumaş ticaretinin bitmesiyle Safranhan önemini yitirdi. Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde ise çevredeki bazı diğer hanlar gibi Safranhan da cezaevi olarak kullanıldı. Sonraki yıllarda ise depo işlevi gördü. 1991 yılında alüminyum mutfak eşyaları imalathaneleri, marangoz ve cam kavanoz depose gibi dükkanlar tarafından depo yeri olarak kullanıldı. Bugün Ankara Rahmi M. Koç Müzesi'nin en yeni bölümü olarak konuklarını bekliyor. Müzenin önemli bir parçası olan bu handa iletişim, havacılık, bilimsel aletler, makineler, matbaa ve karayolu ulaşımı bölümleri bulunuyor.

Öte yandan Safranhan'ın teras bölümü Divan Brasserie tarafından işletilen bir restoran olarak tasarlanırken, manzarasıyla ziyaretçilere Ankara'nın yeni seyir terası olarak hizmet verecek.



ÇOCUKLAR HAYDİ MÜZEYE, KEŞFETMEYE ÖĞRENMEYE...

VEHBİ KOÇ VAKFI SADBERK HANIM MÜZESİ, "HAYDİ MÜZEYE! KEŞFET, ÖĞREN, EĞLEN" ADLI MÜZEDE EĞİTİM PROJESİ İLE TÜRKİYE'NİN SAHİP OLDUĞU KÜLTÜREL DEĞERLERİN FARKINDA OLAN ÇOCUKLAR YETİŞTİRMEK VE ÇOCUKLARDA KÜLTÜR-SANAT BİLİNCİNİ GELİŞTİRMEK AMACIYLA ÖĞRETMEN VE ÖĞRENCİLERE YÖNELİK ÇEŞİTLİ EĞİTİM OLANAKLARI SUNUYOR.

► Nesrin Koçaslan

Bilgi edinmenin en zevkli yollarından biri olan müzeler, çocuklarda yaratıcı ve yorumlayıcı düşünceyi geliştiren yeni bir alan olarak bugün birçok ülkede okul eğitiminin bir parçası olarak kabul ediliyor. Bu düşünceden hareketle Sadberk Hanım Müzesi, 2014 yılında çocuklara yönelik başlattığı "Haydi Müze'ye! Keşfet, Öğren, Eğlen" adlı müze eğitim projesini geliştirerek tüm hızıyla devam ettiriyor.

Bu eğitim projesi kapsamında, 2014 yılında, Sanat Tarihi Uzmanı İdil Zambak tarafından hazırlanan üç kitaptan oluşan bir eğitim paketi yayınladı. Eğitim paketi, Anadolu uygarlıklarının yaşam biçimleri, kültürel miras ve müze ziyareti hakkında bilgiler içeren ve +8 yaş grubu çocuklara yönelik hazırlanan iki aktivite kitabı ile müzedeki eserleri çocuklara hem eğlenceli hem de öğretici bir dille aktarmanın ipuçlarının verildiği öğretmen

kitapçığını kapsıyor. "Sanat Tarihi" ve "Arkeoloji" adlı aktivite kitapları, çocukların arkeoloji ve sanat tarihini keşfederek öğrenmelerini ve bunu gerçekleştirirken de keyif almalarını amaçlıyor. Mantık, eşleştirme, bulmaca, boyama gibi oyun tekniklerinin kullanıldığı kitaplar, birer hikâye ile başlıyor. Arkeoloji kitabında Roma Dönemi'nde yaşamış olan Toros, Sanat Tarihi kitabında ise Osmanlı kızı Gülendam adlı karakterler aktivite sayfaları boyunca çocuklara eşlik ediyor. Eğlendirirken bilgilen-diren bu kitaplar, meraklı öğrenciler için müze gezisini adeta bir keşfe dönüştürüyor.

"Haydi Müze'ye!" eğitim projesi etkinlikleri, her Perşembe ve Cuma günleri üç seans olarak gerçekleştiriliyor. Randevu alarak gelen okul grupları, müze eğitmeni Gökçe Oflu eşliğinde müzeyi dolaşıyor ve aktivite kitaplarında yer alan aktiviteler, müze atölyesinde eğitmen ve öğretmenleri





Sadberk Hanım Müzesi, eğitim projesi kapsamında sanat tarihi uzmanı İdil Zambak tarafından hazırlanan eğitim kitaplarını yayınladı.

eşliğinde yapıyor. Atölye çalışmalarında eserleri gözlemlenme, keşfetme ortamı yaratılarak, eleştirel düşünme ve tartışmaya imkân veren soru-cevap, yazı, çizim, drama, serbest resim çalışmaları gibi ücretsiz etkinlikler düzenleniyor.

Sadberk Hanım Müzesi, 2016 ilkbaharından itibaren de müzede eğitim çalışmalarını okul grupları dışına taşımak ve daha fazla çocuğa erişilebilirlikle her ayın son cumartesi günü rezervasyonla eğitim etkinlikleri düzenlemeye başladı.

IPAD UYGULAMASI İLE DESTEKLENİYOR

2016 yılının önemli bir gelişmesi "Haydi Müze!" eğitim projesi kapsamında, Sanat Tarihi ve Arkeoloji aktivite kitaplarının çocuklara yönelik iPad uygulamasının geliştirilmesi oldu. Türkçe ve İngilizce olarak çift dilde hazırlanan "Haydi Müze!" uygulamasını isteyen veliler App Store'dan ücretsiz olarak indirilebiliyorlar. Uygulamanın içinde tarih, arkeoloji ve sanat tarihi bilgileri kullanarak oluşturulmuş yapboz, boyama, labirent, bilmece, eşleştirme

ve noktaları birleştirme gibi çok sayıda öğretici ve eğlendirici oyun ve hikâyeler yer alıyor. Çocuklar, tutsak gladyatörü özgürlüğüne kavuşturuyor; labirentten geçip Hitit heykeliğini tapınağa ulaştırıyor; kendi adlarına para tasarlıyor; bulmacayı çözüp Tarih Çağları'na geçiyor; Osmanlı kızı Güldam ile Pergeli Toros'un hikâyelerini dinleyip, eskiden çocukların nasıl yaşadığını öğreniyorlar. "Haydi Müze!" uygulaması, istenildiği an İngilizce ve Türkçe dil seçenekleri arasında geçiş yapılmasına olanak sağlıyor. Seslendirilmiş metinler ve oyunlar sayesinde okuma yazma bilmeyen çocuklar da uygulamadan yararlanabiliyorlar.

SADBERK HANIM MÜZESİ KEYİFLİ BİR ORGANİZASYONA DAHA EV SAHİPLİĞİ YAPTI

Sadberk Hanım Müzesi'nde geçtiğimiz Aralık ayında geleneksel temalı sergiler kapsamında düzenlenen ve gösterilen ilgiden dolayı 25 Eylül 2016 tarihine kadar uzatılan "Cevher, Sadberk Hanım Müzesi Koleksiyonundan Mineli ve Murassa Eserler" adlı sergi, sanata ve kültürler arası kaynaşmaya değer veren 40 kişilik özel bir grup tarafından ziyaret edildi. Sadberk Hanım Müzesi, 27 Mayıs 2016 Cuma günü, İstanbul'da bulunan Belçika Başkonsolosu'nun eşi Marie Liévain-Vantieghem tarafından organize edilen ve İstanbul'daki konsolos eşleri ile Belçika vatandaşlarından oluşan misafirlerini ağırladı. Bizzat Vehbi Koç Vakfı Yönetim Kurulu Başkanı Semahat Arsel'in özel olarak ilgilendiği bu davet, kendilerinin ve Marie Liévain-Vantieghem'in misafirlere hitaben yaptıkları konuşma ile başladı. Büyük bir beğeni ile gerçekleştirilen "Cevher" sergisi turunun ardından Türk-İslam ve Arkeoloji Bölümleri'nin de müze uzmanı eşliğinde gezdirilmesiyle, misafirler Osmanlı Dönemi mücevher sanatı ve müze koleksiyonu hakkında detaylı bilgi sahibi oldular.



