

235

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Ocak 2019 / Yıl: 21 / ISSN 1302 308X



arnica™
Panna

BLENDER



Arnica Panna, **Easytouch** çift kademeli turbo hız sistemi ile yenilenen **1200W** yüksek gücü buluşturuyor.

BAS
DÖNDÜREN
GÜÇ





BORN INNOVATIVE



**Çamaşır kurutmanın kolay
ve tasarruflu yolu.**

Yenilikçi teknolojileri ile Hoover ısı pompalı kurutma makineleri, yüksek enerji tasarrufu ile doğayı ve bütçenizi korur, üstün özellikleri ile çamaşırlarınızı kolayca kurutur.



444 0 398

www.hoover.com.tr



HooverTurkiye



HooverTurkiye



hoover_turkiye



hooverturkiye

Küçük Ev Aletleri, Üreticileri ve İthalatçıları Sorumlulu- ğunuz var!



Atık Elektrikli ve Elektronik Eşyaların Kontrolü Yönetmeliği (AEEE) kapsamında toplama, işleme ve bertaraf etme amacı ile bir “Atık Yönetim Sistemi” kurma sorumluluğunuz var.

Yönetmelikten kaynaklanan yükümlülüklerinizin yerine getirilmesi ile ilgili küçük ev aletleri konusunda “Yetkilendirilmiş Kuruluş” olan AGİD kanuni yaptırımlardan korunma ve çözüm yolları için yanınızdadır.

İçindekiler



OCAK 2019 • SAYI: 235

İmtiyaz Sahibi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Yıldırım SÖYLEMEZ

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Yıldırım SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net
+90 542 215 31 37

Yazı İşleri Müdürü
Kağan DEMİRGİL
haber@dagitimkanali.com.tr

Reklam ve Halkla İlişkiler Direktörü
Funda SÖYLEMEZ
funda.soylemez@dagitimkanali.com.tr

Editör
Eren KILIÇ
Derya ÇAĞLAĞAN

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Barbaros Mah. Kardelen Sok.
Palladium Tower No: 2 Kat: 10
Ataşehir / İstanbul
Tel/Faks: (0216) 687 03 27 - 687 03 03

Baskı
Şan Ofset Matbaacılık
Hamidiye Mah. Anadolu Cad. No: 50
Kağıthane / İstanbul
Tel: (0212) 289 24 24

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM
Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

Tüm yayın hakları Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı'na aittir. Dağıtım Kanalı, dayanıklı tüketim malları sektöründe aylık olarak yayımlanır. Basın kanununa göre yerel-sürelî yayındır.

Kaynak göstermek kaydıyla alıntı yapılabilir. Reklam ve uzman yazıları firmaların kendi sorumluluğundadır.

Bu dergide yayımlanan herhangi bir haber veya yazar görüşü, reklam alanları hariç hiç bir şekilde reklam olarak kabul edilemez. Bu yüzden firmalar arasında doğacak ihtilaflardan Dağıtım Kanalı dergisi sorumluluk kabul etmez.

Dağıtım Kanalı dergisi Basın Meslek İske ve Etikleri'ne uymaya söz vermiştir.



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

Dosya

6



Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü 2018'de neler yaşadı?

20

Söyleşi



Gülsen Yılmaz
Astroloji Eğitmeni:
"Ülkemizin burcu Akrep,
yükselen burcu Yengeçtir"

Kahve Kokusu

22



Dream Sales Machine, Kıbrıs'ta faaliyetlerine başladı

Korkmayın hepsinin içinde kahve var, sır değil!

Kaave Dual Pro tek tuşla 8 fincan kahveyi aynı anda yapabiliyor

Türk Kahvesi en çok Ege'de tüketiliyor

WMF Lono Filtre Kahve Makinesi
Termos Karaf içinizi ısıtacak

25

Sektör Haberi



40

Fuar



İklimlendirme sektörü,
ISK-SODEX'te buluşacak

42

Makale

Bülent Mataracı
Özer Düzgel
Hakan Akgül
Alpay Kajan

46

Yeni Ürün



48

Sinemadem



Spider-Man Into the
Spider-Verse

REKLAM DİZİNİ

ARNİCA
HOOVER
AGİD
KLİMASAN
DELTA
PERA DİJİTAL
HTS
KİNG
ARZUM
FAKİR
FANTOM
SİMFER
GOLDMASTER
YEDİTEPE
ARNİCA

Ön Kapak
Ön Kapak İçİ
1. Sayfa
3. Sayfa
5. Sayfa
11. Sayfa
15. Sayfa
27. Sayfa
29. Sayfa
31. Sayfa
33. Sayfa
35. Sayfa
41. Sayfa
Arka Kapak İçİ
Arka Kapak

www.arnica.com.tr
www.hoover.com.tr
www.agid.org.tr
www.klimasan.com.tr
www.deltasogutma.com.tr
www.pera.dijital
www.htsteknik.com
www.king.com.tr
www.arzum.com.tr
www.fakir.com.tr
www.fanset.com
www.simfer.com.tr
www.goldmaster.com.tr
www.yeditepepazarlama.com
www.arnica.com.tr

SENOCAK

DERİN DONDURUCU & SOĞUTUCU



1915'ten beri HESAPLI TAZELİK

100 yılı aşkın tecrübemiz, yaygın servis ağıımız ve düşük enerji tüketimli, çevreye ve cebinize dost, sağlam ve yüksek kaliteli ürünlerden oluşan geniş ürün gamımız ile tüm soğutucu ve dondurucu ürün ihtiyaçlarınıza cevap verecek en uygun çözümleri üretiyoruz.

www.klimasan.com.tr



444 0 789

MADE IN
Turkey



Dağıtım Kanalı



**Ev Aletleri
Sektöründeki
en güncel
haberleri
herkesten önce
öğrenmek için...**

ABONE OL



Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri 2018'i nasıl geçirdi?

Tüm dünya ve özellikle ülkemiz, 2018 yılını oldukça yorucu, çalkantılı ve stresli şekilde geçirdi. Birçok olumsuz haber arka arkaya bizlere ulaşıırken, hemen herkes kendi içerisine kapanarak bu zor dönemi en az hasarla atlamanın yollarına baktı. Etkiler halen sürüyor. Her ne kadar önlem paketleri, yardımlar, destekler açıklansa da birçok kurum ve kişi 2019 yılını öngöremiyor. Ancak bir yandan da hayat devam ediyor ve hemen her gün farklı yatırım haberleri almaya da devam ediyoruz. Bizler de Dağıtım Kanalı dergisi olarak sektörün içerisinde bulunduğu pozisyonu, tüm çıplaklığıyla sizlere sunmaya çalışıyoruz. İşte bu sayımızda da 2018 ve 2019 yıllarının genel bir panoramasını çıkarmak için özel bir Dosya konusu hazırladık. Sektörümüzün önde gelen isimleri ve markalarına mikrofona uzatarak 2018 yılını değerlendirmelerini ve 2019 yılına dair öngörülerini bizimle paylaşmalarını istedik. İlginç yanıtlar ve çok değişik detaylar bizlere ulaştı. Genel bir yıl değerlendirmesi ile başlayan makalemizi ve görüşler ile röportajları ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Bu sayımızın diğer ilginç bir konusu da Astroloji Eğitmeni Gülsen Yılmaz ile yaptığımız röportaj. 36 yıla varan astroloji geçmişi ile 2019 yılını yorumlayan Yılmaz, burçlar özelinde bizi nasıl bir senenin beklediğini anlattı. Keyifle okuyacağınızı umuyoruz.

Kahve Kokusu bölümümüz devam ediyor. Bu alandaki güncel haberler ve yeni ürünlere yer vermeyi sürdürüyoruz. Fahrettin Kerim Avcı da eğlenceli ve bilgilendirici ile yazıları bu köşemizde sizi bekliyor.

Son dönemde bir de üzücü haber aldık. Türkiye Küçük Ev Aletleri pazarının önemli markalarından biri olan King Pazarlama Dış Ticaret A.Ş.'nin ortaklarından ve Genel Müdürlüğü görevini sürdüren iş insanı **Saul Salfati** vefat etti. Dağıtım Kanalı Dergisi olarak merhuma tanrıdan rahmet kederli ailesine ve tüm sevenlerine başsağlığı diliyoruz.



Sektör haberleri, yeni ürünler, dernek ve araştırma bölümleri, köşe yazarlarımız ve daha birçok konu ilerleyen sayfalarda sizleri bekliyor.

Keyifli okumalar...

DERİN DONDURUCUDA EKONOMİNİN YENİ ADI

DELTA

Kaliteyi ve ekonomiyi bir arada sunuyor,
Uğur'dan aldığımız güçle en iyisi için çalışıyoruz.

YENİ ÜRÜN

699₺

1.599₺

1.789₺

1.960₺

2.100₺

DCF 190 L D/S

DCF 280 L D/S

DCF 387 L D/S

DCF 466 L D/S

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü 2018’de neler yaşadı?



2017 yılında yapılan ÖTV indirimi bitimi, hükümet tarafından 2017 Eylül ayına kadar tekrar uzatılınca tüketici talepleri erkene alınmış ve 2018 satışlarından adeta aşırılmıştı. 2018 yılı yaz aylarında evlenecek olanlar, yaklaşık bir yıl öncesinden eşyalarını almaya başlayınca 2017 yılı sonunda beyaz eşya sektörü rekor seviyelerde yılı kapatmıştı.



2018 yılına gelindiğinde ise ilk aylardan itibaren yılın iyi geçmeyeceği sinyalleri vermeye başlamıştı. Türkbese yetkilileri yılın başından itibaren ÖTV indirimi isteklerini yinelemişlerdi. Yıl başından itibaren Türkbese raporları özellikle iç pazardaki gerilemeye dikkat çekti ve bu açığı beyaz eşya üreticileri ihracatla kapatmaya çalıştı. Ağustos ayına geldiğimizde dövizdeki ani yükseliş fiyatlara yansdı ve fiyatların ortalama olarak %40 zamlanmasına sebebiyet verdi, ardından hükümetin ÖTV indirimi yapacağı açıklaması piyasaları rahatlasa da bu indirim 2017 yılındaki aksiyonu yaratmadı ve 2018 yılı hem üreticiler için hem de perakendeciler için kayıp bir yıl olarak tarih sayfalarına geçmiş oldu.

2018 yılının ortalarına doğru dövizde yaşanan artış trendi tüketicide öncelikle mal alımını tetikledi. Hem tasarruf için biriktirilen dövizlerin, hem de yurt dışında yaşayan vatandaşlarımızın dövizlerinin bozdurulup satışa yöneldiği yaz ayları sektöre kısmi bir hareket getirdi. Özellikle ÖTV sebebi ile stokları boşalan bayilerin ellerinde bulunan eski fiyattan aldıkları ucuz ürünler haraç mezat tüketiciye satıldıktan sonra bayi tekrar bu ürünleri ne yazık ki zamlı olarak yerine koyabildi ve fiyatlara bir anda %40'lara varan zamlar yansdı. Dövizdeki artış ile özellikle AVM'lerde mağazası olan bayiler büyük bir sıkıntı içine girerken Ağustos ayı sonlarına doğru BMD ve BEYPER'in birlikte başlattığı kepek kapatma eylemi ses getirdi ve çıkarılan yeni bir yasa ile dövizle alınan kiralar TL'ye çevrildi.

Dövizin artışı ile başlayan ekonomik durgunluk birçok sektörü etkilediği gibi buna bağlı beyaz eşya ve dayanıklı tüketim malları sektörünü de derinden etkiledi. Bu sektörün önemli bir özelliği bağlantılı çalışmasıdır. Bayiler kendi sattıkları markalara yıl başında bağlantı yaptıkları gibi markalar da bazen yurt dışındaki tedarikçilerine bazense yurt içindeki tedarikçilerine bağlantı yaparlar. Ancak Ağustos ayında girilen ve bir türlü istikrara oturmeyen döviz kurları yüzünden fiyatlar ve satışlar radikal bir şekilde durunca bağlantı iptalleri yaşandı. Bağlantısı iptal edilen küçük tedarikçiler de zor duruma düştü ve sektörümüzde konkordatolar yaşanmaya başladı. Eskiden kriz denince dibe vurup dipten çıkmayı başaran firmalar için şimdilerde dibe vurduktan sonra zıplayıp krizden çıkma gibi bir senaryo görünmüyor. Aksine bu krizin süresi ve şiddetinin ne

kadar daha süreceği belli olmadığı için her firma için her türlü tehlike 2019 yılı için de geçerliliğini koruyor.

Whirlpool sektörü sarstı

Sektörümüzün önemli bir oyuncusu olan Whirlpool gibi büyük bir markanın, bir günde ve bir mail ile Türkiye'de faaliyetlerini durdurması ise sektörümüzü derinden yaraladı. Daha 1-2 ay öncesine kadar mağazalaşmasını sürdüren marka, bir gün içinde alınan ani bir karar ile Türkiye'deki pazarlama faaliyetlerini durdurunca burada hem çalışan personel hem de markaya yatırım yapan birçok bayi mağdur duruma geldi. Ancak son günlerde markanın bu mağduriyetleri gidereceği konusunda duyumlar alınmaya başlandı.

Daralan piyasalar yüzünden özellikle üretici konumundaki markalar kendilerince önlemler almaya başladılar, iç pazardaki durgunluğu dış pazarlarda kazanılacak satışlarla hafifletmeye çalışsalar da genel üretim düşüşünün önüne geçemediler. Tasarruf tedbirleri ile önlemler alınması ve işten çıkartmaların başlaması ile sektörde kalifiye eleman fazlası da ortaya çıkmaya başladı.

Perakendecilere baktığımızda ise Ağustos ayından itibaren yaşanan sıkıntılı duruma bir de taksitli sayılarındaki sınırlama ve kredi kartına yapılan taksitlerde ki vade farklarının yüksek kesilmesi satışları bir hayli etkiledi bu durum bağlantılı çalışan bayilerin 2019 yılına girerken bağlantı yapmamasına sebep oldu. Üreticiler ürettikleri malları internet kanalından satmaya yönelmesi sonucunda perakendecinin fiyatlar konusunda tüketicisi ile sürekli karşı karşıya gelmesine sebebiyet vermeye başladı.

2019'da neler bekleniyor?

Seçimlere kadar durgun bir şekilde gidecek olan piyasaların seçim sonrası ortaya çıkacak siyasal tabloya göre tekrar şekilleneceği ve döviz kurunun şu anki durduğu yerde durmayacağı beklentisi, reel sektöre, başta ÖTV indirimi gibi çeşitli korumacı önlemler alınarak fazla müdahale yapılmaması ve ÖTV gibi gereksiz bir verginin bu sektörden kaldırılması gibi istekler sektör oyuncularının beklentileridir.

Beyaz eşya sektörü 2020'de güçlü ivmeyi yakalayacak

Candy Hoover Group
Türkiye CEO'su **Servet Akkaynak**

Grubun Türkiye operasyonu olarak, 2018 Ocak-Kasım toplamında 2017'nin yüzde 60 üzerine çıkarak 1 milyar TL'yi aşkın ciroya ulaştık. 2018'deki iç daralma nedeniyle 2019 için Türkiye'deki beyaz eşya sektöründe büyüme beklenmiyor. 2020 ve sonrasında ise iç pazardaki satışların tekrar yukarı yönlü güçlü ivme kazanacağını değerlendiriyoruz. Üretim ve ihracatta 2018 yılı sonunda yüzde 30 büyüme bekliyoruz. Çin'den sonra en büyük beyaz eşya üreticisi olan Türkiye'de üretim ve ihracat yatırımlarına devam edeceğiz.

Sektörümüz buzdolabı, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve fırında 2018'in ilk üç çeyreğinde, 2017'nin aynı dönemine göre ihracatta yüzde 5 büyümesine rağmen iç satışlardaki yüzde 16 daralma nedeniyle toplamda yüzde 2 oranında küçüldü. Üretim rakamları da yüzde 2 düştü. Örneğin, buzdolabı, derin dondurucu, çamaşır makinesi, bulaşık makinesi ve fırın ürün gruplarında 2017'nin ilk üç çeyreğinde aylık ortalama 660 bin adet iç satış gerçekleşirken, 2018'in aynı döneminde bu rakam 555 bin seviyelerine geriledi. Tüm bunlara rağmen, Türkiye'nin dünyanın en büyük ikinci beyaz eşya üreticisi olmanın yanı sıra iç piyasa olarak da Avrupa ülkelerine kıyasla çok güçlü bir pazar potansiyeli taşıması umudumuzu artırıyor.

Hazine ve Maliye Bakanlığı'nın Kasım 2018'de duyurduğu, beyaz eşyada ÖTV'nin yıl sonuna kadar sıfırlanması haberi olumlu karşılanmakla birlikte, satışlarda beklenen ivmeyi sağlamadı. Bu gibi devlet desteklerinin devam etmesinin beyaz eşya sektörünü uzun vadede büyüteceğini öngörüyoruz. Sektörün geleceği akıllı ev ve bağlantılı ürünlere gidiyor. Tüm markalar yatırımlarını bu alana yapıyor. Önümüzdeki yıllarda beyaz eşyalarımız daha akıllı olacak. Teknoloji ve inovasyona verdiğimiz destekle akıllı ev ürün gruplarındaki iddiamızı da sürdüreceğiz.

2019 hareketli bir yıl olacak

Arzum CEO'su **Mete Zamil**



Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

Türkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markası olarak son yıllarda yakaladığımız büyüme hızını bu yıl da sürdürdük. Beklediğimiz gibi 2018 yılını yüzde 27 oranında bir büyüme ile kapatıyoruz. Arzum olarak; gıda hazırlama, pişirme kızartma, içecek hazırlama, kişisel bakım, süpürge ve ütü olmak üzere 6 ana kategoride tüketicilerimizle buluşuyoruz. 2018 yılında, bağımsız bir araştırma firmasının Ocak-Ekim sonuçlarına göre küçük ev aletleri alanında adette birinci marka durumundayız. Cirosal olarak da ilk 5 marka içerisindeyiz.

Bu yıl içerisinde şirketiniz bünyesinde yaptığınız yatırımlar, yeni ürünler, lansmanlar vb. gelişmeler nelerdir?

Ana yatırım alanımız Ar-Ge ve tasarım diye düşünebilirsiniz. Bu yolda Ar-Ge yatırımlarımıza son sürat devam ediyoruz. 2018 yılında ciromuzun %3'ünü Ar-Ge'ye ayırdık. Tüm kategorilerimizde performansı ve şıklığı ile fark yaratan birçok yeni ürün sunduk. Spor yapanların, sağlıklı yaşama özen gösterenlerin gözdesi olacak Bluetooth teknolojili yeni vücut analiz baskülümüz Arzum Smartfit'i tüketicilerimizle buluşturduk. Yüksek buhar gücüyle farklı, teknolojisi ile akıllı yeni ütümüz Arzum Steamart Lux ile ütü kategorisindeki iddiamızı ortaya koyduk. Patentli 6 bıçağa sahip Technoart el blenderimizle tüketicilerimize mutfakta 2 kat fazla performans sağladık. Teknolojik yeniliklerle donattığımız Arzum OKKA Grandio'muzu ve Türk kahvesi çekirdeği öğütücümüz olan Arzum OKKA Beangourmet'i kahve severlerle buluşturduk. Son olarak, evlerde değişim yaratacağına inandığımız 4A performanslı yeni süpürgemiz Arzum Olimpia Power'ı tüketicilerimizle buluşturduk.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

İçinde bulunduğumuz dönemde 2019 hedeflerini hazırlıyoruz. Bütçelerimizi ve planlarımızı hazırlarken küresel ve bölgesel ekonomideki gelişmeleri, hükümetimizin belirlediği hedefler doğrultusunda makro ekonomik dengeleri de yakından takip ediyoruz. Gıda hazırlama toplamı, blender, mikser, saç kurutma, saç şekillendirme ve tost makineleri kategorilerinde liderliğimizi sürdürüyoruz. 2019'da da bu başarıımızı sürdürmeyi hedefliyoruz. Temizlik kategorisine yaptığımız yatırımlarla da pazarda büyümeye devam edeceğiz.

İhracatımızın yarısını sıcak içecek kategorisi ile gerçekleştiriyoruz ve çay, kahve gibi makinelerin ihracatı ile yerel kültürümüzün dünyaya taşınmasını sağlamaya çalışıyoruz. Dünyada 35 ülkeye ürünlerimizi ihraç ediyoruz. İhracatımızın %50'sini Körfez ülkelerine, %35'ini Avrupa'ya ve kalan %15'ini Kuzey Afrika ve ABD'ye gerçekleştirilmekteyiz. Önümüzdeki sene ihracat ile ilgili hayallerimiz büyük. 2017 yılının son çeyreğinde Starbucks ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği paralelinde dünyanın önde gelen kahve zinciri Starbucks'ın Türkiye'deki tüm mağazalarında Arzum OKKA Türk kahvesi makinesi kullanılmaya başlandı. 2019'da hedefimiz, yurtdışındaki Caribou ve Starbucks'larda yer almak. Şimdiden bu konuda yol almaya başladık.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2019 hareketli bir yıl olacak. Seçim ekonomisi dinamizm getirecek. İşletme sermayesinin verimli kullanımı, odaklanacağımız konu başlıkları arasında yer alıyor. Eder-fiyat dengesindeki ürünlerimize ilginin artacağını düşünüyoruz.

