

238

www.dagitimkanali.com.tr



# Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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



BY  
*arzum*



# GÜCÜ HİSSET

TASARIM VE PERFORMANSI BULUŞTURAN YENİ ERKEK BAKIM SERİSİ.

ducatibyarzum.com.tr



# PFAFF®

# HAYAL GÜCÜNE DİJİTAL DOKUNUŞ YENİ PFAFF EXPRESSION



Quilt Expression 720



Expression 710

Pfaff teknolojisi ve uzmanlığının eseri: Expression serisi.  
Hayallerinizi gerçeğe dönüştürmeye hazır olun.

PFAFF® bir SINGER® markasıdır.

DANIŞMA HATTI  
0850 390 99 09

[www.pfaff.com.tr](http://www.pfaff.com.tr)

[/pfaffturkiye](https://www.instagram.com/pfaffturkiye) [/pfaff.turkiye](https://www.facebook.com/pfaff.turkiye)



# Teka akıllı çözümleriyle hep yanınızda



**TEMİZLİĞİ KOLAY**  
İki farklı temizlik sistemi.  
Pirólisis ve HydroClean®

Sadelığı  
tercih edenlere  
**EASY**



**KULLANIMI KOLAY**  
Önceden programlanmış  
50 farklı tarif

Her şeye  
ihtiyacı olanlara  
**TOTAL**



**DOĞA DOSTU**  
%20 oranında  
daha az tüketim

Herkes gibi  
olmak istemeyenlere  
**MAESTRO**

# İçindekiler



NİSAN 2019 • SAYI: 238

**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  
**DijitalKalem**

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

6



## İz Bırakanlar

Em. Arçelik GM ve Koç Hold.  
Grup Bşk. Aka Gündüz Özdemir:  
"Yapmak zor, bozmak ise çok kolaydır"

10



## Kahve Kokusu

Barista Clash kahveseverlerle baristaları buluşturma etkinliği  
Adının hakkını veren kahve; Cilveli Kahve  
Yeni Arzum Okka Minio Duo tek seferde 8 fincan kahve yapıyor  
Türkiye'de yılda 100 bin tona yakın kahve tüketiliyor  
Kahve sektörünün profesyonelleri bir araya geldi  
Fahrettin Kerim Avcı:  
"Kahvenin de bir oyun kurucusu var"

14



## Söyleşi

HTS Genel Müdürü Chiheb İsmail:  
"HTS olarak en büyük farkımız tecrübemiz"

17



## Sektör Haberi

32



## Dernek

XI. Alışveriş Ekonomisi Zirvesi düzenlendi  
Ege PERDER'in yeni başkanı Feyzi Başdaş oldu  
PLAT Yönetim Kurulu güven tazeledi

34



## Araştırma

Çinli tüketiciler perakendeyi baştan aşağı değiştirecek  
AVM Ciro endeksi Ocak'ta %9,4 arttı

38



## Fuar

Züccaciye sektörü ABD'de bir araya geldi

40



## Makale

Çetin Cinemre • Ezgi Bozkurt Flatman  
• Didem Tınarloğlu

44



## Teknoloji

Fakir Hausgeräte 2019'u teknoloji yılı ilan etti

45



## Ürünler

48



## Ajanda

**Sinemadem**  
Captain Marvel

Milli hedef belli olmuştur. Ona ulaşacak yolları bulmak zor değildir.  
Denebilir ki, hiç bir şeye muhtaç değiliz.  
Yalnız bir tek şeye çok ihtiyacımız vardır:

**ÇALIŞKAN OLMAK!**

*H. Atatürk*



# A++ ENERJİ A++ KAZANÇ

**Şenocak**, 100 yılı aşkın tecrübesiyle,  
79 ülkede 700'den fazla iş ortağına  
**alırken de kazandırıyor, satarken de.**

senocakonline.com

**444 0 789**

 / SenocakDerinDondurucu

 / senocakonline

 / senocakonline



# ŞENOCAK



# Dağıtım Kanalı



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

**ABONE OL**



## Sunuş



**YILDIRIM SÖYLEMEZ**  
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

## Sektör nereden geldi, nereye gidiyor?

**B**u sayımızda farklı bir röportaj ile karşınızdayız. Arçelik markasının efsane Genel Müdürü **Aka Gündüz Özdemir** ile bir araya gelerek hem geçmiş dönemleri hem de şu andaki bayilik sisteminin genel durumunu konuştuk. Bayilik sistemini her dönemde savunduğunu belirten Özdemir, zor günler geçiren ekonomide bayilerin ayakta durabilmesi için çeşitli tavsiyelerde bulundu. Özdemir'in ifadeleri dikkat çekici; "Sektörümüz ülkemizde her yönüyle örnek oluşturuyor. İç pazarın başarısı dünya çapında rekabet gücümüze katkı sağladı. Hem ekonomik ölçek hem de pozisyon bakımından oldukça iyi bir durumdayız. Birçok avantaj oluşturuyoruz ve bunları değerlendiriyoruz. Dolayısıyla değer zincirinde köklü değişiklikler yapılmamalıdır. Üreticiler doğru politikalar izlemeli ve dağıtım kanalları dejenere olmamalıdır." Röportajı keyifle okuyacaksınız.

Diğer bir röportajımızı faaliyetlerine 2007 yılında başlayan ve bugün farklı sektörlerden 17 markaya hizmet veren **HTS Teknik Hizmetler A.Ş.** ile gerçekleştirdik. HTS Genel Müdürü Chiheb İsmail, dergimizle şirketin gelecek vizyonunu paylaştı. Detaylar ilerleyen sayfalarda...

Her sayıda farklı konuları irdelediğimiz, bu alanda çıkan yeni ürünlerin haberlerine yer verdiğimiz, köşe yazıları ile zenginleşen **Kahve Kokusu** bölümümüze devam ediyoruz. Bu sayımızda da kahveyle ilgili sektörel haberler ve güncel gelişmeleri bu alanımızdan takip edebilirsiniz.

Dergimizin Nisan sayısında da sektör haberleri, yeni ürünler, dernek ve araştırma bölümleri, köşe yazarlarımız ve daha birçok konu ilerleyen sayfalarda sizleri bekliyor.

Keyifli okumalar...

**Derin dondurucuda ekonominin yeni adı**

**DELTA**

Gücümüzü Uğur'dan alıyor, kalite ve ekonomiyi bir arada sunarak müşteri memnuniyetini en üst seviyede tutuyor, durmadan en iyisi için çalışıyoruz!



**YENİ  
ÜRÜN**



**DCF 190  
LD/S**



**DCF 280  
LD/S**



**DCF 387  
LD/S**



**DCF 466  
LD/S**

[www.deltasogutma.com.tr](http://www.deltasogutma.com.tr)

Yeni Sanayi Mah.  
Devlet Karayolu Cad.  
No: 127/C Nazilli-Aydın

Tel: 0256 316 10 10 (pbx)

Faks: 0256 316 10 31



**“Süpermarketlerin bakkallara yaptıklarını büyük mağaza zincirleri bayilere yapamadı.”**



Arçelik markasının efsane Genel Müdürü Aka Gündüz Özdemir ile geçtiğimiz günlerde bir araya gelerek geçmişi ve Bayilik sistemini konuştuk. İş yaşamında faal olduğu yıllarda Türkiye'de beyaz eşya sektöründe bayilik yapısının korunması gerektiğinin her konuşmasında altını çizen Özdemir, Koç Holding'e ait Altunizade Spor tesisleri içinde yer alan Golf Kulübündeki buluşmamızda da hem günümüz ekonomisinde sektörü değerlendirdi hem de son günlerde zor bir sınavdan geçen bayilere tavsiyelerde bulundu.



**Y**ıllarca Türkiye ve yurt dışı pazarlarında Arçelik ve Beko markalarını yönettiniz. Şimdilerde geriye baktığınızda sektörün ülkemiz ve yurt dışı pazarlardaki durumunu değerlendirir misiniz?

Sektör için 2001 yılının bir dönüm noktası olduğunu düşünüyorum. O dönemlerde oluşan kur farklı ile önemli zararlarla karşılaşıldı ve sektör ihracat hamleleri yapmak için var olan tüm gücü ile işe koyuldu. Bu dönemde rekabetçi yanımızı başta Avrupa, daha sonra ise tüm dünya pazarlarında sergilemek istedik. Bunun meyvelerini de şimdi topluyoruz. Kendi markaları ile ihracat yapan firmalar bu süreç içerisinde çok önemli avantajlar yakaladı ve konumlarını olağanüstü derecede güçlendirdiler. Beko'nun marka performansının Arçelik'e yansıdığını düşünüyorum ve şu anki mevcut konuma baktığımda bununla gurur duyuyorum.

**Ülkemizde bayi sisteminin hala etkili bir şekilde yürüyor olmasını nasıl değerlendiriyorsunuz? Ve geleceğini nasıl görüyorsunuz?**

Bayilik sistemi sektörümüz için doğru ve faydalı bir yapılanmadır. Geçtiğimiz yıllarda Avrupa'nın sektörde yer alan iki dev firması ülkemizde mağazalar zinciri olarak yapılandı, ABD'li büyük markalar teşebbüslerde bulundu ve yerli markalarımız da bu oluşuma katkı sağladı. Tüm bu gelişme ve girişimlere rağmen bayi sistemini gücünü kıramadılar ve bayi sistemi büyümeye devam etti. Özellikle LCD TV ve cep telefonu ürünleri ile ciddi ciro ve karlar elde eden bu girişimler, bayiler ile mücadele edemedi. Kısacası süpermarketlerin bakkallara yaptıklarını büyük mağaza zincirleri bayilere yapamadı. Bu sayede beyaz eşya sektörü yüksek katma değer üretebiliyor, yoğun ihracat ve oluşturduğu istihdam ile birlikte işgücüne katkı sağlıyor ve

tatmin edici vergiler ile ülke ekonomisine destek veriyor. Zamanlama ve çalışma alanı açısında doğru atılan Ar-Ge adımları ile birlikte markalar teknoloji üretmeyi başardı ve dünya çapında bu konuda bir rekabet standartları oluşturdu. Bu durumdan değer zincirinin bayi halkası da tatmin oldu ve iki taraf için de olumlu sonuçlar alındı. Günümüzde yeni jenerasyon yöneticiler bayi sistemini zaman zaman önemsemiyor. Buna izin verilmemesi gerekiyor. Çünkü geçmişini bilmeyenlerin geleceği tasarlaması oldukça zordur. Dolayısıyla atılan adımlar bayi sistemini ayakta tutmaya yönelik olmalıdır.