MERAK

42-46

42

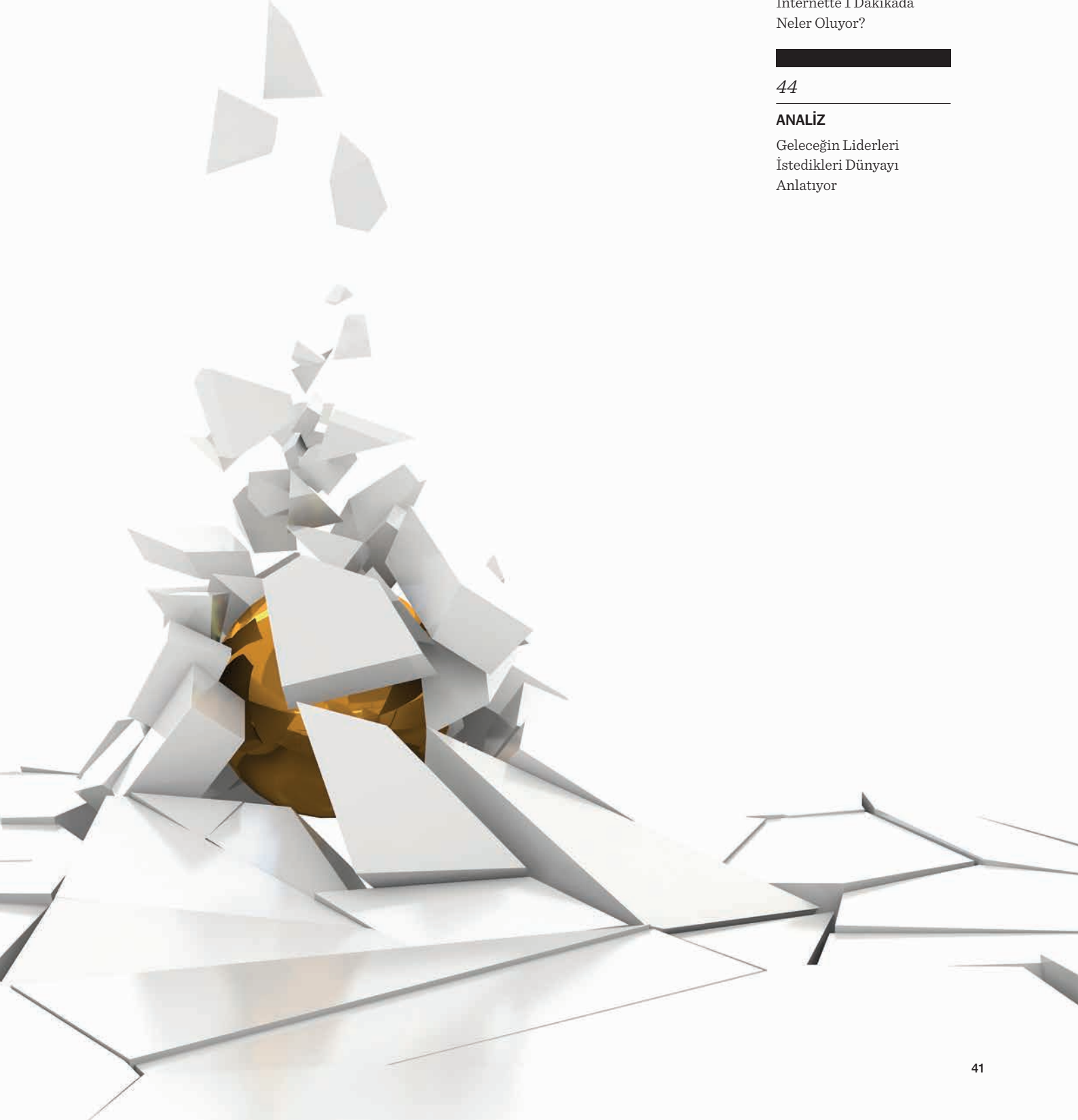
LISTICLE

İnternette 1 Dakikada
Neler Oluyor?

44

ANALİZ

Geleceğin Liderleri
İstedikleri Dünyayı
Anlatıyor



İNTERNETTE 1 DAKİKADA NELER OLUYOR?

SON DÖRT YIL İÇİNDE TÜM DÜNYADA MASAÜSTÜ YA DA MOBİL CİHAZLARDAN İNTERNETE ERIŞEBİLENLERİN SAYISI, 2,1 MİLYARDAN 3,4 MİLYARA YÜKSELDİ. KULLANICI SAYISI İLE BİRLİKTE İNTERNETTEKİ VERİNİN HACMİ DE KATLANARAK ARTIYOR.

► Cenk Sarioğlu

Çok fazla eposta aldığınızı mı düşünüyorsunuz? Her dakika dünya üzerinde 150 milyondan fazla eposta gönderiliyor. Ancak bu sayı sadece bir yıl önce 200 milyonun üzerindeydi. Eposta sayısı azalsa da beğenmeler, paylaşımlar, videolar her geçen gün katlanarak artıyor. İnternetteki her hareket dünyanın veri havuzunu biraz daha genişletiyor. İşte sadece bir dakikada internette yaşananlar...





GELECEĞİN LİDERLERİ İSTEDİKLERİ DÜNYAYI ANLATIYOR

GELECEĞİN LİDERLERİ DİJİTAL DÜNYAYI DAHA İYİ ANLIYOR, RİSK ALMAKTAN KORKMUYOR VE LİDERLİĞİN DOĞUŞTAN GELMEYİ İYİ BİR EĞİTİMLE KAZANILDIĞINA İNANIYOR. İLERİDE YÖNETİCİSİ OLACAKLARI KURULUŞLARIN SOSYAL KONULARA DUYARLI OLMASINI, FARKLILIKLARI KABULLENEBİLMESİNİ VE YENİ TRENDLERLE BİRLİKTE DEĞİŞİP GELİŞEBİLMESİNİ İSTİYORLAR.

► Max Erdemandı

Dünya nüfusunun yapısı hızla değişiyor. 1980-2000 yılları arasında doğan “Milenyum çocukları” ya da daha bilimsel adıyla Y Kuşağı, hayatın pek çok alanında hızla kendilerinden önceki kuşakların yerini alıyor. İş dünyasında da durum pek farklı değil. O kadar ki, 2020 yılına kadar global iş gücünün %50’den fazlasını bu gençlerin oluşturması öngörülüyor. Bu durum, teknolojik gelişmelerin ivme kazanması ve köklü jeopolitik, çevresel ve ekonomik değişimlerle birleşerek, yeni iş trendlerinin ortaya çıkması, stratejik öncelikler ve liderlik algısı konularında jenerasyon farklarını daha belirgin hale getiriyor.

PwC’nin AIESEC iş birliği ile hazırladığı ve yakın gelecekte iş dünyasına liderlik edecek gençler ile bugünün liderleri arasındaki fark ve benzerlikleri ortaya koymayı hedefleyen “Yarının Liderlerinin Bugünü” isimli bir rapor, gençleri bünyelerine katmak isteyen kuruluşlara ve iş dünyasına yön veren liderlere yol gösteriyor.

YÖNETİCİLERE GÖRE RİSK, GENÇLERE GÖRE FIRSAT

Hayatlarının ilk yıllarından itibaren bilgisayar ve akıllı cihazlar ellerinden düşmeyen “dijital yerli” gençler ve farklı teknolojileri hayatlarının ileriki dönemlerinde

deneyimlemiş olan “dijital göçmen” liderler son teknolojik gelişmelerin iş dünyası üzerinde yarattığı etkilere karşı farklı bakış açılarıyla dikkat çekiyor. İki grup arasındaki bu fark yeni iş trendlerinin yorumlanması ve ekonomiye olan güven konularında kendini gösteriyor. Araştırmaya katılan genç liderlerin %60’ı ekonomik koşulların önümüzdeki 12 ay içerisinde pozitif bir gelişme göstereceğine inanırken, üst düzey yöneticilerin yalnızca %27’si aynı fikirde. Bu güvenin sebebi gençliğin getirdiği saf bir iyimserlik mi yoksa dijital devrim gibi trendlere dair içgörü mü bilinmese de, bugünün liderlerinin maddi ve stratejik risk olarak gördükleri şeyleri, gençlerin heyecan verici fırsatlar olarak gördüğü aşikâr.