Dünya standartlarına teknoloji geliştirmeye ve üretmeye devam edeceğiz

Vestel Şirketler Grubu İcra Kurulu Başkanı **Turan Erdoğan**

Vestel olarak 2018 yılında geliştirdiğimiz teknolojilerle, ürettiğimiz ürünlerle, tüketicilerimize yaşattığımız deneyimlerle, katıldığımız teknoloji, tüketici elektroniği, savunma sanayi fuarlarında dünyanın ilgisini üzerimize çektik. Hem ulusal hem de uluslararası otoritelerden aldığımız ödüller de bunun bir kanıtı niteliğinde. Dönüşümü takip eden değil, dönüşüme öncülük eden bir marka olarak bu yıl da Ar-Ge ve inovasyona odaklanarak küresel pazarda dünya devleriyle rekabetimizi başarılı bir şekilde sürdürdük. Vestel teknolojisini 155 ülkeye ulaştırarak 20'inci kez Türkiye'nin elektrik-elektronik alanında ihracat şampiyonu olduk. Vestel gelirin yüzde 70'ini ihracattan elde eden bir şirket. Avrupa TV pazarının ikinci büyük üreticisi, beyaz eşya pazarının ise ilk beş üreticisinden biri olmaya devam ettik. Türkiye TV pazarında lider konumumuzu sürdürürken beyaz eşyada pazarında önemli başarılar elde ettik. Geçtiğimiz yıl temellerini attığımız yeni çamaşır ve kurutma makinesi fabrikamız bu yıl üretime başladı. Endüstri 4.0'a uygun bir şekilde inşa ettiğimiz fabrikamızda dünyanın dört bir yanına ürün üretiyoruz. Vestel Beyaz Eşya, 2018 yılını çok önemli bir ödül ile kapattı. T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından düzenlenen 2018 Verimlilik Proje ödülleri kapsamında Büyük İşletme Ar-Ge kategorisinde birincilik ödülünün sahibi olduk.

Bu yılın en gurur verici başarılarından bir diğeri ise Ar-Ge merkezlerimizdeki 1.600 kişilik mühendis ordumuz sayesinde Avrupa Patent Ofisi'ne (EPO) 2017'de en çok başvuru yapan şirket sıralamasında ilk 50'ye girmemiz. 408 patent başvurusu ile Avrupa Patent Ofisi'ne en çok başvuru yapan ilk 100 arasındaki tek Türk şirketi olduk. Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı olan IFA'da ürünlerimiz dünya çapında faaliyet gösteren Alman bağımsız test kuruluşu VDE'den (Verband Deutscher Elektrotechniker) onay aldı. Dünya rekortmeni ürünlerimiz gerek enerji gerekse su tasarrufu açısından rakiplerini geride bıraktı. Sadece ürünlerimiz değil, üretim süreçlerimiz ve atık yönetimimizle de çevreye duyarlılığımızı sürdürdük. Son olarak kendi tasarladığımız 'atık boya geri kazanım ve kullanım sistemi' ile ikinci kez Türkiye'yi temsil ettiğimiz Avrupa Birliği



Çevre Ödülleri'nde 'Süreç' kategorisinde ödül kazandık. Aynı projeye 13. Teknoloji Ödülleri kapsamında 'Büyük Ölçekli Firma Süreç' kategorisinde de teknoloji ödülünü aldık. Vestel Beyaz Eşya, Vakum Teknolojisi ve FermentStore buzdolapları ile dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı CES'ten İnovasyon Ödülü kazandı. Ödüllü ürünlerimiz, 8-11 Ocak 2019'da Las Vegas'ta düzenlenecek CES 2019 Fuarı'nda da sergilenecek.

Dünyaca ünlü markalarla yaptığımız iş birlikleri de devam etti. Ağustos ayında ev elektroniğinde dünya lideri olan Güney Koreli Daewoo Electronics'le 2015 yılında başlayan iş birliğimizin kapsamı genişledi. Yılın ikinci yarısı itibarıyla iki şirket, Avrupa ve Kuzey Afrika pazarına yönelik mevcut çamaşır makinesi işine ek olarak kombi buzdolabı, bulaşık makinesi ve televizyon için de birlikte çalışmaya başladı. Daewoo Electronics, yurt dışı müşterilerinin farklı ihtiyaçlarını ve pazar trendlerini karşılamak üzere Vestel'le birlikte premium ürünler geliştiriyor ve bu ürünler Manisa'daki Vestel City'de üretiliyor.

Kendimizi Endüstri 4.0'ın en büyük sahiplenicisi olarak görüyoruz. Bu dönüşümü Türkiye'de ilk gerçekleştiren fabrikanın Vestel City olması için çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Uzun yıllardır yatırım yaptığımız bu dönüşümde önemli

ölçüde yol kat ettik. Karanlık üretim, robot-insan iş birliği, robot-robot iş birliği gibi birçok uygulamamız bulunuyor. Uzun vadede Vestel'in gelecek vizyonuna bakıldığında da Endüstri 4.0 kavramı ile 'Mobilité' ve 'Bağlanabilirlik' teknolojileri, Ar-Ge çalışmalarının da önemli bir ayağını oluşturuyor. Ürettiğimiz beyaz eşyalarımızın büyük bir kısmı akıllı hale geldi. Ürünlerimiz sesle komuta edilebilir veya akıllı telefonla uzaktan kumanda edilebilir. Tüketicilerimizin hayatını kolaylaştırmak, zaman kazanmalarını sağlayacak her türlü teknolojiyi ürünlerimize entegre ediyoruz. Önümüzdeki dönemde Akıllı Evler, Akıllı Şehirler ve Nesnelerin İnterneti konsepti çatısı altında sunulan hizmetler Vestel'in adını sıkça duyuracağı alanlar olacak.

2019 yılında da dünya standartlarına teknoloji geliştirmeye ve üretmeye devam edeceğiz. Fabrikamızın endüstri 4.0 dönüşümünün hızlandırarak, ürünlerimizin tüketicinin hayatını kolaylaştıracak şekilde akıllandırmaya devam edeceğiz. Beyaz eşya veya televizyon üreticisi olmanın ötesinde bir teknoloji şirketi olarak Ar-Ge ve inovasyon yatırımlarımız artarak devam edecek. Dünyanın dört bir yanına bu ülkede ürettiğimiz ürünleri ihraç etmeye devam edecek. Türkiye'nin cari açığının kapanmasına katkıda bulunacağız.

2019 yılında görsel ve sesli arama teknolojileri hız kazanacak

Singer Türkiye Genel Müdürü **Sinem Kınran Parlak**

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

Her yıl olduğu gibi, bu yıl da planladığımız hedeflerimizi tutturuyoruz. Hepimiz için zor bir sene oldu. Bugün dikiş makineleri, hobi amaçlı kullanımın yanında artık bir ihtiyaç olmuş durumda. Ev ekonomisine katkıda bulunmak için ya da evde basit tadilatlarını yapmak için dikiş makinesi satın alan tüketicilerimiz oldukça arttı. Dikiş makinesi, şu anda tıpkı eskisi gibi her evde bulunması gereken bir ihtiyaç... Hem kişilerin kendi modalarını yaratmaları, hobi amaçlı kullanmaları hem de ev ekonomisine katkıda bulunmaları için gerçekten çok kullanışlı ve verimli bir ürün. 2018 yılında da biz bu konuyu gündeme getirip, dikiş makinesi kullanımına uzak olan kişilere, ürünün sağladığı avantajları anlatmaya ve bu ihtiyacı hatırlatmaya çalıştık.

Bu yıl içerisinde şirketiniz bünyesinde yaptığınız yatırımlar, yeni ürünler, lansmanlar vb. gelişmeler nelerdir?

Eğitim ve servis burada en önemli iki nokta... Hizmetinizi ve desteğinizi aynı kalitede hatta

ilave hizmetler ile devam ettirdiğiniz sürece tüketicilerin tercihi de değişmez. Çok başarılı ve geniş bir servis ağıımız mevcut. Makineyi satın aldıktan sonra çözülemeyecek sorun yok, tüketicilerimiz servislerimizde tamirat ya da yedek parça konusunda mutlaka destek alabiliyor. Eğitim de en önemli etkenlerden biri. Kullanıcılar, hem servislerimizde ücret karşılığı makinelerinin eğitimlerini alabiliyor hem de satış destek ve eğitim uzmanlarımız ile diledikleri makinenin demosuna ya da workshop etkinliğine katılabilirler, böylece makineleri de tecrübe edebilirler. Bunlara ilave olarak, tüketicilere içerik videoları sunduğumuz YouTube kanalımızda Singer TV de aktif şekilde devam ediyor. Her pazartesi, makinelerimizle yapabilecekleri farklı çalışmalarını YouTube kanalımızda yayınlıyoruz. Bazen eski kıyafetleri değerlendirerek yapabilecekleri yeni ürünlerin bazen basit tadilatların bazen de yeni bir kıyafet, oyuncak, kirlent gibi ürünlerin dikimini bu kanaldan izleyebiliyorlar. Dikiş makinesi olup ne şekilde kullanacağını bilmeyen ya da yeni dikiş makinesi almayı düşünen kişiler, bu videolar ile cesaret toplayıp aslında makine kullanımının zor olmadığını ve hayatı nasıl kolaylaştırdığını izleyebiliyorlar. Bunun gibi, gün geçtikçe ilerleyen teknolojinin ve sosyal medyanın gücünü kullanarak farklı projeler de hayata geçiriyoruz. Yeni dönemde de mevcut çalışmalarımıza ilave farklı çalışmalarımız olacak.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

Birçok kişinin düşündüğünün aksine Türkiye’de dikiş makinesi kullanımı her geçen gün artıyor. Eğitim seviyesi arttıkça kullanım da artmaya başladı. Artık hobi pazarına hitap ediyoruz. Çalışan kadınlar, üniversite öğrencileri ve meslek lisesi öğrencileri Singer’i tercih ediyor. Kendi diktığı giysileri giyen ya da hazır aldığı ürünlere ufak dokunuşlar yaparak kendi modasını yaratan tüketicilerimiz gün geçtikçe artıyor. Kişiyi özel kıyafet tasarımları, şu anda trend olmuş durumda. Ayrıca hanımlar, evde pantolon paçası kısaltmak gibi basit tadilatları da kendileri yapmaya başladılar. Bu da dikiş makinelerinin kullanıcı profiline gençleşmesine ve dolayısıyla hobi pazarının gelişmesine neden oldu diyebiliriz. İhtiyaç pazarı azalmaya başladı.



Pazar lideri olduğumuz için şu anda tüm stratejimizi hobi pazarını daha da büyütmek ve geliştirmek üzerine kuruyoruz. Öte yandan yapılan araştırmalara göre dikiş dikmenin psikolojik açıdan da faydaları var. Dikiş dikmek; insanı rahatlatıyor, zihnini boşaltmasına yardımcı oluyor. Bu nedenle, psikologlar da kadınlara dikiş dikmelerini öneriyor.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2019 yılında görsel ve sesli arama teknolojilerinin hız kazanacağını, yapay zeka ve nesnelerin interneti teknolojisinin çok daha geniş bir uygulama alanı bulacağını ve büyük işletmelerin daha fazla chatbot kullanımına gideceğini şimdiden söyleyebiliriz. Teknolojinin ilerlemesi ile dikiş makinelerindeki teknolojiler de oldukça ilerlemiş durumda. Artık yeni modeller ile Wi-Fi bağlantılı, cep telefonu uygulamasından nakışınızı yönlendirebileceğiniz ve takip edebileceğiniz dikiş ve nakış makinelerimiz var. Yeni yılda da marka olarak hedef kitlemizle gerek sıcak temasla gerekse de dijital ortamda bir araya gelmek, geniş ürün yelpazemizi onlarla buluşturmak arzusundayız.



PERAKENDEDE Dijital ORTAĞINIZ



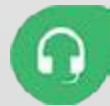
Türkiye temsilcisi ve iş ortağı

PeraDigital



freshsales

Satış CRM yazılımı



freshdesk

Müşteri destek yazılımı

Bilgi almak için www.pera.digital adresini ziyaret edebilirsiniz.



PeraNet
BİLGİ TEKNOLOJİLERİ

2018'de yeni ürünler geliştirmeye ve yeni trendleri sunmaya devam ettik

BSH Pazarlama Direktörü **Hilal Eksel Merter**

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

“Yaşam için teknoloji” yaklaşımıyla yüksek teknolojlili ürünler geliştiren Bosch Ev Aletleri olarak 2018'de de yeni ürünler geliştirmeye ve trendlere ve müşterilerimizin beklentilerine uygun bu ürünlerimizi tüketicilerimize sunmaya devam ettik. 2018'de yüksek teknolojiyle hayata değer katan Home Connect ürün gamımızın dikkatleri üzerine toplayan kameralı Home Connect buzdolabına ve sağlıklı yaşam ürün grubumuza odaklandık.

Ayrıca yıl boyunca tüketicilerimize yönelik olarak hem ürün bazlı hem de özel günler ve Eylül ayında okula dönüş gibi özel dönemlere yönelik olarak pek çok kampanya gerçekleştirdik. Seçili ürünlerde indirimler sunan “Ev ekonomisine destek” kampanyası da yıl içinde tüketicilerimizin ilgisini çeken kampanyalardan biri oldu.

2018 yılında tüketicilerimize ürünlerimizi deneyimletme konusunda fırsatlar oluşturduğumuz pek çok etkinlik gerçekleştirdik. Mimari Tasarım Zirvesi, Digital Age Summit, Brand Week, İstanbul Kahve Festivali gibi pek çok etkinlikte VR (virtual reality) gibi teknolojik uygulamalarla ziyaretçilerimizin ürünlerimizi deneyimlemesini sağladık.

Bu yıl içerisinde şirketiniz bünyesinde yaptığınız yatırımlar, yeni ürünler, lansmanlar vb. gelişmeler nelerdir?

2018'de Bosch Ev Aletleri olarak tüketicilerimize her ürün grubumuzda pek çok yeni ürün sunduk ve lansman gerçekleştirdik. Bosch'un “Yaşam İçin Teknoloji” felsefesini temel alarak geliştirdiğimiz uzaktan kontrol sağlayan Home Connect teknolojisine sahip yeni buzdolabımızın tüketicilerimize sunulması 2018'in en önemli gelişmelerinden biriydi.

Bosch'un yüksek teknolojlili Home Connect kameralı buzdolapları daha da geliştirildi ve buzdolabının içinin fotoğrafını çekip cep telefonu ve tablete göndererek buzdolabının

içinde neler olduğunu görebilme imkanı sundu. Bu uygulama ile Bosch'un kameralı buzdolabının kapağı her açılıp kapandığında soğutucu bölmesinde yer alan iki kameradan biri otomatik olarak soğutucu bölmesinin, diğeri ise kapı raflarında gıdaların ve içeceklerin olduğu bölümün fotoğrafını çekerek kullanıcının cep telefonunda veya tabletindeki Home Connect uygulamasına gönderiyor. “Selfie” çeken Home Connect buzdolabımızdaki bu uygulamayla artık cep telefonu ve tablet üzerinden gönderilen resimlerle buzdolabının içini görmek ve market alışverişini yaparken eksikleri tespit etmek mümkün hale geliyor. 2018 yılında Home Connect teknolojisine sahip çamaşır ve bulaşık makineleri ürünlerimize de yenilerini ekledik.

Sağlıklı beslenmeye özen gösterenlerin hayatını kolaylaştıran yeni ve çok kullanışlı sağlıklı yaşam ürünlerimiz yıl boyunca öne çıkardığımız bir başka grup oldu. Yaz aylarında düzenlediğimiz “Bosch Sağlıklı Yaşam Etkinlikleri” sayesinde bu ürünlerimizi tüketicilerimizle buluşturduk. İstanbul, İzmir ve Muğla gibi çeşitli illerde düzenlenen bu etkinliklerde sebze ve meyvelerdeki vitaminleri koruyan VitaExtract Yavaş Sıkım Meyve Sıkacağıımız, ödüllü tasarımıyla göz kamaştıran en sessiz blender'ımız SilentMixx, hazırladığınız birbirinden sağlıklı karışımları yanınıza alıp hayatın hızlı koşturmacasına keyifle devam etmenize yardımcı olan Mixx2Go blender ile hazırlanan sağlıklı karışımları ikram ettik.

2018'in öne çıkan bir başka çalışması ise, ocak teknolojilerindeki dijitalleşmede devrimsel bir yeniliğe imza atan Flame Select teknolojisini tanıttığımız lansman oldu. Yeni nesil Bosch



ocaklarda kullanılmaya başlanan rakipsiz Flame Select teknolojisi, değişken gaz akışına sahip geleneksel gazlı ocakların aksine, sıcaklık ayarının seviyesini dilediğiniz gibi kontrol etmenize olanak sağlıyor.

Flame Select teknolojlili ocaklarımız mutfaklara yeni bir soluk getiriyor, en kısık ve en yüksek seviye arasında 9 farklı alev yoğunluğu seçeneği sunuyor. Geleneksel tip küçük, orta, büyük ocak devrini ortadan kaldırıyor ve yemeği en yüksek ateşten en kısık ateşe kadar sadece tek bir ocak gözünde yaparak çok daha kolay pişirme sağlıyor. Böylelikle kullanıcılarımız yemeğe, tencereye ve hatta yemeğin miktarına özel seçim yapabiliyorlar.

2018'de Bosch Ev Aletleri açısından bir başka önemli gelişme de Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu'nun 10. Yılına ulaşması oldu. 10 yılda 550 kez perdelerini açarak 170 bin çocuğa ulaşan ve çevreye duyarlı nesiller yetiştirilmesine katkıda bulunan Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu'nun yeni sezonu İstanbul'daki gösterimlerle başladı. Bosch Çevre Çocuk Tiyatrosu'nun Sadri Alışık Kültür Merkezi tarafından sahneye konan “La Fonten Orman Mahkemesinde” adlı oyunu 2 Aralık 2018'ten başlayan ve 2019'un ilk yarısına uzanan dönemde 16 ilde sahneleniyor.

Hep daha iyisi olmak için çalışıyoruz

Fanset Elektrikli Ev Aletleri Fabrika Müdürü **Baki Keçeci**

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

2018 yılındaki döviz kurlarındaki artışlar ve Türkiye'nin içerisinde olduğu ekonomik durum firmaları ciddi etkiledi dolayısı ile Küçük ev Aletleri Sektöründeki şirketlere bakıldığında bu yıl negatif geçtiği izlenmektedir. Şartlar ne kadar kötü olursa olsun şirket olarak 2018 yılını %15'lik büyümeyle kapattığımızı söyleyebiliriz. TL'nin € ve \$'a karşı değer kaybı iç piyasada kötü giderken ihracat açısından avantaj sağlayacağını farkındaydık. Bu sebeple ağırlığı ihracata verdik ve geçen yıla oranla bu yıl %50 artış yakaladık ve bugün FANSET tesislerinde üretilen ürünler Avrupa, Kuzey ve Güney Afrika, Asya, Türk Cumhuriyetleri, Orta Doğu, Arap Ülkeleri, Güney Amerika ve Kıbrıs'a kadar 80'i aşkın ülkeye ihraç edilmektedir.

Bu yıl içerisinde şirketiniz bünyesinde yaptığınız yatırımlar, yeni ürünler, lansmanlar vb. gelişmeler nelerdir?

Elektrikli ev aletleri pazarında sadece sunduğu ürünlerinin yarattığı bir marka olmakla kalmayıp kurum olarak da sektörün öncü bir kurumsal markası olan FANTOM bugün olduğu gibi gelecekte de sektörün lider markası olmayı sürdürecektir. Fanset 'in ileri dönük bu güçlü hedefinin gerisinde yatan en önemli etkenlerin başında yüksek çeşitlilikteki ürün portföyü gelmektedir. Yeni ürünlerle kendisine yeni pazarlar yaratmayı başaran Fanset, profesyonel ürün gamıyla da dünyanın sayılı üreticileri arasına girmeyi de başarmıştır.

Fantom markamızla Küçük ev Aletlerini yeni tasarım ve renklerle müşterilerle buluşturmaya devam ediyoruz. Geçmiş yıllardan bildiğiniz gibi Fantom Professional markamız için ciddi bir yatırım yapmıştık. Türkiye ve dünya pazarında Son yıllarda istediğimiz hedefi yakaladık ve akabinde Fantom Professional markasının ürün yelpazesini temizlik ve servis kat arabalarıyla çeşitlendirdik ve bu yılın en büyük farkındalığını sıfır atık projesiyle geliştirdiğimiz 11 farklı kategoriden oluşan PROCYCLE ATIK KOVALARI olmuştur. Bu atık kovaları sayesinde atığın meydana geldiği yaşam alanlarından; iş yerlerinde, kurumsal binalarda, alışveriş merkezlerinde, hastanelerde, okullarda, sitelerde, hava alanlarında ve benzeri alanlarla ortaya çıkan plastik, cam, kağıt ve metal gibi farklı nitelikteki



atıkların sınıflandırarak görmeden muhafaza edilmesini sağlayarak geri dönüşüme katkı sağlamaktadır.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

Hızla artan global rekabetin dünya ekonomisinin yeniden şekillendiği bir ortamda işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri, büyüyüp gelişebilmeleri için stratejiler geliştirmeleri kaçınılmazdır. Bu büyük dönüşüm sürecinde işletmeler eskiden hakim oldukları pazarlarda bugün kendilerini yeni rakiplerle karşı karşıya bulabilmektedirler. Böyle bir gelişme ise beraberinde kaybedilen pazar paylarını ve giderek azalan kar marjlarını gündeme getirebilmektedir. İşte bu çok zor olan rekabet şartlarında yeni rekabetin kurallarını bir anlamda pazarın yeni kuralları olarak kabul edilen müşteriler oluşturmaktadır. Bu değişen ve gelişen yeni pazar koşullarında kalitede süreklilik teknolojiye yatırım, esnek üretim, sürekli değişim, müşteri memnuniyetine verilen önem, marka ve tüketici arasındaki güçlü bağ ön plana çıkmaktadır. Pazarın gelişen bu yeni dinamiklerini çok iyi değerlendiren FANSET bir yandan güçlü yönetim kadrosuyla mevcut pazarlama stratejilerini müşteri odaklı pazarlama anlayışı doğrultusunda yenilerken diğer yandan da üretim teknolojilerini ve Ar-Ge'ye yatırımlarını sürdürmektedir.

