

YATIRIM
Eczacıbaşı Monrol'ün Yeni
Yatırım Üssü: Almanya

DOSYA
Teknolojiyle Entegrasyon
Kuraklığa Çözüm Oluyor

BÖLGESEL BAKIŞ
Gençlik Şehri Köln
Start-Up'ların Cazibe
Merkezi

BAŞARI HİKAYESİ
Almanya'da Başarı,
Dünyada Başarı Demek

● ALMANYA'DA ● İŞ DÜNYASI



FİYATI 15 EURO | ÖZEL SAYI | 2023



ALMANYA'NIN DİNAMİK VE CESUR KENTİ DÜSSELDORF

➤ DR. STEPHEN
P. KELLER

Düsseldorf
Ticaret Dostu
Bir Kent



➤ PINAR
ERSOY

AHK Türkiye'de
Kadınlar Dümene
Geçti



➤ AV. AZİZ
SARIYAR

Türk
Girişimciliğinin
Kılavuzu: ATİAD



➤ DR. ADEM
AKKAYA

Kuzey
Ren-Vestfalya'nın
Yeni Kalesi: Hidrojen



ihlas
Ambalaj

ihlas
Gazetecilik

ihlas
Matbaacılık

Yarım asırlık sektör tecrübemiz,
6 bölgede **45 bin metrekare üretim alanımız**,
günlük **7,5 milyon baskı kapasitemizle** sürdürülebilir
ve güvenli üretim anlayışımız sayesinde
26 ülkeye ihracat yapıyoruz.



0212 696 10 60

ihlasambalaj.com.tr • ihlasgazetecilik.com.tr • ihlasmatbaacilik.com

ATIAD

AVRUPA'DAKİ TÜRK İŞ İNSANLARININ ÖNCÜSÜ VE SÖZCÜSÜ



İŞBANK

KT  **BANK**



santex MÜNCHEN DACH

**Volksbank
Rhein-Ruhr**



 **ZiraatBank**

ATIAD e.V.

Vogelsanger Weg 80
40470 Düsseldorf

+49(0)211/502121 +49(0)211/5065340
info@atiad.org



www.atiad.org



[atiad](https://www.linkedin.com/company/atiad)



[atiad_official](https://www.instagram.com/atiad_official)



[atiadofficial](https://www.facebook.com/atiadofficial)



Yine Almanya'dayız...

CELAL TOPRAK
Genel Yayın Yönetmeni

Türkiye kupaya gidememişti... Ülkede herkes Almanya'yı destekliyordu... Futboldaki bu sıcak yaklaşım Türkiye-Almanya arasında her ilişkiye yansdı ve yansımaya devam ediyor.

Mesela çok Türk girişimci Almanya'da yer alıyor. Türkiye'deki orta ölçekli şirketlerin ikinci durağı genellikle Almanya oluyor.

Alman şirketlerinin de en büyük ve önemli yatırımlarını Türkiye'de yaptıklarını görüyoruz. Türkiye'de 100 yıllık Alman şirketlerinin varlığını biliyoruz.

Biz de Türkiye'de iş dünyasının nabzını tutan bir ekonomi dergisi çıkarınca ikinci adımı Almanya'da attık. Geçen yıl ilk defa Köln'de yaptığımız Almanya buluşmasını bu defa Düsseldorf'ta yapıyoruz. Ve bu defa etkinliğimize Almanya'da girişimciliğin kalesi olan ATİAD tam destek veriyor. ATİAD yönetimine ve Başkan Aziz Sarıyar'a çok teşekkür ediyoruz. Başkan Sarıyar geçen yıl yaptığımız etkinliğe de tam destek vermişti.

Bir başka teşekkür de Dr. Adem Akkaya'ya... NRW Global Business olarak onlarca Türk şirketini Almanya'ya taşıyan, onların dünya pazarlarında yolculuğa çıkmasına imza atan Akkaya, etkinliğin de ev sahibi gibi davranıyor.

Bu arada hem geçen yıl hem de bu yıl etkinlik için özel bir dergi hazırlayan Yazı İşleri Müdürümüz Hüsne Pamuk ve ekibini de tebrik ediyoruz. Hüsne Pamuk'un Almanca-Türkçe söyleşileri ve fırsat içeren dosyaları yeni ufuklara yelken açılmasını sağlıyor.

Eczacıbaşı'nın en yeni yatırımı, Kemal Şahin'in mesajları, Ordu'dan Almanya'ya kedi kumu satan Turgay Ömür'ün hikayeleri gibi çok önemli bilgilerin yer aldığı elinizdeki sayıda Avrupa'nın ilk ve tek bambu üreticisi ile de tanışacaksınız.

Yıllardır Almanya'da başarı hikayesi yazan Salih Boz'un, Çiğköftem'in trend belirleyen zincirleri, Çetin Cıvata'nın gücü de dergi içinde ilgi çekecek söyleşiler arasında.

Bu arada şunun altını çizmek isterim... Almanya'daki Türkiye'nin gururu dışişleri ekibinin ilk günden itibaren tam desteğini aldık. Onların gücünü arkamızda hissetmek bizim için çok önemliydi. Bu anlamda Dışişleri Bakanı Mevlüt Çavuşoğlu başta olmak üzere tüm ekibe çok ama çok teşekkür ediyoruz.

Son teşekkür de Tuba Gençay'a... İlk günden bu yana hem dergi projesine hem de Almanya etkinliğine inancı, ekibi ile birlikte desteği bu projenin hayata geçmesini sağladı. Böyle vizyoner iş arkadaşlarımızın olması bize güç katıyor, enerji veriyor.

En güzel günler sizlerin olsun...

Sahibi

İhlas Gazetecilik A.Ş.

Genel Yayın Yönetmeni

Celal Toprak

Yazı İşleri Müdürü

Hüsne Pamuk

Editörler

Merve Sibel Sili

Muhabir

Rümeysa Kocaman Alp

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Emre Alkin
Prof. Dr. Esfender Korkmaz
Dr. Berra Doğaner
Ahmet Coşkunaydın
Günseli Özen
İrfan Altıkardaş
Kadri Yeltekin
Senur Akın Biçer
Yücel Koç

Grafik Tasarım

Murat Dirlık
Bahadır Köksal
Ahmet Katmerlikaya

Reklam Koordinatörü

Fatih Pakkan
Gizem Kalecik Çapanoğlu
Enver Özsoy

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Ahmet Demirbaş

Reklam Departmanı

0212 454 37 16 - 31 62

Adres

Merkez Mahallesi
29 Ekim Caddesi İhlas Plaza
No: 11 A/41 34197 Yenibosna
Bahçelievler/İSTANBUL

Baskı

İhlas Gazetecilik A.Ş.
34197, Yenibosna / İstanbul

DİJİTAL VARLIKLAR

facebook.com/turkiyedeisdunyasi
twitter.com/trdeisdunyasi
instagram.com/turkiyedeisdunyasi
youtube.com/turkiyedeisdunyasi

ABONE SERVİSİ

Telefon No: (0212) 454 31 50
e-mail: abone@turkiyedeisdunyasi.com

Yeni

ALMANYA'NIN EN YENİ

PLASTİK BORU FABRİKASI

ÜRETİME BAŞLIYOR

Bayi ve
yetkili satıcı
başvuruları için:
info@bogenn.de

- Yerden Isıtma Sistemleri
- Sıhhi Tesisat Sistemleri
- Yangın ve Ses İzolasyonlu
Atık Su Boru Sistemleri

BOGENN
Unique Piping Systems

www.bogenn.de

SİVİL TOPLUM

TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN KILAVUZU ATİAD

Türk girişimciliğinin kılavuzu ve simgesi olmayı hedefleyen bir yapıda olduklarını belirten ATİAD Yönetim Kurulu Başkanı Aziz Sarıyar, sektörler arası bir birlik oluşturmak amacıyla 30 yıldır çalışmalara aralıksız devam ettiklerini söylüyor.

6



ALMANYA POSTASI 16

İŞ DÜNYASINDA KADIN 18

BÖLGESEL BAKIŞ 28

BAŞARI HİKAYESİ 32

FIRSAT 78

PAZARLAMA 90

MAKRO GÖRÜNÜM 94

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK 98

DOSYA 100

İŞ DÜNYASI 106

TEKNOLOJİ 108

SEKTÖREL PANORAMA 110

SAĞLIK KÖŞESİ 114

YAZAR 116

BÖLGESEL BAKIŞ



22

DÜSSELDORF TİCARET DOSTU BİR KENT

Düsseldorf ve Türkiye arasındaki ilişkilerin uzun bir geçmişe sahip olduğunu söyleyen Düsseldorf Belediye Başkanı Dr. Stephen P. Keller, "Bugün Düsseldorf'ta Türk göçmen kökenli yaklaşık 23 bin kişi yaşıyor. Eyalet başkentindeki en büyük uluslararası grup Türklere dayanıyor" diyor.

ÖZEL RÖPORTAJ



10

KUZAY REN-VESTFALYA'NIN EKONOMİDEKİ YENİ KALESİ HİDROJEN

NRW.Global Business Türkiye Temsilcilik Müdürü Dr. Adem Akkaya, 2050 yılına gelindiğinde sera gazı salınımının sıfırlandığı bir dünya hedefine ulaşmanın en önemli aracının yeşil hidrojen olduğuna dikkat çekiyor.

MOONLIGHT SLEEP SET

Modern bir stili yansıtan Moon Light, yaşam alanınızın en güzel detayı. Yatak odanıza yeni bir soluk katarak, sabahları dinamik ve enerjik uyanmanızı sağlayacaktır.

Reflecting a modern style, Moon Light is the most beautiful detail of your living space. By adding a breath of new life to your bedroom, it will make you wake up dynamic and energetic in the morning.



LOFT SLEEP SET

Modern tarzın eşsiz konforla buluşmasıyla tasarlanan Loft Baza Seti, dilediğiniz uykuyla kavuşacağınız huzuru evinize taşıyor.

Reflecting a modern style, Moon Light is the most beautiful detail of your living space. By adding a breath of new life to your bedroom, it will make you wake up dynamic and energetic in the morning.



TÜRK GİRİŞİMCİLİĞİNİN KILAVUZU ATİAD

Türkiye ile Almanya arasındaki ekonomik ilişkiler, ATİAD'ın kuruluşundan bu yana önem verdiği konuların ilk sıralarında yer alıyor. ATİAD'ın 1996 yılındaki Gümrük Birliği Anlaşması'nda üstlendiği rol ve sorumlu yaklaşım, derneğin bu konuya bakış açısını daha o zamanlardan ortaya koymuş. Türk girişimciliğinin kılavuzu ve simgesi olmayı hedefleyen bir yapıda olduklarını belirten **ATİAD Yönetim Kurulu Başkanı Av. Aziz Sarıyar**, sektörler arası bir birlik oluşturmak amacıyla 30 yıldır çalışmalara aralıksız devam ettiklerini söylüyor.

ATİAD hedef olarak kendinize Avrupa'daki Türk girişimciliğinin kılavuzu ve simgesi olmayı koymuştunuz. Bu konuda bugüne kadar yapılanları özetler misiniz? Bundan sonra bu konuda neler yapılacak bilgi verir misiniz?

Bunun için derseniz önce ATİAD'ın kuruluş hikâyesine kısaca bir göz atalım. Bildiğiniz gibi geçen yıl 30'uncu yaşımızı kutladık. Bir iş dünyası organizasyonu olarak Almanya'da bunu göçmen kimliğinizle başarabiliyorsanız, demek ki temeli sağlam atılmış diyebiliriz. Gerçekten de öyle. Zamanın Bonn Büyükelçisi Onur Öymen'in öncülüğünde, ağırlıklı olarak gıda, tekstil ve turizm sektöründe hizmet veren önemli firmaların katılımı ile kurulduk.

Röportaj
Hüsne Pamuk

O dönemde sektörel bağlamda yapılanmalar vardı fakat tüm sektörleri kapsayan bir çatı derneği söz konusu değildi. Amacımız Öymen'in de ön ayak olduğu sektörler arası bir birlik oluşturmaktı. O bakımdan da hedef Türk girişimciliğinin kılavuzu ve simgesi olmalıydı. Çünkü bir rol modeline gereksinim vardı. Türkiye'den göç etmiş insanların girişimcilik potansiyeli çok yüksektir. Önemli olan o potansiyeli doğru bir şekilde kanallandırmak ve bilinçli hareket etmeyi sağlamak. Biz de üzerimizdeki "kılavuz" ve "simge" rol modeli ile bunun çabası içine girdik. Yapılan işlerle, yazılan başarı hikâyeleriyle girişimcilere ilham verdik. Gerek Almanya'da iş kurmak veya işini genişletmek isteyenlere gerekse Türkiye'den Almanya'ya yatırım yapmak isteyen girişimcilere doğru bilgilendirmeler, danışmanlıklar ve yönlendirmelerle ışık taktuk. Etkinliklerle, projelerle, güçlü iş birlikleriyle, geniş iş ağlarıyla, hükümetlerle kurulan sağlam ilişkilerle bu rol modeline yakışır bir duruş sergiledik. Bundan sonra da aynı şekilde, ilkelerimiz doğrultusunda, her iki ülkeye de fayda sağlayarak çalışmalarımıza devam edeceğiz.

"EFEKTİF OLABİLMİYİ ÖNEMSIYORUZ"

ATİAD'ın Almanya ve Avrupa'daki Türk iş insanlarına yönelik çalışmalarına katılım sizce yeterli mi? Bu noktada bir çağrınız olur mu?

Almanya'daki Türk iş dünyası çok büyük bir hacme sahip. Hemen hemen her sektörde faaliyet gösteren onbinlerce iş insanlarımız var. Fakat tabii ki herkesi bir araya getirmek gibi ütopyik bir fikrimiz yok. Biz burada daha efektif olabilmeyi önemsiyoruz. Yaptığımız çalışmalarda da buna ağırlık veriyoruz. Daha hızlı hareket edebileceğimiz ve daha etkili sonuçlar alabileceğimiz spesifik çalışmalarla daha güçlü sinerjiler oluşturuluyor. Bunları çeşitli platformlarda uyguluyoruz ve buradaki katılım bizi tatmin ediyor. Burada hem karşımızdaki insanların beklentisini iyi analiz etmemiz hem de ne vereceğimizi doğru anlatmamız önemli. Böylece iki taraf için de faydalı bir faaliyet oluyor.

“

BUGÜN TÜRKİYE'DE ALMAN SERMAYESİ İLE KURULMUŞ 7 BİN 800 FİRMA SÖZ KONUSU. ALMANYA'DA FAALİYET GÖSTEREN TÜRKİYE KÖKENLİ İŞ İNSANLARININ GERÇEKLEŞTİRDİĞİ YILLIK CİRO 50 MİLYAR EURO SEVİYESİNDE. İKİ ÜLKE ARASINDA VAR OLAN VE ÇOK ESKİLERE DAYANAN TARİHİ İLİŞKİ GİDEREK DAHA YOĞUN BİR EVREYE ULAŞIYOR.

”



AV. AZİZ SARIYAR

ATİAD Yönetim Kurulu Başkanı

Bizim 30 yıldır itinayla savunduğumuz ve üzerinde hassasiyet gösterdiğimiz ilkelerimiz çok açık. Biz partilerüstü bir derneğiz. Hukukun üstünlüğü, inanç ve düşünce özgürlüğü, azınlık haklarına saygı, kültürlerarası uyuma olan bağlılık bizim olmazsa olmazlarımız. Bizim beklentimiz, hedefleri bizim hedeflerimizle örtüşen, iki ülke ilişkilerine ve toplumlarına olumlu katkı sağlamak isteyen iş insanlarının her organizasyonu aynı kefeye koymamaları, daha aktif rol almaları ve ortak amaçlar doğrultusunda yürümleri.

ATİAD'ın Türk-Alman ekonomik ilişkilerinin geliştirilmesine verdiği katkısı nasıl görüyorsunuz? Bu konuda yeni çalışmalar olacak mı?

Türkiye ile Almanya arasındaki ekonomik ilişkiler, ATİAD'ın kuruluşundan bu yana en önem verdiği konuların ilk sıralarında yer alır. ATİAD'ın 1996 yılındaki Gümrük Birliği Anlaşması'nda üstlendiği rol ve sorumlu yaklaşımı bu konuya bakış açımızı daha o zaman ortaya koyan somut bir örnektir. İki ülke arasındaki ticaretin geliştirilmesi, yatırımların artırılması ve iş birliklerinin çoğaltılması için yoğun mesailer harcadık ve harcıyoruz. İki ülke arasındaki ticaret hacmi 2021 yılında rekor seviyeye ulaşarak 40 milyar Euro'ya dayandı. 2022 yılının ilk yarısında Türkiye'den Almanya'ya yapılan ihracat yüzde 36.7 artarak 14,1 milyar Euro'ya, Almanya'dan yapılan ithalat yüzde 18.1 artarak 14,5 milyar Euro'ya ulaştı. Bugün Türkiye'de Alman sermayesi ile kurulmuş 7 bin 800 firma söz konusu. Almanya'da faaliyet gösteren Türkiye kökenli iş insanlarının gerçekleştirdiği yıllık ciro 50 milyar Euro seviyesinde.

ATİAD YÖNETİMİ KURULU

• Aziz Sarıyar
Yönetim Kurulu Başkanı

• Müfit Tarhan
Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Yönetim Kurulu Üyeleri

- Volkan Kuru
- Çağlar Kepekçi
- Uğur Bayram
- Zülal Tahtakıran
- Cenk Özöztürk
- Tolga Halıcı
- Sedat Atılğan
- A. Gani Eren

Ekibimiz

• Hakan Yıldırım
Genel Müdür

• Esra Ünal
Endüstri Mühendisi PR & Projeler Sorumlusu

• Mücahit Karabulut
Ekonomi & Politika Araştırmaları

• Murat Turfanda
İletişim Danışmanı

İstişare Kurulu

• Hüseyin Kuru
İstişare Kurulu Başkanı

• Kemal Şahin
İstişare Kurulu Üyesi

• Zeki Şafak Ozan
İstişare Kurulu Üyesi

• Ahmet Aydın
İstişare Kurulu Üyesi

• Prof. Recep Keskin
İstişare Kurulu Üyesi

• Eşref Ünsal
Onursal Başkan



“İŞTE BİLGİ İLE İNSANLARA YOL GÖSTERDİK”

Gençlere yönelik eğitim ve işsizliği önleme çalışmalarınız nasıl gidiyor? Bu çalışmalarınıza etkinlik kazandırmak için ATİAD çatısı altında İŞTE BİLGİ adını taşıyan projede hangi adımlar atıldı?

Türkiye kökenli gençler arasında işsizlik oranı ne yazık ki ortalamadan üzerinde. Bu durum bundan 10-15 yıl önce çok daha olumsuzdu. ATİAD bunu bir sosyal sorumluluk meselesi olarak gördü ve hayata geçirdiği projelerle bu soruna çözümler üretti. Meslek eğitimi, ağırlık verdiğimiz konuların başında geliyor çünkü Almanya'daki meslek eğitimi sistemi tüm dünyada kabul görmüş başarılı bir sistem. Bu sistemin kazanımlarını ön planda tutup gençlerimize bu yolun da çok önemli alternatifler sunduğunu göstermek için Diversity Factory, FIBA, FIBO, FIBO-Transfer gibi projeleri gerçekleştirdik. Meslek eğitiminin önemine vurgu yapan projelerle yıllarca gençlerimizi eğittik, destek verdik, teşvik ettik. Ebeveynlere meslek eğitiminin ne denli önemli olduğunu anlattık. Üyelerimizi ve paydaşlarımızı gençlerimize daha fazla şans vermeye motive ettik. Orta eğitim çağındaki çocuklarımızın gelecekte meslek seçiminde kararsız kalmamaları için meslekleri tanımalarına ön ayak olduk. Bilgilendirme toplantıları, seminerler, fuarlar, interaktif platformlar, birebir danışmanlıklar, yayınlar ve türlü etkinliklerle farkındalık yaratmaya çalıştık. Meslek eğitimi dışında iş hayatında da insanlarımızın başarılı olabilmeleri için İŞTE BİLGİ projesini yürüttük. İş kurmak isteyen, işini geliştirmek isteyen, sertifikasını tanıtmak isteyen, kendisine yeni bir yol çizmek isteyen kişiler gibi farklı amaçları olan on binlerce insana yol gösterdik, danışmanlık hizmeti sunduk. Yayınlarımız, danışma hatlarımız, internet sayfalarımız ve bilgilendirme stantlarımızla bilgilerimizi, deneyimlerimizi aktardık.

İki ülke arasında var olan ve çok eskilere dayanan tarihi ilişki giderek daha yoğun bir evreye ulaşıyor. Biz hep bu ilişkinin gelişmesinden yana olduk. Gerek Türkiye ve Almanya'daki hükümet yetkilileri ile gerekse üyelerimiz ve paydaşlarımızla hep bunu nasıl daha ileriye taşıyabiliriz diye düşünen, projeler üreten, öneriler sunan bir tutum sergiledik. Bunu daha da ileriye taşıyarak sorumluluğumuzu sürdürüleceğiz.

Almanya'daki küçük ve orta ölçekli Türk işletmelerini bilgilendirme, destek ve teşvik merkezi kurulmuştu. Bunun yansımaları gelmeye başladı mı?

Söz konusu destek ve teşvik merkezi İŞTE BİLGİ Projesi kapsamında faaliyetini sürdüren bir merkezdi. Yaklaşık sekiz yıl boyunca bu yönde bize gelen soruları konunun uzmanı danışmanlarımızla yanıtladık. Gelen talepleri ilgili kurum ve kuruluşlarla olan iş birliğimiz çerçevesinde karşıladık. Çok başarılı bir projeydi. Bu alanda Türkçe ve Almanca olarak yapılan en geniş kapsamlı çalışmaydı. Hem teknik olarak yapılması gerekenler aşama aşama, konu konu işlendi hem de iş dünyasının içinden birebir yaşanmış örneklerle tecrübeler aktarıldı. Almanya çapında konuyla ilgili çok sayıda kurum ve kuruluş bu projeden çok istifade etti. Proje 2015 yılı sonunda tamamlanınca yukarıda belirttiğim merkezin de işlevi bitti. Fakat bu proje kapsamında yayımladığımız geniş kapsamlı rehberimizi hala ihtiyaç duyanların yararlanabilecekleri bir kaynak olarak sunmaya devam ediyoruz.

"ATİAD GÜVENİLİR BİR REFERANS KURULUŞU"

Almanya Cumhurbaşkanı Frank-Walter Steinmeier'in "Türk şirketleri ekonomimizin temel sütunlarından" sözlerini nasıl değerlendiriyoruz? Almanya kamuda genel eğilimde bu yönde mi?

Evet, Steinmeier o sözü bundan yaklaşık 10 yıl önce düzenlediğimiz Türk-Alman Ekonomi Günü'nde sarf etmişti. O zaman SPD Meclis Grup Başkanı'ydı. Ardından Dışişleri Bakanlığı yaptı ve şu anda da hala Almanya Cumhurbaşkanı. Steinmeier ile ilişkilerimiz hala sıcak ve Türk şirketlerine bakışını da değiştirmede. ATİAD'ı güvenilir bir referans kuruluşu olarak görür. Son olarak 30'uncu kuruluş yıldönümümüz için kullandığı yapıcı ifadeler de bunu kanıtlar niteliktedir. Bu söz de öylesine söylenmiş bir söz değildi. Türkiye kökenli iş insanlarının Almanya'da ekonomiye katkıları



yadsınamayacak ölçüde değerli. Gerek sağlanan istihdam gerekse yapılan yatırımlar Alman ekonomisine olumlu katkılar sağlıyor. İş dünyası ile ilişkisi olan herkesin takdir ettiği bir gerçek bu. Ancak bunu kamuoyunun da aynı şekilde değerlendirebileceğini beklemiyoruz. Toplumun bu konuya ilgisi özellikle Almanya'da başarılı olan Türkiye kökenli iş insanlarının medyaya yansımalarıyla oluşuyor. Bunun son örneklerini Biontech'de, üyemiz olan Getir'in Gorillas'ı satın almasında çok daha açık bir şekilde yaşadık. Türkiye kökenli iş insanlarının başarı hikâyeleri bizleri gururlandırıyor. Yeni nesile ilham vermeleri, toplumdaki Türk imajına sağladıkları olumlu yansıma ve ekonomiye katkıları takdir edilir nitelikte.

"İYİ BİR TAKIMIZ"

ATİAD yönetim kurulu üyelerini oluşturan isimler herkes tarafından çok iyi takım olarak değerlendiriyor. Sizin bu konudaki aktarımınız neler olabilir?

O zaman bu sorunuzu bir atasözümüzle yanıtlayayım. Ateş olmayan yerden duman çıkmaz, derler. Bizim birbirimizle olan ilişkilerimiz bu denli yakın ve ortak amaçlar etrafında birleşmeseydi, böyle bir yorum da yapılmazdı sanıyorum. Gerçekten iyi bir takımız. Birbirini tamamlayan, görevlerinin sorumluluğunun bilincinde ve sonuç odaklı bir yönetimimiz var. Değerlerimiz, ilkelerimiz ve hedeflerimiz için çalışıyoruz. Asıl işlerimiz dışında gönüllülük prensibiyle, zaman zaman ailemize ayırmamız gereken zamanlardan çalarak zaman zaman kendi işlerimizi ikinci plana iterek bir dayanışma içinde bütünlük oluşturuyoruz. Şu andaki yönetim kurulumuzun büyük bir bölümü uzun yıllardır birlikte bu sorumlulukları üstlenen kişilerden oluşuyor. Birbirimizi çok iyi tanıdığımızı ve istikrarlı bir birliktelik oluşturduğumuzu söyleyebilirim. Biliyorum ki, ATİAD kuruluşundan bu yana hep ahenk içinde çalışan yönetim kurullarına sahip oldu. Ben değil, biz diyebildiğimiz sürece de bu aynı uyumla devam edecektir.

"GETİR GİBİ BAŞARI HİKÂYELERİ BİZİ GURURLANDIRIYOR"

"Türkiye kökenli iş insanlarının Almanya'da ekonomiye katkıları yadsınamayacak ölçüde değerli. Gerek sağlanan istihdam gerekse yapılan yatırımlar Alman ekonomisine olumlu katkılar sağlıyor. İş dünyası ile ilişkisi olan herkesin takdir ettiği bir gerçek bu. Ancak bunu kamuoyunun da aynı şekilde değerlendirebileceğini beklemiyoruz. Toplumun bu konuya ilgisi özellikle Almanya'da başarılı olan Türkiye kökenli iş insanlarının medyaya yansımalarıyla oluşuyor. Bunun son örneklerini Biontech'de, üyemiz olan Getir'in Gorillas'ı satın almasında çok daha açık bir şekilde yaşadık. Türkiye kökenli iş insanlarının başarı hikâyeleri bizleri gururlandırıyor. Yeni nesle ilham vermeleri, toplumdaki Türk imajına sağladıkları olumlu yansıma ve ekonomiye katkıları takdir edilir nitelikte."

KUZEY REN-VESTFALYA'NIN EKONOMİDEKİ YENİ KALESİ: HİDROJEN

Ticaretin ve sosyal hayatın her alanında Türkiye ile yakın bir etkileşim içinde olan Kuzey Ren-Vestfalya, dijital teknolojiler başta olmak üzere yüksek ve yenilikçi teknolojiler alanında da firmalara ciddi fırsatlar sunuyor. Kuzey Ren-Vestfalya'da firmaları ve ekonomileri geleceğe taşıyacak konular arasında; biyoteknoloji, siber güvenlik, akıllı endüstriler, tıp teknolojileri, akıllı mobilite ve hidrojen ekonomisinin öne çıktığını belirten NRW.Global Business Türkiye Temsilcilik Müdürü Dr. Adem Akkaya, eyaletin dünyamızı en fazla değiştirecek konulardan biri olan hidrojen ekonomisinde iddialı olduğunun altını çiziyor. Akkaya, 2050 yılına gelindiğinde sera gazı salınımının sıfırlandığı bir dünya hedefine ulaşmanın en önemli aracının yeşil hidrojen olduğuna dikkat çekiyor.



DR. ADEM AKKAYA
NRW.Global Business Türkiye Temsilcilik Müdürü

Hidrojen, Kuzey Ren-Vestfalya'nın en iddialı olduğu ve dünyamızı en fazla değiştirecek konulardan biri olarak karşımızda duruyor. Özellikle demir-çelik, çimento, seramik ve benzeri enerji yoğun sektörlerin ivedilikle hidrojen kullanımına geçmesi gerektiğini ifade eden NRW.Global Business Türkiye Temsilcilik Müdürü Dr. Adem Akkaya, bu hedefe ulaşma noktasında kararlı görünen Almanya'nın ihtiyacı olan hidrojenin sadece yüzde 10'unu üretebilecek yenilenebilir enerji kaynaklarına sahip olduğunu, kalan kısmını ise ithal etmesi gerektiğine dikkat çekiyor.

Röportaj
Hüsne Pamuk

Artık uzak olmayan bir gelecekte, hidrojen ihracatçısı ülkelerden söz etmeye başlanılacağını söyleyen Dr. Akkaya, "Almanya'nın en büyük çelik üreticisi olan thyssenKrupp hidrojene geçiş için düğmeye bastı. Holding, hidrojen ile çalışan ilk yüksek fırın için 2 milyar Euro yatırım yapıyor" diyerek 2050 yılına gelindiğinde sera gazı salınımının sıfırlandığı bir dünya hedefine ulaşmanın en önemli aracının yeşil hidrojen olduğuna dikkat çekiyor.

Kuzey Ren-Vestfalya'nın ekonomideki yeni kalesi olan yeşil hidrojen konusuyla ilgili merak edilenleri Almanya'da İş Dünyası'na anlatan Dr. Adem Akkaya, Almanya ve Türkiye arasındaki karşılıklı yatırım ve ticarete dair gidişatın seyrini de anlattı.

YENİLİKÇİ TEKNOLOJİK ALANLARDA NRW ÖNEMLİ BİR LOKASYON

"Biyoteknoloji alanında Almanya'da gerçekleşen cironun yarısından fazlasını NRW şirketleri üretiyor. Yaşam bilimleri sektöründe 500'den fazla firma bölgede faaliyet gösteriyor. Bunların 112 tanesi biyoteknoloji ağırlıklı. Siber güvenlik, dijitalleşen toplumun en önemli ihtiyacı. Bu alanda Almanya'da 6,2 milyar Euro ciro ve yıllık yüzde 10 büyümeye var. NRW, Almanya ve Avrupa'nın en önemli siber güvenlik sektörüne ev sahipliği yapıyor. 400'ün üzerinde firma ve 30 enstitüde 1.000 bilim adamı bu alanda faaliyet gösteriyor. Tıp teknolojileri alanından NRW'de, 750'nin üzerinde firma faaliyet gösteriyor ve 2 milyar Euro'dan fazla ciro elde ediyor. Akıllı mobilite ve hidrojen ekonomisi yine en fazla öne çıkan konulardan."



TÜRKİYE'DEN AVRUPA'YA BAŞLAYAN İŞÇİ GÖÇÜNÜN MERKEZİ

Kuzey Ren-Vestfalya, Almanya ve Türkiye ilişkilerinde nasıl bir yerde duruyor?

Alman ve Türk toplumları, 1. Dünya Savaşı öncesine uzanan çok güçlü tarihsel, sosyal ve ekonomik bağlar ile birbirine bağlı. Avrupa'nın merkezinde ve oldukça stratejik bir konumda bulunan Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti ise son derece sıkı olan bu Türk-Alman ilişkilerinin tam da ortasında yer alıyor.

Kuzey Ren-Vestfalya, Almanya'nın 16 eyaleti içinde en büyük nüfusa ve en yoğun yerleşimine sahip bölgesi. Özellikle kömür ocakları, demir-çelik sanayisi ile geçmişi yüzyıllara dayanan dev bir sanayi bölgesi ve sürekli göç almış bir nokta. Eyalet 60'lı yıllarda Türkiye'den Avrupa'ya başlayan işçi göçünün de merkezini oluşturmuş. Şu anda Avrupa'da bulunan Türk göçmenlerin dörtte biri, Almanya'da yaşayan Türk göçmenlerin ise üçte biri burada yaşıyor. Dolayısıyla eyalet, ticaretin ve sosyal hayatın her alanında Türkiye ile çok yakın bir etkileşim içinde. Nitekim yaşadığımız son depremin acısı NRW'de en derinden hissedilmektedir.

NRW, Türk dış yatırımlarının da Avrupa'daki merkezi konumunda. Türkiye'den Almanya'ya giden yaklaşık her üç şirketten ikisi Kuzey Ren-Vestfalya'yı tercih ediyor. Köln, Düsseldorf, Essen, Dortmund ve Duisburg gibi fuar ve sanayi şehirleriyle Kuzey Ren-Vestfalya, 2000'li yıllarda giderek artan bir hızla Avrupa'da yapılanmak isteyen Türk şirketlerinin Avrupa'daki merkezi haline gelmiştir.

NRW.Global Business'i tanıyabilir miyiz?

Almanya'nın Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti'nin (NRW) yatırım ve dış ticaret destek ajansı olan NRW.Global Business, Ekonomi Bakanlığı'na bağlı olarak başkent Düsseldorf'ta kurulmuş bir kamu kurumu. Kurumun en önemli hedefi, Avrupa'nın merkezinde yer alan Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti'nin bir yatırım ve ticaret bölgesi olarak tanıtımını yapmak, Avrupa'da şirketleşmek isteyen firmaları Kuzey Ren-Vestfalya'ya davet etmek, gelmek isteyenlere de bürokratik destek vermek. Ayrıca NRW'li şirketlerin de yurt dışı pazarlara ulaşmasına yardımcı olmak ve bu şekilde eyalet ihracatını artırmak.

Ajansın bu amaç ile kurulmuş yurt dışı ofisleri bulunuyor. Örneğin Çin'de (4), ABD'de (3), Japonya, İsrail, İngiltere, Hindistan, Güney Kore, Polonya ve Türkiye'de ofisleri yer alıyor. Türkiye'deki ofisimiz 2008 yılından bu yana faaliyette. NRW olarak şirketleşme süreçleri, uygun yer arayışları, faydalanılabilecek teşvik ve desteklere dair ön bilgiler, belediye ve kamu kurumlarının yanı sıra sektörel bağlantılar gibi konularda yatırımcılarımıza faydalı olmaya çalışırken verdiğimiz tüm bu destekleri ücretsiz olarak gerçekleştiriyoruz.



“850’NİN ÜZERİNDE ŞİRKETİ NRW’DE KONUMLANDIRDIK”

Kuzey Ren-Vestfalya’ya gelen firmaların profilinden söz eder misiniz?

Kuzey Ren-Vestfalya (NRW), Türk şirketlerinin Avrupa merkezi haline geldi. Ekonominin her alanından firmalar bu bölgeye gidiyor. Hazır giyim, tekstil, kimya, otomotiv, mobilya, lojistik/taşımacılık, gıda, inşaat sektörünün aralarında bulunduğu her türlü sanayi ürünü imalatçıları buraya ilgi gösterdi. Bu anlamda Türkiye açısından NRW önemli bir hedef pazar haline geldi. Halihazırda bizim rehberliğimizde 850’nin üzerinde Türkiye menşelli firmanın kurulduğunu ifade edebiliriz. Özellikle son üç yılda kurulan firma sayısı oldukça arttı ve söz konusu süreçte yılda ortalama 60’ın üzerinde firmanın kuruluşuna refakat ettik. 2022 performansımız 84 yatırım projesi. Son üç yıllık gidişata bakıldığında Türkiye, Kuzey Ren-Vestfalya’ya en fazla şirketin geldiği ülkeler arasında yer alıyor.

Bu şirketler Türk devletinden aldıkları dış yatırım ve ihracat destekleri ile Almanya’da depolar, mağazalar açıp, satış ağları da kuruyor. Bu da Türkiye’nin ihracatını artırırken Almanya ve Türkiye arasındaki ticareti de geliştiriyor. Almanya’da şirketleşen Türk firmaları hem pazarın ortasında hem de müşterilerine yakın oluyor. Artık müşterilerinin tedarikçisi olmaktan çıkarak, çözüm ortağı haline geliyorlar. Bayer, Bertelsmann, Deutsche Post DHL, Deutsche Telekom, E.ON, Henkel ya da thyssenkrupp gibi Almanya’nın en yüksek cirolu 50 şirketinden 17’sinin merkezi Kuzey Ren-Vestfalya’da yer alır.

Tabii üç kuşaktan fazladır NRW’de yaşayan Türk toplumunun bu noktadaki önemine de ayrıca işaret etmek gerekiyor. NRW’de çok iyi entegre olmuş, kültürel, politik ve ekonomik hayatın her alanında etkili bir Türk toplumu var. Bu yetişmiş insan gücü, burada faaliyet gösteren Türk firmaları için büyük bir saha avantajı sağlıyor. Ve nihayetinde, Türk şirketlerine ev sahipliği yapmak isteyen bir politik irade de mevcut eyalette. NRW.Global Business olarak Kuzey Ren-Vestfalya Ekonomi Bakanlığı’na doğrudan bağlı bir kamu kurumuyuz ve Türkiye ofisimiz ile 15 yılı aşkın bir süredir karşılıklı yatırım ve ticareti artırmak için İstanbul’da da faaliyet gösteriyoruz.

2000’li yılların başlarında Türkiye’de faaliyet gösteren Alman firma sayısı bin ile bin 200 arasında ifade ediliyordu. Bugün bu sayı 8 bine yaklaşmış durumda. Aynı şekilde Türk firmalarının da artan bir hızla Almanya’da şirketleştiğini, Alman ve Avrupa ticaret pazarlarından daha fazla pay alabilmek için burada yatırımlar yaptıklarını görüyoruz. Nitekim 2019 yılında Türkiye, bölgemizde kurulan şirket sayısına göre (73) ilk defa Çin’i geçerek birinci sırada yer aldı. Pandemi sürecinin getirdiği olumsuz koşullara rağmen Türk şirketleri, 2020’de 63

ve 2021’de ise 45 yeni kuruluş & genişleme yatırımı yaparak Türkiye’nin Çin’in ardından ikinci sırada yer almasını sağladı.

YÜKSEK TEKNOLOJİ FİRMALARI

Son yıllarda Almanya piyasasında şirketleşmek isteyen Türk firmalarına baktığımızda, klasik sektörlerin yanında teknoloji odaklı firmaların oranının hızla arttığını görüyoruz...

Esasen bu tür firmalara bütün dünyada olduğu gibi Kuzey Ren-Vestfalya’da da büyük ihtiyaç var. 2022 yılında kurulan firmalara baktığımızda, kurulan 80 firmanın en az 20’sinin yüksek teknoloji alanlarından geldiğini görüyoruz. Söz konusu bu eğilimin devam edeceğini tahmin ediyoruz. Yenilikçi teknolojik sektörler ve Türk Start-Up ekosistemi fokusumuzda yer alıyor. Eczacıbaşı Monrol, Gizil Enerji, Testinium, Yolda.com, Samm Teknoloji ve Kontrolmatik gibi teknoloji firmaları Almanya ve Avrupa operasyonları için halihazırda Kuzey Ren-Vestfalya’da şirketleşmiş durumda.

Gerek toplumların gerekse de şirketlerin bir üst gelire düzeyine çıkabilmelerinin yolu dijital teknolojilerden ve inovasyondan geçiyor. Almanya’da çalışan sayısı 250 veya cirosu 50 milyon Euro’nun üzerinde olan, orta ve büyük ölçekli (Mittelstand) olarak tanımlanan 15 bin civarında şirket var. Bu şirketler arasında yapılan bir araştırma, nitelikli personel bulamadıkları ve/veya vakit ayıramadıkları için ihtiyaç duydukları dijital dönüşümü ve inovasyonu gerçekleştiremediklerini gösteriyor. Bu firmalardan 4 bine yakını NRW’de yerleşik. Eyalet hükümeti, bu dijital dönüşüm ve inovasyon ihtiyacının ancak yurt içinden ve yurt dışından gelecek teknoloji firmaları ve Start-Upları ile giderilebileceğini düşünüyor.

Bu söylediklerinizden hareketle geleceğin sektörleri ve geleceğin konuları arasında neler yer alıyor sizce?

Sonuç itibarıyla NRW, dijital teknolojiler başta olmak üzere yüksek ve yenilikçi teknolojiler alanında çok büyük fırsatlar sunuyor. Bizi en çok meşgul eden, firmaları ve ekonomileri geleceğe taşıyacak konular arasında biyoteknoloji, siber güvenlik, akıllı endüstriler (dijital teknolojiler, yapay zekâ, big data) tıp teknolojileri, akıllı mobilite ve hidrojen ekonomisi öne çıkıyor.

Enerjide, bilgi ve iletişimde, endüstriyel üretimde, lojistik, sağlık ve otomotiv başta olmak üzere pek çok sektörde bu konularda faaliyet gösteren yenilikçi firmalara ihtiyaç büyük.



ÇİĞKÖFTE

MUTLULUĞA ORTAK OL!

Avrupanın 1 numarasıyla kendi işini kur,
keyifli bir kazancın mutluluğunu yaşa...

10 Ülke
Yüzlerce Şube



Detaylı Bilgi İçin:

+49 2131 2949820 +49 2131 2949821

www.cigkofte.eu/mutlulugaortakol



BİYOTEKNOLOJİ ALANINDA ALMANYA'DA GERÇEKLEŞEN CİRONUN YARISINDAN FAZLASINI NRW FİRMALARI GERÇEKLEŞTİRİYOR. YAŞAM BİLİMLERİ SEKTÖRÜNDE 500'DEN FAZLA FİRMA BÖLGEDE FAALİYET GÖSTERİYOR. BUNLARIN 112'Sİ BİYOTEKNOLOJİ AĞIRLIKLI FİRMALAR.

Avrupa'nın en önemli siber güvenlik sektörüne ev sahipliği yapıyor. 400'ün üzerinde firma ve 30 enstitüde 1.000 bilim insanı bu alanda faaliyet gösteriyor. Tıp teknolojileri alanında NRW'de, 750'nin üzerinde firma faaliyet gösteriyor ve 2 milyar Euro'dan fazla ciro elde ediyor. Akıllı mobilite ve hidrojen ekonomisi yine en fazla öne çıkan konulardan.

Özellikle hidrojen ekonomisi, Kuzey Ren-Vestfalya'nın en iddialı olduğu ve dünyamızı en fazla değiştirecek konulardan biri. 2050 yılına gelindiğinde sera gazı salınımının sıfırlandığı bir dünya hedefine ulaşmanın en önemli aracı yeşil hidrojen. Özellikle demir-çelik, çimento, seramik ve benzeri enerji yoğun sektörlerin ivedilikle hidrojen kullanımına geçmesi gerekiyor. Ve bu hedefe ulaşmak konusunda kararlı görünen Almanya, ihtiyacı olan hidrojenin sadece yüzde 10'unu üretebilecek yenilenebilir enerji kaynaklarına sahip ve kalan kısmını ithal etmesi gerekli. Artık uzak olmayan bir gelecekte, hidrojen ihracatçısı ülkelerden söz etmeye başlayacağız. Almanya'nın en büyük çelik üreticisi thyssenkrupp hidrojene geçiş için düğmeye bastı bile. Holding, hidrojen ile çalışan ilk yüksek fırın için 2 milyar Euro yatırım yapıyor.

Son olarak gelecek döneme dair Almanya ve Türkiye arasındaki karşılıklı yatırım ve ticarete dair gidişatın seyri nasıl olacak?

Avrupa, Almanya ve Türkiye arasındaki karşılıklı yatırım ve ticaret artmaya devam edecek. NRW, Türk firmalarının Avrupa üssü olarak bu noktada merkezi rolünü oynamaya devam edecek. Türk firmaları Kuzey Ren-Vestfalya'ya öncelikle satış yapmak ve müşteri portföyünü genişletmek amacıyla gidiyorlar. Bu amaçla şirketler kurup, mağaza ve depolar açıyorlar. Son dönemlerde buna, teknoloji firmaları da eklendi. Artık bu firmalar da Almanya'da kurdukları şirketler üzerinden Avrupa'da ihalelere giriyor, hizmet satıyorlar, stratejik üretim yatırımları yapıyorlar. Zaten uzun zamandır Türkiye devleti de bu tarz girişimlere önemli finansal destekler vererek, önünü açıyor. Yurt dışında ödenecek kiralardan, pazarlama ve tanıtım harcamalarının önemli bir kısmı devlet tarafından karşılanıyor. Yeter ki Türkiye'de üretilen ürünler yurt dışında satılabilsin, ihracat artsın ve teknoloji gelişsin.

Avrupa pazarına Kuzey Ren-Vestfalya üzerinden açılmak isteyen iş insanlarımızın Türkiye'deki ilk başvuru masası olan NRW.Global Business Türkiye ofisi olarak sizleri bölgemize davet ediyoruz.

Esasen bu konuların pek çoğunda NRW eyaletinin Avrupa lideri olduğunu görüyoruz. Örneğin biyoteknoloji alanında Almanya'da gerçekleşen cironun yarısından fazlasını NRW firmaları üretiyor. Yaşam bilimleri sektöründe 500'den fazla firma bölgede faaliyet gösteriyor. Bunların 112 tanesi biyoteknoloji ağırlıklı. Siber güvenlik, dijitalleşen toplumun en önemli ihtiyacı. Bu alanda Almanya'da 6,2 milyar Euro ciro ve yıllık yüzde 10 büyümeye var. NRW, Almanya ve

Zekâtın

her şeyini kaybedenlerin

yaralarını

sarsın.



Zekâtını web sitemizden bağışlayabilirsin:

islamicrelief.de/zekat



Deutschland

İrtibatlarımız:

Berlin Gitschiner Str. 17, 10969 Berlin
Tel.: 030 611 26 00 · berlin@islamicrelief.de
Essen Altendorfer Str. 312, 45143 Essen
Tel.: 0201 614 46 55 · essen@islamicrelief.de
Köln Neusser Str. 723-725, 50737 Köln
Tel.: 0221 200 499-0 · koeln@islamicrelief.de
Müni h Telefon 0176 300 499 24
muenchen@islamicrelief.de

Bağış Hattı:

0221 200 499-0

Birlikte daha iyi bir gelecek için
Islamic Relief Deutschland e.V.
Bağış Hesabı: Sparkasse KölnBonn
IBAN: DE94 3705 0198 0012 2020 99
BIC: COLSDE33XXX



TÜRK VATANDAŞLARA 7/24 HİZMET



TURHAN KAYA

Türkiye Cumhuriyeti Köln Başkonsolosu

Eğitim, çalışma hayatı, sosyal güvenlik, aile ve sosyal hizmetler ve dini konularla ilgili vatandaşlarımızın ihtiyaçlarını karşılamaını teminen Başkonsolosluğumuz bünyesinde bulunan ataşeliklerimiz vasıtasıyla vatandaşlarımıza 7/24 prensibiyle hizmet sağlamaktayız.

Görev bölgemizde bulunan yaklaşık 300 bin Türk kökenli vatandaşımıza günlük olarak nüfus, pasaport, doğum, tereke, vatandaşlık, askerlik ve noter işlemleri gibi konsolosluk hizmetlerinin yanı sıra vatandaşlarımıza konsolosluk himayesi de sağlamaktayız.

Bunun yanı sıra, gerekli durumlarda vatandaşlarımıza gezici konsolosluk hizmeti vermekteyiz.

Bununla birlikte, konsolosluk hizmetlerinin yanı sıra periyodik aralıklarla cezaevi ziyaretleri de gerçekleştirilmektedir. Gençlik Daireleri tarafından alınan çocuklarımızın ailelerine Aile ve Sosyal Hizmetler Ataşeliği ile eşgüdüm içerisinde destek olunmakta ve çocuklarımızın Türk koruyucu ailelere verilmesi teşvik edilmektedir.

Öte yandan, vatandaşlarımızın siyasi yaşamda yer almalarının yanı sıra, gençlerimize fırsat eşitliğinin sağlanması ve nitelikli bireyler olarak topluma katılmaları, bu kapsamda hem üniversite eğitimi hem mesleki eğitim alanında öğrenimlerini tamamlamaları hususunda çalışma ve teşviklerimiz devam etmektedir.

Yeni nesillerin Türkçe öğrenmeleri, Türk kültürünü tanımaları ve anavatanlarıyla bağlarını güçlü tutmaları için Ataşeliklerimiz, Yunus Emre Enstitüsü, Maarif Vakfı ve çeşitli derneklerimizle birlikte çalışmalarımızı yürütmekteyiz.

Aynı zamanda doğup büyüdüğü Almanya'da kendilerini huzur içinde hissetmeleri bizim için çok değerlidir. Bu nedenle insanlarımızın maruz kaldığı ayrımcılık, yabancı düşmanlığı, ırkçılık ve İslam düşmanlığına karşı yoğun çaba gösteriyoruz.

Öte yandan, görev bölgemizdeki ekonomik ve ticari faaliyetleri teşvik ediyoruz. Bu amaçla iş insanları ve iş dünyası dernekleriyle düzenli temaslar gerçekleştiriyor, yıl boyunca çok sayıda sektöre yönelik olarak düzenlenen fuarlarda yer alan şirketlerimize gerekli desteği sağlıyoruz.



Comprehensive and healthy solutions under one roof...

Experienced academic teams and new generation smart technologies are all here, for you.

We are here to solve any health problem.
And we do it safely, kindly, proudly...



MEDIPOL
GLOBAL
CALL
CENTER

+90


444 00 96

INTERNATIONAL WHATSAPP LINE:
+90 549 794 13 45
WWW.MEDIPOL.COM.TR
INTERNATIONAL@MEDIPOL.COM.TR



**MEDIPOL
GLOBAL**

INTERNATIONAL
HEALTH SERVICES



AHK TÜRKİYE'DE KADINLAR DÜMENE GEÇTİ Dünyaya Örnek Oldu

93 ülkede 150 merkezde deneyimlerini firmaların hizmetine sunan Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (AHK) 26 Eylül 2022'de genel kurulunu gerçekleştirdi. Yapılan genel kurulda Pinar Ersoy AHK'nın yeni başkanı seçilirken Ersoy odanın ilk kadın başkanı olarak da akıllara kazandı. Kendisi ve AHK hakkında merak edilen soruları Almanya'da İş Dünyası dergisi için yanıtlayan Ersoy, odanın yeni dönem projeleri hakkında detaylı bilgiler verdi.

Geçtiğimiz aylarda Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (AHK Türkiye) Başkanı olarak seçildiniz. Bizlere biraz Pınar Ersoy'un AHK Türkiye Başkanı olmasıyla sonuçlanan yolculuğundan bahsedermisiniz?

İlk ve ortaokulu Türkiye'de tamamlayıp daha sonra lise ve üniversiteyi Almanya'da okudum. Yüksek lisansımı ise Bonn Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi'nde tamamladım. Lisansüstü öğrenimimin ardından Avrupa Parlamentosu'nda staj yaptım. Çalışma hayatıma ise Oyak Bank'ta Bölge Müdürü olarak adım attım. Ardından altı yıl kadar KfW Ipex-Bank'ta Proje Koordinatörlüğü, üç yıl Pelikan Ofis ve Kırtasiye Malzemelerinin Türkiye Genel Müdürlüğü görevinde bulundum. Son 10 yıldır da Almanya'nın en büyük ikinci finansal kuruluşu ve Alman Kooperatiflerinin Merkez Bankası olan DZ Bank AG'nin Türkiye Baş Temsilcisi unvanıyla görev yapıyorum.