Genç liderler her ne kadar geleceğe dair iyimser bir bakış açısına sahip olsalar da, risk tespiti gibi stratejik konulara çok daha gerçekçi bir şekilde yaklaşıyorlar. Gençler, dijital devrim sürecinde devamlı değişen koşulları iş gelişimi için bir fırsat olarak görürken, üst düzey yöneticiler için bu bilinmezlik ciddi bir risk anlamı taşıyor. Buna göre, kuşak farklılıklarının bu iki grubun risk algısını büyük oranda etkilediği çıkarımını yapmak mümkün. Genç liderlere göre iş dünyasının geleceği için risk oluşturan en önemli faktörler sosyal iktidarsızlık, çevre problemleri ve işsizlikken, üst düzey yöneticiler gereğinden fazla regülasyon, jeopolitik belirsizlik ve dalgalı döviz kurlarını tehdit olarak görüyor. Siber saldırı tehditleri gençlerin %85’i için büyük bir risk iken, üst düzey yöneticiler yalnızca %61’i bu konuda gençlerle hemfikir. Aynı şekilde müşteri beklenti ve davranışlarındaki ani değişiklikler gençlerin %83’ünü tedirgin ederken, üst düzey yöneticilerin %60’ı bu durumun şirketler için büyük bir tehdit oluşturduğu düşünüyor.

GENÇLER LİDERLERİN OLMAZSA OLMAZLARI

Araştırmanın ortaya koyduğu çarpıcı sonuçlardan biri de genç liderlerin özellikle iş dünyasında kendilerinden önceki kuşaklardan çok farklı beklenti ve önceliklere sahip olmaları.



Gelecekte liderlik pozisyonlarında göreceğimiz bu gençler rahat bir hayat sürmek, fakat aynı zamanda da kişisel vizyon ve değerlerini yansıtan kuruluşlarda çalışarak kendilerine başarılı bir kariyer inşa etme isteğindeler. Onlara göre kariyer kavramı önceki kuşakların aksine tek bir kurumda yükselmekten ziyade, mümkün olduğunca çok sayıda kuruluşta çalışarak eğitim, uluslararası ve gönüllü deneyimlerle birlikte oluşturacakları bir portföy anlamına geliyor. Araştırmaya katılan gençlerin yalnızca %18’i şu an çalıştıkları kurum ve pozisyonda uzun süreli kalmak düşüncesinde.

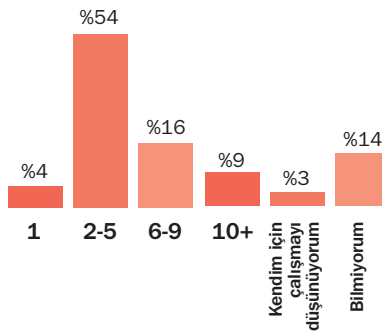
Peki, gençler için cazip bir hedef haline gelmek isteyen kuruluşlar nelere dikkat etmelidir? Bu sorunun cevabı gençlerin önceki kuşaklara göre ciddi farklılıklar gösteren kariyer önceliklerinde saklı. Her ne kadar aldıkları maaş tutarı önemli bir faktör olsa da, gençler bağlı olmaktan gurur duyacakları ve kendi değerleriyle örtüşen değerlere sahip bir işveren için çalışmak istiyor. Genç liderler işyeri kültürü ve uluslararası çalışma fırsatları gibi konulara önem verirken, bugünün üst düzey yöneticileri performans yönetimi ve ek haklar gibi daha teknik ve gençler için sıkıcı olan geleneksel iş geliştirme konularına önem veriyor.

Üst düzey yöneticilerin %75’i ve genç liderlerin %61’i yetkin ve değişime açık bir iş gücü yaratmak konusunda hemfikir olmakla birlikte, bu hedefin nasıl başarılabileceği konusunda farklı bakış açılarına sahipler. Gençler şirket içi çalışan çeşitliliği ve kişisel farklılıkların büyük oranda kabul gördüğü bir çalışma ortamı, yeni iş fırsatları yaratımı ve ücret eşitliği konularını bu konudaki en önemli öncelikleri olarak sıralıyor.

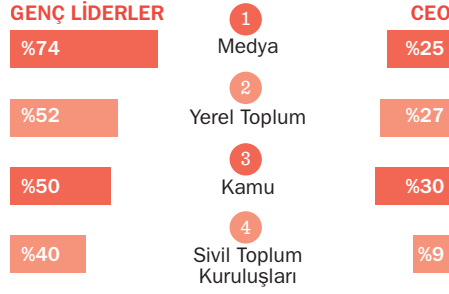
Eğitim de genç liderler için olmazsa olmaz bir faktör olarak karşımıza çıkıyor. Genç katılımcıların %64 gibi büyük bir çoğunluğu eğitimin

104 ülkeden 216 genç liderden toplanan verilerle hazırlanan “Yarının Liderlerinin Bugünü” araştırması kuşaklar arası farklı bakış açılarını net bir şekilde ortaya koyuyor.

KARİYERİNİZ BOYUNCA KAÇ İŞVERENİNİZ OLACAĞINI ÖNGÖRÜYORSUNUZ?



KİMLERİ PAYDAŞ OLARAK GÖRÜYORSUNUZ?



geleceğin liderlerini yaratmak adına en önemli faktör olduğunu söylerken, yalnızca %14'ü aile ve yetişme şekli gibi koşulların liderleri yetiştirmede önemli olduğunu düşünüyor. Fakat asıl düşündürücü olan eğitime bu kadar önem veren bireylerin ülkelerindeki eğitim sistemine güvensizliklerinin de bir o kadar yüksek seviyelerde olması. Katılımcıların %70'i ülkelerindeki eğitimin uluslararası deneyim, eleştiriye açıklık ve etik olmak gibi dijital çağda başarılı olabilmeleri için gerekli yetenek ve donanımı kazandırmak konusunda fazlasıyla yetersiz olmasından şikayetçi.

YEPYENİ BİR PAYDAŞ ALGISI

Global ve anlık olarak değişen iletişim trendlerini çok hızlı bir şekilde algılayıp çözümleyebilen genç liderler, söz konusu trendlerin şirketlerin kamu tarafından algılanış şekillerinde de büyük değişimlere yol açtığının farkında. Bu sebeple, çalışacakları kuruluşların sosyo-demografik ve kültürel değişikliklere hızlı ve etkili bir şekilde adapte olabilmelerini istiyorlar. 21. Yüzyılda "başarı" kavramının yalnızca finansal başarı değil, aynı zamanda da şirketlerin hissedarlarının yanında daha geniş paydaş çevresine nasıl katkı sağladığıyla ölçülmeye başlamasının bunun üzerindeki etkisi büyükken, insanlaşma çalışmalarına ve sosyal sorumluluk projelerine ağırlık veren markalar gençlerin istekleri doğrultusunda ilerleme gösteren bu trendi iyi yakalıyor.

Fakat üst düzey yönetici ve genç liderler şirketlerin hissedarlarına mı yoksa paydaşlarına mı daha fazla önem vermesi gerektiği konusunda ilginç bir fikir ayrılığı yaşıyor. Sosyal sorumluluk ve eşitlik konularında oldukça istekli görünen genç liderler %48 ve %46 gibi oranlarla her iki gruba da eşit fayda sağlaması gerektiğini düşünürken, üst düzey yöneticiler %67 ile esas faydanın geniş paydaşlarca hissedilmesi gerektiğini savunuyor.

ÖRNEK ALDIĞINIZ LİDERLER KİMLER?



Bu noktada, genç liderler için yeni bir paydaş algısı oluştuğunu gözlemliyoruz. Her iki grubun tam olarak kimleri paydaş olarak gördüğü birbirinden farklı olmakla birlikte, şüphesiz yaşadıkları fikir ayrılığını da etkiliyor. Üst düzey yönetici ve genç liderleri müşterilerin iş stratejisi üzerinde en güçlü etkiye sahip olduğu ve hükümet tarafından getirilen düzenlemelerin önemli olduğu konusunda hemfikir olsalar da; kuşak farkından kaynaklanan görüş açılarından kaynaklı olarak paydaş kavramını farklı tanımlıyorlar. Genç liderler medya, yerel toplum ve sivil toplum kuruluşlarını paydaş olarak görürlerken, üst düzey yöneticiler için durum böyle değil.