2018 yılında €/ \$ paritesindeki değişimler özellikle hammadde yönünde olumsuz etkilerinin olduğunu gördük. Açıkçası zorlu bir yılı geride bıraktık. 2019 yılında ise sektörlerin durumunu siyasi ve ekonomik konjonktür belirleyecektir.

Bu yılın ilk yarısında özellikle ATIK KOVALARI ürün grubuna olan yatırımlarımızı geliştirmeye devam edeceğiz. 2018 yılında ihracata ciddi olarak yöneldik ve beklenenden üstünde bir müşteri portföyü yakaladık dünya pazarındaki hedeflerimize Ar-Ge ve inovasyon yetkinliklerimizi

arttırarak emin adımlarla yürütmeye devam ediyoruz.

Biz hep daha iyi, hep daha yüksek kalitede müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştıracak marka olmayı ilke edindik ve o günden beri sürekli yatırım yapıyor, çeşitliliğimizi arttırıyor ve sürekli çalışıyoruz.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

İşletme sermayesinde beklediğimiz iyileşme nedeniyle en kötünün geride kaldığı kanaatindeyiz. Küçük ev aletleri sektörü ne kadar dalgalı seyrete de ortalamalarda büyümesi ve tüketim harcamaları artışının üzerinde performans gösterecektir diye düşünüyoruz. Bizler de bu şartlar altında FANTOM ve FANTOM PROFESSIONAL markalı ürünlerimizle emin adımlarla yürütmeye devam ediyoruz.

Firmaların uluslararası pazarlara yayılmasında etkin rol oynayan ihracat, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerinde ekonomik kalkınmanın itici gücü olmaktadır. Ayrıca ekonomik krizlerle boğuşan ülkemizi bu sorunlardan kurtarmanın da her zaman çıkış yolu olmuştur. Bunun için ulusal markalar olarak firmaların ihracat ve pazarlama stratejilerini geliştirmeli, kısa vadeli kar ya da satış artışları yerine uzun vadede pazar payını yükseltecek ihracat pazarlaması stratejilerinin oluşturulması ve bu stratejilere odaklanarak uzun vadeli iş birlikleri kurmaları gerekmektedir. Bu bağlamda FANSET dünyada 80 ülkeye ihracat yapan bir firma olarak ülkemizin uluslararası pazarlardaki yeni gücü olmaya adaydır.

İç piyasada “Yerli” ve “Milli” ürün algısı güçleniyor

Goldmaster CEO'su Dr. Sinan Bora

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

Küçük ev aletleri sektörü yaşadığımız bu ekonomik sıkıntıların yarattığı etkiye rağmen büyümeye devam ediyor. Yaşanan döviz hareketleri doğal olarak iç pazarda bir talep düşüşü yarattı. Buna rağmen son çeyrekte hissedilir büyüme emarelerini gördük. Yani sektörün bu yılı artıda kapatacağını umuyorum. Bize gelince 2018 yılının bizim açımızdan yatırım yılı olduğu için iyi geçti.

Bu yıl içerisinde şirketiniz bünyesinde yaptığınız yatırımlar, yeni ürünler, lansmanlar vb. gelişmeler nelerdir?

Elektrik süpürgesi, mutfak robotu, blender, saç kurutma makinesi, filtre kahve makinesi, fanlı ısıtıcı başta olmak üzere evde kullanılan tüm elektrikli ev eşyalarını tüketicilerimizin beğenisine sunduk.

Yurt içinde bayi ve market satış kanallarının yanı sıra e-ticaret üzerinden tüm ürünlerimiz için kolay ulaşılabilir geniş bir dağıtım ağı oluşturduk ve bu ağa dahil olmak isteyen yeni satış noktalarının olması da doğru yolda olduğumuzu gösteriyor.

Geniş renk alternatiflerimiz ile tüketicilerimizin kendi eşyalarına ve diğer ev aletlerine kombin yapabilmelerine imkân sunuyoruz. Örneğin çeyiz setlerimizle tost makinesi, çay makinesi, elektrikli cezve ve mutfak robotunu mutfak ile uyumlu renkte kullanmalarına olanak sağlıyoruz. Ürünlerimizi üretirken kalite, kolay kullanım, tüketici dostu olması önceliklerimiz arasındadır.

Gıda teması olan bu ürünlerde, tüketicinin sağlığını ön planda tutuyor ve kısa süreli kazançlar peşinde olmak yerine, en iyi hammaddeyi kullanarak, sağlığa uygun ürünler üretmek bu işe girdiğimiz ilk günden sözümüzü. Bu sözümüzü hiçbir üründe değiştirmedikimizi tüm bayilerimiz gördü ve yaşadı. Hepsinde büyük bir güven oluştu. “GoldMaster yaptı ise sağlığa uygundur, kalitesiz

olmaz” söylemlerini bizim olmadığımız ortamlarda duymak tüm emeklerimize geliyor. Sadece satış değil, 650 teknik servis ve hizmet noktası ile de satış sonrası hizmetlerde tüm Türkiye’ye kaliteli hizmet vermekteyiz.

Kendi ürününü üretip, kendi markası ile tüketicilerine sunup, bu ürünlerinin de arkasında duran ender firmalardan biriyiz. Süpürgede 5 yıl ücretsiz garantiyi sunan tek firma olmamız ürünlere olan güvenimizin ispatıdır.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

2019 yılında Türk kahve makinesinin pazar büyümesine paralel olarak yeni bir ürün geliştirmekteyiz. Yeni Türk kahve makinemizin tasarımı için özel olarak çalışıldı ve müşterilerimizin sorunsuzca kullanacakları bir ürün olacağı ve vazgeçilmezleri haline geleceğine eminiz. Bunun dışında yeni model saç kurutma makineleri, mini tost makinesi, yeni filtre kahve makinesi ve yeni hava nemlendirme modellerini Türkiye’de üretmek için çalışmalarımız hızla devam etmektedir.

Yeni süpürgelerimiz her zamanki gibi ilkleri getirecek. Geçen yıllarda Türkiye’deki ilk 3AAA enerji performansına sahip süpürgeyi çıkardık, ilk siklon ve turbo fırçalı dik süpürgeyi ürettik. Üretimdeki bilgi birikimimiz ile yeni ürünler üretirken, tüketicilerimizin beğenisine sunmaya edecek, kalitesini kendimizin kontrol edebildiği, fiyat avantajı sunabildiğimiz ve geniş renk seçenekleri ile 2019’da raflara hareket katmaya devam edeceğiz.



Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2019’da devletin ÖTV indirimi gibi desteklerini devam ettirmesi, biz üreticilerin de şartlarımızı zorlayarak üretimi desteklememiz ile daha da önem kazanacak. İç piyasada Yerli ve Milli ürün algısı güçleniyor gün geçtikçe, bu bizim için her zaman önemli olacak ama bir diğer önemli konu ihracat. İnovatif ve fonksiyonel ürünler, yepyeni dizayn çalışmaları çok önemli hale gelecek. Rekabet gücü ve nakit akışı daha önem kazanacak ve bunları sağlayan firmalar 2020’ye çok daha güçlü girecek.

ACI KAYBIMIZ

Sektörümüzde çok büyük emekleri bulunan

Değerli ve Saygıdeğer işadamı;

KİNG Pazarlama Dış Ticaret A.Ş.'nin

Genel Müdürü

SAUL SALFATİ'nin

Vefatı nedeniyle tarifsiz üzüntü içindeyiz.

Merhuma Tanrı'dan rahmet, kederli ailesine ve
tüm sevenlerine başsağlığı dileriz.

HTS TEKNİK HİZMETLER A.Ş. ve çalışanları



2019 yılında satışların artmayacağı öngörülüyor

Dayanıklı Tüketim ve Beyaz Eşya Perakendeciler Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Ali Yıldız



Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

Beyaz eşya satışlarımız 2018 yılında adet bazında %15 azalmıştır. Ciro bazında ise ortalama %10 artmıştır. Döviz fiyatlarının yükselmesinden dolayı ürün fiyatlarında %50 ortalama artış olmuştur.

Yıl içerisinde Whirlpool'ün aldığı Türkiye'den çekilme kararı için düşünceleriniz nelerdir? Bu karar sizleri nasıl etkiledi?

Whirlpool firmasının dövizdeki dalgalanmalardan dolayı Türkiye'deki perakende sektöründen çekilme kararını geçici buluyorum. 2019 yılını riskli gördükleri için geçici tedbir almaları son derece normal. 2020 yılında daha güçlü piyasaya gireceklerini düşünüyorum.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

2018 yılı beklediğimiz gibi geçti. İnşaat sektöründeki oluşan konut fazlasının ve fiyatların oturması 2019 yılının sonunu bulacaktır. Banka kredi faizlerinin normal seviyelere gelmesi biraz zaman alacaktır.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2019 yılında satışların artmayacağı öngörülüyor. Bu nedenle fazla borçlanmadan stoklarımızı da arttırmadan iyi bir yıl geçirmemiz gerekiyor. Üretici şirketlerimiz ürünlerini satmak için uygun enerji kampanyaları yapacağını öngörüyorum.

Çok çalışacağız, çok konuşacağız ve aldığımız kararları birlikte uygulayacağız

Kutup Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkanı Erhan Kızılcı

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

Ülkemizde hem Mart ayında hem de Eylül ayında döviz kurlarının yukarı yönde hareketlerinden dolayı fiyat ve piyasa istikrarı kaybolmuş olup tüketici güven endeksinde ciddi düşüşler olmuştur.

Kutup olarak bizler bu sıkıntılı süreçlerde mağazalarımızın verimliliğini artırmak için müşteri memnuniyet çalışmalarına, Kutup CRM çalışmalarına ve müşteri giriş sayıları, sepet ortalamaları vb. dataların çok yoğun takibine başladık. Bunlar verimlilikleri ölçmemizde çok büyük fayda sağlamıştır. Bugünlere geldiğimizde metrekare verimliliğimiz artmış olup fiyatların da artması bir etken olsa da tahmini % 30-%35 bandında ciro büyümesi ile yılı kapatacağımızı öngörüyoruz.

Kira maliyetleri düşen AVM'lerde yeni yatırımlar için de çok iyi bir zaman olduğunu düşünüyorum.

Yıl içerisinde Whirlpool'ün aldığı Türkiye'den çekilme kararı için düşünceleriniz nelerdir? Bu karar sizleri nasıl etkiledi?

Ülkemizde yatırım yapan ve birçok meslektaşımızın mağazalar açarak gönül verdiği bir markanın bu kadar kısa bir sürede bayilik sistemini kapatma kararı vermesinin bir yönetim başarısızlığı olduğunu düşünüyorum. Kapama kararları yönetim olarak doğru ise kapanma kararı almadan önceki mağaza açma kararları komple yanlış olup, bizim iş dünyamıza yatırım yapan meslektaşlarımıza bilerek zararlar vermiştir.

Yatırım yapan meslektaşlarımız zarar gördüğünden Whirlpool'un almış oldukları karar kesinlikle yönetsel bir başarısızlık hikayesi olarak anılacaktır. 6 ay önce bizlere de yatırım yapmamız için ziyarete geldiler ama bizi ekip olarak inandıramadılar ve yatırım kararı almadık.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

2019 yılı sektörümüz için çok zor geçecek olup banka kredilerinin bu kadar yüksek olması ile birlikte zor bir süreç yaşayacağız. Maliyet analizi yapmamız ve patronların artık geminin direksiyona geçerek tüm kararlara bizzat eşlik etmesi ve hep beraber birlik olma zamanımızdır. Biz Ankara'da meslektaşlarımızla haberleşip birlikte sorunları çözmek için çalışmalar yapıyoruz ve kamu üzerinde elimizden geldiğince sektör sorunlarımızı yoğun olarak anlatıyoruz. En büyük tehditleri olarak kira maliyetlerimiz ve kalifiye olarak yetiştiremediğimiz personel maliyetlerimizi kontrol edememek oluşturuyor.

Kutup olarak 2019 hedeflerimizde çok özenli stok ve maliyet analizleri yaparak, mağaza metrekare verimliliğimizi artırmayı ve hedef olarak %20-%25 oranında organik büyüme yapmayı istiyoruz. Uygun maliyetli yerlerde mağaza açma bütçemizi şimdiden hazırladık ve mağaza açılışlarımızı devam ettireceğiz. Hedefimiz 2019 yılında sadece Ankara'da 5 yeni mağaza açmak. İlk açılacak mağazamız da Ocak ayında Natavega AVM mağazamız olacaktır. Hedefimizin içinde Mart ayından sonra İstanbul'da uygun bulacağımız üç noktada da başlangıç olarak yeni mağazalar açmak.



Gelecek nesil teknolojiler yaygınlaşacak

LG Electronics Türkiye, Tüketici Elektroniği ve Beyaz Eşya Satış Direktörü **Ergün Altay**

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

2018 yılı LG Türkiye olarak hem bizim hem de ülkemiz için zor ve mücadele gerektiren bir yıl oldu. Yaşanan ani kur artışları ve ekonomideki dalgalanma, sektör hacminde bir düşüş yaşanmasına neden oldu. LG olarak, bu sene yaşanan tüm gelişmelere rağmen elektronik sektörü için yine de üst segmente doğru kaymanın devam ettiğini özellikle belirtmek isteriz. Teknolojinin hızla gelişmesi inovatif ürünlerin hayatımıza her geçen gün daha fazla girmesine neden olurken, Türk tüketicisinin yeni teknolojilere olan ilgi ve eğiliminin artmasıyla talep yukarı doğru kayıyor. Günümüzde tüketici bir üründen alabileceği maksimum faydayı alabilmek için daha fazla bedel ödemeyi kabul ediyor. Tüketicilerde genel olarak bulunan “bir kere alacağım en iyisi olsun, evladiyelik olsun” gibi düşünceler, yine bir ürünün en iyisine yönlendiriyor. Örnek verecek olursam, 2018 yılının ilk on ayında toplam TV pazarı içinde akıllı TV’lerin oranı %72’ye, UHD TV’lerin oranı %51’e ulaştı. Çok fonksiyonlu akıllı cihazlar ve yenilikler, beyaz eşyada büyümeyi sağlayan en büyük etken oldu. Tüm bu yaşananlar kullanıcının iyi ürüne daha fazla para ödemeyi kabul ettiğini gösteriyor.

2019 yılına baktığımızda; ev elektroniği ve beyaz eşya sektöründe adet bazında bir daralma bekliyoruz ancak Türk tüketicisinin teknolojik ürünlere, özellikle LG’nin inovatif teknolojilerine olan ilgisinin, adet düşerken ciromuzu arttıracasına inanıyoruz. Bu beklentiyle gelecek yıla ilgili hedefimiz adet olarak bir küçülme olsa da ciro bazında bir büyüme yaşamak.

Bu yıl içerisinde şirketiniz bünyesinde yaptığınız yatırımlar, yeni ürünler, lansmanlar vb. gelişmeler nelerdir?

Teknolojik dönüşümle birlikte izleyicilerin televizyonlardan beklentileri değişti... Kullanıcılar, televizyonlardan artık estetik ve inceliğiyle evlerine uyum sağlamasını, en kaliteli görüntü ve ses kalitesine sahip olmasını, hatta izleme alışkanlıklarını öğrenip kişisel tercihlerine göre programlar önermesini bekliyor. Biz de tüketici elektroniği alanında ağırlıklı olarak televizyonlara odaklandık.

LG olarak OLED TV’yi ilk kez 2012 yılında hayata geçirdik ve bugün de OLED TV pazarında liderliğimizi sürdürüyoruz. Ekran



teknolojisindeki yenilikleriyle televizyonların evdeki yerini ve televizyon izleme alışkanlıklarını yeniden tanımlayarak, sürekli devam eden AR-GE ve inovasyon çalışmalarıyla OLED teknolojisini uygun fiyatlarla sunarak, daha fazla tüketicinin daha kaliteli bir televizyon deneyimi yaşammasını sağlıyoruz.

Nano Cell™ teknolojisini kullanarak hayata geçirdiğimiz 2018 SUPER UHD TV’ler, tüketicilere daha derin siyah ve iyileştirilmiş renklerin yanında daha gerçek görüntü sağlayacak incelikli gölge detayları da sunuyor. LG SUPER UHD TV’lerin yenilikçi Nano Cell™ ekran renkleri, tüketicilerin en favori içeriklerini kaliteden ödün vermeden en iyi açıdan seyretmelerine olanak tanıyor. Yeni SUPER UHD TV’ler geliştirilmiş izleme deneyimini tamamlamak için yüksek kalitede sinematik ses deneyimi sağlayan Dolby Atmos ses teknolojisini de destekliyor.

Globalde bu yıl TV sektörüne son zamanlarda sunduğumuz en büyük yenilik ise Google’la yaptığımız iş birliği oldu. İş birliğimiz kapsamında LG Yapay Zeka destekli televizyonlarında kullanıcılara, dünyanın en iyi dijital asistanlarından olan Google Asistan desteği de sunuyoruz. LG OLED ve Super UHD TV serileri için geçerli olan bu özellikle LG’nin ödüllü televizyonları daha akıllı ve kullanışlı hale geliyor. Google ile yaptığımız bu eşsiz iş birliği ile Google Asistan’ı kendi işletim sistemimizde sunan ilk TV markası olduk. Sesli iletişim kurmanın mümkün olduğu Google Asistan destekli LG TV’lerde kullanıcılar sadece konuşarak, istedikleri içeriklere kolayca erişebilecek. Yine sesli komut özelliğini kullanarak televizyon ayarlarını

kontrol edebilecek olan kullanıcılar, evlerindeki diğer akıllı cihazları da televizyonlarından takip edebilecek. Google Asistan’ı kullanarak yüzlerce sesli komut gerçekleştirebilecek olan LG Yapay Zeka destekli TV kullanıcıları, harici oyun konsollarına, ses barlarına, TV, sinema ve fotoğraf görüntüleme moduna da hızlıca geçiş yapabilecek. Türkçe Google Asistan destekli televizyonlarımızı Türkiye’ye de en yakın zamanda getirmeyi amaçlıyoruz.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

LG olarak biz bir satış şirketi, en önemli kaynağımız da ürünlerimiz ve çalışanlarımız. Teknolojinin tüm hızıyla gelişmesi ve Türk tüketicisinin yeni teknolojilere olan ilgi ve eğiliminin artmasıyla talep her geçen gün üst segment ürünlere kaydığını söylemişim. Bu sebeple üst segment ürünlerimize yoğunlaşmayı sürdürüreceğiz.

2019’da sektörde fark yaratmaya ve büyümeye devam etmek istiyoruz. Bunun birinci koşulunun da insan kaynağı olduğunu biliyoruz. Dünyada inovasyona liderlik eden bir marka olarak; istihdama, istihdamını gerçekleştirdiğimiz çalışanlarımızın da niteliğine ve eğitimine çok önem veriyoruz. Bu sebeple istihdam konusunda 2019 yılı içinde de nitelikli ve eğitilmiş insan gücüne yatırım yapmaya devam edeceğiz. Tüm bunlara ek olarak teknoloji sektöründe çalışan kadın sayısını arttırmayı amaçladığımızı da söyleyebilirim.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2019 dünyada, 5G ve kuantum bilişim teknolojisiyle gelecek nesil teknolojilerin yılı olacağına benziyor. Kuantum teknolojisi ve bilgi işlem, iş hayatı ve hükümetler üzerindeki etkisini çoktan yaratmış olsa da, henüz tüketici pazarına girmedi. 2019, Google gibi kuruluşların Yapay Zeka’nın gelişimini iyileştirmek için değişik teknolojilere yönelmesi ve NASA’nın karmaşık lojistik sorunları çözmek için kuantum teknoloji kullanmasıyla kuantum teknolojisi açısından önemli bir yıl olacağını gösteriyor. 5G’nin ise 4G’lerden 20 kat daha hızlı olması beklenirken, her iki teknoloji de akıllı evler ve şehirler için ihtiyaç duyulan Yapay Zeka ve makine öğreniminin daha etkin bir şekilde geliştirilmesini sağlıyor.

Krizler, fırsatlar da taşıyor

İskenderoğlu Ticaret Yönetim Kurulu Başkanı,
Antalya Ticaret Odası Yöneticisi
Mustafa İskenderoğlu



Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

2018 yaklaşık olarak %20 ciro, %5 adetsel büyüme sağlayarak yılı kapatmak üzereyiz. Kriz yılı ile çelişkili bir durum olarak bakabilirsiniz. Buradaki en önemli faktör ise meslek hayatımda 27 yılı doldurmam ve CRM'e çok fazlaca önem vermemden kaynaklanabilir. Meslek hayatımdaki dördüncü ülke krizini yaşadım. Krizler bana ne olursa olsun fazlaca korumacı olmamamı ve ne olursa olsun gelen tüketiciyi geri çevirmememi öğretti. Tabii ki temkinli olmak şart.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

2019 yılının belki biraz sıkıntılı olacağını fakat dış kaynaklı bir etken olmayacağını varsayarsak yine büyümelerin bu seviyelerde olacağını tahmin ediyorum.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2018 yılı içerisinde beklediğim ve yapılanmak istediğim bir bölgede bir bayi arkadaşımın işi bırakması nedeniyle zorunlu olarak (kriz yılı olması nedeniyle bu terimi kullandım) yeni bir şube açmak zorunda kaldım. Bir miktar maddi anlamda bana yük oldu fakat krizlerin de beraberinde fırsatları taşıdığına inancını taşıyan birisiyim.