Dört yıldır AHK Türkiye Yönetim Kurulu'nda görev alıyorum. 29 Eylül 2022 tarihinde gerçekleştirilen Olağan Yönetim Kurulu Toplantısı sonucunda da AHK Türkiye'nin ilk kadın başkanı olarak seçildim. Diğer yandan mesleki kariyerimin paralelinde toplumsal ve sosyal alanlarda etkin rol üstlenmiş olan birçok STK'da aktif görevlerde yer alıyorum.

45 MİLYAR DOLARLIK TİCARET

Almanya ile Türkiye arasındaki ticaret ilişkiler geliyorsa, bu iki ticaret partnerinin ticari ilişkileri rakamsal anlamda nerelerde? Sahip olunan potansiyelin yeterince kullanıldığını düşünüyor musunuz?

Almanya ile Türkiye arasındaki ilişkiler sosyal, kültürel ve ekonomi bakımından uzun yıllara dayanan yakın ve özel bir profil temelinde sürdürülüyor. Almanya, Türk ihracat ürünleri için en önemli ihracat pazarı konumunda. Türk-Alman ticaret hacmi 2021 yılında rekor sayılan 41,1 milyar Dolar'lık değerinin de üstüne çıkarak yeni bir rekor ile 2022 yılında yaklaşık 45 milyar Dolar'a ulaştı. Bu rakamların gelecek yıllarda artarak devam edeceğini düşünüyoruz.

"MAKİNE, OTOMOBİL, KİMYA, TEMEL HAM MADDELER GİBİ BİRÇOK ÖNEMLİ SEKTÖRDE DÜNYADA ÖNCÜ OLAN ALMANYA EKONOMİSİ, DÜNYANIN EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİREN EKONOMİLERİ ARASINDA YER ALIYOR. BU BAŞARILARIN TEMELİNDE İŞE BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK YENİLİKLER VE DİSİPLİNLİ ÇALIŞMA AZMİ YER ALMAKTADIR. YANİ ALMAN EKOLÜ..."



Dünya ekonomisindeki zorlu koşullara rağmen ulaşılan bu hacim iki ülke arasındaki ekonomik ilişkilerin daha da iyi değerlendirilebilecek bir potansiyele sahip olduğunu gösteriyor.

Özellikle de Covid sonrası ve Ukrayna savaşının tetiklediği tedarik zinciri sıkıntıları ile lokal ve yakın bölgelerde üretimin önem kazanması ile Türkiye bu anlamda önemli bir konuma gelerek potansiyelinin farkındalığı artmıştır. Birbirlerini iyi tanıyan iki ülke olan Türkiye ve Almanya arasındaki yeni çalışmalar ve ortaklıkların ileride gelebileceği ve bu ortaklıklar ile Türkiye'nin potansiyelinin daha da yukarı çıkarak güçleneceğini düşünüyorum. Bu noktada Türkiye ile ilerleyen dönemlerde Almanya'nın iş birlikleri daha da güçlenmiş olacak.

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası'na (AHK) başkan seçilmenizle başlayan süreçte genel AHK Türkiye Kadın Çalışma Grubu için de gurur verici bir an olan genel kurulda odanın tarihinde ilk kez yönetim kurulunun yarısı kadınlardan oluştu. Bu değişimi siz nasıl yorumluyorsunuz?

AHK Türkiye Kadın ve Meslek Çalışma Grubu için kadınların iş dünyasında etkin temsili önemli ve öncelikli konu olarak hep gündemimizdeydi. Bir önceki seçimlerde kadın aday sayımız beş iken bu sayı 2022 yılında 19'a yükseldi. Bunun için çalışma grubu olarak, TOBB, DIHK, büyükelçilik gibi bir kurumlarla ama özellikle de üyelerimiz ile görüşmeler yaparak bu konu için farkındalığı yükselttik.

AHK TÜRKİYE'DE KADIN EGEMENLİĞİ

Dünya genelinde 93 ülkede 150 lokasyonda bulunan AHK'lar içerisinde yönetiminin yarısının, başkan, başkan yardımcısı ve saymanının kadın olduğu tek AHK olarak özel bir konumdayız ve AHK Türkiye olarak bunu başarmış olmanın da gururunu yaşıyoruz.

Çalışma grubumuzun da katkısıyla AHK Türkiye Yönetim Kurulu 29 Eylül 2022 tarihinde yapılacak olan Olağan Genel Kurul öncesinde bütün üyelerine iş dünyasında kadınların temsil oranının artırılmasına destek vermek üzere bir çağrıda bulundu. Bu çağrı AHK üyeleri arasında geniş bir yankı bulmuş ve erkek adayların sayısına yakın oranda kadın aday seçime katılmıştır. Sonuç olarak 10 kişiden oluşan yönetim kurulunun seçimle gelen sekiz üyesinden beşi kadınlardan seçildi ve ben AHK Türkiye'nin ilk kadın Başkanı oldum. Dünya genelinde 93 ülkede 150 lokasyonda bulunan AHK'lar içerisinde yönetiminin yarısının, başkan, başkan yardımcısı ve saymanının kadın olduğu tek AHK olarak müstesna bir konumdayız ve AHK Türkiye olarak bunu başarmış olmanın da gururunu yaşıyoruz. AHK yönetim kurulu olarak özellikle genç girişimcilere etkin bir şekilde destek sağlamak üzere bir Start-Up ekosistemi oluşturmayı, yeşil dönüşüm olanaklarının ve eğitimin, özellikle de mesleki eğitimin güçlendirilmesine yönelik çalışmaların desteklenmesini sağlamak istiyoruz. Ayrıca ikili ilişkilerin daha geliştirilmesini ve AHK Türkiye'nin görünürlüğüne pekiştirmeyi hedefliyoruz.

ALMANYA İLE TÜRKİYE ARASINDA BİR KÖPRÜ

AHK Türkiye'nin yatırımcılara sunduğu hizmetlerden ve sağladığı fırsatlardan biraz söz edebilir misiniz? Neden AHK ile hareket etmeli bir yatırımcı?

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası (AHK Türkiye), Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) ile Alman Sanayi ve Ticaret Odaları Birliği (DIHK) iş birliği ve 94/5592 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile 1994 yılında İstanbul'da kuruldu. Kuruluşunda 194 olan üye sayısı 29 yılda bini aşmış durumda. Firmaların odamıza üyelikleri gönüllülük esasına dayalıdır. AHK Türkiye, Almanya ile Türkiye arasında ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi için bir köprü görevi görüyor.

AHK Türkiye, düzenlediği etkinlikler, çalıştaylar ve sunduğu hizmetler ve eğitimler ile Türk ve Alman iş dünyasını desteklemektedir. Üyelerinin faaliyet gösterdiği sektörlerle yönelik oluşturulmuş olan 10 farklı çalışma grubu ile düzenli toplantılar düzenliyor. Sektörlerde yaşanmakta olan olası zorluklara ve sorunlara çözüm arayışı konusunda hem Türk hem de Alman resmi makamları nezdinde girişimlerde bulunarak lobicilik faaliyetlerine destek veriyor. Ayrıca düzenlemekte olduğu etkinliklerle ve workshoplarla üyelerinin de aktif katılımı ile güncel konularda personelin eğitimi, niteliklerinin geliştirilmesi konularında hizmet sunuyor. Firmaların fuarlara katılımı konusunda sunulan hizmetlerin yanında yine iş dünyasına yönelik seyahat vizesi alma konusunda sadece üyelerine yönelik sunduğu vize hizmeti ile önemli bir destek sağlıyor.

AHK Türkiye bu şekilde Almanya ile Türkiye arasındaki ticaret ve sanayi ilişkilerinin gelişmesine etkin bir şekilde katkı sağlıyor ve üyelerini, potansiyel yatırımcıları ve Türk kamuoyunu ikili ekonomik ilişkilerde önem arz eden konularda hızlı, güvenilir ve kapsamlı bir şekilde bilgilendiriyor.

“

AHK TÜRKİYE, 1994 YILINDAN BU YANA YÜRÜTTÜĞÜ FAALİYETLERLE TÜRKİYE EKONOMİSİ İLE ALMAN EKONOMİSİ ARASINDA PROFESYONEL BİR BAĞLANTI KURMAYI AMAÇLIYOR. BİR ÇÖZÜM ORTAĞI OLARAK İKİLİ EKONOMİK İLİŞKİLERİN GELİŞTİRİLMESİNE VE SÜREKLİ OLARAK GENİŞLETİLMESİNE KATKI SAĞLAMAYI HEDEFLEYEN ODA, TÜRKİYE'DEKİ EN BÜYÜK DIŞ TİCARET TEMSİLCİLİKLERİNDEN BİRİ KONUMUNDA.

”





TÜRK GİBİ BAŞLA, ALMAN GİBİ BİTİR!

Alman ekolü kavramı özellikle iş dünyası jargonunda çok popüler. Bizlere biraz Almanların bu disiplininden ve ticarete de bakış açılarından söz edebilir misiniz? Türkiye’de yatırım yapmak isteyen yatırımcılara tavsiyede bulunacak olsanız neler söyleyebilirsiniz?

Almanya Federal Cumhuriyeti, Avrupa Birliği ülkeleri arasında en kalabalık nüfusa ve en büyük ekonomiye sahip ülke konumunda. Makine, otomobil, kimya, temel ham maddeler gibi birçok önemli sektörde dünyada öncü olan Almanya ekonomisi, dünyanın en çok ihracat gerçekleştiren ekonomileri arasında yer almaktadır. Bu başarıların temelinde bilimsel ve teknolojik yenilikler ve disiplinli çalışma azmi yer almaktadır. Yani Alman ekolü...

Ama iki ülke ile yoğun çalışan Alman ekollü Türkler arasında artık şöyle bir kavram yaygın ki bunu Almanlar da benimsedi: Türk gibi başla Alman gibi bitir! Türkiye’de yatırım yapmış olan 8 bine yakın Alman sermayeli şirket Türkiye’ye güven duyuyor. Yine üyelerimiz arasında yılda iki kez gerçekleştirmekte olduğumuz World Business Outlook isimli anket çalışmasının sonucu; Alman sermayeli üye firmalarımızın büyük bir çoğunluğunun ekonomideki beklentiler açısından bazı kaygı ve zorluklar yaşamalarına rağmen Türkiye’deki iş durumlarından memnun olduklarını gösteriyor. İşçilik maliyetlerinin düşük olması, nitelikli iş gücünün bulunması ve tedarik zincirinin etkinliği Türkiye’de avantaj olarak görülüyor. Ancak aynı anket so-

Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu

- Yönetim Kurulu Başkanı Pınar Ersoy
- Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Bige Yücel
- Muhasip Üye Ingrun Alsleben
- Yönetim Kurulu Üyesi Daniel Koriotoh
- Yönetim Kurulu Üyesi Nükhet Demiren
- Yönetim Kurulu Üyesi Gamze Gökçen Pilevne
- Yönetim Kurulu Üyesi Enis Sonemel
- Yönetim Kurulu Üyesi Mehmet Eskiyaşan
- Genel Sekreter ve Yönetim Kurulu Üyesi Dr. Thilo Pahl

nucuna göre kurlardaki dalgalanmalar, ekonomik-siyasi çerçeve koşulları ve enerji fiyatları Türkiye’deki şirketleri zorlayan faktörler olarak öne çıkıyor. Zorlayıcı faktörlerin giderilmesine yönelik düzenlemeler, Türkiye’ye yatırımın önünü açacaktır. Ancak Ukrayna’da devam eden savaş uzmanlarca ekonomideki gelişmelere etki eden bir risk faktörü olarak değerlendirilmektedir. Bu koşullara rağmen AHK Türkiye olarak bizler Alman ve Türk ekonomik ilişkilerin daha da geliştirilmesi ve genişletilmesine yönelik çabalarımızı önümüzdeki dönemlerde de azimle sürdüreceğiz.

ALMANYA'NIN DİNAMİK VE CESUR KENTİ

DÜSSELDORF



Röportaj
Hüsne Pamuk

Dinamik ve değişim cesaretine sahip bir kent olan Düsseldorf, doğrudan yabancı yatırımcı konusunda yüzde 30'dan fazla payla Kuzey Ren-Vestfalya'da lider konumda bulunurken bölgenin en büyük ikinci sanayi kenti olarak imalattan da ciddi bir pay alıyor. Merkezi konumu, ulaşım altyapısı ve uluslararası havalimanı ile

Düsseldorf'un Almanya ve Avrupa pazarını geliştirmek isteyen şirketler için ideal bir lokasyon olduğunu belirten Düsseldorf Belediye Başkanı Dr. Stephen P. Keller, "İş ve ticaret dostu bir politika, güvenli yaşam koşulları ve Rheinlandlıların hoşgörüsü ve dillere destan misafirperverliği, Düsseldorf bölgesini doğrudan yabancı yatırımcılar için Avrupa'da Londra ve Paris'ten sonra en çok tercih edilen yer haline getiriyor" diyor.

Kentleşme kültürü kavramını kullanarak bize Düsseldorf'tan bahseder misiniz? Düsseldorf'u diğer Alman şehirlerinden ayıran nedir?

Düsseldorf'u üç kelimeyle tanımlamanız gerekirse: uluslararası, yenilikçi, yaşamaya değer. Düsseldorf'un çekiciliği, iş ve yaşam tarzı, gelenek ve modernlik, bölgesellik ve uluslararasılığın bir karışımı ile karakterize edilir. Şehir bir metropol havası sunuyor ama yine de net ve sevecen. Ancak Düsseldorf aynı zamanda dinamik ve değişme cesaretine sahip. Bu, son yıllarda Düsseldorf şehir merkezinde görünür hale geldi. Burada geleceğe yönelik mimariyi deneyimleyebilirsiniz - örneğin Kö-Bogen 1 ve 2 çevresinde ve son zamanlarda ünlü Königsallee'de.

Können Sie uns anhand des Konzepts der Urbanisierungskultur etwas über Düsseldorf erzählen? Was unterscheidet Düsseldorf von anderen deutschen Städten?

Wenn man Düsseldorf in drei Worten beschreiben müsste: *International. Innovativ. Lebenswert. Düsseldorf's Attraktivität zeichnet sich durch eine Mischung aus Business und Lifestyle, Brauchtum und Modernität, Regionalität und Internationalität aus. Die Stadt bietet das Flair einer Metropole, ist aber dennoch übersichtlich und lebenswert. Düsseldorf ist aber auch dynamisch und hat den Mut sich zu verändern. Das ist in den vergangenen Jahren zum Beispiel in der Düsseldorfer Innenstadt sichtbar geworden. Hier erlebt man zukunftsweisende Architektur – wie zum Beispiel rund um den Kö-Bogen 1 und 2 und neuerdings auf der bekannten Königsallee.*

DEUTSCHLANDS DYNAMISCHE UND MUTIGE STADT

DÜSSELDORF

Düsseldorf, eine dynamische Stadt mit Mut zur Veränderung, ist mit einem Anteil von mehr als 30 Prozent an ausländischen Direktinvestitionen führend in Nordrhein-Westfalen und hat als zweitgrößte Industriestadt der Region auch einen bedeutenden Anteil am verarbeitenden Gewerbe. Düsseldorf sei mit seiner zentralen Lage, der Verkehrsinfrastruktur und dem internationalen Flughafen ein idealer Standort für Unternehmen, die sich den deutschen und europäischen Markt erschließen wollen, sagt Düsseldorfs Bürgermeister Dr. Stephen P. Keller und fügt hinzu: "Eine wirtschafts- und handelsfreundliche Politik, sichere Lebensbedingungen und die Toleranz und legendäre Gastfreundschaft der Rheinländer machen die Region Düsseldorf nach London und Paris zum bevorzugten Ziel ausländischer Direktinvestoren in Europa."

-Burada yapılan ve planlanan binalar, mimarları heyecanlandırmakla kalmıyor, aynı zamanda Düsseldorf'ta yaşam kalitesini de önemli ölçüde artırıyor.

Avrupa'nın en çekici iş noktalarından biri olan Düsseldorf aynı zamanda Almanya ve Avrupa pazarına açılmak isteyenler için de ideal bir başlangıç noktası. Teknik yenilikler için etkin bir nokta olan kent, çok sayıda gizli şampiyonun da yeri... Birçok (uluslararası) ulusal şirketin genel merkezinin bulunduğu Düsseldorf, doğrudan yabancı yatırımlar söz konusu olduğunda, yüzde 30'dan fazla payla Kuzey Ren-Vestfalya'da lider konumda. Tüm bunlar Düsseldorf'u uluslararası çalışanlar için ilgi çekici kılıyor. Düsseldorf'ta 184'ten fazla farklı ulustan insanlar yaşıyor.

Die hier entstandenen und geplanten Bauwerke lassen nicht nur Architektenherzen höherschlagen, sondern verbessern auch maßgeblich die Lebens- und Aufenthaltsqualität in Düsseldorf.

Düsseldorf ist aber auch einer der attraktivsten Wirtschaftsstandorte Europas, idealer Ausgangspunkt, um den deutschen und europäischen Markt zu erschließen. Die Stadt ist Magnet für erfolgreiche Unternehmen. Hotspot für technische Innovationen. Nährboden für Neugründungen. Standort für zahlreiche Hidden Champions. Viele (inter-) nationale Unternehmen haben ihr Headquarter in Düsseldorf, und wenn es um ausländische Direktinvestitionen geht, ist Düsseldorf mit einem Anteil von mehr als 30 Prozent Spitzenreiter in NRW. Das alles macht Düsseldorf auch für internationale Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer interessant, die sich in Düsseldorf schnell heimisch fühlen. Mehr als 184 verschiedene Nationen leben in Düsseldorf.

Hizmet yelpazesini ve ortamın büyüklüğünü adlandırarak Düsseldorf'u sayısal boyutlarıyla anlatabilir misiniz?

Düsseldorf, yüzölçümü olarak 217 kilometrelik alanıyla oldukça derli toplu ve buna rağmen yaklaşık 650 bin nüfusuyla Almanya'nın en büyük yedinci şehri.

Yüksek şirket yoğunluğu nedeniyle (10 bin kişiye 600 şirket) Düsseldorf gün içinde neredeyse milyonların yaşadığı bir şehre dönüşüyor. 315 binden fazla çalışan Düsseldorf'a gidip geliyor. Düsseldorf önemli bir servis merkezi ve Kuzey Ren-Vestfalya'daki en büyük ikinci sanayi bölgesi olarak imalat sanayi için önemli bir yer.

Ancak Start-Up sayısı da giderek artıyor. Düsseldorf'ta 500'den fazla Start-Up bulunurken bu sayıya her yıl ortalama 80 Start-Up ekleniyor. Start-Up'ların çoğunluğu yazılım, e-ticaret, sağlık ve gıda sektörlerinde faaliyet gösteriyor.

Düsseldorf coğrafi konumuyla da dikkat çekiyor. Şehir, Avrupa'nın en büyük ekonomik bölgelerinden birinin kalbinde yer alıyor. Sadece 50 kilometrelik bir yarıçap içinde 557 bin şirket ve 13,5 milyon kişi bulunuyor.

“

Start-Up sayısı giderek artıyor. Düsseldorf'ta 500'den fazla Start-Up bulunurken bu sayıya her yıl ortalama 80 Start-Up ekleniyor. Start-up'ların çoğunluğu yazılım, e-ticaret, sağlık ve gıda sektörlerinde faaliyet gösteriyor.

”



DR. STEPHEN P. KELLER

Düsseldorf Belediye Başkanı

Bürgermeister von Düsseldorf

Können Sie Düsseldorf mit seinen zahlenmäßigen Dimensionen beschreiben, indem Sie den Serviceumfang und die Größe des Umfelds nennen?

In der Fläche betrachtet ist Düsseldorf mit seinen 217 km² eher kompakt und dennoch mit fast 650.000 Einwohnern die siebtgrößte Stadt Deutschlands, Tendenz steigend.

Auf Grund der hohen Unternehmensdichte – 600 Unternehmen je 10.000 Einwohnerinnen und Einwohner – wächst Düsseldorf tagsüber fast zur Millionenstadt. Über 315.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer pendeln nach Düsseldorf. Düsseldorf ist bedeutendes Dienstleistungszentrum und als zweitgrößter Industriestandort in NRW ein sehr wichtiger Standort für Verarbeitendes Gewerbe.

Aber auch die Zahl der Neugründungen steigt kontinuierlich an. Düsseldorf verfügt über eine sehr lebendige Start-up Szene. Die Stadt zählt mehr als 500 Start-ups. Durchschnittlich 80 Gründungen kommen pro Jahr hinzu. Ein Großteil der Start-ups kommen aus den Bereichen Software, eCommerce, Health und Lebensmittel.

Darüber hinaus punktet Düsseldorf auch mit seiner geographischen Lage. Die Stadt liegt im Herzen eines der größten Wirtschaftsräume Europas. In einem Radius von nur 50 Kilometern befinden sich 557.000 Unternehmen und 13,5 Millionen Einwohner.

“

Düsseldorf verfügt über eine sehr lebendige Start-up Szene. Die Stadt zählt mehr als 500 Start-ups. Durchschnittlich 80 Gründungen kommen pro Jahr hinzu. Ein Großteil der Start-ups kommen aus den Bereichen Software, eCommerce, Health und Lebensmittel.

”

Almanya Türkiye için çok değerli bir bölge. Düsseldorf da öyle. İş dünyasına özel olarak bakacak olursak, Düsseldorf şirketlere neler sunuyor?

Merkezi konumu, ulaşım altyapısı ve uluslararası havayolu ile Düsseldorf, Almanya ve Avrupa pazarını buradan geliştirmek isteyen şirketler için ideal bir lokasyon. İş ve ticaret dostu bir politika, güvenli yaşam koşulları ve Rheinland'lıların hoşgörüsü, kozmopolitizmi ve dillere destan misafirperverliği, Düsseldorf bölgesini doğrudan yabancı yatırımcılar için Avrupa, Londra ve Paris'ten sonra en çok tercih edilen yer haline getiriyor.

Düsseldorf ile Türkiye arasındaki ticari ilişkiler hakkında bilgi verebilir misiniz?

Düsseldorf ve Türkiye arasındaki ilişkiler uzun bir geçmişe sahip. Bugün Düsseldorf'ta Türk göçmen kökenli yaklaşık 23 bin kişi yaşıyor. Eyalet başkentindeki en büyük uluslararası grup Türklerden oluşuyor.

Düsseldorf'taki en büyük ikinci yabancı şirketler grubunu temsil eden Türk şirketleri arasında perakende ve konaklama sektörlerinde faaliyet gösteren çok sayıda küçük işletme bulunuyor. Bununla birlikte, giderek artan bir şekilde Türkiye'den daha büyük yatırımlar da görüyoruz. İlk yıllarda bunlar ağırlıklı olarak moda ve tekstil firmalarıydı. Son yıllarda Türkiye'den yenilikçi teknoloji şirketleri de Düsseldorf'a yatırım yapıyor, örneğin iki yazılım şirketi Testinium ve Gizil.

Bildiğiniz gibi dünya Avrupa Yeşil Mutabakatı konuşuyor. Düsseldorf'ta bu kapsamda hangi faaliyetleri gerçekleştirdiniz?

İklim değişikliğini kontrol altına almak için her düzeyde hızlı ve tutarlı eylem gerekli. Eyalet başkenti Düsseldorf, sorumluluğunun bilincinde ve uzun yıllardır iklimin korunmasında aktif. 2019'da şehir, 2035 yılına kadar karbon nötr olma konusunda iddialı bir hedef belirledi. Çeşitli önlemlerle şehirdeki CO2 emisyonlarının azaltılmasına ve yapısal önlemlerle eyalet sermayesinin iklim değişikliğine adapte olmasına katkıda bulunuyoruz. Öncelikle Düsseldorf'ta bulunan şirketleri ilgilendiren özel bir önlem; Düsseldorf İklim Anlaşması'dır. Şirketler, Düsseldorf İklim Paketi'ne katılarak kendi CO2 emisyonlarını azaltmayı taahhüt ediyor. Katılımcı şirketler, düzenli forumlarda en iyi uygulamaları paylaşır. Tüm şirketleri Paketi'a katılmaya davet ediyoruz.

Deutschland ist eine sehr wertvolle Region für die Türkei. So auch Düsseldorf. Wenn wir uns speziell die Geschäftswelt ansehen, was bietet Düsseldorf Unternehmen?

Mit seiner zentralen Lage, einer exzellenten Verkehrsinfrastruktur und dem internationalen Flughafen ist Düsseldorf der optimale Standort für Unternehmen, die von hier aus den deutschen und europäischen Markt erschließen wollen. Eine wirtschafts- und unternehmensfreundliche Politik, sichere Lebensbedingungen und die Toleranz, Weltoffenheit und schon sprichwörtliche Gastlichkeit der Rheinländer machen die Region Düsseldorf nach London und Paris zum bevorzugten FDI-Standort in Europa.

Können Sie Auskunft über die Handelsbeziehungen zwischen Düsseldorf und der Türkei geben?

Die Beziehungen zwischen Düsseldorf und der Türkei blicken auf eine lange Geschichte zurück. Heute leben rund 23.000 Menschen mit türkischem Migrationshintergrund in Düsseldorf. Das ist zugleich die größte internationale Gruppe in der Landeshauptstadt.

Türkische Unternehmen stellen die zweitgrößte Gruppe ausländischer Unternehmen in Düsseldorf dar. Darunter sind viele Kleingewerbetreibende, die im Bereich Handel und Gastgewerbe tätig sind. Zunehmend sehen wir aber auch größere Investments aus der Türkei. In den ersten Jahren waren das vor allem Mode- und Textilunternehmen. In den letzten Jahren investieren auch innovative Technologieunternehmen aus der Türkei in Düsseldorf, z.B. die beiden Softwareunternehmen Testinium und Gizil.

Wie Sie wissen, spricht die Welt über den European Green Deal. Welche Aktivitäten haben Sie in diesem Zusammenhang in Düsseldorf durchgeführt?

Zur Eindämmung des Klimawandels ist rasches und konsequentes Handeln auf allen Ebenen erforderlich. Die Landeshauptstadt Düsseldorf ist sich ihrer Verantwortung bewusst, sie ist bereits seit vielen Jahren im Klimaschutz aktiv. Im Jahr 2019 hat sich die Stadt das ehrgeizige Ziel gesetzt, bis zum Jahr 2035 klimaneutral zu werden. Mit verschiedenen Maßnahmen tragen wir dazu bei, den CO2-Ausstoß in der Stadt zu reduzieren und die Landeshauptstadt mit baulichen Maßnahmen an den Klimawandel anzupassen. Eine konkrete Maßnahme, die vor allem die in Düsseldorf ansässigen Unternehmen einbindet, ist der Düsseldorfer Klimapakt. Mit dem Beitritt zum Düsseldorfer Klimapakt verpflichten sich die Unternehmen, selber ihren CO2-Ausstoß zu verringern. In regelmäßigen Foren tauschen sich die teilnehmenden Unternehmen über Best Practices aus. Wir laden alle Unternehmen ein, sich an dem Pakt zu beteiligen. Zusätzlich vermittelt die Wirtschaftsförderung Kontakte zu Clustern in NRW, wie z.B. NRW.Energy4Climate, die NRW-weit Projekte und Maßnahmen zum Klimaschutz unterstützen und fördern.

Türk girişimciler için Düsseldorf'ta hangi yatırım fırsatları var? Düsseldorf Türk firmalarına ne gibi özel hizmetler sunuyor?

Düsseldorf, firmalara geniş bir endüstri yelpazesi sunar, bu nedenle her endüstriden şirket kabul edilir. Bağlanabilirlik, yeşil teknoloji ve tıp teknolojisi alanlarındaki yenilikçi şirketlere özel önem veriyoruz.

International Business Service, iş geliştirme için merkezi irtibat noktasıdır. Oradaki meslektaşlarımız, yabancı şirketlere kapsamlı ve hedefe yönelik tavsiyeler veriyor ve hem yerleşim, kuruluş ve Düsseldorf'ta ilk adımlar hem de diğer tüm aşamalar ve şirket durumlarında destek sağlıyor. Bilgiler Türkçe dahil 10 dilde sunuluyor.

İş geliştirme ajansı tarafından sunulan hizmet yelpazesi, bir iş yeri olarak Düsseldorf hakkında gerçekler ve rakamlar içeren ilk bilgilerden, bir şubenin kurulmasıyla ilgili formaliteler hakkında bilgilere ve Düsseldorf'ta uygun ofis ve ticari alan aramaya kadar uzanır. Ayrıca ekonomik kalkınma departmanı, vizenizin hazırlanması ve giriş prosedürleri konusunda tavsiyelerde bulunur ve Düsseldorf'taki önemli iş ve ulusal ağlarda aracılık eder.

Düsseldorf'ta yatırım yapmak isteyen Türk girişimcilere ne dersiniz?

Düsseldorf, her milletten insanı ağırlayan kozmopolit ve uluslararası bir şehir. Almanya ve Avrupa pazarının gelişimi için konumun avantajları hakkında bir izlenim edinmek için eyalet başkentine gelin. Ekonomik Kalkınma Ajansı'nın Uluslararası Ticaret Servisi tavsiye ve eylemle firmaların yanında.

Yüksek şirket yoğunluğu nedeniyle Düsseldorf gün içinde neredeyse milyonların yaşadığı bir şehre dönüşüyor. 315 binden fazla çalışan Düsseldorf'a gidip geliyor. Düsseldorf önemli bir servis merkezi ve Kuzey Ren-Vestfalya'daki en büyük ikinci sanayi bölgesi olarak imalat sanayi için önemli bir yer.

Welche Investitionsmöglichkeiten gibt es für türkische Unternehmer:innen in Düsseldorf? Welche besonderen Services bieten Sie als Stadt Düsseldorf türkischen Unternehmen an?

Düsseldorf bietet einen breiten Branchenmix, daher sind Unternehmen aus allen Branchen willkommen. Besondere Schwerpunkte setzen wir auf innovative Unternehmen aus den Bereichen Connectivity, GreenTech und MedTech.

Hier ist der International Business Service bei der Wirtschaftsförderung die zentrale Anlaufstelle. Die Kolleginnen und Kollegen dort beraten ausländische Unternehmen unfassend und zielgenau und unterstützen – bei der Ansiedlung und Gründung und den ersten Schritten in Düsseldorf, aber auch in allen weiteren Phasen und Unternehmenslagen. Informationen werden in zehn Sprachen angeboten, auch in Türkisch.

Das Serviceangebot der Wirtschaftsförderung reicht von ersten Informationen mit Zahlen und Fakten zum Wirtschaftsstandort Düsseldorf bis zu Informationen über die Formalitäten bei der Gründung einer Niederlassung sowie für die Suche nach geeigneten Büro- und Gewerbeflächen in Düsseldorf. Darüber hinaus berät die Wirtschaftsförderung bei der Vorbereitung Ihrer Visum- und Einreiseverfahren und vermittelt in wichtige Wirtschafts- und Ländernetzwerke in Düsseldorf.

Was würden Sie türkischen Unternehmer:innen sagen, die in Düsseldorf investieren wollen?

Düsseldorf ist eine weltoffene und internationale Stadt, die Menschen aller Nationen willkommen heißt. Kommen Sie in die Landeshauptstadt, um sich selbst einen Eindruck von den Vorteilen des Standortes für die Erschließung des deutschen und europäischen Marktes zu verschaffen. Der International Business Service der Wirtschaftsförderung steht Ihnen mit Rat und Tat zur Seite.

Auf Grund der hohen Unternehmensdichte - 600 Unternehmen je 10.000 Einwohnerinnen und Einwohner - wächst Düsseldorf tagsüber fast zur Millionenstadt. Über 315.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer pendeln nach Düsseldorf. Düsseldorf ist bedeutendes Dienstleistungszentrum und als zweitgrößter Industriestandort in NRW ein sehr wichtiger Standort für Verarbeitendes Gewerbe.

Lokum gibi lezzetiyle midye keyfi

HERŞEYİ
HAZIR



  [yelken.demka](https://www.yelken-demka.de)

www.demka.de

GENÇLİK ŞEHİRİ KÖLN

START-UP'LARIN CAZİBE MERKEZİ

Köln, nüfus bakımından Almanya'nın dördüncü büyük şehri ve Avrupa'nın en eski ticari şehirlerinden biri. Start-Up ekosistemi burada yenilikçiliği garanti ediyor: Sadece 2021 yılında Köln'de 106 Start-Up kuruldu, neredeyse her üç günde bir Start-Up kuruldu. (bu pandemiye rağmen gerçekleşti.) Berlin, Hamburg ve Münih ile birlikte Köln, Start-Up'lar için Almanya'daki en iyi dört lokasyondan biri ve yaklaşık 550 Start-Up'a ev sahipliği yapıyor. Bunlar özellikle yazılım, e-ticaret, gıda ve ilaç sektörlerinde güçlü. Köln Belediye Başkanı Henriette Reker ile Start-Up'ların Köln ekonomisindeki yeri ve şehri şirketler için cazip kılan unsurlar hakkında konuştuk.



1,1 MİLYON KİŞİ - 180 ÜLKE

Bize Köln'ün yaşam tarzı hakkında bir şeyler söyleyebilir misiniz? Köln'ü farklı kılan yanları neler?

Köln, mükemmel bir yaşam kalitesine ve benzersiz bir yaşam tarzına sahip bir iş metropolüdür. Biz Könlülerin

çok açık fikirli olduğu söylenir. Şehrimizde 180 milletten 1,1 milyon insan barış içinde bir arada yaşıyor. Açık ve ulaşılabiliriz ve meraklıyız. Her zaman şaka ile söylerim: Köln'de arkadaş aramasanız bile arkadaş bulabilirsiniz. Ayrıca hayata karşı bu tutumu işle birleştiriyoruz - ve bunu dünyada sadece bir kez bulabilirsiniz.

JUGENSTADY KÖLN

DER ANZIEHUNGSPUNKT DER START-UPS

*Gemessen an der Einwohnerzahl ist Köln die viertgrößte Stadt Deutschlands und eine der ältesten Handelsstädte Europas. Für Innovationen sorgt hier das Start-Up-Ökosystem: Allein im Jahr 2021 wurden in Köln 106 Start-Ups aus der Taufe gehoben, fast jeden dritten Tag eines - und das trotz Pandemie. Köln zählt gemeinsam mit Berlin, Hamburg und München zu den vier deutschen Top-Standorten für Gründer*innen und darf sich Heimat von rund 550 Start-Ups nennen. Besonders stark sind diese in den Branchen Software, E-Commerce, Lebensmittel und Pharma. Wir sprachen mit der Kölner Oberbürgermeisterin Henriette Reker über die Stellung von Start-Ups in der Kölner Wirtschaft und darüber, was die Stadt für Unternehmen interessant macht.*



1,1 MILLIONEN MENSCHEN - 180 NATIONEN

Können Sie uns etwas über Kölns Lebensgefühl erzählen? Was macht Köln anders?

Köln ist eine Wirtschaftsmetropole mit ausgezeichneter Lebensqualität und einzigartigem Lifestyle: Man sagt uns Kölnerin-

nen und Kölnern nach, dass wir sehr offen sind: In unserer Stadt leben 1,1 Millionen Menschen aus 180 Nationen friedlich zusammen. Wir sind offen und zugewandt und wir sind neugierig. Ich sage immer spaßeshalber: In Köln findet man Freunde, auch wenn man keine sucht. Dieses Lebensgefühl verbinden wir auch mit Business – und das findet man so nur einmal auf der Welt.

Köln, oraya ilgi duyan şirketlere nasıl bir potansiyel sunuyor?

Köln Avrupa'nın kalbinde yer alıyor ve tüm şirketlere birinci sınıf bir altyapı sunuyor. Şehirde bir saatten kısa sürede ulaşılabilen üç uluslararası havaalanı, üç modlu bir yük merkezi, Almanya'nın ikinci büyük iç limanı ve birinci sınıf bir demir yolu ile otoyol ağı bulunuyor. Ekonomik sektörlerin çeşitliliği ve küçük ve orta ölçekli işletmelerden küresel şirketlere kadar farklı şirket büyüklükleri Köln'ü çok esnek bir yer haline getirmektedir. Köln aynı zamanda Avrupa'nın en yenilikçi bilim bölgelerinin de bir parçasıdır: önemli itici güçler burada üretilmektedir. Köln, dört Max Planck Enstitüsü, Köln Üniversitesi'ndeki çok sayıda mükemmeliyet kümesinin yanı sıra Alman Havacılık ve Uzay Merkezi ve Avrupa Birliği Havacılık Güvenliği Ajansı da dahil olmak üzere 22 üniversite ve 12 araştırma kurumuna ev sahipliği yapmaktadır.

Köln Belediyesi olarak Türk şirketlerine ne gibi özel hizmetler sunuyorsunuz?

Köln ve Türkiye arasındaki bağlar son derece yakın. Daha geçen yıl İstanbul ile şehir ortaklığımızın 25. yıldönümünü kutladık. KölnBusiness Wirtschaftsförderung, Türkiye'den gelen şirketler için ilk temas noktasıdır. Şehrin yüzde yüz iştiraki olan bu kuruluş, Köln'e yerleşmeden önce, yerleşirken ve yerleştikten sonra ana dilde danışmanlık hizmeti, Türkçe bir ana sayfa ve destek sunuyor. Bu, örneğin oturma ve çalışma izinleri, resmi izinler, gayrimenkul arayışı, ağlar ve çalışanlarla ilgili sorular için geçerlidir. Daha geçen yıl Köln, Eczacıbaşı Grubu'na ait Monrol şirketinin yer arayışında uluslararası rekabete karşı kendini kanıtlamayı başardı.

“

KölnBusiness her yıl yüzlerce girişimciyi çeşitli şekillerde desteklemektedir. Köln ve Türk Start-Up'ları arasında iyi bir alışveriş ve iş birliği de zaten mevcut: Örneğin KölnBusiness, İstanbul'daki önde gelen Webrazzi etkinliğinde düzenli olarak yer alıyor ve bu yıl Köln'ü Türk Start-Up'larına da tanıtacak.

”

HENRIETTE REKER
Köln Belediye Başkanı
Bürgermeister von Köln

Welche Potenziale bietet Köln Unternehmen, die sich für den Standort interessieren?

Köln liegt im Herzen Europas und bietet allen Unternehmen eine erstklassige Infrastruktur: Die Stadt profitiert von drei internationalen Flughäfen, die in weniger als einer Stunde erreichbar sind, einem trimodalen Frachtzentrum, dem zweitgrößten Binnenhafen Deutschlands sowie einem erstklassigen Schienen- und Autobahnnetz. Die Vielfalt der wirtschaftlichen Branchen und unterschiedlichen Unternehmensgrößen – von kleinen und mittelständischen Unternehmen bis hin zu Weltunternehmen – macht Köln zu einem sehr resilienten Standort. Zugleich ist Köln aber auch Teil der innovativsten Wissenschaftsregionen in Europa: Hier entstehen wichtige Impulse. Köln beheimatet 22 Hochschulen und zwölf Forschungseinrichtungen – darunter vier Max-Planck-Institute, zahlreiche Exzellenzcluster der Universität zu Köln sowie das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt sowie die Agentur der Europäischen Union für Flugsicherheit.

Welche besonderen Dienstleistungen bieten Sie als Kölner Stadtverwaltung den türkischen Unternehmen an?

Die Verbindungen zwischen Köln und der Türkei sind sehr eng. Erst im vergangenen Jahr haben wir das 25. Jubiläum unserer Städtepartnerschaft mit Istanbul gefeiert. Die KölnBusiness Wirtschaftsförderung ist erste Anlaufstelle für Unternehmen aus der Türkei. Die hundertprozentige Tochter der Stadt bietet muttersprachliche Beratung, eine türkische Homepage, Unterstützung vor, während und nach der Ansiedlung in Köln. Dies gilt zum Beispiel für Fragen rund um Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis, behördliche Genehmigungen, Immobiliensuche, Netzwerke und Mitarbeitende. Erst im vergangenen Jahr konnte sich Köln damit gegen internationale Konkurrenz bei der Standortsuche des Unternehmens Monrol, das zur Eczacıbaşı-Gruppe gehört, durchsetzen.

“

KölnBusiness unterstützt jährlich hunderte Gründerinnen und Gründer an vielen Stellen. Auch ein guter Austausch und eine Zusammenarbeit von Köln mit türkischen Startups existieren bereits: So ist KölnBusiness regelmäßig auf dem führenden Event Webrazzi in Istanbul präsent und wird auch in diesem Jahr den türkischen Startups Köln vorstellen.

”





Köln şehri Start-Up'ları nasıl destekliyor?

Almanya'daki en iyi Start-Up merkezlerinden biriyiz. Şu anda toplam 550'den fazla Start-Up Köln ekonomisini zenginleştiriyor. Bunların odaklandığı alanlar yazılım, e-ticaret, gıda ve tıp. Almanya genelinde yatırımlar azalırken, Köln'deki Start-Up'lar 2022 yılında bir önceki yıla göre daha fazla yatırımcıdan para toplamayı başardı. Köln, uzun zamandan beri şehir sınırlarının ötesine yayılan yeniliklere ev sahipliği yapıyor. Köln merkezli yapay zeka şirketi DeepL buna bir örnek. DeepL dil engeli olmayan bir dünya oluşturmayı kendine hedef olarak belirlemiştir. Dünya çapında milyonlarca kullanıcı ve 20 binden fazla şirket Köln merkezli şirketin yapay zeka teknolojisine güveniyor. Bununla birlikte, sadece onlarla değil, tüm ekosistemle gurur duyuyoruz, çünkü bu ekosistem özellikle samimi, neredeyse aile benzeri bir atmosferle karakterize ediliyor. KölnBusiness her yıl birçok yerde yüzlerce kurucuyu destekliyor. Köln ve Türk Start-Up'ları arasında iyi bir alışveriş ve iş birliği de zaten mevcut: örneğin KölnBusiness düzenli olarak İstanbul'daki önde gelen Webrazzi etkinliğinde yer alıyor ve bu yıl Köln'ü Türk Start-Up'larına da tanıttık.

Gençlerin Köln'de nasıl bir etkisi var?

Köln çok genç bir şehir: Köln'deki her üç kişiden biri 30 yaşın altında, yani yaş ortalaması sadece 42. Köln'e akın çok büyük ve hala da öyle - şehir gençler için çok çekici: 100 binden fazla kişi üniversitemizde okuyor ve araştırma yapıyor. Bu da her yıl 14 binden fazla yüksek nitelikli mezunun iş gücü piyasasına girdiği anlamına geliyor. Bunların çoğu kariyerlerine bu bölgede başlıyor. Köln'deki şirketler için bu, şirketin hemen yanı başında geniş bir potansiyel kalifiye çalışan yelpazesi sunuyor.

BİR GENÇLİK ŞEHİRİ

"Köln gençler için son derece cazip bir şehir. Üniversitemizde 100 binden fazla kişi eğitim görüyor ve araştırma yapıyor. Bu da her yıl 14 binden fazla yüksek nitelikli mezunun iş piyasasına girdiği anlamına geliyor. Ve bu gençlerin çoğu kariyerlerine bölgedeki şirketlerde başlıyor. Köln'deki şirketler için bu, kapılarının önünde geniş bir potansiyel kalifiye çalışan yelpazesi anlamına geliyor."

Wie unterstützt die Stadt Köln Gründerinnen und Gründer?

Wir zählen zu den Top-Gründungsstandorten in Deutschland. Insgesamt bereichern aktuell mehr als 550 Startups die Kölner Wirtschaft. Die Schwerpunkte liegen dabei in den Bereichen Software, eCommerce, Food und Medizin. Während deutschlandweit die Investitionen sinken, konnten Kölner Startups 2022 sogar mehr Investorengelder einsammeln als im Vorjahr. In Köln entstehen Innovationen, die längst über die Stadtgrenzen hinaus strahlen. Ein Beispiel ist das Kölner KI-Unternehmen DeepL. DeepL hat sich zum Ziel gesetzt, eine Welt ohne Sprachbarrieren zu schaffen. Millionen von Nutzenden und mehr als 20.000 Unternehmen weltweit setzen bereits auf die KI-Technologie des Kölner Unternehmens. Wir sind aber nicht nur stolz auf unsere Leuchttürme, sondern auf das gesamte Ökosystem, da es von einer besonders freundlichen, fast familiären Atmosphäre geprägt ist. KölnBusiness unterstützt jährlich hunderte Gründerinnen und Gründer an vielen Stellen. Auch ein guter Austausch und eine Zusammenarbeit von Köln mit türkischen Startups existieren bereits: So ist KölnBusiness regelmäßig auf dem führenden Event Webrazzi in Istanbul präsent und wird auch in diesem Jahr den türkischen Startups Köln vorstellen.

Welchen Einfluss haben junge Menschen in Köln?

Köln ist eine sehr junge Stadt: Jeder Dritte in Köln ist unter 30, damit liegt das Durchschnittsalter bei nur 42 Jahren. Der Zuzug nach Köln ist und bleibt enorm – die Stadt ist für junge Menschen sehr attraktiv: Mehr als 100.000 studieren und forschen an unseren Hochschulen. Damit wechseln mehr als 14.000 hochqualifizierte Absolvent*innen jährlich in den Arbeitsmarkt. Die meisten von ihnen starten ihre Karriere in der Region. Kölner Unternehmen bietet dies ein vielfältiges Fachkräftepotenzial direkt vor der Firmentür.

EINE STADT DER JUGEND

"Köln ist eine äußerst attraktive Stadt für junge Menschen. Mehr als 100.000 Menschen studieren und forschen an unseren Hochschulen. Das bedeutet, dass jedes Jahr mehr als 14.000 hochqualifizierte Absolventen auf den Arbeitsmarkt kommen. Und viele dieser jungen Menschen beginnen ihre berufliche Laufbahn in Unternehmen der Region. Für die Kölner Unternehmen bedeutet dies ein breites Spektrum an potenziellen Fachkräften direkt vor der Haustür."

MÜHENDİS OLMAK İÇİN GİTTİ TİCARET ADAMI OLDU

Konya'dan Almanya'ya okumak için giden Kemal Şahin, orada kalabilmek için hediyelik eşya satan bir dükkân açtı ve sonrasında ticaret adamı olduğunu keşfetti. Almanya ve Türkiye'de açtığı firmalarla binlerce kişiye istihdam sağlayan ve iki devlet arasındaki ticaret ve dostluğun temel taşlarını atan Şahin ile Almanya'da İş Dünyası'nda buluştuk...

Mühendislikten iş insanlığına giden bir yolculuğun başkahramanı olan Şahinler Holding Yönetim Kurulu Başkanı Kemal Şahin, dünyanın her yerinde fırsatlar olduğunu gören ve bu fırsatlara nasıl gidilirin yolunu en iyi bilenlerden.

Bir işe başlamadan önce "ben bu işi yaparım" diyen ve bu mantıkla iş hayatına atılarak Almanya'da kalmaya karar

veren Şahin, yaklaşık 5 bin Mark'la çıktığı yolculukta dur durak bilmedi. Günde 18 saat çalışan Şahin, Bu maraton içerisinde belki de başkasının dört senede öğrendiğini o iki senede öğrendi.

Bugün Şahinler Holding'i üç kıta, altı ülke ve yedi sektörde önemli bir noktaya taşıyan Kemal Şahin'in hikâyesini kendisinden dinledik.



Röportaj
Rümeysa
Kocaman Alp

Almanya'ya gitme hikayenizden bahseder misiniz? Orada iyi bir eğitim aldınız, bu süreçler size ne kattı?

Her şeyden önce iyi bir öğrenciydim. Fakir bir bölgenin insanı olarak ancak okuyarak bir yerlere gelebileceğimi biliyordum. Konya Lisesi'ni parasız yatılı okuduktan sonra Hava Harp Okulu'nu ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği bölümünü kazandım. Babam asker olmamı istediği için Hava Harp okuluna gitmemi istiyordu. Kazandığım halde gitmediğim için babamla aram açılmıştı. Aynı zamanda Etibank Bursu sınavına da girmiştim. Türkiye'den sadece 80 öğrenciye burs verilecek imtihanı kazanarak Almanya'ya gitmeye karar verdim. Alman milletinin asker gibi disiplinli olması babamın da ikna olmasında etkili oldu ve böylece Almanya serüvenim başladı.

İlk sene Goethe Enstitüsü'nde Almanca öğrendim. Almanya'nın en önemli üniversitelerinden biri Aachen Teknik Üniversitesi'nde okuyarak yüksek mühendis oldum. Mezun olduktan sonra Alman hükümeti bana Almanya' da mühendis olarak çalışma izni vermedi. Bende birkaç sene daha kalıp tecrübe kazanmak istemiştim. İnat ettim ve nihayet küçük bir hediyelik eşya dükkânı açıp girişimci olmama müsaade ettiler. 5 bin Mark ile Almanya'daki girişimcilik hikâyem de böylece başlamış oldu.

Bu dükkânda gurbetçilere hitap eden ürünleri tedarik edip satıyordum. Altı ay sonra mühendis maaşı kadar para kazanmaya başladım.

Daha sonra Türkiye'den getirttiğim tekstil ürünlerini de satarak Almanlara da hitap eden bir noktaya geldim. Özellikle beyaz basic tshirt satıyordum ve çok yüksek talep gördü. Böylelikle Türkiye'den daha fazla mal almaya başladım.

Günde 17-18 saat çalışıyordum. Almayı, satmayı ve hatı muhasebe işlerini bilmem gerekiyordu. Bu zaman zarfı içerisinde Almanların çalışma sistemlerini de öğrendim. Almanlar çok titiz insanlar. İşe 5 dakika geç kalırsan 30 dakikayı kesiyorlar. Biz de iş yapış süreçlerimizde disiplin ve titiz çalışmayı ön planda tuttuk. Kaliteli ve zamanında üretimle kısa sürede Almanya'da önemli bir oyuncu olduk.

“TEKSTİL BİZİM AMİRAL GEMİMİZ”

Bugün geldiğiniz noktada Şahinler Holding'in faaliyetlerinden bahseder misiniz?

Hem Türkiye hem de yurt dışındaki firmalarımızdan ihracat yapıyoruz. Trakya'daki Avrupa Serbest Bölgemiz (ASB), 3,5 milyar Dolar'lık işlem hacmiyle Türkiye genelinde ilk sıralarda.

Başarılı olduğumuz sektörlerden biri de inşaat. Beylikdüzü'nde bin 155 daire 116 cadde dükkândan oluşan “Westside İstanbul” projemiz hayata geçti. Yakın zamanda da Büyükkçekmece Karaağaç'ta göl ve deniz manzaralı 125 villa yapacağız.

Tekstil bizim amiral gemimiz. Tekstilde hala Türkiye'nin en büyük firmalarından biriyiz. Edirne ve Çorlu'daki fabrikalarımız dünya devi markalara üretim yapıyor. Ayrıca Ela-



KEMAL ŞAHİN

Şahinler Holding Yönetim Kurulu Başkanı

ziğ'da dokuma, örgü ve iplik entegre fabrikası kuruyoruz. Avrupa merkezimiz Almanya dışında Fransa, Bulgaristan ve Mısır'da da şirketlerimiz var. Sürekli kapasite ve istihdam artırarak yeni yatırımlarla büyümeye devam ediyoruz. Mısır'da tekstil ihracatında ilk 10'dayız.