**Avrupa'nın en büyük elektronik zincirleri Türkiye'ye geldiğinde siz bunların çok sürmeden ülkeyi terk edeceklerini söylemiştiniz. Duruma bakılınca haklı çıktınız. Peki, buna ne sebep oldu?**

Bayi sistemleri kuruluşundan bu yana Türk tüketicisine en üst düzeyde hizmet verdi. Kalitesine güvenen ve yaptıkları işin arkasında duran üreticiler, dünya seviyesindeki teknolojik ürünlerle paranın karşılığını vermeyi şiar edinmiş ve ciddiyetten uzaklaşmamışlardır. Sistem gücünü tüketiciyi iyi anlayarak ve insanlara dokunarak kazanıyor. Bayiler bu noktada her konuda tüketicilerin yanında oluyor, bir aile ferdi gibi sorunlarıyla ilgileniyor ve çözüyor ve üreticilerin gerekli tedbirleri almasını sağlıyor. Bu durum tüketicilerin hayatına da yansımış ve işin önemli bir parçası olmuştur. Tüm bu unsurlar neden ayakta duramadıklarını açıklıyor. Rekabet kültürünün açık ve fazla olduğu topraklarımızda beyaz eşya emekçileri hak etiklerini almaya devam ediyor. Hatta bayiler üreticilerin sıkıntılı dönemlerinde destek veriyor ve sektörün ayakta kalmasını sağlıyor. Bu süreç de bayi sistemini güçlendiriyor.

**Şimdilerde Uzakdoğu kökenli markalar ülkemizde tutunmaya çalışıyorlar. Bu durum özelinde görüşlerinizi alabilir miyiz?**

Uzakdoğu kökenli üreticiler tüm dünyada rekabet alanında çok güçlüler ve etkili bir şekilde çalıştıkları ülkeler de bulunuyor. Ülkemiz bir yandan markaların gücü, diğer yandan lojistik avantajlar dolayısıyla bunlarla rekabet edebiliyor.

Söz konusu firmalar Türkiye'ye yatırım yaparak rekabete dahil olabilir. Ancak bunun tercih etmiyorlar. Bizim markalarımızdan birini satın almaları durumunda ülke pazarına girebilir ve etkili bir konuma gelebilirler. Ancak bu noktada bilinçli tüketicilerimiz sayesinde gelişen satın alma sonra süreçlerimiz onlar adına problem olacaktır. Biz her yönüyle örnek bir sektörüz ve güçlüyüz.

“ Üreticiler doğru politikalar izlemeli ve dağıtım kanalları dejenere olmamalıdır. Ticaret alan ve satan olmak üzere iki kişinin kazandığı bir iştir. Kurulmuş sistem bir yandan taraflara para kazandırıyor, bir yandan da ülkemize güzel şeyler sağlıyor. ”

**Gelişmiş ülkelerde bayilik sistemi çok pasif veya etkisiz kalıyor. Ülkemizde ise bu durum tam tersi. Tüm bu unsurlar gelecekte nasıl şekillenecek?**

Sektörümüz ülkemizde her yönüyle örnek oluşturuyor. İç pazarın başarısı dünya çapında rekabet gücümüze katkı sağladı. Hem ekonomik ölçek hem de pozisyon bakımından oldukça iyi



bir durumdayız. Birçok avantaj oluşturuyoruz ve bunları değerlendiriyoruz. Dolayısıyla değer zincirinde köklü değişiklikler yapılmamalıdır. Üreticiler doğru politikalar izlemeli ve dağıtım kanalları dejenere olmamalıdır. Ticaret alan ve satan olmak üzere iki kişinin kazandığı bir iştir. Kurulmuş sistem bir yandan taraflara para kazandırıyor, bir yanda da ülkemize güzel şeyler

kazandırıyor. Çok basit bir kuralımız var. Yapmak zor, bozmak çok kolaydır.

**Son dönemlerde ekonomik dalgalanmalar yaşıyoruz. Bu durum sektöre nasıl yansdı? Bir değerlendirme yapabilir misiniz?**

Sistem daha önce de yaşanan bu tarz durumlarda var olan tecrübesiyle ayakta kalmayı başardı. Direksiyonu kullananlar tecrübeli kişilerden ders almayı bilirlerse sorun yaşamazlar. Sorunlara anlık olarak bakmanın yanlış olduğunu düşünüyorum. Bu devamlılık tarafların gücü ve orantılı fedakarlıklarıyla devam edecektir. Geçmiş dönemlerde krizi fırsat olarak değerlendirenlerin bugün sektörde olmadığını görüyoruz. Sektörümüzün mevcut gücü ile tüm sorunları aşacağımıza inanıyorum.



# Kahve Kokusu

## Barista Clash kahveseverlerle baristaları buluşturdu

Dream Sales Machine tarafından 23 Mart 2019 tarihinde UNIQ İstanbul Glass Room'da düzenlenen Barista Clash yarışmasında yeteneğine güvenen amatör ve profesyonel baristalar ringe çıkarak 5 kategoride hünerlerini sergiledi. 32 baris-tanın beceri ve lezzet mücadelesine sahne olan Barista Clash'de birinci Enis Küçük olurken, ikinci sırada Eren Hatır yer aldı.

**K**ahve sektörü otoritelerinin yanı sıra moda ve müzik dünyasından isimlerin de yer aldığı; Dream Sales Machine Ajans Başkanı Alper Sesli, La Marzocco Türkiye Dist-ribütörü Aysin Aydoğdu, Latte Artve Barista Şampiyonu Özkan Yetik, Marie Claire Maison Genel Yayın Yönetmeni Fulya Bozkurt, Boxx Coffee Roasters Kurucusu Mert Soley, Puma Marka Elçisi Umut Eker, sanatçı Gonca Vuslateri, Petra Roasting Co. kurucusu Kaan Bergsen, Efendi ve Halet-i Ruhiye mekan sahibi Kıvanç Kasar, Kimma Coffee Roasters Kurucu Ortağı Aslı Yaman, Probador Colectiva Kurucusu Çağatay Gülabioğlu, La Marzocco İtalya'dan Michele Nava ve Ettore Scagliola'dan oluşan jüri karşısında yarışan 32 barista, Dream Sales Machine tarafından düzenlenen etkinlikte "Barista Clash" unvanını ve büyük ödülü kazanmak için 23 Mart'ta 09:00-23:55 saatleri arasında Uniq Hall Glass Room'da karşı karşıya geldi.

**5 kategoride beceri ve lezzet mücadelesi** Barista Clash'de baristalar ikili gruplar halinde eşleştirdi. İlk kategoride 3 triangle'dan oluşan Silent Cupping raundu ile farklı olan kahveyi bulmaya çalıştı. Bu kategori sonucunda 16 barista 2. tura geçti. İkinci kategoride her clash için farklı malzemeli barista kutuları olan Mystery Box oluşturuldu ve yarışmacılar signature drink'ten 3'er bardak yaptı. Değerlemenin ardından 3. Kategori olan Take Away raunduna geçen 8 barista, coffee shop deneyimine uygun olarak jüriden aldıkları 4 siparişi servis etti. Servisin değerlendirilmesinin ardından 4. tura geçen 4 baristanın, Wheel Keeps on Turning raundunda süt bazlı içecekler konusundaki uzmanlığı test edildi. Bu turda jüri tarafından 3 kez çark çevrildi ve her yarışmacı verilen sürede çarkın belirlediği 3 farklı şekille latte art yaptı. Sunulan kahveler görsellik, süt kalitesi ve diğer özelliklere göre jüri

tarafından değerlendirildi ve bu kez finale çıkmayı başaran iki baristaya Türkiye'de bulunmayan yarışmaya özel getirilen 3 farklı çekirdek sunuldu. Finalistler bu kahvelerin içinden birini seçti ve paketlemesinden tasarımına kadar bir marka ya-ratarak kahveyi demledi. Ardından demledikleri kahveyi ve oluşturdukları markayı anlatarak sundular.

Yarışmayı birincilikle tamamlayan XXX, La Marzocco Linea PB 2 group kahve makinası, Mahlkonig E65S Kahve değirmeni ve 10.000 TL nakit ödül, Puma hediye çeki, ikinci olan barista ise 2.500 TL nakit para, MoccaMaster Filtre Kahve Makinası ve Puma hediye çeki ödülünün sahibi oldu.

### Sektörel gelişmeye katkı

Nitelikli kahve ile tüketici arasında önemli role sahip olan baristaların yeteneklerini sergileyebilmelerine imkan sağlayan keyifli bir yarışma platformu olan Barista Clash, kahve tutkusu ile yola çıkmış baristaları, baristalığı yaşam şekli haline getirenleri, barista adaylarını, kahve sektöründe çalışanları, bu sektörde kariyer yapmayı hedefleyen kişileri ve kahve hakkında daha fazlasını öğrenmek isteyen kahveseverleri aynı çatı altında topluyor.



# Kahve Kokusu

## Adının hakkını veren kahve; Cilveli Kahve

Beş asırlık tarihi, kültürü, kendine has kokusu ve sunumuyla kahve, zaman içerisinde farklı bölgelere göre çeşitlilik gösterdi ve farklı tatlarla karşımıza çıkmaya başladı. Bu gelişim farklı gelenek ve göreneklerin oluşmasına katkı sağladı. Dönem dönem kahvenin sunum biçimi birer toplumsal statü göstergesi dahi sayıldı. Sizlerle saraydan başlayıp halk sofralarına uzanan bir kahve hakkında konuşmak istiyoruz.

**B**ugün kız isteme törenlerimizde damat adayına genellikle tuzlu kahve ikram ediliyor. Peki, bu gelenek daha önceki zamanlarımızda bize eşlik ediyor muydu? Ya da toplum olarak kız isteme törenlerinde ne zamandan beri kahve ikram ediyoruz? Hiç düşündünüz mü? Gelin birlikte inceleyelim.

### Fikirlere tercüman oluyor

Osmanlı döneminde şehzadelere özel olarak hazırlanan cilveli kahve, kız isteme törenleri ile ritüellere de yansdı ve toplum tarafından tanınmaya başladı. Osmanlı döneminde yeniçeriler kız istemeye gittiklerinde gelin adayları iki farklı türde kahve hazırlıyorlardı. Bu kahvelerden cilveli olanı evet, normal olanı ise hayır anlamına geliyordu. Baba, kızının sunduğu kahveye bakıyor, kızının düşüncelerini anlıyor ve kararını bu yönde veriyordu.

### Aralarında tek bir fark bulunuyor

Günümüzde Manisa bölgesinde bu gelenek devam ediyor. Peki cilveli kahvenin Türk kahvesinden farkı ne? Aslında pişirme tekniği açısından cilveli kahve ve Türk kahvesi aynı yöntemlerle hazırlanıyor. Fark sunum biçiminde ortaya çıkıyor. Hazırlanan Türk kahvesinin üzerine badem eklenmesi sonucunda cilveli kahve sunuma hazır hale geliyor.



## Yeni Arzum Okka Minio Duo tek seferde 8 fincan kahve yapıyor

5 yıldır OKKA Ailesi ile Türk kahvesinin ideal lezzetini, kültürünü dünyanın dört bir köşesine yayan Arzum, OKKA Ailesi'ne yeni üyeler katmaya devam ediyor. Yeni Arzum OKKA Minio Duo, 8 fincan kapasitesi ile kalabalık misafirleri keyifli sohbetlere davet ediyor.