DEĞİŞİM ÇANLARI

Sonuç olarak, geleceğin liderleri daha pozitif bir bakış açısına sahip olmakla birlikte, fırsatları değerlendirmede oldukça ataklar. Bunun yanında toplumsal ve çevresel sorunlara karşı daha duyarlı bir tavır sergiliyorlar. Liderliğin öğretilbildiğine inanıyorlar ve çalışmak için kendi kişisel değerlerini yansıtan şirketleri tercih ediyorlar. Bu araştırmanın sonuçları ışığında bugünün yöneticilerinin, pek yakında kendilerinden sonraki kuşağa bırakacakları iş dünyası adına pek çok çıkarım yapması mümkün.



BİZ

48-56

48

NASIL BAŞARDIK

En Başarılı Koçlular 2015

50

SPOR

Koç Topluluğu Spor Şenliği'nde Dayanışma ve Takım Ruhu Kazandı

52

SPONSORLUK

Koç Holding Sponsorluğunda Rio 2016 Olimpiyatlarına

54

SPOR

"Aikido Yaşamın Aynasıdır"

56

AİLE

KoçAilem Çocuk Şenliği'nin İkincisi Düzenlendi



EN BAŞARILI KOÇLULAR 2015

2016 YILI EN BAŞARILI KOÇLULAR SÜRECİNİN HEYECANINI YAŞADIĞIMIZ BUGÜNLERDE SİZE 2015 KAZANAN PROJELERİMİZİ HATIRLATMAK İSTEDİK. 84 ÇALIŞANIMIZ EN BAŞARILI KOÇLU OLARAK BELİRLENDİ. DERGİMİZİN BU SAYISINDA SİZE KAZANAN PROJELERİMİZİ TANITMAKTAN GURUR DUYUYORUZ.



FARK YARATANLAR

YAPI KREDİ BANKASI

PROJE ADI: Akıllı Yönetim Sistemi (IMS)

PROJE KATILIMCILARI: Ahmet Mercan, Erdem Emekligil, Mehmet Ahat, Mustafa İşbilen, Onur Ağın, Seçil Arslan, Yahya Ergün

Akıllı Yönetim Sistemi projesinin amacı bankadaki iş yükünü önceden tahmin edip iş yoğunluğuna göre gerekli önlemleri almak. Bu projenin en öne çıkan kısmı TÜBİTAK destekli Ar-Ge yönü oldu. Bir banka için ertesi gün kaç müşteri geleceğini tahmin edip ona göre hareket etmek çok önemli. Proje sayesinde yüzde 95 oranında doğru tahmin yapılabiliyor. Bu projenin şu an banka içerisinde yayılan bir domino taşı etkisi var. Çağrı merkezine gelen çağrıların, şube yoğunluklarındaki oran, üretim alanı tahminlemesi gibi alanlarda da kullanılabileceği belirtiliyor.



FARK YARATANLAR

FORD OTOSAN

PROJE ADI: V36X Yeni Dizayn Kayar Kapı Aparatı Projesi

PROJE KATILIMCILARI: Engin Sağlam, Erdem Gül, İlknur Keskin, Mehmet Yıldız, Serkan Turan

Ford Otosan'daki ekip tarafından hayata geçirilen proje, yeni dizayn kayar kapı aparatının araca monte edilmesini kolaylaştırmak üzere geliştirildi. Aparatın bağlama sökme işlemi imalat hatında ergonomik zorluklara neden oluyordu. Aparatlar boy aparatı olduğu için belli sayılarda temizletilmeye gönderiliyor bu da yıllık maliyeti olumsuz yönde etkiliyordu. Beş kişilik çekirdek bir ekip çıkarıldı yola. Fikir alışverişleri sonucunda üçüncü denemede onay alındı ve aparat imalat hatlarında devreye girdi. 25 kilo olan kayar kapı aparatının ağırlığı 6 kiloya düşerken ergonomi problemleri sıfırlandı. Yıkama ve ilk alım maliyetlerinden tasarruf edildi.



İŞBİRLİĞİ GELİŞTİRENLER

OPET & KOÇ ÜNİVERSİTESİ & İNVENTRAM

PROJE ADI: Opet Petrolcülük - Koç Üniversitesi - Inventram Teknoloji ve Ürün Geliştirme İşbirliği Projesi

PROJE KATILIMCILARI: Emek Durmuşoğlu, Emre Heves, Fahri Kerem Uygurmen, Osman Vedat Akgün, Prof. Dr. Funda Acar Yağcı, Prof. Dr. Hakan Ürey, Selim Ölçer

Çalışan kaynaklı yeni fikirleri hayata geçirebilmek için daha önce süreçsel ilişkisi olmayan üç kurumun bir araya gelmesiyle ilgili projedir. Opet ihtiyaç ve uygulama alanlarını tanımlayıp kaynak sağlarken, Koç Üniversitesi teknolojik altyapısı ve yetmiş insan kaynağıyla projeye destek verdi. Inventram ise tarafları buluşturma ve şirketleşme çalışmalarında aktif rol oynadı. Bu iş birliği sonucunda dünyada ilk kez gerçekleştirilen patentli bir sistem ve bu sistemi geliştirecek Kuantag şirketi hayata geçti. Proje kazan kazan prensibiyle çeşitli faydalar sağlamanın yanında paydaşlar arasında sürdürülebilir ilişkilerin başlamasına da öncülük etti.



İŞBİRLİĞİ GELİŞTİRENLER / TÜPRAŞ

PROJE ADI: RAK Ekibinin Bakım Faaliyetlerine Desteği

PROJE KATILIMCILARI: Ali Sönmez, Anıl Bülbül, Hasan Ali Öztürk, Mehmet Altay, Naim Demir, Okan Özer, Selçuk Özdoğan, Sezer Dinçer, Tekin Çoban, Yaşar Deniz Sapmaz

Tüpraş'ın Arama- Kurtarma Ekibi olan Rafineri Arama Kurtarma ekibi tarafından hayata geçirilen proje, yüksek risk unsurları taşıyan rafineri bakım faaliyetlerini üstlenmesiyle ortaya çıktı. 70 çalışandan oluşan ekip, rafinerilerin aynı zamanda sivil savunma birimlerini de oluşturuyor. Uzman kişilerden eğitim alan RAK ekibi tamamen gönüllü olarak, edindikleri eğitim ve tecrübeyi de işin içine katarak bakım faaliyetlerini de üstlendi. Normalde beş kişinin çalıştığı ünite bakım zamanı 1000 kişi çalışıyor. Bakım zamanında herhangi bir olası kazaya karşın RAK ekipleri de 1000 kişiyle birlikte görev alıyor. Siren çalındığı anda tüm ekip arama kurtarma bölgesine gelip hemen müdahale ediyor. Planlı bakımda da emniyet tedbirleri alınıyor. Kendi kuruluş amaçları dışında bir de bakım süreçlerini gönüllü olarak üstlenen RAK ekibinin insanın sağlığına katkısı büyük.



MÜŞTERİ MUTLULUĞU YARATANLAR

AYGAZ

PROJE ADI: Otagaz İstasyon Devreye Alma Sürecinde LPG ile Yıkama Metodu Geliştirilmesi

PROJE KATILIMCILARI: Adnan Çalışkan, Ali Karaoğlu, Gürol Aba, Hacı Arı, Hakan Gürel, İlkey Duran, Murat Pekaş, Nabi Onur Azak, Osman Coşkun, Sinem Çalışkan

Toplam 10 kişilik proje ekibi, ürün kalite, satış sonrası hizmetleri ve Ar-Ge departmanından oluşuyor. Otagaz istasyonlarını devreye alma sürecinde mevcut bir temizleme işlemi yapıyordu fakat yapılan ölçümlerde bunun yeterli olmadığı fark edildi. Bunun üzerine alınan aksiyonla sistem LPG ile yıkandı ve yıkamada kullanılan LPG başka bir yöntemle temizlenerek tekrar sisteme verildi. Böylece LPG kaybı önlenmiş oldu. Projenin en önemli detaylarından biri ise yeni açılan otogaz istasyonlarında yaşanan problem sadece Aygaz'ın değil sektörün bir sorunu olmasıydı. Bu projeye hem müşteri memnuniyeti artırılarak müşteri kayıpları engellendi hem de yeni müşteriler kazanıldı. Müşteri memnuniyeti endeksinde 10 puanlık büyük bir artış yaşandı.