Turizmde de hatırı sayılır bir büyüme trendine girdik. Şu anda Antalya'da üç tane, Kayseri'de biri faaliyette biri yapım aşamasında iki tane olmak üzere toplamda beş otelimiz mevcut. Asıl işimiz tekstil olmasına rağmen turizmde de oldukça iddialı bir grup olduk.

Turizme alternatif oluşturup birde sporda büyüdünüz...

Antalya'yı tenisle bilinen bir markaya dönüştürdük. Me-gasaray Belek otelimizde tenis kortları mevcuttu. Ancak Me-gasaray Tenis Akademisi'ni kurarak kort sayısını 70'e çıkardık. Türkiye'den ve yurt dışından binlerce tenisçi kamplarını burada yapıyor. En önemlisi dünyaca ünlü Davis Cup, Billie Jean King Cup, ATP vb. ITF Turnuvalarına ev sahipliği yapıyoruz.

Turizmde otellerimizin verimliliğini artıracak bir model bulduk. Çalışanlarımızı yazın yaz otellerimizde kışın kış otellerimizde çalıştırıyoruz. Böylece dönemsel değil tüm yıl çalışmış oluyorlar. Bu sayede istihdamda önemli rakamları yakalayabiliyoruz. Ayrıca bu uygulama ile çalışanlarımızı hep zinde tutuyoruz ve misafirlerimize yüksek hizmet kalitesi sağlayabiliyoruz. Bu yüksek hizmet kalitesi beraberinde müşteri bağlılığı getiriyor. Ayrıca müşterilerimiz çalışanlarla dost oluyor.



Belek'teki tatil köyümüzde sloganımız "Mutlu kasaba mutlu çalışanlar" böylelikle müşteri mutlu, çalışan mutlu ve haliyle patronunda mutlu.

Önceleri turizm odağımızda olan bir sektör değildi ancak yatırımlarımızın artmasıyla artık odağımızda olacak. Ülkemize daha fazla döviz girmesi için büyük katkı sağlıyoruz. Dünyadan binlerce kişiyi misafir ederken onların buradan son derece memnun ayrılmalarını çok önemsiyoruz. Ülkemizin tanıtımına ciddi katkılar sağlıyoruz. Yaptığımıza bir nevi kültür elçiliği de denilebilir.

"ALMANLAR İŞİNİ TAM ZAMANINDA YAPAR BİZ İŞE DAHA İYİ PAZARLARIZ"

Hayatınızda iki farklı ülke ve kültür var. Bu ülkeler Kemal Şahin'in gelişimine ne kattı?

Başarı hikayemde Türklerin ve Almanların özelliklerini sentezlememin büyük katkısı oldu. Örneğin Türklerin güler yüzlü, esneklik, yaratıcılık ve girişkenlik gibi özellikleri var. Almanlar iletişimde Türkler kadar sıcakkanlı değiller. Almanlar bizler kadar hayalperestte değiller daha gerçekçiler. Ama çok şeffaf, titiz ve disiplinli çalışırlar. Ben bu iki ülke özelliklerini çalışma sistemimize yansıtarak daha çok verim elde ettim.

Almanlar sistemli ve planlı çalışırlar. İş tam zamanında ve kaliteli yapıyorlar. Ürünlerine güvenirlir. Bu sayede dünyanın en büyük markalarını Almanlar çıkarmış. Biz Türkler bir malı çok iyi pazarlayabiliyoruz. Bizde o yaratıcılık var. Bu yönden Almanlardan çok daha öndeyiz. Biz de grup olarak yöneticilerimize ve çalışanlarımıza kurum kültürü ve yaşam kültürü olarak bu sistemleri aşıladığımız için iki ülkede de çok başarılı oluyoruz.

İki ülke için sağladığınız katkılar iki ülkeden de tadır görüdü...

Almanya'da göçmenler arasındaki en büyük iş adamı bendim. Çok hızlı büyüyüp çok insana istihdam sağlamam sebebiyle 1997'de Almanya'da yılın iş adamı seçildim. Türkiye Cumhuriyeti 9'uncu Cumhurbaşkanı merhum Süleyman Demirel tarafından, "Devlet Üstün Hizmet Madalyası" ile ödüllendirildim. Yaptığımız yüksek volümlü ihracatların ve kültür elçiliği yapmamın bu ödülü almamda rolü büyüktü.

KÜLTÜR ELÇİLİĞİ

"Turizm odağımızda olan bir sektör değildi ama artık odağımızda olacak. Ülkemize döviz getirmek gibi bir amacımız var. Türkiye'yi ve Türk insanlarının Avrupalılara karşı sempatik ve iyi insanlar olduğunu göstermeye çalışıyoruz. Dünyadan binlerce kişiyi misafir ediyoruz ve buradan son derece memnun ayrılıyorlar. Sporla da ülkemizi tanıtıyoruz. Yaptığımıza bir nevi kültür elçiliği de denilebilir."

Almanya'da da Cumhurbaşkanı Joachim Gauck tarafından "1. Sınıf Liyakat Nişanı" ile ödüllendirildim. Bu ödülde de ticari ilişkilere katkı sağlamak, önemli sivil toplum derneklerinin kurulmasına önderlik etmem ve eğitime verdiğim önem ve katkının etkisi büyük. Kurduğum dernek ve vakıflarda hala danışmanlık yapmaya devam ediyorum.

Başta Alman-Türk İş İnsanları Derneği (ATİAD), Türk Dış Ticaret Vakfı, Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası (TD-IHK), TEMA ve Türk-Alman Gençlik Platformu (TD Platform) olmak üzere birçok sivil toplum örgütünün kurucu başkanım. Bu kuruluşlarla iki ülke arasında dostluk ve ticareti geliştirmede büyük rol oynadık.

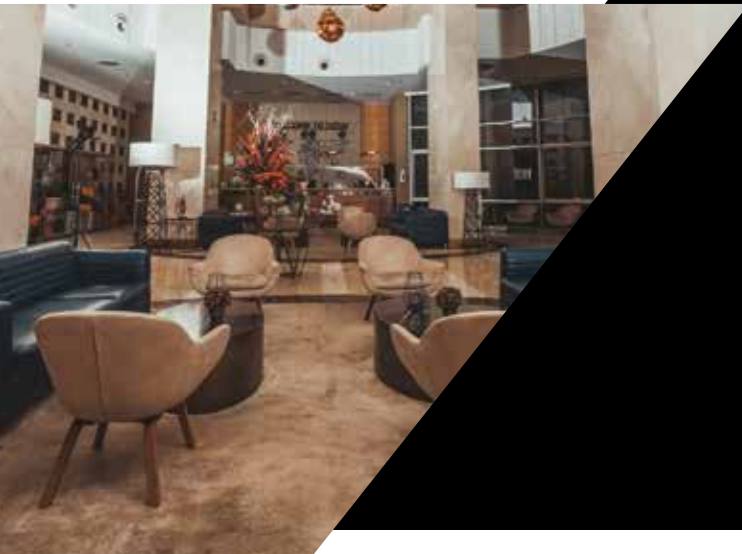
Diğer yandan Türkiye'de eğitim vakfımız var. 10 binlerce kişiye burs verdik. Avrupa'da da eğitim ve entegrasyon çalışmalarımız oldu. Almanya'da da Türk kökenli gençlerin eğitimine destek vermek, meslek ve iş konusunda danışmanlık yapmak amacıyla kurduğumuz Stiftung Bildung Eğitim vakfımız hala başarılı projelere imza atıyor.

Son olarak gelecek planlarınızdan ve şirket bünyesiyle birlikte yapmak istediklerinizden bahseder misiniz?

Bilgi ve tecrübelerimi aktarmak ve de stratejik yatırımlar için çalışmaya devam ediyorum. Sürekli yeni yatırımlar yapıyoruz daha da büyüyeceğiz.

İnsan kaynağı bizim için çok önemli. Kurum kültürümüzle, geleceği şekillendirecek yetenekli gençleri grubumuza kazandırıyoruz. Onlara zaman zaman mentörlük yapıyorum. Daha fazla gence dokunmamız gerek. Biz, insanlara balık tutmayı öğretmeye çalışıyoruz.





WOW

I S T A N B U L

Hotels & Convention Center

İstanbul'un Misafiri Değil **Ev Sahibisiniz!**

WOW Hotels & Convention Center'da işinizi konforunuzdan ödün vermeden sürdüreceğiz, tatil rahatlığında çalışmanın huzuru ile büyüleneceksiniz.

Şehrin kalabalığından uzaklaşarak, İstanbul'un en hareketli ticaret ve yaşam merkezinde; rahat ve konforlu lüks bir deneyime davetlisiniz.

ECZACIBAŞI MONROL'ÜN YENİ YATIRIM ÜSSÜ: ALMANYA



Türkiye'nin en etkili kurumlarından biri olan Eczacıbaşı son dönemde adeta Almanya'yı yeni yatırım üssü olarak seçti. Önce Almanya pazarının tanınmış seramik kuruluşlarından Engers'i satın aldı. Ardından Villeroy&Boch'un yüzde 51'ini satın alarak sürpriz yaptı. Holding, nükleer tıp alanında faaliyet gösteren Eczacıbaşı-Monrol ile de yeni bir atağa geçerek Köln'de Monrol GmbH isimli bir şirket kurdu. Monrol GmbH'nin kurulacak üretim tesislerinde; Ar-Ge'si Eczacıbaşı Monrol ekipleri tarafından gerçekleştirilen radyofarmasötik ilaçların üretilmesi planlanıyor.

Batı Avrupa'da ilk tesisini kuracak olan Eczacıbaşı Monrol yatırım hacmi 30 milyon Euro olan yeni tesisi ile kanser hastalarına yönelik ürünlere odaklandı. 2026 yılında faaliyete geçmesi planlanan üretim tesisinin radyofarmasötik üretiminde bir mükemmelliyet merkezi olması hedeflenirken Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinde iş olanakları yaratması da planlanıyor.

Nükleer tıpla birlikte, hedefe yönelik tedavi ürünlerinin geliştirilmesi ile uzmanlığını onkoloji alanına da taşımayı hedefleyen Eczacıbaşı-Monrol ürünlerinin 60'dan fazla ülkeye ihraç edildiğini belirten Eczacıbaşı-Monrol Genel Müdürü Aydın Küçük, "Radyofarmasötik ürün portföyü ile kanser hastalarının tedavi yolculuklarında birlikte yürüme, onlara umut olma ve bu yolculuğu dönüştürüp geliştirmeye yönelik çalışmalarımız-

la onların hayatlarına dokunmak amacıyla faaliyetlerimizi sürdürüyoruz" diyor.

Ar-Ge'si Eczacıbaşı-Monrol ekipleri tarafından gerçekleştirilen radyofarmasötik ilaçların üretilmesi planlanan tesisle ilgili merak edilenleri ve Eczacıbaşı-Monrol'ün çalışmalarını Eczacıbaşı-Monrol Genel Müdürü Aydın Küçük'le konuştuk.

Eczacıbaşı-Monrol'den ve faaliyet alanlarından söz eder misiniz?

İstanbul merkezli Eczacıbaşı-Monrol, radyoisotoplar ve radyofarmasötiklerin geliştirilmesi, üretimi ve dağıtımında dünyanın lider nükleer tıp şirketlerinden biri. Eczacıbaşı-Monrol, dünya standartlarında radyofarmasötik ürün portföyü ile global pazarlarda faaliyet gösteriyor. Şirket, modern ve çevre dostu teknolojilerin kullanıldığı, dünya standartlarını sağlayan 7 üretim tesisinde, 10 siklotron, 2 SPECT üretim hattı, 1 teranostik üretim hattı, sözleşmeli

Röportaj
Hüsne Pamuk

ürün geliştirme ve üretim faaliyetleri (CDMO) sunan üretim alanları ve 1 SPECT AB serbest bırakma alanı ile teşhis ve tedavi amaçlı kullanılan radyofarmasötikleri üretiyor. Eczacıbaşı-Monrol tesisleri GMP (iyi üretim uygulamaları) sertifikalı olup, Gebze-Türkiye, Romanya, Bulgaristan tesisleri AB GMP (iyi üretim uygulamaları) sertifikasına sahiptir. Ayrıca Kuveyt, Irak, Pakistan'da siklotron işleten şirket, Türkiye'de 2 ve Dubai'de 1 merkez ile uzun vadeli işletme sözleşmelerine sahip.

Nükleer tıpla birlikte, hedefe yönelik tedavi ürünlerinin geliştirilmesi ile uzmanlığını onkoloji alanına da taşımayı hedefleyen Eczacıbaşı-Monrol ürünlerini 60'dan fazla ülkeye ihraç ediyor ve gelirinin yüzde 70'ini global faaliyetlerden sağlıyor.

Firma, radyofarmasötik ürün portföyü ile kanser hastalarının tedavi yolculuklarında birlikte yürüme, onlara umut olma ve bu yolculuğu dönüştürüp geliştirmeye yönelik çalışmalarını hayatlarına dokunmak amacıyla faaliyetlerini sürdürüyor.

Yönetim Kurulu Başkanınız Bülent Eczacıbaşı son olarak da nükleer tıp ürünlerinin üretimi için Köln'de tesis kurulacağını açıkladı. Yatırımı sizin de Genel Müdürü olarak bulunduğunuz nükleer tıp alanında faaliyet gösteren Eczacıbaşı-Monrol Nükleer Ürünler Sanayi ve Ticaret yapacak. Tesiste radyoaktif ilaç üretimi planlanıyor. Bu konuda neler söyleyeceksiniz?

Monrol'un ürün ve hizmetlerini yurt dışı pazarlarda da genişletme hedefi doğrultusunda radyofarmasötik ürünlerin geliştirilmesine ve üretilmesine yönelik olarak Almanya'da Monrol GmbH unvanlı bir limited şirket kuruldu. Sermayesinin tamamına Eczacıbaşı-Monrol'un sahip olacağı Monrol GmbH'nin kurulacak üretim tesislerinde Ar-Ge'si Eczacıbaşı Monrol ekiplerimiz tarafından gerçekleştirilen radyofarmasötik ilaçları üretmeyi planlıyoruz. Bununla birlikte, bu tesisimizin radyoligand terapilerde (*) kullanılan birçok ilaç için CDMO hizmeti sunacak özel bir bölüme sahip olması hedefleniyor. Yapılması planlanan üretim tesisimizin 2026 yılında faaliyete geçmesini öngörüyoruz.

Bu tesisimizin radyofarmasötik üretiminde bir mükemmeliyet merkezi olması hedeflenirken Almanya ve diğer Avrupa ülkelerinde iş olanakları yaratması da planlanıyor.

Bu yatırım istihdam inovasyon gibi alanlarda ne gibi katkılar yapacak? Yönetim Kurulu Başkanı Bülent Eczacıbaşı bu yeni yatırım ile ilgili ne gibi değerlendirmeler yapıyor?

Eczacıbaşı-Monrol'un batı Avrupa'daki ilk üretim tesisi olacak olan Köln'de diğer tesislerinde olduğu gibi çeşitlilik

() İnovatif bir yaklaşım olan hedefe yönelik radyoligand terapi, onkoloji dalında dikkat çekici alanlardan biri olarak kabul edilmekte ve kanser tedavisi için ön plana çıkmaktadır. Bu terapi ile ilgili olarak çeşitli kanser türleri için dünya çapında pek çok klinik çalışma yürütülmektedir.*



AYDIN KÜÇÜK
Eczacıbaşı-Monrol Genel Müdürü

ve kültürel fırsatların yarattığı yaşanabilir atmosferden burada da yararlanabileceğini düşünüyoruz. Sağlık sektöründe uluslararası rekabette zaferler kazanan Köln'de 2026 yılında üretime başlamayı planladığımız tesisimizde, özellikle kimya, fizik, tıp, lojistik gibi alanlarda tecrübeli uzmanlar, mühendisler için istihdam sağlanacak. Aynı zamanda, ayrı bir satış organizasyonu kurulması da planlanıyor. Bu sayede Monrol GmbH'de Köln-Immendorf'de gelecekte yüzden fazla çalışma arkadaşımız olacak ve bu tesisin işletmesi boyunca alınacak hizmetlerle beraber bölgeye katkımız büyük olacaktır. Bununla birlikte, özellikle Avrupa ülkeleri başta olmak üzere tüm dünyada ruhsatlandırma çalışmalarını hızlandırdık.

Almanya tesisimizden tüm bu faaliyetleri geliştirmemiz sayesinde ihracat ve ekonomiye katkı sağlayacağız.

AR-GE ÇALIŞMALARI BOYUNCA İŞ BİRLİKLERİNDEN DOĞAN YENİLİKÇİ FİKİRLERİ ÜRÜNE DÖNÜŞTÜRMEYİ HEDEFLEYEREK EKOSİSTEM İNOVASYONUNU BENİMSEYEN ECZACIBAŞI-MONROL, ALMANYA'DA KURULACAK YENİ TESİSTE DE BU ÇALIŞMALARINA DEVAM EDECEK VE YENİ İŞ BİRLİKLERİ İLE AVRUPA'DA DA EKOSİSTEMİNİ GELİŞTİRECEK.



Peki Eczacıbaşı-Monrol Nükleer Ürünler A.Ş'de yapılan Ar-Ge çalışmalarından söz eder misiniz?

Sürdürülebilir başarılarımızın altında yatan en önemli etkenler; merak eden, sağlık alanındaki gelişmeleri ve ihtiyaçları yakından izleyen ve bilim ile değer yaratan bir kuruluş olmamız. Her gün daha da kuvvetlenen, pazardaki yenilik ve değişen şartlara son derece hızlı bir şekilde adapte olabilen Ar-Ge ve inovasyon ekiplerine sahibiz.

Eczacıbaşı-Monrol ilaç geliştirmeye önem veren, Ar-Ge'ye yatırım yapan bir şirket olarak, üniversitelerle iş birlikleri yapmakta, onların bilimsel desteklerini alma, tecrübe ve bilgi birikimlerinden yararlanarak araştırmalarını geliştirme fırsatı bulmaktadır.

Ar-Ge çalışmaları boyunca iş birliklerinden doğan yenilikçi fikirleri ürüne dönüştürmeyi hedefleyerek ekosistem inovasyonunu benimseyen Eczacıbaşı-Monrol, uzun yıllardır devam eden bu çalışmalara ek olarak Almanya'da kurulacak yeni tesiste de çalışmalarına devam edecek ve yeni iş birlikleri ile Avrupa'da da ekosistemini geliştirecektir.

Eczacıbaşı-Monrol'ün yeni tesisinde kanser hastalarına yönelik ürünlere odaklanmayı hedeflediğini söylemiştiniz. Bu konuda yeni gelişmeler var mı?

Eczacıbaşı-Monrol'ün dünyadaki sayılı üreticilerinden biri olduğu Lutesyum-177 adlı ürün ile 100'ün üzerinde



NÜKLEER TIPLA BİRLİKTE, HEDEFLE YÖNELİK TEDAVİ ÜRÜNLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ İLE UZMANLIĞINI ONKOLOJİ ALANINA DA TAŞIMAYI HEDEFLEYEN ECZACIBAŞI-MONROL ÜRÜNLERİNİ 60'DAN FAZLA ÜLKEYE İHRAÇ EDİYOR VE GELİRİNİN YÜZDE 70'İNİ GLOBAL FAALİYETLERİNDEN SAĞLIYOR.



ECZACIBAŞI-MONROL OLARAK BUGÜNE KADAR GERÇEKLEŞTİRDİĞİMİZ BÜYÜMEYİ, ALMANYA'DA YAPTIĞIMIZ YATIRIM VE ULUSLARARASI İŞ BİRLİKLERİYLE DE DEVAM ETTİRMEYİ HEDEFLİYORUZ.

yürütülen klinik çalışma bulunuyor. Bunlardan biri de metastatik kastrasyon dirençli prostat kanseri tedavisinde kullanılan Lutesyum-177 PSMA olup, 2022 yılında bu ürün için FDA (Food and Drug Administration) tarafından onay alınmıştır. Bu onayın alınmasıyla ürünün dünya çapında kullanımının önü açılmıştır.

Monrol'ün NCA Lutesyum-177 adlı ürün için alanında dünya liderlerinden olan firmalarla imzaladığı klinik tedarik sözleşmeleri ile dünyanın çok sayıda ülkesinde olduğu gibi Amerika'daki saygın araştırma merkezlerinde yürütülen klinik çalışmalara da ürün temin ediyor. Eczacıbaşı-Monrol olarak bugüne kadar gerçekleştirdiğimiz büyümeyi, Almanya'da yaptığımız yatırım ve uluslararası iş birlikleriyle de devam ettirmeyi hedeflemekteyiz.

KÖLN, SAĞLIK SEKTÖRÜNDE ULUSLARARASI REKABETTE ZAFERLER KAZANIYOR

"Eczacıbaşı-Monrol'ün batı Avrupa'daki ilk üretim tesisi olacak olan Köln'de diğer tesislerinde olduğu gibi çeşitlilik ve kültürel fırsatların yarattığı yaşanabilir atmosferden burada da yararlanabileceğini düşünüyoruz. Sağlık sektöründe uluslararası rekabette zaferler kazanan Köln'de 2026 yılında üretime başlamayı planladığımız tesisimizde, özellikle kimya, fizik, tıp, lojistik gibi alanlarda tecrübeli uzmanlar, mühendisler için istihdam sağlanacak. Aynı zamanda, ayrı bir satış organizasyonu kurulması da planlanıyor. Bu sayede Monrol GmbH'de Köln-Immendorf'de gelecekte yüzden fazla çalışma arkadaşımız olacak ve bu tesisin işletmesi boyunca alınacak hizmetlerle beraber bölgeye katkımız büyük olacaktır."





ASLINAZ KONAKLARI
www.aslinazkonaklarisilivri.com

HAYATA DEĞER KATAN YAPILAR...

+ 90 444 83 55



BAŞKENT İNŞAAT
www.baskentinsaat.net

Finest Lezzet

Türk Mutfağının Düsseldorf Durağı

Finest Lezzet, Almanya'da Orta Asya ve Mezopotamya mutfağı ile Akdeniz mutfağını harmanlamış ve modern sunumuyla ortaya sentez bir Türk Mutfağı çıkarmış seçkin bir restoran.

"Türk mutfağının tadını en iyi şekilde çıkarın" sloganıyla yola çıkan Lokman Yıldırım ve iki ortağı Almanya'da sevgi ve tutkuyla yemek yapanların adresi 'Finest Lezzet' adıyla bir Türk Lokantası kuruyor. Kısa zamanda her damak tadına uygun lezzetli yemekleri, herkesin kendini rahat hissedebileceği modern tasarıma sahip aydınlık ve geniş salonları ile bu restoran, üst düzey hüviyetiyle Düsseldorf'taki en iyi Türk mutfağı lokantası oluyor. Toplantı yemekleri için de uygun imkânları barındıran ve vejetaryen yemekler sunan restoran, bence tüm övgüleri hak ediyor.

Türk gastronomisi adına yurt dışında açılan restoranları çok değerli buluyorum. Bu mekânlar sayesinde Türk mutfağı dünyada hak ettiği yeri bulabilir. Kendi ülkelerinde Türk mutfağına ait lezzetleri tadıp beğenen yabancı dostlarımızın Türkiye'ye seyahat etme dürtüleri o nispette artacaktır. İşte ülkemize gelen bu kitleyi gastronomi anlamında ciddi ağırlayabilirsek emin olun çok kısa zamanda dünyanın en iyi mutfakları arasında rahatlıkla gösterilebiliriz.

REN NEHRİ KENARINDA MUHTEŞEM BİR "FINEST LEZZET RESTORANI"

Almanya'da mükemmel lezzetleriyle hizmet veren başarılı bir Türk restoranı düşünün. Kulağa çok hoş gelmiyor mu? Bu röportajdan önce bende bu restorandan haberdar değildim. Dolayısıyla bu röportaj okunmalı mutlaka. Almanlara Türk mutfağı lezzetlerini sevdirmek amacıyla kurulan Finest Lezzet, ünlü Ren Nehri kıyısında bulunuyor. Moda ve fuar kenti ve Kuzey Ren-Vestfalya eyaletinin başkenti Düsseldorf'ta kurulan mekân, nitelikli konumu ve muhteşem Türk lezzetleriyle adeta göğsümüzü kabartıyor. Restoran, İsviçre Alplerinden doğup Fransa sınırından, Almanya ve Hollanda topraklarından geçerek



Rotterdam'da Kuzey Denizi'ne dökülen bin 230 kilometre uzunluğundaki Ren Nehri'ne yürüme mesafesinde. Yemek sonrası nehir kenarında yürüyüş imkânı da çok önemli bir ayrıcalık olsa gerek.

DAMAKLARI ŞENLENDİREN RESTORAN

Henüz lezzetlerini pek tadamasam da küçük çaplı bir araştırmaya girdiğimde sosyal medya üzerinden inanılmaz memnuniyet verici olumlu yorumlarla karşılaştım. Bu müşterilerin çoğu da emin olun Türk değil. Hani yemek konusunda bir tabirimiz var ya, "Tadı damağında kaldı" diye, işte aynen bunu diyor yabancılar. İsmiyle müstesna bir mekân, her şey mükemmeldi, güzel ortam, güzel servis, yemeklerin tadı harika, damak için gerçek bir ziyafet, personel çok iyi ve özenli, fiyatlar porsiyonlara göre makul, Düsseldorf'un açık ara en iyi Türk restoranı gibi yüzlercesini sizde okuyabilirsiniz. Sonuçta anladım ki Finest Lezzet, bu bölgede şiddetle tavsiye edilen bir restoran haline gelmiş. Yine Türk mutfağına ait bu restorana gitmek Alman vatandaşlar için çok heyecan verici bir deneyim. Özellikle ürünlerin tazeliğine çok dikkat ettiklerini belirten restoran sahipleri mükemmel bir akşam yemeği ihtiyacını karşılamak için gerekli ne varsa bu restoranda mevcut olduğunu belirtiyorlar. Müşteri memnuniyetini sağlamakta kararlı bu ekibe şapka çıkartmak gerekir diye düşünüyorum.

Düsseldorf'taki Finest Lezzet restoranı kurucusu Lokman Yıldırım ile epey keyifli online bir röportaj yaptım.

Röportaj
Talip Bayram



Kendinizi tanıtır mısınız? Gastronomiye merakınız ne zaman başladı?

Mardinli memur bir ailenin oğlu olarak İzmir de büyüdüm. İşletme mezunuyum, iki çocuk babasıyım ve 18 yaşından beri de Almanya’da yaşıyorum.

Çekirdekten gastronomi sektörüne girdim ve birazda mecburiyetten Almanya’da bulaşık yıkayarak mesleğe başladım. Zaman için de işim, severek yaptığım bir mesleğe dönüştü ve benim için bir hayat felsefesi oldu. Yemek yapmayı çok seviyorum ama maalesef şu an ki durum itibari ile yemek yapmaya pek vaktim olmuyor. İyi bir ustayım, çünkü tutku ve sevgi ile yemek yaparken kendimden çok şey katıyorum. Türk mutfağından Ali Nazik yemeğini çok lezzetli yaparım. Ailemde de çok iyi aşçı vardı, özellikle annem şahane yemek yapar. Küçükken ondan öğrendiğim çok şey var ama hala onun kadar güzel bir aşçı olamadım. İzmir’e gittiğimde içli köftesini yemeden Almanya’ya dönmüyorum.

Almanya’ya gidişiniz, ilk restoranı açışınız ve Finest Lezzet’i kurmanızı anlatır mısınız?

Almanya’ya 1997 yılında mülteci olarak gittim. Birçok restoranda çalıştıktan sonra ilk lokantamı 2000 yılında açtım. Burası küçük bir işletmeydi ve başarılı olamadım. İki sene kadar sürdü ve iş hayatıma ara vermek zorunda kaldım. İkinci deneyimimi Düsseldorf’ta 2007’de yaşadım ve ilk büyük restoranımı burada faaliyete geçirdim. Bugün üç farklı yerde hem restaurant hem de catering hizmeti veriyoruz. Finest Lezzet restoranını iki ortağımınla birlikte üç kişi kurduk. Restoranımız oldukça geniş ve kısmen de kapalı olan bir terasımız var. Mekânın önceki sahibi 25 yıl İtalyan mutfağı olarak hizmet veren bir restorandı.

“GÜVENİLİR ÜRETİCİ VE TEDARİKÇİLERLE ÇALIŞIYORUZ”

“Ürünlerin tedariki çok önemli bir konu, çünkü yemeğin kalitesini yemeğin içindeki malzemeler belirler. Et ve balık ürünlerinin tazeliği, sebze seçimi gibi. Mutfağımızda özellikle konserve kullanmamaya özen gösteriyoruz. Taze sebze ve meyveler olmazsadır. Bunun için de güvenilir üretici ve tedarikçilerle çalışıyoruz. Yerel üreticilerden tedarik edilen ürünlerin yanında tüm yemekler için de birinci sınıf kaliteli malzeme kullanıyoruz.”



YEMEKTE LEZZET NE KADAR ÖNEMLİYSE GÜNÜMÜZ MUTFAĞINDA SUNUM DA BİR O KADAR ÖNEM TEŞKİL EDİYOR. DAMAK TADI VE SUNUMUN BİRLEŞİMİ BİR YEMEĞİN FARKINI ORTAYA ÇIKARIR.



Ortaklarınız hakkında bilgi verir misiniz?

İki ortağım var. Biri İbrahim Öner, 15 yıllık dostum. Aynı zamanda gastronomi üzerine eğitilmiş ve yaklaşık 25 senelik meslek deneyimi var. İbrahim, Türk mutfağının sadece klasik Fast Food’ tan ibaret olmadığını ve geleneksel yemeklerimizin gerektiği değeri görmediğini düşünüyor. Bu görüşü özellikle değiştirmek için de Finest Lezzet’i bir proje olarak görüyor. Diğer ortağım Profesör Dr. Karsten Bredemeier ile tanışmamız önceki restoranım Lezzette müşterimdi. Bu müşteri ilişkisi dostluğa dönüştü ve şimdi de şirket ortağım. Finest restoran konsepti fikrini hayata geçirmeme yardımcı oldu. 25 yıllık İtalyan restoranın yerine Türk mutfağı konseptini hayata geçirmek için görüşmelerde bulundu. Gastronomiyi seviyor, Türk kültürünün rafine yemeklerinden ve içeceklerinden hoşlanıyor. Onun sayesinde, başlangıçta Türk mutfağını eleştiren birçok vatandaş ikna oldu ve birçok kurumsal müşteri şimdiden düzenli müşteriler haline geldi. Profesör, üst düzey bir yönetici koçu ve iletişim stratejisti, yazar, girişimci, gazeteci ve orta ölçekli şirket ve kurumlara danışmanlık yapıyor.

Dünyada Türk mutfağının algısıyla ilgili neler dersiniz ve mutfağınızda neler var?

Dünyada ve Avrupa’da Türk mutfağı algısı maalesef çok iyidir diyemiyorum. Bunu değiştirmek birçok restaurant işletmecisi olarak bizim için de kolay olmuyor. Biz Türk milleti olarak burada tanıtıma fazla değer vermiyoruz. Oysaki mutfağımız birçok dünya mutfağından daha kaliteli ve lezzetli. Türk mutfağı, tıpkı Türkiye’den gelen diğer ürünler gibi genellikle hafife alınıyor. Öte yandan Türk şefler artık teknik olarak kesinlikle yıldız seviyesine ulaşabilecek seviyedeler. Finest Lezzet olarak bu konuyu kendimize bir hedef olarak belirledik ve özenle seçtiğimiz geleneksel yemeklerimizi Almanya’daki müşterilerimizin beğenisine sunuyoruz. Mutfağımızı Avrupalıya ve dünya insanına

DÜSSELDORF'TA EN İTİBARLI RESTORANLAR ARASINDA

Yemeklerin lezzeti desen fevkalade, personel desen özenli ve güler yüzlü, peki fiyat nasıl desen anladığım kadarıyla oda kaliteye göre çok uygun görünüyor. Türkiye'den baktığımda her şeyin mükemmel olduğu şahane lezzetler sunan bir mekân görüyorum. GörSELLERDEN SOĞUK VE SICAK MEZE TABAKLARININ BİLE ÇOK ETKİLEYİCİ OLDUĞUNU ANLAMAK HIÇ ZOR DEĞİL. Nezih bir atmosfer, işletme sahiplerinin misafirperver ve cana yakın tavırları, personelin dikkatli sunumu ve en önemlisi de harika Türk mutfağından otantik et ve balık türevli yemeklerin muhteşem lezzeti nedeniyle bu restoran, Düsseldorf'ta en itibarlı restoranların arasına giriyor.

duyurmak buradaki her Türk restoran işletmecisinin amacı olmalıdır. Menümüz, genelde Türk mutfağı üzerine. Erik soslu kuzu küşleme, yumuşak kuzu filetosu servis ediyoruz. Öte yandan bir Türk köyünde görebileceğiniz imam-bayıldı gibi yemekleri sunuyoruz. Gaziantep'ten Ali-Nazik, Adıyaman'dan Çiğköfte, Hatay'dan Karnıyarık ve tabii ki Akdeniz'in enfes deniz ürünleri başlıca yemeklerimizdir.

Almanlar lezzetlerinizi başarılı buluyorlar mı?

Kesinlikle evet diyebilirim. Çünkü Türk ve Akdeniz mutfağının geleneksel ve lezzetli yemeklerini Türk misafirperverliği ile birleştirerek güzel bir harmoni ile sunum yapıyoruz. Müşterilerimiz bizim için misafirimiz gibidir. Her bir misafirimizle özenle ilgilenir ve bu bazen dostluklara dönüşür. Türkiye'nin geleneksel tatlarını modern sunumlar ile birleştirerek beklentileri karşılamaya çalışıyoruz. Bundan dolayıdır ki Restoranımız hemen hemen her gün yoğun ilgi görüyor. İki farklı kültüre aynı anda hizmet veriyoruz. Alman müşterilerimizin alışkın oldukları Restoran kalitesi ile Türk müşterilerimizin geleneksel tat ve sunum beklentisini aynı anda karşılamak en büyük farkımız olabilir. Bizim Marka hikâyemizin temelinde bu yatıyor diyebiliriz.

Almanya'da catering hizmetleri ve sizin bu konudaki başarınızla ilgili bilgi verir misiniz?

Catering hizmetleri burada ihtiyaç ve isteklere bağlıdır. Organizasyonlar kokteyl resepsiyonu ile başlar yüzlerce kişinin yemek takımları, banklar, bar masalarına ikramına varıncaya kadar düzenli bir şekilde devam eder. Mutfak yönünden ve yiyecek-içecek açısından çok başarılı olduğumuzu söyleyebilirim. Türkiye Başkonsolosluğu başta olmak üzere birçok şirkette neredeyse tüm fiyat aralıklarındaki etkinlikleri sürekli biz yapıyoruz. İsteğe göre aşçı ve servis elemanı da temin edebiliyoruz. İki teslimat aracımız ve 55 kişiye kadar iş gücünden faydalandığımız bir ekibimiz var. Hizmetimizin odak noktası, Türk ve Akdeniz mutfak zenginliğimizdir.



Uyguladığınız personel politikanızı anlatır mısınız?

Mutfak elemanlarımız yemeklerimizin çeşitliliği gibi uluslararası bir kadroya sahiptir. Chef aşçımız Türkiye'de birçok kaliteli restoranda mutfak şefliği yapmış biri. Öncelikle çalışanlarımız, bireysel endişelerin olmadığı güvenli bir işe sahiptir. Personel politikamızda mesleki uygunluğun yanı sıra kişisel boyut da en yüksek önceliğe sahiptir. Personelimizde misafirlere ve aynı zamanda iş arkadaşlarına karşı nezaket son derece önemli. Başarılı olmanın en büyük koşullarından biri eleman seçimidir. Eğer bir iş yerindeki elemanınızı memnun ederseniz o memnuniyeti inanın müşterinize güler yüz ve misafirperverlik olarak yansıtacaktır. Takdir ederseniz ki bütün misafirlerimizle ayrı ayrı ilgilenemeyiz. Onlarla aramızdaki köprü elemanlarımız. Yemeği severek yapıp, severek güler yüzle hizmet etmelerini, onları her anlamda mutlu ederek sağlayabiliriz.

Hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

Finest Lezzet ekibi olarak ana hedefimiz, kalitemizi daha da artırarak Türk mutfağını hak ettiği seviyede tanınır hale getirmek. Uzun vadede Almanya'da farklı şehirlerde aynı konseptimizle şubeleşmeyi düşünüyoruz. Şimdilik Türkiye'de bir restoran açma planımızda yok. Ekip olarak güzel şeyler başardığımızı düşünüyorum. Ama bu başarı bizi rehavete kaptırmamalı. İşimizin zorluğunun bir o kadar güzelliğinin bilincindeyiz. Bu anlamda başarıyı korumak ve pekiştirmek için Finest Lezzet'i açtığımız ilk günün heyecanı ve tutkusunuyla çalışmaya devam ediyoruz.

“ALMANYA'DA KLASİK FAST FOOD TÜRK YEMEKLERİ HARİCİNDEKİ GELENEKSEL YEMEKLERİMİZ MAALESEF YETERİ KADAR TANINMIYOR VE HAK ETTİĞİ İLGİYİ GÖRMÜYOR.”

bambum®

DÜNYADA İLK ve TEK!

Available on the iPhone
App Store

ANDROID APP ON
Google play

/ bambum

www.bambum.com.tr

f @bambum



TÜRKİYE'NİN HER YERİNDE SİZİ BEKLEYEN BİR ARAÇ VAR

Teknoloji ve dijitalleşmenin etkisiyle tüm sektörler iş yapış süreçlerini bu kavramlar üzerine entegre etmeye başladı. Bu değişime en hızlı ayak uyduran alanlardan biri ise elbette araç kiralama sektörü oldu. Bizlerde değişime hızla ayak uyduran bu sektörü yakından incelemek için **TürkeiMietwagen Kurucu Ortağı Zehra Bozanoğlu ile konuştuk...**

TürkeiMietwagen olarak kuruluş hikâyenizden ve hizmet çerçevenizden bahsedebilir misiniz?

Özellikle Almanya'da yaşayan vatandaşlarımızın günlük ve aylık kiralamaya olan ihtiyaçlarını ve pazar payına olan büyük katkılarını otomobil kiralama sektöründe yıllardır deneyimlemekteyim. Bu bağlamda Almanya'da bulunduğum süre içerisinde edinmiş olduğum deneyim ile aklımdaki projeyi birleştirme imkanım oldu.

Bu süreçte Almanya'dan Türkiye gelip de araç kiralamak isteyen kişilerin gerek kiralama adımının en başında gerekse de ilerleyen süreçlerde yaşadıkları zorlukları, sıkıntıları ve bunlardan doğan talepleri gözlemleme şansını buldum. Aslında istenilen şey basitti; güvenilir, şeffaf ve profesyonel bir hizmet almak ve her zaman her koşulda yanlarında olduğunu bilmek ve her konuda destek almak.

Uzun yıllardır otomotiv ve araç kiralama sektöründe yer alan, bu sektörün önde gelen isimlerinden biri olan Zafer Salman'a bu fikri anlattım. İkimizin de tecrübesini birleştirip bu fikri birlikte hayata geçirme kararı aldık ve TürkeiMietwagen markasını oluşturduk.

TürkeiMietwagen; Dünya'nın neresinde olursanız olun, Türkiye'de kolayca araç kiralama yapmanızı sağlayan bir hizmettir. İster günlük ister aylık, ister sedan ister SUV, ister otomatik ister düz vites ihtiyacınız, beklentiniz ne ise size tam anlamıyla bunu sağlayan, kısacası size "özgürlük", "uygun fiyat", "güven" ve "kaliteli hizmet" sunan bir markadır.



ZEHRA BOZANOĞLU
TürkeiMietwagen Kurucu Ortağı

TürkeiMietwagen ile dünyanın neresinden gelerseniz gelin, seçtiğiniz lokasyonda sizi bekleyen bir aracınız olacak. Bu da kullanıcılarımız için konfor ve güven hissini yanında zaman tasarrufu da sağlıyor olacak.

KULLANICI DOSTU WEB SİTESİ

Dünyanın neresinden istenirse Türkiye'den araç rezervasyonu yapılabilmesini sağlayacaksınız. Bunun alt yapısı nasıl işliyor? Araçlar belli lokasyonlarda mı bekliyor?

TürkeiMietwagen'da araç kiralama sürecini mümkün olduğunca rahat ve sorunsuz hale getirmek için çalışıyoruz. Çevrim içi altyapımız, dünyanın her yerinden kullanıcıların kendi evlerinin rahatlığında kolayca araç kiralama rezervasyonu yapmasına olanak tanıyor. Kullanıcı dostu web sitemiz, ister Türkçe ister Almanca, tercih ettiğiniz dil ne ise kolaylıkla sadece birkaç tıkla kolayca rezervasyon oluşturmanıza imkan tanıyor.



Dilerseniz rezervasyonunuzu araç kiralama sektörü konusunda son derece deneyimli müşteri temsilcileri ile İletişim Merkezi üzerinde de telefonla gerçekleştirebilirsiniz.

50'den fazla iş ortağımız ve sunduğumuz araç sayısı ve çeşitliği ile her türlü ihtiyaca kesintisiz karşılık verebiliyoruz. Kullanıcılar Türkiye'de 300'den fazla lokasyondan araç teslim alıp, iade edebiliyor. Bu lokasyon en işlek havalimanı olabildiği gibi herhangi bir şehrin ilçesi de olabiliyor. Bu sayede kullanıcılarımıza ekstra özgürlük sunabiliyoruz.

Kiralama yapılması için belli bir gün şartı var mı? Bir de ziyaret etmeden kaç gün önceye kadar kiralama hizmeti sunuyorsunuz? Yani yaz sezonunun aracı kış sezonunda kiralanabiliyor mu mesela?

TürkeiMietwagen olarak araç kiralama rezervasyonu için herhangi bir zaman kısıtlaması olmaksızın esnek kiralama seçenekleri sunuyoruz. İster aylar öncesinden ister son dakikada bir seyahat planlıyor olun, bizimle kolayca online rezervasyon oluşturabilirsiniz.

Ne kadar süre araç kiralayacağınız da tamamen size kalmış durumda. Bir gün de kiralayabilirsiniz 11 ay beş gün de... Ancak unutmamakta fayda var, özellikle yaz aylarını kapsayan bir kiralama yaparsanız ne kadar erken rezervasyon yaparsanız o kadar çok çeşit bulma imkânınız artacaktır. Erken rezervasyonlara yönelik fırsatlar ve kampanyalar da sizleri bekliyor olacak.

Sağladığınız hizmetler için Türkiye'den iş ortaklığı yaptığınız ya da yapmayı planladığınız firmalar var mı?

Bu hizmeti kesintisiz ve güvenilir bir şekilde sunmak için Türkiye'de geniş bir iş ortağı yelpazesi ile çalışıyoruz. Aralarında global çapta da çok büyük firmaların da yer aldığı 50'den fazla iş ortağımız mevcut. Vizyonumuza, hizmet politikamıza uyan iş ortaklarımızın sayısı da her geçen gün artmaya devam ediyor. Bu sayede şu an Türkiye'nin neredeyse yüzde 90'ında hizmet verebiliyoruz.

ARAÇ KİRALAMANIN KOLAY YOLU

Böyle bir hizmetin alt yapısını nasıl hazırladınız? Teknolojik süreçlerin ilerleyişinden bahsedebilir misiniz?

Tüm teknolojik imkanları kullanan, yetenekli ve işinin ehli ve tamamı şirket bünyesinde çalışan yazılım ekibimiz, projeyi Yıldız Teknik Üniversitesi Teknopark'da kısa bir süre içerisinde yazdı. Projenin kodları unique ve tamamen bize özel.

Birkaç tıklama, toplam 2-3 dakikalık bir süre içerisinde ta-kılmadan, zorlanmadan işlem yapılmasına olanak sağlayan sistem, bir uçtan diğer bir uca tamamen online işliyor. Yani siz tamamen güvenli ödeme sistemimiz ile ödeme yapıp rezervasyonu oluşturduğunuz anda, bu işlem direkt olarak iş ortağımıza iletilmiş ve araç rezerve edilmiş oluyor.

Teknolojinin artık yaşamımızın her alanına girmesi sebebiyle, işlerimizi kolayca halletmek için hepimiz mobil telefonlarımızı kullanmaktayız. TürkiMietwagen olarak mobil kullanıcı deneyimi de bizim için ayrı bir öneme sahip. Bu yüzden özellikle mobil site geliştirilmesini sürekli daha da ileriye taşıyoruz.

TürkeiMietwagen'ın gelecek planlamalarında neler var? Planlamalarınız ve hedeflerinizden bahsedebilir misiniz?

TürkeiMietwagen olarak gelecek için önemli planlarımız var. Tekliflerimizi sadece günlük ve aylık araç kiralamanın ötesine taşımayı hedefliyoruz. Yakın zamanda transfer, şoförlü araç kiralama, lüks ve klasik araç kiralama gibi ek hizmetleri de bünyemize katmayı planlıyoruz.

Almanya'dan sonra, Hollanda, Avusturya, Belçika, İngiltere gibi diğer ülkelerdeki vatandaşlarımıza da hizmet vermek istiyoruz.

Ayrıca rezervasyonlarımızı uçak bileti satışı ve otel konaklamalarını da kapsayacak şekilde genişletmeyi planlıyoruz. Bu sayede kullanıcılarımız tek bir siteden konaklama, uçak ve araç kiralama ihtiyaçlarını kolayca sağlayabiliyor olacaklar.



ORDU'DA DOĞDU DÜNYAYA AÇILDI

Bentaş Bentonit 2007 yılında Türkiye'de başlayan başarı yolculuğuna aynı kararlılıkla devam ediyor. Ürünlerini bugün 75'den fazla ülkeye ihraç eden firmanın toplam cirosu ise 50 milyon Euro'nun üzerinde. Kedi kumunda istedikleri başarıyı yakaladıklarını söyleyen Bentaş Bentonit CEO'su Turgay Ömür, "Amacımız kedi kumundaki başarıyı daha katma değerli bir noktaya taşıyarak kârlılığını artırmak ve kalitedeki sürdürülebilirliğini devam ettirmek" diyor.



TURGAY ÖMÜR
Bentaş Bentonit CEO'su

Almanya'daki market zincirlerine 5-6 yıl önce bir denemeye başladık. DM market zinciri bizden 100 bin kutu ürün alıp test etti ve Almanya ile yolculuğumuz bu şekilde başlamış oldu. Beş ana branşın olduğu test aşamasında üç branşta lider olduk. 100 bin kutu ile başladığımız serüvenimize şu an 12 milyon kutu ürün ile devam ediyoruz. Rossman, DM, Aldi, Kaufland, Edeka, Fressnapf, Müller gibi market zincirlerinin raflarını ürünlerimizle dolduruyoruz. Toplam ciromuz yaklaşık 50 Milyon Euro'nun üzerinde.

Öncelikle bize biraz Bentaş Bentonit'ten bahseder misiniz?

Şirket olarak 2007 yılında kurulduk ve 2009 yılında üretime başladık. Başlangıçta Avrupa'daki büyük markalara tedarik sağlıyorduk. Zamanla paketleme tesisimizi kurarak paketli ürün satışına başladık. Firmamız şu an 400'ün üzerinde kişiye istihdam sağlıyor. Paketli ürünlerdeki başarımızdan sonra kendi markalarımız olan VanCat, RoCat, WhiteSand ve CatsWhite'a yatırım yapmaya başladık. VanCat markamıza sosyal medyada ciddi yatırımlar yaptık. VanCat'i 13 yıl önce diğer markalarımızla birlikte tescil etmemize rağmen ülkeye özgü Van kedisinden esinlendiğimiz için Avrupa'da üst düzey satıldı. Hal böyle olunca bizde yatırımlarımızı VanCat'e yaptık. Sadece sosyal medya değil radyo yayınları, televizyon ve kısa filmlerle VanCat reklamları yaptık. Kendi distribütörlerimize de böylece dağıtımını sağlamış olduk.

75 ÜLKEYE İHRACAT

Kaç ülkeye ihracat gerçekleştiriyorsunuz? Almanya bu ihracatta hangi noktada yer alıyor? Gelecekte hedeflediğiniz pazarlar var mı?

75'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Almanya bizim için çok önemli bir pazar yeri.



“

100 BİN KUTU İLE BAŞLADIĞIMIZ SERÜVENİMİZE ŞU AN 12 MİLYON KUTU ÜRÜN İLE DEVAM EDİYORUZ. ROSSMAN, DM, KAUFLAND, ALDİ, FRESSNAPF GİBİ BÜYÜK MARKET ZİNCİRLERİN RAFLARINI ÜRÜNLERİMİZLE DOLDURUYORUZ.

”

Almanya'dan sonra Danimarka, İspanya, Rusya, Finlandiya, İngiltere, Ukrayna ve Yunanistan sıralanıyor.

Bentaş Bentonit'in pazardaki yeri ve yıllık üretim hacminizden bahsedebilir misiniz?

Bentaş Bentonit olarak VanCat markamızı 65 ülkeye ihraç ediyoruz. CatsWhite 30 ülke, RoCat 28 ülkeye gidiyor. WhiteSand markamız ise süper premium olarak geçiyor yani diğer ürünlere göre üst segment bir ürün. Şu an yeni proje aşamasında olmasına rağmen 12 ülkede bulunuyor. Toplamda 75'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyoruz. Toplam dört tesisle 240 bin ton üretim kapasitemiz var. Tamamı paketli ürün olmak üzere tüm ürünlerimizi dünyaya sunuyoruz. Üretimimizin Yüzde 95'ini paketli satış olarak gerçekleştiriyoruz. Avrupalılar bizden aldıkları ürünün yalnızca kendi grafik tasarımını bize gönderiyor. Dolumundan ambalajlamasına kadar ki diğer tüm iş ve işlemlerle biz ilgileniyoruz.



YENİ YATIRIM ATAĞI

Bentaş Bentonit'in gelecek planlarında neler yer alıyor?

Bentaş Bentonit olarak kedi kumunda istediğimiz başarıyı yakaladık. Amacımız kedi kumundaki başarıyı daha katma değerli bir hale taşıyarak kârlılığını artırmak ve kalitedeki sürdürülebilirliğini devam ettirmek. Nevşehir ilimizdeki madenlerimizin çok çeşitli olması nedeniyle kedi kumu yanında seramik bentoniti, sondaj bentoniti ve kâğıt bentoniti gibi alanlarda Ar-Ge çalışmalarımızdan elde ettiğimiz başarıya bağlı olarak yeni yatırımlar yeni ürünler geliştirmeyi hedefliyoruz. Amacımız Türkiye'nin ihracatına katkıda bulunmak. Firmamız markalardaki başarılarını taçlandırmak adına Kırklareli'de Maya Family adında yeni kurulan bir fabrika ile iş ortaklığı kurduk. Kurulan fabrikada kedi ve köpek maması ürünleri geliştiriliyor. RoCat-RoDog seri premium ürün gamı Türkiye'de satışa sunuldu bile. Yakında Avrupa'ya açılacak. Bu ayın sonunda ise VanCat-VanDog markalarımız ile super premium kuru mama serisinin üretimini yapacağız. Böylece, üretim sürecinde taze et de kullanılan kuru mamayı tüm dünya piyasasına sunacağız.

Kısa sürede büyük başarılarla imza atarak birçok ödüle layık görüldünüz... Bu başarınızın sırrı neydi?