Tek seferde dileyene şekerli dileyene sade 8 fincan kahve pişirebilmesiyle kalabalık misafirlerin kolayca ve zahmetsizce ağırlanmasını sağlayan Arzum OKKA Minio Duo, kompakt tasarımıyla da dikkatleri üzerine çekiyor. Ağır ateşte, ideal kıvamda pişmiş, bol köpüklü Türk kahvesi keyfini sunan Türk kahvesi makinesi, patentli yıkanabilir çift cezvesi ve taşma önleme sistemiyle de kullanıcılara rahatlık sunuyor.

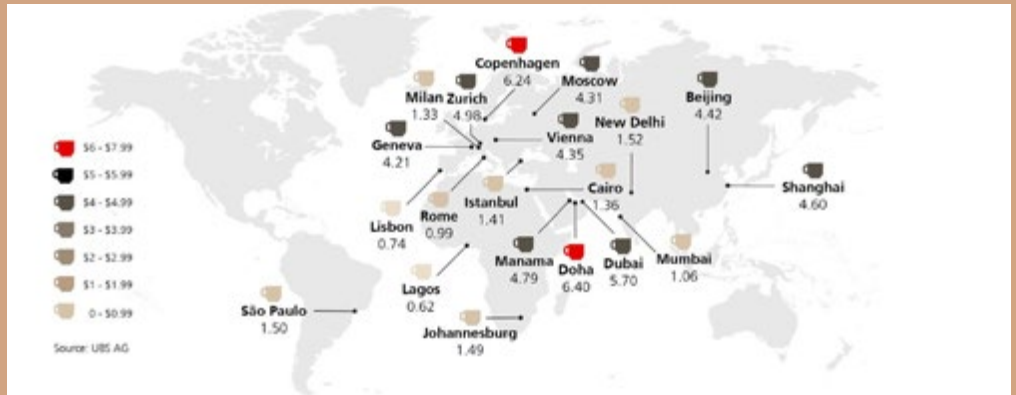


## Türkiye'de yılda 100 bin tona yakın kahve tüketiliyor

Uluslararası Kahve Organizasyonu'nun (ICO) hazırladığı "Dünya Kahve Tüketim Raporu 2018" açıklandı. Ülkelerin kahve tüketimlerini inceleyen Online PR Ajansı B2Press'in derlediği verilere göre; Türkiye'de son 5 yılda %13,2 artış gösteren kahve tüketimi, 93,9 bin tona ulaştı. Listenin başında yıllık 1,5 milyon tonla ABD gelirken, ikinci sırada 1,3 milyon tonla Brezilya ve üçüncü sırada 465 bin tonla Japonya yer aldı. Avrupa Birliği ülkelerinde toplam 2,6 milyon ton kahve tüketilirken, kişi başı yıllık 12 kilogramı aşan kahve tüketimiyle Finlandiya dünyanın zirvesine yerleşti. Kahve tutkunu Finlandiya'yı, Avrupa'nın en soğuk ülkeleri İsveç, Norveç, İzlanda ve İsviçre izledi. 2018 yılında Türkiye'de ise ilk defa kahve tüketimi kişi başı yıllık 1 kilogramı aşarak 1,1 kilograma ulaştı.

### Dünyanın en pahalı kahvesinde İstanbul ise 71. sırada!

İsviçre merkezli finansal danışmanlık şirketi UBS'nin yayınladığı satın alma endeksi verilerini inceleyen B2Press, İstanbul'da bir fincan kahvenin ortalama fiyatının 1,41 dolar olduğunu açıkladı. İstanbul bu fiyatla, dünyanın en pahalı kahve içilen şehirler listesinde 71. sırada yer aldı. Listenin ilk sırasında ise Katar'ın başkenti Doha bulunuyor. Bir fincan kahvenin ortalama 6,4 dolar olduğu Doha'yı, 6,24 dolar ile Danimarka'nın başkenti Kopenhag ve 5,70 dolarla Dubai takip etti. Dünyanın kişi başına en çok kahve tüketilen ülkesi Finlandiya'nın başkenti Helsinki, 3,65 dolarla listenin 23. sırasında yer alırken, Nijerya'nın başkenti Lagos ise 0,62 dolar ile dünyada en ucuz kahve satılan şehir oldu. Doha'daki bir bardak kahve fiyatıyla Lagos'da ortalama 10,5 bardak kahve içilebiliyor.



# Kahve sektörünün profesyonelleri bir araya geldi



**Farklı bakış açıları ile modeller geliştirip tanıtmayı ve sektörün geleceğine katkıda bulunmayı amaçlayan "Kahve ve Kafe İşletmeciliği 2019" temalı sektör toplantısı, kahve sektörünün profesyonellerini bir araya getirdi. 19 Mart 2019 Salı günü Torun Center'da gerçekleştirilen etkinlik toplamda 2 oturumdan oluştu.**

**G**astrofest Genel Yayın Yönetmeni Ferit Özkaşıkçı'nın moderatörlüğünde gerçekleştirilen etkinlikte; OKKA-Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı, Kahve Festivali Organizatörü DSM Group Kurucusu Alper Sesli, "Topraktan Fincana Kahve" kitabının yazarı Cenk Girginol, Soulmate Coffee Kurucusu Alper Ulus ve Nescafe Türkiye Genel Müdürü Pınar Öney Bilsel hazır bulundu.

## **En büyük önceliğimiz nitelikli arzı geniş tutmak**

Nescafe'nin tarihçesini anlatarak sözlerine başlayan Pınar Öney Bilsel, yeni neslin kahve tüketimi noktasında kaliteye ve soft içime önem verdiğinin altını çizdi. Yeni neslin isteklerine cevap vermek adına yaptıkları çalışmaların sonucunda 2002 yılında Nescafe 3'ü 1 Arada'nın lansmanını yaptıklarını belirten Bilsel, lansmanın ardından geçen 10 yılda kahve tüketiminin 3 kar arttığını ifade etti. Bunun yanı sıra 2008 yılında piyasaya sürdükleri soğuk kahvenin de sektör açısından önemli bir mihenk taşı olduğunu vurguladı. Kahve sektörünün ve kafe işletmeciliğinin geleceği hakkında da konuşan Bilsel sözlerine şu şekilde devam etti: "Yeni akımlar ve artan kafe sayıları sonucunda

kahve sektöründeki kategori büyüyecek. Diğer yandan sürdürülebilirlik konusunun üzerinde titizlikle durmamız gerekiyor. Sektörün gelişimi için kahve tarımını daha cazip bir hale getirmeliyiz. 2010 yılında başlattığımız ve 2020 yılında tamamlayacağımız projemizde şu anda 1 milyon çiftçi ile birlikte çalışıyoruz. Nitelikli arzı geniş tutabilmek Nescafe olarak bizim en büyük önceliğimiz."

## **Türk kahvesi hak ettiği noktada değil**

Türk kahvesinin ve kültürünün OKKA ile birlikte dünyaya tanıttıklarını belirten Murat Kolbaşı, 53 yıllık bir marka olan Arzum'un 2002 yılında ürettiği elektrikli cezve ile Türk kahvesi yolculuğunun başladığını söyledi. Ardından 2004 yılında Arçelik'in telve makinesi üretmesinden sonra Türk kahvesinin makineleşme sürecine girdiği ifade eden Kolbaşı, Türk kahvesinin 500 yıllık köklü tarihiyle hak ettiği noktada olmadığını sözlerine ekledi. 2013 yılında Unesco'ya giderek Türk kahvesini tescillediklerini belirten Kolbaşı, Türk kahvesinin çeşitlenmesi

gerektiğini dile getirdi. Uluslararası bilinirlik konusunda Türk kahvesinin oldukça gelişim gösterdiğini, makineleşme süreci ile birlikte kahvenin üretiminin ve yapımının hız kazandığını ifade eden Kolbaşı, Türk kahvesi ile teknolojiyi geç buluşturduklarını da söyledi. Ayrıca Türk kahvesinin birçok ulusun sahiplenmeye çalıştığını ve dünyanın bizi çay toplumu olarak tanıdığını belirten Kolbaşı, Türk kahvesini dünyada tanıtmaya başladıklarının altını çizdi.

## **Bir ekosistem oluşturuyor**

Etkinliği ilk defa Galata Rum Okulu'nda gerçekleştirdiklerini ve ilk etkinliği yüksek bir zararla kapattıklarını ifade eden Alper Sesli; ardından İstanbul Coffee Festivali'nin Haydarpaşa'ya taşıdıklarını, Haydarpaşa'da restorasyon çalışmalarının başlamasının ardından ise etkinlik lokasyonunu KüçükÇiftlik Park olarak değiştirdiklerini söyledi. Sesli son festivalde ise 40 bin ziyaretçinin üzerine çıktıklarını belirtti. Öte yandan 3. nesil kahve kültürünü iyi analiz etmek için birinci ve ikinci kuşağın doğru anlaşılması gerektiğini vurgulayan Sesli, Türk insanın festivallere yoğun ilgi gösterdiğini ve bunun misyonlarını geliştirdiğini vurguladı. Sesli İstanbul Coffee Festivali'nin yaşam festivali konseptiyle ilerlediğinin ve kendi alanında dünyanın en büyük festivali olduğunu vurguladı. Ayrıca Sesli, festivalin İstanbul için bir ekosistem oluşturduğunu ve tüketici ile markanın deneyim, keyif ve tüketim anlamında birbirine dokunabildiğini de da sözlerine ekledi. Sesli, uluslararası bir festival olmayı amaçlamadıklarını ve Aralık ayında Harbiye Askeri Müze ve Kültür Sitesi Komutanlığı'nda İstanbul Coffee Summit'i hayata geçirmeyi planladıklarını belirtti.





**Konuk Yazar:** Fahrettin Kerim Avcı

# Kahvenin de bir oyun kurucusu var

**O**rta yaşta kişiler bilirler; bir zamanlar TRT’de “Beyaz gölge” diye bir dizi vardı. Gençlere basketbolu sevdiiren gayet güzel, başarılı bir diziydi. Türk basketbolunun gelişiminde büyük katkısının olduğunu düşünüyorum. Bu arada topla oynanan hiçbir oyunda becerim olmadığı gibi bilgim de yok. Hatta hala ofsaytı bilmiyorum diyebilirim. Şaka şaka biliyorum, Of’lu Sait. Neyse, anlatmak istediğim şey farklı. O dizide benim tahmin ve öngörülerimin aksine kısa boylu bir oyuncu vardı. Basketbol ve kısa boy. Ama gerekliymiş. Dediğim gibi bilmediğim konuda fikir bile yürütmem. Dinlerim.

Bana göre robusta çekirdekleri de tam da bu anlamda devreye giriyor. Kahve sektöründe bu çekirdekler tam bir oyun kurucu. İtiraz eden olabilir. Dediğim gibi düşünce.