MÜŞTERİ MUTLULUĞU YARATANLAR

OTOKAR

PROJE ADI: Bagaj Kapağı Çözümü ile Müşteri Memnuniyeti

PROJE KATILIMCILARI: Erdoğan Şenkaya, Erhan Karakaya, Fatih Arkan, Murat Çalgın, Murat Turan, Nafi Güven, Remzi Serhad Uzunoglu, Sadettin Kanyılmaz, Semih Özcan, Yolcu Akbulak

"Bagaj Kapağı" projesi, Otokar ekibinden bir kişinin Sultan model bir araçla Zonguldak'a seyahat etmesiyle başladı. Bu seyahat sonucunda valizin kirlenmesi, Otokar çalışanları için çözülmesi gereken bir soruna dönüştü. Yapılan incelemeler sonucu ayar sorunu yaratma ihtimali olan noktalarda kök sebeplere inerek çözümler geliştirildi. Ayrıca ayarların daha kolay yapılmasını sağlayacak tasarım çözümleri oluşturuldu.



YARATICI YENİLİKÇİLER

ARÇELİK

PROJE ADI: VUX / Virtual User eXperience

PROJE KATILIMCILARI: Ali Barış, Can Onur Vancı, Davut Ayhan Serabatır, Görkem Gör, Koray Aydoğdu, Oliver Huang, Öner Hatipoğlu, Özgür Mutlu Öz, Selçuk Soyuyiğit, Yalçın Özkan

VUX Virtual User eXperience yani Sanal Kullanıcı Deneyimi projesi iki buçuk yıl önce başladı. Projenin detayında davlumbaz, ocak ve bulaşık makinası ürünlerinin kendi üzerlerinde ara yüzün olmadığı, bütün ara yüzün kullanıcının ihtiyaçları doğrultusunda projeksiyon teknolojisiyle mutfak tezgahına yansıtıldığı bir deneyim var. Kullanıcıya daha esnek, kolay ve daha fazla geri bildirim veren bir ürün çözümü hedeflendi. Şirket içi şirket dışı kaynakların belirlenmesinin ardından fikrin seri üretimi konusunda çalışmalar yapıldı. Çeşitli fuarlarda, organizasyonlarda proje sunuldu. Şu anda seri üretimle ilgili çalışmalar sonlandırılmak üzere.



YARATICI YENİLİKÇİLER

ARÇELİK - LG

PROJE ADI: Kokoreç Tezgahı

PROJE KATILIMCILARI: Erkan Kartal, Selçuk Özkaya, Serdar Bayram, Şafak Tankurt, Volkan Varol

Kokoreç Tezgahı projesinde üretim alanında bir çalışanın operasyon noktasında birtakım rahatsızlıklar yaşamasından yola çıkıldı. Bunun sonucunda beş kişilik bir ekip oluşturuldu. Kaykay platformundan esinlenerek aparat yapıldı ve çalışma bittikten sonra kokoreç tezgahına benzeyen bir görüntü ortaya çıktı. Montaj hattı üzerindeki iç ünitelerin ters çevrilmesi operasyonu, operatörden bağımsız ve ergonomik rahatsızlık vermeyecek şekilde gerçekleştirildi. Kokoreç Tezgahı projesi sayesinde Arçelik- LG tarihinde ilk kez ödül alındı. En Başarılı Koçlular süreciyle ilgili fabrikada ciddi bir farkındalık oluştu.

KOÇ TOPLULUĞU SPOR ŞENLİĞİ'NDE DAYANIŞMA VE TAKIM RUHU KAZANDI

TÜRKİYE'NİN İLK KURUMSAL SPOR ŞENLİĞİ OLAN KOÇ TOPLULUĞU SPOR ŞENLİĞİ, 27'NCİ YILINDA 83 ŞİRKETTEN 4 BİN ÇALIŞANIN KATILIMIYLA GERÇEKLEŞTİ. SPOR ŞENLİĞİ'NİN KAPANIŞINDA KONUŞAN KOÇ HOLDİNG CEO'SU LEVENT ÇAKIROĞLU, "KOÇ TOPLULUĞU'NUN GÜCÜNÜ SAHALARA TAŞIYAN TÜM ÇALIŞANLARIMIZI SERGİLEDİKLERİ TAKIM RUHU İÇİN TEBRİK EDİYORUM" DEDİ.

Koç Topluluğu'nun kurucusu merhum Vehbi Koç'un 1989 yılında başlattığı ve bugün dev bir spor organizasyonuna dönüşen Koç Topluluğu Spor Şenliği'nin 27'ncisi 83 şirketten 4 bine yakın çalışanın katılımıyla 5 Mart-28 Mayıs 2016 tarihleri arasında gerçekleşti. Koç Topluluğu Spor Kulübü tarafından organize edilen ve toplam 1.654 müsabakaya sahne olan karşılaşmalarda, Arçelik 26 şampiyonluk ile en fazla kupanın sahibi oldu. Arçelik'i 24 kupayla Ford Otosan, 15 kupayla Tüpraş ve 14 kupayla Yapı Kredi izledi. Müsabakalar büyük heyecana sahne olurken, takımlarını desteklemeye gelen çalışanlar tribünleri doldurdu.

Koç Topluluğu çalışanlarının aileleriyle birlikte katıldığı madalya ve kupa töreninde konuşan Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu, sözlerine merhum Mustafa V. Koç'u anarak başladı. Dereceye girip ödül alan tüm sporcuları tebrik eden Levent Çakıroğlu şöyle devam etti: "Benim açımdan başarılarınız bugün alacağınız ödülleri sınırlı değil. Benim gözümdeki başarınız bunun çok daha ötesinde. Asıl başarı elinizden gelenin en iyisini yapmaya çalışmakta, fark yaratabilmek için bir araya gelip omuz omuza ortak hedefe

kararlılıkla beraberce yürüyebilmekte, bu turnuvalar boyunca her anın tadını çıkarabilmekte, sonuç ne olursa olsun sporcu centilmenliğinden ödün vermeden kaybettiğimiz anlarda bile kazanan arkadaşlarımıza sarılabilmekte. Aynı şekilde başarı hayatın diğer alanlarında olduğu gibi, son ana kadar oyun bitmeden, yılmadan, çaba gösterip başarma hırsıyla mücadele edebilmekte. Başarıyı böyle tanımladığım zaman ben müsabakalara katılan tüm sporcularımızla gerçekten gurur duyuyorum, takım ruhu için tebrik ediyorum."

27'nci Koç Topluluğu Spor Şenliği, bu yıl birçok yeniliğe de sahne oldu. Geçtiğimiz yıl basketbol, masa tenisi, tenis, bowling, atletizm, yüzme, yelken, satranç, erkek futbol, kadın futbol, veteran futbol, kadın ve erkek voleybol kategorilerinde gerçekleşen müsabakalara bu yıl kürek branşının yanı sıra 3X3 tek pota basketbolda kadın ve erkek kategorileri eklendi. Böylece spor şenliği bu yıl toplam 13 branş ve 16 farklı kategoride gerçekleşti. Müsabakalara ilgi her geçen yıl artarken, bu yıl ilk kez yaklaşık 400 kadın sporcu da şenlikte yarıştı. Toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarını Spor Şenliği'nde de sürdürdüklerini belirten Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü Özgür Burak



Otokar takımı Futbol Süper Ligi şampiyonluğu kupasını Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu'nun elinden aldı.



**RAKAMLARLA
KOÇ TOPLULUĞU
SPOR ŞENLİĞİ**

13

Müsabaka
yapılan branş

400

Kadın sporcu
sayısı

4 bin

Toplam sporcu
sayısı

1.654

Müsabaka
sayısı



Düzenlenen şenlikte
Ford Otosan, Futbol
Süper Ligi'nde
ikincilik sevincini
yaşadı.