Avrupa'nın her noktasına ulaşmış olmanın verdiği mutlulukla, son 5-6 yıldır markalarımıza yaptığımız yatırımlarla dünyanın dikkatini çektik. VanCat markamız 2019 yılında ve 2021 yılında Viyana'da kâr gütmeyen ve İngiltere menşeli bir organizasyon olan World Branding Forum tarafından, "Temizlik ve Hijyen" alanında yılın markası ödülüne iki kez layık görüldü. Türkiye'de bu dalda ödül alan ilk ve tek firmayız. 2023 yılında da yine başarılarımızı taçlandırmak istiyoruz. Türkiye de ise son 3 yıl içerisinde çeşitli dallarda yirminin üzerinde ödüle layık görüldük.

AVRUPA VanCat'İ ÇOK SEVDİ

"Paketli ürünlerdeki başarımdan sonra kendi markalarımız olan VanCat, RoCat, WhiteSand ve CatsWhite'a yatırım yapmaya başladık. VanCat markamıza sosyal medyada ciddi yatırımlar yaptık. VanCat'i 13 yıl önce diğer markalarımızla birlikte tescil etmememize rağmen Türklüğe özgü Van kedisinden esinlendiğimiz için Avrupa'da üst düzey satıldı."

AVRUPA'NIN İLK VE TEK BAMBU ÜRETİCİSİ

İhtiyaçlara yönelik yenilikçi, çevreci ve doğal ürünleri tasarlayıp üreten Bambum, sağlıklı ev gereçleri sektöründe kendine güçlü bir yer edindi. Avrupa'nın ilk ve tek bambu üreticisi olan firma, sektörün yüzde 82'sini oluşturarak ürün sayısını 4 bine çıkardı. Kurulduğu günden itibaren teknolojiyi yakından takip eden ve doğala ulaşmayı kolaylaştıran Bambum'u Genel Müdürü A. Selman Yar'dan dinledik...

Gidada her zaman doğalını ve temizini arıyoruz. Peki doğalına ulaştığımız ürünleri koyduğumuz mutfak gereçleri ne kadar doğal? Doğal olmayan mutfak gereçlerindeki nikelin canlı gıdalardaki vitamin değerlerine zarar vererek sağlığımızla oynuyor. Bambu ürünler, bambunun doğası gereği bakteri barındırmıyor, verdiği sıcaklık, hem de temiz bir ürün grubu olması nedeniyle birey ve çevre sağlığına önem veren bilinçli tüketicinin öncelikli tercihlerinden biri oluyor. Doğal ürün denilince akla ilk gelen firmalardan olan Bambum ise tarım ilacına ihtiyaç duymayan, çok hızlı büyüyen bir ağaç türünü en doğal şekilde işleyip ürünlerini kullanıcıya sunuyor.

Öncelikle bize biraz Bambum'u anlatabilir misiniz? Nasıl bir fikrin ürünü olarak doğdu?

Doğal olmayan mutfak gereçlerinde bulunan nikelinin canlı gıdalardaki vitamin değerlerine zarar verdiğini biliyorduk. Bu durumdan hareket ederek bambu ağacından bıçak yapabileceğimizi düşündük. Hikâyemiz 10 yıl önce sadece bambu bıçaklar ve kesme tahtalarıyla başladı. Şu an geldiğimiz noktada 4 bin çeşit ürünümüz bulunuyor.



YÜZDE 100 YERLİ ÜRÜNLER

**İç pazarda kendinizi nasıl konumlandırıyorsunuz?
Rakamlarla açıklayabilir misiniz?**

Avrupa'nın ilk ve tek bambu üreticisiyiz. Sektörün yüzde 82'sini biz oluşturuyoruz. Bugün ürün gamımızda çelik tencereler, kek kalıpları, tava, sahan, tencere gibi döküm alüminyum mutfak ürünleri, sürahiler, su ve meşrubat takımları içeren cam mutfak ürünleri, yemek takımlarından tekli fincanlara kadar çok çeşitli porselen ürünler, ömür boyu garanti verdiğimiz tava, ızgara, tencere gibi döküm demir mutfak ürünleri bulunuyor. Son olarak Bambum Home markamız ile ev tekstili ürünlerini ürün gamımıza ekledik. Runnerdan önlüğe, havludan fırın eldivenine kadar 100'den fazla çeşit ürünümüzle kullanıcıların mutfaktaki her ihtiyacını karşılayacağız. 2022 yılında iki kat bir büyüme elde ettik. Bu yıl da büyümemizi sürdürüp, ciro hedefimizi 600 milyon TL olarak belirledik. Bu hedef doğrultusunda bu yıl aylık parça üretimini 1 milyon adete çıkardık. Ayrıca ürün çeşitliliğimizi iki katına çıkararak, bünyemizde bulunan ürün sayısını 4 bine yükselttik. Yüzde 100 yerli ürünlerimiz ve artırdığımız üretim kurumumuz sayesinde bambu pazarına 2023 yılında da yön vermeye devam edeceğiz.

“

HİKÂYEMİZ 10 YIL ÖNCE SADECE BAMBU BİÇAKLAR VE KESME TAHTALARIYLA BAŞLADI. ŞU AN GELDİĞİMİZ NOKTADA 4 BİN ÇEŞİT ÜRÜNÜMÜZ BULUNUYOR.”

Züccaciye sektörünü değerlendirir misiniz? Son iki yılda ne gibi değişimler yaşandı?

Pandemi sebebiyle insanlar daha fazla mutfak ile ilgilendiği için son iki yılda züccaciye ürünlerine büyük bir talep oldu. Bizim ürünlerimiz kolay ulaşılabilir ürünler. Geçirdiğimiz zor günlerde Türkiye, üretimi aksatmayan ülkelerden biri oldu. Çin ve Almanya gibi ülkeler üretim konusunda ciddi sıkıntılar yaşadılar. Biz üretimi durdurmada gelen talepleri karşılayarak büyümeye devam ettik.

Kaç ülkeye ihracat yapıyorsunuz? Girmeyi hedeflediğiniz yeni pazarlar var mı?

Pandemi sürecinde hem ülkelerdeki bayi sayılarımız arttı hem de yeni ülkeler eklenerek faaliyet gösterdiğimiz ülke sayısı son üç yılda 100'e çıktı. Satışlarımız Orta Doğu ve Kuzey Afrika ülkeleriyle birlikte tüm Avrupa ülkelerini kapsıyor. Bunların dışında Seyşeller, Mauritius, Fildişi Kıyısı, Çeçenya gibi hedeflediğimiz pazarın dışında kalan bazı ülkelere de ihracat yapıyoruz. Sahra altı Afrika önemli ve gelişmekte olan bir pazar. Yakın zamanda ihracata başlayacağımız ülkelerin o bölgeden çıkacağını düşünüyoruz.



A. SELMAN YAR
Bamum Genel Müdürü

2023 CİRO HEDEFİ; 600 MİLYON TL

İhracata yönelik hedefleriniz nedir? Almanya gerçekleştirdiğiniz ihracatta hangi konumda duruyor?

2023 yılı hedefimiz ihracat yaptığımız ülke sayısını 125'e çıkarmak olacak. Aynı zamanda bölgelere özgü geliştirdiğimiz özel ürünler ile cirodaki ihracat payımızı yüzde 20'ye çıkaracağız. Hem artırdığımız ülke sayıları hem de yerel ürünlerle büyümeye devam edeceğiz. Almanya kuvvetli ürün akışımız olan bölgelerden bir tanesi, ürünlerimiz Avrupa'nın bütününde olduğu gibi, Alman müşteriler tarafından oldukça tercih ediliyor, önümüzdeki yıl ihracat planlamamız içerisinde de gerçekten büyük bir rol oynuyor.

Geçtiğimiz yılı nasıl kapattınız? Gelecek yıldan beklentileriniz nelerdir?

2022 yılı hedeflerimizi yılın ilk 6 ayda tamamladık. 2022 yılında iki kat bir büyüme göstererek belirlediğimiz hedefi aştık. Bu büyüme başarısını 2023 yılında da sürdürmek istiyoruz. 2023 yılı ciro hedefimizi ise 600 milyon TL olarak belirledik. Ürünlerimiz bütün e-ticaret platformlarında son derece ilgi görüyor. Katma değerli ürünlerimiz ve artırdığımız üretim kapasitemiz ile kısa zamanda hedeflerimize ulaşacağız.

"2022 YILINDA İKİ KAT BİR BÜYÜME ELDE ETTİK. BU YIL DA BÜYÜMEMİZİ SÜRDÜRÜP, CİRO HEDEFİMİZİ İSE 600 MİLYON TL OLARAK BELİRLEDİK."

HER MİLLETE ÖZGÜ ÜRÜNLER ÜRETİYORUZ

1976 yılından bu yana ev ve mutfak eşyaları sektöründe faaliyet gösteren OMS, altı kıtada 90 ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Bir pazarda kalıcı hale gelebilmek için orta ve uzun vadede projelerin olması gerektiğini belirten OMS Yönetim Kurulu Üyesi Talha Özger, hem OMS markasını hem de 'Made in Türkiye' algısını yukarıya çıkaracak projeler planladıklarını söylüyor. Mutfaklara özel üretimler yaparak Almanların ve Almanya'da yaşayan Türklerin zevkine hitap eden markayı Talha Özger'den dinledik...

OMS, 1976 yılından bugüne ev ve mutfak eşyaları sektöründe faaliyet gösteriyor. Adıyaman ve İstanbul'da fabrikaları bulunan marka, çelik üretimini son altı yıldır Adıyaman'ın Gölbâşı ilçesinde kurduğu fabrikada, granit tava ürünlerini ise İstanbul'da üretiyor.

Altı kıtada, yaklaşık 90 ülkeye ihracat gerçekleştirdiklerini söyleyen OMS Yönetim Kurulu Üyesi Talha Özger, "Belli başlı ülkelerde lojistik depolarımız mevcut. O bölgelerde reklam çalışmalarına da başladık. Bir pazarda kalıcı hale gelebilmemiz için orta ve uzun vadede projelerimizin olması gerekiyor. Bunların başında da reklam çalışmaları geliyor. Örneğin iki sene önce Tunus'ta düzenlenen MasterChef yemek programına sponsor olmuştuk. Pazarlama çalışmamızla beraber Tunus'da ciddi, güzel geri dönüşler aldık. Deneyimleyerek de gördüğümüz bu tür çalışmalara devam etmek ve hem OMS markamızı hem 'Made in Türkiye' algısını yukarıya çıkaracak projeler planlıyoruz" dedi.

Son dönemlerde Amerika pazarında büyüme göstermeye başladıklarını ifade eden Özger, şunları söyledi; "Tedarik zincirindeki kopmalardan kaynaklı bize bir talep söz konusu. Müşteri portföyümüz genişledi. Siparişler daha fazla gelmeye başladı. Amerika pazarında önümüzdeki dönem daha fazla büyüme kaydedeceğimizi söyleyebilirim."

ALMANYA'YA ÖZEL ÜRÜNLER

OMS'nin 1986'dan bu yana Almanya'ya ihracat gerçekleştirdiğini söyleyen Özger, "O yıllarda o bölgelere ilk çelik çaydanlık satan firmamızdır.



TALHA ÖZGER

OMS Yönetim Kurulu Üyesi

O günden bu yana halen aktif ticaretimiz devam etmekte. Ve oralardaki hem toptancılarla hem de süpermarket kanallarıyla çalışmalarımızı sürdürüyoruz" diye konuştu.

Almanya pazarı için hem çelik tencere hem de yanmaz-yapışmaz tavalarla ilgili çalışmalarının olduğunu belirten Özger, son olarak şu ifadeleri kullandı; "Mutfaklara özel üretimler yapıp hem Almanların, hem Almanya'da yaşayan Türklerin, hem de farklı milletlerde yaşayan insanlara özgü ürünler üretiyoruz. Almanya özelinden ziyade Avrupa bölgelerinde de çok ciddi paya sahibiz. Burayla ilgili de orta ve uzun vadede kalıcı hale gelmek için reklam çalışmalarımızı organize etmeye çalışıyoruz. O bölgelerde markamızı daha iyi konumlandırıp orta ve uzun vadede kalıcı hale gelecek projeler gerçekleştireceğiz."

Kuzey Kıbrıs'ın

Ayrıcalıklı Yatırım Fırsatlarını Keşfedin



Kuzey Kıbrıs'ın avantajlı yatırım fırsatlarından siz de yararlanın. Birbirinden farklı ödeme imkanları ile Kıbrıs'ta yeni bir yaşam kurun.



Özge Özler

Yatırım ve Gayrimenkul Danışmanı

0542 879 17 17

Ecevit Caddesi Ata Tower Kat:3 No: 312
Girne/KIBRIS

  
ozgezlerrealestate
www.ozgezler.com

PANDEMİNİN PARLAYAN YILDIZI; LOJİSTİK SEKTÖRÜ

Ulusal ve uluslararası müşterilerin güvenilir limanlarından biri olan IGL Global Lojistik A.Ş. bütün dünyada deniz ve hava yolu dahil olmak üzere öz mal ve kiralık araçlarla ithalat ve ihracat hizmeti veriyor. Stratejik konumu gereği ithalat ve ihracatın büyük çoğunluğunu Avrupa ülkelerine yaptıklarını ifade eden IGL Global Lojistik Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Aktan Hancar, yatırımlara hız kesmeden devam edeceklerini belirtiyor.



AKTAN HANCAR

IGL Global Lojistik Yönetim Kurulu
Başkan Yardımcısı

Ortaya çıktığı günden itibaren küresel gündemin en önemli başlığı haline gelen pandemi süreci lojistik sektörünü de etkiledi elbet. Teknoloji kullanımı ve dijitalleşmeye geçiş süreci bazı sektörlerde olduğu gibi lojistik sektöründe de ayrı bir önem kazandı. Bu süreçte teknolojiye ayak uyduramayan firmalar bir bir kepenk indirirken, teknolojiye ayak uyduranlar ise en parlak dönemi yaşadı. Globalleşen dünyada lojistiğin öneminin her geçen gün arttığını söyleyen IGL Lojistik Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Aktan Hancar, firmanın yola çıkış hikâyesini şu şekilde anlattı: "IGL Global Lojistik geçmişten gelen ticari tecrübesini göz önünde bulundurarak 2008 yılında dünya lojistiğindeki yerini almak için bu yola adım attı."

HIZLI VE GÜVENİLİR HİZMET

Global bir pazarı yönetirken birçok farklı ülkeyle kontak halinde olmak ve bu süreci yönetirken de ciddi bir teknolojik alt yapıya sahip olmak gerekiyor. İş yapış süreçleri ve teknolojik yatırımlarından bahseden Hancar, "IGL Global Lojistik olarak dünyanın birçok ülkesinde çalışırken bu ülkelerdeki acente ağlarımız ile pazarlama, ürün tedariki, sevkiyat, stok ve finansal yönetimi gibi konularda yapmış olduğumuz teknolojik yatırımlarla sistemimizi yönetirken Türkiye'de ve dünyada gümrüğe ve lojistiğe tam uyumlu teknolojik yatırımlar ile de ürün ve araç



takibi yaparak daha hızlı, daha güvenilir hizmet sunmaktayız" diye konuştu.

Pandemi sürecinde sınırların kapatılmasıyla birlikte lojistik süreçler hem hizmet verenler hem de hizmet alanlar açısından büyük sıkıntılara sebep oldu. Pandemi sürecindeki çalışmalarını anlatan Hancar, "Pandemi sürecinde sınırlar kapatılırken dünya zorlu bir süreç geçirmeye başladı ve lojistiğin önemi çok daha fazla ortaya çıktı. Bu dönemde müşteri memnuniyetimizi en üst seviyede tutmak için IGL Global Lojistik olarak hem personele hem de araç yatırımına devam kararı aldık. Kriz dönemlerinin aynı zamanda yatırım fırsatları dönemi olduğu bilinci ile hareket ederek bu dönemi en verimli şekilde, pandemi etkisinden sıyrılarak atlattığımız oldu" dedi.

Avrupa'nın lojistik dinamiklerinden, potansiyelinden ve pazardaki rakamsal büyüklüğünden bahseden Hancar son olarak şunları söyledi: "IGL Global Lojistik olarak bütün dünyada deniz, kara ve hava yolu dahil olmak üzere öz mal ve kiralık araçlarımız ile ithalat ve ihracat hizmeti vermekteyiz. Türkiye olarak stratejik konumumuz gereği ithalat ve ihracatımızın büyük çoğunluğunu Avrupa ülkelerine yapmaktadır. IGL Global Lojistik olarak iş hacminin yüzde 80'lik kısmını Avrupa ülkeleri ile gerçekleştirmektedir."

"IGL GLOBAL LOJİSTİK AİLESİ OLARAK HIZ KESMEDEN İHRACATIN ÜLKEMİZ İÇİN ÖNEMİNİ DE GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURARAK HEM TÜRKİYE'DE HEM DE BATI AVRUPA'DA DEPO, ARAÇ VE PERSONEL YATIRIMLARIMIZA DEVAM EDECEĞİZ."

arnica™

YENİ

sofa

KABLOSUZ ŞARJLI EL SÜPÜRGESİ

ELİNİZİN ALTINDAKİ GÜÇ



KÜÇÜK VE HAFİF



SAKLAMASI KOLAY



NORMAL EMİŞ



YÜKSEK EMİŞ



ÇİFT KADEMELİ
HIZ SİSTEMİ



3 yıl
garanti



ALMANYA SAĞLIK TURİZMİ FAALİYETLERİNDE HEDEF ÜLKE

Gerek coğrafi konum gerekse ülkede yaşanan ekonomik kurlar sayesinde dünyanın birçok yerinden hasta kabul eden Türkiye, sağlık turizmindeki gücünü gün geçtikçe artırıyor. Sağlık turizmi sektöründe ülkemizin ilk beş ülke arasında yer aldığını ve Almanya'nın sağlık turizmi faaliyetlerinde hedef ülkelerden biri olduğunu söyleyen Medipol Mega Üniversite Hastanesi İşletme Direktör Yardımcısı Dr. Uygur Üstün, Almanya'daki yoğun Türk nüfusunun sağlık hizmeti almak amacıyla Türkiye'yi tercih ettiğini ve duyulan memnuniyet sayesinde sağlık sektöründe Türkiye'nin itibarının arttığını söylüyor.

Röportaj
Rümeysa
Kocaman Alp

ettiğini ve duyulan memnuniyet sayesinde sağlık sektöründe Türkiye'nin itibarının arttığını söylüyor.



DR. UYGAR ÜSTÜN

Medipol Mega Üniversite Hastanesi
İşletme Direktör Yardımcısı

Türkiye, sağlık sektöründe çok önemli bir noktaya geldi. Ülkemizdeki sağlık sektörünü değerlendirirseniz neler söylersiniz? Sağlıktan döviz kazanma noktasında şu an hangi aşamadayız?

Türkiye'de sağlık sektörü, sağlıkta dönüşüm çalışmalarının ardından oldukça iyi bir noktaya geldi. Sağlık sektörü sürekliliği ve gelişmekte olan bir sektör olmasının yanı sıra kendi içerisindeki gelişme ihtiyacı ile birlikte beklenmeyen ya da gündemde olmayan gelişmelerden dolayı da zaman zaman hızlı bir şekilde gelişim göstermek durumunda kalıyor. Örneğin Covid-19 pandemisi birçok ülke gibi bizim içinde çeşitli bilimsel araştırmaların yapılmasına, hızlı aksiyon alma ve çözüm üretme gerekliliği doğurmuştur. Aşı ve ilaç çalışmaları çeşitli teknolojik ihtiyaçların giderilmeye çalışılması sektörün gelişime ihtiyaç duyduğunun en büyük göstergesi. Bunun yanında nitelikli tıbbi kadro ve yardımcı personellerinde önemi dikkat çekmiştir.

Sağlık turizmi ise sağlık sektörünün çok önemli bir alanı diyebiliriz. Çünkü sağlık turizmi ile sektörümüzün kapıları dünyaya açılmış durumda. Sağlık turizmi sektöründe ilk beş içerisinde yer alan Türkiye, TÜİK verilerine göre 2022 yılında toplam 1 milyon 258 bin 382 kişiye sağlık sunmuş ve bu hizmetlerden 1 milyon 926 bin 094 ABD Dolar'ı tutarında gelir elde edilmiştir.

“İLETİŞİM VE ULAŞILABİLİRLİK HASTALAR İÇİN OLDUKÇA ÖNEMLİ”

Size göre “İyi Hastane Olma” kavramı nedir?

Bilindiği üzere sağlık her insanın en kıymetli varlığıdır. Sağlıklı olmak, sağlıklı yaşamak herkesin hakkı bu sebeple aslında sağlık çok önemli bir kavram. Bu önemli kavramın barındığı bir sektörde hizmet veriyor olmak da oldukça büyük bir sorumluluk gerektiriyor. Elbette sağlık hizmeti sunmanın olmazsa olmaz kuralları vardır. Bunlar zaten her sağlık kuruluşunun yapması gerekenlerdir. Bunun yanında “iyi hastane olma” kavramı aslında hasta odaklı olmak ve onların ihtiyaçlarını en iyi şekilde giderebilmek olarak tanımlanabilir. Çünkü süreç sadece tedavi ile sınırlı değil bunun yanında uzun süre hastanede kalan hastalar için yan hizmetler sunulmaktadır. İletişim ve ulaşılabilirlik de hastalar için oldukça önemli. Özetle “iyi hastane olma” hastanın ihtiyaçlarını en üst düzeyde karşılamak ve artı değer sunmaktan geçer.

Türkiye sağlık turizminin merkezi olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. Medipol Hastanesi olarak bu kapsamda gerçekleştirdiğiniz çalışmalardan bahsedebilir misiniz?

Medipol Sağlık Grubu hizmet vermeye başladığı tarihten itibaren hem yurt içi hem de yurt dışı hastalarına hizmet vermektedir. Özellikle sağlık turizmi faaliyetlerimizi hızlandırdığımız tarihten bugüne Medipol Sağlık Grubu olarak önemli başarılar kaydettik.

“

SAĞLIK TURİZMİ SEKTÖRÜNDE İLK BEŞ İÇERİSİNDE YER ALAN TÜRKİYE, TÜİK VERİLERİNE GÖRE 2022 YILINDA TOPLAM 1 MİLYON 258 BİN 382 KİŞİYE SAĞLIK SUNMUŞ VE BU HİZMETLERDEN 1 MİLYON 926 BİN 094 BİN DOLAR GELİR ELDE EDİLMİŞTİR.

”

Bugün hastanemiz 123 ülkeden yılda yaklaşık 35 bin hastaya hizmet sunmaktadır. Hem Medipol Sağlık Grubu hem de ülkemizin bu sektördeki başarısı için oldukça önemli bir katkı olarak görüyoruz. Şu an 16 ülkede temsilcilik ofislerimiz uluslararası hastalarımıza hizmet vermektedir.

İyi hastane olmaktan bahsederken biz de Medipol Sağlık Grubu olarak hem yurt içindeki hastalarımızın hem de yurt dışından bizi tercih eden hastalarımızın süreçlerini en iyi şekilde geçirmelerini hedeflemekteyiz. Bu sebeple Uluslararası Hasta Hizmetleri biriminde 300 kişilik bir ekip ile çalışıyoruz ve hastalarımız tüm süreçlerinin organizasyonunu eksiksiz planlıyoruz. 35 farklı dil konuşabilen ekibimiz ile hastalarımıza hiçbir iletişim sorunu yaşatmadan tedavi almalarını sağlıyoruz. Bunun yanında transfer ve konaklama hizmetlerimizi de kendi bünyemizde sunuyoruz. Ayrıca pandemi sürecinde hizmete aldığımız uzaktan sağlık hizmetleri kapsamında sunduğumuz “Online Doktor” hizmetimiz de devam etmektedir.

“ALMAN HASTALAR TÜRKİYE’Yİ TERCİH EDİYOR”

Sağlık turizmi için en çok hangi ülkeden hasta alıyoruz? Almanya, Türkiye için ne ifade ediyor?

Türkiye konumu itibarı ile özellikle sağlık hizmeti ihtiyacı duyan birçok ülkeye yakın sayılabilecek uzaklıktadır. İstanbul’a üç saatlik uçuş mesafesi içinde 41 ülke, 78 şehir; dört saatlik uçuş mesafesi içinde 53 ülke, 118 şehir; beş saatlik uçuş mesafesi içinde de 66 ülke ve 143 şehir yer almaktadır. Bu sebeple aslında dünyanın birçok ülkesinden hasta kabul ediliyor. Turizm Bakanlığı 2022 verilerine göre

KALİTELİ SAĞLIK HİZMETİ

“Birçok önemli uluslararası organizasyonda hem kurumumuzu hem de hastanemizi temsil ederek Türkiye’nin sağlık sektöründe bir marka olmasına katkı sağlamaya çalışıyoruz. Ayrıca sunduğumuz kaliteli sağlık hizmetlerimizin yanında uzman tıbbi kadromuz ile yurt dışından tıbbi eğitim almak isteyen hekimlere de çeşitli branşlarda eğitim hizmeti sunmaktayız.”

yurt dışından en çok hasta gelen ülkelerin başında Suudi Arabistan, Kuveyt, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Almanya ve İngiltere gelmekte.

Almanya sağlık sisteminin iyi olduğu bir ülke fakat bazı hizmetlerin sigorta kapsamında olmaması ve çok pahalı olması nedeni ile Alman hastalar tarafından Türkiye tercih edilmekte. Ayrıca önemli bir kısım hasta grubu da gurbetçilerden oluşmaktadır. Uzun zamandır orada yaşayan Türkler de sağlık hizmeti almak amacı ile Türkiye’yi tercih etmektedir. Bu sebeple Almanya özellikle sağlık turizmi faaliyetlerinde hedef ülkeler arasındadır. Almanya’daki yoğun Türk nüfusu Türkiye’nin o ülkede bilinirliğini etkilediği gibi sunulan hizmetten duyulan memnuniyette sağlık sektöründe Türkiye’nin itibarına katkı sağlamıştır.

Medipol Sağlık Grubu olarak bu yıl Almanya’nın Koblenz şehrinde temsilcilik ofisimizi faaliyete geçirdik. Almanya’da farklı birkaç şehirde daha temsilcilik ofisi açma planlarımızı önümüzdeki yıllarda hayata geçirmeyi planlamaktayız.

Medipol Hastanesi olarak gelecek projeksiyonunuz da neler yer alıyor?

Medipol Eğitim ve Sağlık grubu olarak sağlık sektörü ile birlikte eğitim sektöründe de yer almaktayız. Burada özellikle tıp fakültesi ve diş hekimliği fakültesi bulunan bir üniversite olmak hem sağlık hem de eğitim sektöründeki faaliyetlerimize çok büyük katkılar sunmaktadır. Sağlık alanında faydalı olacak birçok araştırma bu ortak çalışmanın ürünü olarak ortaya çıkmaktadır. Bu da sunduğumuz sağlık hizmetinin kalitesinin artmasına vesile oluyor. Sağlık sektörüne yaptığımız yatırımlar ile daha geniş kitlelere ulaşmak en büyük hedefimiz. Şu an İstanbul’da dokuz hastane ile hizmet veren grubumuz mevcutta 16 yurt dışı temsilcilik ofisi ile faaliyet göstermekte olup içinde bulunduğumuz yıl içerisinde faaliyete geçmesini planladığımız ofislerimiz ile birlikte bu sayı 30’a ulaşacak. Gelecek yıllar için de yurt dışı ön tanı kliniklerini hayata geçirmeyi planlamaktayız.



AVRUPA'NIN TERCİHİ BİZDEN YANA

Akdeniz'e özgün lezzet üretiminde uzun yıllara dayanan tecrübesi, yenilikçi ve müşteri odaklı üretim yapan ve yönetim merkezi Almanya'da bulunan bir gıda devi olan DEMKA GmbH, etno gıda pazarında Avrupa'nın vazgeçilmez markası. Global arenada kendi ürünlerini üreten DEMKA, sürekli olarak yeni yatırımlarla büyürken gıda sektörünün en seçkin ismi olmayı başarmış durumda. Biz de siz değerli okurlarımız için DEMKA GmbH firmasının Genel Müdürleri Abdurrahman ve Mustafa Demirdaş ile bir söyleşi gerçekleştirdik.



Öncelikle bize biraz Demka Group'tan bahseder misiniz?

Abdurrahman Demirdaş: Yaklaşık 22 yıllık köklü bir marka olan DEMKA, kurulduğu günden bu yana akılcı ve rasyonel büyümeyi hedefledi. Şirket olarak hazırladığımız kısa, orta ve uzun vadeli projeksiyonlarımızda tutarlı ve gerçekleştirici olduk.

Sahibi olduğumuz her marka için, ayrı ve farkındalık oluşturan markalama çalışmalarını henüz AR-GE aşamasında yapmaktayız.

DEMKA grubu olarak, gerek tesis gerekse ürün çeşitliliği açısından her geçen yıl üzerine koyarak geliştirdik ve büyüttük. Şirketi kurduğumuz ilk andan itibaren kaliteyi hep öncelikli unsur olarak düşündük. Şirketimiz kalite anlayışından hiçbir zaman taviz vermedi. Bununla beraber sürekli olarak yeni yatırımlar ile büyümeyi hedefledik.

Mustafa Demirdaş: DEMKA GRUP olarak bünyemizde bulunan marka çeşitliliği, özellikle Yörem, Özyörem, Demdem, Zeliva, Destan ve diğer markalarımız ile çok büyük bir potansiyele sahibiz.

Özyörem olarak zaten markalaşma olarak zirveyi yakalamış durumdayız. Hem kalitemiz hem helal kesim konusundaki hassasiyetimiz ile müşterilerimizin takdirini kazandık. Yörem olarak süt ürünlerinde de sektörde çok ayrıcalıklı bir yere sahibiz. Yeni ürünlerimizde özellikle genç hedef kitleye ulaşmayı amaçlıyoruz.

Almanya'da markaya olan ilgi düzeyi ne durumda?

Mustafa Demirdaş: Hem kaliteli ürün üretimi hem de üretim sonrası aşamalarda süreçleri son derece profesyonel olarak yürüten güzel sonuçlarını aldığımızı söyleyebilirim. Sözelimi yağ oranı az ürünler ile daha fit ve sağlıklı olmak için tüketilecek ürünlerimiz var. Özellikle güncel tüketim alışkan-

lıklarına yönelik yaptığı ön araştırmalar neticesinde ürün gamımızı geliştirmenin de yararlarını görüyoruz. Avrupa insanının "sağlık" endeksli beslenme hassasiyetleri bizim için çok önemli.

"AVRUPA'NIN TÜM ÜLKELERİNE HİTAP EDİYORUZ"

Kaç ülkeye ihracat gerçekleştiriyorsunuz? Girmeyi hedeflediğiniz yeni pazarlar var mı?

Abdurrahman Demirdaş: 600'den fazla ürün çeşidimiz, 12 global markamız, Manheim'daki 24 bin metrekaarelik dev tesisimizle ana hedefimiz olan dünya liginde yer almaya doğru emin adımlarla yürüyoruz. Başta Almanya ve Avrupa'nın tüm ülkelerine hitap ediyoruz.

20'den fazla dağıtım ağıımızda Bosna ve Kosova'yı da içine alan epey geniş bir lokasyona ürün tedarik etmekteyiz.

Keza Birleşik Arap Emirlikleri, Dubai gibi Orta Doğu coğrafyanın önemli pazarlarına da girmiş durumdayız.

Dağıtım coğrafyamızı her geçen gün daha da genişletmekteyiz. Bu muazzam dağıtım sisteminin her anı uzman ekiplerce kontrol ediliyor ve fabrikadan rafa uzanan sürecin her anında kalitenin korunması esas alınıyor.

2023 ve sonraki yıllardan, her zaman olduğundan daha fazla umutluyuz ve beklentilerimiz akılcı stratejiler dahilinde epey büyük. Başta ABD, Kanada ve Avustralya pazarlarına açılmak için artık son aşamadayız.

Mustafa Demirdaş: Gıda sektöründeki tüm büyük ve köklü fuarlara, kurulduğu günden bu yana katılmaktayız.

ANUGA (GERMANY), SIAL PARIS (FRANCE), SIAL SHANGAI (CHINA), GULFOOD (DUBAI), SFFH (USA), ALIMENTARIA (SPAIN) gibi fuarların sürekli katılımcısı olan DEMKA, Avrupa'yı kapsayan geniş coğrafyaya ek olarak, Orta Doğu ve Orta Asya pazarına ürünlerini sunmaktadır.



ABDURRAHMAN DEMİRDAŞ
DEMKA GmbH Genel Müdürü



MUSTAFA DEMİRDAŞ
DEMKA GmbH Genel Müdürü

ABDURRAHMAN DEMİRDAŞ: 600'DEN FAZLA ÜRÜN ÇEŞİDİMİZ, 12 GLOBAL MARKAMIZ, MANHEİM'DAKİ 24 BİN METREKARELİK DEV TESİSİMİZLE ANA HEDEFİMİZ OLAN DÜNYA LİGİNDE YER ALMAYA DOĞRU EMİN ADIMLARLA YÜRÜYÜRÜZ.

MUSTAFA DEMİRDAŞ: SADECE TİCARİ BAĞLAMDA DEĞİL, SOSYAL SORUMLULUK ALANINDA DA PEK ÇOK ORGANİZASYONA İMZA ATTIK. PARA KAZANMAK, TİCARET YAPMAK HER ŞEY DEĞİL, ZOR ZAMANDA İNSANLARIN YANINDA OLDUĞUMUZU HİSSETTİRDİĞİMİZİ DÜŞÜNÜYÜRÜM.

2022 yılını nasıl kapattınız? 2023 yılından beklentileriniz nelerdir?

Abdurrahman Demirdaş: Biliyorsunuz dünya çok ağır ve üzücü bir pandemi süreci yaşadı. Biz DEMKA olarak bu süreci iyi yönettiğimiz düşünüyörüz. Dünya tekrar normale döndüğünde, pandemi sürecinden önceki ivmemizi yakalamamız zor olmadı. Kurumsal olarak iyi yapılanma, engeller ve arzu edilmeyen gelişmeler ne olursa olsun, şirketimizin seyir istikametini aksatmıyor, değişikliğe uğratmıyor. Son yaşanan deprem felaketinde de bu düşünce ile hareket ettik. Halkımızın yanında olduğumuzu hissettirmek için DEMKA olarak elimizden geleni yaptık ve yapıyoruz.

Mustafa Demirdaş: Pandeminin hemen başından başlayarak geliştirdiğimiz stratejilerle raflarda asla ürün eksikliği hissettirmedik. Ve bu stratejilerimizin neticelerini de aldık. Sadece ticari bağlamda değil, sosyal sorumluluk alanında da pek çok organizasyona imza attık. Para kazanmak, ticaret yapmak her şey değil, zor zamanda insanların yanında olduğumuzu hissettirdiğimizi düşünüyörüm.

TÜRK VE AVRUPALI TÜKETİCİLERE ORTAK LEZZET KÜLTÜRÜ

Yeni ürünleriniz hakkında bilgi verir misiniz?

Abdurrahman Demirdaş: Yaptığımız Ar-Ge çalışmalarının çoğunda yeni jenerasyonu önemsiyor ve önceliklerimiz arasına alıyoruz. Yeni ürünümüz "Bacon" böylesi bir ihtiyaçtan doğdu mesela. Özellikle gençlerin gönül rahatlığı ve sağlıklı olduğuna inanarak tüketeceği helal bir ürün. Çünkü hindiden üretiyoruz.

Süt ve süt ürünleri alanı için de aynı şey geçerli. Örgü ve Çeçil peynirlerimiz hem yeni bir lezzet olarak olağanüstü bir ilgi

gördü, hem de Türk ve Avrupalı tüketicilerin ortak lezzet kültürünü oluşturduk diyebilirim. Tüketici beklentisine uygun olarak araştırmalarımızı yapıp portföyümüzü ona göre genişletiyoruz.

Mustafa Demirdaş: Biliyorsunuz özellikle genelde Avrupa'da, özellikle Almanlarda salam kültürü müthiş geniş ve burada yaşayan yeni nesil Müslüman jenerasyon sözgelimi füme ürünlerin helal oranına bakarak tercih ediyor. Bizler de bu anlamda bu ihtiyaçları karşılayacak, sağlıklı ve helal ürünleri üretiyoruz.

DEMKA'nın dikkat çeken özelliklerinden biri de hem konvansiyonel reklam ve tanıtım mecralarını verimli kullanırken, diğer yandan sosyal medya gerçekliğine de hemen adapta olması. Bu konuda neler söylersiniz?

Mustafa Demirdaş: Bir yandan görsel ve yazılı medyanın klasik mecralarını kullanmaya devam etmekteyiz. Öte yandan sosyal etkiye sahip internet ünlüleriyle (fenomen, blogger, Youtuber ve Influencer) sürekli iş birliği yürüterek, üretimini gerçekleştirdiğimiz yeni ürünlerimizi farklı kitlelere, daha hızlı ve doğal şekilde tanıtmaya çalışıyoruz. Sonrasında marketlerde kurduğumuz stantlar ile tüketici ile doğrudan diyaloga geçerek tüketici "feedback"lerini direkt olarak birinci kullanıcıdan alarak ürünün gelişimi için doğru perspektifi çizmeye çalışıyoruz.

Abdurrahman Demirdaş: Son olarak şunu söylemek isterim. Hem sosyal medya alanında hem de geleneksel medyada iş birliği yaptığımız yüzler; fenomenler ve reklam yüzlerinde yaptığımız tercihlerin doğru olduğunu aldığımız geri bildirimlerle test etme şansımız oldu. Reklam ve tanıtım içeriklerimizin özgünlüğü ve halka ulaşabilme dilinin başarısından da çok memnunuz.

KONGRE TURİZMİNDE DÜNYA BİRİNCİLİĞİNE OYNUYORUZ

Alternatif turizm çeşitleri arasında gösterilen kongre turizmi, Türkiye turizmi açısından oldukça önemli bir noktada duruyor. Kongre turistinin getirdiği gelir diğer turizm çeşitlerinden fazla olduğu için de ülke ekonomisine etkisi oldukça yüksek. 2011 yılında 500'den fazla kişinin katıldığı büyük kongreler sıralamasında İstanbul'un dünya birincisi olduğunu söyleyen WOW Istanbul Hotels& Convention Center Genel Koordinatörü Ziya Cihan, yeni yapılan konaklama tesislerinin sayılarının artmasıyla İstanbul'un tekrar dünya birinciliğini elde edeceğini söylüyor.

WOW Istanbul Hotels& Convention Center İstanbul'u ziyaret eden turistlerin, ulusal ve uluslararası konferansların önemli mekanlarından biri olarak öne çıkıyor. Otelde yüksek oda kapasitesi sayesinde aynı anda büyük organizasyonlara ev sahipliği yaparak konaklama fırsatı sunulduğunu söyleyen WOW Istanbul Hotels & Convention Center Genel Koordinatörü Ziya Cihan, "Odalarımız genişliği ve yüksekliği açısından son derece ferah bir ortam sağlıyor. Aynı yerleşkede 4 ve 5 yıldız otel olması değişik bütçelere hitap etme imkanı beraberinde getiriyor. 700 araçlık kapalı otoparkı ve geniş bahçesi ile otopark sorunu olmayan, metro istasyonunun yanı başında, fuar merkezine yürüme mesafesinde, ana arterlere yakın olması misafirlerimiz açısından oldukça büyük bir avantaj. Türk ve dünya mutfağından seçenekler sunan restoranlarıyla deneyimli, yetmişmiş personellerimizle konaklama yapan misafirlerimize değişik avantajlar sunuyoruz" diyor.

YENİ TESİSLER İSTANBUL'A DÜNYA BİRİNCİLİĞİ GETİRECEK

WOW Istanbul Hotel, İstanbul Dünya Ticaret Merkezi ve İstanbul Fuar Merkezi gibi ticaret ve fuar merkezlerinin



ZİYA CİHAN

WOW Istanbul Hotels
Convention Center Genel Koordinatörü

hemen yanında yer alıyor. Ülkemizin kongre turizminde hangi aşamada olduğunu değerlendiren Cihan, "İstanbul 2011 yılında 500'den fazla kişinin katıldığı büyük kongreler sıralamasında dünya birincisi oldu. Geçen süre zarfında İstanbul'a gelen turist sayısının artması İGA Havalimanının açılması ile İstanbul'un hub noktası haline gelmesi, yeni yapılan konaklama tesisleri ile birlikte sayıların artması sayesinde önümüzdeki zamanlarda tekrar dünya birinciliğini elde etme imkanı bulacaktır" diye konuştu.

"SAĞLIK TURİZMİNDE TALEP ARTACAK"

Son dönemlerde Türkiye'de sağlık turizmi oldukça ilgi görüyor. Türkiye'nin kaliteli sağlık hizmeti ile dünyada öne çıkan ülkelerden biri olduğunu ifade eden Cihan, şunları söyledi; "Türkiye'de fiyatlar, Amerika ve Avrupa ülkelerine göre çok daha avantajlı. Orta Doğu ve Orta Asya ülkelerinden hastalar kaliteli hekimlerimiz, modern sağlık tesislerimiz ve uygun konaklama imkanlarımız nedeniyle Türkiye'yi- İstanbul'u tercih ediyorlar. Dolayısıyla WOW İstanbul olarak bizde bu avantajlardan çok olumlu etkileniyoruz. Önümüzdeki yıllarda bu konuda talebin çok daha artacağını düşünüyorum."



EVİNİZE DEĞER KATAR



İstoç Ticaret Merkezi
Öksüzoğulları Plaza E1 Blok No:5 Kat: 1-4
Mahmutbey / Bağcılar - İSTANBUL

info@acarmutfak.com

acarmutfak.com

AVRUPA'NIN MERKEZİNE TÜRKİYE'DEN TEKNOLOJİ TRANSFERİ: BOGENN BORU FABRİKASI

Yeni teknolojiler üreterek bir dünya markası olma yolunda emin adımlarla ilerleyen Mir Teknoloji Holding; boru, tarım, enerji, yapı ve savunma sanayisi alanlarında faaliyet gösteriyor. Bugünlerde Almanya'da yeni bir yatırım içerisinde olan Holding, Ar-Ge çıktılarının ticarileşmesiyle maliyeti yaklaşık 50 Milyon Euro tutarında olan Almanya-Bogenn fabrikasıyla yıllık 52 bin ton ham madde işleme ve 160 bin Euro ciro elde etme imkanına kavuşarak teknolojiyi doğudan batıya transfer edecek. Gerçekleştirilen projeleri ve yeni yatırımlarını konuşmak üzere MİR Holding Yönetim Kurulu Başkanı & Bogenn Genel Müdürü İbrahim Mirmahmutoğulları ile Almanya'da İş Dünyası'nda bir araya geldik...



Bize biraz Grubunuzdan bahseder misiniz?

Mir Teknoloji Holding bünyesindeki ilk şirket tam 36 yıl önce kuruldu. İlk kurulan şirketimiz Mir Araştırma ve Geliştirme şirketi idi. Her başarılı olan Araştırma ve Geliştirme faaliyetimizin sonunda, ticarileştirmek için bir şirket kuruyoruz. Bu bağlamda Mir Teknoloji Holding bünyesinde boru, tarım, enerji, yapı, savunma sanayi alanlarında faaliyet gösteren 15 şirketimiz bulunuyor.

İlk endüstriyel şirketimiz olan Dizayn Grup bugün itibarıyla, 20 milimetreden 8 metre çapa kadar ve 0,5 Bar basınçtan, 200 Bar basınçta kadar türlü sektörler için boru üretiyor. Kısaca dünyanın en büyük çaplı ve en yüksek basınçlı borusunu bu şirketimiz üretmektedir. Borularımız su, petrol, gaz, gibi akışkanların taşınmasında kullanılıyor.

Türkiye, Almanya, Azerbaycan, Rusya Federasyonu'nda fabrikalarımız var. Almanya'da kurulan yeni tesisin açılış törenine Sayın Angela Merkel katıldı. Yıllık 50 bin ton üretim kapasitesine sahibiz. Mir Holding ayrıca İstanbul Üniversitesi Teknopark'ının (Teknoloji Geliştirme Bölgesi) Ortağı ve Yönetim Kurulu Üyesi.

36 YILLIK AR-GE GEÇMİŞİ

Mir Teknoloji Holding bünyesinde bulunan MİR Araştırma ve Geliştirme şirketinden de bahseder misiniz?

MİR Araştırma ve Geliştirme Şirketi, sadece Araştırma ve Geliştirme alanında 50'den fazla doktora derecesine sahip Ar-Ge mühendisi, 25 profesör, toplamda 150 yakına araştırmacıyı istihdam sağlıyor ve üretime dönüşen patent sayısı açısından Türkiye'de lider konumda.

Yüzde 70'i üretime dönüştürülen 100'den fazla patente ve Türkiye'nin en büyük özel araştırma laboratuvarına sahip.

Savunma sanayinin en büyük bütçeli (10,2 milyon Dolar) projesi (çelikten on kat daha güçlü, beş kat hafif malzemeyi) başarıyla gerçekleştiren Amerika ve Kanada'dan sonra dünya çapında bu teknolojiye sahip üçüncü şirket.

Avrupa Birliği'nin en büyük bütçeli (49 milyon Euro'luk) Ar-Ge projesini (akıllı ve yeşil şehir) başarıyla tamamlayarak endüstriye dönüştürdü.

Mir Ar-Ge şirketi Ar-Ge faaliyetleri için bugüne kadar 80 milyon Dolar harcayarak 79 ayrı proje tamamladı. Bu projelerin tamamı insanlığın yaşam kalitesini artıracak projelerdi.

“

ALMANYA DIŞI FABRİKALARIMIZDA ALMAN İŐ DİŐİPLİNİNE UYGUN ÜRETİM YAPIYORUZ. BİZ NEREDE ÜRETİM YAPARSAK YAPALIM, EN İYİSİNİ ÜRETİR VE ASLA VADETTİĞİMİZİN DIŞINDA BİR ÜRÜN PAZARA SÜRMEYİZ. 36 YILDIR OLUŞAN BU KÜLTÜRÜMÜZ SAYESİNDE ALMANYA'DA ÜRETİCİ OLMAKTA ZORLANMADIK.

”

Bundan sonra da araştırma ve geliştirme çalışmalarını merkeze alarak, insanlığın öncelikli sıkıntlarına çözüm üretme arzusundayız. İhtiyaçlar hiyerarşisinin ilk üç basamağına ve ülkemizin milli güvenliğini tesis edecek savunma sanayi çözümlerine odaklanıyoruz. Bu odaklarımız 1987 yılında beri grubumuzun “termodinamik, akışkanlar mekaniğı, ısı transferi, enerji ve malzeme” başlıklarında devam eden uzmanlık alanımızı oluşturuyor.

Mir Teknoloji Holding'in Türkiye'deki gücünü globale de taşımak istiyorsunuz. Bu anlamda birçok ülkede ve Almanya'da yatırımınız var. Bizlere Almanya yatırımının öneminden ve büyüklüğünden bahsedebilir misiniz?

Türkiye'de 36 yıllık Ar-Ge geçmişimiz ile geliştirdiğimiz pek çok teknoloji ve yenilik var. Bunların tamamı patent ile korunuyor. Ancak yeniliklerin pazara girmesi için mevcut alışkanlıkların değışmesi gerekiyor. Almanya yatırımımız (Duetsche Bogenn GmbH) söz konusu yeniliklerin dünyaya açılmasına “made in Germany” rüzgarını da arkasına alarak büyük ivme kazandıracak diye düşünüyoruz. Ar-Ge çıktılarımızın ticarileşmesiyle maliyeti yaklaşık 50 Milyon Euro tutarında olan Almanya-Bogenn fabrikamızla yıllık 52 bin ton ham madde işleme ve 160 bin Euro ciro elde etme imkanına kavuşmuş olacağız.

"ALMANYA'DA GÜÇLÜ RAKİPLERİMİZ VAR"

Avrupa pazarı için Almanya bölgesi kilit bölge olarak anılabilir. Bu anlamda Dizayn Grup global yolculuğunda nasıl bir vizyon belirledi? Nasıl bir stratejiyle hareket ediyor?

Almanya'da üretilen ürünler tüm dünyada olduğu gibi Avrupa ülkelerinde de büyük kabul görüyor. İnovatif ürünlerin Avrupa pazarına Almanya-Bogenn şirketimiz aracılığıyla sunulması planlıyoruz.

Tabii ki Almanya'da çok güçlü rakiplerimiz var. Biz bu kadar güçlü rakibin olduğu bir bölgeye Ar-Ge gücümüzle yatırımcı olarak geldik. Bayan Merkel, fabrikamızın çatı kapama törenine katıldı ve bize “Burada ürettiklerinizi



İBRAHİM MİRMAHMUTOĞULLARI

MİR Holding Yönetim Kurulu Başkanı & Bogenn Genel Müdürü

Alman rakipleriniz de üretebiliyor mu?” dedi. Bizde “Bazı üretimlerimizi üretebiliyorlar, ancak bazı ürünlerimiz var ki, değıl Almanya, dünyanın hiçbir tarafında üretilmiyor. Çünkü teknolojiyi biz geliştirdik ve patenti biz aldık” dedik.

Almanya'da faaliyet gösteren Türk müteahhitlerine, Türk tesisat ustalarına, tesisat sektöründe çalışan ticaret erbabı Türk firmalara söylemek istediğiniz bir şeyler var mı?

Biz onlara yakın olmak için, Almanya'da bir fabrika kurduk. Öncelikle fabrikamızın kapıları onlar için ardına kadar açık olacak. Şunu bilmeliler ki, BOGENN markası onların şu ana kadar aldıkları Alman markalarından daha yenilikçi bir marka. Tüm Alman sertifikalarına sahibiz. Bizim ürünlerimizi tercih etmelerini, bizim bayimiz, bizim tesisat ustamız olmaları için bizi daha iyi tanımlarını istiyoruz. Web sayfamızda iletişim bilgilerimiz zaten var. WEB sayfalarının soğuk yüzünde ziyade, isterlerse, onlara direkt satış yöneticimizin cep telefonlarını da verebilir ve bize ulaşmalarını kolaylaştırabiliriz.

SEKTÖRÜN YENİ MARKASI

“Global pazarda fiyat olarak orta-üst segmente 'Dizayn Grup' markamız ile hizmet veriyorduk, buna devam edeceğiz. 'Bogenn' markamız ise en üst segmente hitap edecek şekilde konumlandırıldı. Sadece Dizayn markası ile yakaladığımız pazar gücümüzü Bogenn markasıyla katlayacağımızı ümit ediyoruz.”

AVRUPA'DAKİ LOJİSTİK AĞI ALMANYA ÜZERİNDEN KURULACAK

Başarı yolculuğuna Tahtakale'de küçük bir sandık atölyesiyle başlayan Acar, bugün 2 bin 500 çeşit ürün gamıyla dünyanın bir çok noktasına ihracat gerçekleştiriyor. Firma olarak Almanya'da depo kurma hazırlığı içerisinde olduklarını söyleyen Acar Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Acar, "Özellikle Avrupa pazarındaki yerel halka daha rahat ulaşmamız için depo çok gerekli" diyerek, Avrupa ile olan lojistik ağlarını Almanya üzerinden kurmayı planladıklarının altını çiziyor.