Önce bu çekirdeklerin özelliklerini bir tanıyalım. Nedir bu Arabika-Robusta farkı kısaca madde madde sayacak olursak; (Liberica olarak adlandırılan ve Filipinlerde yetiştirilen bir çekirdek çeşidi daha var ama dünya kahve ticaretinde etkisi eser miktarda olmasından ve Robustaya olan benzerliğinden dolayı bahsetmeyeceğim)

■ Arabica çekirdekleri, yumuşak içimli ve damakta meyve aromalı tatlar bırakır.

Robusta çekirdekleri ise daha sert ve yoğundur, damakta topraksı tat bırakır.

■ Şekil olarak, Robusta çekirdekleri, Arabica çekirdeklerine göre daha yuvarlaktır. Arabica çekirdeklerinin görünümü daha oval şekildedir.

- Robusta, Arabica çekirdeklerine göre iki kat daha fazla kafein içerirler.
- Robusta çekirdekleri doğa ve iklim koşullarına daha dayanıklıdır, bu nedenle üretilmeleri daha kolaydır. Düşük rakımlarda rahatlıkla yetişebilir. Robusta kahve ağacı, Arabica kahve ağacına göre daha fazla ürün verir.
- Robusta çekirdekleri genellikle, doğu yarım kürede yetişirler. Vietnam, Endonezya, Hindistan, bir tık da Afrika’nın doğusunda. Arabica çekirdekleri ise Afrika, Papua Yeni Gine’nin yanı sıra asıl olarak Güney Amerika’da üretilir.
- Robusta çekirdekleri daha ucuzdur. Ana nedeni ise tat aralığının azlığı, sert-topraksı tadı ve kolay yetiştirilebilir olması gibi.

Gibi, gibi, gibi. Burada önemli olan, Robusta çekirdeklerinin oyun kuruculuğudur. Aralarındaki farka bakarak Robusta’nın gereksiz ya da önemsiz olduğu asla düşünmeyin. Tam bir harman dengeleyicidir. Sadece Arabica çekirdeği kullanarak yapacağınız harmanlarda asla yakalayamayacağınız nefis tatlara ulaşabilirsiniz. Oyun kurucu olarak devreye girer ve gerçek kahve tiryakileri Robusta çekirdeklerini mutlaka harmanlarında kullanır.

Tamam basketboldan anlamam, Of’lu Saiti de tanımam ama tavsiyem, aroması yüksek Arabica’nın asitliğini ve kafeinini dengelemek için mutlaka %10-20 arası Robusta kullanmanızdır. Meyve aromalarına katılan o topraksı-yanıksı tatlar vazgeçilmezsiniz olabilir.

# HTS olarak en büyük farkımız tecrübemiz

Faaliyetlerine 2007 yılında başlayan ve bugün farklı sektörlerden 17 markaya hizmet veren HTS Teknik Hizmetler A.Ş., dergimizle gelecek vizyonunu paylaştı. Firma bünyesinde ve sahada olmak üzere 2 gruptan oluşan çalışma kadrosu ve kendisine özel çalışma sistemiyle HTS Teknik Hizmetler A.Ş. önümüzdeki dönemde yurt dışı çalışmalarına ağırlık verecek.



Chiheb İsmail  
HTS Genel Müdürü





## Farklı sektörlerden birçok firmaya servis ve satış sonrası alanlarda hizmet veren HTS'nin kuruluşu, hizmet alanları ve genel olarak son dönemdeki yapılanmasından bahsedermisiniz?

HTS, 2007 yılında 3 ortakla birlikte kurduğumuz bir firma. Sektörün önemli kuruluşlarından Arçelik'te uzun yıllara dayanan yurt dışı tecrübesinden sonra HTS'yi faaliyete geçirmeye karar verdik. Yurt dışı çalışmalarımız sırasında farklı sistemleri analiz etme ve deneyimleme şansımız olmuştu. İlk aşamada bir firma ile yola çıktık ve süreç içerisinde kendimizi geliştirdik. Şu anda farklı sektörlerden 17 markaya hizmet sunuyoruz. HTS, servis ağlarında olması gereken tüm hizmetleri firmalara sunuyor. Çağrı merkezi, yedek parça, servis yönetimi hizmetleri gibi servis ile ilgili olan tüm noktalarda müşterilerimizin yanındayız. Türkiye genelinde 1.200 noktada servisimiz bulunuyor. 8 kişilik çağrı merkezi ekibimiz yüksek kapasitede 17 markaya birden destek veriyor. Yedek parça depomuzda ise 20 bin civarında farklı ürün bulunuyor. Bunların günlük olarak servis ve sevkiyatlarını yapıyoruz. Ağlarımızda yedek parçayı en önemli unsurumuz olarak görüyoruz. Gelişmiş bir algoritma kullanıyoruz ve hangi yedek parçadan kaç adet stok tutacağımızı biliyoruz. Mevcut programlar ve yazılımlar bütün sektöre hitap ettiği için çok fazla detay içermiyor. Dayanıklı tüketimin yedek parça stoğunda, optimum stoğu ne ölçüde tutacağımızı algoritmalar sayesinde saptayabiliyoruz. Bu da bizi rakiplerimizden ayıran en büyük fark.

Yeni ürünler geldiğinde listeler alıyoruz, bu listeleri dilimize çeviriyoruz ve servislerimiz ile paylaşıyoruz. Servislerimiz ise yazılım üzerinden

bütün yedek parçaları, kullanma kılavuzlarını ve ürün ile ilgili tüm dokümanları görebiliyor. Günde 150 noktaya sevkiyat yapıyor, 1.000 adet yedek parça servis ediyoruz. Öte yandan yedek parçanın depolanma süreci de bizim için oldukça önemli. Sistem üzerinden yedek parçalar ile ilgili tüm bilgilere hızlı bir şekilde ulaşıyoruz ve bu durum sevkiyatımızın da hızlanmasını sağlıyor. Bizlere gün içerisinde saat 15.00'a kadar gelen siparişler, aynı gün içerisinde dağıtım çıkıyor. Ayrıca servislerimiz takıldığı noktada burada bulunan teknik ekibimizden destek alabiliyorlar. Gelen ürünlerin onarımı merkez atölyemizde yapılıyor ve tekrar servise gönderiliyor.

## HTS olarak çalışma sisteminizden bahsedermisiniz? Sizi rakiplerinizden ayıran temel faktörler nelerdir? Çalıştığınız firmalara hangi avantajları sunuyorsunuz?

Firma olarak en büyük farkımızın tecrübe ve bilinç olduğunu ifade edebilirim. Çalışanlarımızı sektöre yabancı isimlerden seçmiyoruz. Dolayısıyla müşteri karşısında daha etkili olabiliyoruz. Onların tecrübelerine güveniyoruz. Bir diğer avantajımız ise kaliteli ve hızlı hizmet sunmamız. Rakiplerimize gelince, en büyük rakiplerimizin firmalar olduğunu düşünüyorum. Çünkü firmalar tüm bu hizmetleri kendi bünyelerinde de sağlıyorlar. Ancak burada maliyet açısından avantajlı olan yine biziz. Bir sinerji yaratıp o sinerjiyi sürdürdükten sonra maliyetlerde ciddi oranda düşüşler meydana geliyor. Bu sayede firmalar da profesyonel bir hizmet alıyor.

## HTS'de kaç kişilik bir ekip var?

Mevcut sistemimizde bulunan çalışanlarımızı iki gruba ayırdık. Şu anda HTS Teknik Hizmetler A.Ş.

bünyesinde 25 kişilik bir ekip aktif olarak çalışıyor. Bir de farklı bir şirket çatısı altında klima ile ilgili çoğu sahada çalışan bir ekibimiz bulunuyor. Bu gruplandırmayı daha verimli çalışmak adına yaptık.

## Ağırlıklı olarak hangi sektörler ile çalışıyorsunuz?

Küçük ev aletleri, beyaz eşya ve ankastre ürünler bizim ana müşterilerimizi oluşturuyor. Bunların dışında dayanıklı tüketim ile ilgili her sektöre çalışabiliyoruz. Tablet yapan ya da robot süpürge yapan firmalarımız bulunuyor portföyümüzde. Kısacası çok farklı alanlara da hizmet verebiliyoruz. Servisin ihtiyacı olan ve bununla beraber yetkili servisin gelirini arttırmaya yönelik yan ürünler de teklif ediyoruz.

**“ Fark yaratmak isteyen firmaların servis kalitesini iyileştirmesi gerekiyor. Firma olarak birçok markaya hizmet verdiğimiz için standart kaliteden ziyade müşterilerimize minimum ve başarılı bir hizmet kalitesi sunmaktan yanayız. ”**



## Özellikle beyaz eşya ve küçük ev aletlerinde yapmış olduğunuz işin önemi nedir? Firmalar neden bu konuya daha fazla dikkat etmeliler ve yatırım yapmalılar?

Şu anda dayanıklı tüketimde ürünler birbirine çok benziyor. Piyasada gördüğümüz çoğu ürünün ön yüzü değiştiriliyor. Fakat bu ürünler aynı fabrikadan çıkıyor ve 3-4 farklı markanın bünyesinde satılıyor. Bu çalışma sistemi ile sadece beyaz eşya sektöründe değil, diğer birçok sektörde de karşılaşıyoruz. Dolayısıyla ürünlerin teknik özellikleri birbirine çok yakın. Fark yaratmak isteyen firmaların servis kalitesini iyileştirmesi gerekiyor. Firma olarak birçok markaya hizmet verdiğimiz için standart kaliteden ziyade müşterilerimize minimum ve başarılı bir hizmet kalitesi sunmaktan yanayız.

## Servisler özelinde bir takım eğitim çalışmaları yapıyor musunuz?

Elbette bu yönde çalışmalar yapıyoruz. Bir firmanın başarılı olması ve bu başarıyı elinde tutması için bu bir gereklilik. Kurulduğumuz günden bu yana her servisimize yılda en az 1 defa eğitim verilmesi için çabalyoruz. Servislerimizi bir araya getirip gruplar halinde eğitim veriyoruz ve bu daha da verimli oluyor. Ayrıca eğitimde aldıkları bilginin dışında servislerin bir arada olması çalışanlarımızı motive ediyor. Bizler bu birliktelik ile servislerimizin firmaya olan bağlılıklarını arttırmaya hedefliyoruz. Genellikle 2-3 gün süren eğitimler veriyoruz ve bu eğitimleri Antalya ve Kıbrıs tarafında gerçekleştiriyoruz. Bu sayede çalışanlarımız günlük hayatın stresinden de bir nebze olsun uzak kalıyor.