27. Koç Topluluğu
Spor Şenliği'nde
bir çok kupanın
sahibi olan Arçelik
çalışanları aileleriyle
keyifli bir gün geçirdi.

Akkol, "Bu yıl futbol ve basketbol branşlarında kadın takımları, ilgileri, mücadeleleri ve başarılarıyla dikkate değer sonuçlar elde etti. Topluluğumuzun geneline toplumsal cinsiyet eşitliğini yayarken, sporda da eşitliği yakalıyor olmamız çok önemli diye düşünüyorum" dedi.

Koç Topluluğu Spor Kulübü'nün Bağlarbaşı Korusu'nda gerçekleşen madalya ve kupa töreni renkli anlara sahne olurken, şenlikte dijital teknolojiler ön plandaydı. Sürat Teknesi, Labirent Robogol ve Kafa Gol gibi dijital teknoloji oyunlarına sporcular ve aileleri yoğun ilgi gösterdi.

KUPA GALİPLERİ

● Arçelik	26
● Ford Otosan	24
● Tüpraş	15
● Yapı Kredi	14

**SÜPER LİG'İN İLK ŞAMPİYONU
OTOKAR**

Koç Topluluğu Spor Şenliği kapsamında bu yıl ilk kez kurulan ve geçtiğimiz yıl ilk sekiz arasında yer alan takımların oluşturduğu Futbol Süper Ligi'nin yanı sıra, Futbol 1. Ligi ve Bölgelerarası Futbol Şampiyonası düzenlendi. Futbol Süper Ligi'nde Otokar ipi göğüslerken, Ford Otosan 2'nci, Arçelik Çayirova ise 3'üncü oldu. Geçen yıl ilk sekiz takımı dışında kalanlardan oluşan Futbol 1. Ligi'nde ise Türk Traktör Sakarya 1'inci, Arçelik Çerkezköy 2'nci ve Yapı Kredi ise 3'üncü olarak sıralamaya girdi. Futbol Süper Ligi'nin şampiyonu olan Otokar, Bölgelerarası Futbol Şampiyonası'nın finalinde de Tüpraş Batman Rafinerisi'ni mağlup ederek yılı iki kupayla tamamladı. Otokar takımı Futbol Süper Ligi şampiyonluğu kupasını Koç Holding CEO'su Levent Çakıroğlu'nun elinden aldı.



Koç Holding İnsan Kaynakları Direktörü Özgür Burak Akkol, 27. Spor Şenliği'nde şampiyon olan sporcuları tebrik etti.

KOÇ HOLDİNG SPONSORLUĞUNDA RİO 2016 OLİMPİYATLARINA

1908 YILINDA KURULAN VE 2014 YILINDAN BU YANA KOÇ HOLDİNG'İN ANA SPONSORU OLDUĞU TÜRKİYE MİLLİ OLİMPİYAT KOMİTESİ (TMOK) ÇATISI ALTINDA FARKLI BRANŞLARDA YARIŞAN 103 SPORCU, RIO DE JANEİRO'DA GERÇEKLEŞECEK OLİMPİYAT OYUNLARI'NA KATILACAK.



Türkiye'nin en eski sivil toplum kuruluşlarından birisi olan TMOK kurulduğu ilk günden bu yana kâr amacı gütmeyen, toplum yararına çalışan, özerk bir kurum... Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin (IOC) önderliğinde, dünyadaki 206 milli olimpiyat komitesi ve olimpiik spor dallarının uluslararası federasyonlarından oluşan Olimpiik Hareket'in Türkiye'deki tek temsilcisi olan TMOK, olimpiik ulus yaratmak vizyonu ve Türkiye'ye olimpiizm ruhunu aşlamak misyonu ile faaliyet göstermeye devam ediyor.

Koç Holding, spora ve sporcuya verdiği değer doğrultusunda 2014 yılından bu yana, TMOK'un ilk ve tek ana sponsorluğunu üstleniyor.

2020 Olimpiyat ve Paralimpiik Oyunları adaylık sürecinde başlayan bu birliktelikte, her iki kurum da; Türkiye'de sporun bir yaşam biçimi haline

getirilmesine, tabana yayılmasına ve olimpiik ruhun gelişimine destek olmak amacıyla işbirliğini sürdürüyor. Türkiye'nin uluslararası arenada sportif başarılarıyla söz sahibi bir ülke haline gelmesine katkıda bulunmayı hedefleyen TMOK ve Koç Holding, çocukları henüz okul çağında sporla bütünleştirmeyi ve gelecek nesilleri sporun değerleri üzerinden yetiştirmeyi hedefliyor. Sporun temelini oluşturan bedensel ve ahlaki nitelikleri geliştiren eğitime ve spor marifetiyle barışçıl ortamların yaratılması çabalarına katkıda bulunan TMOK ile; eğitim, sağlık, kültür-sanat, çevre ve spor alanlarında önemli sosyal sorumluluk projelerini hayata geçiren ve katkıda bulunduğu projelerin toplumsal anlamda fayda üretmelerine, kalıcı yarar sağlamalarına özen gösteren Koç Holding arasında önemli bir amaç birliği bulunuyor.

HEP BERABER RİO'YA

Türkiye'den 103 sporcusu, bu yıl Brezilya'nın ikinci büyük kenti Rio de Janeiro'da düzenlenecek olan Olimpiyat ve Paralimpiik Oyunları'na doğru yola çıktı. Ağustos ayında gerçekleşecek Rio 2016'da, 28 olimpiik sporun 42 disipliniinde müsabakalar yer alacak ve dünyanın en iyi 10.500 sporcusu 19 yarışma günü boyunca yarışacak.

Türkiye, Rio 2016 Olimpiyat Oyunları'na tarihindeki en yüksek sayıda spor dalında katılıyor. Türk sporcular, 28 Olimpiik sporun 21'inde mücadele verecekler. Modern pentatlon ve kano sporlarında, güreşte kadınlarda ve cimnastik erkeklerde ilk defa olimpiyatlara katılacak olan Türkiye'den Rio 2016 Olimpiyat Oyunları'na katılma hakkı elde etmiş oyuncular arasında; atıcılıkta 4, atletizmde 31, badmintonunda 1, basketbolda 12 kişilik kadın basketbol takımı, binicilikte 1, bisiklette 2, boksta 6, cimnastikte 2, eskrimde 1, güreşte 14, judoda 4, kanoda 1, kürekte 2, masa tenisinde 2, modern pentatlonunda 1, okçulukta 2, tekvandoda 2, yelkende 6, yüzmede 4, halterde 4 ve teniste 1 sporcusu bulunuyor.



“TÜRKİYE YELKENDE GELECEK VAAT EDİYOR”

RİO'DA YARIŞACAK İSİMLERDEN BİRİ DE YELKENDE ALİCAN KAYNAR... KOÇ HOLDİNG'İN SPONSORLUĞUNU ÜSTLENDİĞİ SPORCU OLİMPİK YELKEN SINIFLARI İÇİNDE AĞIR SIKLET FİNN TEKNESİYLE TÜRKİYE'Yİ TEMSİL EDECEK. BUGÜNE DEK FARKLI YARIŞLARDA TÜRKİYE'Yİ BAŞARIYLA TEMSİL EDEN GENÇ SPORCU, RİO'DAN DA BAŞARIYLA DÖNMİYİ HEDEFLİYOR.



Milli sporcu Alican Kaynar, Koç Holding sponsorluğunda katıldığı Rio 2016'dan başarıyla dönmeyi hedefliyor.

Yelken ile oldukça küçük yaştan itibaren uğraşıyorsunuz. Sizi bu spora yönlendiren ve daha da önemlisi sürdürmenizi sağlayan ne oldu?

Beni yelken ile tanıştıran ailem oldu, babamın da yelken en büyük hobisidir. Denizle ilk buluşmamdan kısa bir süre sonrasında bu spor tutkum olmuştu. Yıllar geçti, genç yaşta aldığım başarılar beni daha büyük hedeflere yönlendirdi. Ülkemi temsil etmek benim için büyük bir motivasyon oldu ve olimpiyat hedefi koymamı sağladı. Londra 2012'den sonra ise amacım Türkiye'nin yelkende ilk olimpiyat madalyasını kazanmak oldu.

Hem okul hem de sporu bir arada başarıyla yürütmek için neler yapıyorsunuz?