Acar, başarı hikâyesine 1950 yılında Tahtakale'de ufak bir sandık atölyesiyle başladı. 1997 yılında züccaciye sektöründe bir gelecek görerek yine Tahtakale'de ilk züccaciye mağazasını açtı ve 2000'li yıllarda Acar markalı ürünlerin üretimine başladı. Kısa bir süre sonra ise Türkiye'de aranan, ulaşılabilir, kaliteli ürün algısına sahip bir marka haline geldi.

Bugün 7 bin 500 metrekare lojistik merkezi, bin metrekare showroom alanı, sekiz AcarHome mağazası ve binlerce bayisi ile büyük bir firma haline dönüşen Acar, müşterilerden gelen talepler doğrultusunda birçok alt marka üretti. Yüksek kalite, özel tasarım ve üretim kategorisinde ACARPLUS, kaliteli, ulaşılabilir üretim kategorisinde ACAR, ulaşılabilirliği kolay ürün kategorisinde ise Kitchen Beyond ve Made By ACAR markaları bulunan firma, halkın her kesimine hitap eden ürünler geliştirdi.

Gerçekleştirdiği ihracatla küresel bir marka olma yolunda emin adımlarla ilerleyen Acar, bugünlerde önemli bir yatırım hazırlığı içerisinde. Almanya'da bir depo açmayı planlayan firma, bu hamlesi sonucunda Avrupa pazarına hızlı ve daha az maliyet ile ürünlerini ulaştıracak.



AHMET ACAR

*İSTOÇ İş Adamları Derneği Başkanı &
Acar Yönetim Kurulu Başkanı*

Acar'ın gelecek planlarını, yeni yatırımlarını ve İSTOÇ İş Adamları Derneği'nin faaliyetlerini konuşmak üzere İSTOÇ İş Adamları Derneği Başkanı & Acar Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Acar ile Almanya'da İş Dünyası'nda bir araya geldik...

İSTANBUL İHRACATININ YÜZDE 8'İ İSTOÇ'TAN

Öncelikle bize biraz İSTOÇ İş Adamları Derneği'nden bahsedermisiniz?

İSTOÇ Yapı Kooperatifi 1979'da kuruldu. İSTOÇ İş Adamları Derneği ise 1998'de kurularak İSTOÇ Yapı Kooperatifi çatısı altında kendisine yer edindi. Hem İSTOÇ Yapı Kooperatifi hem de İSTOÇDER olarak İSTOÇ içerisinde 4 bin 200 üyeye sahip ve şu anda mevcut 7 bin 300 işyerine hizmet eden bir STK haline geldi.

ALMANYA'YA DEPO HAZIRLIĞI

"Bu yıl ile ilgili ilk planımız, Almanya'ya bir depo kurmak. Bu depo sayesinde ürünlerimizin belli bir kısmını oraya göndereceğiz. Bu sayede tedarikte bir aksaklık yaşanmayacağı gibi hız olarak da oldukça önemli bir gelişme kat etmiş olacağız. Almanya üzerinden lojistiği sağlamayı düşünüyoruz. Özellikle Avrupa pazarındaki yerel halka daha rahat ulaşmamız için depo çok gerekli."

İSTOÇ gibi büyük bir topluluğu rakamlarla anlatmanızı istesek neler söylersiniz? En çok hangi ülkelere ihracat gerçekleştiriyorsunuz ve Almanya bu ihracatta hangi noktada konumlanıyor?

İSTOÇ'un içerisinde 42 farklı meslek ağı bulunuyor. Züccaciyeden hırdavata, oyuncaktan kırtasiyeye, kozmetikten bijuteriye farklı çeşitlilikte dükkânlar var. İSTOÇ, Avrupa'nın en büyük toptan ticaret merkezi. Dünyada ise Çin'den sonra geliyoruz. Ancak dünyada 7 bin 300 iş yeri ve 42 meslek komitesinin olduğu İSTOÇ'a başka bir alternatif yok. İstanbul ihracatının yüzde 8'ini İSTOÇ yapıyor. Sektör çeşitliliğinin çok olmasının da etkisiyle yaklaşık 100 ülkenin üzerinde ihracat kapasitesi olan bir yer burası. İhracat anlamında Çin'in pandemi de kapalı olmasıyla birlikte insanlar ürünlerini tedarik etmek için Türkiye'ye yöneldi. İSTOÇ ise hızlı kabiliyeti ve stoklarının yeterli olması ile başlarda kısmen zorlansa da müşterinin ayağını İstanbul ve İSTOÇ'a atmasına kolaylık sağlamış olduk. Pandeminin etkisinin azalmasıyla Çin'in kapıları açılmış olsa da biz müşterilerimizin listesine İSTOÇ'u yazdırmış olduk. İSTOÇ, ülke ihracatına sağladığı katkıları sürdürmeye devam edecek.

KONFOR HER DAİM ÖN PLANDA

İSTOÇDER Başkanlığınızın yanında bir de Acar'ın Yönetim Kurulu Başkanlığını yapıyorsunuz... Firmanız özelinde konuşacak olursak Acar'ın ürün çeşitliliği, iç pazardaki konumu ve bugün geldiğiniz noktayı anlatır mısınız?

Acar olarak hikâyemiz Mayıs 1997'de Tahtakale'de başladı. 2000 yıllarında markalaşma yolculuğuna adım attık. 2001 ile 2002 yıllarında markalaşmak adına attığımız adımlar, günümüzde yaklaşık 2 bin 500 kalem ürün gamıyla karşılık buldu. Ağırlıklı olarak mutfakta yer alan ürünler üretiyoruz. Son yıllarda ürünlerimizin tasarımını ve formlarını kendimiz oluşturuyor, üretimin büyük bir kısmını Türkiye'de yapıyoruz. Türkiye genelinde bin 200, Avrupa'da 200 bayiye hizmet eden bir markamız var. Aynı zamanda diğer ülkelere; Dağıstan, Çeçenistan, Ermenistan, Irak, İran ve Balkanlar ile komşu ülkeler olmak üzere yurt dışına yüzde 30'lara ulaşan bir iş hacmimiz ve ihracat kapasitemiz var. Ürün gamımızı



ve çeşitliliğimizi devamlı artırarak markamızı ön plana çıkarmak için çalışıyoruz. Ürünlerimizi tasarlarken konforu her daim ön planda tutuyoruz. Acar olarak ürünlerimizin büyük bir kısmını da gündelik ve çeyiz eşyaları oluşturuyor.

Acar'ın gelecek projeksiyonunda neler yer alıyor? Globalde yapacağınız yeni plan ve projeler var mı, varsa bunlar nelerdir?

Acar'ın gelecekle alakalı kısa, orta ve uzun vadeli planları bulunuyor. Biz bir aile şirketi olduğumuz için geçmişten bugüne, bugünden ise geleceğe planlarımız olmalı. Bizde bu bilinçle hareket ediyoruz. Bu yıl ile ilgili ilk planımız, Almanya'ya bir depo kurmak. Bu depo sayesinde ürünlerimizin belli bir kısmını oraya göndereceğiz. Bu sayede tedarikte bir aksaklık yaşanmayacağı gibi hız olarak da oldukça önemli bir gelişme kat etmiş olacağız. Almanya üzerinden lojistiği sağlamayı düşünüyoruz. Özellikle Avrupa pazarındaki yerel halka daha rahat ulaşmamız için depo çok gerekli. Bunun haricinde ürün gamımıza elektrikli eşya grubunu dahil etmek gibi ikinci bir planımız var. Aynı zamanda tekstil sektörüne de ağırlık vermeyi düşünüyoruz.



İSTOÇ'UN İÇERİSİNDE 42 FARKLI MESLEK AĞI BULUNUYOR. ZÜCCACİYEDEN HIRDAVATA, OYUNCAKTAN KIRTASIYEE, KOZMETİKTEN BİJUTERİYE FARKLI ÇEŞİTLİLİKTE DÜKKÂNLAR VAR. İSTOÇ, AVRUPA'NIN EN BÜYÜK TOPTAN TİCARET MERKEZİ. DÜNYADA İSE ÇİN'DEN SONRA GELİYORUZ.



EN BÜYÜK BİRİKİMİMİZ

MÜŞTERİLERİMİZ

İnşaat sektörü Türkiye'nin en önemli dinamiklerinden biri olarak çıkıyor karşımıza. Sektörün neredeyse tüm oyuncuları pandemi öncesi ve sonrası dönemde büyük bir ivme kazanarak rüştünü ispat eder hale geldi. Güvenli konutun her zamankinden daha önemli olduğu günümüzde 10 yıllık tecrübesiyle sektörde büyük bir açığı dolduran Başkent İnşaat, tüm projelerinde sismik izalatör kullanarak güvenli inşaatlar yapıyor. Son dönemlerin en önemli sektörleri arasında gösterilen inşaatı Başkent İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı Uğur Vergili ile konuştuk.

Türkiye'nin önemli dinamiklerinden olan inşaat sektöründe nasıl bir ivme var? Sektörde işler nasıl gidiyor? Sektörü genel anlamda nasıl değerlendirirsiniz?

Gayrimenkule olan ilginin devam ettiği ülkemizde geçtiğimiz yıl 1 milyon 485 bin adet konut satışı gerçekleşti. Tüm dünyada ve Avrupa'nın birçok ülkesinde konut satış rakamları düşerken Türkiye'de son dört yıldır konut satış adetleri 1,5 milyon bandında seyrediyor.

Ülkemizde hızlı nüfus artışı, şehirlere göçün yaygınlığı, mevcut konutların yenilenme ihtiyacı, deprem riski, imar ve iskan planlarındaki değişiklikler, kentsel dönüşüm ihtiyacı ülke ekonomisinde gayrimenkul sektörünün sürekli ön planda kalmasına neden olmaktadır. Türkiye'de ihtiyaç olunan konut talebi ile üretilen konut arzının temel belirleyicilerini birbirine benzemektedir. Toplumda konut talebini barınma

ihtiyacı, konut fiyatları, kredi faiz oranları, hane halkı geliri ve demografik faktörler belirlemektedir. Konut arzı ve üretilen konut miktarını da inşaat maliyetleri, konut fiyatları, faiz oranları, kentleşme hızı ve hükümet politikaları belirlemektedir.

Günümüzde hem konut stokların azalması hem de inşaat maliyetlerinin yükselmesi yeni konut fiyatları üzerinde baskı oluşturmaktadır. Birinci el ve ikinci el piyasalarda konut fiyatlarının hızlı yükselmesine rağmen geçtiğimiz yıl 1,5 milyona yakın konut el değiştirmiş ve konut talebi artarak devam etmiştir. Her zaman olduğu gibi konut güçlü bir yatırım enstrümanı olarak değerini korumaya devam etti. Konut yatırımları hisse senedi, tahvil ve döviz gibi getirisi üzerinde kontrol imkânı daha az olan yatırım araçlarına göre daha fazla esneklik ve kontrol imkânı sağlıyor. Özellikle konut yatırımlarında evin değerini artırmak ve kiraya vererek düzenli nakit akışı sağlamak mümkün. Diğer taraftan maddi duran bir varlık olarak konutun enflasyona karşı değer artış getirisi orta ve uzun vade daha fazla gerçekleşiyor.





UĞUR VERGİLİ

Başkent İnşaat Yönetim Kurulu Başkanı

İKİNCİ EL PİYASASINDA HAREKETLİLİK

Son 4 yıldır gayrimenkul sektöründe yaşanan daralma sektörü nasıl etkiledi?

Yeni konut üretiminin azalması ikinci elde talebi yükseltti. Sektörde yaşanan daralma konut üretimini ve dolayısıyla yeni konut ruhsat sayılarını da azalttı. 2022 yılının ilk üçüncü çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre belediyeler tarafından yapı ruhsatı verilen yapıların bina sayısı yüzde 12, daire sayısı yüzde 14 ve yüz ölçümü yüzde 11 azaldı. Konut talebinin yüksek olmasına rağmen üretilen yeni konut sayısının az olması ikinci el piyasalarda hareketlenme sağladı. Geçtiğimiz yıl inşaat firmaları ve müteahhitlerden gerçekleşen ilk el satışların toplam satış içerisindeki payı yüzde 30'lara geriledi. Markalı konut projeleri geliştiren inşaat firmaları ve müteahhitler azalan stoklarının yerini doldurabilmek ve devam eden yeni konut talebine cevap verebilmek için uzun süredir raflarda bekletilen arsalar ve yeni projelerini gündeme almaya başladılar. Ancak yapı ruhsatı ve yeni üretilen konut sayısı halen 2017 ve öncesi seviyelere gelmiş durumda değil.

DEVAM EDEN PROJELER

- Eye Of İstanbul Mayıs 2023 teslim
- Sancaktepe Işıltılı evler 1.Etap Mayıs 2023 teslim
- Başkent Tower Kadıköy 12 ay sonra teslim
- Aslınaz Konakları Silivri 24 ay sonra teslim
- Golden Arch Hotel & Resort Kıbrıs 18 ay sonra teslim
- Sancaktepe Işıltılı evler 2. Etap 24 ay sonra teslim
- Başkent Elite Residence 16 ay sonra teslim

“

YÜKSEK YAPI STANDARTLARIMIZDAN ÖDÜN VERMEDEN YENİ BAŞLAYACAK OLAN TÜM PROJELERİMİZDE SİSMİK İZALATÖR KULLANARAK GÜVENLİ İNŞAATLAR ÜRETMEYE DEVAM EDİYORUZ.

”

Bu da geliştiricilerin zor geçen son iki yıldan sonra temkinli hareket etmelerine ve alınan yapı ruhsatı sayısının artmasına rağmen üretilen daire adetlerinin daha az olmasına neden olmaktadır.

Diğer taraftan bu ayın başından itibaren başlatılan ve orta gelir grubunu hedefleyen “Yeni Evim” konut kampanyası çerçevesinde sunulan uzun vadeli ve düşük kredi oranları ile satış ofislerinde yoğun talep oluştu. Özellikle Emlak konut projeleri ve markalı konut projelerinde yer alan birinci el yeni konut stokları hızla erimeye başladı. Önümüzdeki dönemde başta İstanbul olmak üzere tüm Türkiye’de azalan konut stoklarının yerini doldurabilmek ve artan konut ihtiyacını karşılayabilmek için yeni konut üretimi kaçınılmaz olacaktır.

GÜVENLİ İNŞAAT

Başkent İnşaat’ın gelecek projeksiyonunda neler yer alıyor?

Başkent İnşaat olarak, sektörde edindiğimiz 10 yılı aşkın tecrübe ile, piyasa gerçeklerine uygun fiyat politikamız sayesinde, lüks ve konfor arayışında olan değerli müşterilerimize, keyifli yaşam alanları sunuyoruz. Ayrıca yüksek yapı standartlarımızdan ödün vermeden yeni başlayacak olan tüm projelerimizde sismik izalatör kullanarak güvenli inşaatlar üretmeye devam ediyoruz. En büyük birikimimiz müşterilerimiz! mottosu ile, kendimizi yeniliklere adapte ederek, müşterilerimize sunduğumuz inovatif yaklaşımımız ile her geçen gün sektörde daha ilerisini planlayarak yolumuza güvenle ve sağlam adımlarla devam etmek.



AVRUPA'DA EN ÇOK ŞUBESİ BULUNAN TÜRK MARKASI

Türkiye'nin ilk konsept çığköfte dükkanına sahip olan Çığköftem, bugün dünyanın dokuz ülkesinde 400'ü aşkın şubesi ile faaliyet gösteren zincir bir marka haline dönüştü. Trendlere göre şekil alabilmenin başarıda en önemli etkenlerden biri olduğunu söyleyen Çığköftem Yönetim Kurulu Başkanı Ahmet Güner, "Biz fine fast food olarak tanımlayabileceğimiz, hızlı ama sağlıklı yemek kategorisindeyiz. Avrupa'da sağlıklı beslenme bilinci çok daha yüksek olduğu için bu markamız açısından çok büyük bir fırsat" diyor.

Sizin hikâyeniz tam bir başarı hikâyesi esasen. Bize biraz bu süreci ve yola çıkış serüveninizi anlatır mısınız?

Şirketimizin kuruluş öyküsünün başına gidecek olursak aslında Türkiye'de aile şirketi olarak işe başlayan markalarla benzeştığımız söyleyebilirim. Erzurumluymuz, yaşadığımız coğrafyanın sunduğu imkânlardan çok daha büyük hayallerimiz olduğu için üç kardeş İstanbul'a geldik ve farklı işlerde çalıştıktan sonra tesadüfi diyebileceğimiz şekilde çığköfte sektörüne adım attık. İlk başlarda hipermarketler için üretim yapıyorduk, 1993'te tek bir markette günlük 20 kilo üretim ile başlayan girişimimiz yedi yıl içinde günlük iki tona çıktı. 2000'li yıllara geldiğimizde rekabetteki değişen koşullar, Türkiye'nin yaşadığı finansal sıkıntılar nedeniyle şartlar bizi daha farklı düşünmeye, sıra dışı çözümler üretmeye sevk etti. Biraz cesaret, biraz risk alma ve elbette başarıya motivasyonu ile 2005 yılında Türkiye'nin ilk konsept çığköfte zincirinin temellerini Beşiktaş'taki şubemizle başlatmış olduk. Başlarda en iyisini yapalım, lezzetli, kaliteli ürünler sunalım, çok kazanmasak da çok büyümesek de olur diye düşündüğümüz zamanlar oldu. Elbette para da kazanılmıyordu ama yaptığımız işle gurur duymak, insanların takdirini kazanmak bizim için en kıymetlisiydi. Beşiktaş'taki dükkanımıza Kadıköy'den dahi müşterilerimiz özel olarak gelirdi, sadece çığköfte yemek için kilometrelerce yol yaparlardı. 2007 yılında da bayilik vermeye başlamıştık.

2009 yılına geldiğimizde ise sözlerime başlarken söylediğim, aile şirketlerinin kuruluşlarına benzeyen öykümüz



AHMET GÜNER

Çığköftem Yönetim Kurulu Başkanı

radikal diyeceğimiz bir kararla bambaşka bir rotaya uzandı. Ardında yüzlerce insanın emeği olan, bayilerimizin bizimle birlikte fiziki olarak yollara çıktığı Avrupa yolculuğumuz başladı. Belçika'da yaşayan bir Türk yatırımcımızla İlk şubemizi Belçika'da açtığımızda Çığköftem için yeni bir milat başlamış oldu. Aile şirketimizde her birimizin ayrı bir sorumluluğu vardı, birimiz üretimden diğeri Türkiye'deki şubelerle ilgili süreçleri yürütmekten sorumluyken bana da Çığköftem'in Avrupa'daki büyümesi teslim edildi. Türkiye'de ilk şubemizi açarken bize çığköfte satarak başarılı olma şansımızın olmadığını söyleyenler olduğu zamanlardaki gibi Avrupa'da da bu işi yapmanın mümkün olmadığını çokça duymuştuk. 2009'da Belçika'da açtığımız ilk şube, yatırımcımızın çok kıymetli emeği ve başta bölgede yaşayan Türklerin desteğiyle hayal edebileceğimizden de fazla başarılı oldu. Türkiye'deki lezzetlere hasret kalanların akın akın gelmesinin yanı sıra ürünün tüketim ve sunum şeklindeki farklılık da Avrupalıların dikkatini çekmeye başladı. Ürünlerimizin lezzeti sevildi, kaliteden bir adım geri atmadık ve en önemlisi çok çalıştık.



2010 yılında yurt dışındaki faaliyetlerin yürütülmesi için ÇiğköfteM'in Avrupa'daki temsilcisi olan EM EUROPE GmbH'yi kurduk. Şu anda tüm grup şirketlerimizin Yönetim Kurulu Başkanlığı görevini yürütüyorum. 10 yıldan fazla süre boyunca hayatımın yarısı Avrupa'da, yarısı Türkiye'de geçti. İşin başında bizzat durmak en önemlisi.

ÇiğköfteM'in 2009'da Belçika'da başlayan yolculuğu bugün yüzlerce insanın emeğiyle Avrupa'da En Çok Şubesi Bulunan Türk Markası unvanını gururla taşımamıza ve milyonlarca sofranın mutluluk kaynağı olmamıza dönüştü.

BİZİM EN BÜYÜK FARKIMIZ "YANINDAYIZ" DEMEKTİ **Başarınzdaki en önemli faktör ne oldu? Bu süreçte karşınıza çıkan zorlukları nasıl aştınız?**

Avrupa'da büyüdük evet ama o süreç de hiç kolay olmadı. Biz bayilerimize bayilik verip ekipmanı, ürünü sattıktan sonra asla bir kenara çekilmedik. Şubelerin açılışında dolaplar, tezgahlar kurulurken bizzat ustalık yapmışlığım var. Hatta bir keresinde yine böyle bir durumdayken, yatırımcımızın bir dostu patronu sorduğunda ve benim bu şekilde çalıştığımı gördüğünde hayrete düşmüştü. Bizim en büyük farkımız "YANINDAYIZ" demektir. Şube açılırken, satışları büyütme isterken, iyi günde, zor günde, ihtiyacı olduğunda bayilerimize hep yanınızdayız dedik ve buna inanarak çalıştık. Yurt dışındaki büyüme sürecimizde zaman zaman insan üstü emek ve çaba gösterdik. 2009 yılında Belçika'da faaliyete başlayan ilk yurt dışı şubemizi daha sonra İngiltere, Hollanda, Avusturya, Almanya, Fransa, Azerbaycan, KKTC ve Macaristan'da açılan şubeler takip etti.

ÇİĞKÖFTEM, AVRUPA'NIN EN BÜYÜK AVM'LERİNDE

"Avrupa'da en fazla şube sayısına sahip Türk markasıyız. Bayilerimizin kayda değer bir kısmının birden fazla şubesi var. İşimizi layıkıyla yaptığımızın somut göstergesi olan bu sonuçları görmek bizim için son derece kıymetli. Sadece Türk nüfusunun yaşadığı değil ülkelerin kendi halklarının yoğun olarak yaşadığı bölgelerde de Avrupa'nın en büyükleri arasında olan 20'ye yakın alışveriş merkezinde de şubelerimiz bulunuyor."

Bir Türk markası olarak Avrupa'da zorlandığımız zamanlar oldu. Bulduğumuz şehirlerdeki bölge halkının kendi restoranlarına teveccühü elbette ki daha fazlaydı. Stratejimizi çok doğru planlamak, pazarı iyi gözlemlemek zorundaydık.

Çiğköfte yüksek besin değerine sahip doyurucu bir üründü ve bol yeşillikle tüketildiği için sağlıklı yemekler arasında kendine yer açabilirdi, bunu hızlı bir şekilde değerlendirdik, ürün konumlandırmasını bunu dikkate alarak yaptık. Ardından Avrupa'da gözde olan yüksek proteinli nohut köftesi Falafel'i pazara sunduk ve elbette ürünlerimize vegan sertifikası olarak bunun iletişimini yaptık. Bu bakış açısıyla birçok yeniliği gerçekleştirdik. Bayilerimize de tüketicilerimize de bu özelliklerimizi sürekli anlattık.

“

ŞU ANDA 10 ÜLKEDE 400'DEN FAZLA ŞUBEMİZ BULUNUYOR. BU YIL İÇERİSİNDE İSPANYA VE POLONYA ŞUBELERİMİZİ DE AÇMAYI PLANLIYORUZ. ORTA VADEDE AMERİKA, RUSYA, ORTA DOĞU ÜLKELERİ DE RADARIMIZDA OLACAK.

”

Bu emeklerimiz sonucunda şu anda restoran zinciri alanında Avrupa'da en fazla şube sayısına sahip Türk markasıyız. Bayilerimizin kayda değer bir kısmının birden fazla şubesi var. İşimizi layıkıyla yaptığımızın somut göstergesi olan bu sonuçları görmek bizim için son derece kıymetli. Sadece Türk nüfusunun yaşadığı değil ülkelerin kendi halklarının yoğun olarak yaşadığı bölgelerde de Avrupa'nın en büyükleri arasında olan 20'ye yakın alışveriş merkezinde de şubelerimiz bulunuyor.

“SAĞLIKLI YEMEK KATEGORİSİNDEYİZ”

Avrupa'da şu an ne durumdasınız? Ürünlerinize bu kadar rağbet gösterileceğini düşünmüş müydünüz?

İngiltere, Almanya, Fransa, Belçika, Hollanda, Avusturya ve Macaristan'da 150 dolayında şube ile faaliyet gösteriyoruz.

Çiğköftenin yüksek besin değerine sahip doyurucu bir ürün olması ve bol yeşillikle tüketilmesi, Falafel ürününün yıldız ürünler arasına gireceği vizyonuna erken sahip olarak bu konuda Ar-Ge'ye yatırım yapmış olmamız, Vegan İçli Köfte gibi ürünlerle lokal trendlere göre şekil alabilmemiz ve hızlı aksiyon almamız bizi bu noktaya ulaştırdı. Biz fine fast food olarak tanımlayabileceğimiz, hızlı ama sağlıklı ye-



mek kategorisindeyiz. Avrupa'da sağlıklı beslenme bilinci çok daha yüksek olduğu için bu markamız açısından çok büyük bir fırsat. 2023 bizim ticaret hayatındaki 30'uncu yılımız. 20 yıl önce ürünlerimizin böyle ilgili göreceğini hayal etmedik elbette ama 10 yıl önce bu noktaya geleceğimizin işaretlerini artık görmeye başlamıştık.

Çiğköftem 2022 yılını nasıl geçirdi? 2023'ten beklentileriniz nelerdir?

Tüm dünyada yer alan ekonomik duraklama, Covid-19 virüsünün etkilerinin hala devam etmesi nedeniyle zorlu koşullarda çalıştık ama hem merkezi olarak hem de bayilerimiz açısından 2021'e kıyasla çok daha iyi bir yıl geçirdik. Sekiz ülkede faaliyet gösterirken bu sayıyı 10 ülkeye çıkardık. 2022'de Avrupa ve Türkiye'de 100'e yakın yeni şube açtık.

2023 için Avrupa'daki yeni şube hedefimiz 35-40 dolayında. Türkiye'de ve KKTC, Azerbaycan gibi yakın coğrafya ülkelerinde ise toplamda 80-90 arasında yeni şube açmayı hedefliyoruz. Faaliyet gösterdiğimiz ülke sayısını da 12'ye çıkarmak için çalışmalarımızı yürütüyoruz.



YURT DIŞI YAPILANMALARI

Şube açılırken, satışları büyütme isterken, iyi günde, zor günde, ihtiyacı olduğunda bayilerimize hep yanınızdayız dedik ve buna inanarak çalıştık. Yurt dışındaki büyüme sürecimizde zaman zaman insan üstü emek ve çaba gösterdik. 2009 yılında Belçika'da faaliyete başlayan ilk yurt dışı şubemizi daha sonra İngiltere, Hollanda, Avusturya, Almanya, Fransa, Azerbaycan, KKTC ve Macaristan'da açılan şubeler takip etti.

Since 1976

O.M.S.[®]
Collection

The Pioneer of Innovation...



www.omscollection.com.tr
www.omscollectionshop.com.tr
/omscollection

ALMANYA'DA BAŞARI, DÜNYADA BAŞARI DEMEK

Hazır giyim sektörü gibi emek yoğun bir sektörde çeyrek asırdır faaliyet gösteren Tamara Tekstil, dünyadaki moda trendlerini yakından takip ederek birçok Avrupa ülkesine koleksiyonlar üretiyor. Teknolojik gelişmeleri iş yapış süreçlerine adapte ederek hazır giyim sektöründe rekabetçi ve dinamik bir oyuncu olma yolunda emin adımlarla ilerleyen firmayı Yönetim Kurulu Başkanı Salih Boz'dan dinledik...

Göçmen bir ailenin çocuğu olarak dünyaya gelen Salih Boz beş yaşındayken ailesi ile birlikte Hollanda'ya taşındı. Tekstil ile tanışarak pazarlıkla başlayıp toptancılık ve perakendecilik ile gelişen iş yaşamında 17 yaşındayken bir iş yeri kurdu. Hollanda serüveninin ardından Türkiye'ye ailesiyle birlikte gelerek Anadolu'da 24 yaşında 700 çalışanlı bir fabrika kurdular, 28 yaşında çok hızlı büyümenin etkisiyle iflas etti ve bu işe ilk olarak İstanbul'dan başlamak gerektiğine inanarak İstanbul'a geldi.

Türkiye'den yurt dışına markası olan sayılı iş insanlarından biri olan Tamara Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı Salih Boz ile iş yaşamını, markayı bugünkü haline getirirken yaşadıklarını ve sektör sorunlarını konuştuk.

GLOBAL MARKA OLMANIN YOLU; TEK TİP ÜRÜN ÜRETMEK

Türkiye'de çok fazla tekstilcileri var ancak kendi markasını Avrupa'ya satan firma sayısı oldukça az. Tamara Tekstil ise bu azınlıkta yer alan önemli firmalardan bir tanesi. Avrupa'ya mal satan sayılı firmalardan biri olduğunu söyleyen Salih Boz, "Avrupa'da şu anda altı tane markam var. Hollanda ve Almanya ağırlıklı olmak üzere Avrupa'da kendimize ait 2 bin bayimiz bulunuyor. Bunların hepsi kendi koleksiyonlarını hazırlayan markalar. Avrupa'yı tanıyıp bildiğim ve daha hızlı adapte olabildiğim için bu büyümeyi yakaladık. Hollanda'da kendimize ait 90 mağazamız mevcut. Üç ayrı



SALİH BOZ

Tamara Tekstil Yönetim Kurulu Başkanı

şirketimiz bulunuyor. İmalatımızın yüzde 50'si Türkiye'de, yüzde 50'si ise Uzak Doğu'da bulunuyor. Türkiye'deki imalat firmalarımız yurt dışındaki mağazalarımıza ve kendi markalarımıza imalat harici mal satışı yapıyor. Kalan kapasite ile de başka mağaza zincirleriyle iş yapıyoruz. Yani şu an tüm kapasitelerimizin yüzde 50'si kendi mağazalarımıza ve kendi markalarımıza ürün üretirken, geri kalanı ile diğer firmalara ürün hazırlıyoruz. Ürünlerimi-

AVRUPA'DA 2 BİN BAYİ AĞI

"Hollanda ve Almanya ağırlıklı olmak üzere Avrupa'da kendimize ait 2 bin bayimiz bulunuyor. Bunların hepsi kendi koleksiyonlarını hazırlayan markalardan oluşuyor. Avrupa'yı tanıyıp bildiğim ve daha hızlı adapte olabildiğim için bu büyümeyi yakaladık."

zi hazırlarken Hollanda'dan ve Almanya'dan esinleniyoruz. Hatta yeri geliyor Türkiye'den ürünlerle de harmanlıyoruz. Bu sayede global marka olabiliyoruz" diyor.

İstihdam alanında kadın ve erkek eşitliğini sağlamaya gayret ettiklerini söyleyen Boz, "Tekstilde ve imalatta her şey güç ile gerçekleştiği için sektörde erkekler daha ön plana çıktı. Son zamanlarda erkekler kadar kadınlarda ön planda ama ben beyaz yakada kesinlikle kadınlarla çalışmak isterim. Çünkü kadınlar daha titiz ve daha dikkatli oluyor. Bu yüzden erkekleri güç olarak kadınları ise beyin olarak kullanmak istiyoruz" şeklinde konuşuyor.

"İTALYANLAR ÖNCÜ, İSPANYOLLAR ANALİZCİDİR"

Almanya'nın kalitede bir ölçü olduğunu aktaran Boz, "Avrupa ile iş yapıyorsanız Almanya bir numara diyebilirim. Almanların modayla bir ilgisi yok ama kaliteli ürün ve ticarete çok başarılılar. Almanya'da başarılı olabilirsiniz eğer her yerde başarı sağlayabilirsiniz."

Almanya bu konuda ölçüdür. Londra, Münih, Paris, New York ve Milano'ya senede iki kere gider ve oraları takip ederim. Bu pazarları analiz eder, nabız yoklarım. Modada İtalyan'lar öncüdür. Konfora bakmazlar görselde çok iyidirler. Armani ve Gucci gibi markalara sahipler. İspanyolların analizi iyidir. Zara gibi bir markaları var ve şu an dünya markası durumunda. Tekstilde başrolü İtalya ve İspanya paylaşıyor. Ama kalitede Almanlar hep bir numaradır" diyor.

Avrupa'daki savaşın ve artan maliyetlerin etkisiyle Türkiye'de marj sıkıntısı yaşandığını ifade eden Boz, son olarak şunları söylüyor; "Maliyetler artınca tüm tekstil sektöründe sıkıntılar yaşandı. Markalarımız ve imalat firmalarımız 50 milyon, ortak olduğumuz mağaza zinciri ise 60 milyon Dolar civarında ciro yapıyor. Türkiye'de aylık 400 bin adet ürün üretiyoruz. Hedefimiz bu rakamı 2023 yılında 500 bine çıkarmak."

“

AVRUPA'YLA İŞ YAPIYORSANIZ ALMANYA BİR NUMARA DİYEBİLİRİM. ÇÜNKÜ ALMANLARIN MODAYLA BİR İLGİSİ YOK AMA KALİTELİ ÜRÜN VE TİCARETE ÇOK BAŞARILILAR. ALMANYA'DA BAŞARIYI YAKALAYABİLİRSENİZ HER YERDE BAŞARI SAĞLAYABİLİRSİNİZ. ALMANYA BU KONUDA ÖLÇÜDÜR.

”



ALMANYA'NIN "ELITE" MARKASI TÜRKİYE'DEN Mİ ÇIKACAK?

Türkiye'nin turizm değerlerini öne çıkarmayı kendine misyon edinen Elite World, misafirlerine sunduğu konforu Türkiye'den Almanya'ya taşımayı hedefliyor. Almanya'nın hem iş amaçlı hem de turistik açıdan önemli bir bölge olduğunu söyleyen Elite World Hotels&Resorts Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu ve Elite World Hotels & Resorts COO'su Orkun Petekçi, yeni nesil bakış açıları, yerel tecrübeleri ile Türkiye'nin yerli ve milli turizm değerlerini kendilerine misyon edinerek sektörü en üst seviyelere taşımak için çalıştıklarına dikkat çekiyor.

Türkiye'nin en prestijli otel zincirlerinden biri olan ve şu sıralar dünyaya açılma kararı alan Elite World Otelleri, hedef pazar olarak belirlediği Almanya'da çalışmalara başladı. Franchise açılımını Almanya ile başlatan Elite World, bu hamle ile uluslararası otel zinciri olma noktasında ilk adımını atmış oldu.

Almanya'da franchise ve management olarak isim hakkı vererek büyüebileceği potansiyelleri araştıran marka, 2030 senesinde 40 otele ulaşmayı hedefliyor.

SEKTÖRE YENİ BİR AÇILIM GELİYOR

Elite World Hotels&Resorts olarak 46 yıldır turizm sektörüne yeni bir bakış açısı kazandırdıklarını belirten Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi Emel Elik Bezaroğlu, "Ülkemizin hedefleri doğrultusunda turizm sektörünün büyümesi adına Turquality programına alınan ilk otel markasıyız. Böylece sektörümüzde önemli bir ilke imza attığımızı söyleyebiliriz. Geline nokta ise Elite World markası olarak uluslararası otel zinciri olma yolunda emin ve güçlü adımlarla ilerliyoruz. Ayrıca hizmet kalitemizi, başarılarımızı sürdürülebilir kılmak ve mevcut konumumuzu üst seviyelere taşımak için yatırımlarımızı artırıyoruz" diyor.

İsim hakkı vererek büyüme stratejisine 2019 yılında karar verdiklerini aktaran Bezaroğlu "Pandemi nedeniyle ara verdik. 2021 yılı itibarıyla çalışmalarımıza yeniden başladık" diyerek Almanya açılımlarından söz ediyor.

2030 yılında 40 otele ulaşmayı hedeflediklerini dile getiren Elite World Hotels & Resorts COO'su Orkun Petekçi ise yeni nesil bakış açıları, yerel tecrübeleri ile Türkiye'nin yerli ve milli turizm değerlerini kendilerine misyon ederek sektörü en üst seviyelere taşımak için çalıştıklarına dikkat çekiyor.

Yurt dışında otel açma konusunda hedef ülkelerde görüşmelerin devam ettiğini ifade eden Petekçi, "Yurt içi yatırımcılardan büyük ilgi görüyoruz. Ancak bu ciddi bir yatırım kararı ve bizim de marka olarak standartlarımız var. 100 odalı ekonomi segment bir otelin inşaat maliyeti 5 milyon dolardan başlıyor. Elbette bu zaman alıyor, ancak görüşmelerimiz çok olumlu gidiyor. 3 ve 4 yıldızlı oteller alanında kârlılığı gördükçe yatırımcılara daha cazip geliyor" diyor.

Uluslararası bir marka olma yolunda hızlı adımlarla ilerleyen Elite World Hotels'in yurt dışı açılımını ve gelecek hedeflerini Emel Elik Bezaroğlu ve Orkun Petekçi'den dinledik.



Yatırım önceliği Almanya'ya verdiğinizde görüyoruz. Sizi bu pazara yönlendiren sebepler nelerdi?

Emel Elik Bezaroğlu: Almanya'da var olan iş dinamikleri bizim çalışma modelimize son derece uygun. O coğrafyada turistik ve iş amaçlı seyahatler ve konaklamalar oldukça yüksek. Bu da o noktayı bizim için cazip hale getiriyor. Bugün Portekiz, Yunanistan, İspanya ve hatta Fransa gibi ülkelere baktığımızda belirli bir kısmının sadece turistik amaçlı değerlendirildiğini görüyoruz. Ama Almanya dediğimiz zaman hem turistik hem de iş amaçlı seyahatlerin yoğun olduğu bir coğrafya çıkıyor karşımıza. Oransal olarak da baktığımızda 12 aya yayılabilen bir iş hacmine sahip olduğunu görüyoruz.

Sorunuzun diğer bölümüne geldiğimizde Almanya'da Köln, Berlin, Münih gibi kongre, fuar gibi iş dünyasını ilgilendiren şehirlerle birlikte turistik amaçlı ziyaretçileri olan bölgelere öncelik veriyoruz. Son tahlilde ise başarılı olmak için doğru zamanda doğru yerde olmanız gerekiyor. Elite World Hotels&Resorts olarak bu konuda son derece başarılı olduğumuzu söyleyebilirim.

Bu pazara dair yakın vadedeki hedefleriniz neler?

Orkun Petekçi: Bu pazarda ilk hedef olarak orta ölçekli bir otel ile başlamak istiyoruz. Çünkü biz pazarı rahatça görüp ona göre sayıyı artırıp plan yapmak istiyoruz. Partner olarak da bizim için görüşmeler yapan danışmanlarımız var. Bu noktada da çalışmalarımızı koordineli bir şekilde sürdürüyoruz.

Biz Türkler daha spontane hareket etmeyi severiz. Almanlar'da ise daha çok disiplinli hareket etmeyi ilke edinen bir yapı söz konusu. Bu noktada sorun yaşayacağınızı düşünüyor musunuz?

Orkun Petekçi: Sıkıntı yaşayacağımızı düşünmüyorum. Biz kurumsal bir şirket olduğumuz için zaten belli bir sistematik biçimde olmamız gerekiyor. Bugün markamızı belli bir sistem ve standartlara sahip olduğumuz için pazarlayabiliyoruz. Bunları bildiğimizden dolayı sıkıntı yaşayacağımızı düşünmüyorum.



EMEL ELİK BEZAROĞLU; "MARKA OLARAK ÖNCELİKLERİMİZDEN BİR TANESİ BAYRAĞIMIZI YURT DIŞINDA DA DALGALANDIRMAK. BU HEDEFİMİZE BİZİ EN HIZLI ULAŞTIRACAK ÜLKEYİ İSE HEM TİCARİ HEM DE İLİŞKİLER AÇISINDAN ALMANYA OLARAK GÖRÜYORUZ."



EMEL ELİK BEZAROĞLU

Elite World Hotels&Resorts

Pazarlamadan Sorumlu Yönetim Kurulu Üyesi

"HEDEFİMİZ 40 OTELE ULAŞMAK"

Peki Almanya dışında başka ülke açılımlarını düşünüyor musunuz? Hedefte Avrupa dışına açılmak var mı mesela?

Orkun Petekçi: Daha yakın dolayısıyla da ulaşılabilir olduğu için önceliğimiz Avrupa diyebilirim. Avrupa dışına ise beş yıl sonra değerlendirme yaparak net bir şey söyleyebiliriz. İlk tahlilde Almanya'da neler yapabileceğimizi görüp buna göre aksiyon almayı düşünüyoruz.

Dört yeni markamız ile yeni stratejimiz doğrultusunda isim hakkı vererek management ve franchise işletme modellerimiz ile yatırımcılara yeni kapılar açacağız. Bu doğrultudaki stratejik planlamamız ile 2030 yılında 40 otele ulaşmayı hedefliyoruz.

Elite World'un uluslararası zincir olma yolunda gittiğini söyleyebilir miyiz?

Emel Elik Bezaroğlu: Biz hem yerel hem de uluslararası pazarda yer almak istiyoruz. Önceliklerimizden bir tanesi bayrağımızı dışarda dalgalandırmak. Bu sayede yurt dışına da varolan uluslararası bir marka olmayı hedefliyoruz. Bu hedefimize bizi en hızlı ulaştıracak ülkeyi hem sosyal hem de ticari ilişkiler açısından Almanya olarak görüyoruz. Bunu hangi ülkeler izleyecek zaman gösterecek.

Pandemi sonrası kıpırdamaların olduğu süreçlere girdik keza yurt dışındaki turistleri ziyadesiyle ağırladığımızı görüyoruz. Diğer yandan Taksim gibi turistlerin bol olduğu bir lokasyondasınız. Sizin için 2022 nasıl geçti?

Orkun Petekçi: İlk yarı parlak değildi fakat Haziran'dan sonra hareketlenmeyi hissettik.



ORKUN PETEKÇİ

Elite World Hotels & Resorts COO'su

Özellikle komşuların devreye girmesiyle yoğunluğumuz artmaya başladı. Almanya, ardından Rusya, İngiltere ve İran gibi ülkelerden yoğun bir turist akışı oldu. İngiltere pandemiden ötürü kapılarını kapatmıştı. Onlar da yeni yeni dışarıya açılıyorlar. Özellikle Marmaris'teki otelimize İngiltere'den gelenler ön plandalar.

Rusya özellikle son derece önemli bir pazar dediniz. Savaş sonrası nasıl etkilendi bu pazar?

Orkun Petekçi: Pandemi döneminde Avrupa kapılarını kapattı ama Rusya hep açık tuttuğu için biz de kapılarımızı bu ülkeye açık tuttuk. Esasen zaten biz ülke olarak Covid döneminde hiçbir ülkeye kapılarımızı kapatmadık. Diğer yandan Avrupa kapılarını kapattığı için bize kaynak Rusya ve Ukrayna olmuştu.

YARIM ASIRLIK GÜÇ

Misafirlerine ve iş ortaklarına sekiz otelinde 46 yılı aşan deneyimine dayanan bir konaklama uzmanlığı sunan Elite World Hotels & Resorts, yatırımcılarına da bu deneyim ve uzmanlıktan yararlandıracak fırsatlar sunmayı hedefliyor. Elite World Hotels & Resorts, turizm sektörüne kazandırdığı dört yeni markasıyla Türk yatırımcısının sektördeki gücüne güç katmayı amaçlıyor. Elite World Hotels & Resorts, Türkiye'nin yedi bölgesinde ve yurt dışında isim hakkı vererek büyümeyi hedefliyor.

“

ORKUN PETEKÇİ: “ELİTE WORLD HOTELS & RESORTS OLARAK İSİM HAKKI VEREREK MANAGEMENT VE FRANCHISE İŞLETME MODELLERİMİZ İLE YATIRIMCILARA YENİ KAPILAR AÇIYORUZ. BU DOĞRULTUDAKİ STRATEJİK PLANLAMAMIZ İLE 2030 YILINDA 40 OTELE ULAŞMAYI HEDEFLİYORUZ.

”

“GİDİLECEK ÇOK YOL VAR”

Fiyat denildiğinde Türkiye’de -özellikle İstanbul’da- otel fiyatlarını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Rekabet açısından makul bir noktada olduğumuzu söyleyebilir miyiz?

Orkun Petekçi: Hala gitmemiz gereken uzun bir yol var. Pandemi öncesindeki noktalara hala yaklaşamadık gidilecek yol var ve bu noktada ışık da gözüküyor. Ben sektörde sıkıntılı bir durum görmüyorum. Güzel günlere birkaç sene içinde ulaşabiliriz. Bazı şeyler birden bire olmuyor. Eski fiyatları geri getirebilmemiz için Avrupa’nın açılması kongrelerin olması gerekiyor. O fiyatları buraya yansıtırsak o zaman işin rengi değişir.

Yakın komşular sürdürülebilir müşteriler mi peki?

Orkun Petekçi: İran için sürdürülebilir bir pazarız. Rusya da aynı şekilde. Bulgaristan Euro kuruyla alakalı olduğundan azalsa bile sürdürülebilirliğini koruyacaktır. Euro kuru bizde yüksek olduğu için Türkiye onlar adına cazip bir pazar oldu.

Turizm ve Kültür Bakanımızın açıkladığı bir hedef var: “2028 yılına dair 90 milyon turist, 100 milyon dolar gelir”. Bu rakamları gerçekçi buluyor musunuz?

Orkun Petekçi: Evet kesinlikle buluyorum. Türkiye 2022 yılında 51.4 milyon turist ağırladı. Bunların içinde yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarımız toplam 7 milyon civarındaydı. Bu sene sonunda sayı 55-60 milyonlara çıkabilir. Önümüzde beş sene var ve bizim hala pay alamadığımız pazarlar var. Bunlardan birisi kongre pazarı. Sonra Cruise dediğimiz alan var. Yani turizm alanında hala artabilecek potansiyel alanlar var. Rakamları daha da yukarı çekelebilmek adına bu alanlara da yoğunlaşmamız gerekiyor.

“GALATAPORT ÖNEMLİ BİR YATIRIM”

Galataport’taki varolan potansiyelden faydalanabiliyor musunuz?

Orkun Petekçi: Galataport turizm adına yapılmış önemli bir yatırım. Bu anlamda başta İstanbul olmak üzere ülke ekonomisine çok fazla katkısı olacak. Şu an istenilen seviyede değil ama ilerleyen dönemlere şehre çok önemli katkılar sunacak.



HUKUK BÜROSU

Sarıyar & Kollegen

Müvekkillerimizi Dünya çapında temsil ediyoruz!

Pratik çözümler sunan Hukuk Büronuz!

Business-Center-Korschenbroich
Friedrich-Ebert-Str. 9-11 41352 Korschenbroich T: 02161/3033488 - F: 02161/3033490
www.sariyar.de

PROBLEMLERİN ÇÖZÜMÜ ÜRETİMDE GÜÇ BİRLİĞİ

Bağlantı elemanları sektöründe derin bir geçmişe sahip olan Çetin Cıvata, üretiminin yüzde 50'ye yakını Almanya'ya ihraç ediyor. Almanya'nın zor bir pazar olmasının yanında bu ülkeye yatırım yapmanın çok önemli bir konu olduğunu vurgulayan Bağlantı Elemanları Sanayici ve İş İnsanları Derneği (BESİAD) ve Çetin Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Tecdelioğlu, "Almanya'dan dünya pazarına satmak daha kolay gibi görünse de ancak çok özel ve nitelikli ürünlerde rekabetçi fiyatı yakalayabiliyoruz" diyor.

Bağlantı Elemanları Sanayici ve İş İnsanları Derneği (BESİAD), bağlantı elemanları, ana ve yan sanayi olarak çalışan kuruluşların bir araya gelmesiyle, ortak söylemleri daha etkili bir şekilde dile getirmek ve çözüm odaklı projeleri sektöre kazandırmak amacı ile 2000 yılında kuruldu.

Gelişen sektör için, en önemli sorunlardan birisi olan ham madde ihtiyacının yerli olarak karşılanması amacı ile ülke içerisindeki demir çelik üreticisi firmalar ile irtibata geçen BESİAD, ihtiyaçlarını dile getirerek birçok çalışmaya imza attı. Gerçekleştirilen çalışmalar doğrultusunda sektör ham madde ihtiyacının büyük bir kısmını yerli üreticilerden sağlayabilir hale geldi. Yüksek katma değerli ürünleri ile tüm dünyada daha rekabetçi bir konuma ulaşan BESİAD'ı Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Tecdelioğlu'ndan dinledik...

Almanya'nın en büyük cıvata tesislerinden birinin size ait olduğunu görüyoruz. Pandemi dönemini de göz önüne alarak değerlendirdiğinizde bağlantı elemanları sektörüne dair Türk firmalarının Almanya'daki yatırımları nasıl seyrediyor?

Bizim Almanya'da mevcutta ofisimiz var. Pandemi sürecinde depo açma hazırlıklarımız da söz konusuydu ama birkaç yıl için bu yatırımımızı erteledik.



MUSTAFA TECDELİOĞLU

Bağlantı Elemanları Sanayici ve İş İnsanları Derneği (BESİAD) Başkanı & Çetin Cıvata Yönetim Kurulu Başkanı

Almanya'da yatırım önemli bir konu. Özellikle depo açmak, müşteriye daha iyi hizmet vermek anlamında da yatırımlar gerekli. Bir de pandemi sürecinde seyahat kısıtlamalarından sonra personellerimizin sahada aktif çalışma yürütmelerinin daha etkin çalışmalarına sebep olduğunu gördük.

Almanya'da dünyaya satmak daha mı kolay? Türk girişimcilerin Almanya'da dünyaya açılma fikrine nasıl bakıyorsunuz?

Almanya'dan dünya pazarına satmak daha kolay gibi görülsede Almanya'daki maliyetleri ürünün üzerine koyarak rekabetçi fiyatı yakalamak zor. Ancak çok özel ve nitelikli ürünlerde bu şansı yakalayabiliyoruz. Sabretmek gerek. Sonuçta Almanya'da dünyaya mal satan ciddi tüccarlar ve dağıtım şirketleri var. Onlar bu işi nasıl yapıyorsa bizde yapabiliriz.

AVRUPA'NIN EN HIZLI BÜYÜYEN SEKTÖRÜ

"Son 20 yılda (pandemi süreci hariç) en az yüzde 10'dan fazla büyüyerek Avrupa'nın en hızlı büyüyen sektörü olduk. Üretim anlamında ilk üçün içerisindeyiz. İnsan kaynakları sorunu, sermaye yetersizlikleri ve verimliliği sorunlarını hallettiğimizde 1-2 yıl içinde Avrupa'da birinci, dünyada ilk altı ülkeden biri oluruz."

"SEKTÖR SON 20 YILDA YÜZDE 10'DAN FAZLA BÜYÜDÜ"

Avrupa'da bağlantı elemanları sektöründe üçüncü sırada yer alan Türkiye ihracatta ne durumda? 177 ülkeye ihracat yapmayı nasıl başardınız?