2019 yılında durgunluk bekliyoruz

Altınöğlü Group Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı ve
Gaziantep Ticaret Odası Yöneticisi **İslam Öztatın**



Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

2018 yılı Ocak ve Temmuz dönemlerinde çok iyi bir yol aldık. Hedef ve satış olarak neredeyse yılın en iyi dönemini geçirdik. Hedefimizde çok iyi ivmeler kat edip yola devam ediyorduk. Ancak Ağustos 2018'den sonra gün geçtikçe ciro ve hedeflerimizden çok geride kaldık.

Yıl içerisinde Whirlpool'ün aldığı Türkiye'den çekilme kararı için düşünceleriniz nelerdir? Bu karar sizleri nasıl etkiledi?

Şirketimizde bu firmayla çalışma olmadı için çok etki olmadı. Ancak Türkiye piyasası için çok aydınlık bir durum olmadı. Buradaki pazardan ayrılış Türkiye'de üretim yapan diğer şirketlere yararlı olabilir mi? Bu ve bunun gibi düşünceler haiz oldu.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

2019 yılında ilk üç aylık dönemde daha da durgunluk beklemekteyiz. Yerel seçimler var önümüzde. Piyasaları devletin dik tutması gerekmekte ama şu an maalesef saç teli inceliğinde yürümekteyiz. 2019 yılında ilk 6 aylık dönemde çok bir beklenti içine girmek hüsranlı sonuçlar verebilir. Genel şartlarda 2019 yılı, adım atarken bastığımız adımdan önce kesinlikle çok düşünmeyi, tespit ile kararlarımızı dikkatli vermeyi ve karar almayı gerektiren bir yıl olacak.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

2019 yılında 2018'deki kur artışı ve fiyat yükselişlerinin ekonomik dengelerde bozulmalara sebep olması, asgari ücret ve ücretlendirmede görülen yükselişler alım dengesinde yer yer bozukluk meydana getirecek. Hedef olarak mutlaka bir önceki yılın altında seyr edecektir diye düşünüyorum,

Sizlerden de bu haber özelinde bir görüş almamız mümkün müdür?

Ben İslam Öztatın yıllardan beri Dağıtım Kanalı'nı okuyor, sektörün kalbini ve nabzını Dağıtım Kanalı ile algılıyor olmanın onurunu yaşıyorum.

Sektöre sessizlik hâkim

Aygün Ticaret CEO'su ve Kahramanmaraş Ticaret Odası Yöneticisi **Ercan Aygün**

Sektörünüz ve Türkiye özelinde değerlendirdiğinizde 2018 yılı şirketiniz açısından nasıl geçti?

Sektörümüz; ülkemizin lokomotiflerinden olup, ihracat bağlamında otomotiv sektöründen sonra önde gelen sektör olmasından dolayı gurur kaynağımızdır. Pazar olarak değerlendirdiğimizde; yıllık yaklaşık 30 milyona yaklaşan üretimle, dünyanın en büyük ikinci üreticisi konumundayız. Bunun yanında üretimin %70'e yakınının dış pazara satılıyor olması da medar-ı iftihar tablomuz olarak karşımıza çıkmaktadır. Şirketimiz 42 yıldır sektörde olup, 2. Kuşak olarak yaklaşık 30 yıldır markama liderlik yapmaktayım. 50 m²'lik teşhirle çıktığımız bu yolda, şu anda 2.200 m² dev teşhirlerle bölgesel konsept mağazacılığı ile yolumuza devam etmekteyiz.

Son üç yıldır hissedilen 2018 yılıyla patlak vermiş ekonomik durağanlık; birlik ve beraberlik ile aşılabilecek bir süreç iken, şirketlerin köşelerine çekilmiş seyrediyor olması biz yatırımcıları yalnız savaşıma itmektedir. Bu süreç tabiri caizse "Gemisini kurtaran kaptan" mantığı ile ilerletilmemelidir. Unutulmamalıdır ki; bugün atılmayan herhangi bir adım Bayileri batma; tepkisiz şirket yöneticilerini ise işsiz bırakma tehlikesi ile burun buruna getirecektir.

2018 yılını değerlendirdiğimizde üretimde çokça bir değişim yaşanmamış; fakat biz organize bayiler açısından bu durum ithal ürünlerde %50; yerli üretimlerde %30 daralmayla sonuçlanmıştır. Arada oluşan açık, ihracatın %5 artırılması ile kapatılmaya çalışılmıştır.

Hane içi harcamalara ayrılan bütçe %10'lardan %3'lere kadar düşmüş haldedir. Hal böyle olunca halk zorunlu ihtiyaçları içerisinde dahi sıralama yapmak zorunda kalmış ve adeta, sadece yaşamsal ihtiyaçları edinim sağlamaktadırlar. Bu gidişatta kaçınılmaz son olarak da sektörümüz dip seviyelerdedir. Geçen onlarca yılda birçok durağanlık ile mücadele ettik ve hepsinden sektör, sektörler ve ülke olarak galip geldik. Yine yenilmeyeceğimizden zerre şüphem yok!

Yıl içerisinde Whirlpool'ün aldığı Türkiye'den çekilme kararı için düşünceleriniz nelerdir? Bu karar sizleri nasıl etkiledi?

Whirlpool dünyanın en büyük üreticileri arasında olup 4 yıl kadar önce Indesit markasını

bünyesine katarak ülkemizde ismi daha duyulur bir hal almıştı. Şirket yakın dönemde "mevcut ticari faaliyeti üzerine yeniden odaklanmak ve doğru ölçekte tekrar konumlandırmak üzere" Türkiye yerel satış operasyonundan çıkma kararı aldığını belirterek benim tabirimle daha kolay pazarlarda olmayı tercih etmiştir. Bunun yanında Manisa'daki tesisinde ihracat odaklı olarak üretime devam edeceklerini belirtmesi ucuz işgücü ve stratejik konumdan vazgeçmeyeceklerini göstermiştir. Bence burada üzerinde durulması gereken çekilmelerinden ziyade, tüketicilerinin ve bayilerinin mağduriyet yaşamamasıdır. Geçmiş yıllarda, yine ülkemizden çekilen Gronja, Amana ve benzer markaların cihazlarında çok basit sorunlar karşısında dahi, tüketici parça bulamadığı için cihazlarını değiştirmek zorunda kalmış bu durumda yabancı markalara olan güveni sarsmıştır.

Genel olarak 2019 yılından beklentiniz nasıl? Bu yıl için hedefleriniz ve genel stratejileriniz neler olacak?

Günümüzde yaşanan durgunluk 2001 sonrası yaşanan krizi anımsatıyor: Sessizlik hâkim. Hiç kimse yaşananları üstlenmiyor. Satışlar yerinde lakin hiç kimse durgunluktan bahsetmemekte. Benim meslek hayatıma yön veren bir eğitimden bahsetmek istiyorum. Bir toplantıda Hollandalı eğitimci gelerek sunumuna başladı, Konuşmacı İngilizce konuşuyor. Hitabeti fazlasıyla kuvvetli olan konuşmacı, beden dili ve mimikleriyle bizleri tesiri altına almış vaziyette. Sunumun sonuna yaklaşıldığında bir el arabası ile köz getirterek kor ateşi yüzümüze vuran közü yere serdirdi. Yaklaşık 2 metreyi bulan, kor ateş üzerinde yürümek isteyen gönüllü olup olmadığını sordu. Koca salonda sadece 2 bayi temsilcisi gönüllü olarak kalktı. Yabancı konuşmacı; "yürüdüğünüz yer ateş olarak düşünmeyin ileriye bakarak yürüyün, kafanızda asla ateş olmasın" dedi. Bu açıklamanın ardından arkadaşlar hızlı adımlarla köz üzerinden yürüyüp geçtiler. Bizler ise hemen ayaklarımızın yanıp yanmadığını, ateşi hissedip hissetmediklerini sorduk. Aldığımız cevap "hayır"dı. Hepimiz şaşırmiştık. Ardından kırk camlar getirdiler ve yine gönüllü arkadaşlar üzerinde yürüdüler. Ayaklarına hiçbir kırk camın batmadığını hep birlikte gördük. Konuşmacı eğitim süresince vurgulamak istediği ana düşünceyi haykırarak: "Kriz sadece kafanızda. Aslında işler yürüyor ve krizi düşünmediğinizde başaracaksınız."



Tıkandığımız her noktada bende oluşan rahatlık arkadaşlarımdan dikkatini çekmektedir. İşte ben her tıkandığımızda ateşle cam teorisini uyguluyorum.

2019 yılı için Ocak ayında yapılacak enflasyon zammı, tüketicileri daha rahat nefes alıracak. Erteledikleri ihtiyaçlarına sahip olacaklarını düşünüyorum. Dövizin durağanlığıyla birçok ekonomik göstergenin yerine oturacağı, bunun yanında faizlerin düşüşüyle ekonominin canlanacağı kanaatindeyim.

Sektörel olarak baktığınızda bu yıl bizi nasıl gelişmeler bekliyor?

Zor bir yıl bizi beklemekte. Önemli olan zorluklar karşısında pozitif kalabilmek. Günümüzde "Perakendeci neden batar?" sorusunu çok duyuyorum ve diyorum ki bir işletme devamlılığını sağlayabilecek bacakları doğru yönettiği sürece herhangi bir mağduriyet yaşamayacaktır. Bu yıl Paranın maliyeti kavramı kesinlikle en önemli argüman olarak karşımıza çıkacaktır. Yıllardır değişmeyen kârın formülü 2019 yılında da değişmeyecek olup toplam gelir ile toplam giderin pozitif olması gibi basit bir formüle sahiptir. Maliyetin sadece ürün bedeli olduğunu düşünmek en yanlış kurgudur. Aksi takdirde; hem satar hem de batarız, haberimiz dahi olmaz. Daha önceki gidenleri sorguladığımızda; battıklarını ya şirketten ya da bankacıları duyduklarını, ne olduğunu anlayamadıklarını dile getirmişlerdir. Sizin aracılığınızla buradan tüm sektöre hesaplı ve dikkatli olmalarını öneririm.

Ülkemizin burcu Akrep, yükselen burcu Yengeç'tir

Astroloji Eğitmeni
Gülşen Yılmaz,
36 yıla varan
astroloji geçmişi ile
2019 yılını yorumladı.



Öncelikle kısaca kendinizi tanıtır mısınız?

1981 yılı sonlarında bütün dünyam Psikoloji iken ve psikoloji tahsili yapmayı hayal ederken, Astroloji ile tanıştım ve ne olduğunu araştırmak için bütün ilgi alanımı Astrolojiye çevirdim. Ancak Türkiye’de eğitim verebilen hiçbir kurum yoktu. Ben Amerika’dan çeviri olan kitaplarla Astrolojiyi büyük bir aşk ve şevkle çözdüm ve öğrendim. 1990 yılından itibaren profesyonel anlamda kişisel haritalar yorumlamaya, 1999 yılından itibaren de eğitimler vermeye başladım. Danışmanlığım ve eğitimlerim halen devam ediyor.

Astroloji haritası için neye ihtiyaç var?

Bunun için kişilerin, doğum yeri, doğduğu yıl ve doğum saati gereklidir.

Kişi ve kurumları insan kaynakları açısından önceden tanımanın faydaları nelerdir?

Kişileri de kurumları da önceden tanımanın faydası sayılamayacak kadar çoktur. Çünkü herhangi bir olumsuzluğa karşı önleminizi almış ve ona göre bir yön çizmiş olursunuz. O kişiğe göre davranışlarınızı ayarlıyorsunuz çünkü onların nerelerde tepkiler yaratabileceğini ve nereye kadar size zarar verip vermeyeceğini bilmenizde büyük faydalar vardır.

Kişilerin olduğu gibi kurumların hatta devletlerin Astrolojik haritaları var mı?

Elbette var, ülkelerin ve kurumların kuruluş zamanlarının doğum anı haritaları çıkarılır ve o haritalarda onların olumlu ve olumsuz geçireceği zamanlar yorumlanır.

Astrolojik harita ne işe yarar?

Kişilerin, kurumların, devletlerin haritasının bilinmesinin faydası o insanların, kurumu veya devletlerin nasıl bir karaktere sahip olduğunun ortaya çıkartılmasıdır. Onların kuvvetli ve zayıf yönlerinin bilinmesi ve sizlerin bu yönde ne gibi bir fayda ya da zarara uğranabileceğinizin önceden bilinmesi son derece hazırlıklı olmanızı sağlar.

Ülke yöneticileri astrolojiyi çalışmalarında kullansalar faydaları olur mu?

Elbette faydaları olur. Özellikle dış ülkelerin haritalarını tanımaları karşı tarafın başkanlarının, kabinelerinin ve halklarının karakter yapılarını incelemelerini ve ona göre stratejiler uygulamalarını sağlar. Bu şekilde davranışlarını ayarlayabilir ve kendilerine hangi yönden fayda sağlayabileceklerini anlayarak çözümler üretebilirler.

Türkiye'nin burcu var mı? Hangi burçtanız?

Ülkemizin burcu Akrep, yükselen burcu Yengeç'tir. Ülkemizin doğum tarihi 29 Ekim 1923 Ankara, saat 20.25'e göre doğum zamanı olarak harita çıkarıyoruz ve bu Atatürk'ün cumhuriyeti ilan etmesinin zamanıdır.

Türkiye'nin astrolojik haritası nasıl, önümüzdeki günlerde bizi bekleyen olumlu ya da olumsuz durumlar nelerdir?

Türkiye'nin haritası son derece güçlü bir harita, ancak gücünü her zaman gösteren bir yapıya sahip değil. Ne zamanki aileye, milli değerlerine, bayrağına, ülkesine herhangi bir zarar geldiği vakit, o zaman akrep burcunun kendisini küllerinden yaratması ve yeniden yapılanması, gücünü toplaması, yükselen yengecin de sevdikleri, değer verdikleri uğruna azimle savaşabileceğini gösteriyor. İşte böyle zamanlarda bütün ülke, tek vücut olarak bir bütünde birleşebilme gücüne ve duygularına sahip olduğunu ortaya koyabiliyor. Bunun yanı sıra 2017 yılının aralık ayından başlayıp 2019 yılı da devam edecek şekilde bu konu çok daha fazla disipline edilecek, sorumluluğumuz artacak. Ayrıca 2018 yılı mayıs ayında, maddi anlamda sürpriz bir şekilde ekonominin halkın üzerinde ciddi sorunlara uğratması ve bunun 2019 yılında sürebileceği söz konusu.

Tarımda, gıdada, doğal afetlerin tarıma vereceği ve bunun hiç beklenmedik zamanlarda olabileceği olasılıklar içerisinde. Bu, bütün madde ile ilgilendirilen konuları kapsamakta. 2019 yılı her şeye rağmen maddi anlamda Türkiye'nin reklam, basın, yayıncılık, kültür konuları, yabancılarla ilgili iş girişimleri açısından olumlu. 2019 kasım ayına kadar sürebilecek şanslı ve fırsatların değerlendirilmesi açısından iyi bir dönem var önümüzde.

Ülkemizin 2008 sonlarından itibaren ortak ülkelerle olan anlaşmalarda baskılayıcı bir uygulama ile sorunları bulunuyor. Bu konu, yine devam ederek önemini koruyor.



Kişisel olarak 2019 yılı hangi burçlara daha çok şans getirecek

Koç burcu:

1 ocakla 25 ocak arasında, iş hayatındaki tıkanan bir devri kapatıp yeni başlangıçlara hazır olmalı, özellikle yabancılarla tanışmalar, yurt dışı bağlantıları, seyahatler, eğitim, basın, yayıncılık konularında ve genel anlamda da en şanslı burçlardan.

Boğa burcu:

Gruplarla iş arkadaşlarının, sosyal alanın çok meşgul olduğu ve bunun devam edeceği, özgür bir ruh hali içerisinde olup değişkenlikler göstereceği bir zaman dilimi yaşayacaktır. Mirastan, eşinden ya da ortaklarından önümüzdeki kasım ayına kadar maddi yönden sevineceği durumlar yaşayabilir.

İkizler burcu:

2019 yılı içerisinde evlilikler, ortaklıklar, iş anlaşmalarının olabileceği, rahat edeceği, güzel başlangıçların olabileceği bir dönem içindeler. Eşlerinin, ortaklarının ve miras gibi ortak paranın getirdiği sorunlar bu yıl da devam edecek.

Yengeç burcu:

Çalışma ortamındaki genişleme rahatlık ve fırsatların gelişi 2019 yılında güzellikler getiriyor. İş hayatında birden değişen koşullar mart ayından itibaren daha güvenilir bir durum içerisine giriyor.

Aslan burcu:

Çocuklarla ilgili, güzellikler, aşk hayatı, sosyal alanlar, hobiler gibi konularda şanslılar. İş hayatında 2019 yılı değişimlerin olması ve iş değişiklikleri söz konusu. 20 ocaktan şubat ortasına kadar olan dönemde eğitim, yurt dışı ve yabancılarla ilgili konularla mücadele ederek iyi sonuçlar alınması muhtemeldir.

Başak burcu:

2019'da aile büyükleri, ailenin genişlemesi ve evleri ile ilgili konularda şanslı olduğu devredeler. Bunun yanında evlilik ve ortaklık konusu sükutu hayaller içeriyor. Son aylardaki mücadele 2 ocaktan itibaren biraz daha rahatlatma gösteriyor. Ayrıca çocukları ile ilgili sorumlulukları 2 yıl daha devam edebilir.

Terazi burcu:

2019'da kardeşler, eğitimle ilgili ve yolculuklarla ilgili konularda şanslı dönemleri.

2 ocaktan şubat ortasına kadar olan dönemde evlilik ve ortakları ile tartışmalardan kaçınmaları gerekir çünkü bu konularda sorunların hallolması için tartışmalar olasıdır.

Akrep burcu:

2019 yılında maddesel anlamda şanslı ve fırsatların değerlendirebileceği bir yıl. Eşleri, herhangi bir ortaklaşa olan işbirlikleri konusunda aniden gelişebilecek ve hiç umulmayan zamanlarda bitişlerin olmaması için anlayışla ve sabırla hareket etmelerinde fayda var.

Yay burcu:

2019'un şanslı burçlarından. Gelişim, olgunlaşma ve fırsatları yakalamak için gerekli şansa ve itici güce sahip olduğu bir devre geçiriyorlar. Çalışma hayatında sürpriz değişimlere hazırlıklı olmalılar. Maddi alanda, tutumluluğu öğrenmeleri gereken bir dönem. 2 ocaktan şubat ortasına kadar olan dönemde aşk hayatında mücadele edeceği bir devreye giriyorlar.

Oğlak burcu:

2019'da sağlık konusunda beklediği iyiliği bulabileceği ve şanslarının bu yönde olduğu bir yıl içerisinde. Eğitim, kardeşler ve yolculuklarla ilgili hayallerini gerçekleştirmede imkan araması ve yine bu yönde mücadelesini sürdürmesi gerekiyor. Çünkü disiplin ve sorumlulukları her zamankinden daha fazla.

Kova burcu:

2019'da dernekler, kulüpler, iş arkadaşları şanslarının olduğu konular. Ayrıca umut ve dileklerine ulaşabilmede kolaylıklara sahip olabilecekleri bir yıl. Evleri ilgili, taşınma ve değişiklikler de söz konusu. 2 ocaktan şubat ortası eğitimin ve yolculukların hız kazanacağı bir dönemde olabilirler.

Balık burcu:

2019 yılı martından itibaren ekonomi alanında rahatlayacakları döneme giriyorlar. İş ve kariyer hayatında kendilerini gösterebilecekleri ve fırsatları yakalayabilecekleri bir dönem olabilir, biraz enerjik ve gayretli olması koşuluyla. Özgün bir eğitimle öğrenim yapabilir ve hayatlarına bu konunun ciddi anlamda katkısı olabilir.

Mutlulukların ve umutların gerçekleştiği yıllar dilerim.

Kahve Kokusu



DREAM SALES
MACHINE

Dream Sales Machine, Kıbrıs'ta faaliyetlerine başladı



İstanbul Coffee Festival [İCF], Ankara Coffee Festival [ACF], İstanbul Comics and Art Festival [İCAF] ve Reformist gibi festival ve etkinlik organizasyonlarının yaratıcısı olarak Türkiye'de ilklere imza atan Dream Sales Machine, İstanbul ve Londra ofislerinden sonra Kıbrıs'ta DSM Nicosia ofisini hizmete açıyor.

DSM Nicosia ile faaliyet alanına Kıbrıs'ı da ekleyen Türkiye'nin önde gelen yaratıcı etkinlik ajanslarından Dream Sales Machine, Türkiye ve İngiltere'yi kapsayan profesyonel birikimini Kıbrıs'a taşıırken, yerel işbirliği olanaklarını da geliştirmeyi hedefliyor. DSM Nicosia, Türkiye ve İngiltere'de olduğu gibi Kıbrıs'ta da etkinlik, festival ve müşteri odaklı pazarlama organizasyonlarının yanı sıra DSM Ticket ile kullanıcı dostu online bilet satış sistemini de Kıbrıs'a getiriyor.

Özel bir davetli topluluğu ile gerçekleştirilen etkinliğe KKTC Eski Başbakanlarından Ferdi Sabit Soyer, TAK Ajansı Genel Müdürü Fehmi Gürdallı, Dream Sales Machine Başkanı Alper Sesli, DSM Group Başkanı İlker Akar ve iş dünyasının tanınmış isimleri katıldı.

17 Kasım 2018 tarihinde "Kahvaltıda Caz" etkinliği ile Kıbrıs'a merhaba diyen DSM Nicosia'nın Ofis Koordinatörlüğünü sektörün deneyimli isimlerinden Ulvi Yaman yürütüyor. N'Jazz serisi kapsamında düzenledikleri "Kahvaltıda Caz" etkinliğinin özel bir seçim olduğunu ifade eden Ulvi Yaman, DSM Nicosia'nın sürprizlerle dolu şaşırtıcı etkinliklerle Kıbrıs'ın kültür-sanat ve eğlence gündeminde iddialı olacağını belirtti. Yaman, "Dünyanın kültürü, dünyanın müziği, dünyanın eğlencesi" mottosuyla 2019 yılında birbirinden çarpıcı projeleri hayata geçirmek için kolları sıvadıklarını kaydetti.