Lise ve üniversite öğreniminin başlarında oldukça zorlandım, iki alanda da başarılı olmam gerekiyordu. Bu durum bana zaman planlamasını ve verimli çalışmayı öğretti. Büyük bir yelken kültüründen gelen Fransa, İngiltere ve Avusturalya gibi ülkelerle bugün mücadele edebilmemin sebebi iyi bir hazırlık stratejisi geliştirip metodik çalışmamdır. Ayrıca hep yanımda olan ailem ve destekçilerim sayesinde her geçen gün hedefime daha çok yaklaşıyorum.

Yelken sporunun hem fiziksel hem de ruhsal gelişime nasıl bir etkisi olduğunu düşünüyorsunuz?

Yelkenin en güzel yanı bu sporun tüm yaş gruplarını ve her türlü fizik yapısını kapsaması. Tabii ki olimpiik tekneler çok yüksek fiziksel hazırlık istiyor ve finn bunların içindeki fiziksel açıdan en zorlu sınıf. Ben de deniz antrenmanlarının yanı sıra karada kürek, bisiklet ve ağırlık antrenmanlarıyla kendimi hazırlıyorum. Ruhsal ve mental gelişime ise yelkenin büyük katkısı var. Yelken insanı özgür kılıyor diyebilirim, belki de bu yüzden bir defa yelken yapan hayatının sonuna kadar bu spora bağlanıyor. Özgür hissederken bir taraftan da doğanın üstünlüğünü anlıyoruz. Yarışırken ise teknedeki, rüzgardaki ve denizdeki sürekli değişen parametreler yüksek derecede konsantrasyon istiyor ve hızlı analiz, karar verme yetinizi geliştiriyor.

Türkiye Milli Olimpiyat Komitesi'nin Ana Sponsoru olan Koç Holding'in olimpiik sporlara verdiği desteği nasıl değerlendiriyorsunuz?

Olimpiik branşları ayakta tutan en büyük etken sponsorluklar. Koç Topluluğu'nun sosyal sorumluluk projelerinde ve marka çalışmalarında, bilinen anlamda sponsorluğun çok ötesinde, ilave sosyal içerikler üretmek topluma katkı sağlaması gerçekten çok önemli. Türkiye'ye değer katacak ekonomik ve top-

lumsal yatırımları hayata geçiren Koç Holding'in, spora ve sporcuya verdiği desteği sürdürülebilir kılması yolundaki gayretlerini takdirle izliyoruz. Koç Holding'in aynı felsefeyi taşıyan TMOK'u partner olarak seçmiş olması da bu anlamda çok değerli.

Bu anlamda Koç Holding'in desteği kişisel performansınızda ve bu sporun gelişimi noktasında nasıl etkili oldu?

Koç Holding'in sağladığı desteğin, seviyemi birkaç basamak yukarı çıkarmamda ve dünyada ilk 20 sporcu arasında yer almamda çok büyük katkısı oldu. Maddi sponsorluğun yanında böyle büyük bir topluluğun arkanızda olması aynı zamanda manevi açıdan da önemli bir destek oldu bana ve eminim ki bu sponsorluğun ardından birçok genç yetenek yelkende ve sporda kariyer yapmak için çok daha özgüvenli olacak.

Rio'da Türkiye'yi temsil edeceksiniz. Neler hissediyorsunuz? Kendinize bir hedef belirlediniz mi?

Ülkemi temsil etmek benim için çok büyük gurur. Bu aşamada sadece yarışlara konsantre olmuş durumdayım. Öncelikli hedefim geçtiğimiz 4 senedeki tüm kazanımlarımı ortaya koyup iyi bir yarış çıkartmak. Sonunda çok iyi bir sonuçla döneceğime inanıyorum.



“AİKİDO YAŞAMIN AYNASIDIR”

ANLAMI “YAŞAM GÜCÜYLE - EVRENSEL ENERJİYLE - BÜTÜNLEŞME YOLU” OLAN AİKİDO, KOÇ TOPLULUĞU SPOR KULÜBÜ'NDE YENİ ÖĞRENCİLERİNİ BEKLİYOR.

► Nesrin Koçaslan

Aikido'ya gönül vermiş iki kişi... Biri yaklaşık 25 yıldır bu savaş sanatı ile uğraşan ve “İstanbul Aikikai” ve Koç Topluluğu Spor Kulübü Aikido baş eğitmeni Ayhan Kaya diğeri ise kendisini Ayhan Kaya'nın öğrencisi olarak tanımlayan ve yaklaşık 12 yıldır bu sanatta uğraşan Yapı Kredi Uyum ve İç Kontrol Genel Müdür Yardımcısı M. Erkan Özdemir... Aikido'yu daha geniş kitlelere tanıtmak ve bu sanatın kişinin gelişiminde yarattığı değişimi çok daha fazla kişiye ulaştırmak için çabalarını sürdürüyorlar. 2008 yılında tanışmalarının ardından birlikte eğitim de veren Kaya ve Özdemir yaklaşık 3 yıldır Koç Topluluğu Spor Kulübü'nde hem Topluluk çalışanlarından hem de Topluluk dışından oluşan bir grupta aikido çalışmalarını sürdürüyor.

Ayrıca, Ayhan Kaya'nın baş eğitmeni olduğu organizasyon, Japonya'da bulunan “Aikikai Foundation The Aikido World Headquarters” tarafından “Hombu Recognition” -uluslararası tanınırlık- sertifikasıyla (dünya genelinde söz konusu belgeye sahip az sayıdaki diğer seçkin organizasyon-

lar gibi) onurlandırılmış. Bu bağlamda, verilen tüm sertifikalar da uluslararası geçerliliğe sahip bulunuyor. Ayhan Kaya ve Erkan Özdemir bu sanatın kendileri için ne ifade ettiğini, düşünsel ve fiziksel olarak katkılarını Bizden Haberler Dergisi için anlattı.

BİR SAVAŞ SANATI OLARAK AİKİDO

Aikido, Japonya'nın kültürel geleneklerinden türeyen bir sanat. Aikido'nun kurucusu, Morihei Ueshiba, birçok geleneksel savaş sanatlarında eğitilmiş ve tamamen yeni bir sistem olan Aikido'yu ortaya koymuş ve eski sistemlerin en iyi yönlerini de harmanlayarak gelecek için bir savaş sanatı yaratmış.

Judo, Kendo, Karate-do gibi başka modern savaş sanatları gibi Aikido da, kendisini savunma sanatı olarak tanımlıyor. Yani insana saldırganlığı değil tehlikeler karşısında savunmayı öğretiyor. Hatta eğitmen Ayhan Kaya'nın söylediğine göre rakibine karşı savunma yaparken onu daha barışçıl bir anlayışa yönleltmeyi seçiyor. Bu nedenle Aikido'da müsabaka yoktur. Bu anlamda, Aikido temelinin bireyin

Aikido adı üç Japonca kelimedenden oluşmaktadır:

合	気	道
Aİ	Kİ (VEYA Çİ)	DO
Uyum, uyumlu olmak ya da birleşmek	Ruh, yaşam gücü ya da evrensel enerji	Yol

ruhsal gelişimi ve sosyal sorumluluğu üzerine kuruyor. Ayhan Kaya bu konuyu şu şekilde açıklıyor: "Çoğu savaş sanatı müsabaka üzerine kurulu ama müsabaka olmaya başladığında işin içine kurallar ve rekabet giriyor. Bu da, egoizm, bencillik ve kibir gibi olumsuz duyguları da beraberinde getiriyor. Aikido'nun kurucusu bu yaklaşımı, benimsenmemiş ve temel amacın kişinin kendini sürekli olarak geliştirmesi olduğunu belirtmiştir."