Türkiye bağlantı elemanları üretiminde son 20 yılda üreticileri dernekleştirerek ortak sorunları ortaya koyup, çözümünde bulduktan sonra işler daha kolay hale geldi. Örneğin; hedef pazarlara ulaşmak, fuarlar, yerli ham maddeyi üretebilmek, eğitimler gibi... Bunun yanında ülkenin kendi ihtiyacı özellikle gelişen beyaz eşya, otomotiv, mobilya sektörlerinin ihtiyaçlarını kaliteli bir şekilde karşılamak ayrıca çeşitli ürünleri Avrupa'ya dağıtmakta bu işin anahtarı. Son 20 yılda (pandemi süreci hariç) en az yüzde 10'dan fazla büyüyerek Avrupa'nın en hızlı büyüyen sektörü olduk. Üretim anlamında ilk üçün içerisindeyiz. İnsan kaynakları sorunu, sermaye yetersizlikleri ve verimliliği sorunlarını hallettiğimizde 1-2 yıl içinde Avrupa'da birinci, dünyada ilk altı ülkeden biri oluruz. Kaliteli, ucuz üretim ve derneğimizin de çabaları ile hızlı bir şekilde ihracatımızı artırmaya devam edeceğiz. Türkiye bağlantı elemanları sektörü için Almanya çok önemli bir pazar. Bağlantı elemanı ihracatının yüzde 60'dan fazlası Almanya'ya yapılıyor.

Almanya bağlantı elemanları tüketimi ve satışı konusunda tüm Avrupa'nın en az yüzde 50'sinden fazla ihracat yapıyor. 2022 yılında 450-500 bin ton bağlantı elemanları satışının en az 210 bin tonu ihracat olarak direk satılmıştır.

BESİAD Başkanı olarak bu sektörde Türkiye'yi dünyada nerede konumlandırıyorsunuz ve Dernek olarak önümüzdeki dönemde fuarları nasıl değerlendirmeyi düşünüyorsunuz?

Bağlantı elemanları sektörünün sanayinin olmazsa olmazı olduğunu düşünüyorum. Sanayileşmenin geliştiği bir ülkede bağlantı elemanları sektörü güçlü olmalı. Bizde bundan hareketle çok önemli çalışmalar yürütüyoruz.

BESİAD olarak 2023 yılında dört tane önemli diyebileceğimiz fuarlarımız var. 21-23 Mart'ta yapılacak olan ve en çok önemseydiğimiz Stuttgart Fuarı, 24-27 Mayıs İstanbul Tünyap Fuarı ile yılın ikinci yarısında ise Fransa ve Las Vegas'ta olacak olan önemli iki fuarımız daha söz konusu. Bunlar dışında da sektöre katkılar sunacağına inandığımız birçok fuar çalışmamız olacak.

Pandemiden önce Tayvan'da yapılan bir fuarda Dünya Cıvatacılar Birliği'nin kurulması için öncü olmuştum. Birçok ülkeden de bu konu ile ilgili destek aldık fakat pandemi bu konuda da maalesef sektöre darbe vurdu. Can korkusu bize bunları şimdilik unutturdu.

“

ALMANYA'DA TÜRK ŞİRKETLERİNE SON DERECE İLİMLİ YAKLAŞILIYOR. SONUÇTA KAZANÇ SAĞLAYIP, VERGİ ÖDÜYOR VE İSTİHDAMA KATKI SAĞLIYORUZ. AYRICA ONLAR İÇİN UZAK DOĞU'YA OLAN BAĞIMLILIK KONUSUNDA ALTERNATİF TEDARİK MERKEZLERİ OLUYORUZ.

”



ALMANYA DÜNYAYA AÇILMAK İÇİN DOĞRU ADRES

Almanya dünya piyasalarına açılan önemli bir kapı. Bu sebeple birçok girişimci Almanya'da yatırım yapmak için kolları sıvadı. Peki bu süreçte nelere dikkat edilmeli? Almanya'da yatırım için doğru bölgeler ve en avantajlı sektörler hangileri? Yeni iş kuranlara yapılan mali destekler ve vergi kolaylıkları neler? Yatırımcıların merak ettiği tüm bu soruların yanıtını Berlin merkezli Başaran Rechtskanzlei & Unternehmensberatung'un sahibi Av. Prof. Dr. Funda Başaran Yavaşlar'dan alalım...

Vergi Uzmanı ve Almanya'da yaşayan bir hukukçu olarak Türk-Alman vergi sistemini karşılaştırabilir misiniz?

Her iki ülkenin hukuk sistemi birbirine yakındır. Çünkü, her ikisi de Kıta Avrupası Hukuk Sistemi'ne dahil olduklarından, temel ilkeleri aynıdır ve yazılı kurallar önemlidir, yargıcın hukuk yaratma yetkisi sınırlıdır. Vergi hukukuna gelince, Türkiye'deki üç önemli vergi kanunu, ki bunlar Vergi Usul Kanunu, Gelir Vergisi Kanunu ve Kurumlar Vergisi Kanunu'dur, Almanya'dan alınmışlardır. Bu nedenle, taşıyıcı ilkeler, temel kurallar ve genel yaklaşım konusunda iki sistem birbirinden çok uzak değildir.

Ancak, hukuk yaşayan bir canlı gibidir. Ortaya çıkan yeni ihtiyaçlara, toplumdaki değişime göre o da değişir. Söz konusu yasalar zaman içinde hem Almanya'da hem de Türkiye'de bazen farklı bazen de uluslararası gelişmelere paralel olarak aynı yönde değişmişlerdir. Her iki ülkede de vergi yasaları karmaşık, maddeleri kimi zaman çok uzun, istisnanın istisnasının istisnasını öngören kurallara sahiptirler.



**AV. PROF. DR. FUNDA
BAŞARAN YAVAŞLAR**

*Başaran Rechtskanzlei (Berlin) &
Unternehmensberatung Berlin Sahibi*

Ancak, Almanların genelde daha fazla detay sevdiğini ve derine indiğini söylemek yanlış olmaz. Bir de şunu da unutmamak gerekir: bir yasa birebir aynı olsa dahi, o yasanın nasıl uygulandığı çok önemlidir. Aynı kural, uygulayıcının anlayışına göre, ki uygulayıcıdan kasıt önce hükümet sonra da vergi idaresidir, farklı şekilde yorumlanıp, uygulanabilir. Nitekim bunu görmekteyiz.

ALMANYA, ÜLKEYE FAYDA SAĞLAYACAK İŞLERİ DESTEKLİYOR

Türkiye'den Almanya'ya yatırım yapmak isteyen girişimciler, işletmeler Almanya'da iş kurarken nelere dikkat etmeliler, süreç nasıl olmalı?

Tabii ki öncelikle nerede, hangi sektörde, ne yapılmak istendiğine karar verip, iyi bir iş planına sahip olmalıdırlar. Belli büyüklükteki yatırımlar için, önce bir fizibilite çalışması yaptırmak yararlı olacaktır.

Bu temel kararlar alındıktan sonra, hukuki süreç işlemeye başlar. Bunun en başında da firmanın tipi, başka bir deyişle hukuki şekli gelir. Firmanın bir şahıs işletmesi ya da şahıs şirketi mi yoksa bir sermaye şirketi mi olacağı önemlidir. Almanya'da 1 Avro'luk ana sermaye ile dahi şirket kurmak mümkündür. Ancak, özellikle işletmenin sahibinin ya da ortaklı bir yapı olacaksa ortakların sorumlulukları ile vergilendirmeye ilgili konular, işletmenin hukuki şekline göre değişiklik gösterir.

Girişimcinin ihtiyaçlarına cevap verecek, avantajlı bir işletme tipinin seçilmesini takiben, şirket sözleşmesi hazırlanır. Bunu notere başvuruyla birlikte şirketin kuruluş aşaması izler. En son vergi idaresine başvuruyla süreç tamamlanır. Bu arada, eğer Almanya’da işin başında bulunulacak ya da sık sık gelinecekse, aynı zamanda oturma izni ile ilgili olarak gerekli başvuru ve çalışmayı yürütmek gerekecektir.

Almanya’da iş kuranlara sağlanan mali destekler ve vergi kolaylıkları gibi avantajlar var mı? Varsa nelerdir?

Almanya’da, kendi politikalarına ve bu bağlamda önceliklerine göre, ülkeye yarar sağlayacağına inandığı işleri desteklemektedir. Bu destekler, üç düzeyde karşımıza çıkarlar: Almanya Avrupa Birliği (AB) üyesi olduğundan AB düzeyinde, federal devlet düzeyine ve eyaletler düzeyinde. AB düzeyinde, örneğin küçük ve orta ölçekli işletmelere, yani en fazla 250 çalışanı olup, yıllık cirosu 250 milyon Avro’yu aşmayan işletmelere tanınan ve kural olarak 500 bin Avro ile 2,5 milyon Avro arasında değişen miktarların verildiği destek programı anılabilir.

Federal düzeyde ve eyaletler düzeyinde teşviklere gelince; öncelikle Almanya’nın federal bir cumhuriyet olduğunu hatırlamak gerekir. Bunun anlamı, federe devletlerin, yani eyaletlerin de belli konularda söz söyleme yetkisine, bazı konularda ise tek başına düzenleme yapma ve karar verme yetkisine sahip olduklarıdır. Bu bağlamda, federal devlet düzeyinde, start-up işletmeler dahil küçük ve orta ölçekli işletmelere bilgi ve iletişim teknolojisi, üretim teknolojisi, çevre koruması gibi alanlarda verilen ve harcamaların yarısını karşılayacak düzeyde bir miktarın hibe olarak verildiği destek programı örnek olarak gösterilebilir. Şu da belirtilmelidir ki; Almanya’da 2022 sonundan itibaren SPD (Sosyal Demokrat Parti), Yeşiller ve FDP’den (Özgür Demokratik Parti) oluşan bir koalisyon hükümeti iş başındadır. Bu hükümet, sosyal açıdan da liberal açıdan da girişimcileri desteklemektedir. 2023 başından itibaren, çevre dostu inşaatlarda amortisman yükseltilmiş, fotovoltaik enerji yatırımı işletmelerinin kazançları belli bir miktara kadar vergi dışı bırakılmıştır.

Almanya’da yatırım için en ideal bölge hangisi?

“Yatırım yapılacak alana ve faaliyetin konusuna göre bu soruya verilecek cevap değişir. Sanayiden en yüksek payı alan eyalet Baden-Württemberg’dir. En önemli teknoloji lokasyonları, Münih ve Berlin’dir. Gayrimenkul fiyatlarının en hızlı arttığı yerler, Köln, Dortmund ve Berlin’dir. Berlin, aynı zamanda en yenilikçi eyalettir. Buna karşılık, toplumun alım gücünün en yüksek olduğu eyalet Kuzey Ren Vestfalya’dır.”

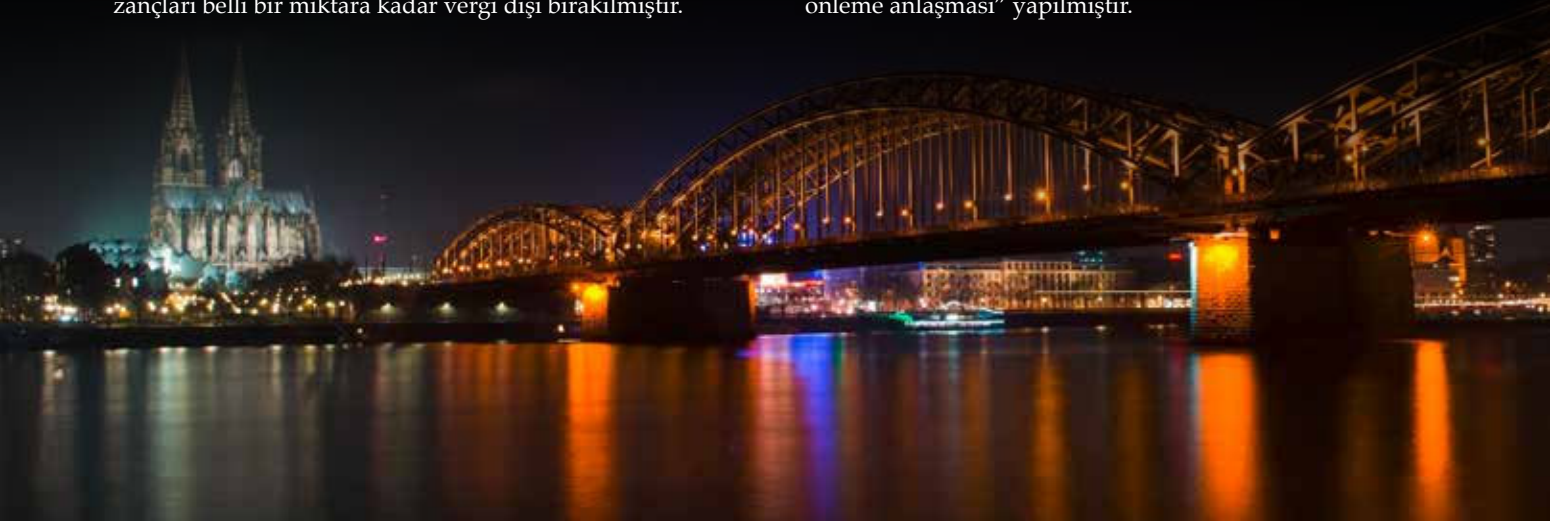
Artan enerji fiyatları nedeniyle yatırım alanında enerji yoğun çalışan şirketler desteklenmiş, küçük ve orta ölçekli bira işletmelerine yönelik olarak bira vergisi oranları kalıcı olarak indirilmiş, gastronomi sektöründe gıda ve içeceklerde KDV yüzde 7’ye indirilmiş, çiftçiler için Katma Değer Vergisi Kanunu’nda iyileştirmeler yapılmıştır.

Eyaletler düzeyinde destekler ise, eyaletten eyalete değişmektedir. Bu bağlamda, özellikle Berlin eyaletindeki destekler çeşitli ve caziptir. Start-up işletmelere özel bir önem verilmektedir. 10 bin Avro’dan 380 bin Avro’ya kadar değişik konu ve aşamalarda destekler mevcuttur.

“ÇİFTE VERGİLENDİRMEYİ ÖNLEME ANLAŞMASI”

Almanya’da uygulanan çifte vergilendirme nedir? Bir kişi hem Türkiye’de hem de Almanya’da yatırımda/faaliyette bulunduğu anda, iki ülkede de vergi ödeyecek mi?

Bir kişinin ya da tüzel kişinin hem Türkiye’de hem de Almanya’da faaliyet göstermesi ve gelir elde etmesi halinde, aynı gelir üzerinden iki defa vergi ödemesini önlemek üzere Türkiye ile Almanya arasında “çifte vergilendirmeyi önleme anlaşması” yapılmıştır.





Bu anlaşma sayesinde, iki devlet, gelirin türüne göre vergilendirme yetkisini aralarında paylaşmışlardır. Örneğin, kira geliri gayrimenkulün bulunduğu devlet tarafından vergilendirilirken, serbest meslek kazancı kural olarak mükellefin mukimi olduğu devlet tarafından vergilendirilir. Her iki ülkede de geliri olan yatırımcıların, fazla vergi ödememek için bu anlaşma hükümlerini iyi bilmeleri gerekir.

Almanya'da Türkiye gibi vergi afları oluyor mu? Bu konuda girişimcilere neler önerirsiniz?

Hayır, olmuyor. Almanya'da, 1913 ve 1949 arasında dokuz vergi affı olduğu belirtiliyor. Bu yılların savaş ve ekonomik sıkıntılarla geçen zor yıllar olduğunu unutmamak gerek. Daha sonra, tespit edebildiğim kadarıyla, 1990 yılında sadece faiz gelirleriyle sınırlı bir vergi affı, 2003'de (1993-2002 arasına yönelik) bir genel vergi affı, 2013'de sağlık sigortalarının yurt dışındaki eczanelerden aldıkları ürünler için sınırlı bir KDV affı, ve 2014'de de yurt dışından emekli aylığı alanlar için bir vergi affı getirilmiş. Görüldüğü üzere, 1950'den bu yana toplam dört vergi affı var ve bunlardan sadece bir tanesi genel vergi affı. Pandemi döneminde dahi bir vergi af getirilmediği gibi bunun lafı dahi edilmedi. Dolayısıyla, girişimcilere tavsiyem, vergi affı çıkar gibi beklentiler içine asla girmemeleridir.

Türkiye'de açıklanan vergi affı konusunda görüşünüz nedir? Ayrıca ülkemizde vergi sisteminde ne gibi düzenlemeler yapmak gerekiyor?

Vergi, işletmeler bakımından bir maliyet unsurudur. Dolayısıyla, vergi kaçırana getirilen af, dürüst mükellef aleyhine olacak şekilde ticari rekabeti bozar. Dürüst davranan mükellef, dürüst davrandığı için zararlı çıkmış olur. Türkiye'deki gibi afların artık neredeyse her 1,5 yılda çıktığı durumda ise, bu dürüst işletmeler üzerinde dayanılmaz bir baskı yaratır ve o işletmeler de kendilerini korumak amacıyla vergi kurallarına aykırı davranmaya başlayabilirler. Bu ise, vergi ahlakı konusunda toplumun büyük kısmında önemli bir erozyon yaratır. Ayrıca, vergi afları kayıt dışılığı da destekler. Devletin büyük

vergi kaybı, ki bunun anlamı kamu geliri azalmasına bağlı olarak kamu hizmetlerinde azalmadır, toplumsal refah kaybına yol açar. Kısaca, vergi aflarında kazanan aslında yoktur. Bu nedenle de, savaş ya da pandemi gibi toplumun büyük kısmının mali gücünün zarar gördüğü ve çok azaldığı dönemler hariç, vergi affı asla düşünülmemelidir.

Ülkemizde vergi sisteminde ne gibi düzenlemeler yapılmalı sorusu çok kapsamlı bir konu. Ancak, kısaca, bütüncül bir yaklaşımla vergi reformu yapılması ve vergi aflarından derhal vazgeçilmesi gerektiğini söyleyebilirim.

Son olarak eklemek istedikleriniz nelerdir?

Almanya, gerek dünyada ve gerek Avrupa Birliği içinde pek çok açıdan karar vericiler arasında bulunan bir ülkedir. Coğrafi açıdan, Avrupa'nın ortasındadır, pek çok ülkeyle sınırı vardır. Nüfusu yaklaşık olarak Türkiye kadardır, toprak bakımından ise pek çok Avrupa ülkesinden daha büyüktür. Avrupa'nın en büyük ekonomisine sahiptir. Buna karşılık, 2022 itibarıyla toplumda yaş ortalaması 44,7'dir, bu nedenle de sürekli göç almaktadır. Göç Almanya'nın bir gerçeği olduğundan, yabancılara ve yabancı girişimcilere ilişkin kurallar sürekli bir gelişim içindedir. Kapılar, Almanya'ya katkı yapacak tüm girişimcilere açıktır ve destek mevcuttur. Tüm bunlar alt alta konulduğunda, Almanya sadece Avrupa Birliği'ne değil, aynı zamanda dünyaya açılma ve yatırım bakımından son derece doğru bir ülkedir.

ALMANYA'DA BÜYÜK BİR KONUT AÇIĞININ OLDUĞUNU VE HÜKÜMETİN KOALİSYON ANLAŞMASINDA DA BU KONUYA ÖZEL ÖNEM VERİLDİĞİNİ DİKKATE ALARAK TAŞINMAZ YATIRIMI VE İNŞAAT, YENİLENEBİLİR ENERJİ, GIDA VE TARIM, DİJİTAL DÖNÜŞÜM VE SÜREÇLERİN OTOMATİKLEŞTİRİLMESİ, DİJİTAL MALİ HİZMETLER SEKTÖRLERİ SON DERECE AVANTAJLI SEKTÖRLERDİR.

Uluslararası Tařımacılıкта

HIZLI VE GÜVENİLİR ÇÖZÜMLER ÜRETİYORUZ



IGL[®]
GLOBAL LOJİSTİK A.Ş.

Hastane Mahallesi Nakkaş Yolu Caddesi Süheyla Sokak
No:28/1 Hadımköy - Arnavutköy 34522 İSTANBUL

+ 90 (212) 550 08 03 | www.iglojistik.com

TÜKETİCİLERİN EN BÜYÜK BEKLENTİSİ KALİTE VE GÜVEN

Kaliteli, estetik, yüksek performanslı ve dünya standartlarında ürettiği ürünlerini yurt ve dünya genelindeki geniş bayi ağıyla tüketiciye ulaştıran Bellona, Türkiye'deki mobilya perakende sektörünün öncüleri arasında. Türkiye'de elde ettiği başarıyı globale taşıyan marka, Almanya geneline yaygın hizmet verebilecek şekilde yapılanmak için çalışmalarına hız kesmeden devam ediyor. Almanya'nın en önemli pazarlardan biri olduğunun altını çizen Bellona Genel Müdürü Mustafa Karamemiş, Alman tüketicilerin takdirini kazanmayı başardıklarını söylüyor.

Türk mobilya sektörünün en önemli oyuncularından olan Bellona, yurt dışı açılımlarıyla da adından söz ettirmeye devam ediyor. Almanya'nın kendileri için en önemli pazarlardan biri olduğunu söyleyen Bellona Genel Müdürü Mustafa Karamemiş, "Bellona olarak Almanya geneline yaygın hizmet verebilecek şekilde yapılanmak için çalışmalarımız devam ediyor. Son olarak açılan Köln mağazamız ile birlikte altı mağaza ve 6 bin 500 metrekare teşhir alanına ulaşmış bulunuyoruz. Serimizdeki bütün ürünlerimizi Almanya tüketicisinin beğenisine sunuyoruz. Bunların yanı sıra 2023 yılında ağımaza iki yeni mağaza daha eklemeyi planlıyoruz" diyor.



MUSTAFA KARAMEMİŞ

Bellona Genel Müdürü

İNOVATİF ÜRÜNLER

Pandemiyle birlikte Ar-Ge çalışmalarına hız veren Bellona, koronasavar kumaşla yatak üretimine geçti. Ar-Ge çalışmalarına çok önem verdiklerini belirten Karamemiş, "Konjonktürel gerekliliklere ve insanların ihtiyaçlarına en uygun çözümleri üretmek için çalışıyoruz. Bu nedenle pandemi döneminde antiviral özellikli yatağımızı geliştirdik. Sonrasında da yine tüketicilerin ihtiyaçlarını önceleyen çalışmalarımıza devam ediyoruz" diye konuştu.

Almanya'daki tüketicinin Bellona'ya bakışını değerlendiren Karamemiş, "Almanya'daki tüketicilerimizden çok olumlu dönüşler alıyoruz. Genel olarak tasarım ve fonksiyonellik açısından Bellona markasının modern yüzünü, kendi yaşam tarzlarına uygun buluyorlar. Bunun yanı sıra kalite, hızlı teslimat, güvenilirlik ve satış sonrası hizmetlerimizle de Almanya tüketicisinin takdirini kazanmayı başardığımızı kolaylıkla söyleyebilirim" dedi.

"İKİ ÜLKE ARASINDA AYRIM GÖRMÜYÖRÜZ"

Son olarak Türk tüketici ve Alman tüketici kıyasladığında ortaya çıkan farklara değinen Karamemiş, şunları söyledi; "Muhakkak ki kültürel farklılıklar, beklenti ve beğenilere yansıyor. Ancak ürün gamımızdaki çeşitlilik sayesinde hem Türk hem Alman hem de Almanya'da yaşayan diğer milletlerden mobilya müşterisini kapsayacak yapıda olduğu için büyük ayrımlar görmüyoruz. Bunların yanında aslında tüketicilerin en büyük ortak beklentisi kalite ve güven. Hangi milletten olursa olsun değişmez ve en önemli beklenti bunlar. Güvenilir bir marka olduğunuzda, ürününüzün arkasında durduğunuzda, verdiğiniz sözleri tuttuğunuzda bütün kapılar açılıyor. Kısacası marka olmak bunları gerektiriyor ve Bellona markası ister Alman olsun, ister Türk ya da Amerikalı bütün tüketicileri kucaklayabiliyor."



TANI VE TEDAVİ BÖLÜMLERİ

- ACİL SERVİS
- AĞIZ VE DİŞ SAĞLIĞI
- ANESTEZİYOLOJİ VE REANİMASYON
- BESLENME VE DİYET
- BEYİN VE SİNİR CERRAHİSİ
- CHECK-UP PROGRAMLARI
- ÇOCUK CERRAHİSİ
- ÇOCUK KARDİYOLOJİ
- ÇOCUK NÖROLOJİ
- ÇOCUK PSİKOLOJİSİ
- ÇOCUK SAĞLIĞI VE HASTALIKLARI
- DERMATOLOJİ
- ESTETİK, PLASTİK VE REKONSTRÜKTİF CERRAHİ

- ENFEKSİYON HASTALIKLARI VE KLİNİK MİKROBİYOLOJİ
- FİZİK TEDAVİ VE REHABİLİTASYON
- GASTROENTEROLOJİ
- GÖĞÜS HASTALIKLARI
- GENEL CERRAHİ
- GÖZ HASTALIKLARI
- İÇ HASTALIKLARI
- KADIN HASTALIKLARI VE DOĞUM
- KALP VE DAMAR CERRAHİSİ
- KARDİYOLOJİ
- LABORATUVAR
- KULAK, BURUN VE BOĞAZ

- NÖROLOJİ
- OBEZİTE VE METABOLİK CERRAHİ
- ODYOLOJİ VE İŞİTME TARAMA
- ORTOPEDİ VE TRAVMATOLOJİ
- PERİNATOLOJİ
- PSİKİYATRİ
- PSİKOLOJİ
- RADYOLOJİ
- UYKU LABORATUVARI
- ÜROLOJİ
- YOĞUN BAKIMLAR

📍 Merkez Mah. Darülaceze Cad. No:14/1 34381 Şişli/İstanbul/TÜRKİYE

☎ +90 212 314 14 14

🌐 www.turkiyehastanesi.com

✉ info@turkiyehastanesi.com



TÜRK LEZZETLERİNİN DÜNYADAKİ TEMSİLCİSİ

SUNTAT

Türkiye'nin en büyük gıda üreticilerinden biri olan Suntat, bin 800'ün üzerinde gıda ürününü Avrupa'ya ihraç ediyor. 3 bin 200'den fazla ürün gamına sahip olan marka aynı zamanda Türklerin damak zevkine uygun ürünleri Avrupalılarla buluşturarak bir nevi yemek kültürü aşıyor. Dünya standartlarında ürettiği ürünlerle Avrupa Birliği'nin sayılı firmaları arasına girmeyi başaran Suntat'ı **Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Baklan** ile konuştuk...

1 972 yılında Almanya'ya öğrenim için gelen, daha sonra buradaki koşullar nedeniyle Mannheim halinde çalışmaya başlayan Mustafa Baklan, gündüzleri çalışıp akşamları da Almanca, kaynakçılık ve sürücülük kursları gibi kurslara katılarak, öğrenimine devam etti. 1987 yılında kardeşleriyle birlikte Mannheim'da 600 metrekarelik ilk Türk süpermarketini açan Baklan, böylece

girişimciliğe ilk adımını atmış oldu. Beş yıllık marketçilik sürecinde AB normlarına uygun kaliteli gıda ürünleri bulayan ve Almanya'da pazarlayacakları ürünleri kendileri üretmek zorunda kalan Baklan, toptancılığı da adım atarak Suntat'ı ailesiyle birlikte bugünkü haline getirdi.

Suntat, dünya standartlarında ürettiği ürünlerin kalitesini artırarak AB'nin sayılı firmaları arasına girmeyi başardı.

Markanın bugün Türkiye'nin çeşitli yörelerinde ürettiği ürünlerini dünyanın 50'den fazla ülkesinde temin etmek mümkün. Grubu oluşturan 14 şirkette, 150'si Mannheim'da olmak üzere toplam bin 800 kişiye istihdam olanağı sağlanarak 3 bin 200 çeşidin üzerinde gıda maddesi üretiliyor. 1987 yılında Almanya'da ve Avrupa'da yaşayan vatandaşların alıştığı lezzetleri onlara sunan ve memleketle az da olsa hasret gidermeyi sağlayan Suntat'ı Yönetim Kurulu Başkanı Mustafa Baklan'dan dinledik.

BİN 800 KİŞİYE İSTİHDAM

Öncelikli olarak bize Suntat'dan bahsedermisiniz?

Bugün Suntat olarak tanıdığımız gıda firmamız aslında, 1986 yılında Baktat ismiyle, bir aile şirketi olarak kuruldu. İlk zamanlar marketçilik yaparak ticari hayatımıza başladık ve Baktat markamızla 2017 yılına kadar Avrupa'daki tüm Türk marketleri başta olmak üzere Avrupa'nın farklı birçok marketler zincirinde yer aldık.

2018 yılı itibarıyla şirketimizin marka ismini değiştirerek Suntat olarak yolumuza devam ettik. Ancak yeni marka ismimizi özellikle eski logomuzun üzerinden devam ettirdik.

Suntat bugün dünya çapında 50'den fazla ülkede 3 bin 200'den fazla ürün satışı gerçekleştiriyor. Özellikle 20 binden fazla etnik markette 15 binden fazla Avrupa'nın çeşitli zincir marketlerinde yer almaktayız.

Şirketler grubunun, beşi Türkiye'de bulunmak üzere toplam altı adet üretim sahası bulunuyor ve Avrupa'da da toplam altı noktada üretim/satış yapıyor.

Suntat, günümüzde uluslararası şirketler grubu olarak küresel çapta çalışmaktadır. Grubu oluşturan 14 şirkette, 150'si Mannheim'da olmak üzere toplam bin 800 kişiye istihdam sağlanıyor.



“

SUNTAT OLARAK BUGÜN DÜNYA ÇAPINDA 50'DEN FAZLA ÜLKEDE 3 BİN 200'DEN FAZLA ÜRÜN SATIŞI GERÇEKLEŞTİRİYORUZ. ÖZELLİKLE 20 BİNDEN FAZLA ETNİK MARKETTE 15 BİNDEN FAZLA AVRUPA'NIN ÇEŞİTLİ ZİNCİR MARKETLERİNDE YER ALIYORUZ.

”

Avrupa'da tanınan ve gıda sanayiinde önemli işlere imza atan bir markasınız. Türk gıda sektörünün Avrupa'ya ihracatını artırılabilmesi için sizce neler yapılmalı?

Avrupa'da ihracatın artırılabilmesi için şirket olarak önem verdiğimiz en önemli konu Avrupa gıda normlarıdır. Buna paralel olarak da yaşam şartlarına göre dünya gıda sektöründeki değişiklikleri iyi takip ederek ihtiyaçlara cevap verebilmektir.

Avrupa ve dünyadaki normlara bakarak Türkiye'deki tarım üretiminin ve pazarlamanın kurumsal bir yapıya kavuşturulması lazım. Özellikle ülke olarak ihracatı arttırabilmek içinde denetlemenin anlattığımız tüm bu şartlarda yapılması lazım.

“İSRAFTAN UZAK DURULMALI”

Suntat olarak Avrupa'ya kaç çeşit ürün ihraç ediyorsunuz? Almanya bu ihracatta hangi noktada duruyor?

Suntat olarak Avrupa'ya bin 500'den fazla ürün ihraç ediyoruz. Avrupa'daki Tezgahlarımızda ise de 3 bin 200'den fazla ürün çeşitlerimiz var.

Sattığımız ürünlerin ciro bazında büyük payını Avrupa'da ürettiğimiz ürünlerin ciroları alsada, ürün bazında ürettiğimiz ürünlerin yüzde 80'i Türkiye'de üretilerek ihracat edilen mallar. Bunların içinde hazır yemek, bakliyat, çerez, konserve, soslu ürünler, zeytin ve zeytin yağlı yiyecekler yer alıyor.

Suntat 2022 yılını nasıl kapattı? 2023 yılında hedef ve beklentileriniz nelerdir?

2022 yılı bildiğiniz gibi tüm dünya insanların çok zor sınavlar vererek geçirdiği bir yıl oldu. Önce pandemi sonra Rusya Ukrayna Savaşı, krizler ve kuraklık gibi daha birçok felaketler doğal olarak dünya piyasasındaki gıda fiyatlarının çok astronomik şekilde yükselmesine neden oldu. Suntat olarak ciro bazında yüzde 18'lik bir yükselme elde etmekte ürün bazında yüzde 25'e yakın bir eksilme yaşadık. Ciro artışı burada fiyatların artışına bağlıdır aslında.

Tüm gıda firmalarının ciroları yükselsede hepimizi ürün bazında kayıplar yaşadığımız sürece bu tüketiciye yani halkımıza fazlasıyla yansıyor. Özellikle halkımız bu noktada daha tutumlu olmalı ve israftan uzak durmalıdır.

Gıda şirketleri olarak değişen dünyanın gerçeklerini çok iyi takip etmeliyiz ve buna göre önlemler almalıyız.

TERCİHLER DEĞİŞİYOR

MOBİLYA SEKTÖRÜ DİJİTALLEŞİYOR

Değişen ve dönüşen dünyada teknoloji ve dijitalleşme, mobilya değer zincirini de neredeyse tüm yönleriyle etkiledi. Ürünün tasarım, konfor ve şıklığının yanı sıra insanlar artık mobilyada inovasyon, fonksiyon gibi temel kriterlerde arar oldu. Ürünün tasarlanması ve hayata geçirilmesi için üretim alt yapısının da ileri teknoloji ile kurgulanması gerektiğini söyleyen Tuna Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Nuri Tuna, "Yarım asırlık yolculuğumuzda sektörün trendlerine yön vermek ve sektörümüze katkı sağlamak için çalışmalarımızda tasarıma yön veren tüm yaklaşımları takip ediyoruz" diyor.



NURİ TUNA

Tuna Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

İş dünyasından hizmet sektörüne geçiş yapan önemli bir şirketin ikinci kuşağı olarak sektöre hizmet veriyorsunuz. Bizlere hem aile şirketi dinamiğinden hem de sektörel gelişmelerden bahsedebilir misiniz?

Yönetim Kurulumuzu Tuna ailesi üyeleri oluşturuyor. Herkesin büyük bir özveriyle yerine getirdiği birbirinden farklı görevleri, sorumlulukları var. Ailecek çalışma prensibimizin şirketimize bir değer kattığına inanıyoruz. Sektörde, pandemiyle birlikte artış gösteren hibrit çalışma düzeni sonucunda, ortak alanların yoğun olduğu çalışma alanları, ortak kullanıma uygun mobilya tasarımları geliştirmeye devam ediyoruz. Daha öncesinde ergonomi yalnızca çalışma koltuğu üzerinden tanımlanırken, ofiste sağlıklı çalışmaya elverişli mobilyalar çok daha fazla önem verilen bir madde haline geldi. Buna uygun olarak da omurga sağlığı açısından yükseklik ayarlı masalar, gün içinde hareket etme konusunda uyarıcı sistemlerin entegre edildiği ürünler tasarlanmaya başlandı.

Turizm sektörüne dâhil olma hikâyenizden ve İstanbul'u özellikle tercih etme sebeplerinizden söz edebilir misiniz?

Bir dünya hazinesi niteliğinde olan İstanbul, küresel çapta en çok ziyaret edilen şehirler arasında sekizinci sırada yer alıyor. Bu anlamda kentimizin daha büyük bir potansiyeli olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Biz de bu potansiyel doğrultusunda turizm sektöründeki ilk yatırımımız olan Sofitel İstanbul Taksim'i, şehre kazandırmaktan dolayı büyük bir gurur yaşıyoruz.

Otel misafirlerini lüksle, lezzetle ve büyüleyici bir atmosferle buluşturmak için Taksim'in harika bir konum oluşturduğunu düşündük. Çünkü hem İstanbul'un hem de eğlencenin kalbi burada atıyor ve aynı zamanda kültür, sanat ve gastronominin de bir merkezi. Avrupa'nın en büyük otel zinciri markası Accor Grubu ile iş birliği yapıyor olmak bizim için büyük bir önem taşıyor.

MOBİLYADA İŞLEVSELLİK

Ofis mobilyaları konusunda sektörün en önemli temsilcilerindensiniz. 'Ofis mobilyası' kavramından ne anlamalıyız? Sizler bu anlamda neler sunuyorsunuz?

Dünya mobilya pazarının 500 milyar Dolar'ı bulduğu günümüzde, mobilya sektörünün iç pazardaki büyüklüğü 10 milyar Dolar dolayında seyrediyor. Bunun 2-2,5 milyar Dolar'ını ofis mobilyaları oluşturuyor. 50 yılı aşkın süredir Türkiye'nin en güçlü ofis mobilyaları markalarından biri olarak hem kaliteli üretimi tasarımla birleştirmemiz hem de yüksek üretim kapasitesiyle Avrupa ve Orta Doğu'da yaptığımız ihracatlar ile tanınıyoruz.



İHRACATTA; ALMANYA, ORTA DOĞU & KÖRFEZ ÜLKELERİ, RUSYA & TÜRK CUMHURİYETLERİ, AFRİKA ŞEKLİNDE İLERLİYORUZ. ALMANYA'DA DİSTRİBÜTÖRLÜK MODELİ ÜZERİNDEN ÇALIŞMALAR YÜRÜTÜYÜRÜZ. DİĞER BÖLGELERDE İSE DAHA ÇOK PROJELİ İŞLER YAPIYORUZ. BU DOĞRULTUDA DÜNYANIN BİRÇOK FARKLI ÜLKESİNDE FUAR KATILIMLARIMIZI SÜRDÜRÜYÜRÜZ.



Türkiye'de ve dünyanın önde gelen markalarıyla çalışmalar gerçekleştirilerek; merkezlerinden şubelerine, ofislerinden mağazalarına kadar iş birliği yapıyoruz.

Artık tüm sektörler dijitalleşiyor ve teknolojiyi hayatlarına dâhil ediyor. Sizler dijital dönüşümü çalışmalarınıza nasıl yansıtıyorsunuz? Bu anlamdaki Ar-Ge yatırımlarını nasıl yönetiyorsunuz?

Tüm sektörlerde olduğu gibi teknoloji önemini mobilya sektöründe de gösteriyor. Ürünün tasarım ve şıklığının yanı sıra ofis mobilyası sektörünün ergonomi, inovasyon, fonksiyon gibi temel kriterlerle tanışmasını öncelikli bulan şirketimiz, her sene cirosunun minimum yüzde 6'lık payını tasarım ve Ar-Ge çalışmalarına ayırıyor. Ürünün tasarlanması ve hayata geçirilmesi için üretim alt yapısının ileri teknoloji ile kurgulanması gerekiyor. Tuna, sektöre tasarım anlamında yön veren firmalardan biri olarak bu felsefeyi benimseyerek, her zaman güncel üretim teknolojilerini kullanmaya önem gösteriyor. Bu yarım asırlık yolculuğumuzda sektörün trendlerine yön vermek ve sektörümüze katkı sağlamak için çalışmalarımızda tasarıma yön veren tüm yaklaşımları takip ediyoruz. Son yıllarda öne çıkmaya başlayan birkaç yaklaşım önümüzdeki dönemde daha da yükselecek gibi gözüküyor. Bunlardan ilki Robert Venturi'nin post modern söylemi 'More is more'u destekleyen grafikler, ışıklı panolar, canlı ve sıcak renklerin daha çok kullanıldığı ofis tasarımları diğeri biofilik tasarımın doğal materyal kullanımı ve yeşilli ofislerin içine taşınması anlamında mobilya tasarımları ile de entegre olduğu ofis trendleri olarak karşımıza çıkıyor.



Hibrit çalışma modeli ile gelişen yeni ihtiyaçlara hızlıca cevap veren ve yeni tasarım öncelikleri belirleyen markamız, bu taleplere e-ticaret markası Tunadeco ile cevap veriyor. Fiziksel ve dijital dünyayı hızlıca buluşturan pandemi dönemiyle önemi artan diji-fizi düzende yerini alan Tunadeco, online yatırımla Tuna Ofis için ticari dünyanın önemli dinamiklerinden biri olurken müşteri taleplerinin daha hızlı cevaplanmasına olanak sağladı. Son açıklanan 2021 yılı rakamlarına göre ofis mobilyası sektöründeki online satış oranı tüm dünyada toplam cironun yüzde 4'ünü oluşturmaktadır. Ofis mobilyalarının çevrim içi satışlarının yalnızca yüzde 1,7 olduğu 2018 yılına kıyasla toplam değer üçe katlandı ve giderek artması ön görülüyor.

İŞ BİRLİKLERİ DÜNYA PAZARINDAKİ GÜCÜ ARTIRIYOR
Gelecek hedef ve planlamalardan bahsedebilir misiniz? Yurt dışı yatırım ve hedeflerinizi anlatabilir misiniz?

Dünyanın en köklü markalarından İsviçreli Girsberger ile 1992 yılında gerçekleştirilen ortaklıkla dünya pazarındaki gücünü katlayarak artıran şirketimiz, kurulan Tunagirsberger markası ile son beş yılda yaklaşık 500 bin adet koltuk üreterek tüketici ile buluşturdu. Bu ortaklığımızdan sonra Almanya, Fransa, Avusturya başta olmak üzere Avrupa genelinde devam eden yeni iş birliklerimizin temeli de atıldı. Avrupa pazarının yanı sıra Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Umman, Ürdün ve İsrail başta olma üzere Orta Doğu pazarında da devam eden iş ilişkileri bu yılla beraber ağırlık kazanarak devam edecek.

İhracat bütçesini 2022 yılında toplam bütçe içindeki payını yüzde 25 olarak belirledik. Tuna Ofis olarak, önümüzdeki beş yıllık büyüme planı çerçevesinde ise bu rakamı yüzde 50'ye çıkarmayı hedefliyoruz.



ORDU'DA ÜRETİLEN ÜRÜNLER TÜM DÜNYAYA ULAŞIYOR

Ordu'da ısıtıcı sistemleri üzerine yüzde yüz yerli ve milli imkânlarla inovatif ürünler geliştiren MirKraft, Almanya başta olmak üzere dört ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Yeni nesil akıllı ısıtıcılar ile sektörde çitayı bir üst seviyeye taşıdıklarını söyleyen **MirKraft Dış Ticaret Müdürü Hüseyin Öztürk**, her ihtiyaca ve bütçeye uygun ürünler üretmeye özen gösterdiklerinin altını çizerek sürdürülebilir kaliteyi devam ettireceklerini söylüyor.



Dünyanın imalat merkezi olan Çin'deki üreticilerin pandemi sürecinde aksayan üretimleri ile birlikte lojistik ve tedarik zincirindeki kırılmayı fırsat bilerek Türkiye'ye yatırım yapan MirKraft, Ordu'da elektrikli ısıtıcı üretim fabrikası kurdu. Almanya ve Hollanda'da bayilikleri bulunan marka; Avrupa, Türkiye ve çevre ülkeler içinde üretim yapıyor. Genç ve gelişmekte olan bir marka olmasına rağmen infrared ısıtıcı segmentinde Türkiye'de en fazla modeli olan üretici konumunda olan MirKraft'ı Dış Ticaret Müdürü Hüseyin Öztürk'ten dinledik...

İNOVATİF ÜRÜNLER

MirKraft geliştirdiği inovatif ürünlerle de sektörde önemli bir yer edindi. Türkiye'de ilk olan sarkıt tip ısıtıcıların oldukça ilgi gördüğünü söyleyen Öztürk, "Ürünlerimizin çok amaçlı kullanıma uygun olmasına özen gösteriyoruz. Estetik görünüşleri sayesinde hem kullanıcı dostu hem de kullanıldığı yere görsel bir değer katar. Ayrıca yeni nesil akıllı ısıtıcılarımız ile sektörde çitayı bir üst seviyeye taşıdık. Ar-Ge merkezimizde yeni ürün gelişimine yönelik çalışmalarımız hız kesmeden devam ediyor. Her ihtiyaca ve her bütçeye uygun ürünler üretmeye özen gösteriyoruz. Ana amacımız, sürdürülebilir kaliteyi sağlayarak ürettiğimiz ürünlerimizi her eve girmesini sağlamak" dedi.

Ürünlerin üretimini Ordu Organize Sanayi Bölgesi'nde yaptıklarını söyleyen Öztürk, Orduyu seçme nedenlerini ise şu şekilde açıkladı; "Kurucu ortakların Ordu olması ana sebep olmakla beraber, Ordu Sanayi Bölgesi'nin yatırım teşvik bölgesi olarak altıncı sırada yer alması ve havalimanı bulunması da büyük bir etken. Ordu aynı zamanda Samsun Konteyner limanına yakınlığı ile de Avrupa'ya sevkiyat konusunda rahat bir bölge."

YENİ İHRACAT NOKTALARI OLUŞTURMA PLANI

Almanya, Hollanda, Belçika, Arnavutluk ve Kosova'ya ihracat yaptıklarını ve 2023 yılında bu ülkelere Fransa, İtalya ve İspanya'yı da dahil etmek istediklerini söyleyen Öztürk, yıllık cirolarının ise yıl sonu itibarıyla 2-5,5 milyon Euro seviyelerine ulaşacağını öngördüklerini söyledi.

Son olarak MirKraft'ın gelecek planlarından bahseden Öztürk şu şekilde konuştu; "2022 yılında yeni bir marka olarak pazarda yer edinmeye çalıştık. Bunu kalitemizin yanında inovatif ürünler üreterek sağladık. 2023 yılında ürün çeşitliliğimizi artırarak pazar hakimiyetini elimize almayı ve Almanya'da bir lojistik depo kurarak ürünlerimizi pazara daha hızlı ulaştırmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda Fransa, İspanya ve İtalya gibi Avrupa ülkelerinde sağlam iş birlikleri inşa ederek yeni ihracat noktaları oluşturmayı planlıyoruz."

WHITE SAND®

CLUMPING BENTONITE CAT LITTER

Standartların Çok Üstünde.



Uzun Ar-Ge çalışmaları sonucu geliştirilmiş **patentli açma sistemimiz** sayesinde kum taneciklerinin dökülürken sürtünmesi sonucu oluşan **toz minimum seviyeye indirilir.**

Ergonomik olarak tasarlanmış açma sistemi sayesinde kutu **tek el ile kolayca açılabilir.**

Kum aynı hızda ve oranda dökülür. Dökme kısmı içten dışa açıldığı için **kum yüzeyinde ki tozların ambalaj içinde kalması sağlanır.**



Doğal bentonit madeninin dünyada çok ender bulunan özel bir türü, yeni nesil teknolojiyle formüle edilen White Sand® kedi kumu serisi, beklentilerinizin çok ötesinde hem kediniz hem de sizin için konforlu, benzersiz bir deneyim vaat ediyor.



GURBETLE MEMLEKET ARASINDA KURULAN BAĞ TELEVİZYON

İnsanın doğduğu toprakla ve memleketiyle arasında bir bağ vardır ve bu bağ nereye giderse gitsin hiç kopmaz. Burada da karşımıza gurbette de olsak memleketle bağ kurmamızı ve özlem gidermemizi sağlayan televizyon çıkıyor. Bizlerde Almanya'da İş Dünyası olarak bu önemli iletişim aracını Adler Medya Kurucusu Aziz Kartal Ergür'e sorduk ve Almanya'da faaliyet gösteren Türk ajanslarının-yayıncıların Türk medyasının sürdürülebilirliği için neler yapması gerektiğini konuştuk...

Avrupa'da yaşayan gurbetçilerin en önemli sosyalleşme aracı olarak karşımıza televizyonlar çıkıyor. Almanya'da faaliyet gösteren Türk ajanslarının ve yayıncılarının Türk medyasının sürdürülebilirliği için atacakları adımları anlatan Adler Medya Kurucusu Aziz Kartal Ergür, "Avrupa'daki topluluğumuzun en önemli sosyalleşme aracı televizyondur. Televizyon gurbette memleket ile kurulan yegâne bağlardan biri. Özellikle Türkiye'deki dizi sektörünün çok gelişmesi, dizilerin içindeki genel memleket görüntüleri bizi bu dizilere daha çok bağlıyor. Ancak Avrupa yayınlarının devamlılığının önündeki en büyük etkenlerden birisi kaçak olarak kullanılan IPTV'lerdir. Tüm ajans ve yayıncıların bu konuda el ele vermesi bu konuda mücadele etmesi gerektiğini düşünüyorum. Bir diğer meselede kanalların dizi ve programlarını yayınlardan hemen sonra YouTube'a koymalarıdır. Bu da yayınları televizyondan izlemenin önündeki engellerden biridir" diye konuştu.

ALMANYA'DA GELENEKSEL MEDYA ÖN PLANDA

Türk markalarının Almanya'daki ajans tercihlerini etkileyen süreçlerden de bahseden Ergür, "Kurumsal olan Türk kökenli Alman şirketleri ajans tercihini yaparken çok profesyonel davranıyor. Bu süreçte birkaç ajans ile görüşüp detaylı bilgi alıp daha sonra kendi içlerinde değerlendirip karara



AZİZ KARTAL ERGÜR

Adler Medya Kurucusu

varıyorlar. Almanya'daki şirketler Türkiye'deki gibi reklam konkuru yapmıyorlar. Daha az kurumsal olan şirketler ise kendi çevrelerindeki eş dost akraba tavsiyesi ile ajans seçimi yapıyor ve çalışıyorlar" dedi.

Dünyadaki iletişim trendleri dijital dünyanın etkisiyle değişim ve dönüşüm yaşadı. Almanya'nın teknoloji konusunda Türkiye'nin daha gerisinde olduğunu ifade eden Ergür, "Buradaki online bankacılık, e-ticaret gibi teknolojik birçok sektör bizim gerimizden geliyor. Bunun birçok sebebiyle birlikte aslında nüfusun yaş ortalamasının yüksek olması, teknolojiye karşı ilgilerinin çok olmaması gibi nedenler sıralanabilir. Almanya'da hala yazılı basın, TV ve outdoor ön planda olan mecralar. Dijital medya tabii ki geliyor ancak baktığımızda yukarıdaki mecraların altında kalmaktadır" diyerek Almanya ve Türkiye'deki iletişim kanallarının farkını aktardı.

Son olarak Alman markaların ajans tercihlerini etkileyen unsurlar ve markaların iletişim sürecindeki beklentilerinden de bahseden Ergür, son olarak şunları söyledi: "Alman markalar ilk olarak kendi çalıştıkları ajanslar üzerinden bir çalışma yapıyor. Ancak ajansın bu konuda tecrübesi yoksa ya bir Türk çalışanından yardım alıyor ya da bir Türk ajansı ile çözüm ortaklığı yapıyor. Almanlar konuya Avrupalı Türklere ulaşabileceği bir mecra olarak bakıyor dolayısıyla bu mecraı total ve tek bir kanal olarak görüyor. Bizim ajanslarımız gibi tek tek kanallar ile iletişime geçerek bilgi, bütçe, planlama gibi işleri yapmak onlara zahmetli geliyor. Günün sonunda bazen bu zahmete katlanamayacakları için markaların kampanyaları iptal oluyor. Aslında Almanya'daki tüm ajans ve TV prosedürleri bizim tarafımızda da var hatta biz çok daha fazla esneğiz. Bağımsız medya takibi, HD yayınlar gibi birçok konuda Alman ajansının beklentilerini karşılayabilecek kapasitedeyiz."



GÜVENLİĞİNİZ EMİN ELLERDE

Ekol Grup olarak Güvenlik, Eğitim, Elektronik Güvenlik Sistemleri, Poligon, İş Sağlığı ve İş Güvenliği, Temizlik Hizmetleri, Yurt Dışında Savunma Sanayii Alanında Danışmanlık ve Spor olmak üzere birçok alanda faaliyet göstermekteyiz.