Korkmayın hepsinin içinde kahve var, sır değil!

Konuk Yazar: Fahrettin Kerim Avcı

Hani şu dilimizin dönmediği kahve isimleri var ya, maçıpuçi mi, kapıcini mi ne diye adlandırılan ve birçoğumuzun da aklında tutamadığı için söyleyemediği, “hah işte ondan istiyorum” diyerek geçiştirdiği kargaşadan bahsedeceğim. Aslında çok da zor değil. İnanır mısınız bilmem ama hepsinin içinde öncelikle kahve var. Hadi canım demeyin ben şahidim. Hepsinin içinde temel olarak kahve var. Peki başka ne var? Aralarındaki fark nedir?

Aslında en basit şekliyle şöyle anlatılabilir; Hepimizin hayatında en az bir kere içtiği Türk kahvesini baz alalım. Dünyanın en ince öğütülmüş kahvesi ile yapılır ve pudra kıvamındadır. Telvesi ile servis edilen tek kahve çeşididir. İnce öğütmesi çok meşakkatlidir; kıvamını, pişirme ısısını, köpüğünü tutturmak cidden bir usta işidir. Ve bu vazgeçilmez tadı hepimiz biliriz. Burdan yola çıkarak, neye göre, neyi kıyaslayacağımıza anlayacağız. Hepsinin şekersiz ve aynı yörenin çekirdeklerinden yapılması durumunda bir fincan Türk kahvesini sertlik derecesine göre 10 üzerinden 5 verdiğimizizi varsayalım.

Espresso: Kahve çekirdeği, Türk kahvesine oranla daha büyük granüllerde öğütülür. Pot denilen kaşıklara ortalama 10 gr kadar koyulur ve yine yaklaşık 15 kiloluk bir basınçla sıkıştırılır. Espresso makinasında yuvasına takılır. Sonrasında 9 barlık basınçlı suya 24 saniye süreyle maruz bırakılır. Veee vazgeçilmez tattaki kahve artık sunuma hazırdır. Makineyle yapılabilecek en sade halide budur. Sertlik derecesi 10’dur.

Lungo: Espressodan tek farkı, 9 barlık basınçlı suya 32 saniye süreyle maruz bırakılır. Sertlik derecesi 8’dir.

Amerikano: Dört birim sıcak suya, bir birim hazırlanan espresso eklenir. Toplamda 5 birim olur. Sertlik derecesi 5’tir.

Red eye: (Kırmızı göz) Sıcak su yerine, bir fincan filtre kahve ve artı olarak espresso eklenir. Sertlik derecesi 15’dir.

Black eye: (Siyah göz) Yine sıcak su yerine, bir fincan filtre kahve ve içine çift espresso eklenir. Sertlik derecesi 25’tir.

Death eye: (Ölüm gözü) Bunda da bir fincan filtre kahve içine bu kez dört espresso eklenir. Sertlik derecesi neredeyse 45’e kadar çıkar. Birçok kafeteryada menüde bile yoktur.

Bunlar sade kahve denilebilecek türler. Süt ve süt köpüğü veya başka tadlandırımlar kullanılarak daha hafif tadlara da ulaşılabilir.

Capuccino: Bir espressoya, 3/2 oranında süt köpüğü ve 3/1 oranında da süt katılır, toplamda 4 birim olur. Süt tadı öne çıkar. Sertlik derecesi 3’tür.



Latte espresso: Bir espressoya, bu kez 3/2 oranında süt ve 3/1 oranında süt köpüğü katılır. Köpük tadı ön plana çıkar. Bunda da sertlik derecesi 3’tür.

Flat white: Bir espressoya, iki katı süt eklenir. Sertlik derecesi 5’tir.

Cortado: Bir espressoya, 4/3 oranında süt, 4/1 oranında da süt köpüğü eklenir. Sertlik derecesi 4’tür.

Mocka: Bir espressoya 3/2 oranında süt, 3/1 oranında süt köpüğü ve sıcak veya sıvı çikolata eklenir. Sertlik derecesi 2’dir. White mocka: Her şey aynı orandadır. Sadece kullanılacak çikolatanın rengi beyaz olur. Sertlik derecesi 2’dir.

Vanilya macchiato veya caremel macchiato: Bir espressoya 3/2 oranında süt, 3/1 oranında süt köpüğü. Yani Mocka ile aynı sadece tadlandırımları vanilya veya karamel kullanılıyor. Sertlik derecesi bunda da doğal olarak 2’dir.

Affogato: 1 top vanilyalı dondurma üzerine bir espresso. Sertlik derecesi 7’dir.

İşte bu kadar basit, artık içlerinde ne var biliyorsunuz. Sevgili barista kardeşlerimiz çok güzel süslüyorlar ellerine sağlık. En azından ismini hatırlamasanız bile süt ağırlıklı ya da krema ağırlıklı olandan diyebilirsiniz. Şimdi gelelim üçüncü nesil ekipmanlarla yapılan tadlara. Burada kullanacağınız kahvenin yöresi çok önemli. İstedığınız nitelikli kahveye ulaştığınızı varsayarak.

Syphon: Yapacağınız kahvede görsel olarak üst düzeyde bir sunum sağlar ama tad olarak en hafifi olacaktır.

V60: Son derece pratiktir, neredeyse kullan at kıvamındadır. Kahvenin lezzeti hafif, aroması yüksek olur.

Chemex: Orta sertlik ve orta aromatik tadlar sunar.

Wood neck: Hafif sertlik, hafif aroma sunar bu üç ekipmanda basınç yoktur. Tamamen su akar, yolunu bulur mantığıyla çalışır.

Aopress: Kullanım sırasında basınç uygulandığı için yüksek sertlik, yüksek aroma elde edilir.

Mockapot: İtalyanların çokça tercih ettiği bir ekipmandır. Yüksek sertlik ve hafif aroma verir. Bir de bilinen en iyi kahve demleme yöntemi olarak gösterilen ve Cold drip olarak bilinen soğuk demleme yöntemi var. Doğru şekilde yapıldığı zaman bir kahve çekirdeğinden alabileceğiniz en yüksek sertliğe ve aromatik tadlara ulaşabilirsiniz.

Artık gönül rahatlığıyla bir kafeye gittiğinizde “söyledim ama dur bakalım ne gelecek, içinde ne var.” demeyeceksiniz.

Kaave Dual Pro tek tuşla 8 fincan kahveyi aynı anda yapabiliyor



Fakir Kaave Dual Pro ile restoran, kafe, otel gibi işletmelerde ya da kalabalık misafir buluşmalarında, usta işi Türk kahvesi yapmak kolaylaşıyor. Çift hazneli olarak üretilen Kaave Dual Pro, tek tuşla 8 fincan kahveyi aynı anda yapabiliyor. Tekli 735 W, çift olarak ise 1470 W ısıtıcı gücüne sahip olan makine, kullanıcılarına tam kıvamında ve lezzetinde Türk kahveleri sunmak için tasarlandı. 2,3 litre kapasiteli, sökülebilir su tankı bulunan makine, uzun soluklu kullanımlarda hiçbir aksaklık yaşatmıyor. Ayrıca kendinden su alma özelliği sayesinde belirtilen fincan kadar suyu haznesinden kendisi alarak, sürekli su doldurma zahmetini ortadan kaldırıyor. Hafızasında üç farklı fincan boyutu ile sunulan cihaz, seçilen fincan boyutu kadar suyu haznesinden alabiliyor. Kaave Dual Pro, cezvede pişirme tekniği esas alınarak ve taşmayı önleyen patentli Limunasense teknoloji ile tasarlandı. Ergonomik cezve ağız sayesinde her fincana eşit köpük dağıtabilen makine, bol köpüklü ve aromalı Türk kahveleri yapmaya olanak veriyor.

Al-götür kahve alışverişlerinde uygulamayı kullanan Kahve Dünyası misafirleri, bu sayede her kahve için bir damga biriktiriyor. 6 damga biriktiğinde bir adet al-götür kahve hediye ediliyor.

Türk Kahvesi en çok Ege'de tüketiliyor

Kahve Dünyası, yayımladığı araştırma ile 7 bölgenin Türk kahvesi haritasını ortaya çıkardı. 5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü nedeniyle yapılan araştırmaya göre, her 100 kişiden 95'i Türk kahvesini seviyor. Türk kahvesi en çok Ege'de tüketilirken tüm bölgelerde en çok köpüklü ve orta şekerli kahve tercih ediliyor.



Kahve Dünyası, Türk kahvesi tüketim alışkanlıklarına yönelik gerçekleştirdiği araştırmanın sonuçlarını yayımladı. Türkiye genelinde bin kişiyle görüşülerek gerçekleştirilen araştırmadan dikkat çekici sonuçlar çıktı.

5 Aralık Dünya Türk Kahvesi Günü nedeniyle yapılan araştırmaya göre, Türkiye'deki her 100 kişiden 95'i Türk kahvesini seviyor. Kahve içenlerin yüzde 77 gibi çok büyük bir çoğunluğunun seçimi Türk kahvesi olurken bunu filtre kahve ve latte-cappuccino takip ediyor.

Türkiye'de günde ortalama bir fincan (1,02) Türk kahvesi içiliyor. Günde 2 ila 3 fincan Türk kahvesi tüketenlerin oranı Ege Bölgesi'nde yüzde 34'ü buluyor. Marmara Bölgesi yüzde 40 ile günde bir fincan Türk kahvesi keyfi yaparken Karadeniz Bölgesi'nden araştırmaya katılanların yüzde 24'ü 'nadiren' Türk kahvesi içtiğini belirtiyor. Türk kahvesinin en az içildiği bölge ise 0,73 fincan günlük ortalama ile Doğu Anadolu.

Yedi bölge de orta şekerli içiyor

Kahve Dünyası'nın gerçekleştirdiği araştırmaya göre, Türk kahvesi yüzde 55 gibi büyük bir oranla orta şekerli içiliyor. Tüm bölgelerde en çok orta şekerli içim tercih edilirken Marmara'da ikinci sırayı yüzde 39 ile sade alıyor. Şekerli kahve seven bölgeler Güney Doğu Anadolu, İç Anadolu ve Akdeniz olarak sıralanıyor. Çok şekerli Türk kahvesini ise 100 kişiden yalnızca 2'si tüketiyor.

Türk kahvesinin en çok içildiği zaman dilimi yüzde 37 ile akşam olurken bu oranı yüzde 35 ile öğle yemeği sonrası takip ediyor. Egeliler kahveyi sabahla öğle yemeği arasında seviyor. Gece saatlerinde Türk kahvesi tüketiminin en fazla olduğu bölgeler ise Güney Doğu Anadolu ve İç Anadolu.

Kahvenin yanında çikolata

Araştırmaya katılanların yüzde 42'si, Türk kahvesinin yanındaki favori ürünlerinin çikolata olduğunu belirtiyor. Çikolatayı en çok sevenlerin şekerli Türk kahvesi içenler ve öğrenciler olduğu görülüyor.

WMF Lono Filtre Kahve Makinesi Termos Karaf içinizi ısıtacak



WMF, 'WMF Lono Filtre Kahve Makinesi Termos Karaf' ile soğuk kış günlerinde içinizi ısıtacak. On bardağa kadar kahve yapabilen WMF Lono Filtre Kahve Makinesi Termos Karaf, Aroma Perfection özelliği sayesinde kahvenizin sertliğini damak tadınıza göre istediğiniz gibi ayarlamanıza

fırsat sunuyor. WMF Lono Filtre Kahve Makinesi Termos Karaf, su seviyesi göstergeli çıkarılabilir su haznesi ve çıkarılabilir filtresi ile pratik bir kullanım sağlıyor. Damlamayı önleme, taşmaya karşı koruma ve demlenme bittiğinde otomatik kapanma özellikleriyle sizi sıcak bir kış bekliyor.



LG Electronics yapay zeka çalışmalarını hızlandıracak

2018 teknoloji sektörü için heyecan verici bir yıl oldu. Yapay zekaya yapılan yatırım hızla arttı. Forbes'a göre, işletmelerin %80'i bu yıla kadar yatırım yaparken, % 30'u da gelecek 3 yıl içinde yapay zeka yatırımlarını genişletmeyi planlıyor. Yapay zeka entegrasyonunda lider firmalar arasında yer alan LG Electronics (LG), 2019 yılında da tüketici beklentilerinin üstünde ThinQ teknoloji ürünlerini sunmaya devam edecek.

Yapay zeka ihtiyaç haline gelecek

2018 yılında, yapay zekanın temelleri oluşturuldu, robotlar evdeki yardımcıları haline geldi ve gün geçtikçe daha da incelen televizyonlar duvardaki tablolardan ayrılmaz bir görüntüye kavuştu. LG'ye göre 2019 yılı ise yapay zekanın evlerden çıktığı ve sadece bir yerde değil, her yerde ihtiyaç haline geldiği yıl olacak. LG, ThinQ platformu altında sunduğu yapay zeka odaklı ürünleriyle çitayı daha da ileriye taşıyacak.

5G Teknolojisi geliyor

LG, yeni ürünlerinde son teknolojiler ile en iyi şekilde adapte olması ve hızlı hizmet sağlaması için sektörün başarılı isimleri ile işbirlikleri kuruyor. Mobil teknolojilerde 2G etkin global iletişimi, 3G ve 4G mobil internet imkanını sağladı ama 5G, potansiyel olarak her şeyin her şeye bağlanabileceği yeni, akıllı bir dünyanın başlangıcını işaret ediyor. 5G milyarlarca yeni bağlantıyı mümkün kılarken hem güvenlik hem de anlık reaksiyonla hızını 100 kata kadar artırıyor. Telefon aramalarının hızını artırmanın ötesine geçecek, ulaşım, ilaç ve üretim dahil olmak üzere birçok sektörde yeni olanaklar yaratacak olan 5G, nesnelerin interneti

ve yapay zeka üzerinden daha akıllı bir dünya kuracak. Sistemin aynı anda çok sayıda bağlantıyı taşıyabilmesi nedeniyle, akıllı şehirler, otonom otomobiller ve akıllı konutların geliştirilmesinde 5G çok önemli bir rol oynayacak. Full HD

filmlerin indirilmesinin sadece saniyeler alacağı 5G teknolojisiyle, grafik, ağır videolar ve yüksek hızlı oyunların cihazlarda çok hızlı bir şekilde oynatılması sağlanacak.



Yenal Gökyıldırım 3 ülkeden sorumlu olacak

MediaMarkt Türkiye İcra Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım, MediaMarkt'ın global organizasyonunda "Grup İcra Kurulu Üyesi" ve 3 ülkeden sorumlu "Doğu Bölgesi Operasyon Başkanı" oldu.

MediaMarkt'ın Türkiye İcra Kurulu Başkanı Yenal Gökyıldırım, şirketin "Doğu Bölgesi Operasyon Başkanı" oldu ve global Grup İcra Kurulu üyeliğine atandı. MediaMarkt Türkiye'nin yanı sıra Yunanistan'ın da İcra Kurulu Başkanlığına getirilen Gökyıldırım ayrıca, Grubun Doğu Bölgesi Operasyon Başkanı olması dolayısıyla İsveç'ten de sorumlu olacak.

Son 3 yılda kesintisiz büyüme sağladı

Yenal Gökyıldırım, MediaMarkt'daki görevine başladıktan hemen sonra ekibiyle birlikte finansallarda önemli iyileştirmeleri gerçekleştiren bir dönüşüm programını hayata geçirdi. Gökyıldırım'ın 2015'ten bugüne kadarki liderlik sürecinde ortaya koyduğu finansal başarıları kadar, Türkiye operasyonunun müşteri odaklılık ve dijital dönüşümde kat ettiği yol da dikkat çekti.



Uğur Soğutma, “2019 Bayiler Toplantısı”nda buluştu

Uğur Soğutma’nın her yıl geleneksel olarak düzenlediği ve bu yıl 20–23 Aralık tarihleri arasında Antalya Kemer Rixos Sungate Otel’de organize ettiği toplantıda “Uğur” ailesini oluşturan bayiler bir araya geldi.



2019 yılı hedeflerinin paylaşıldığı toplantıya Türkiye’nin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren 600’e yakın bayi ve 1.400 kişi katıldı. Toplantıda, Uğur Şirketler Grubu Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ömer Selvi ve Yönetim Kurulu Üyeleri, Uğur Şirketler Grubu CEO’su Yusuf Öksüzömer ve Uğur Soğutma çalışanlarının katkılarıyla bir sonraki yıl için hedefler belirlendi. Müşteri ilişkilerinin öneminin vurgulandığı organizasyonda yeni fikirler, yeni ürünler ve yeni kazançlar üzerinde konuşuldu.

Açılış konuşmasını Yönetim Kurulu Başkan Vekili Ömer Selvi’nin yaptığı toplantıda, sırasıyla CEO Yusuf Öksüzömer, Üretim Direktörü Kemal Cahat Emanet, Müşteri Hizmetleri Müdürü Hasan Kardeşler ve Yurt İçi Satış Koordinatörü Erdoğan Ulaş sunumlar yaptılar.

Konuşması sırasında CEO Yusuf Öksüzömer “2018 yılı içinde fabrikalarımıza yeni üretim hatları kazandık. Bu hatlarımız 2019 yılı içinde tam performanslı çalışacak ve ürün gamımızı daha da arttıracacağız. Aralık ayı içinde sonlanması planlanan ÖTV indirimi devletimiz tarafından daha fazla uzatılmazsa, benden size söz bir ay daha ÖTV indirimini biz uzatacağız, nihai müşterilerimizden ÖTV ücreti almayacağız.” diyerek bayilere yeni yıl sürprizlerini sundu.



Ayrıca, toplantılarda Yurt İçi Satış Koordinatörü Erdoğan Ulaş’ın moderatörlüğünde “Perakende 2019 Trendleri”ni anlattığı, farklı bölgelerden bayilerin de katılımlarıyla tecrübelerini paylaştığı açık oturum bayiler tarafından büyük ilgi görerek dikkatleri üzerine çekti. 2019 yılı ürün gamının bir parçasının da sergilendiği bayi toplantısında, ürünler ve showroom alanı büyük ilgi topladı.

Organizasyonun galasında ise Ferhat Göçer, Uğur Soğutma çalışanları ve bayileri için en güzel şarkılarını seslendirdiği bir konser verdi.





king

KISMET

Közde pişirme seçeneğiyle
GERÇEK TÜRK KAHVESİ LEZZETİ.



2 KIVAMDA
PIŞIRMA



NORMAL & AĞIR ATEŞ



TEK SEFERDE
4 FİNCAN

Yeni King Kismet Türk Kahvesi Makinesi, iki farklı pişirme seçeneğiyle hem kahvenize hem de sohbetinize keyif katacak.

Renk Seçenekleri



www.king.com.tr

4
yıl
GARANTİ

Hepsiburada, Türkiye'nin 2018 yılı internet alışveriş tercihlerini açıkladı

E-ticaret alışveriş alışkanlık ve eğilimlerini açıklayan Hepsiburada'nın yayınladığı trend raporu kapsamında 2018 yılında gerçekleştirilen alışverişlerde, 2017'ye göre %60'lık bir artış yaşanırken, yerli milli ürünlerde de %100'lük bir artış yaşandı.

Hepsiburada, Türkiye'de 2018 yılı e-ticaret alışkanlık ve eğilimlerini açıkladı. Trend Raporu adıyla her 6 altı ayda bir yayınlanan raporda, Hepsiburada'dan alışveriş yapan müşterilerin en çok tercih ettikleri ürünlerden, en fazla arama yapılan kelimelere, yerli ve milli ürünlere artan ilgiye ve il ile yaşa göre eğilimlere kadar birçok bilgi paylaşıyor. 35'ten fazla kategoride 18 milyonun üzerinde ürün çeşidiyle müşterilerinin hayatını kolaylaştıran Hepsiburada'nın yayınladığı trend raporu kapsamında; 2018 yılında gerçekleştirilen alışverişlerde, geçen yıla göre %60'lık bir artış yaşandığı belirtiliyor.

2018 yılında Hepsiburada'dan en çok alışveriş yapılan ilk 5 kategori; Temel Tüketim ve Gıda, Sağlık ve Güzellik, Kitap, Anne Bebek ve



Oyuncak ile Hırdavat oldu. 2017'ye göre ise sipariş adetlerinde en çok büyüme gerçekleştiren ürün kategorisi; Ofis Kırtasiye olurken, kozmetik, müzik ve bahçe kategorileri takip etti. 2018 yılının Hepsiburada trend verileri incelendiğinde en fazla talep gösterilen ürünlerin başında bebek bezi, toz deterjan, akıllı bileklik, bulaşık yıkama kapsülü ve

şarj edilebilir diş fırçası olduğu belirtildi. İnternette yapılan alışveriş sıklığını geçen yıla göre en çok artıran illeri açıklayan Hepsiburada sıralamayı; %104 Adana ve Denizli, %100 Malatya, %99 Kocaeli, %98 Diyarbakır %97 ile de Siirt, Aydın ve Trabzon şeklinde paylaştı.