HERKES İÇİN AIKİDO

Aikido her ne kadar 'Savaş Sanatı' olarak adlandırılrsa da felsefesi ile diğer Uzak Doğu savaş sanatlarından kendini ayırıştırıyor. Ayhan Kaya bu farklılığı şu şekilde açıklıyor: "Aikido bedeni, ruhu ve akli bütüncül olarak eğitmeye yönelik öğretiler barındıran bir savunma sanatıdır. Temel amacı ise uyumun ve işbirliğinin gücüdür. Konulara birden fazla olasılıkla bakar. Bu anlamda, Aikido sorunların çözümünde sınırsız olanak olabileceğini gösterir. Aikido kesinlikle çatışmaya karşılık vermez ve şiddet içermez. Kendini ve rakibini şiddete/öfkeye yöneltmeden çatışmayı çözer. Aikidoda çatışma başlamadan önce zaten kontrol altına alınmıştır. Bu anlamda Aikido'yu bir sorunun üstesinden sakince gelmek olarak da ifade edebiliriz." Ayhan Kaya profesyonel iş hayatında Aikidonun çok fazla etkisinin olduğunu da altını çiziyor. Bankacı olarak çalışırken Aikido'nun felsefesinin tüm hayatında değişimlere

sebepe olduğunu gördüm. Aikido'daki çalışmalarım, stratejiler, teknikler, uyumun yolu, insanlarla iletişim kurma, çatışmadan kaçınma vs... gibi konuları algılamaya başladığımda hayatımda özellikle iş hayatımda bunları uygulamaya başladım ve iş hayatındaki gelişimim de devam etmeye başladı.

Hem öğrenci olan hem de eğitmen olarak görev yapan Yapı Kredi Uyum ve İç Kontrol Genel Müdür Yardımcısı M. Erkan Özdemir ise Aikido'yu şu şekilde tanımlıyor: "Aikido'nun en doğru anlatımı kendi isminde yatıyor. Evrensel enerji ile uyum, kendinle uyum, rakibinle uyum ve doğayla uyum... Aikido'ya ilk başladığınızda sadece teknikleri öğreniyorsunuz. Ama o işte ustalaştıkça ve biraz daha derine indikçe Aikido'nun arkasında kurucusunun getirdiği çok ciddi bir birikim ve felsefi bir bakış açısı olduğunu görüyorsunuz. Zamanla bunları da algılamaya başladığınızda yaptığınız şey sadece fiziksel bir aktivite olmaktan çıkarak zihninizi, ruhunuzu ve yaşamınıza da bir değişim yaşıyorsunuz aslında ve yaptığınız sanatın karakteristiği sizi etkilemeye başlıyor."

ÇOCUKLAR İÇİN AIKİDO

Son zamanlarda, ebeveynleri ile birlikte Aikido çalışan çocukları görmek olağan hale geldi. Ayhan Kaya, Aikido'nun yaş farkı gözetmeksizin hayat boyu eğitim için değerli bir form olduğunu söylüyor. Çocuklar,

gençler ve yetişkinler – bütün yaş grubu insanlar (kadın-erkek) bu ruhsal, zihinsel ve bedensel gelişimden yararlanabilir. Aikido temel hareketlerinde birey "ki" yi (yaşamsal gücü) doğru bir şekilde yönlendirmeyi öğrenir. Aikido'nun doğal/ doğaya uygun hareketlerinde zorlayıcı hiçbir şey yoktur. Bu yüzden, bu tarz bir eğitim bireyin karakterinde pozitif etkiye yol açar, olaylara karşı farkındalıklı ve net bir görüş sağlar.

Sonuç olarak, Aikido barışçıl bir savaş sanatı olmanın yanı sıra kişilerin özel ve iş yaşamlarına da yansıyan sağlıklı ve sürekli bir zihinsel/ruhsal-bedensel gelişimi amaçlayan bir yoldur. Bu kapsamda, Aikido ülkemizde de bazı okullarda müfredat içerisinde kendine yer bulmaktadır. Bunun yanı sıra, iş hayatında da Aikido felsefesi ve prensipleri ile gelişim programları/seminerleri de yapılmaktadır. İstanbul Aikikai Okulu'nun baş hocası Ayhan Kaya Aikido felsefesini çocuklara/gençlere okul müfredatı kapsamında eğitim olarak vermenin yanı sıra iş hayatına yönelik gelişim seminerlerine de devam ediyor. Bunun yanı sıra; Ayhan Kaya yurtdışında Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Hollanda gibi pek çok ülkede de Aikido seminerleri veriyor.

Aikido çalışmaları İstanbul'da Anadolu yakasında Koç Topluluğu Spor Kulübü Bağlarbaşı Korusunda (www.ktsk.com.tr/aikido-yet/) ve Avrupa yakasında Terakki Vakfı Okulları Levent Yerleşkesi'nde (www.istanbulaikikai.org) sürdürülüyor.



Aikido eğitimleri Koç Topluluğu Spor Kulübü'nde gerçekleştiriliyor. Bu çalışmalara hem Koç Topluluğu üyeleri hem de dışarıdan isteyenler katılabilir.

KOÇAİLEM ÇOCUK ŞENLİĞİ'NİN İKİNCİSİ DÜZENLENDİ

İlki geçen yıl düzenlenen KoçAilem Şenliği'nin ikincisi 50 farklı şirketten 1.028'i yetişkin, 851'i çocuk olmak üzere toplam 1.879 kişinin katılımıyla 21 Mayıs Cumartesi günü gerçekleştirildi. Koç Topluluğu çalışanlarının aileleriyle birlikte katılma imkanı buldukları şenlikte KoçAilem fayda noktalarından olan, Aygaz,

Koçtaş, Sek, Setur, Tat, Avrupa Diş Kliniği, Cambridge Koleji, Elemental Wellness, Migros, Sahne 3, Sinpaş firmaları stantlarını kurarak çocuklara dönük aktiviteler düzenledi. Etkinlik sonrasında yapılan memnuniyet anketine katılan KoçAilem üyeleri benzer etkinliklerin daha sık yapılmasını ve farklı şehirlere yayılmasını istediler.

ÜYELER VE ÇOCUKLARI DOYASIYA EĞLENDİ

"Arkasında büyük bir emeğin olduğu, insanı değerli hissettiren bu büyük ve güzel organizasyonun bütün canlarına candan teşekkürler."

GÜLÇİN TEKİZ - VKV KOÇ ÖZEL ORTA OKULU

"Mükemmel daha ne istenir."

GAMZE BUZOL - YAPI KREDİ

"Harika bir gün yaşamamıza olanak sağladığı için KoçAilem'e sonsuz teşekkürler."

ARZU KALENDER - VKV KOÇ ÖZEL ORTA OKULU

"Koç Topluluğu ailesinin bir üyesi olmaktan bir kez daha gurur duydum."

BURAK UÇAR - YAPI KREDİ

"Babam 32 yıldır Aygaz çalışam. Çocukluğumda yaşadığım Koç piknik ortamlarını bugün çocuğumla beraber bir Koç çalışamı olarak yaşamaktan çok ama

çok mutluyum. Keşke çekilişle değil de tüm çalışanlar çocuklarını getirebilseydi. Koç'lu olmaktan gurur duyuyorum. Teşekkürler."

FİLİZ ÇATALTEPE YILMAZ - OPET

"Biz ilk defa geldik ve çok eğlendik. Bütün oyunlara sevak katıldık. Emek verilmiş bir organizasyon, teşekkür ederiz."

GONCA ŞAHİN - YAPI KREDİ

"Koç Grubu çalışam olmaktan bir kez daha gurur duydum. Koç'lu olmak bir ayrıcalık, Koç Topluluğu çalışanının çocuğu olmak ise daha büyük bir ayrıcalık!"

BAHAR ERGÜN - YAPI KREDİ

"Her şey çok güzeldi, söylenecek bir söz yok, ailemle çok eğlendim. Çok teşekkür ederiz."

MURAT ÇİÇERALİ - AMERİKAN HASTANESİ

"Açık hava organizasyonları, bilgisayar nesli çocukları için çok iyi bir fikir. Bu güzel fikir ve güzel organizasyon için teşekkürler"

UMUT ATIL DEMİR - YAPI KREDİ

"Harika bir aktivite, her sene tekrarlanması bizi mutlu eder. Ayrıca her şey çok iyi organize edilmiş, her şey için teşekkürler."

MERYEM İNCEİPEK - SETUR

"Çocukların unutamayacağı güzel bir gün oldu. Gelenekselleşmesi halinde daha manidar olur."

MURAT KAFA - ARÇELİK

"Her şey en ince detayına kadar düşünülmüş. Emeğinize sağlık."

CEM TOLGA CİĞERİM - KOÇSİSTEM





İçinde Koç var.

90
yıldır