Armağanevler Mah. Mithatpaşa Cad.
No: 138 Kat: 2 Ümraniye / İstanbul / Türkiye

T : +90 216 412 67 17
F : +90 216 523 01 65

www.ekolgrup.com.tr

MEDYA

MARKALARIN EN ÖNEMLİ PARTNERİ

Hem iş gücünü hem de zamanı doğru kullanmak adına marka ve ajans arasında kurulacak doğru iletişim, doğru planlama ve doğru strateji markalara artı değer sağlama yolunda en önemli adımlar olarak karşımıza çıkıyor. Türkiye'den Avrupa'ya açılan markalar içinde bu kavramlar oldukça önemli bir yerde duruyor. Peki markalar Avrupa'da medya ajansını seçerken nelere dikkat etmeli? Gelin bu sorunun yanıtını Medien Europa Kurucusu Burhan Üzgeç'ten alalım...

Türk markalarının Almanya'daki ajans tercihlerini etkileyen süreçlerden bahsedebilir misiniz?

Burada iki önemli unsur öne çıkıyor. İlki; tecrübe. Markalar Avrupa'da ajanslarını seçerken mutlaka bu ajanların geçmişini göz önünde bulundurmalı. Daha önce hangi sektörlerle çalışmış, çalıştığı markalar kimler, bu markalar ile yaptıkları çalışmalar uzun soluklu olmuş mu gibi sorular incelenmeli. Ajansın geçmiş tecrübesi ve referanslarının bir markanın ajans seçimindeki en önemli etken olduğunu düşünüyorum.

İkinci önemli unsur ise; elbette mali konular. Burada unutmamak gerekirk, Türk firmaları ciddi yatırımlar yapıyor ve tabiri caizse kuruluş kuruluş para kazanmaya çalışıyorlar. Bu sebeple gerek satın alma sürecinde gerekse markaya yapılan fiyatlandırma süreçlerinde buna özen gösteren, markanın bütçesini adeta kendi bütçesi gibi görüp özenle harcayan ajansların her zaman daha öne çıktığını düşünüyorum.

"GENÇLERDEN ASLA KOPULMAMALI"

Türk medyasını Avrupa'da daha etkin hale getirmek amacıyla hangi adımların atılması gerekiyor sizce? Bu anlamdan ajansların üzerine düşen görevler neler?

Bu konu aslında hiçbir tarafın tek başına yapabileceği bir şey değil. Sonuçta medyada, bu işi belli yatırımlarla yapıp, o yatırımların geri dönüşlerini almak istiyor. Yani aslında onlarda burada birer yatırımcı marka.

Medya, markalarında en önemli partnerleri aslında. Bugün Avrupa'daki Türk medyası gerek televizyon olsun gerek basılı mecralar olsun, kişi başı erişim maliyeti olarak, Avrupa'daki medya organlarının yanında çok daha ucuz. Avrupa'daki Türk medyasının oradan uzaklaşması veya etkisini kaybetmesi, en çok da bu medya aracılığı ile potansiyel müşterilerine ulaşmak isteyen markaların zararına bir durum.

“KORSAN TV YAYINLARIYLA MÜCADELE EDİLMELİ”

“Markaların medya kuruluşlarına desteğini devam ettirmesi önemli. Medya kuruluşlarının da bu desteklerle, buradaki izleyicilerine yönelik daha kaliteli ve daha çeşitli içerikler oluşturması gerektiğini düşünüyorum. Ayrıca Korsan TV yayınlarıyla ortak mücadele, bu sektörün olmazsa olmaz stratejisi olmalıdır.”

Markaların medya kuruluşlarına desteğini devam ettirmesi önemli. Medya kuruluşlarının da bu desteklerle, buradaki izleyicilerine yönelik daha kaliteli ve daha çeşitli içerikler oluşturması gerektiğini düşünüyorum. Ayrıca Korsan TV yayınlarıyla ortak mücadele, bu sektörün olmazsa olmaz stratejisi olmalıdır.

Almanya’da faaliyet gösteren Türk ajansları ve yayıncılarının Türk medyasının sürdürülebilirliği için hangi faaliyet alanlarını öne çıkarmalı sizce?

Burada yaşayan yurttaşlarımızın çıkarlarını ve ilgilerini toplayacak daha fazla yerel içerik üretilmeli.

Yurttaşlarımızın, ekranda veya dergide kendisini görebildiği içerikler olmalı. Ayrıca bu kitle iletişim araçlarının yurttaşlarımızın yaşadığı veya muhtemel yaşayacağı toplumsal problemlerde de bir dikkat çekme ve kamuoyu gücü oluşturabilme aracı olmaları gerektiğini düşünüyorum.

Ayrıca üzerinde durulması gereken önemli noktalardan biri de medyanın özellikle genç nesle hitap etmekte zorlanması. Bence içerik üreticiler, yeni nesilleri daha çok kapsayacak içerikler üretebilmeli. Sonuç olarak kalıcı olunmak isteniyorsa, gençlerden asla kopulmamalı.

“TÜRK MÜŞTERİLER ESKİSİNDEN DAHA ÖNEMLİ”

Dünyadaki iletişim trendlerini göz önünde bulundurarak Almanya’daki iletişim trendlerinin nasıl şekillendiğinden bahsedebilir misiniz?

Dijital kanalların ve bireysel hedeflemenin zirve yapmasıyla, artık reklamlarda da aşırı bir kişiselleştirme olduğunu görebiliyoruz. Eskiden bir marka tek bir reklam filmi çekip, aylarca onu yayınlarken, şu anda çeşitlenen yayın mecraları ile hedef kitlesine ayrı reklam içerikleri üretilip, her birine tek tek ulaşabilme şansına sahip. Burada, reklam fikirlerinin çok öne çıkacağını ve özellikle sosyal medyada yüz binlerce takipçili hesaplarla çalışmak yerine, micro influencer dediğimiz, 3-4 bin takipçili organik sosyal medya hesapları ile çalışmanın çok daha geçerli olacağını düşünüyorum. Özellikle TV tarafının da ulaşabildiği geniş kitle ve çok düşük erişim maliyeti sebebiyle önümüzde 5-10 sene daha etkisini yitirmeyeceğini çok rahatlıkla söyleyebilirim.



BURHAN ÜZGEÇ
Medien Europa Kurucusu

Alman markaların ajans tercihlerini etkileyen unsurlar neler? Markaların iletişim sürecindeki beklentilerinden bahsedebilir misiniz?

Alman markalarına baktığımızda en önemli unsur güven. Geçmiş dönemde Alman markaları ile yapılan çalışmalarda gerçekten kalitesiz işler üretilip, tek seferde çok yüksek kar marjları ile çalışan ajansların sektöre ve Alman markalarının Türk medyasına bakışına çok ciddi zarar verdiğini gördük. Türk medyası hala çok ucuz ve Alman markaları için Türk müşteri kitlesi bugün eskisinden daha önemli. Geçmiş tecrübeleri olan, bu markaları tek bir kampanya ile değil de yıllarca Türk pazarında düzenli büyümeye götürebilecek ajanslar, her zaman Alman markaları ile çalışmayı başarıyorlar ve başaracaklar.



TÜRK MEDYASI HALA ÇOK UCUZ VE ALMAN MARKALARI İÇİN TÜRK MÜŞTERİ KİTLESİ BUGÜN ESKİSİNDEN DAHA ÖNEMLİ. GEÇMİŞ TECRÜBELERİ OLAN, BU MARKALARI TEK BİR KAMPANYA İLE DEĞİL DE YILLARCA TÜRK PAZARINDA DÜZENLİ BÜYÜMEYE GÖTÜREBİLECEK AJANSLAR, HER ZAMAN ALMAN MARKALARI İLE ÇALIŞMAYI BAŞARIYOR VE BAŞARACAKLAR.



DÜNYANIN EKONOMİDE MUCİZE ÜLKESİ

ALMANYA



Almanya dünyanın en büyük ekonomileri arasında yer alan bir ülke. Bu başarısında ise endüstri, ihracat, dışa açık ulusal ekonomi, güçlü orta direk, fuarlar, start-up çalışmaları ve tam kapasite istihdam oranlarının payı çok büyük. Almanya, tarih boyunca Türkiye'nin en önemli ticaret ortakları ve yatırımcılarının başında geldi. 1960'larda Türkiye'den Almanya'ya verdiğimiz göç, ülkeler arasındaki ticari ilişkinin de ötesine geçerek ayrı bir bağ kurmamızı sağladı. Bizlerde Türk tarihi için vazgeçilmez bir ülke olan Almanya'yı daha yakından inceleyelim istedik ve Almanya'da İş Dünyası özel sayımızda sizler için Almanya'nın ekonomik göstergelerini inceledik...

Dünyanın dördüncü büyük ekonomisi olan Almanya 10 yıllık aralıksız büyüme döneminin ardından 2020 yılında Covid-19 nedeniyle yüzde 4,6 küçüldü. Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu (DEİK) tarafından açıklanan veriler incelendiğinde, bu yılda küresel tedarik zincirlerindeki aksaklıklar Almanya imalat sanayinin yüzde 10,4, sabit sermaye yatırımlarının ise yüzde 3,5 küçülmeye yol açtığı görülüyor. Ancak tüm bunlara rağmen Almanya ekonomisinin 2021'de yüzde 2,8, 2022 yılının

ilk iki çeyreğinde sırasıyla yüzde 0,8 ve yüzde 0,1 büyüdüğü gözlemleniyor. Alman ekonomisinin 2022 yılında yüzde 2,1 genişleyeceği tahmin ediliyordu fakat bu genişleme enerji ve arz sorunlarının da etkisiyle 1,9 oranında gerçekleşti.

Almanya'yı güçlü kılan en önemli göstergelerden biri de Ar-Ge'ye oldukça önem vermesi. Almanya dünyada en fazla Ar-Ge harcaması yapan ülkeler arasında yer alıyor. Ülkede Ar-Ge harcamasına ayrılan tutar Gayri Safi Yurt içi Hasıla'nın (GSYH) yüzde 3'üne tekabül ediyor.

Rümeysa
Kocaman Alp

MAKROEKONOMİK GÖSTERGELER VE TAHMİNLER

| GÖSTERGE | DEĞER | 2020 | 2021 | 2022 |
|---------------------------|-------------|---------|---------|---------|
| GSYH (Cari Fiyatlarda) | Milyar USD | 3.843 | 4.226 | 4.257 |
| Büyüme | % | -4,6 | 2,8 | 2,1 |
| Nüfus | Milyon Kişi | 83,2 | 83,2 | 83,3 |
| Kişi Başı Gelir | USD | 46.216 | 50.795 | 51.104 |
| Enflasyon | % | -0,7 | 5,7 | 4,7 |
| İşsizlik Oranı | % | 3,8 | 3,5 | 3,2 |
| Cari Denge / GSYH | % | 7,1 | 7,4 | 5,9 |
| Bütçe Dengesi / GSYH | % | -4,3 | -3,7 | -3,3 |
| İhracat | Milyar USD | 1.379,9 | 1.626,4 | 1.643,2 |
| İthalat | Milyar USD | 1.172,9 | 1.421,2 | 1.532,4 |

Kaynak: IMF Küresel Ekonomik Görünüm Nisan 2022, Trademap
Derleyen: (DEİK)

'Alman malı kaliteli olur' algısı her kesime yayılmış durumda. Bu kalite algısı Almanya'nın Güney ve Doğusundaki ülkelerde daha rekabetçi iş gücü koşullarında Alman üretim kalite standartlarının korunarak üretim gerçekleştirilmesi, çok uluslu Alman şirketler için tedarik zincirinde arz güvenliği sağlıyor.

Federal hükümet, Almanya'nın dijital dönüşümünü hızlandırmak ve iklimle ilgili altyapı projelerine destek vermek amacıyla, 2021'den 2024'e kadar kamu sektörü yatırımlarını önemli ölçüde artırmayı planlıyor. Böylece, dijital dönüşüm ve yeşil dönüşüm alanlarında çalışan şirketler ve girişimciler için önemli fırsat kapıları açılacağını şimdiden söyleyelim...

TÜRKİYE İLE ALMANYA ARASINDAKİ TİCARİ İLİŞKİLER

Türkiye Almanya ile yaptığı ticarete son 19 yıldır net ithalatçı konumunda. Almanya, ülkemiz ihracatında birinci, ithalatında ise üçüncü sırada yer alıyor. Türkiye'nin Almanya'nın ithalatından aldığı pay yüzde 1,5 seviyesinde olup, bu oranda son 20 yıldır kayda değer bir değişim görülmemiş, yüzde 1,3-yüzde 1,5 bandında seyretmiştir. 2021 yılında Almanya'ya ihracat yüzde 20,9 artarak 19,3 milyar Dolar'a yükselirken, Almanya'dan ithalat yüzde 0,1 artarak 21,8 milyar Dolar'a yükselmiş ve 2,4 milyar Dolar dış ticaret açığı verilmiştir. Almanya'ya verilen dış ticaret açığı bu dönemde önceki yıla göre yüzde 58 azaldı. Son beş yıllık dönemde ülkeye yapılan ihracat yıllık ortalama yüzde 5,4 büyürken; Türkiye'nin en fazla ihraç ettiği ürünler arasında otomotiv, makineler, örme giyim eşyası, elektrikli cihazlar ve demir-çelikten eşya üst sıralarda yer aldı. İthal edilen

ENDÜSTRİ VE TİCARET KURULUŞLARININ MERKEZİ

Ruhr Havzası'nın önde gelen endüstri, bilim ve kültür merkezlerinden biri olan Düsseldorf'ta aynı zamanda matbaacılık, dış satıma dayalı ticaret, uzmanlık fuarları da kent ekonomisinde önemli bir yer tutuyor. Ren-Vestfalya Borsası, Thyssen, Mannesmann, Henkel gibi dev endüstri ve ticaret kuruluşlarının, sendikaların, büyük banka yönetimlerinin merkezleri de bu kentte toplanıyor.

ürünlerde ise makineler, otomotiv, elektrikli cihazlar, plastikler ve eczacılık ürünler sıralandı. Eylül 2021 ile Ağustos 2022 arasındaki dönemde Türkiye'nin Almanya'ya ihracatı 20,7 milyar Dolar olurken Türkiye'nin Almanya'dan ithalatı 22,4 milyar Dolar seviyelerine yükseldi.

SANAYİ METROPOLÜ; KUZAY REN-VESTFALYA

Kuzey Ren-Vestfalya, Ruhr havzasındaki kömür işletmeleri, demir çelik sanayisi ile geçmişi yüzyıllara dayanan dev bir sanayi bölgesi. Deniz, demir ve kara yolları ile Avrupa'nın üretim merkezi olan ve devamlı göç alan eyalet, aynı zamanda 1960'lı yıllarda Türkiye'den Avrupa'ya başlayan işçi göçünün de merkezi konumunda.

İşçi göçünün merkezi olan Köln, Düsseldorf, Essen, Duisburg gibi şehirleriyle Kuzey Ren-Vestfalya, son yıllarda Avrupa'da yapılanmak isteyen Türk şirketlerinin ve iş insanlarının gözde lokasyonlarından biri haline gelmeye başladı.

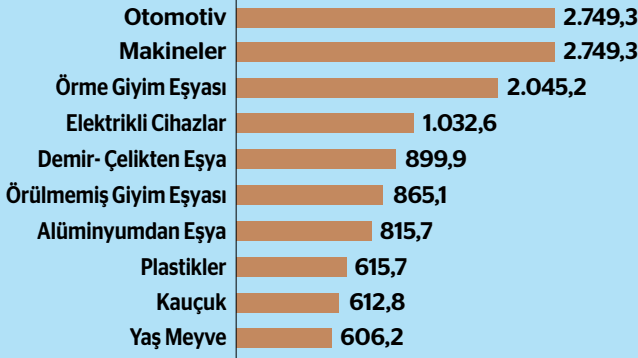
Yatırımcılar için önemli bir bölge olmasının başlıca sebepleri ise 3M, BP, Ericsson, Ford, Huawei, QVC, UPS, Toyota ve Vodafone gibi küresel şirketlerin bu bölgede yer alması elbette. Bu küresel markalar aynı zamanda yaklaşık 1 milyon kişiye istihdam sağlamasıyla da şehrin ekonomisine büyük katkılar sağlıyor.

“

**ALMANYA'YI GÜÇLÜ KILAN EN ÖNEMLİ
GÖSTERGELERDEN BİRİ DE
AR-GE'YE OLDUKÇA ÖNEM VERMESİ.
ALMANYA DÜNYADA EN FAZLA
AR-GE HARCAMASI YAPAN ÜLKELER
ARASINDA YER ALIYOR. ÜLKEDE AR-GE
HARCAMASINA AYRILAN TUTAR GAYRİ
SAFİ YURT İÇİ HASILA'NIN (GSYH)
YÜZDE 3'ÜNE TEKABÜL EDİYOR.**

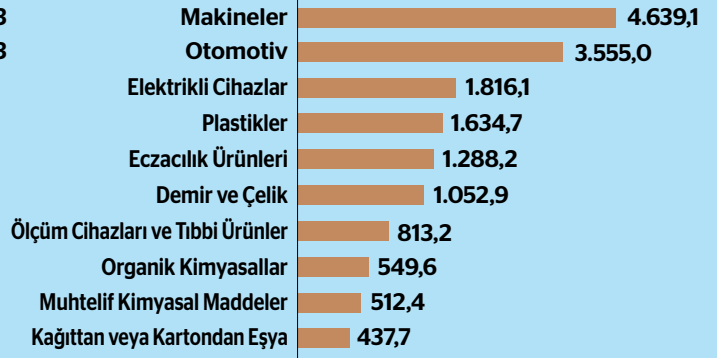
”

Türkiye'nin Almanya İhracatı (ÖTS, Milyon USD, 2021)



Kaynak: TÜİK 0 500 1000 1500 3000 2000 2500

Türkiye'nin Almanya İthalatı (ÖTS, Milyon USD, 2021)



Kaynak: TÜİK 0 2000 4000 6000

733 milyar Euro ile NRW, Almanya'nın Gayri Safi Yurt içi Hasılasının (GSYH) yüzde 20,5'ini sağlıyor. Böylelikle Kuzey Ren-Vestfalya, tüm federal eyaletler arasında belirgin bir şekilde en üstte yer alıyor. 2021 yılında eyalette ortalama kişi başı GSYH tutarı 40.951 Euro olup, çalışan başına da ortalama 76.427 Euro seviyesinde gerçekleşti.

Kuzey Ren-Vestfalya'daki işgücünün yüzde 19,7'si sanayi sektöründe çalışıyor. Özellikle Ruhr Metropol yöresi başta olmak üzere Kuzey Ren-Vestfalya Eyaleti, Avrupa'nın en güçlü sanayi bölgelerine sahip. Dünya standartlarında büyük sanayi şirketlerinin yanı sıra, kendi alanlarında lider olan düzinelerce küçük ve orta ölçekli şirketlere de ev sahipliği yapıyor. Sanayi aynı zamanda eyalet için büyüme ve refahın da temelini oluşturuyor. Almanya'nın en büyük 100 şirketinin 37'sinin merkezi, Ren ve Ruhr nehirlerinin kıyılarında konuşlanıyor. Bu sebeple de Kuzey Ren Vestfalya'ya küresel aktörlerin memleketi demek hiçte yanlış olmaz.

KONGRE VE FUAR KENTİ; DÜSSELDORF

Bugün Almanya'nın ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasal hayatında önemli yeri bulunan Düsseldorf, 1946'dan bu yana KRV eyaletinin başkenti. Düsseldorf, Ren Nehri kıyısında kurulmuş moda ve fuarlarıyla meşhur dinamik bir ekonomi bölgesi olarak karşımıza çıkıyor. Düsseldorf, yüzölçümü olarak 217 kilometrekarelik alanı ve yaklaşık

650 binlik nüfusuyla Almanya'nın en büyük yedinci şehri. Düsseldorf aynı zamanda yakın mesafelerin kenti olarak da anılıyor. Bu da yatırımcı ve yerel halk için oldukça büyük bir avantaj sağlıyor.

Ülkenin ve Ruhr Havzası'nın önde gelen endüstri, bilim ve kültür merkezlerinden biri olan Düsseldorf'ta aynı zamanda matbaacılık, dış satıma dayalı ticaret, uzmanlık fuarları da kent ekonomisinde önemli bir yer tutuyor. Ren-Vestfalya Borsası, Thyssen, Mannesmann, Henkel gibi dev endüstri ve ticaret kuruluşlarının, sendikaların, büyük banka yönetimlerinin merkezleri de bu kentte toplanıyor.

TÜRKİYE'NİN EN BÜYÜK İHRACAT PAZARI; ALMANYA

Türkiye'den Almanya'ya Aralık-Ocak ayında yapılan ihracat 1 milyar 807 milyon Dolar olurken, bu ülkeyi sırasıyla; 1 milyar 381 milyon Dolar ile ABD, 1 milyar 313 milyon Dolar ile Rusya Federasyonu, 1 milyar 149 milyon Dolar ile Irak, 1 milyar 66 milyon Dolar ile Birleşik Krallık takip etti. İlk 5 ülkeye yapılan ihracat, toplam ihracatın yüzde 29,3'ünü oluşturdu.

(Kaynak: TÜİK)

TGRT EU

Avrupa'nın Sesi Ailenizin Kanalı



**TÜRKİYE'DEN AVRUPA'YA
ÖZGÜN İÇERİK ÜRETEN
TEK KANAL**

UZUN VADELİ TİCARİ BAŞARI KISA VADELİ KÂRLARLA DEĞİŞTİRİLMİYOR

Uzun vadeli ticari başarıyı kısa vadeli kârlarla değiştirmeyen bir anlayışın sahibi olan BSH, şimdilerde ise bu anlayışını sürdürülebilirliğe dair attığı adımlarla pekiştiriyor. Gezegenimizin karşı karşıya olduğu durumun farkına vararak sürdürülebilir bir dünya için elini taşın altına çok erken koyduklarını belirten BSH Türkiye CEO'su Gökhan Sığın, "Bundan 25 sene önce, daha yasal yükümlülükler oluşturulmamışken de enerji verimli ürünler üretiyorduk. Bizi bu alanda öncülüğe taşıyan, rol model haline getiren şey; başarıyı yalnızca kârlılık oranlarımızla tanımlamayan yaklaşımımız" diyor.

Kurumsal olarak Avrupa'nın 1 numaralı ev yenilikçisi olarak nitelendiriliyorsunuz. Özellikle sürdürülebilirlik alanında çok önemli çalışmalarınız var. Neden sürdürülebilirlik? Sürdürülebilirlik BSH için ne ifade ediyor?

Avrupa'nın lider ev aletleri üreticisi olarak sürdürülebilirliği gezegenimizin geleceğinin korunması, insanların yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve refahı artıracak adımların atılması anlamında geniş kapsamlı bir yaklaşımla ele alıyoruz.



GÖKHAN SIGIN
BSH Türkiye CEO'su

Bizim gibi etki alanı geniş şirketlerin toplam değeri artırmak, istihdam sağlamak, üretim sürecinde ve ürün içeriklerinde enerji tasarrufu ve karbon azaltımı sağlamak için gerekli çalışmaları yapması gerekiyor. Bu sayede tüketicilerimiz satın aldıkları ürün ve hizmetlerin dünyada gezegene en az negatif etkiyi yapan, toplumsal dengeyi önceliklendiren, refahı ön plana alan iş modellerine dayalı olarak üretildiğini bilmenin iç rahatlığıyla kullanabiliyor.

Sürdürülebilirliğe odaklanırken bir çıkış noktamız da şu: BSH olarak ürünlerimizle dünyanın dört bir yanında tüketicilerin ev yaşamlarına dahil oluyoruz. Buradan hareketle maksadımızı yaşam kalitesini artırmak olarak tarif ettik. Bu erken dönemde ortaya koyduğumuz maksat için çalışırken, sürdürülebilirlik kaçınılmaz olarak odaklanmamız gereken bir konu. Çünkü geleceğe güvenle bakabilmek, daha eşitlikçi bir toplumsal iklimde yaşayabilmek de yaşam kalitemizi artıran unsurlar.

Biz bu yüzden “sürdürülebilirlik evde başlar” diyoruz. Evde sürdürülebilir bir yaşamı mümkün kılmak için teknoloji gücümüzü kullanarak enerji ve su tasarrufu sağlayan cihazlar geliştirirken, yaşanabilir bir gelecek için çalışıyoruz.

Uzun vadeli ticari başarıyı kısa vadeli kârlarla değiştirmeyen bir anlayışın sahibisiniz. Bu anlayış yıllar önce ortaya konuldu. Şimdi bu anlayışın sürdürülebilirlikle tam olarak örtüştüğünü söyleyebilir misiniz?

Gezegimizin karşı karşıya olduğu durumun farkına vararak sürdürülebilir bir dünya için elimizi taşın altına çok erken koymaya başladık ve bu anlamda da sektöre öncü uygulamaları hayata geçirdik. Bundan 25 sene önce, daha yasal yükümlülükler oluşturulmamışken de enerji verimli ürünler üretiyorduk. Enerji etiketi sınırlamaları daha sonra geldi ama biz bugün de hep yasaların gerektirdiğinden de iyisini yapmak için çalışmayı sürdürüyoruz. Bizi bu alanda öncülüğe taşıyan, rol model haline getiren şey, başarıyı yalnızca kârlılık oranlarımızla tanımlamayan yaklaşımımız. Çünkü biz çevre ve toplum üzerinde oluşturduğumuz etkinin en az bilançomuzdaki başarı çizgisi kadar önemli olduğunu çok iyi biliyoruz. Bugün bu yaklaşımın sürdürülebilirlik çatısı altında geniş kesimlerce de sahipleniliyor olmasından mutluluk duyuyoruz. Uzun vadede pazarda faaliyet göstermeye devam etmenin tek yolunun sürdürülebilir operasyon pratiklerini hayata geçirmek olduğu giderek daha geniş kabul gören bir gerçek.

50 ÜLKEDE 60 BİNİ AŞKIN ÇALIŞAN

BSH'de, dünyanın dört bir yanındaki insanların daha iyi bir yaşam sunmak amacıyla yaptığı çalışmalardan bahsedebilir misiniz?

Daha iyi bir yaşam sunmak için yapılanlardan bahsetmeden önce, bunu nasıl yaptığımıza değinmek aslında bu konuda da ipuçları verecektir. Sürdürülebilirlik yaklaşımımızın insan boyutunun ana unsurlarından biri olan çeşitlilik, kapsayıcılık ve eşitlik, şirket kültürümüzün temelinde yer alıyor. Gücümüzü, global seviyede 50 ülkedeki farklı deneyimlere, perspektiflere ve becerilere sahip 60 bini aşkın çalışanımızdan alıyoruz. Bu farklılıklar, çok farklı ihtiyaçlara sahip tüketici kesimlerinin beklentilerini daha net anlamamızı, onlar için çözümler geliştirmemizi mümkün kılıyor.

Biri Türkiye’de yer alan, BSH’nin dünyadaki üç Ar-Ge merkezinde, evdeki yaşamı kolaylaştırma, daha keyifli anlar oluşturma ve eş zamanlı olarak çevresel etkiyi azaltma hedeflerine katkıda bulunacak yenilikçi çözümler üretiyor.

BSH en büyük yatırımlarını Türkiye’ye yapıyor. Bu konuda neler söylersiniz. Türkiye’ye yakın zamanda yeni yatırımlar var mı?

Türkiye, genç ve donanımlı nüfusu, stratejik coğrafi konumu ve gelecek potansiyeli ile BSH için en önemli pazarlardan biri. Türkiye’de hem dinamik bir pazara sahibiz hem de gerçekten çok yüksek kalitede ve rekabetçi bir üretim gerçekleştiriyoruz. BSH’nin 130 ülkeyi kapsayan geniş bir coğrafyayı Türkiye’den yönetiyor olması da bunun bir göstergesi. Hatta Türkiye, gelişmiş satış kanalı yapısı, beş fabrikadan oluşan güçlü ve kaliteli üretim ağı, yüksek ihracat potansiyeliyle yönetim merkezi olduğu Gelişen Pazarlar Bölgesi’nin ana omurgası olarak görülüyor.

BSH Türkiye olarak, 2005 yılından bu yana yaptığımız 1 milyar Euro’nun üzerindeki yatırımla Türkiye’nin yabancı yatırımlı en büyük beyaz eşya şirketi konumundayız. Burada Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo ile enerji verimliliği ve inovasyonda dünya şampiyonu ürünleri ülkemizde geliştiriyor, üretiyor ve başta Avrupa ülkeleri olmak üzere tüm dünyaya ihraç ediyoruz. Sektörümüzün, yüksek yatırımlar içeren yapısı gereği kapasite kullanımını maksimum seviyede tutmamız sürdürülebilir başarı için önemli. Bu yüzden girdi maliyetlerinde artış olsa dahi bunu tüketiciye minimumda yansıtarak, tam kapasite çalışmayı hedefliyoruz.

BSH’nin ürün çeşitliliği konusunda bilgi almak mümkün mü?

BSH olarak Türkiye’de Bosch, Siemens, Gaggenau ve Profilo markalarıyla hizmet verirken, dünya çapında 12 marka ile yeni nesil ev aletleri üretiyor ve yenilikçi beyaz eşyaları 50 ülkede milyonlarca tüketiciye ulaştırıyoruz. Ürün portföyümüzde bulaşık makinesi, fırın, buzdolabı, derin dondurucu, çamaşır makinesi ve çamaşır kurutma makinesinden oluşan altı ana ürün grubunun yanı sıra küçük ev aletleri yer alıyor.

Ancak BSH uzun süredir sadece beyaz eşya ve elektrikli ev eşyaları üreten ve satan bir şirket olmanın çok ötesine geçmek için adımlar atan ve bugün kişiselleştirilmiş dijital işlev, hizmet ve içerikler sunan bir şirket. Cihazlarımıza kazandırdığımız bağlantılılık özelliği sayesinde ekosistem markamız Home Connect, ev aletlerini uzaktan kontrol etmeyi mümkün kılıyor. Bunun yanında konfor alanını genişleten, günlük yaşam kalitesini yükseltirken zaman tasarrufu sağlayan başka pek çok global hizmet markamız bulunuyor. Örneğin Home Connect ekosisteminin bir parçası olan dijital, video tabanlı pişirme platformu Kitchen Stories günlük yemek pişirmeyi teşvik ediyor.

Şu anda Hollanda ve Almanya’da aktif olan BlueMovement günümüzdeki paylaşım ve dönüşüm ekonomisini destekleyen bir çalışma. Yine Avrupa’da hizmet veren WeWash, apartmanlar, öğrenci yurtları gibi alanlarda kullanılan ortak çamaşırhaneleri dijital hale getiriyor.

TEKNOLOJİYLE ENTEGRESYON KURAKLIĞA ÇÖZÜM OLUYOR

Değişen iklim şartları ve küresel ısınma ile çölleşme ve kuraklık tehlikesi kendisini her geçen yıl daha yakıcı bir şekilde hissettiriyor. Tüm dünyada ve Türkiye’de uzmanlar kuraklığa karşı önlemler almak için çalışmalarına hız vermiş durumda. Bir tarım ülkesi olan Türkiye de kuraklığın etkilerini azaltmak adına ciddi projeler uyguluyor.

Dünyada iklim değişikliğinden en çok etkilenmesi beklenen bölgelerden Akdeniz Havzası’nda yer alan Türkiye’de kuraklığın geniş bölgelerde hissedileceği ve aşırı sıcak günlerin sayısının artacağı öngörülüyor. Bu nedenle kuraklık, ulusal anlamda ciddiyetle ele alınan bir sorun konumunda. Tarım sektörü; ürün verimliliği, ürün deseni, azalan su kaynakları, artan sıcaklık ve gıda güvenliği bakımından iklim değişikliğinden en çok etkilenen ve bu değişikliğe neden olan sektörlerden biri. Bu nedenle günümüzde tarım sektöründe, değişen iklim şartlarına uyumun sağlanmasına ve tarımsal faaliyetlerin neden olduğu karbon salınımının azaltılmasına yönelik yeni tarımsal yaklaşımlar kullanıldığı görülüyor. Hükümet, tarımda iklim değişikliğine uyum konularına ilişkin Ar-Ge çalışmalarının desteklenmesi ve geliştirilmesi için önüne kapsamlı bir program koymuş durumda. Tarımsal alanda ülkemizde yapılan çalışmalar Tarım ve Orman Bakanlığı Strateji Eylem Planı’nda (2018-2022); küresel iklim değişiklikleri, tarımsal çevre, kuraklık, çölleşme, diğer tarımsal afetler ve tarım sigortası ile ilgili hizmetleri yürütmek, tabi afetlerden zarar gören çiftçilere özel mevzuatında yer alan esaslar çerçevesinde yardım yapmak şeklinde görev tanımlaması yer almıştır. Strateji Planı’nda ayrıca Ar-Ge başlığı altında iklim değişikliğinin tarım sistemleri üzerine olası etkilerini ölçmek ve tedbir almaya yönelik öneriler geliştirme konuları tanımlanmıştır.

yaklaşım yatıyor. AYM aynı zamanda AB’nin ticari ilişkisi bulunan ülkeler üzerinde ekonomik etkileri olması muhtemel olan ve bazı ülkeler üzerinde derin jeopolitik yankılara sahip planlı bir dönüşüm stratejisidir. Özellikle kritik ham maddelerin tedarik sürecinde diğer ülkelere olan bağımlılığını göz önünde bulundurarak karbon kaçığını önlemeye yönelik eylemler tanımlayan AB, Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) gibi önlemler ile diğer ülkelerin ekonomileri ve sanayileri üzerinde de etkili olacak küresel bir dönüşümü tetikledi. Diğer bir deyişle Yeşil Mutabakat, yüzeyde Avrupa’nın ekonomisini ve tüketim kalıplarını yeniden yapılandırma çabası olsa bile temelde yeni bir ekonomik model önerisidir ve getirileri ile küresel bir dönüşümün tetikleyicisidir.

YENİ BİR EKONOMİK MODEL

Diğer yandan iklim krizi ile mücadelede önemli bir başlık olan ve 2019 yılı Aralık ayında gündemimize giren Avrupa Yeşil Mutabakatı (AYM), ilk zamanlarında çevre odaklı bir girişim ve dönüşüm planı olarak algılandı. Zaman içerisinde Yeşil Mutabakat, aslında Avrupa Birliği’nin (AB) yeni ekonomik dönüşüm stratejisi ve küresel düzlemde yeni konumlanma arayışına bir cevap ortaya koyan yeni bir sistemin tanımı haline dönüşüyor. AYM’nin temelinde AB’nin liderlik arayışı ile tetiklenmiş sürdürülebilir, kaynakların korunduğu, istihdam yaratan, küresel iklim krizine karşı ciddi yaptırımları barındıran bir

YEŞİL MUTABAKAT KAPSAMINDA ÖNCELİKLİ KONULAR

Yeşil Mutabakat kapsamında 11 öncelikli konu belirlenmiş durumda. Bunlar; iklim değişikliği ile mücadele, temiz, erişilebilir ve güvenli enerji, temiz sanayi, enerji ve kaynak verimliliği sağlanmış binalar, sürdürülebilir ve akıllı ulaşım, tarladan sofraya tarım, ekosistem ve biyoçeşitlilik, sıfır kirlilik, toksiklerden arınmış çevre, araştırma alt yapılarına destek, vatandaşların sürdürülebilir ve iklim değişikliğinden arındırılmış bir Avrupa için bilgi ve beceri olarak hazırlanması ve uluslararası iş birliği.

Hüsne Pamuk

“

TARIM SEKTÖRÜ İÇİN TEKNOLOJİYE ENTEGRASYON, KÜRESEL ISINMANIN OLUMSUZ ETKİLERİNİ EN AZA İNDİRMEK İÇİN ÖNEMLİ BİR SİLAH KONUMUNDA. DİJİTAL SENSÖRLERLE DONATILMIŞ TARIM ALETLERİ VE ALANLARIYLA ÇİFTÇİLERE, HANGİ ALANLARA NE KADAR VE NE TÜR GÜBRELER KOYULMASI GEREKTİĞİNİ, HAVA KOŞULLARINI, BİTKİLERİN İHTİYACI OLAN MİNERALLERİ VE SULAMAYI, TOPRAĞIN DURUMUNU, TAHMİNİ HASAT ZAMANINI GİBİ ONLARCA BAŞLIKTA OLANAKLAR SAĞLIYOR.

”

Yeşil Mutabakat ile ticaretin kuralları değiştiğinde, bugüne kadar AB'ye ihracat yapan firmaların faaliyetlerini nasıl yürüttüğü daha da önemli hale gelecek. Örneğin fabrikada hangi tür enerjiden elektrik üretildiği, üretim sürecinde çıkarılan emisyon oranı ve şirketin karbon ayak izini belgelendirmesi gerekecek. Ya da Avrupalı bir turisti ağırlamak isteyen Antalya'daki otelin de bu tip beklentileri karşılıyor olması ve karbon ayak izini belgelmesi istenecek.



SU VERİMLİLİĞİ SEFERBERLİĞİ İLE YARINLAR GÜVENCE ALTINDA

İklim değişikliğine bağlı su stresi yaşayan ülkemizde ev, iş yeri ve sanayide su kayıplarının önlenmesi, yasal altyapının oluşturulması, tarımda modern sulama yöntemlerinin kullanılması, halkın bilincinin artırılması hedefleriyle 'Su Verimliliği Seferberliği' başlatıldı. 'Su Verimliliği Seferberliği', çiftçiden sanayiciye, öğrenciden ev hanımına, özel sektörden tüm kamu kurum ve kuruluşlarına kadar, toplumun bütün kesimlerini kapsayacak şekilde kurgulandı.

Söz konusu seferberlik çerçevesinde hazırlanan "Değişen İklim Uyum Çerçevesinde Su Verimliliği Strateji Belgesi ve Eylem Planı Belgesi", günümüzde yüzde 33.54 olan su kayıp oranının 2033'e kadar yüzde 25, 2040'a kadar da yüzde 10 seviyesine düşürülmesi için yürütülecek çalışmaları içeriyor. Eylem planı kapsamında ayrıca, havzaların su varlığına ve kuraklık şartlarına uygun ürün desenleri planlanacak, iletim ve dağıtım sistemleri kapalı sistemlere dönüştürülecek, modern sulama yöntemleri kullanılacak. Gece sulamaları uygulaması yaygınlaştırılarak buharlaşmanın önüne geçilecek. Böylece tarımsal sulamada verimlilik artırılabilecek.

Bütün bu uygulamalar sonucunda, halihazırda yüzde 49 olan tarımsal sulama randımanının 2030'a kadar yüzde 60, 2050'ye kadar yüzde 65, 2070'e kadar yüzde 70, 2100 yılına kadar da yüzde 75 seviyesine yükseltilmesi hedefleniyor. Günümüzde 146 litre olan kişi başı günlük ortalama su tüketim miktarı 2050 yılına kadar kademeli şekilde 100 litreye düşürülecek."

ALINAN ÖNLEMLER SONUÇ VERİYOR

Türkiye, 2019-2030 Çölleşme ile Mücadele Ulusal Eylem Planı doğrultusunda Türkiye Çölleşme Modeli ve Risk Haritası Projesi kapsamında çölleşmeyle ilgili yedi kriter ve 48 gösterge tespit etmiş durumda. Coğrafi bilgi sistemleri tabanlı çölleşme modeli oluşturulurken aynı zamanda ulusal ölçekte çölleşme açısından 'sıcak noktalar' tespit edilerek Türkiye Çölleşme Risk Haritası üretildi. Harita 2020'de Türkiye Çölleşme Hassasiyet Haritası adıyla yenilendi. Türkiye'de 2020 sonu itibarıyla yaklaşık 9,8 milyon hektarda ağaçlandırma, erozyon kontrolü, bozuk orman alanlarının rehabilitasyonu ve mera ıslahı çalışmaları yapıldı. Dünyada en fazla ağaçlandırma yapan ilk üç ülke arasında yer alan Türkiye'de, 1970'li yıllarda erozyonla taşınan toprak miktarı 500 milyon ton/yıl iken, ağaçlandırma, erozyon kontrolü, bozuk orman alanlarının rehabilitasyonu, mera ıslahı gibi iyileştirme çalışmaları sonucunda 2020 itibarıyla 140 milyon ton/yıla düştü. 2023'te bu miktarın, tarım, orman ve mera alanlarında alınacak ilave tedbirlerle birlikte geliştirilen erozyon tahmin modeli ve izleme sistemi sonuçlarına bağlı olarak 130 milyon ton/yıla indirilmesi hedefleniyor.

TARIMDA AR-GE KAPASİTESİ GENİŞLİYOR

Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) iklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkilerini belirlemek ve tarımı olası değişikliklere uyumlaştırmak için alt yapı geliştirme çalışmalarına başlanmış ve TAGEM bünyesinde yer alan 50 adet araştırma enstitülerinde ulusal uluslararası alanlarda Ar-Ge çalışmaları yürütülüyor. Ar-Ge de alt yapı ve kapasiteyi güçlendirmek için enstitüler bünyesinde konu bazlı merkezlerin faaliyete geçirildiği görülüyor. Yapılan araştırma çalışmalarıyla üreticilerin uygulamaları-

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİN ETKİLERİNİ EN AZA İNDİREBİLMEK VE TARIMDAN KAYNAKLANAN SERA GAZLARINI AZALTMAK İÇİN DÜNYADA EN ETKİLİ MODEL OLARAK KABUL EDİLEN KORUYUCU TARIM İÇİN DOĞRUDAN EKİM YÖNTEMLERİ GELİŞTİRİLMİŞTİR. TARIMDA İLERİ TEKNOLOJİNİN KULLANIMI, DÜNYADA OLDUĞU GİBİ ÜLKEMİZDE DE ÜZERİNDE EN ÇOK DURULAN KONULAR ARASINDA.

nın genellikle kendi tecrübelerine dayanmakta olduğu, iklim değişikliği ve kuraklık konusundaki tanımlamalarının kendi göstergelerine göre değiştiği ortaya konulmuştur. Bununla birlikte bu konulara yönelik bazı alışkanlıkların değişmesi son derece önemli. İklim değişikliğinin etkilerini en aza indirebilmek ve tarımdan kaynaklanan sera gazlarını azaltmak için dünyada en etkili model olarak kabul edilen koruyucu tarım için doğrudan ekim yöntemleri geliştirilmiştir. Tarımda ileri teknolojinin kullanımı, dünyada olduğu gibi ülkemizde de üzerinde en çok durulan konular arasında. Teknoloji tarım sektörünün entegre bir parçası olmaya devam ediyor. Dijital sensörlerle donatılmış tarım aletleri ve alanlarıyla çiftçilere, hangi alanlara ne kadar ve ne tür gübreler koyulması gerektiğini, hava koşullarını, bitkilerin ihtiyacı olan mineralleri ve sulamayı, toprağın durumunu, tahmini hasat zamanını detaylı ve gerçek zamanlı bir şekilde göstererek üreticilerin işlerinin kolaylaştırılması ve verimin geleneksel yöntemlere göre en üst düzeye çıkarılması hedefleniyor.



Birbirleriyle senkronize çalışan makineler sayesinde iş yükü ve maliyet de azaltılıyor. Bunlar iklim değişikliğinin tarım üzerindeki olumsuz etkilerini ve risklerini de giderecek, en aza indirecek, tarım topraklarının ve su kaynaklarının sürdürülebilir kullanımına katkı sağlayacak çalışmalardır.

EROZYON, YAZILIM İLE TAKİP EDİLİYOR

Su erozyonu sonucu oluşan yıllık ortalama toprak kayıplarının ortaya konulması amacıyla Dinamik Erozyon Modeli ve İzleme Sistemi yazılımı geliştirildiği kaydediliyor. Böylece yapılan çalışmalarla birlikte ana su havzası ölçeğinden parsel ölçeğine doğru artan hassasiyette arazi yönetim planlarına destek verecek önemli toprak erozyonu verilerini üretmek mümkün hale geldi. Ulusal Dinamik Rüzgâr Erozyonu Modeli İzleme Sistemi ile ulusal ölçekte rüzgâr erozyonu sonucu taşınan sediment miktarı ve rüzgâr erozyonu potansiyeline sahip alanlara ilişkin ilk sonuçlar başarıyla üretildi. Başta tarım ve ormancılık sektörleri olmak üzere pek çok sektöre toprak verisi sağlamak, mükerrer toprak çalışmalarının önüne geçmek ve Türkiye Ulusal Toprak Bilgi Sistemi'nin oluşturulma hedefine destek olmak amacıyla Toprak Bilgi Sistemi geliştirildi.

KURAKLIĞA KARŞI AR-GE PROJELERİ DEVREDE

Çölleşme, kuraklık ve erozyon konularında 15 Ar-Ge projesi yürütülürken, Baraj Havzaları Yeşil Kuşak Ağaçlandırma Eylem Planı çerçevesinde barajların ekonomik ömrünün artırılması, baraj göllerine gelen toprağın azaltılması, baraj ve su havzalarının korunması, su kalite ve miktarının artması amacıyla Baraj Havzaları Yeşil Kuşak Ağaçlandırma ve Erozyon Kontrolü projeleri hazırlanıyor. Bu kapsamda 2020 yılında dört baraj ve gölet havzasında projelendirme çalışmaları tamamlandı. Öte yandan, Yukarı Havza Sel Kontrolü Proje çalışmaları kapsamında aynı yıl 13 sel havzasında projelendirme çalışmalarının yapıldığı kaydediliyor.



KURAKLIĞA DAYANIKLI ÇEŞİTLER GELİŞTİRİLİYOR

Türkiye genelinde atıl durumda olan, boş bırakılan ve nadas alanlarında gerek bitkisel üretimin artırılması gerekse kuraklığa dayanıklı çeşitlerin ekilişlerinin yaygınlaştırılmasına yönelik yüzde 75 hibeyle projeler hayata geçirilmeye başlandı. Bu kapsamda yürütülen Tarım Arazilerinin Kullanımının Etkinleştirilmesi Projesi ile 400 proje destekleniyor. Çeltik üretiminde damlama sulama projelerine öncelik tanınırken mercimek, nohut ve tritikale gibi kuru tarım ürünlerine yönelik teklif edilen projeler de hayata geçirildi.

“

İKLİM KRİZİ İLE MÜCADELEDE ÖNEMLİ BİR BAŞLIK OLAN VE 2019 YILI ARALIK AYINDA GÜNDEMİMİZE GİREN AVRUPA YEŞİL MUTABAKATI (AYM), İLK ZAMANLARINDA ÇEVRE ODAKLI BİR GİRİŞİM VE DÖNÜŞÜM PLANI OLARAK ALGILANDI.

”



ÇEVRE BİLİNCİ AİLEDE BAŞLAR

Çevre bilinci, evde başlayan bir eğitimidir ve belki de çocuklarımıza vereceğimiz en önemli insanlık dersi, doğa sevgisidir. Daha yaşanılabilir bir dünya için çocukları çok iyi eğitmemiz ve bu işe kesinlikle evden başlamamız gerekiyor. Biz de çevre bilinciyle hareket edip; bu konuda üzerimize düşeni yapıyoruz. Mesela üzerinde çalıştığımız bir projemiz var; lokantalarla anlaşılıp, yemediğimiz yemek atıklarının, restaurant çıkışında küçük kutucuklara konulup, stantlara bırakılmasını isteyeceğiz ve bunu çevredeki hayvan bakım evleri kullanılabilir. Bunun yanı sıra kooperatifi tarımla birleştirdik. Aslında en çok dikkat çekilmesi gereken şey bu... Tarlalarımızı verimsiz kullanırsak yarın öbür gün açlık kapıda diye düşünüyorum. Biz tarımla kendi kendimize yeten bir ülkeydik ve tekrar tarıma önem verilmesi, ata tohumlarının tekrar hayata geçirilmesi konusunda çok ciddi bir çalışma yapılması taraftarıyım. Bölgemizde 320 kişiden oluşan bir kadın grubu oluşturduk. O insanların boğçalarına sakladığı tohumları bulduk, çıkarttık. Unuttuğumuz lezzetleri aslında bir nevi geri kazandırmaya başladık. Ama geri dönüşümle alakalı ne yapabiliriz diye düşündük... Bununla ilgili bir tesis kurma çalışmamız vardı. İki yıldır üzerinde çalıştığımız bu projede sona



AYNUR ÇEŞMELİLER
S.S.Trakyam Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Başkanı

yaklaştık. Kemik üretim tesisi, ilik suyu ve kemik suyu üretimine başlayacağız. Geri dönüşümde kullanılmayan kemiklerin çöpe atılması da bir sorun teşkil ediyor. İşte onların çöpi, bizim ham maddemiz olacak. Onları işleyip; ilik ve kemik suyunu şişeleyerek, yemek firmalarının taleplerini karşılayacağız. Soğuk zincirle dağıtımını yapacağız. Ayrıca kaynayan kemiği bile öğütüp köpek mamalarında kullanacağız. Böylece tamamen sıfır atık hedefimize de ulaşmış olacağız.

AZ TÜKET AZ KİRLLET

Çevre ve otomobil sektörü birbirini çok etkileyen iki önemli başlık... Bugün bütün dünya karbondioksit emisyonunu konuşuyor. Bu nedenle otomotivcilere büyük iş düşüyor. Toyota bu konuda yaklaşık 30 yıl önce başlattığı hibrit araçları, pazara sunarak büyük bir adım attı.

Yani ürettiren de emisyon olmayacak, kullanırken de. Toyota, 'Doğayla iç içe, doğayla uyum içinde olan teknolojiler geliştireceğim' diye kendine bir hedef koymuştu. Bunlar sayesinde bugüne kadar 20 milyon hibrit araç sattı ve bu araçlar yaklaşık 160 milyon ton karbondioksit emisyonunun daha az salınmasını sağladı.

Toyota baştan sona daha aracı tasarlarken bugünkü gündemimiz olan geri dönüşüm konusunu da ele aldı. Bugün Toyota'nın bir aracını aldığımız zaman; örneğin o kapı sacının nereden söküleceği, plastikte, sacın nereden ayrılacağı işaretlenmiştir. Ya da elektrik motorunun içindeki nadir element malzemelerin nasıl kazanılacağı konusunda tesisler kurulmuştur. Bataryaların geri kazanımıyla ilgili daha araçlar piyasaya çıkar çıkmaz bunların nasıl sökülüp nasıl toplanacağı ile ilgili tesisler kurmak da atılan önemli adımlardandır.



SELİM OKUTUR
Toyota Türkiye Kurumsal İlişkiler Direktörü

Avrupa yıllardır dizel araçlar ürettiyordu. Bunun bir hata olduğunu anladılar. Dizel araçların insan sağlığına, çevreye çok daha zararlı olduğunu fark ettiler. Örneğin ben dizel egzozun, Marmara'daki müsilağda da çok büyük etkisi olduğunu düşünüyorum. Çünkü havaya uçan bu kimyasal gazlar, zamanla suyun da kimyasının değişmesine yol açıyor. Bizler çevre elçisiyiz. Davranışlarımızla birer rol modeli olmalıyız.

Bir Japon atasözü var 'Az tüket az kirlet.' Bizler ne kadar az tüketirsek, dünyayı o kadar az kirletiriz. Daha sağlıklı yarınlar için bunu aklımızdan hiç çıkarmamız gerekiyor.

TOPLUMSAL FAYDANIN PEŞİNDEN GİTMEK GEREKİYOR

Küresel iklim değişikliği, gıda güvencesi için risk oluştururken beslenme güvenliği açısından da tehdit içeriyor. Son yıllarda etkisini daha derinden hissettiğimiz küresel ısınma ve iklim değişikliğinin tek başına bir çevre sorunu olmadığı, tarımsal, ekonomik ve sosyal yaşam için küresel ölçekte en büyük tehdit olduğu anlaşıldı. Dünya Ekonomik Forumu tarafından 2022 yılı için yayınlanan Küresel Riskler raporunda; dünyada 10 yılda beklenen 10 riskin beşinin doğrudan veya dolaylı olarak küresel iklim değişikliğiyle ilgili olduğuna işaret ediliyor.