Singer, Hakan Akkaya ile yılbaşı atölyeleri düzenledi

Singer, aralık ayı içinde farklı günlerde Hilltown AVM'de ücretsiz olarak hayata geçirdiği Yılbaşı Hediyesi & Hediye Paketi Kişiselleştirme Atölyeleri'nde katılımcılara hem hediyelerine kavuşma ve hediye paketlerine kişiye özel dokunuşlar yapma fırsatı sundu hem de ünlü

modacı Hakan Akkaya'yı onlarla buluşturdu. Dikiş makinesi denilince akla gelen ilk marka SINGER'in, Hilltown AVM'de gerçekleştirdiği ücretsiz Yılbaşı Hediyesi & Hediye Paketi Kişiselleştirme Atölyesi yoğun ilgi gördü. Düzenlenen keyifli atölyelerde, isteyenler

aldıkları bir havlu, kıyafet vb. bir ürünü getirip uzmanların yönlendirmeleri ve SINGER dikiş makineleri ile kişiselleştirdi. Ayrıca yılbaşı ağaç süsü, bozuk para çantası gibi mini çanta dikimleri gerçekleştirdi. Ürünlerinin üzerine "mutlu yıllar" gibi dilekler ve istedikleri isimleri işleyen katılımcılar, çuval kumaştan etiketler de dikti.



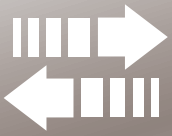
6 BIÇAĞIN GÜCÜYLE MUTFAKTA HİÇBİR ŞEY GÜÇ DEĞİL

Patentli ve özel tasarımı 6 bıçağıyla,
en sert gıdalarda bile
2 kat daha güçlü performans!



ÜST ÜSTE
6 DEFA
TÜRKİYE'NİN
SÜPER MARKASI

Bir blenderda 6 bıçak, sadece Arzum'da.



Arzum Technoart Blender, **Sensible Touch Teknolojisi** ve ergonomik tasarımı sayesinde parmak yeri değiştirilmeden hız ayarı yapabilmeyi ve tek elle rahat kullanımı sağlar.



arzum.com.tr
0850 222 1 800

arzum

Sen dokunursun değişir dünya

Dyson'dan sağlıklı yaşam etkinliği

Dyson tarafından düzenlenen “Well-being” etkinliğinde Dyson mühendisleri tarafından tasarlanmış ürünler sergilendi. Yoga eğitimi, sağlıklı beslenme ve saç bakımı hakkında bilgilerin paylaşıldığı etkinlikte; fiziksel ve zihinsel bedende denge ve harmoni yaratacak uygulamalı öneriler katılımcılarla paylaşıldı.

Dyson, Yeniköy Gazebo'da düzenlediği well-being etkinliğinde sağlıklı yaşamı gündelik hayata uyarlayan ürünlerini katılımcılarıyla buluşturdu. Dyson mühendisleri tarafından üretilen V8 modeli elektrik süpürgesi, AM11 PureCool hava temizleyici ve Supersonic saç kurutma makinesi misafirler tarafından büyük ilgi gördü.

Türkiye'deki faaliyet alanı genişleyecek

Açılış konuşmasının Dyson Türkiye Genel Müdürü Mete Uslukılınç tarafından yapıldığı etkinlikte Uslukılınç, Dyson'ın Türkiye operasyonlarının büyüyeceğini belirtti. 1995'ten bu yana Türkiye'de Dyson ürünlerinin satıldığını söyleyen Mete Uslukılınç “Well-being eventimize ve ürünlerimize gösterdiğiniz ilgiye çok teşekkür ederiz. Çok yakında Türkiye'deki faaliyet alanımızı genişleteceğiz.” dedi.

İstanbul hava kirliliğiyle karşı karşıya

Dyson Genel Müdürü Mete Uslukılınç'ın ardından söz alan Dyson mühendisi Jessica Le Dinh'in, "Dünyanın en büyük kentleri arasında yer alan İstanbul, her metropolde olduğu gibi hava kirliliğiyle karşı karşıya. Temiz ve sağlıklı yaşamak hepimizin hakkı. Dyson AM11 hava temizleyicisi, evlerinize giren havadaki mikropları büyük oranda temizliyor." sözleri büyük ilgi gördü.

Dyson Mühendisi Jessica Le Dinh'den sonra sözü alan Yoga Eğitmeni Çetin Çetintaş ise konuşmasında “Sağlıklı bir yaşam için doğru ve temiz nefesin hayatımızdaki önemi tartışılmaz. DysonPureCool sayesinde şu anda içerideki hava tertemiz.” diyerek tüm katılımcılara evlerinde de uygulayabilecekleri pratik yoga egzersizleri gösterdi.



ISO ve AGİD ortak etkinlik düzenledi

Her yıl ISO ve AGİD işbirliğinde düzenlenen 50. Grup Aydınlatma Donanımları Sanayii Meslek Komitesi Genişletilmiş Sektör Toplantısı, bu yıl 9 Ocak 2019 Çarşamba günü Odakule Meclis Salonunda gerçekleştirildi.

Yüzde 32 uygunsuzluk oranı

Toplantının açılış konuşması Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Sanayi Ürünleri Güvenliği ve Denetimi Genel Müdürü Mehmet Bozdemir tarafından yapıldı. Ürünlerin kalitesi için Ürün Güvenliği ve Denetimi konusunda bilgiler aktaran Bozdemir, 2017 yılından itibaren gerçekleştirdikleri denetimlerde 1.000'den fazla ürün üzerinde inceleme yaptıklarını ve aydınlatma ürünleri için ortalama yüzde 32 uygunsuzluk oranı tespit edildiğini açıkladı. Standartlara uygun üretilen her ürün için ihracat kapısının açılacağını belirterek, bu oran için ortak hedefimizin sıfır olması gerektiğini vurguladı. Hedefe ulaşmak adına da denetimlerden daha çok kök analiz ile sebepleri tespit etmeye bu doğrultuda sektör paydaşları ile ortak çalışmalar sonucunda tespit edilecek eylem planları ile çözüme odaklandıklarını sözlerine ekledi.

Rekabet gücü arttırılacak

Toplantının ikinci oturumunda Ticaret Bakanlığı İhracat Genel Müdürlüğü Markalaşma ve Tasarım

Destekleri Daire Başkanı Gözde İneneri söz alarak İhracat Destekleri ile İhracata Hazırlık, Pazarlama ve Markalaşma konu başlığı altında ihracata yönelik olarak Ticaret Bakanlığı'nın destekleri hakkında detaylı bilgiler aktardı.

Toplantıda son olarak Türkiye'nin rekabet gücünü artırma çabalarında yine Türkiye ekonomisinin omurgasını oluşturan küçük ve orta ölçekli işletmelere odaklanmak üzere son söz KOSGEB İstanbul Boğaziçi Müdürlüğü Uzman Yardımcısı Tuğçe Türkoğlu'nun oldu. Türkoğlu, katılımcılara

halen taslak halinde olan Uluslararasılaştırma Desteği hakkında bilgiler verdi.





Mix it Easy
Sporla Sağlığı
Mix'ledik



Sağlam tasarıma ve pratik kullanıma sahip **Mix it Easy** ile hazırlayacağınız sağlıklı içecekler sporda vazgeçilmeziniz oluyor. Hem blender, hem de öğütücü özelliği olan Mix it Easy, güçlü motoru ile buzu çok ufak parçalara bölebiliyor. Üstelik keskin bıçaklarıyla baharat ve kahve çekirdeğini bile öğütüyor.

Vestel'e dijital dönüşüm ödülü

Vestel Elektronik, IDC Üretim Teknolojileri Ödülleri kapsamında 'Big Data & Analytics' dalında en iyi proje ödülüne layık görüldü. Ödül alan 'Setup File Management' projesi ile model değişimlerinde yaşanan parametre ayar kayıplarının sıfırlanması, parametre ayarlarının sipariş bazlı olarak makinelere otomatik yüklenmesi sağlanıyor.

Vestel Elektronik, bilgi teknolojileri, telekomünikasyon ve tüketici teknoloji pazarlarında global data sağlayıcı olan IDC Türkiye tarafından IDC Üretim Teknolojileri Ödülleri kapsamında 'Big Data & Analytics' dalında en iyi proje ödülüne layık görüldü.

Vestel Elektronik, 'Smart Factory' (Akıllı fabrika) vizyonu çerçevesinde plastik enjeksiyon makinelerinde model değişimini insansız olarak yürütme hedefinin parçası olan 'Setup File Management' projesi ile model değişimlerinde yaşanan parametre ayar kayıplarının sıfırlanmasını ve parametre ayarlarının sipariş bazlı olarak makinelere otomatik yüklenmesini hedefliyor. Bu proje ile hammadde kimyasından gelen birçok parametrenin, makine ve model/kalıp değişkenleri ile çarpımından oluşan büyük verinin (big data) geleneksel metotlarla yönetilemeyişi sonucu yıllardır elle ayar sürecine mahkum kalmış plastik enjeksiyon sektörü için devrim niteliğinde olan bir dönüşüm gerçekleştirildi.

Dönüşümü sağlamak için 4 yıldır çalışıyor

Türkiye'de Endüstri 4.0 kapsamında dijitalleşme çalışmalarına başlayan ilk firma olan Vestel, dönüşüm için 4 yılı aşkın süredir çalışıyor. Endüstri 4.0 teknolojileri çatısı altında yer alan operatörle birlikte çalışabilen robot teknolojilerine çok önem veren Vestel'in, uzman mühendislerden oluşturduğu ekipler, tedarikçilerden müşterilere kadar tüm süreçlerde dijital dönüşüm vizyonunu başarıyla uygulamak, mevcut süreçlerin dijitalleşmesi ve yeni süreçlerin eklenmesi için çalışıyor. Endüstri 4.0'ın Vestel City'ye tamamen entegre edilmesiyle birlikte verimlilik ve kalite en üst seviyeye çıkacak. Bu dönüşüm; maliyetleri düşürecek, üretim hızı ve esnekliği kazandıracak, yüksek kalite ve düşük fire oranı sağlayacak ve know-how, yüksek nitelikli insan kaynağına ulaştıracak. Endüstri 4.0 kapsamında yatay/dikey değer zinciri entegrasyonu, yapay zekâ yazılımları, IoT (Nesnelerin İnterneti) teknolojileri, karanlık fabrika uygulamaları, otomasyon (robot, Cobot-



işbirlikçi robot), 3D printing (katmanlı/eklemeli üretim), AGV (Automated Guided Vehicle- Otomatik Yönlendirilmiş Malzeme Taşıma Araçları) ve SDV (Self Driving Vehicle-Kendinden Sürüştü, Yönlendirilmemiş Taşıma Araçları) uygulamaları alanlarında çalışmalar yapıyor.

Rotev Ev Aletleri, OEM ile çalışıyor

Rotev Ev Aletleri, tost makineleri ile evlerinizde harika tost ve ızgaralar yapma imkanı sunuyor. Gerek kendi markası Dora ile gerek markalara OEM çalışma ile hizmet veren firmamız; ürün çeşitliliğini arttırma adına elektrikli ısıtıcılar, elektrikli cezve ve çeşitli tost makineleri üretiyor.



Fantom



*Kış Aylarının
Vazgeçilmez
Dostu*



SEMAVER SM 1700



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Merkez Mahallesi Ş. Yılmaz Özdemir Caddesi
Sönmez Sokak No:5/1 34303 Halkalı Küçükçekircekçe İstanbul
T. +90212 697 57 70 F. +90212 548 98 78 T. 444 5 770
www.fanset.com • satis@fanset.com



/fantomevayleleri



/fantomEvAletler



/fantomevayleleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevayleleri



Danışma Hattı
0800 219 02 79

Türkiye genelinde
400 Adet Teknik Servis

LG Electronics CES 2019'da akıllı mutfak teknolojilerini tanıttı

Birbirleriyle iletişim kurabilen cihazları ve geliştirdiği ortaklıklarla evde yemek pişirmeyi çok kolay ve keyifli hale getiren LG Electronics (LG), CES 2019'da akıllı mutfak alanındaki gelişmelerini katılımcılarla paylaştı.



LG, 08-11 Ocak 2019 tarihleri arasında Amerika Birleşik Devletleri'nin Las Vegas eyaletinde düzenlenen etkinlikte akıllı mutfak ürünlerini sergiledi. Las Vegas Kongre Merkezi'nde ziyaretçileriyle bir araya gelecek olan LG, 11100 numaralı standta yer aldı.

Drop ile iş birliği yapıldı

LG, yemek tarifleriyle akıllı cihazları birleştirerek herkesi yemek pişirmeye teşvik eden Drop Kitchen OS platformunun geliştiricisi Drop ile bir işbirliği başlattı. Daha kaliteli bir mutfak deneyimi yaratmak için başlatılan ortaklık kapsamında LG'nin fırın gibi akıllı cihazları, Innit ve SideChef akıllı tarif uygulamalarıyla bağlantı kurularak, hatta burada yer alan tarifleri kolayca hazırlayabilecek. Birbirinden farklı tarifleri mutfaktaki cihazlarla birleştiren iş birliği, minimum emek ile birbirinden lezzetli yemeklerin ortaya çıkmasını sağlayacak.

Akıllı ürünler sergilendi

LG, akıllı yemek tariflerine kolayca bağlanabilmek için LG XBOOM AI ThinQ WK9 akıllı ekranı da mutfak ailesine dahil ediyor. Yapay zeka bağlantılı güçlü hoparlör ve Google Asistan destekli XBOOM AI ThinQ WK9'un 8 inçlik dokunmatik ekranı, Innit'ten kişiselleştirilmiş binlerce akıllı yemek tarifini kullanıcıya sunarak evde yemek pişirmeyi kolay hale getiriyor.

LG akıllı mutfak kullanıcıları, buzdolabının gömülü ekranlarından tariflere bakarken yapmak istedikleri yemeği seçebilecek. Doğru yemeğin seçilmesiyle tarif, yemeğe uygun sıcaklığın otomatik olarak belirlenmesi için fırına yönlendirilecek. Yemek pişirildikten sonra LG fırınındaki EasyClean özelliği, fırına sıçramış olabilecek yiyecek kalıntılarını temizleyecek. Son olarak, QuadWash bulaşık makinesi tarifte kullanılan mutfak gereçlerinin lekesiz temizliğini garantilemek için en uygun ayarda çalışacak.



Kullanıcılarımızın hayalini kurduğu mutfaklar

Konuyla ilgili açıklama yapan LG Ev Eşyaları ve İklimlendirme Bölüm Başkanı Song Dae-hyun, "Akıllı mutfak ailemize katılan ortaklıklar sayesinde, kullanıcılarımızın hayalini kurduğu mutfakları hayata geçirebileceğiz. LG olarak bizim vizyonumuz, ailelerin dışarıda yemek yemeden veya sipariş vermeden, evlerinde sağlıklı yiyecekleri kolay ve eğlenceli bir şekilde hazırlayabilecekleri stressiz ve davetkar mutfak ortamını yaratmak." dedi.

ICON serisi

Yeteneğini
keşfet



Max
86 litre
iç hacim



16 farklı
otomatik
pişirme modu



Akıllı
fan
sistemi

Simfer ICQN serisiyle
yeniliklere hazır olun...

simfer

Bosch'ta yeni atama

BSH Ev Aletleri San. ve Tic. A.Ş.'de Bosch Pazarlama Müdürlüğü görevine Özlem Koçdar getirildi. 17 yıllık profesyonel hayatında sırasıyla cep telefonları, tüketici elektroniği, bilişim teknolojileri ve beyaz eşya sektörlerinde pazarlama üzerine uzmanlaştı.

1998 yılında Karma International'da başlayan Koçdar, 2005-2014 yılları arasında Samsung Electronics Türkiye'de tüketici elektroniği departmanındaki Satış Pazarlama Müdürlüğü görevinin ardından tüm ürün gruplarından sorumlu Kıdemli Pazarlama Müdürü görevlerini üstlendi.

2016-2018 yılları arasında Whirlpool Corporation EMEA operasyonunda, Türkiye Marka ve İletişim Grup Müdürlüğü olan Özlem Koçdar, şirketin Hotpoint, Indesit ve KitchenAid markalarından ve yeniden pozisyonlandırılmasından sorumluydu. Yıldız Teknik Üniversitesi'nden mezun olan Koçdar, 2015'te Bahçeşehir Üniversitesi'nde Executive MBA eğitimini tamamladı.

Bosch Ev Aletleri Pazarlama Müdürü olarak atanan Koçdar, şirketin Bosch markasının pazarlama ve iletişim stratejilerinden ve yönetiminden sorumlu olacak.



Özlem Koçdar
Bosch
Pazarlama Müdürü

İŞKUR'dan Klimasan'a ödül

Türkiye İş Kurumu (İŞKUR) Genel Müdürü tarafından, Manisa Organize Sanayi Bölgesi (MOSB) tarafından düzenlenen 11. İstihdam Buluşma Günleri kapsamında Klimasan'a engelli istihdamına verdiği destek nedeniyle ödül verildi.

MOSB tarafından düzenlenen 11. İstihdam Buluşma günleri kapsamında engelli istihdamına sağladığı katkılardan dolayı İŞKUR, Klimasan'ı ödüllendirdi. İŞKUR Genel Müdürü Cafer Uzunkaya ödülü Klimasan İnsan Kaynakları uzmanı Damla Köroğlu'na takdim etti.

Tüm korumalı işyerleri Manisa'da

MOSB'deki Zihinsel Engelli Korumalı İşyeri (ZEKİ) Yaşam Merkezi'ni ziyaret eden İŞKUR Genel Müdürü Cafer Uzunkaya, buradaki fabrikalarda çalışan engellilerle bir araya geldi. İstihdama destek veren kurum ve çalışanlarla uzun süre görüşen Uzunkaya, yapılan projeleri inceledi. Uzunkaya ziyareti sonrası yaptığı açıklamada, Türkiye'deki 5 korumalı işyerinin tamamının Manisa'da olduğunu ifade etti.

Nadir bulunan bir örnek

Engelli bireylere imkan sağlandığında içinde bulundukları kurumlara nasıl katkıda bulunabileceklerine bir kez daha şahit olduklarını belirten Uzunkaya, "İŞKUR ve Çalışma Bakanlığı olarak bu tür işlere destek verdiğimiz için son derece mutluyuz. Arkadaşlarımızın yaptığı işlere tanık olduk ve bunun ötesinde bu insanların neleri başardığını, onlarla neleri birlikte yürüttüğümüzü



görme şansı yakaladık." dedi. İlgili kurumlarda istihdama destek veren bu çalışanların; üretmekten, çalışmaktan ve emeklerinin karşılığında birşeyleri aldığını görmekten son derece memnun olduklarının altını çizen Uzunkaya; "Bu proje

Türkiye'de nadir bulunan örneklerden. Bizim bu konuda Manisa örneğini Türkiye örneğine dönüştürmemiz gerekiyor." diyerek Klimasan'ın teşekkür ödülünü İnsan Kaynakları uzmanı Damla Köroğlu'na verdi.

CES 2019 en yeni tüketici teknolojilerini sergiledi

Tüketici teknolojileri işine katkıda bulunan herkesin buluşma yeri olan CES 2019 Amerika'da yapıldı. Her yıl ABD'nin Las Vegas şehrinde düzenlenen CES fuarı önümüzdeki yıl da 8-12 Ocak tarihleri arasında gerçekleştirilecek.



5G ve Blockchain de ana konularından

CES 2019'da yeni nesil kablosuz telefon teknolojisi olan 5. Nesil Mobil Telekomünikasyon Hizmeti ve Bitcoin ile hayatımıza giren Blockchain temalarının yanı sıra; Yapay zeka, Endüstri 4.0, Otomobil teknolojileri, Artırılmış Gerçeklik, Oyun, Sağlık, Robotik, Makine Öğrenimi, Girişimler, Nesnelerin interneti çözümleri ve benzeri konu başlıkları yer aldı. Yaklaşık 232 bin metrekare fuar alanı dahilinde fuarda 4500'in üzerinde katılımcı firma ve 180 binin üzerinde ziyaretçi hazır bulundu. 155'ten fazla ülkeden katılım sağlanacak fuarda teknoloji severleri heyecandıracak gelişmeler zamanla tanıtılmaya devam etti.

CTA (Tüketici Teknolojisi Derneği) tarafından dünyanın en büyük teknoloji etkinlik fuarı olarak düzenlenen etkinlik, 8-12 Ocak tarihleri arasında Las Vegas Convention ve World Trade Center'a ek olarak şehrin dört bir yanında bulunan otellerin bu iş için özel olarak hazırlanan salonlarında misafirlerini ağırladı. Her yılın teknolojik gündemini belirleyerek düzenlenen CES fuarında bu yıl da sektörün geleceğine yön verecek konular ile sektördeki yenilikler de ele alındı.

Teknoloji merkezlerinden yenilikçi girişimlere kadar tüm endüstrilerden büyük ve küçük şirketlerin yer alacağı etkinlikte; üreticiler, geliştiriciler ve tedarikçiler toplandı. Geçtiğimiz yıllarda olduğu gibi bu yıl da birçok özel etkinlik, konuşma, duyuru ve yeni teknoloji içeriğinin yer aldığı CES 2019'da son aşamalar tamamlanmış durumda. Yeni nesil inovasyonların pazara sunulduğu ve son 50 yıl boyunca yenilikçi teknolojilerin kanıtı niteliğindeki CES önemli birçok konuşmacısıyla katılımcılarını ağırladı. CES 2019'un bu seneki konuşmacıları arasında Facebook Küresel Pazarlama Çözümleri Kıdemli Başkan Yardımcısı Carolyn Everson, ABD Ulaştırma Bakanı Elaine L. Chao, Volkswagen

Amerika Grubu Hareketlilik Hizmetleri Genel Müdür Yardımcısı Johann Jungwirth, NASA Hava Taşımacılığı Direktörü ve Sr. Teknoloji Uzmanı Parimal Kopardekar ve önemli birçok isimler daha yer aldı.



Teknosa, Mağazacılar Günü'nü kutladı

Teknosa, 12 Aralık Mağazacılar Günü'nü, yıl boyunca özveriyle müşterilere hizmet veren ekipleriyle birlikte kutladı. Sabancı Holding iştiraklerinden Teknosa, 12 Aralık Mağazacılar Günü'nde hem merkez ofis hem de 69 ildeki 207 mağazasında görev alan ekiplerini onurlandırdı. Teknoloji severleri kucaklayan 2500'i aşkın çalışanın, şirket ve müşteri nezdindeki değerini vurgulayan Teknosa Genel Müdürü Bülent Gürcan, Cevahir mağazasını sabah erkenden kendi açıp çalışanları karşılayarak sürpriz yaptı.