## HTS olarak dijital dönüşüme nasıl bakıyorsunuz?

İnsan kaynaklarından sonra en fazla değer verdiğimiz alan dijital dönüşüm olarak öne çıkıyor. Geçen yıl Mart ayında yeni ve modern yazılımımızı devreye aldık. Daha öncesinde servis yönetimi ve çağrı merkezi olarak ayrı yazılımlar kullanıyorduk. Günümüzde ise ortak bir yazılım kullanıyoruz. Oldukça gelişmiş bir altyapıya sahip olan bu yazılıma kullandığımız tüm işletim sistemleri, tüm bilgisayar ve mobil cihazlarla kolaylıkla erişim sağlayabiliyoruz. Birçok farklı dil seçeneği ile bu programları deneyimleyebiliyoruz. Dolayısıyla yurt dışında hizmet verdiğimiz müşterilerimizle de ortak bir paydada buluşuyoruz. Bunun dışında Yetkili Servislerimiz cari hesaplarını görebiliyor, yedek parça siparişini verebiliyor ve siparişin statüsünü görebiliyor. Buna paralel olarak ödeme işlemlerinin de takibini yapabiliyor. Amacımız servislerde oluşan telefon trafiğini en aza indirmektir. Mevcut yazılımımızı geliştirmeye yönelik çalışmalarımız da bulunuyor. Ayrıca yurt dışında da danışmanlık hizmeti veriyoruz. Türkiye'deki servis hizmetleri diğer ülkelere göre daha ileri düzeyde. Bu yüzden yurt dışından bize servis kurma ile ilgili talepler geliyor. Cezayir, Özbekistan, Makedonya'da çağrı merkezi ve yedek parça ile ilgili servis kurduğumuz ülkeler oldu.

## Hizmet verdiğiniz markalar farklı tüketici segmentlerine hitap ediyor, bunu nasıl başarıyorsunuz?

Her markaya hizmet veren servis noktaları farklı

ayrıca operasyonel faaliyetlerin dışında, her markaya hizmet veren kişilerde farklı. Bunun yanı sıra markalarda fark yaratan değişim kararını HTS değil firmalar alıyor. Dolayısıyla markanın vermek istediği hizmet kalitesine göre hizmet verebiliyoruz. Örneğin bazı markalar, ürün değişim kararını verirken sadece tüketici yarasını uygularken diğer markalar, ürün 2nci kez arıza yapınca hemen değişim yapabiliyorlar.

## 2019 için piyasaya yeni bir ürün sunacak mısınız? Bu yıl içerisinde ne gibi değişiklikler olacak? Öngörüleriniz ne yöndedir, anlatır mısınız?

Stratejik olarak yurt dışına daha fazla önem vermeye başladık. Maksimum müşteriye almak ve danışmanlık yapmak için yurt dışı tanıtımlarına, fuarlarına ve bilgilendirme çalışmalarına dikkat ediyoruz. Web sitemizin bilinirliğini artırmak için hedef pazarda tanıtımını yapıyoruz. Ayrıca hedeflediğimiz pazarlarda kendimizi tanıtıyoruz. Türkiye'deki ekonomik konjonktürden dolayı yurt dışı çalışmalarının üzerinde titizlikle duruyoruz.

## Uzun vadede hedefleriniz neler?

Orta vadede hedefimiz yeni firmalarla anlaşma yaparak bir sinerji yaratmak, uzun vadede ise nihai tüketiciler tarafından aranan bir servis sağlayıcısı markası olmak, yani ürünün servis hizmeti HTS tarafından verilmesi müşteriler için bir tercih nedeni haline getirmeyi hedefliyoruz.

# Fakir Hausgeräte İy Gelecek Festivali'ne katılıyor

5-7 Nisan tarihleri arasında İstanbul Kongre Merkezi'nde düzenlenecek "Migros İy Gelecek Festivali" Türkiye'nin önde gelen markalarını ve tedarikçilerini bir araya getiriyor. Fakir Hausgeräte festivalde B2 – E17 no'lu stantta birbirinden leziz ikramlarla misafirlerini ağırlayacak.

Fakir Hausgeräte standının yıldız ürünleri yeni ikili Türk kahvesi makinesi Fakir Kaave Dual Pro ve yemek yapmayı pratik hale getiren akıllı pişirici Fakir Guvech olacak. Yine sağlıklı içecekler, leziz smoothieler, soslar, püreler hazırlayabilen hatta kahve, baharat öğütücü olarak da kullanılabilen Powermix ve Mix It Easy blenderlar ziyaretçilerin ilgisini çekecek üstün teknoloji ürünler arasında yer alıyor.

Fakir Hausgeräte'nin yeni çıkan Gourmet Serisi'nde yer alan akıllı pişiriciler İy Gelecek Festivali'nde görücüye çıkarak ziyaretçiler tarafından detaylı olarak incelenebilecek. Fakir Kaave Dual Pro ile yapılan mis gibi aromalı Türk kahveleri standı ziyaret edenlere ikram edilecek.

Sağlık, spor, beslenme, güzellik, kişisel gelişim, müzik ve eğlenceye dair keyifli sohbetlerin gerçekleştirileceği İy Gelecek Festivali'nde mutfak atölyeleri, lezzet tadımları ve çeşitli yarışmalar ziyaretçileri bekliyor.



## TÜRKBEŞD Beyaz Dünya Şubat 2019

### Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	1.903.792	1.855.971
Yüzde değişim	%3	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	3.478.630	3.682.878
Yüzde değişim	-%6	
İÇ SATIŞ		
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	447.653	507.599
Yüzde değişim	-%12	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	812.329	906.157
Yüzde değişim	-%10	
İHRACAT		
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	1.445.838	1.468.827
Yüzde değişim	-%1	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	2.679.619	2.732.922
Yüzde değişim	-%2	
İTHALAT		
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	16.837	30.241
Yüzde değişim	-%44	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	21.132	70.859
Yüzde değişim	-%70	

### Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	2.145.959	2.107.435
Yüzde değişim	%2	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	3.979.873	4.171.088
Yüzde değişim	-%5	
İÇ SATIŞ		
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	498.090	581.891
Yüzde değişim	-%14	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	890.954	1.034.913
Yüzde değişim	-%14	
İHRACAT		
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	1.617.757	1.688.299
Yüzde değişim	-%1	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	3.115.239	3.139.118
Yüzde değişim	-%1	
İTHALAT		
	Şubat 2019	Şubat 2018
Adet / Yıl	39.469	45.930
Yüzde değişim	-%14	
	Ocak-Şubat 2019	Ocak-Şubat 2018
Adet / Yıl	52.740	96.078
Yüzde değişim	-%45	

## Arzum “Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma Ödülü”nü kazandı

**T**ürkiye'nin öncü elektrikli ev aletleri markası Arzum, Ticaret Bakanlığı tarafından bu yıl 22.'si düzenlenen Geleneksel Tüketici Ödülleri'nde 'Tüketici Memnuniyetini İlke Edinen Firma Ödülü'nün sahibi oldu.

Ticaret Bakanı Ruhsar Pekcan'ın katılımıyla 15 Mart'ta düzenlenen törende ödülü Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı aldı. Arzum, tüketici memnuniyetini firma politikası olarak benimsemesi ve buna uygun faaliyetlerde bulunması, mevzuatla tüketicilere tanınan haklardan daha ileri haklar tanınması, tüketicilere yönelik telefon ya da elektronik ortamda hizmet veren çağrı merkezi, tüketici danışma masası veya danışma hattı kurmuş ve bunları fiilen işletir olması, tüketicileri ve kendi çalışanlarını bilgilendirici çalışmalar yürütmüş olması kriterlerine göre değerlendirilerek bu ödülün sahibi oldu.

Ürünlerinin arkasında duran marka imajını yıllardır koruduklarını ve bunu sürekli bir adım



ileriye taşıdıklarını belirten Arzum Yönetim Kurulu Başkanı Murat Kolbaşı şunları söyledi; “Müşterilerimiz bizim tüm operasyonlarımızın odak noktası ve merkezi, onlara her zaman 'Sizin memnuniyetiniz, bizim en büyük arzumuz'

diyorum. Müşteri hizmetlerimize sadece satış sonrası hizmetler departmanımız değil Arzum'un diğer departmanları da sürekli destek vermekte. 'İyi ki varsınız' mottomuzla, iletişimimizi ve hizmetlerimizi artırmak, çeşitlendirmek için sürekli çalışıyoruz. Tüketicilerimize sunduğumuz hizmetin hızı ve kalitesi bizim için çok önemli. Müşterilerimizle pek çok farklı kanaldan iletişim kurmak ve onların ihtiyaçlarını karşılamak üzere yapılanmamız var. Aldığımız geri bildirimler ile tüm satış sonrası hizmet süreçlerimizi şekillendirip, servis hizmetlerimizi genişletiyoruz. Emanet ürün hizmetlerimiz, 3+1 yıl garanti, evden eve servis hizmetleri, merkez servis hizmetlerimiz aldığımız geri bildirimlerle 2018 yılında şekillendirildi ve uygulamaya kondu. Arzum kullanıcıları, tüketicilerin yorumlarının ve şikayetlerinin yer aldığı popüler sitelerde bile Küçük Ev Aletleri sektöründe, müşteri memnuniyet düzeyi ve teşekkür oranında bizi lider konuma getirdiler. Bugün burada değer görüldüğümüz bu güzel ödül sayesinde de ne kadar doğru yolda olduğumuzu görüyoruz.”

## Beko'dan kadın girişimcilere bayilik çağrısı

**B**eko, bayi ekosisteminde kadınların temsiliyetini artırmak için yeni bir proje başlattı. Proje ile bayilik almak isteyen girişimci kadınlara başvuru aşamasından itibaren tüm aşamalarda destek verilecek. Eğitim ve mentorluk imkânı da sunarak kadın liderlerin gelişimlerine katkıda bulunulacak.

Kadının ekonomik ve toplumsal hayatta güçlenmesi yönünde pek çok çalışma yürüten Arçelik, Beko markası ile 8 Mart Dünya Kadınlar Günü öncesi girişimci ekosisteminde kadınların temsiliyetini artırmak hedefiyle yeni bir proje başlattı. “Beko yeni 100 kadın bayisini arıyor” sloganıyla başlayan projede Beko, girişimci kadınları bayi olmaya teşvik edecek.

Beko, bayi olmak isteyen girişimcilere mağaza seçiminden kira desteğine, yöneticilik eğitimlerinden mentorluğa kadar maddi ve manevi pek çok destek sağlıyor. Bu fırsatların bir bölümü şöyle:

- Arçelik coğrafi konumlandırma ekibi tarafından mağaza lokasyonunun fırsat analizi yapılarak belirlenmesi, dekorasyon süreçlerinin yürütülmesi
- Kontrat ve sözleşme sonrası açılış etkinlikleri ve reklam olanaklarının sağlanması



**Can Dinçer**  
Arçelik Türkiye Genel Müdürü

- Kira desteği içeren teşvik paketleri
- Mağazacılık ve ürün eğitimleri
- Mentor ağına katılım ve kadın bayiler için kadın mentor uygulaması
- Farklı bir iş kolunda mağazacılık yapan girişimciler için Beko bayisine dönüşüm kolaylıkları



Bir ömür boyu  
mutluluğun rengi: Beyaz.



Beyaz cam kapaklı, yapay zeka teknolojisine sahip Hoover AXI Çamaşır Makinesi ile bir ömür boyu mutluluğa imza atın.