İklim değişikliği; toprak yapısında ve doğal bitki örtüsünde değişikliklere neden oluyor. Tarımsal üretim düşüyor, su kaynakları azalıyor ve su kalitesi olumsuz etkileniyor. Yağış rejiminin değişmesiyle bazı tarım alanlarının sular altında kaldığı ya da kuraklaştığı ve bitkilerin olgunlaşma sürelerinin değiştiği görülmektedir. Tüm sektörlerin lokomotifi olan tarımsal üretimde meydana gelen verim kaybı, bazı ülkelerde gıda arzı istikrarının bozulmasına ve fiyatların yükselmesine neden oldu. Ayrıca, diğer sektörleri de olumsuz yönde etkiledi. Pandemi, iklim değişikliği, Rusya-Ukrayna savaşı ve gıda milliyetçiliği ülkelerin gıda güvencesi ve beslenme güvenliği için, öz kaynakların ve kendi kendine yeterliliğin ne kadar önemli olduğunu gösterdi.

BU DÜNYA HEPİMİZİN

Bizler yıllardır geri dönüşümün mutfağındayız. Uluslararası Geri Dönüşüm Derneği'nin üyesi olarak geri dönüşümü dünya çapında takip ediyoruz. Tüm ülkeler yeni bir geri dönüşüm modeline evrilmek zorunda... Elbette bu yeni model, çevreyi güzelleştiren daha iyi bir model olmalı. Biz buna 'döngüsel model' diyoruz. Kullan-at mantığı, yerini geri dönüşüm modeline bıraktı. Pek çok ülke artık geri dönüşümü zorunlu hale getirme kararı alıyor. 'Atık' dediğimiz şey artık bir çöp değil, stratejik bir kaynak... Atığa bakış açımızı değiştirmemiz gerekiyor ve bunu işleyen makinelerin çevreye daha duyarlı olması şart. Kaynağında atık toplama uygulamasının kurumsallaşmasını düşünüyorum ve sokaktaki çöp toplayanların bu halini doğru bulmuyorum. Depozito sistemine geçilmesi ve atıkların bir kurum tarafından kullanılması gerekiyor. Diğer ülkeler bu konuda



MEHMET REİS

Reis Gıda Yönetim Kurulu Başkanı

Son yüzyılda insanoğlu doğaya saygı göstermedi. Biyoçeşitlilik hızla azalıyor. Doğal alan ve canlı yaşam çeşitliliği insanlık tarihinde görülmemiş bir hızla kaybediliyor. Çevreyi kirleten, doğal yaşam zincirine müdahale eden insanoğlunun, sınırlı bir dünyada sınırsız büyümeyi hedef alan yaşam tarzından ve kâr odaklı bakış açısından kurtulması gerekir. Artık günümüzde kişisel çıkarların peşinden koşmanın ötesinde toplumsal faydanın peşinden gitmek gerekiyor.

Tarım politikaları toprağın sağlığını koruyacak ve onaracak şekilde gerçekleştirilmeli. İsraftan kaçınmak, atık azaltımına gitmek, tekrar kullan ve geri kazanmak anlayışına geçmek zorundayız. Unutmayalım ki, doğal kaynaklar sınırsız değil, tükenmeden güneş, rüzgâr ve jeotermal enerji kaynaklarına yönelmeliyiz.



VEDAT KILIÇ

Değerlendirilebilir Atık Malzemeler Sanayicileri Derneği (TÜDAM) Başkanı

çok gelişti, tesislerimizi rehabilite etmemiz önemli. Geri dönüşüm konusunda alt yapıyı dünya normları seviyesine ulaştırmamız gerekiyor. Çünkü bu dünya hepimizin.

BEYOĞLU'NDAN DÜNYAYA UZANAN BİR BAŞARI HİKÂYESİ

1938 yılında “Türkiye'nin Erkek Giyim Markası” olma misyonuyla yola çıkan Kiğılı, bugün 51 ülkede 46 mağazası olan küresel bir firma haline dönüştü. Almanya'da şu an iki mağazası bulunan Kiğılı, Düsseldorf Havalimanı'nda bir mağaza açarak uluslararası havaalanında yer alan ilk Türk markası oldu. Alman piyasasını ve dinamizmini çok yakından ve güncel olarak takip eden Kiğılı'nın yeni projelerini ve hedeflerini Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hilal Suerdem ile konuştuk...



HİLAL SUERDEM

Kiğılı Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı

Erkekler için kumaş satışı amacıyla kurulan Kiğılı, 1965 yılında üretime geçti ve ilk mağazasını 1969 yılında Beyoğlu'nda açtı. Türkiye'de büyük başarılarla imza atan marka, bu başarısını ülke sınırlarının ötesine taşıyarak dünyaya açıldı. Kiğılı, bugün Türkiye'de 67 ilde 225 mağaza; dünya genelinde 51 ülke, 46 mağaza ve yılda 6 milyon 500 bin adet üretim ile dünyanın da erkek giyim markası olma yolunda emin adımlarla ilerliyor. 85 yıllık bir geçmişe sahip olan bu yerli markayı Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hilal Suerdem'den dinledik...

Almanya açılımlınızdan söz eder misiniz? Almanya piyasasına sizi yönlendiren neden ya da nedenler neler oldu?

Almanya gibi güçlü bir sanayi ve güçlü bir ekonomiye sahip ülkelerde yer almak istiyorsanız sabırlı olmak zorundasınız. Özellikle dünya çapında bilinen markalara sahip ülkelerde uzun vadeli kalmak için pazarı iyi bilmek ve stratejinizi buna göre belirlemeniz lazım.

Sadece yurt içi ve lokal çözümler ile bu hedeflerin zor olduğunu hepimiz biliyoruz. Bu hedeflere ulaşmak için dünya pazarlarını takip etmek gerekir. Bu konuda Avrupa ve özellikle Almanya ilk hedef piyasalar arasında bulunuyor. Ar-Ge, teknoloji ve ticaret alanında yaptığı ihracat ile dünya ticaretinin kalbini oluşturan ülke, Avrupa Birliği'nin de itici

gücü konumunda. Türkiye'de üretilen bir ürünü markamız ile Almanya'da satmamız hem kârlılığımızı hem de ürünümüzün imajına katma değer katacağını unutmamalıyız.

Almanya'da mağaza açılışı yaparken hangi kriterleri göz önünde bulunduruyorsunuz?

Dünyanın her yerinde olduğu gibi Almanya'da pandemi sürecinde özellikle perakende sektöründe ciddi anlamda yaralar aldı. Köklü markalar, şirketler, iflas ertelemeye girdi veya tamamen mağazalarını kapatmak zorunda kaldı. Pandemi sürecinde ve sonrası kiralar düşüşe geçtiğinde, bunları takip ederek değerlendirdik.

Almanya'daki mağazalarımızı 80-120 metrekare civarında, daha çok şık bir butik tarzında. Mağaza değerlendirmeleri yaparken daha çok küçük ve orta büyüklükte şehirlere bakıyoruz. Bulduğumuz şehrin sayılı erkek giyim mağazaları arasında olabilecek yerleri tercih ediyoruz. Şu an ağırlıklı olarak Kuzey Ren Vestfalya (KRV) Bölgesi'nde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Almanya'daki satışlarınızı rakamlar eşliğinde bizimle paylaşır mısınız? Toplam satışlarınızdan ne kadarlık bir pay alıyor bu pazar?

Almanya'da şu an kendi yatırımımız olan iki mağazamız bulunuyor. İlkinin Temmuz 2020'de moda sektöründe kadife ve ipek şehri olarak bilinen Krefeld şehrinde, diğerini ise uluslararası havaalanında ilk Türk markası olarak Düsseldorf Havalimanı'nda açtık. Avrupa'nın önde giden Alman kökenli Marketplaceleri ile ciddi ticaret hacmine ulaşmaktayız.

“SPORUN VE SPORCUNUN YANINDAYIZ”

Daha önce İtalya’da bir takıma sponsor olmuştunuz aynı şekilde burada da böyle bir düşünceniz söz konusu mu?

Kiğili olarak her zaman sporun ve sporcunun yanındayız. Yeni bir piyasaya adım atıldığında sponsorlukların ne kadar önemli olduğunu farklı ülkelerde yaptığımız örnekleriyle gördük. Almanya’da şimdiye kadar farklı futbol ve bu ülkede çok popüler olan Buz Hokey takımlarına sponsor olduk. Çeşitli spor dallarından ve sporculardan teklif alarak değerlendiriyoruz. Şirketimiz ve markamız adına faydalı olacağını düşündüğümüz sponsorlukları gerçekleştiriyoruz. Güncel olarak birkaç takım ile görüşmelerimiz sürüyor. Kısa zamanda güzel gelişmeler olabilir.

Buradaki mağazalaşmanız devam edecek mi, edecekseniz sıradaki hedefiniz neresi?

Almanya piyasasını ve dinamizmini çok yakından ve güncel takip ediyoruz. Almanya için ana hedeflerimizden bir tanesi kendi mağazalarımız ile değil, Almanya’da çok daha yaygın olan Departman Storelar ile iş birlikleri yaparak, Shop in Shop Konsepti olan kornerler ile büyümeyi tercih ediyoruz. Bu iş birlikleri ile markamızın çok daha hızlı ve daha sağlam büyümesini ön görüyoruz. Bunun için Almanya’nın önde gelen Department Storeları ile masaya oturduk, ama araya pandeminin girmesi ile bu planlarımız biraz gecikti. Bu sene piyasa kendisini toparladı ve biz aktif şekilde bu hedeflerimiz ile Department Storelar kapsamında görüşmelere başladık. Kısa zamanda ilk anlaşmamızın altına imzalarımızı atmayı hedefliyoruz. Bunun yanında koşulları ve lokasyonu uygun, ilgilimizi çeken mağaza teklifleri gelir ise değerlendireceğiz.

“NFT ÜZERİNDE İLERLEMİYİ PLANLIYORUZ”

Türkiye’den globale açılmak isteyen yatırımcılara tavsiyede bulunacak olsanız neler söyleyebilirsiniz?

Kesinlikle açılmalarını tavsiye ederim. Piyasayı iyice araştırmalarını, pazar analizini yapmalarını ve yatırım yapacak doğru insanlar ile yola çıkmalarını isterim. Doğru insanlardan kastım mali müşaviri, avukatı, muhasebecisi yani özet olarak pazarı iyi bilen insanlarla işe başlamalarını öneriyorum. Çıkılacak yol çok kolay bir yol değil, ama dürüst, ahlaklı ve piyasa kurallarına uygun şekilde ticaret yapmaya gelirlere başarılı olurlar.

Geçtiğimiz aylarda holografik NFT defilesi düzenlemiştiniz bunun gibi farklı projeleri bu pazarda da hayata geçirmeyi düşünüyor musunuz?

NFT eserlerin yaygınlaşmaya başlamasıyla biz de çalışmalarımızı bu noktada hızlandırdık. Holografik NFT’lerin sanal hayatta fazlasıyla tercih edilmesiyle birlikte fiziki dünyamıza nasıl entegre edebiliriz şeklinde düşünmeye başladık. Bu noktada hem yatırımcısı olduğumuz hem de iş birliği yaptığımız Goart Metaverse firmasıyla ilerlemeye karar verdik.



KEREM BUL

Kiğili Almanya Bölge Direktörü

ALMANLARIN GÜVENİNİ KAZANDIK

“Kiğili, Türkiye’de herkes tarafından bilinen, güvenilir ve takdir edilen bir marka. Almanya’da yaşayan hemen hemen her Türk’ün de bildiği bir marka olduğundan dolayı ilk aylarda Krefeld mağazamıza ağırlıklı olarak Türkler geliyordu.

Almanlar güvene bağlı ticaret ve alışveriş yapan bir ülke, bu sebepten dolayı ilk başta güvenlerini kazanmamız gerekiyordu ve bunu çok kısa zamanda mağazalarımızda yer alan ürün kalitemiz, fiyat politikamız ve en önemlisi müşterilerimize sunduğumuz hizmet ile başardık. Şöyle bir gerçek ile karşılaşıyoruz; mağazamıza giren, bizi önceden tanımayan bir Alman müşterimiz, ilk ziyaretinden sonra markamızı ve ürünlerimizi tanıyıp alışveriş için tekrar bizi tercih ediyor. Havalimanı mağazamızı açtıktan sonra bilinirliğimiz daha da arttığı için Kiğili ürünleri artık hem Türk hem de Alman müşterilerin tercihleri arasında eşit şekilde ilerliyor.”

Metaverse dünyasında yaşanan tecrübe ve deneyimlerde NFT’ler çok fazla kullanılmakta. Platformda oluşturulan dijital mağazamızda ürünlerimizi sanal olarak deneyimleme ve NFT işlemleri üzerinde ilerlemeyi planlıyoruz. Dijital mağazamızda yapılan işlemler üzerinden fiziki mağazalarımızda da sağlanabilecek avantajlar üzerinde çalışıyoruz. Şimdiden birkaç senaryomuz hazır vaziyette. Blockchain dünyasında yine iş birliği yaptığımız ve yatırımcısı olduğumuz Octopus NFT firmasıyla da farklı bir yol izlemekteyiz. Octopus firması üzerinden yapılan NFT işlemlerinde sanal dünyada NFT sahibi oluyorsunuz talep etmeniz halinde ise kendileri size fiziki olarak ekran üzerinde NFT’nizi sergileyebileceğiniz bir ekran sunuyor. Blockchain dünyası her ne kadar birbiriyle iç içe olsa da Metaverse dünyasında Goart, NFT dünyasında Octopus ile ilerliyoruz ve yaptığımız iş birlikleri bizi çok heyecanlandırıyor.

YEŞİL ENERJİ VE DİJİTALLEŞMEDE ANAHTAR ÇÖZÜMLER

Temiz Enerji ve Dijitalleşme.. Sürdürülebilirlik açısından oldukça önemli olan bu iki kavram için de çalışmalar yürütüyor Mehmet Çavuş... Mentor4B ile makine üretici firmaların dijitalleşmelerini ya da sanayi 4.0'a geçmek isteyen fabrikaların e-dönüşümünü gerçekleştirirken; H2era'da ise yeşil enerji üretiminden, elektrolizörlerde hidrojen üretimine ve yanma sistemlerine kadar uçtan uca anahtar teslim çözümler sunuyor. Mentor4B ve H2era'nın faaliyetlerini dinlemek üzere kurucu Mehmet Çavuş ile Almanya'da İş Dünyası'nda bir araya geldik...

Öncelikle bize biraz Mentor4B'den bahseder misiniz? Nasıl bir fikrin ürünü olarak doğdu?

Mentor4B 'Mentor for business'ın kısaltması. Mentor4B, her ne kadar 2017 yılında kurulmuş olsa da, 2000 yılında kurduğum yazılım, donanım, network ve elektronik alanında Ar-Ge yaparak yeni teknolojiler üreten dört farklı firmanın deneyimlerinin toplamı aslında. Geçen yıllar içerisinde 12 binden fazla müşterimizde ve iş ortaklarımızda edindiğimiz ortak iş yapma, farklı alanlarda ürün geliştirme ve değer üretme metodolojimizin eko sisteme dönüştürülmüş hali. Mentor4B aslında 'Kazandıran Çözümler' üreten bir ekosistemin orkestra şefi ve aynı zamanda ana aktörü.

"SANAYİ DEVRİMİNİ GERÇEKLEŞTİRİYORUZ"

Mentor4B olarak makine üretici firmaların ya da Sanayi 4.0'a geçmek isteyen fabrikaların e-dönüşümünü gerçekleştiriyorsunuz. Nasıl yapıyorsunuz bunu? Fabrikaları bu dönüşüme adapte etmek için kullandığınız stratejiler nelerdir?

Öncelikle firmaların mevcut durumlarını inceliyoruz, sonra onları dinliyoruz. Ardından onların somut sorunları-

na çözüm olacak bir proje başlatıyoruz. Bu sorunu ortadan kaldırırken onların işleyişlerini ve detay mekanizmalarını keşfediyoruz. Fabrika kendimizin gibi detaylı öğrenince de biz sizin yerinizde olsaydık şu süreci şöyle yapardık, şu ürünü üretiyorsunuz ama şu ürünü de üretebilirsiniz şeklinde yeni projeler başlatıyoruz. Bu işlemleri yaparken de firmanın e-dönüşümünü yapıyor ve aynı zamanda da sanayi devrimini gerçekleştiriyoruz. Yeni projeler yaparak bu süreci ilerletmemizin ana sebebi, dönüşüm düşünce yapısını değiştirmekle ve geleceği hayal edebilmekle başlar. Bizde yaptığımız yeni projelerde önce müşterilerimizin rutin döngülerinin dışına çıkmalarını ve farklı düşünme becerileri kazanmalarını sağlıyoruz. Çünkü dönüşüm önce kafada başlar.

Geleneksel kaynaklara alternatif olan hidrojen, geleceğin yıldızı olarak görülüyor. Türkiye şu an bu enerjide hangi aşamada ve potansiyeli nedir?

Türkiye hidrojen açısından çok avantajlı bir konumda. Ülkemiz yeşil hidrojen üretimi için gerekli olan yenilenebilir enerji ve su kaynaklarına sahip. Türkiye'nin hidrojen dönüşümündeki en büyük handikapları;

“

2022 YILINDA ANA İŞİ HİDROJEN GİBİ ENDÜSTRİYEL GAZLARIN ÜRETİMİNE TEKNOLOJİLER ÜRETEEN H2ERA FİRMASINI KURDUK. H2ERA'DA YEŞİL ENERJİ ÜRETİMİNDEN, ELEKTROLİZLERDE HİDROJEN ÜRETİMİNE VE SONUNDA YANMA SİSTEMLERİNE KADAR UÇTAN UCA ANAHTAR TESLİM ÇÖZÜMLER SUNABİLİYORUZ.

”

-Mevcut sistemlerin çoğunun doğalgaza göre ayarlanmış olması,

-Doğalgazın Türkiye'de Avrupa gibi yeşil ekonomiye geçmeye karar vermiş olan ülkelere göre çok ucuz olması,

-Hidrojene dönüşüm içinde ekstra bir yatırım gerekmesi.

Türkiye şu anda hidrojenin nasıl endüstriyel tesislerde kullanılacağı konusunda daha yolun başında. Çünkü firmaların hidrojen gazının mevcut üretim proseslerine nasıl adapte edileceği konusunda bilgisi yok ve bu yönde dönüşümün ne kazandıracağı konusunda tedirginlikleri var. Lakin bir taraftan da yurt dışına ihracat yapan bir ülke olması sebebi ile de karbon vergisinden dolayı yatırım yapmaları da gerekiyor.

ENDÜSTRİNİN BAĞIMSIZ ARGÜMANI; HİDROJEN

Siz bu yeşil enerji kaynağı ile ilgili H2era'da neler yapıyorsunuz? Çalışmalarınızdan kısaca bahsedermisiniz?

Bir iştirakimiz uzun bir zamandır endüstriyel tesislerin kullanımı için anahtar teslim güneş enerjisi çözümleri ürettiyor. Müşterimize elektriklerini kendileri üretmeleri özgürlüğü kazandırmaya devam ediyoruz. Ancak endüstrinin üretim süreçlerinde kalorifik ihtiyacını karşıladığı kömür, LPG ve Doğalgaza olan bağımlılığı bize dert olmuştu. Çünkü bazı sektörlerin gaza veya kömüre ödedikleri bedeller, elektrige ödedikleri bedelin 3-4 katına çıkabiliyor. Ve aynı za-



MEHMET ÇAVUŞ

Mentor4B & H2era Kurucusu

manda havayı da kirletiyorlar. Endüstrinin bu yüksek kalori ihtiyacını karşılayabileceğimiz en bağımsız argümanı hidrojen olarak gördük ve bu alanda Ar-Ge yaptık. Bu alandaki çalışmalarımızın meyvelerini vermesi üzere yeni bir çağ açmak için 2022 yılında ana işi hidrojen gibi endüstriyel gazların üretimine konu teknolojiler üreten H2era firmasını kurduk. H2era'da yeşil enerji üretiminden, elektrolizlerde hidrojen üretimine ve sonunda yanma sistemlerine kadar uçtan uca anahtar teslim çözümler sunabiliyoruz.

Gelecek planlarınızda neler yer alıyor?

Ekosistem olarak sürdürülebilir ekonomi adına dijitalleşme ve yeşil/mavi ekonominin yanı sıra sağlıklı gıda alanındaki ürün ve çözümlerimizi artırmaya devam ediyoruz. Önümüzdeki 10 yıl ve sonrasında dünyada bu konu başlıklarını sıkça duyacağız. İleri teknoloji alanında ise nadir elementler, nükleer ve yapay zekâ alanında uluslararası Ar-Ge çalışmaları yapıyoruz. 23 yıldır edindiğimiz ortak değer üretme becerimizi ve global iş yapma yetkinliğimizi artık merkezî çözümler üreten ve dünyanın sürdürülebilirliğine hizmet eden, entegre bir yapıya kavuşturmayı hedefliyoruz.

Türkiye'nin hidrojen dönüşümündeki en büyük handikapları;

- Mevcut sistemlerin çoğunun doğal gaza göre ayarlanmış olması,
- Doğal gazın Türkiye'de Avrupa gibi yeşil ekonomiye geçmeye karar vermiş olan ülkelere göre çok ucuz olması,
- Hidrojene dönüşüm içinde ekstra bir yatırım gerekmesi.



YENİ DÜNYA DÜZENİ “MADENLER” ÜZERİNE KURULUYOR

Ülkelerin kalkınmaları ve refah seviyelerinin artması için şu üç unsur güçlü olmalı; sanayi, enerji ve tarım. Bunların temellerini oluşturan stratejik ürün ise ‘Maden’. Çünkü her şeyde maden kullanıyoruz, maden çıkarırken bile... “Yeşil enerji madenler üzerine kurulacak ve kalbinde madenler yer alacak” diyerek madenlerin önemine vurgu yapan **İstanbul Maden İhracatçıları Birliği Başkanı Rüstem Çetinkaya** ile madenin neden bu kadar önemli ve stratejik olduğunu konuştuk...

Röportaj
Merve
Sibel Sili

Madenler olmazsa olmazımız hayatımızın her alanında kullanılan madenlere haksızlık mı yapıyor? Madenleri biz de kullanıyoruz ancak savunması size kalıyor...

Bir insan hayatı boyunca bin 500 ton maden kullanıyor. Dünyada en çok tüketilen maden agrega. Halk dilinde mıcır denilen ama betonun çimentonun ana ham maddesi olan asfaltlarda tüm alt yapı malzemelerinde kullanılan agrega, hayatta en çok yer alan madenlerden biri. Toplumda herhangi bir kamu binasından faydalanıyorsanız, bir asfalttan geçiyorsanız siz de o madeni tüketenler içerisinde oluyorsunuz. Bugün bir bardakta, kullandığınız teknolojiye, camda ve hatta tarımda bile maden var. Tarımda gübre olarak kullanılan pek çok malzeme aslında maden. Gübre torbalarının içeriğine baktığımızda en başta da amonyum fosfat bulacaksınız, kükürt görürsünüz. Birçok Güney Amerika tesisi bor madenini direk gübre olarak kullanıyor. Dolayısıyla tarımın verimli olabilmesi için maden ürünlerini kullanıyoruz. Türkiye’de gübrenin yaklaşık 10’da 1’i üretiliyor, kalanını ithal ediyoruz. Gübrede 2,5 milyar Dolarlık bir ithalatımız var, ithalata bağımlıyız. Tarım sektörü de bir an önce madeni önceliği haline getirmeli.

Bir ülkenin kendine yetebilmesi için madenlerini kendi kaynaklarından çıkartması lazım. Fakat madenler çevreye zarar veriyor diye yanlış bir algı var. Bu nasıl anlatılmalı?

Bugün metal sektöründe kullandığınız her şey zaten maden. İthalata baktığımız zaman bizim birçok ana ham maddede açığımız var. Pandemiden sonra herkes tarıma öncelik verdi. ‘Tarım olmazsa olmaz’ biz de aynı görüşteyiz. O ya da bu diye bir seçenek olmamalı, ‘Çevre’ ya da ‘Maden’ dememeliyiz. Böyle bir seçeneğe karşıyız.

Diyoruz ki, tarım olmadan hayat olmaz ama ikinci sırada madenler geliyor. Önce insanı, sonra çevreyi, sonra madeni önceleyen bir madencilik diyoruz biz. Bu anlayışla hareket eden bir sektörüz. Herkesi, tarım sektörü başta olmak üzere birlikte hareket etmeye ‘Çevre’ ve ‘Maden’ ikilisine de birlikte sahip çıkmaya davet ediyoruz. İtalya’da bir zeytin arazisinin içinde maden ocağı var. Nasıl yaptınız diye sorduk.



ALMANYA’YA YAPILAN MADEN İHRACATI 2022 YILINDA 181 MİLYON 355 BİN DOLAR’I AŞTI. ALMANYA, TÜRKİYE’NİN EN ÇOK İHRACAT GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ÜLKELER SIRALAMASINDA SEKİZİNCİ SIRADA YER ALDI.



Dediler ki, ‘‘AB kurallarımız belli, ulusal kurallarımız belli biz yerelde ilgili var ise valilik, maden sahibi ve halk oturuyor herkesin endişelerini dinliyoruz, bertaraf edilebildiği kadar’’. Ağaç kesilmemesi mümkün değil ancak madencilik sektöründe bir rehabilitasyon var ve yasa ile zorunludur. Tarım ve Orman Bakanlığımız bizden her sene ağaç bedeli alıyor ve yeni ağaç dikimleri yapıyor. En sonunda da rehabilite etme zorunluluğu madencinin kendisindedir. Aksi taktirde sahayı terk edemez. Kamuoyunda rehabilitasyonun keyfi olduğu yönündeki bilgi yanlıştır. Bu bir yasal zorunluluktur. Avrupa Birliği normlarına göre madencilik yapıyoruz. Bu sebeple de halkımızın endişe etmesine hiç gerek yok. Kamuoyunda şöyle bir algı var; ‘‘İstedikleri yere istedikleri gibi giriyorlar’’. Bu algı doğru değil. Devletimizin birçok kurumu var. Sekiz ayrı bakanlıktan izin alıyoruz. Her biri en az bu toplumun diğer fertleri kadar çevreci, duyarlı ve hassas bundan hiç kimsenin şüphesi olmasın. Çevresel etki değerlendirme raporlarına ciddi bir güvensizlik olduğunu fark ettik. Halbuki ÇED raporunda 18 ayrı kurum 72 tane imza var. Bu imzalar atılırken Avrupa Birliği normlarından daha sıkı ve daha hassas davranıyorlar.

DÜNYADA BİLİLEN 90 MADENİN 80’İ TÜRKİYE’DE

Türkiye madenlerde oldukça zengin bir ülke, madenleri doğru bir şekilde çıkarttığı takdirde dünyada hangi noktada olur?

Dünyadaki maden zengini ülkelere baktığımız zaman, 90 tane bilinen maden tipinin 80’ine ülkemizde sahibiz.

Bugün özellikle Güneydoğu'da Hakkari bölgesinde çok değerli metalik sahalar keşfedilmeye başlandı. Önce kendi madenimizi çıkarmamız dış ticaret açığını çok rahat dengeleyecektir.

Dünyada maden zengini ülkeler gayri safi milli hasıladan ne kadar pay alıyor? 80 çeşit madeni olduğunu belirttiğimiz Türkiye, bu pastadan ne kadarlık pay alıyor?

Çin, Rusya gibi ülkeler yüzde 14-15-20'lere varan paylar alıyor. ABD Kanada yüzde 7-8 alıyor. Türkiye'nin aldığı paya bakarsak Gayri Safi Milli Hasıla'dan (GSMH) yüzde 1.3 pay alıyoruz. Madencilik zengini ülkelerin dünya ortalamasına bakarsak yüzde 7-8 gibi bir rakam görüyoruz. Biz yüzde 1.3 ile 6,5 milyar Dolarlık ihracat yapıyorsak, dünya ortalamasına geldiğimizde ihracatımızın 40 milyar Dolar seviyelerine ulaşacağını söylemek mümkün. Elimizdeki birçok madenin aslında potansiyel rezervlerini biliyoruz ve ithalatçı konumundayız. Örneğin demir, biz cevherden değil hurdadan demir üreten bir ülkeyiz. Bu anlamda hurda bağımlılığımız var. Ancak birkaç sene sonra AB' de hurda ihracatını yasaklamaya hazırlanıyor. Bizim birçok üretim merkezimiz buna dayalı olduğu için sistemlerini değiştirerek cevherden ürün üretmeye kendini adapte etmek zorunda.

Bizde demir, bakır, kurşun, çinko, krom var. Metalik madenlere baktığınızda zamanında yabancılar gelmiş 1800'lü yıllarda bunları keşfetmişler. Bunlar topraklarımızın altına yatıyor. Kendi kendimize yetebilir, ithalatı engelleyecek önlemler almak zorundayız.



ALMANYA'YA İHRACAT YÜZDE 22,92 YÜKSELDİ

Maden sektörünün 2022'de ihracattaki seyri nasıldı? 2023 yılına dair ihracattaki hedefler neler?

Maden sektörünün ihracatı 2022 yılında yüzde 9,13'lük artışla 6 milyar 469 milyon Dolar seviyesine çıktı. Geçen yıl maden sektörünün en çok ihracat gerçekleştirdiği ülkeler sıralamasında yüzde 14,71'lik gerilemeye rağmen Çin ilk sırada yer aldı. Çin'e yapılan ihracat 1,4 milyar Dolar oldu. İkinci sıradaki ABD'ye 630 milyon Dolar'lık ihracat yapılırken, geçen yılın aynı dönemine göre artış yüzde 11,8'i buldu. Üçüncü sırada ise yüzde 47,59 artışla Bulgaristan yer aldı. Bulgaristan'a ihracat 386 milyon Dolar'a yükseldi. Yüzdesele anlamda en dikkat çekici artışlardan birisi yüzde 56,19'luk artışla 335 milyon Dolar'ı geçen İtalya'da oldu. Maden sektörünün ihracatında beşinci sıra ise İspanya'nın oldu. İspanya'ya ihracat geçen yıla göre yüzde 8,51'lik düşüşle 274 milyon Dolar seviyesine geriledi. Almanya'ya yapılan maden ihracatı ise 2022 yılında 181 milyon 355 bin Dolar'ı aştı. Almanya, Türkiye'nin en çok ihracat gerçek-



leştirdiği ülkeler sıralamasında sekizinci sırada yer aldı. Almanya'ya 2021 yılında yapılan ihracat ise 720 milyon 944 bin Dolar seviyelerindeydi. 2021'e göre artış yüzde 22,92 oldu. 2022 başında maden ihracatında 7,5 milyar Dolar'lık ihracat hedefiyle yola çıkmıştık. İlk altı ay yüzde 25'lik artışla devam ediyorduk. Ancak, sonrasında ABD'deki ve AB'deki resesyonun etkilerini görmeye başladık. Çin'de de koronavirüs etkileri devam edince sektörün ihracatı yavaşladı. Bu gelişmeler dikkate alındığında hedefimize ulaşamadık. Gelecek yıl için de benzer durumlarla karşı karşıyayız. 2023'ün ilk altı ayında ihracatımızın çok artmasını beklemiyoruz. 2023'ün ikinci altı ayından sonra dünyada yaşanan gelişmeler farklılaşırsa, ihracatta 2022 ile aynı seviyeleri yakalayabilir ya da bir miktar yukarı çıkabiliriz.

"ELEKTRİKLİ OTOMOBİL İÇİN DE MADENE İHTİYAÇ VAR"

İklim krizi ve yeşil enerji gibi başlıkları sıklıkla konuşuyoruz. Bunun için de rüzgar ve güneş gibi alanlardan enerji elde etmeye çalışıyoruz. Elektrikli otomobilin olmazsa olmazı maden. Gün geçtikçe artan maden karşıtlığı ile bu nasıl mümkün olacak?

Uluslararası enerji ajansı pandemide 'Kritik madenlerin yeşil enerjideki rolü'ne ilişkin bir rapor yayınladı. Raporun sonunu ise şu şekilde bitirdi; "Yeni yeşil dönüşüm, kritik madenlerin üzerine inşa edilecek" nedir bunlar?

Özellikle elektrikli araçların sayısı arttığında madenlerin kullanımı artacak. Bunların başında da Lityum geliyor. 2040'a gelindiğinde batarya teknolojilerinin enerji verimliliğini artıran Lityum'un kullanım oranı da 42 kat artacak. Aynı zamanda Kobalt ve Nikel'in kullanımları da artacak. Yani sadece elektrikli otomobillerde değil, rüzgar santralleri, güneş santralleri aslında her birinin temelinde madenler var. Güneş santrallerinin temelinde silisyum, alt yapılarında alüminyum var. Tüm bu elektrik sistemlerinin aktarımında ise hala bakır teller kullanılıyor. Bu kritik madenler geleceğin yeşil dönüşümünü inşa ederken en önemli girdiler olacak. Madenlere sahip olan ülkeler yeşil dönüşümde daha başarılı olacak.



"MADENCİLERİN HAKKI ÖDENMEZ"

Türkiye asrın felaketini Kahramanmaraş merkezli 7,7 ve 7,6 büyüklüğündeki iki depremle yaşadı. Güney Koreli ekiplerin "oraya giremeyiz" dediği enkaza, Zonguldak Maden ekibi domuz damı sistemiyle girdi ve canlarımızı göçük altından kurtardı. Madencilerimizin bu depremde yaptıklarını anlatır mısınız?

Türkiye'yi derinden yaralayan deprem felaketinin ardından maden sektörü olarak hemen harekete geçtik. Türkiye'nin dört bir yanında çalışan madencilerin bölgeye hareket etmesi için organize olduk. Madencilik şirketleri de enkazlarda kullanılacak tüm iş makinelerini bölgeye göndermek için seferber oldu. Bu büyük felaketin ardından tüm Türkiye nasıl tek yürek olduysa madencilik sektörü olarak biz de tek yürek olduk. Gözünü kırpmadan bölgeye giden madencilerimiz canla başla mücadele etti. Bundan sonrası için de maden sektörü olarak elimizden gelen tüm desteği vermeye devam edeceğiz. Hepsi gönüllü olarak yola çıktılar. Bölgeye sevk için anında organize olmaya başladık. Yer altında kazma ve çalışma becerisi olan birçok arkadaşımız da bölgeye sevk edildi. Toplamda 9 bin 782 madenci bölgede görev yaptı. Birçok kişinin giremediği yere, girilmesi en zor yerlere dahi onlar girdi. Göreve atılmaktan da hiç korkmadılar. Çok büyük kahramanlık örnekleri sergilediler. Her şeyden önce birçok insanın girmekten imtina edeceği dar alanlara girebiliyor ve göçük altında ne yapabileceklerini çok iyi biliyorlar. Vatandaşlar, arkasında 'Madenci' yazan her madenciyi enkaz altındaki yakınlarını çıkartmak için kollarından tutarak 'Lütfen bizim buraya gelin, yardım edin' diye hepsini götürmeye çalıştılar. Maden sektörü sadece felaketlerle anılmasın, maden sektörünün kahramanlıkları böyle zamanda ortaya çıkıyor. Biz ülkemizin dağlardaki bekçileriyiz. Orada bütün arkadaşlarımız gönüllü olurken çok zor şartlarda çalışacaklarını biliyorlardı. Çoğu ya çadırlarda ya da arabalarda kaldı. Hiçbirinin uyumakla ilgili bir derdi yoktu. Onların hakkı ödenmez.

AVRUPALI HASTALAR NEDEN TÜRKİYE'Yİ TERCİH EDİYOR?



HAYATİ ODABAŞI

*Türkiye Hastanesi Genel Müdürü
OHSAD Yönetim Kurulu Üyesi*

Sağlıkta Dönüşüm Programı'nın uygulandığı Türkiye; sağlığa erişilebilirlik, finansal sürdürülebilirlik ve insan kaynakları ile dünyada örnek bir lokasyon haline geldi. Bu açıdan devlet tarafından da desteklenen sağlık turizmi ve tanıtım faaliyetlerinin de katkısıyla Türkiye'de sağlık hizmeti alan ve almak isteyen Avrupalı hasta sayısı gün geçtikçe artıyor.

Avrupa'daki ülkelerin büyük çoğunluğunun sağlık sistemi, kapsamlı ve gelişmiş bir yapıdadır. Bu yönden 2003 yılında 'Sağlıkta Dönüşüm Programı' adı altında Türkiye'de yapılan köklü sağlık reformlarında da Avrupa'daki bazı ülkelerin sağlık sistemlerinden istifade edilmiştir. Ancak yaşanan pandemi döneminde de görüldüğü gibi Avrupa'daki sağlık sistemleri insanların beklentilerini yeterince karşılayamamış; özellikle sağlığa erişim ve uzun bekleme süreleri alternatif ülkeleri gündeme getirmiştir. Sağlıkta Dönüşüm Programı'nın uygulandığı Türkiye; kamu özel hastaneler ile yeni inşa edilen Şehir Hastanelerinin dahil olduğu sağlık sistemi ile sağlığa erişilebilirlik, finansal sürdürülebilirlik ve insan kaynakları ile dünyada örnek bir sağlık sistemi haline gelmiştir. Bu açıdan devlet tarafından da desteklenen sağlık turizmi faaliyetleri ve tanıtım faaliyetlerinin de katkısıyla Türkiye'de sağlık hizmeti alan ve almak isteyen Avrupalı hasta sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Peki, dünyada en gelişmiş sağlık sistemlerinin bulunduğu Avrupa'dan hastalar neden Türkiye'ye geliyor?

TÜRK SAĞLIK SİSTEMİNDE SAĞLIK TURİZMİ

Ülkemizin coğrafi konumu bu konuda bir avantaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaklaşık 1 milyar insana ve 57 ülkeye sadece 3- 4 saatlik bir uçuş mesafesinde yer alıyor olmamız ve Avrupa'nın birçok ülkesinden kara yoluyla da ulaşımın mümkün olması sağlık turizmi için en ideal bölge olarak değerlendirilmektedir.

Öte yandan Türkiye son yıllarda sağlık turizmi açısından hızla gelişen bir ülke olmuştur. Türkiye, modern sağlık altyapısı, donanımlı hastaneleri, kaliteli tıbbi hizmetleri, deneyimli doktorları ve tedaviye erişim kolaylığı nedeniyle yurt dışından birçok hasta çekmektedir.

Türkiye'de yapılan tıbbi işlemler genellikle diğer ülkelere göre daha ekonomiktir, ancak bu durum kaliteden ödün verilmesi anlamına gelmez. Türkiye'de birçok sağlık kuruluşu, uluslararası akreditasyonlara sahiptir ve bu da Türkiye'de yapılan tıbbi işlemlerin dünya standartlarında olduğunu gösterir. Türkiye ayrıca birçok tıbbi branşta uzmanlaşmıştır.



Örneğin; estetik cerrahi, diş hekimliği, organ nakli, kalp cerrahisi, kanser tedavisi, kadın doğum gibi birçok alanda yüksek başarı oranlarına sahiptir.

Türkiye’de yürütülen sağlık turizmi faaliyetlerinin güvenilir olması da önemli bir faktör olarak göze çarpmaktadır. Ülkemize olan güvenin temel sebebi buranın bir sağlık turizmi politikasının olması ve bu turizmin Sağlık Bakanlığı tarafından desteklenip denetlenmesidir.

Bu nedenlerden dolayı, yurt dışından birçok insan sağlık nedenleriyle Türkiye’ye gelmektedir. Türkiye, sunduğu yüksek kaliteli sağlık hizmetleri ve uygun fiyatları ile sağlık turizmi açısından oldukça popüler bir destinasyon haline gelmiştir. Bunların yanında geleneksel turizm ve termal turizm imkânları da hastaları cezbetmektedir. Türkiye zengin kültür ve tarihi mirasları görme deneyimini yaşatmaktadır.

SAĞLIK TURİZMİNDE LİDER BUTİK HASTANE; TÜRKİYE HASTANESİ

Türkiye’deki sağlık turizminin gelişmesine paralel olarak bu konuda önemli adımlar atan Türkiye Hastanesi, Türkiye’nin kalbi İstanbul’da bulunan ve ticaret ve sağlığın merkezi durumu haline gelen Şişli destinasyonunda yer alıyor. İlk özel sağlık kuruluşlarından biri olan Türkiye Hastanesi’nin hizmet verdiği hastane kompleksi 1894 yılında Sultan II. Abdülhamid tarafından yaptırılmış, 1991 yılında İhlas Holding tarafından restore edilerek işletilmeye başlanmıştır. Kompleks yaklaşık 18 dönüm arazi üzerinde yer alıyor, iç içe geçen tarihi modern yapıları ve yeşil bahçesi ile bulunduğu bölgede bir vaha havası yaşıyor. Türkiye Hastanesi yıllık ortalama 250 bin hastaya hizmet sunuyor, 17 bin ameliyat gerçekleştiriyor.

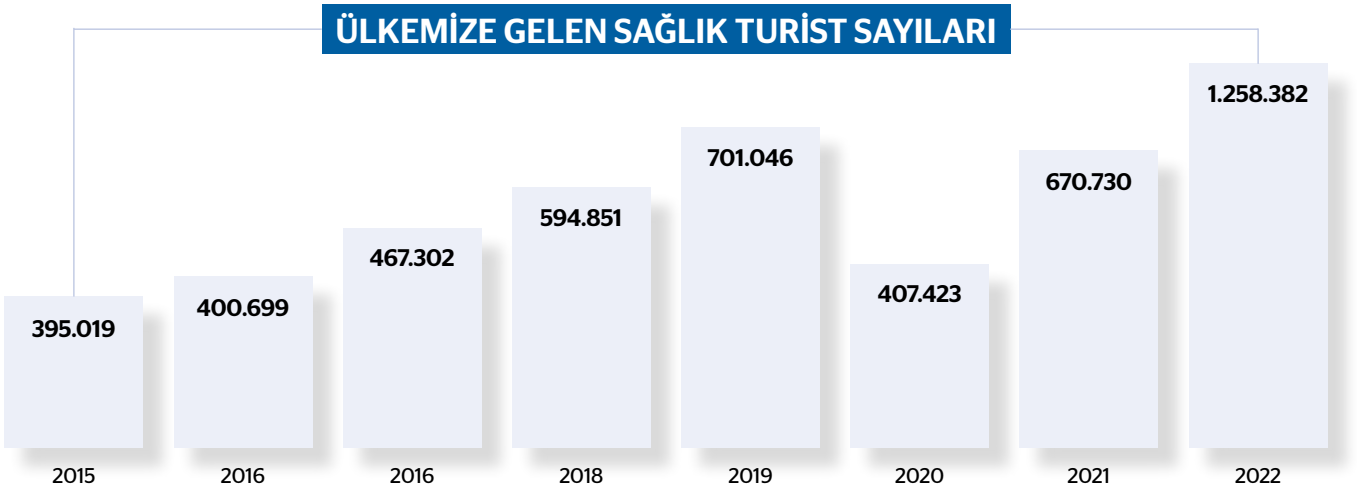
Tüm branşlarda hizmet veren hastanemiz, Göz Hastalıkları ve Laser Merkezi, Ortopedi Travmatoloji ve Spor Sağlığı Merkezi, Kadın Hastalıkları ve Doğum Kliniği, Genel Cerrahi Kliniği, Çocuk Cerrahisi, Gastroenteroloji Merkezi, Kardiyoloji Merkezi, Kulak Burun Boğaz ve İtme Kliniği, Dahili Hastalıklar, Nöroloji, Beyin ve Omurga Cerrahi Merkezi, Cilt



Sağlığı ve Güzellik Merkezi, Estetik Cerrahi, Diş Kliniği, Check-up Merkezi ile ön plana çıkıyor. Özellikle Göz Hastalıkları tedavilerinde kullanılan yüksek teknoloji laserin ilk kurulduğu özel hastanedir. Laser hizmeti verdiği yurt içi ve yurt dışı binlerce hasta ile literatürde önemli bir yer edinmiştir.

Uluslararası Hizmetler departmanımız, sağlık turizminde uzmanlaşmanın dışında, yurt dışından gelen hastaların dil ve kültürünü anlayabilme, zamansız ve mekanize çalışma becerisi, pozitif enerji ve güler yüz gibi birçok noktaya hakim olmayı gerektiren bir alanda hizmet vermektedir. Ancak, yerli hastalara sunulan hizmetlerin yurt dışından gelen hastalara sunulabilmesi, sadece çeviri becerisi değil, aynı zamanda vizyon ve tecrübe gerektirmektedir. Bu nedenle, hastanemiz sağlık turizmi endüstrisinde uzmanlaşmanın dışında, empatisi ve organizasyon yeteneği olan uzman personele sahiptir.

Yurt dışından gelen hastaların alınabilmesi ise tek seferlik bir operasyon değil, tüm kurumu ve her departmanı ilgilendiren kooperatif bir alandır. Bu nedenle, departman tüm birimlerle entegre olarak çalışmaktadır. Bu sayede, yurt dışından gelen hastalara 360 derece mobilite ve organizasyon sağlayarak, sağlık modelinin her noktasında yerimizi alabilmekteyiz.



Kaynak: USHAŞ

ALMANYA TEDARİK ZİNCİRİ YASASI İLE FİYAT YERİNE UYUM REKABETİ GELİYOR



DR. S. ARMAĞAN VURDU

İş dünyasında insan haklarına saygıyı çerçeveleyen önemli bir gelişme olan “Tedarik Zinciri Yasası” olarak bilinen yasa, 1 Ocak itibarıyla yürürlüğe girdi. Bu yasa, Almanya’daki şirketlerin küresel tedarik zincirlerinde insan haklarına uyulmasına ilişkin kurumsal sorumluluğunu düzenlerken gerek Almanya’da gerek dışında ham maddeden son kullanıcıya kadar olan tüm tedarik aşamalarını hedefliyor.

Almanya, Türkiye’nin en çok ihracat yaptığı ülke. 2002’den 2022’ye Türkiye’nin dünyaya yaptığı toplam ihracat 36 milyar Dolar’dan 254 milyar Dolar’a çıkarken, Almanya hep ilk sıradaki pazarımız olmaya devam etti. 2022’de Almanya’ya 19 milyar Dolar’a ulaşan ihracatımızın neredeyse yüzde 70’ini gerçekleştiren beş sektör sırasıyla şöyle: otomotiv, hazır giyim ve konfeksiyon, demir ve demir dışı metaller, elektrik ve elektronik, kimyevi maddeler ve mamulleri.

Almanya bizim için bu kadar önemli bir ihracat pazarı iken, Almanya’da dış ticareti etkileyebilecek her türlü gelişme de haliyle takibimizde. “Lieferkettensorgfaltsgesetz”, kısa vadede dahi etki gösterecek, iş dünyasında insan haklarına saygıyı çerçeveleyen önemli bir gelişme. “Tedarik Zinciri Durum Tespiti Yasası” veya kısaca “Tedarik Zinciri Yasası” olarak bilinen yasa, 1 Ocak itibarıyla yürürlüğe girdi. Bu yasa, Almanya’daki şirketlerin küresel tedarik zincirlerinde insan haklarına uyulmasına ilişkin kurumsal sorumluluğunu düzenliyor; bu yasa ile işletmeler çocuk işçi çalıştırma; ücret eşitsizliği; cinsiyet eşitsizliği; hava kirliliği, aşırı su kullanımı, ses kirliliği gibi insan sağlığına zarar verme suretiyle insan haklarını etkileyen nitelikte çevresel zararlara sebebiyet verme gibi durumları hem kendi bünyelerinde hem de tedarik zincirlerinde yer alan diğer işletmelerde engellemek zorundalar. Yasa gerek Almanya’da gerek dışında ham maddeden son kullanıcıya kadar olan tüm tedarik aşamalarını hedefliyor.

Tedarik Zinciri Yasası, 1 Ocak 2023 itibarıyla ilk aşamada 3 bin çalışanı olan şirketleri kapsayacak şekilde uygulamaya girip 2024 yılında bin çalışanı olan şirketleri de kapsayacak ve sonrasında kapsam daha da genişletilecek. Kapsamdaki şirketler tedarik zincirleri boyunca insan haklarına saygı gösterilmesine yönelik politika taahhütlerini belirlemek, insan hakları ihlalleri ile ilgili risk analizlerini yapmak, olası insan hakları ihlallerinin bildirilmesini sağlayan bir şikayet mekanizması kurup bunun için şirket içinde sorumlu kişi ataması yapmak durumundalar. Şirketler tedarik zincirlerinde insan hakları ihlallerini önlemeye yönelik özel yükümlülüklere uymadıkları takdirde ciddi yaptırımlar ile karşı karşıya kalabilecekler. 8 milyon Euro’ya kadar idari para cezası veya yıllık cironun yüzde 2’sine kadar para cezası ve hatta mükerrer ihlallerde hapis cezası mevcut.

Yasanın, Almanya’ya önemli miktarda tedarik sağlayan Türkiye’deki şirketlerin müşterileriyle çalışma şeklini değiştirmesi bekleniyor. Alıcılar, ticari sözleşmelere, tedarik zincirinde oluşacak ihalden kaynaklı uygulanacak yaptırımın tedarikçiye rücu edilmesi gibi maddeler eklemeyi talep edebilirler. İkame edilmek istemeyen tedarikçiler, ortaklık yapısı kurgulayabilirler. Sonuç itibarıyla de yasaya uyum sağlayan, ortak değerleri paylaşan şirketlerle iş yapılıyor olacak. Fiyatta rekabetçilik eski önemini kaybedebilir; rekabet üstünlüğü uyum gücü ile kazanılabilir. Bu durum hem Türkiye’deki tedarikçiler arasında ayrışmaya hem de Türkiye’nin Almanya’ya ihracat yapan diğer ülkeler ile rekabetinde ayrışmaya sebebiyet verebilir. Uyumlu başarımlar tedarik zincirinde kalıp daha rekabetçi olurken, başarısızların tedarik zincirinden kopuşu gerçekleşebilir.

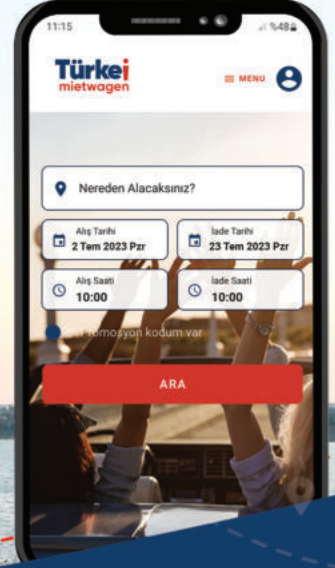
Bellona ile
**EVİNİ
HİSSET!**

BELLONA

bellona.com.tr

TürkeiMietwagen ile Araç Kiralamada Sınır Yok, Seçenek Çok!

**Türkiye'de İstediğin Aracı Uygun Fiyata
Güvenle Kirala!**



Gizli ücret yok, her şey şeffaf

İster web sitesi ister İletişim Merkezi üzerinden
hızlıca kiralama yapabilme

Uçtan uca profesyonel ve
kusursuz müşteri deneyimi



www.turkeimietwagen.com

+90 850 309 4489

Türkei
mietwagen