Teknosa Genel Müdürü Bülent Gürcan, mağazacılar gününe ilişkin yaptığı değerlendirmede; "Teknoloji artık yaşamımızın vazgeçilmez bir parçası. Teknosa olarak Türkiye'de herkesi 18 yıldır teknoloji ürün ve hizmetleriyle buluşturup, müşterilerimizin farklı ihtiyaçlarına cevap vermek için çalışıyoruz. Çocukların oyun oynarken hissettiği mutlulukta, arkadaşların maç izlerken yaşadığı heyecanda ve ailelerin yemek, çay sohbetlerindeki samimiyetinde çalışanlarımızın payı var.



Müşterilerimizin ihtiyaçlarını dinleyerek onlara rehberlik eden, şirketimizin en sevilen markalardan biri olmasında emeği olan tüm arkadaşlarıma teşekkür ediyorum. Perakende sektörü için aslında her gün 'Mağazacılar Günü'. Çünkü bizim işimizin kalbi mağazalarda atıyor,

mağazadaki arkadaşlarımız markamızı temsil ediyor. Öte yandan senede bir gün de olsa bu coşkuyu hep birlikte yaşamak çok güzel. Bu vesileyle, tüm perakende sektörü çalışanlarının 'Dünya Mağazacılar Günü'nü kutluyorum." dedi.

Singer eğitime destek veriyor

Singer, ülkemizde gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk projeleri ile destek ve ilgi bekleyen birçok konuda fark yaratıyor. Özellikle eğitim için hayata geçirdiği projelerle öne çıkan Singer, son olarak Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü ile bir protokol imzaladı. Böylece mesleki ve teknik moda tasarım teknolojileri (giyim üretim teknolojisi) alanı öğretmen ve öğrencilerinin mesleki yeterliliklerinin geliştirilmesine ilişkin işbirliği başlattı.

Singer, imzalanan protokol kapsamında 3 yıl boyunca mesleki ve teknik liselere göndereceği uzmanlar ve son teknoloji ürünlerle workshop çalışmaları gerçekleştirecek. Bu sayede öğrencilerin son teknolojiye sahip dikiş makinelerini deneyimlemeleri sağlanacak. Marka, ayrıca belirlenen okullara dikiş makinesi başlığında bulunarak okulların teknolojik açıdan yenilenmesine katkıda bulunacak. Her yıl okullar tarafından belirlenen toplam 10 öğrenciye Singer tarafından üstün başarı bursu verilecek. Söz konusu meslek liselerinde görev yapan moda



tasarım teknolojileri (giyim üretim teknolojisi) alan öğretmenlerine yönelik olarak hizmet içi eğitim merkezlerinde alan eğitimi düzenlenecek. Ünlü Modacı Hakan Akkaya'nın da katılımıyla meslek

lisesi ziyaretleri yapılarak, gençlerin mesleki becerilerini geliştirmek adına moda üzerine çeşitli söyleşiler hayata geçirilecek. Öğrencilerin, Singer bünyesinde staj yapmalarına olanak sağlanacak.

Candy Hoover Türkiye yeni yılı çalışanlarıyla kutladı

Beyaz eşya sektöründe akıllı ürünleriyle öne çıkan Candy Hoover Türkiye, çalışanlarıyla bir araya geldiği Eskişehir Dedeman Otel Balo Salonu'nda yılbaşı etkinliği gerçekleştirdi. Çok sayıda çalışanın katıldığı yılbaşı yemeğinde keyifli anlar yaşanırken, 2018 değerlendirmesi ve 2019 hedefleri paylaşıldı.

Beyaz eşyada yıkayıcı, pişirici ürünler, soğutma ve yer bakımı alanındaki ürün gruplarıyla 50'den fazla ülkede faaliyet gösteren Candy Hoover Group, 22 Aralık'ta Eskişehir Dedeman Otel Balo Salonu'nda yeni yılı çalışanlarıyla karşıladı. Candy Hoover Türkiye CEO'su Servet Akkaynak'ın konuşmasıyla başlayan gece, renkli etkinliklerle şenlenirken, çalışanların keyifli sohbetleriyle devam etti.

“Önümüzdeki yıl üretim ve ihracat yatırımlarımıza devam edeceğiz”

Yeni yıl yemeğinde gelecek hedeflerinden bahseden Candy Hoover Türkiye CEO'su Servet Akkaynak, “Candy Hoover Türkiye olarak ileri teknolojiye yaptığımız yatırımlar, kalite anlayışımız ve akıllı



ev ürün gruplarındaki iddiamızla bu yıl yüzde 30 büyüme kaydettik. Değerli çalışanlarımızın katma değer sağladığı çalışmalar sayesinde ürünlerimizin yüzde 95'ini ihraç etmenin gururunu yaşıyoruz. Bu açıdan hepinize teker teker teşekkür ederim.

Önümüzdeki yıl da üretim ve ihracat yatırımlarımıza devam edeceğiz. Sizlerle beraber olmaktan mutluluk duyduğum bu keyifli gecede, yılın yorgunluğunu atıp, önümüzdeki yılı daha dinç ve sağlam karşılamayı temenni ederken, hepinizin yeni yılını kutlarım.” dedi.

Beyaz eşyada KDV ve ÖTV indirimi 3 ay daha uzadı

Hazine ve Maliye Bakanı Berat Albayrak, yaptığı açıklamada ekonominin düzeltilmesi yolunda bir adım attıklarını belirterek ÖTV ve KDV indirimlerinin yılın ilk 3 ayında daha devam edeceğini açıkladı.

Konut, beyaz eşya, mobilya, beyaz eşya ve otomotiv sektörlerine yönelik KDV ve ÖTV indirimleri Cumhurbaşkanlığı Kararı ile 3 ay daha uygulanacak.

Konuya ilişkin Cumhurbaşkanlığı kararları, Resmi Gazete'nin mükerrer sayısında yayımlandı. Buna göre, konut satışlarında KDV oranları 31 Mart 2019'a kadar yüzde 18 yerine yüzde 8 olarak uygulanacak. Tapu harçlarında yüzde 4'ten 3'e indirim bu tarihe kadar devam edecek. Mobilya sektöründeki KDV oranı yüzde 18 yerine, yüzde 8 olacak. Beyaz eşyada uygulanan ÖTV oranları da sıfırlanmış olarak devam edecek. Otomotivlerde de 1600 cc altı motorlu araçlardaki ÖTV'de 15'er puanlık indirim devam edecek. Ticari araçlarda KDV oranları da yüzde 18 yerine yüzde 1 olarak devam edecek. Mükelleflerin indirimli orana



tabi işlemlerine ait iade hesabına, bu hüküm kapsamında teslim ettikleri mallar, Türkiye'de kayıt ve tescil edilmemiş yeni araçlar hariç,

nedeniyle yüklendikleri vergiler dahil edilmeyecek. Bu hüküm, 31 Ekim 2018'den itibaren geçerli olacak.

İklimlendirme sektörü, ISK-SODEX'te buluşacak

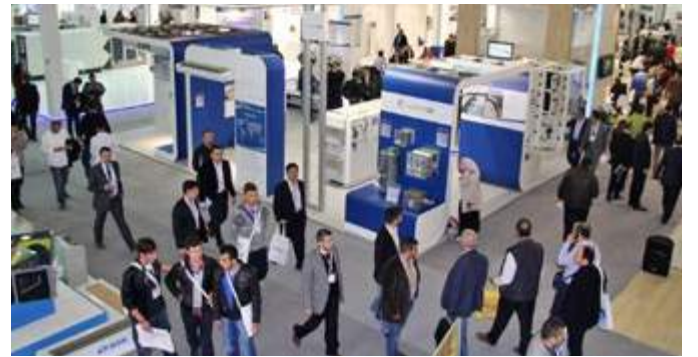
2019 yılında toplam ihracat hedefini 6 milyar dolar olarak belirleyen iklimlendirme sektörü, Ekim ayında uluslararası alıcılarla İstanbul'da buluşacağı ISK-SODEX Fuarı'nda bir araya gelecek.



Sektörünün ilk ve en önemli fuarı olan ISK-SODEX İstanbul kapsamında firmalar en yeni ürünlerini TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde sergileyecek.

Klima sistemleri, yalıtım elemanları, tesisat ve ekipmanları ile ısıtma ve soğutma sistemlerini kapsayan iklimlendirme sektörü ihracatta bu yıl yüzde 17,5 büyümeyi başardı. ABD, Kanada, Hindistan, Almanya, Rusya ve Birleşik Arap Emirlikleri gibi stratejik pazarlarda işbirliklerini artıran sektör, yurt içi ve yurt dışından müşterileriyle buluşacağı ISK-SODEX Fuarı'nı bekliyor. Fuar kapsamında düzenlenecek Uluslararası Satın Almacı Heyeti Programı ile söz konusu pazarların en büyük şirket ve birlikleri İstanbul'da bir araya gelecek.

Şimdiden 33 bin metrekarelik alanı satılan, 2 – 5 Ekim 2019 ISK-SODEX Fuarı'nda Almanya, Çin, Fransa, Hindistan, Hollanda, İtalya, Güney Kore ve Tayland gibi ülkelerden de katılımcılar yer alıyor. Fuarda bu yıl yerli ve yabancı firmalar ısıtma, soğutma, klima, havalandırma, yalıtım, pompa, vana, tesisat, su arıtma, yangın, güneş enerjisi sistemleri gibi oldukça geniş bir yelpazeden yeni trend ürün ve hizmetlerini tanıtmaya fırsatı bulacak. İklimlendirme sektörünün bütün bileşenlerini bir araya getiren ISK-SODEX, 2 – 5 Ekim 2019 tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlenecek. Alman devi, dünyanın lider fuar organizasyon



firmalarından Deutsche Messe'nin Türkiye iştiraki Hannover Messe Sodeks Fuarcılık tarafından organize edilen ISK-SODEX Fuarı 2019'da ISKAV, DOSIDER, İSKİD, İZODER, TTMD, POMSAD, SOSİAD, ESSİAD, MTMD ve KBSB işbirliğiyle hayata geçecek.

goldmaster®



Made in
Turkey

"DoubleHEPAFilter"

Teknolojsi ile %99,9 Toz Hapsetme

SEDA PLUS



YENİ
Cyclone
Plus
Kesintisiz
performans

ULTRA CARPET CLEAN BRUSH



"4 LİTRE"

Kapasitesi ile Dünyanın
En Büyük Toz Hazneli Süpürgesi



BÜLENT MATARACI
Satış Sonrası Hizmetler Derneği Başkanı

otoriter@bulentmataraci.com
0532 421 00 05

Marka yönetiminde mazerete yer yok

Sektörümüzün 30 yıllık deneyimiyle hemen her ay, bu köşede yeni bir çalışmaya yer veriyorum. Bugünlerde çılgınlaşan alanımız, SATIŞ SONRASI HİZMETLER...

Tüketici; ürün satın alırken MARKA ya olan güveni dikkate alarak tercihini yapıyor. Bu tercihte, ürününün yıllarca kullanımı ve olası sorunda yedek parça temini ve hizmet kalitesini önemser. Biliriz...

—Çizginin üstü bilinenler—

Peki! Ya bilinmeyenler?

Tüketici, MARKA'ya olan güveni, MARKA'yı yönetene duyar mı? Elbette... Yani herhangi bir olumsuzlukta, MARKA'yı haberdar edersem sorunum çözülür diye düşünür mü? Elbette düşünür.

Sektörel deneyimlerim bana, (hiçbir MARKA, bu sorumluluğunu üstlenmiyor, konuyu angarya görüyor) diyor. Yıllarca yaptığımız çalışmalar; sırf MARKALARIN DUYARSIZLIKLARI nedeniyle marjinal hale getirilemiyor. Yasalar; MARKAYI, MARKA SAHİPLERİ YÖNETİR, müdahale etme hakkını MARKA SAHİPLERİNE teslim eder.

Marka sahipleri, MARKAYI SAHİPLENMEZ İSE ne olur?

Marka, fırsatçıların eline geçer. Kim mağdur olur? Tüketici, Satıcı, Servis, elbette, MARKA'nın kendisi.

Geçtiğimiz günlerde, MARKA LOGOLARINI, renk ve karakterleriyle özgürce kullanarak, bir de 444'lü hat bağlatıp, özellikle internet üzerinden servis sağlayanlar hakkında, ulusal ve uluslararası yayın yapan 2 kanalın ana haber bültenlerinde haber programı yaptım. Haberi, daha sonra birçok MARKA YÖNETİCİLERİNE gönderip, izlemelerini ve bu konuda bir şeyler yapılabilir mi diye bilgilendirme yaptım. Bugüne kadar dönen olmadı, bilirsiniz.



Bana dokunmayan yılan bin yaşasın!

Hiçbir firma yetkilisi, bu konuya ne gibi katkı sağlayabiliriz, görünemeyen yüzü nedir, tüketicilere olan sorumluluğumuzda neler yapmalıyız diye sormadı bile. Peki kimler aradı? Hedef kitle kimse, o! (İllegal faaliyetlerini sürdürürebilmek için)



NOT;

Bugünlerde arayanlara, "Markayı yöneten beyler rahat, siz de rahat olun." dedim bile. Dilsiz şeytan misali, sahiplenmeyerek kaybettiğiniz her kıymetten dolayı işsiz kalırsanız, her ay 2 Genel Müdürü maaşı kadar her ay google'a verebilen işletmeler var, haberiniz olsun.





AV. ÖZER DÜZGEL
www.duzgel.av.tr

Alacaklı ile barış, borçla savaş (III)

Saygıdeğer Dağıtım Kanalı takipçileri, tekrar merhaba; bu sayımızı da ekonomik kriz ve etkileri gündemindeki en sıcak konu olan konkordatoya ayırmaya yasada yapılan yeni değişiklikler sebebiyle devam ediyoruz.

Geçen sayımız ile bir öncekinde sizlere Avukatlık Kanunu'nun 35-A maddesi ve konkordato uygulaması hakkında bilgiler sunmuştuk. Ancak geçtiğimiz 8-10 ay içerisinde konkordato uygulamasının; ekonominin işleyişine, ticari hayatın güvenliğine, borçların özellikle büyük firmalar tarafından ödenmemesini kolaylaştırılması sebebiyle uygulamanın daha büyük sorunlara ve iflaslara sebep olacağı ortaya çıkmıştır. Bunun üzerine kanun koyucu, ekonomik daralmanın da etkisiyle yasada bir dizi değişikliğe gitmiş ve gerekli kanun değişikliğini gerçekleştirmiştir. İlan edilecek konkordato ile borçluya sağlanan en esaslı imkanı kısaca tekrarlayıp bu değişikliklerden özet olarak söz etmek istiyoruz.

Konkordato ilanı ile; İCRA TAKİPLERİ

DURUR. Mahkeme üç ay için geçici mühlet kararı verecektir, gerekli görürse geçici mühleti iki ay daha uzatabilir. Geçici mühlet içerisinde mahkeme Konkordato projesini yeterli bulursa bir yıllık kesin mühlet kararı verir. Kesin mühlet altı ay uzatılabilir.

Son Değişiklikler: A)- Konkordato başvurusunda İİK 286/(e) Maddesi gereğince ibraz edilmesi gereken bağımsız denetim kuruluşlarınca hazırlanacak olan rapora ilişkin esaslar yeniden düzenlenmiş, raporu verecek kuruluşlar daraltılmış ve raporun nitelik ve kapsamı değişmiştir. Bu bağlamda olarak konkordato talebine eklenecek belgeler arasındaki "finans analiz raporu" tabiri özellikle "makul güvence veren denetim raporu" şeklinde değiştirilmiştir. Madde aynen şöyledir: 286/(e) (**Değişik: 6/12/2018-7155/13md**) Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu tarafından yetkilendirilen



bağımsız denetim kuruluşları tarafından Türkiye Denetim Standartlarına göre yapılacak denetim kapsamında hazırlanan ve konkordato ön projesinde yar alan teklifin gerçekleşeceği hususunda makul güvence veren denetim raporu ile dayanakları. Borçlu, konkordato sürecinde mahkeme veya komiser tarafından istenebilecek diğer belge ve kayıtları da ibraz etmek zorundadır.

B- Buna ilaveten denetim raporlarını hazırlayacakların çalışma şekli, denetimleri ve sorumlulukları da şu şekilde düzenlenmiştir: (**Ek fıkra: 6/12/2018-7155/13.**) Birinci fıkranın (e) bendi kapsamında düzenlenecek raporlar ve bu raporlara dayanak olacak denetimlerde, denetim kuruluşlarının faaliyetleri, hak ve yükümlülükleri, raporların inceleme ve denetimleri, bu raporlar sebebiyle doğacak idari ve hukuki sorumluluk ile diğer hususlar hakkında 26/9/2011 tarihli

ve 660 sayılı Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumunun Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname hükümleri uygulanır. **Ek fıkra: 6/12/2018-7155/13.)** Bu maddenin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar Adalet Bakanlığınca yürürlüğe konulan yönetmelikle belirlenir.

Konkordato konusunda, yukarıda açıkladığımız yeni değişiklikler ile özellikle Adalet Bakanlığınca düzenlenen yönetmeliğin uygulamaları neticesinde; ortaya çıkacak daha ayrıntılı bilgileri "Dağıtım Kanalı" sayılarından biri ile siz sayın takipçilere ulaştıracacağız.

Ancak Dağıtım Kanalı Ailesi olarak tüm takipçilerimizin konkordato sürecinden uzak, bol kazançlı günler geçirmeleri asıl dileğimizdir. Hoşçakalın.



HAKAN AKGÜL
Yalın Enstitü YK Üyesi
Satış, Strateji, Inovasyon, Liderlik
hakan.akgul@lean.org.tr

İnovatif olmak, yeni fikir üretmek, müşterinin sesini stratejiye çevirebilmek



kâr için aceleci fakat büyüme için sabırlı, satmaya başlayıp piyasaya çıktıktan sonra büyüme için aceleci olmak gerekir.

Piyasaya yerleştikten sonra müşteriye vaadimizi (değer önerisi) “her seferinde” ve “daha kısa sürede” gerçekleştirmeye çalışmalıyız (PUKÖ Çevrimi).

Konuyla ilgili olanlar için bazı başlıklar:

- Belirsizlikte Yönetmek (Talep ve Teknoloji Belirsizliği) ve Liderin Yeni Görevi
- Mevcut Müşterini Elde Tut ve Yeni Müşteri Kazan
- Stratejiyi Belirlemek (Kime Ne Satacağım?)
- Segmentasyon, Satış Hunisi ve Ürün Portföyü Değerlendirme
- Yeni Ürün/Hizmet Geliştirmede 8 Adım Modeli
- İnovasyon Nedir? Neden Az Sayıda Şirket Başarılı Oluyor?
- İnovasyon Türleri
- Şirkette Yenilikçi, Geliştirici ve Uygulayıcı Çalışan Profillerini Farketmek
- İnovasyon Yalnızca Ürün Üzerinde mi Yapılır? Başka Alanlar Neler?
- Yalın Uygulama ve Bakış Açısının Katkısı
- Müşterinin İhtiyacı Nedir? Gizli İhtiyaç Nedir? İhtiyaç Hangi Unsurlardan Oluşur? (Fonksiyonel, Duygusal, Sosyal, ...), Müşteri Kullandığı Ürün/Hizmet ile Hangi İhtiyacı Gideriyor, Hangi İşini Yapıyor ve Bu İşin Çıktısı Ne?, Mevcut Ürün ve Hizmet ile Müşterinin Yaşadığı Sıkıntılar Neler?, **Değer Sunum Tuvalu** (Value Proposition Design)
- Müşteri İhtiyaçlarına Göre Farklılaşmak ve Değeri Yeniden Tanımlamak için Metotlar
- **Fikir Üretme Teknikleri, KANO Modeli** (Ürün/Hizmet Özelliklerini Gruplandırmak), **Arttır/Azalt/Ekle/Çıkart, TANI Modeli** (Satacak Ürün/Hizmet Özelliklerini Belirlemek)
- Siparişten Teslimata, Satın Almadan Sunuma Yeni Bir İş Modeli Gerekli Mi?

Yeni “ürün/hizmet/süreç, iş modeli” oluşturmak

Belirsizlik çağındayız. Talep ve teknoloji sürekli değişiyor. Şirketler satış kaybı, pazar payı kaybı, kârlılığa azalma yaşıyor ve sisli bir yolda otomobil içinde seyahat eder gibi çabalyorlar. Başarı, bu ortamda zorluklarla mücadele ve şartlara uyum yeteneğine bağlı. Eski tarzı devam ettirmeye çalışmak şirkete zarar verebiliyor.

B2B (şirkete satanlar) ya da B2C (tüketiciye satanlar) çalışan tüm şirketleri ilgilendiriyor. Şirketler inovatif olmaya çalışıyor ama nasıl olacaklarını bilemiyor ve bazıları “Şirketi kurduğumuz ilk yıllarda çok inovatif idik, sonra bize ne oldu anlayamadık” diyorlar.

Hem “başımıza icat çıkarma!” diye büyümüş nesiller şirketlerde, hem de yıllardır aynı işi yapan hatta var olan sistemi kurmuş biri işine nasıl “farklı” bakabilecek? Bir muhasebeci de inovasyon çalışmalarına katılmalı!

Önemli olan şirketlerin rekabetçiliği ve kârlılığına

inovasyonun katkısını sağlamaktır. Amacımız,

- herkesin ben bunu nasıl düşünemedim diyeceği kadar basit ve göz önünde olanı yakalamak
- bunu ticarileştirerek müşteriye ulaştırmak

Peki müşteriyi nasıl anlayacağız?