444 0 398

[www.hoover.com.tr](http://www.hoover.com.tr)



HooverTurkiye



HooverTurkiye



hoover\_turkiye



hooverturkiye

AXI

## Bosch Termoteknik, yetkili servisleri ile Antalya'da buluştu

**B**osch Termoteknik Yetkili Servis Toplantısı bu yıl 22-24 Şubat tarihleri arasında Antalya Rixos Premium otelinde gerçekleştirildi. Bosch Termoteknik, yetkili servisleri ile bir araya gelerek hem 2018 yılını değerlendirdi hem de 2019 yılı için motivasyon buldu.

Toplantıda 2019 yılının gelişmeleri, dijitalleşen dünyada doğru konumlanma, değişimin ve dönüşümün önemi ve dünya trendleri ile ilgili sunumlar yapıldı. Bu konulara dikkat çekme amacıyla Türkiye'nin trend avcısı, bilgi bulaştırıcısı Serdar Kuzuloğlu da organizasyonda konuşmacı olarak yer aldı.

Toplantının fuaye alanında ise şirketin son dijital projeleri tanıtıldı. Katılımcılara; tüm dijital platformlara tek bir hesap ile erişim sağlayan iş ortakları portalı ve servis web sitesi oluşturma projesi hakkında bilgi verildi. Bunların dışında iş ortakları, Bosch Elektrikli El Aletleri iş kolunun ürün ve hizmetlerini de tanıma fırsatı buldular.



## Hoover'dan 10 yıl motor garantisi

**H**oover, inverter motorlu çamaşır ve kurutmalı çamaşır makinelerinde 10 yıl motor garantisi sunuyor. 30 Haziran 2019 tarihine kadar, kampanya dahilindeki Hoover ürünleri satın alındıktan sonra, hoover.com.tr adresindeki form doldurularak, ek 10 yıl motor garantisine kolayca sahip olunabiliyor.

**Hem aile bütçesini hem de doğayı koruyor**  
İleri teknolojiye sahip inverter motorlar, sessiz ve düşük enerji ile çalışıyor. A+++ enerji sınıfından %40 daha az enerji tüketen inverter motorlu Hoover ürünleri, enerji maliyetlerini düşürerek, hem aile bütçesini, hem de doğayı koruyor. Sessiz çalışması sayesinde, günün her saatinde kullanım özgürlüğü sunuyor.



## İstanbul Bilişim bir mağaza daha açtı

**T**eknoloji perakendeciliğinin öncü firmalarından İstanbul Bilişim mağazalaşma ataklarını art arda gerçekleştirmeye devam ediyor. 135 metrekare alanda, ürünleri yerinde görüp deneyimleyerek satın almak isteyen tüketiciler için yatırımlarına devam eden firma, yeni mağazasını 2 Mart'ta Meydan İstanbul AVM'de açtı.

İstanbul Bilişim, mağaza yatırımlarına hız kesmeden devam ediyor. 2019 yılının ilk mağazasını Türkiye'nin ve İstanbul'un en büyük arazisine sahip olan ve en önemli alışveriş merkezlerinin başında yer alan Meydan İstanbul AVM'de açan firma, toplam 135 metrekarelik alanda en son teknoloji ürünlerini tüketicilerin beğenisine sunacak.



### 45 bine varan teknolojik ürünler

45 bine varan son teknoloji ürün ve en geniş aksesuar çeşidiyle ziyaretçilerini ağırlamaya hazırlanan mağazada, akıllı telefonlardan dizüstü



bilgisayarlara, ultra HD televizyonlardan beyaz eşyaya kadar birçok ürünü açılışa özel avantajlı fiyatlarıyla tüketiciler ile buluşturuyor.

**4AAAA**  
energy rating

**PERFORMANSI**

**RANGER**

Sevdiklerine toz kondurmaz!



Toz Torbasız Elektrikli Süpürge

## Güral Porselen, Gastro Ekonomi Zirvesi'ne katıldı

**G**üral Porselen, Turizm Restoran Yatırımcıları ve Gastronomi İşletmeleri Derneği (TURYİD) tarafından bu yıl ikinci kez düzenlenen Global Gastro Ekonomi Zirvesi'nde dünyadan ve Türkiye'den sektör profesyonelleri ve gastronomi dünyasının önemli isimleri ile bir araya geldi.

Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı'nda 12 Mart tarihinde düzenlenen 2. Global Gastro Ekonomi Zirvesi'nde, dünyanın dört bir yanından gelen konuşmacılarla gastronomi sektörünün ülke ekonomileri için önemi masaya yatırıldı. Güral Porselen, gastronominin kalbinin attığı, bu yıl ikincisi düzenlenen Global Gastro Ekonomi Zirvesi'nde "Restoran İhracatıyla Büyüyen Türk Markaları"nı anlattı.

Dünyanın pek çok ülkesinden gelen konuşmacıların ve konukların yer aldığı zirvede, kendi sektörü üzerinden büyüyen Türk markaları konusunda bir konuşma yapan Güral Porselen Yönetim Kurulu Üyesi Harika Güral, gastronomi alanında kenetlenerek büyümenin ve Türk markalarının yurt dışındaki varlığının önemine dikkat çekti.



**Harika Güral**  
Güral Porselen  
Yönetim Kurulu Üyesi

## Profilo, memnuniyeti garanti altına alıyor

**P**rofilo, Türkiye'nin dört bir yanına yayılmış 400'ü aşkın yetkili servisi ve müşteri hizmetleriyle de tüketici memnuniyetini garanti altına alıyor. Profilo, bakım, onarım ve montaj hizmetlerinden çağrı merkezi hizmetine kadar ürünleriyle ilgili her türlü konuda, yaygın servis hizmetleri ile tüketicisinin yanında duruyor.

Türkiye'nin dört bir yanında, 8 Fabrika Merkez Servisi ve 400'e yakın Yetkili Servisi ile tüketici memnuniyeti için çalışan Profilo, alanında uzman ve eğitilmiş teknisyenleri ile yılda yaklaşık 500.000 adet montaj ve bilgilendirme hizmeti veriyor.

### Acil nöbetçi servis hizmeti öne çıkıyor

Profilo müşteri hizmetlerinin öne çıktığı bir başka konu ise acil nöbetçi servis hizmeti. Pazar günü dahil olmak üzere gece 22.00'ye kadar bu hizmeti veren Profilo, bununla birlikte bayram ve resmî tatil günlerinde de nöbetçi servis ile yine tüketicilerinin yanında yer alıyor. Ayrıca 3 yıla kadar üretici garantisinde olan süreyi +4 yıl Ek Garanti Hizmeti ile 7 yıla uzatma şansı veren Profilo Dayanıklı Ev Aletleri, ek olarak sunduğu 10 Yıl Motor Garantisi hizmetiyle de dikkat çekiyor.

Tüm bunların yanında '2 Saat Aralığında Randevu' hizmetiyle sizi gün boyu evde bekleme derdinden kurtaran Profilo, belirtilen saat diliminde mutlaka size ulaşma sözünü veriyor. 7 gün 24 saat boyunca ulaşabileceğiniz Çağrı Merkezi ile de ihtiyaç duyduğunuz her an yanı başınızda olan marka, müşteri hizmetleri ve geniş yetkili servis ağıyla satış sonrası hizmetleriyle de memnuniyetinizi garanti altına alıyor.





# Arzum Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası sona erdi

Satranç ustası kadınların Arzum sponsorluğuyla 11. kez gerçekleştirilen Arzum Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası'ndaki mücadelesi nefes kesen bir finale sona erdi. Betül Cemre Yıldız Kadioğlu kupayı alarak Türkiye şampiyonu oldu.

“Sen dokunursun değişir dünya” mottosuyla tasarladığı ürünlerle 52 yıldır kadınların hayatlarında en önemli yardımcılarından biri olan Arzum, Türkiye Satranç Federasyonu (TSF) tarafından gerçekleştirilen Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası'nın 11. kez sponsorluğunu üstlendi.

## 70 sporcu katıldı

3-9 Mart tarihleri arasında Antalya'da düzenlenen 2019 Arzum Türkiye Kadınlar Satranç Şampiyonası'nda WGM (Kadın Büyükusta) Betül Cemre Yıldız Kadioğlu şampiyon oldu. 13'üncü



kez altın madalyaya ulaşan Betül Cemre'nin ardından WFM (Kadın FIDE Ustası) Sıla Çağlar ikinci, WFM Esmâ Doğa Duran ise üçüncü

oldu. 9 tur boyunca zorlu müsabakalara sahne olan şampiyonaya ülkenin dört bir yanından ve KKTC'den yaklaşık 70 sporcu katıldı.

## İlk dört ayda 1300 yeni istihdam

'2019 İstihdam Seferberliği Programı' kapsamında yılın ilk 3 ayında fiilen 1050 kişiye iş başı yaptıran Vestel, nisan ayında yapacağı 250 kişilik işe alım ile toplamda 1.300 kişiye istihdam yaratacak.

Vestel CEO'su Turan Erdoğan "Üretmek ve Türk sanayisinin gelişimine katkı yapmanın yanı sıra istihdam hedeflerine destek olmayı çok önemsiyoruz. Türkiye'nin güçlü geleceği için ihtiyaç olan her alanda gayret göstererek, ülkemize de fayda sağlamaya devam edeceğiz." dedi.

Vestel, '2019 İstihdam Seferberliği Programı' kapsamında yılın ilk dört ayında 1300 kişilik yeni istihdam yaratacak. Ocak, Şubat ve Mart aylarında 1050 kişiye iş imkânı sağlayan Vestel, Nisan ayında 250 kişiyi daha istihdam edecek. Böylece Vestel yılın ilk dört ayında 1300 kişi istihdam ederek çalışan sayısının 17.300'e çıkaracak.

## Sorumlulukla hareket ediyoruz

Vestel CEO'su Turan Erdoğan "Satış gelirlerinin yüzde 75'ini ihracattan elde eden bir marka olarak Türkiye'nin teknoloji ihracatına en önemli katkırı yapan şirketlerden biriyiz. 2018 yılında ciromuz, ihracat gelirlerinde yaşanan güçlü büyüme ile 2017 yılına göre yüzde 31 artışla 15,9 milyar TL'ye ulaştı. Bugün 155 ülkeye yaptığımız ihracat ile 21



yıldır kendi sektörümüzün ihracat şampiyonuyuz. Ürettiğimiz teknolojilerle hem dünyanın dikkatini çekiyor hem de Türkiye'nin cari açığının kapanmasına katkıda bulunuyoruz. Türkiye için her geçen gün daha fazla üretmeye, geliştirmeye devam ediyoruz. 2019 İstihdam Seferberliği Programı kapsamında yılın ilk 70 gününde 16.000 kişilik istihdam ordumuza 1050 kişi daha ekledik. Nisan

ayında 250 kişi daha iş başı yapacak. Vestel olarak her zaman olduğu gibi yine sorumlulukla hareket ediyoruz. Üretmek ve Türk sanayisinin gelişimine katkı yapmanın yanı sıra istihdam hedeflerine destek olmayı çok önemsiyoruz. Türkiye'nin güçlü geleceği için ihtiyaç olan her alanda gayret göstererek, ülkemize de fayda sağlamaya devam edeceğiz." dedi.

## Vestel müşteri memnuniyetinde 6 yıllık birinciliğini koruyor

**V**estel Müşteri Hizmetleri, ŞikayetVar A.C.E. Awards 2019'da Diamond ödülünün sahibi oldu. Beyaz Eşya, Elektronik ve Akıllı Telefon kategorilerinde yarışan Vestel, müşteri memnuniyetinde 6 yıldır üst üste yarıştığı tüm kategorilerde birinciliği kaptırıyor.

Vestel Müşteri Hizmetleri, Türkiye'nin en yüksek müşteri memnuniyeti sağlayan markalarının belirlendiği ŞikayetVar A.C.E Awards 2019'da Beyaz Eşya, Elektronik ve Akıllı Telefon kategorilerinde 'Diamond' ödülün sahibi oldu. Vestel, 'Türkiye'de hangi markalar müşteri memnuniyetine çok önem veriyor ve gelen şikâyetlerini iyi yönetiyor' sorularının yanıt bulduğu bu platformda 6 yıldır birinciliğini koruyor.

2001 yılında kurulan sikayetvar.com platformu dünyanın ilk ve en büyük şikâyet platformu. 3.8



milyon üyesi bulunan platform tüketici davranışlarını ve marka tercihlerini etkileyen önemli bir referans sitesi. Aylık 8.5 milyon tekil kullanıcının satın alma yapmadan önce başvurduğu platformda Vestel, müşterilerine satış öncesi ve sonrası verdiği destekle platformun en başarılı markası oldu.



## Samsung Mena Forum Türkiye'de gerçekleştirildi

**S**amsung Electronics'in her yıl tüketici elektroniği kategorisindeki yeni ürün gamını sergilemek amacıyla MENA Bölgesi'ne (Ortadoğu ve Kuzey Afrika) yönelik gerçekleştirdiği etkinliğe bu yıl, MENA Bölgesi'nin ciroda lider ülkesi Türkiye ev sahipliği yaptı. 7-8

Mart tarihlerinde Antalya'da düzenlenen Samsung Mena Forum 2019'da, 18 ülkeden iş ortakları katılımında bulunarak, Samsung'un Türkiye'deki ve küreseldeki çalışmalarını değerlendirdi. Samsung Electronics'in üst düzey yöneticilerinin de katılımıyla 7-8 Mart tarihlerinde Antalya'da

düzenlendi. Samsung Electronics MENA Başkanı Sungwan Myung'un ev sahipliğinde düzenlenen Samsung MENA Forum'da; Samsung'un tüm ürünlerinin sergilenmesinin yanı sıra, MENA Bölgesi ile eş zamanlı olarak 8K QLED TV'lerin lansmanı gerçekleştirildi. Forumda sergilenen yenilikçi ürünler arasında 98" 8K QLED, Galaxy S10, Samsung 4 Kapılı Buzdolabı, Gardrop Tipi Buzdolabı serisi, QuickDrive™ çamaşır makinesi ve Wind-Free™ klima yer aldı.



QLED 8K



BİR VESTEL İCADI  
VAKUUM  
TEKNOLOJİLİ  
BUZDOLABI



Buzdolabı kapağında bulunan  
vakumlama teknolojisi sayesinde  
yiyeceklerinizin ömrünü uzatan  
gururla yerli buzdolabı  
**Türkiye’de ilk defa Vestel’de!**

*Kendim için  
ülkem için  
geleceğimiz için*  
**Gururla**

## Koç Holding'in 55. Olağan Genel Kurul'u gerçekleşti

**Koç Holding'in 55. Olağan Genel Kurulu, Koç Ailesi, Koç Holding üst yönetimi ve hissedarların katılımıyla 21 Mart Perşembe günü Nakkaştepe'deki Holding merkezinde gerçekleşti. Genel Kurul toplantısında katılımcılar ile 2018 yılı Faaliyet Raporu paylaşılırken, Yönetim Kurulu Raporu okundu.**

**R**ahmi M. Koç: "Koç Topluluğu olarak oldukça çalkantılı geçen 2018 yılını başarılı bir performansla tamamladık."

Koç Holding Şeref Başkanı Rahmi M. Koç, Faaliyet Raporu açıklamasında, gerek yerel gerekse de küresel etkenler dolayısıyla 2018'de Türkiye ekonomisinin birbiriyle taban tabana zıt iki dönem geçirdiğini belirtti. Rahmi M. Koç, "Yılın ilk yarısında güçlü iç talep, ihracattaki kuvvetli artış ve kamunun tüketim ve yatırım harcamalarının

desteğiyle büyüme %6,2'ye ulaşırken, yılın ikinci yarısında ekonomi önemli ölçüde yavaşladı. Finansal piyasalarda Ağustos ayında yaşanan çalkantı ve sonrasında ortaya çıkan nakit sıkışıklığı, şirketler kesiminin bilançolarını olumsuz etkiledi. Özellikle bazı şirketlerin imkânlarının ötesinde borç yükünün altına girmesi ve de bu borçların önemli bir kısmının yabancı para cinsinden olması, kurlardaki artışın bilançolar üzerinde yarattığı etkiyi ağırlaştırdı. Hükümet'in aldığı tedbirler ekonomideki bazı sıkıntıları hafifletse de, 2018'deki büyümenin

2009'dan beri en düşük seviyelerden birine gerilemiş olduğu görülüyor" dedi. "Koç Topluluğu olarak oldukça çalkantılı geçen 2018 yılını 90 yılı aşan tecrübemiz ve sağlam altyapımız sayesinde başarılı bir performansla tamamladık." diyerek sözlerini sürdüren Rahmi M. Koç, "Çeşitlendirilmiş portföy yapımız, döviz kazandırıcı faaliyetlerimiz, titizlikle sürdürdüğümüz risk politikalarımız ve etkin yönetiminiz sayesinde finansal yapımızı koruduk. Ülkemizin dünyanın önde gelen ekonomilerinden biri olacağına hep inandık ve bu dönemde de uzun vadeli bakış açımızla yatırımlarımıza devam ettik. Son 5 yılda gerçekleştirdiğimiz 37 milyar TL'ye ulaşan kombine yatırımlarımızın yanı sıra, Bankamızın Türkiye'de son 10 yılın en büyüklerinden olan 4,1 milyar TL tutarındaki bedelli sermaye artırımına katıldık. Koç Holding olarak; iş hacmimizi faaliyet gösterdiğimiz her alanda devamlı büyümeye çalışıp, verimliliğimizi artırmaya odaklanırken, teknoloji ve kalite standartlarımızı en rekabetçi seviyelere ulaştırma gayreti içindeyiz. Kârlı ve sürdürülebilir büyüme hedefiyle mevcut işlerimiz dışında yeni fırsatları titizlikle değerlendiriyor ve yarattığımız değeri daha da artırmayı hedefliyoruz." diye konuştu.



## Silverline Strong davlumbazı kişiselleştiriyor

**S**trong, dünyanın en prestijli ödül kuruluşları Plus X'ten ve İF Design tarafından ayrı ayrı ödüllendirildi. Silverline imzası taşıyan Strong, Plus X'ten yüksek kalite, tasarım, kullanım kolaylığı ve fonksiyonellik kategorilerinde 4 ayrı ödüle layık görülürken İF Design tarafından da ödüllendirildi.

Silverline porselen ve corian yüzeye sahip, farklı desen ve renklerde değiştirilebilir ön levhalarla davlumbazı kullanıcının kişisel zevklerine göre tasarlamasına imkan veriyor. Farklı doku ve renk seçenekleri ile kaplanmış davlumbaz yüzeyi, mutfakları şık bir şekilde tamamlıyor. Davlumbazın porselen ve corian yüzey seçenekleri; eşsiz, sağlam ve doğal bir görünüm elde ediyor. Parmak izi ve leke bırakmayan, üzerinde kir biriktirmeyen pürüzsüz yüzey, ürünün temizliğini kolaylaştırıyor.

### Kullanıcı dostu, yüksek performans

Havalandırma ve aydınlatma bileşenleri, açılı ön panelin arkasında yer alıyor. Geliştirilmiş LED şerit paneller, pişirme alanını net bir şekilde

aydınlatıyor. Davlumbazın ön panelinin arkasında bulunan alüminyum filtreler, kolayca çıkarılarak bulaşık makinesinde yıkanabiliyor. Strong A + enerji sınıfında yüksek performans sunuyor. Kolay

temizleme işlemi, düşük ses seviyesi ve enerji tüketimi, Strong'u günlük mutfak ihtiyaçları için mükemmel bir çözüm haline getiriyor.



arnica

YENİ

**Arnica Rose**  
serisi ile  
Evinize şıklık katın.



3 yıl  
garanti



# İklimsa, 450 yetkili satıcı ve servisi ile toplantı yaptı

Teknosa'nın iklimlendirme sektöründeki öncü markası İklimsa, Şubat ayı itibari ile bölgesel toplantılar düzenleyerek 5 farklı ilde Türkiye genelindeki yetkili satıcı ve servisleri ile buluştu. Gerçekleşen toplantılarda 2018 yılı değerlendirmesinin yanı sıra 2019 yılı projelerinden de bahsedildi.



**S**abancı Holding iştiraklerinden Teknosa'nın iklimlendirme sektöründeki öncü markası İklimsa, Türkiye genelinde 450'den fazla yetkili satıcı ve servisi ile Adana, Ankara, İzmir, Antalya, İzmir ve İstanbul'da bir araya geldi. Şubat ayından itibaren arka arkaya gerçekleşen yıl değerlendirme toplantılarında, 2018 yılının kazanımlarının yanı sıra gelecek dönemin hedefleri paylaşıldı.

Toplantılarda konuşma yapan Teknosa Perakende ve Bayi – Satış ve Operasyon Genel Müdür Yardımcısı Öztoran, “Bugün, farklı ihtiyaçlara göre farklı segmentlerde ürün gruplarımızla çok geniş

bir kitleye iklimlendirme çözümleri sunuyoruz. Hem kurumsal hem de perakende ürün ve hizmet kalitemizle verimli bir yılı geride bırakırken, duvar tipi klimalarda konumumuzu sağlamlaştırdık. Profesyonel tip klimalarda ise son 4 yılda pazar payımızı yüzde 173 artırdık. 2018'de daralan VRF pazarında yüzde yüz büyümeye başansı gösterdik. Bu yıl kendi private label markamız Sigma VRF ile pazar payımızı daha da artırmayı hedefliyoruz. 2019, projelerde anahtar çözümlere odaklanacağımız bir yıl olacak.” dedi.