Bazı makalelerimizde bahsettiğimiz gibi anketler ya da anketörler göndererek yapılan araştırmaların şirkete katkısının kısıtlı olduğunu düşünüyoruz. Her şey olup bittikten sonra ve adeta müşteriye teslim olarak değil, “proaktif olarak müşteriyi anlamak ve müşteri için farklılaşmak”tan bahsediyoruz.

Müşteriyi ve ürünle yaptığı işi anlamak, hatta gizli ihtiyaçlarını farketmek, yeni “ürün/hizmet/süreç, iş modeli” ile rekabette öne geçebilmek için sırasıyla; doğru segmentasyon yapmak, müşterinin ürün ve hizmetimizle yaptığı işi yerinde bizzat anlamak, yeni ürün ve hizmet için alternatif oluşturmak, alternatifleri hızla değerlendirip seçerek değeri yeniden tanımlamak, düşük maliyetli deneyler yapmak gerekiyor. Deneyden kastımız müşterinin fikrinize para ödeyip ödemediğini hızla anlayabilmektir. Başlangıçta



ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü

akajan@arzum.com

Herkesin merak ettiği...

10 yıldır ucuz dövizle sürdürülen kredi büyümesi, inşaat gibi üretken olmayan yatırımlarda kullanıldı. Tasarruflar düşük, tüketim yüksek seyretti. Bunlar da cari açığı büyüttü. Ekonominin sıcak paraya bağımlılığı arttı, cari açığın yaklaşık yüzde 75'i sıcak parayla finanse edildi. Tüm bunlar krizin temel nedenlerini oluşturdu. "Tamam bunları biliyoruz, geç bunları" dediğinizi duyar gibiyim! Haklısınız! Hepimiz, 2019 da bizi nasıl bir ekonomik durumun beklediğini merak ediyoruz. Geçmişe bakınca geleceği tahmin etmek pek zor olmuyor açıkçası ve bence krizin bundan sonraki aşaması, firma iflaslarının ve işsizliğin yaygın bir şekilde artması olacaktır. Konkordato ilan ederek borçlarını erteleyen firmaların önemli bir kısmının iflası, önümüzdeki dönemde gerçekleşebilir. Ekonomi yönetimi sektörel olarak, özellikle inşaat, otomotiv ya da mobilya ve beyaz eşya gibi, faiz oranlarına duyarlı sektörlerde yoğunlaşan sorunları farklı mekanizmalar kullanarak ertelemeye çalışsa da talep daralmasının sertliği, firma iflaslarının önüne geçilmesini engelliyor.

Konunun bir başka boyutu da bankacılık sektörü ile ilgili. Sanayi sektörü ile bankacılık arasında borç yapılandırılmaları ile başlayan gerilimin nasıl çözümleneceği henüz netleşmiş değil. Bu da kredi kanalının yeniden işleyebilmesinin önündeki önemli engellerden biri.

TL'deki nispi değerlenmenin temel nedeni, ekonomik krizin bizi kendisi. Kriz, ekonominin durma noktasına geldiğini gösterdiği ölçüde, üretim için gerekli olan döviz talebinin azalması anlamına da gelecektir. Kredi derecelendirme kuruluşu Fitch Ratings, Türkiye'nin zorlu ve uzun bir düzelleme sürecine gireceğini, ekonomik büyümenin 2019'da yüzde 1,2'ye gerileyeceğini ve enflasyonun en azından 2020 sonuna kadar tek haneye çekilmesinin mümkün olmayacağını açıkladı. Hollanda merkezli ABN-AMRO bankası ise Türkiye ekonomisinin 2019'da yüzde 3 küçüleceği, dolar / TL kurunun yıl sonunda 8,2, Avro/ TL kurunun 9,4 olacağı ve enflasyonun yüzde 21'i bulacağı öngörüsünde bulundu.

Bir de notum var sizlere; "Frene bastığımız zaman riski kontrol etmiş değil, hareket etmeyi durdurmuşsunuz demektir"



İşletme giderlerine dikkat

Öncelikle zorunlu ve lüks giderleri birbirinden net olarak ayırmanız gerekli. Giderlerde kesinti yaparken iç müşterileriniz olan personelinizin de motivasyonunu kırmamanız gerekli. Zaten kurdan dolayı maaşları iyice azaldı.

Alacaklarınızı sıkı takip edin

Kriz dönemlerinde kimse elindeki nakit varlığı başkasına ödemek istemez, hele borca faiz işlemiyor ise bu nedenle alacaklarınızı çok sıkı takip etmeniz gerekli. Hatta gözden çıkardığınız müşterilerinize fiyat artışı da uygulayabilirsiniz. Ödemesini uzun süre yapmayanlara hukuki takipte gecikmeyin, yoksa borçlu şirketi her an yerinde bulamayabilirsiniz.

Müşterilerinizle iletişimi artırın

Böylesi dönemler, müşteri ihtiyaç ve davranışlarında büyük değişimler getirir. Müşteri davranışlarındaki değişimleri anlayamazsanız, müşterilerinizi kaybedersiniz. Müşterilerinizle çok daha yakın temas halinde olun. Onların değişen ihtiyaçlarını anlayın ve aynı hızda onların ihtiyacı olan cevapları verin.

Uzun dönemi değil, kısa dönemi düşünün

Geçen yüzyılın ünlü ekonomisti Keynes'in sözünü hatırlayın: "Uzun vadede hepimiz öleceğiz." İşiniz kısa vadede, bunu aklınızdan çıkarmayın. Bu

sebeple hedeflerinizi yıllık değil, aylık veya haftalık olarak belirleyin. Nakdinizi ise günlük olarak yönetin.

Kredi yönetimi

Aldığınız işletme kredileri işletme sermayesi döngünüz ile uyumlu olmalıdır. Sağlayacağınız finansmanın vadesinin ve geri ödeme koşullarının, ham maddeyi alıp üretime geçip stoklayıp satışa geçtiğiniz ve nihayetinde de tahsilat yaptığınız dönemin tamamını kapsar nitelikte olması gerekir ki doğru zamanda geri ödemelerinizi yapabilesiniz. Finansman maliyeti daha yüksek olsa dahi olması gereken vadede borçlanmaya dikkat ediniz. Daha düşük maliyetli olduğu için kısa vadeli borçlanayım nasıl olsa vadesi geldiğinde yeni bir kredi alıp çevirebilirim düşüncesi özellikle kriz dönemlerinde işlemeyebilir. Sizi nakit akışı olarak zorlayan mevcut kredilerinizi de nakit akışınıza uygun olarak yeniden yapılandırabilirsiniz.

Stok yönetimi

Enflasyonist ekonomilerde parayı stoka bağlamak ve depoda bekletmek avantajdır ancak ürün fiyatlarının yüksek ölçeklerde artış göstermediği ve yoğun rekabet nedeniyle ürün penetrasyon riskinin fazla olduğu ekonomik yapıda, gereksiz stokla çalışmak perakendeci için sırta kambur taşımak anlamına gelir.

Arzum Steamart Lux ile kıyafetler ilk günkü gibi

Arzum Steamart Lux hareket sensörü ve yüksek buhar gücü ile ev işlerinin en büyük yardımcısı. Arzum Steamart Lux son teknolojisi ile nefesleri kesiyor. Arzum Steamart Lux ütü hareket etmediği süre içinde enerji tasarrufu için kesiliyor. Aynı zamanda Arzum Steamart Lux ütü 3000'lık gücü ile anında ısınarak kıyafetleri ilk günkü pürüzsüzlüğüne kavuşturuyor.



İyonize taban teknolojisi sayesinde geliştirilen Arzum Steamart Lux ile kıyafetleriniz ilk günkü görünümünü kazanıyor. Üç emniyetli otomatik



kapanma özelliği ile kumaşın üstünde prize takılı unutmaya, devrilmeye karşı kendi önemini alıyor. Steamart Lux siyah ve mürdüm rengi ile sizleri bekliyor.

Arzum Sateen Touch Pro ile profesyonel güzellik evlerinizde

Arzum Sateen Touch Pro ile pürüzsüz bir tene kavuşmak artık sizin ellerinizde. Güzellik salonları ve kliniklerde de yaygın olarak kullanılan IPL epilasyon teknolojisine sahip Arzum Sateen Touch Pro ile istenmeyen tüylerden kurtulmanın kolay yolunu keşfedin. Evde rahatlıkla

uygulayabileceğiniz Arzum Sateen Touch Pro, IPL epilasyon teknolojisi ve +300.000 ışık atımıyla tüylerin yeniden uzamasını engelliyor. IPL teknolojisi ile geliştirilen Arzum Sateen Touch Pro 5 farklı enerji ayarı sayesinde cilt tonunuza en iyi sonuçlar veren bir uygulama ile tasarlandı. Arzum Sateen Touch Pro, düzenli kullanıldığında geleneksel tüy alma yöntemlerine göre daha uzun süreli pürüzsüzlük sağlayarak sadece 3 uygulamada tüy yoğunluğu ve bölgenin yapısına göre yüzde %70'e varan azalma sağlıyor.



Bırakın saçlarınız konuşulsun

2019'a güzellik ve sağlıklı başlamanız için Arzum yanı başınızda. Arzum Pearl Effect serisi ile 2019'a daha sağlıklı ve parlak saçlarla merhaba deyin. Saç düzleştirici, saç maşası ve saç düzleştirici fırçadan oluşan Arzum Pearl Effect serisi, avokado yağı ve E vitamini katkılı seramik plakalarıyla saçlarınıza sağlıklı şekillendiriyor ve mucizevi bakım

sağlıyor. Arzum Pearl Effect Saç Düzleştirici seramik yapısı ve avokado yağının mucizevi E vitamini deposu ile saçlarınızı incitmeden düzleştirerek parlak bir görünüm elde etmenizi sağlayacak. Arzum Pearl Effect Saç Maşası ise

muhteşem dolgun buklelere kolayca ulaşmanızın en kısa yolunu sunuyor. Serinin son ürünü olan Arzum Superstar Pearl Effect Saç Düzleştirici Fırça'sı ise saçlarınızı kolayca taramanızı ve saçlarınızın hacimli bir görünüm kazanmasını sağlayacak.



Mutfağınızın yardımcısı Lucca Blender Seti

Canlılığın rengi kırmızı, yılbaşında evlerinize heyecan getiriyor. Mutfağı en büyük yardımcılarından biri olan Lucca Blender Seti, 1000 watt gücünde olup, ergonomik tasarımıyla çırpma, doğrama, karıştırma gibi pek çok işin üstesinden kolaylıkla geliyor. Paslanmaz çelik aparatları

sayesinde soğan, havuç, çiğ et, fıstık gibi besinleri parçalamak için ideal doğrayıcı görevi görüyor. 900 ml ölçü kabıyla geniş sofralara eşsiz lezzetler sunma fırsatı sunuyor.



AXI Kurutma Makinesi Makinesi yapay zeka teknolojisiyle ile yeniliklere devam ediyor. Hoover, 2019'da AXI Kurutma Makinesi 11 kg kurutma kapasitesi ile fark yaratan AXI, üstün özellikleriyle hayatı kolaylaştıracak. Ar-Ge çalışmaları ile geliştirilen üründe teknoloji dikkatleri üzerine topluyor . Makine aynı zamanda AXI, Wi-Fi bağlantısı sayesinde mobil cihazlarla uzaktan kontrol edilebiliyor. Kullanıcının sesini tanıyan ve alışkanlıklarını öğrenen AXI Kurutma Makinesi ile teknoloji kişiselleşiyor. Yapay zeka ile donatılan AXI kurutma makinesi şimdiden ilgi odağı oldu bile.



Fakir Gloria ile dolgun saçlar



Alman teknolojisinin Türkiye'deki durağı Fakir Hausgeräte 'nin son teknolojisi ile üretilmiş saç kurutma makinesi Gloria dolgun saçlarla dikkatleri üzerinize toplayacak. 3 farklı sıcaklık ayarıyla tam kuruma sağlayarak saç diplerinin ıslak kalmasını önleyen teknoloji 2200 W gücüne ve 2 hız ayarına sahip. Fakir Gloria saç kurutma makinesinin vigo ve fön başlığı sayesinde ister düz ister dalgalı saçlar elde edebilirsiniz. Fakir Gloria, 1,8 m kablo uzunluğuyla rahat kullanım sağlarken asma halkası sayesinde banyonuzda fazladan yer kaplamıyor.

Tozları Vestel Kasırga'ya hapsedin

Vestel Küçük Ev Aletleri serisinin son teknolojisi Vestel Kasırga A9000 toz torbalı elektrikli süpürge, geniş hacmi ve 1.319 TL'lik tavsiye edilen perakende satış fiyatıyla raflarda yerini aldı. Kasırga A9000 yüzde 99,99 toz filtreleme performansı sayesinde, süpürge fırçasından giren tozu filtreleyerek hapseder, çekilen tozun tekrar evin içine salınmasını engeller. 700 W motor gücü ve A enerji sınıfı ile dikkat çeken süpürge 63 dB ses seviyesine sahip. Ayrıca sapındaki kumandası sayesinde çekim gücünü eğilmeye ihtiyaç duymadan tek tıkla ayarlama imkânı da sunuyor.



Mutfakların en büyük yardımcısı Tefal Ingenio Titanium Preference

Tefal Ingenio Titanium Preference serisi yeni yılda ocakta, fırında, buzdolabında ve sofrada lezzet şöleni yaratıyor. Mutfakta en büyük yardımcınız olan Tefal Ingenio Titanium Preference çelik kaplamalı yapısı ile sağlıklı ve lezzetli yemekler sunmanızı sağlayacak. Tek sap özelliği ile ocaktan fırına, buzdolabından sofraya kullanım sunan Tefal Ingenio Titanium Preference ile yemek yapmak kolaylaşıyor. Tefal Ingenio Titanium Preference serisi yapışmaz Titanium Excellence kaplamasının dayanıklılığı sayesinde güvenle kullanım sağlıyor. Tasarımı ve üretimi Fransa'ya ait olan Tefal Ingenio Titanium Preference serisinin sapları 10 kiloya ağırlık taşıyabiliyor on yıl boyunca güvenli ve rahat bir kullanım sunuyor.



Mutfak havalandırmasında yeni dönem

Tasarımı ve özellikleri ile Skydoor mutfakların yeni trendi tavan davlumbazlara yeni soluk getiriyor. Şıklığın ve özelliğin bir arada bulunduğu tasarımları ile Skydoor ortamın devamlı hava akışını sağlayan özelliğe sahip. Skydoor değiştirilebilir 5 farklı ortam seçeneği ile mutfakta fark yaratmak isteyenler için ideal bir alternatif. Skydoor, havalandırma ve gün ışığı aydınlatması fonksiyonlarını birleştirerek, değiştirilebilir ortam seçenekleriyle farklı dış mekan etkilerini mutfaklara taşıyor.



Vestel kırmızı ile mutfaklarda...

Vestel Retro buzdolapları A+ enerji sınıfı çok yönlü soğutma sistemi, koku filtresi ve geniş hacmi ile teknolojiyi farklı tasarımla buluşturuyor. Geniş dondurucu haznesine sahip NFK510, Akıllı Defrost sistemi ile buzlanma veya karlanma sorununu ortadan kaldırıyor. Retro tasarımı ile dikkatleri üzerine topluyor.



BM-500 Retro Kırmızı Bulaşık Makinesi ile ılık ılık sofralar

Vestel'in kırmızı serisinden şahane bir ürün daha! BM-500 Retro Kırmızı Bulaşık Makinesi, A++ enerji sınıfı, 5 programlı bir makine. 30 dakikalık hızlı yıkama ve 70 derece sıcaklıkta yoğun yıkama programı da bulunan makinede yarım yük ve zamanlama fonksiyonu, üst sepette 2 alt sepette 4 katlanabilir tel imkanı var. Çok amaçlı kullanılan BM-500 Retro Kırmızı Bulaşık Makinesi geniş kapasitesi ile büyük ailelerin vazgeçilmezleri arasında.



SineMadem

Adem Y. Tavukçuoğlu



Spider - Man Into the Spider-Verse

Spider-Man: Into The Spider-Verse, 2011'de ortaya çıkan ve bizim bildiğimiz klasik Örümcek Adam olan Peter Parker'ın olduğu Earth-616 boyutundan başka bir boyutta yaşayan (Earth-1610) ilk siyahi Spider-Man Miles Morales'in maceralarının ilk beyazperde uyarlaması. Ailenizle izleyebileceğiniz komik ve hareketli bir animasyon filmi.

Çocukluğumdan beri en sevdiğim süper kahraman olan Spider-Man (Örümcek Adam) benim için her zaman Peter Parker olacaktır. Bu yıl art arda kaybettiğimiz yeri doldurulmaz sanatçılar Stan Lee ve Steve Ditko'nun 1962'de çok da umut bağlamadan yarattıkları eşsiz kahraman Spider-Man tüm dünyada belki de en sevilen süper kahraman oldu.

Bazı insanlar için iğrendiği, korktuğu örümcekten esinlenmiş bir kahramanın bu kadar çok sevilip benimsenmesi başlangıçta şaşırtıcı gelebilir. Ancak, iyi karakterli, güvenilir ve yakışıklı Peter Parker 15 yaşında başlayıp yetişkinliğe uzanan maceralarıyla tüm dünyanın kalbini fethetmeyi başardı. Bunda biraz da vücudu tamamen örtülü, elleri bile gözükmeyen ilk kahraman olmasının payı da var. Çünkü çizgi romanda beyaz olduğunu bilsek de (gerçi New York'ta geçen maceralarında Peter'in son derece kozmopolit ve renkli bir arkadaş çevresi olduğunu ve ırksal renk körlüğüne sahip devrimci bir çizgi roman olduğunu söyleyebiliriz), Çinli, Afrikalı, Hintli ya da Arap bir çocuk da kendini o kostümün içinde hayal edebiliyor, özdeşleşebiliyor bence.



Filmin konusuna gelirsek... Miles Morales, kazara bir radyoaktif örümcek tarafından ısırılıp bazı güçler edinir. Suç baronu Kingpin'in tüm paralel dünyaları yok edebilecek olan planını engellemek için başta zamanla ona mentör olacak Peter B. Parker (bizim bildiğimiz klasik Örümcek Adam) olmak üzere diğer Örümcek-İnsanlarla ortaklık kurar. Spider-Gwen, Spider-Man Noir, Spider-Ham ve Peni Parker Kingpin'in makinesinin ilk çalıştırılmasıyla Miles'in dünyasına çekilmiştir istekleri dışında. Makinenin bir daha çalıştırılması tüm dünyalar için ölümcül olabilir.

Spider-Man: Into The Spider-Verse, Raimi'nin ilk 2 filminden sonra beyazperde gördüğüm en iyi Spider-man uyarlaması. Hatta yakınlarda kaybettiğimiz Stan Lee'nin cameo'su da bugüne kadarkilerin belki de en iyisi. Espri kalite düzeyi çok yüksek olan (tabii hepsini anlamak biraz Örümcek Adam evrenine aşinalık gerektiriyor) filmde gözlerinizin yaşaracağı bir an olacaktır. Bu benzersiz dahiye mükemmel bir veda olmuş olan bu sahne. Küçük çocuğunuzla giderseniz dublajı tercih edebilirsiniz. Ancak, alt yazılı versiyonda Spider-Man Noir'de Nicholas Cage; The Prowler'da Mahershala Ali, May Yenge'de Lily Tomlin gibi 3 tane oscarlı oyuncu var örneğin. Filmin tek ama önemli kusuru sinemada ilk defa Spider-Man'ın karşısına çıkarılan Kingpin'in senaryo açısından derinliksiz olarak çizilmesi. Umarım bir gün tüm zamanların en muhteşem kötü adamlarından Kingpin'in solo bir filmi seyredebiliriz. O zamana kadar Punisher ile beraber en iyi Marvel dizisi olan Daredevil'deki Vincent D'Onofrio'nun mükemmel Kingpin yorumu ile yetineceğiz.

Miles Morales'in maceralarını hiç okumadım. 2011'de Obama rüzgarıyla yaratılan yeni bir kahramandı. Ben klasikleşmiş kahramanlarla çok fazla oynanılmaması gerektiğini düşünürüm. Tabii 56 yılda basılan binlerce sayı Spider-Man macerasından sonra yazarların ne yazıp çezeceklerini şaşırmaları normal ama Peter Parker'ın yerini kimse tutamaz. Geçmişte de denendi bu (korkunç Clone Saga) ama olmadı. ABD'lilerin görgüsüz kültürsüzlüklerinden dolayı bir Nors Tanrısı olan Thor'u yakın zamanda kadın yapmaları gibi. Tabii o da tutmadı. Bazı taşlar yerinde ağırdır ama bu değişik Spider-Man ve filmi de en azından devam filmi heyecanla bekleyeceğim bir iş olmuş. Film 3D olarak seyretnmeyi tercih edin.

SineMadem iyi seyirler diler.

Altus

kurutma makineleri
tasarruftan da
hijyenden de

iyi anlar

Isı Pompalı Altus
Kurutma Makinesi
AL 80 IC



YEDİTEPE

DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI

Maltepe Mah. Davutpaşa Cad. Cebealibey Sk. Oryap San. Sit. No: 16/1 Zeytinburnu - İSTANBUL

Tel: (0212) 483 2 483 Fax: (0212) 483 45 30 www.yeditepepazarlama.com



Arçelik A.Ş.
Servis Garantisi

444 0 888

altus.com.tr

[f /altustr](https://www.facebook.com/altustr)



arnica

YENİ

Arnica Rose serisi ile mutfağınıza şıklık katın.

Arnica Rose Mutfak Seti



Arnica
Master

Arnica
Master Cook

Arnica
Tostit maxi

Arnica
Orbimix

Arnica
Demli

Arnica
Rapid Pro

3 yıl
garanti