## Ödüller verildi

Türkiye genelindeki tüm İklimsa yetkili satıcı ve servislerinin bir araya geldiği toplantılarda farklı

kategorilerde başarı elde eden bayiler ve servisler ödüllendirildi. Sakıp Sabancı Müzesi'ndeki Atlı Köşk'te düzenlenen İstanbul bölge toplantısında Türkiye ciro birinciliğine Yıldırım Soğutma hak kazanırken, düzenlenen törenlerde 'Bölgesel Ciro', 'En Yüksek Malzeme Ciro', 'En Yüksek Montaj Adedi' ve “10., 20. ve 30. yıl kıdem” ödülleri de sahiplerini buldu.

## Bölgelerde ciro birincileri şöyle oldu:

**İstanbul bölge ciro birincisi:** Yıldırım Soğutma / İstanbul  
**Adana bölge ciro birincisi:** Beytaş Klima / Mersin  
**İzmir bölge ciro birincisi:** Cemka DTM / İzmir  
**Antalya bölge ciro birincisi:** Yeni Nesil Klima / Alanya  
**Ankara bölge ciro birincisi:** Araslar Ev Aletleri / Ankara

# Gücü Elinizde Tutun!



**81 ilde 1200 servis noktanız ile  
Gücü Elinizde Tutun!**

**HTS satış sonrası hizmetler  
operasyon gücünüzü artırır,  
maliyetlerinizi azaltır...**

Ankastre ürünler, beyaz eşya, küçük ev aletleri ve elektronik eşyalar konusunda sağladığımız satış sonrası hizmetler ile firmanızın yanındayız. HTS olarak Tüm Türkiye'de uzman teknik kadromuz, teknolojik alt yapımız ve destek ağıımız sizin ve müşterilerinizin hizmetinde.

*Müşterileriniz müşterilerimizdir...*



[www.h-t-s.com.tr](http://www.h-t-s.com.tr)

**81**  
İL

**1200**  
SERVİS

# Teka, marka yüzünü yeniliyor

Teka, 2019 yılında yeni bir döneme giriyor ve şirket bünyesinde bir dizi değişiklik başlatıyor. Bu değişimlerin ilk adımı ise Nisan itibariyle şirket logosunun değişmesi olacak. Teka, yeni yüzüyle müşterilerinin karşısına çıkmaya hazırlanıyor.



Şirketten yapılan açıklama aşağıdaki ifadelere yer verildi;

“1924 yılından bu yana katlanarak gelişen sektör deneyimimizle ankastre mutfak aletlerindeki uzmanlığımız ve banyo çözümleri konusunda da üretim ve pazarlama faaliyetlerini yürüten çok uluslu, tarihi Almanya’da başlayan, şu anda merkezi Madrid/İspanya’da olan Avrupa’nın öncü ve iddialı bir markasıyız. Son yıllarda yaptığımız atılımlarla yerli ve yabancı pazarlardaki etkinliğimizi artırıyoruz.

Avrupa, Asya ve Amerika kıtalarında 57 ülkedeki iştirakimiz ve 15 fabrikamız ile 116 ülkede faaliyet göstermekteyiz. Tüm dünyada 100 milyondan

fazla kullanıcının evine hizmet sunuyoruz.

Teka markası olarak, 2019’da yeni bir döneme, gelişim değişim sürecine giriyoruz. Nisan itibariyle logomuz değişiyor ve yeni yüzümüzle tüketicimizle buluşuyoruz. İlk amacımız tüketicinin ihtiyaçlarını karşılamak, yıllardır inşa ettiğimiz marka algımızı daha da güçlendirerek güvene dayalı, samimi bir ilişki yaratarak, tüketicilerimizin mutfaklarına ruh katmak ve hayatı yaşamaya değer kılan anlamlı anlar yaratmak.

Bu değişime başlarken, mutfaklar ve içinde geçirilen zaman ve duygulardan esinleniyoruz. Mutfaklar sadece yemek hazırlamanın ötesinde bizim için önemli olan birçok anın gerçekleştiği

yerlerdir; kahkahalar, konuşmalar, önemli kararlar, hayaller ve planlar, aile bağları. Bu yılda, bu özel anların bir parçası olmak, ailelerin unutulmaz anlarında tüketicilerimizin yanlarında olmak istiyoruz.

Yeni logomuz ve mevcut Easy, Total ve Maestro serilerimizle; inovasyon ve kolay kullanım sağlayan, enerji verimliliği yüksek ürünler sunmaya devam edeceğiz.”

- Easy, sadeliği ve kolaylığı tercih edenlere.
- Total, ailesi için birden çok seçeneğe ihtiyacı olanlara.
- Maestro, herkes gibi olmak isteyenlere.



## Vestel, 12 ürünü ile Good Design kazandı

Vestel'in 12 ürünü tasarımları ve teknolojileri dünyanın en prestijli ödülü Good Design'a layık görüldü.

Vestel, dünyanın en eski ve en prestijli tasarım ödülü olan Chicago Athenaeum Mimarlık ve Tasarım Müzesi'nin (The Chicago Athenaeum Museum of Architecture and Design) Good Design Ödülleri'nde 12 ürünüyle ödüle layık görüldü. Vestel, aldığı 12 ödül ile birlikte Good Design Awards'tan bugüne kadar aldığı toplam ödül sayısını 72'ye ulaştırarak, en çok ödül alan markalar arasında yer aldı.

Vestel, organizasyonun 'Elektronik' kategorisinde 65560 Sınırsız TV, GlassON OLED Wallpaper Box TV, Nina TV, RC 43135 Uzaktan Kumanda Ailesi, RC 43140 Uzaktan Kumanda ve Venus Z20 Akıllı Telefonla ödül aldı. 'Mutfak Eşyaları' kategorisinde ise Vakum teknolojlili (VacuumBag) buzdolabı, Sihirli Dokunuş teknolojlili (BrilliART) bulaşık makinesi, A serisi bulaşık makinesi, T20 Pyrojet® teknolojlili çamaşır makinesi, Akıllı Jet (IntelliCare) teknolojlili çamaşır makinesi ve Sıcak Hava Kalkanı (Hot Air Shield) teknolojlili ankastre fırın, Good Design ödülüne layık görüldü.

Vestel CEO'su Turan Erdoğan "Vestel olarak 12 ürünümüz Good Design ödülüne layık görüldü. Aldığımız 12 ödül ile birlikte Good Design Awards'tan bugüne kadar aldığımız toplam ödül sayısını 72'ye ulaştırarak, en çok ödül alan markalar arasında yer aldık. Vestel ürünleri, teknolojileri ile olduğu kadar tasarımlarıyla da dünyanın dikkatini çekiyor. Her bir ürünün kullanıcı dostu olması, şık görünmesi, kullanılan materyallerin çevreye duyarlı olması için özen gösteriyoruz. Bu ödüller; ne kadar doğru yolda olduğumuzu, tüketiciyi ne kadar iyi tanıdığımızı, çevreye ne kadar önem verdiğimizi gösteriyor. Başta 1600 kişilik Ar-Ge kadromuz ve tasarım ekibimiz olmak üzere tüm Vestel çalışanlarını kutluyorum." dedi.

1950 yılından bu yana dağıtılan Good Design Ödülleri; tasarım, yenilik, sürdürülebilirlik, yaratıcılık, markalama, ekolojik olarak sorumlu tasarım, insan faktörleri, malzeme, teknoloji, grafik sanatlar, paketlenme ve evrensel tasarım kategorilerinde değerlendiriliyor. Ödül alan ürünler Chicago Athenaeum Mimari ve Tasarım Müzesi'nin Kalıcı Tasarım Koleksiyonu'na dahil ediliyor.



# XI. Alışveriş Ekonomisi Zirvesi düzenlendi

**Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) tarafından Sosyal İş Birliği ile düzenlenen XI. Alışveriş Ekonomisi Zirvesi Swissôtel İstanbul'da düzenlendi. Organize perakende sektörünün önde gelen temsilcilerinin katıldığı zirvenin açılış konuşmasını T.C. Hazine ve Maliye Bakan Yardımcısı Dr. Nureddin Nebati, Türkiye İhracatçılar Meclisi Başkanı İsmail Güle, Fiba Commercial Properties CEO'su ve Yönetim Kurulu Üyesi Yurdaer Kahraman ve AYD Başkanı Hulusi Belgü yaptı.**

**Z**irvenin açılış konuşmasını yapan T.C. Hazine ve Maliye Bakan Yardımcısı Dr. Nureddin Nebati; "Türkiye'de sabah kalkıyorsunuz ve gecede gündeminiz, önceliğiniz tamamen değişebiliyor. Bu coğrafyada yer almanın, dünyanın en önemli noktasında olmanın getirdiği bir sorumluluk bu... Bu yükü taşımak için çok büyük bir enerji harcanıyor. Alışveriş merkezleri "alışveriş merkezine gitmek istemiyorum", "alışveriş merkezleri ile iş yapmak istemiyorum" diyenlerin ortak buluşma noktası... Yunan'da agora, Roma dönemindeki kolezyum gibi herkesin bir araya geldiği, toplandığı, sadece alışveriş mekanları olarak değerlendirilmeyen mekanlardır. AVM'ler alışverişin, buluşmanın, birlikte hareket etmenin, zaman geçirmenin merkezi olmuş; açıkçası tüm gününüzü orada geçirebileceğiniz geniş birer alan oluşturmuştur. AVM'lerin iki temel iş ortağı var; perakendeciler ve AVM'ciler. Onların ortak ilişkileri, ortak akılları, sergiledikleri performans



bir araya geldik. O zaman, 'telaş etmeyin, burası Türkiye' demiştim; 'pek çok zorlu süreci geride bırakmış bir ülke bu sorunu da kısa zamanda kolayca çözecektir.' Bu konuşmalarımızın üzerinden birkaç ay geçmeden sorunlarımız çözüldü. İlk andaki zarar Hulusi Bey'in de bahsettiği gibi azalmaya başladı."

## Derdimizi anlatmak için bir hayli çabaladık

Konuşmasına geçen yıl perakende sektöründe yaşanan önemli gelişmelerle başlayan AYD Başkanı Hulusi Belgü şöyle konuştu: "Geçtiğimiz yıl elbette ki sektörümüzün en önemli gelişmelerinden biri kiralamalarda TL'ye geçiş oldu. Derdimizi anlatmak için bir hayli çabaladık. Olabilecek sonucun en iyisinin çıktığını düşünüyorum fakat şunu belirtmekte fayda var; döviz olarak aldığımız kira gelirleri Türk Lirası'na çevrilince %23'lük bir kayıbmız oldu, sonrasında dövizin düşmesi ile bu kayıp %15'lere geriledi. Artık bununla yaşamayı öğrendik, öğrenmek zorundayız. Fakat bu konuda bir yardım istiyoruz. Daha önce dövizle kira alıp dövizle borçlarımızı ödüyorduk. Şimdi çok ciddi döviz borcumuz var. Bankalarla konuşuyoruz, "inşallah bundan sonra döviz artmaz" diyorlar ama bankalarımızla devletimizle beraber bunun önlemini almamız lazım ki dövizde beklenmeyen bir hareket olduğunda yaklaşık 15 milyar dolar bir problemle karşı karşıya kalmayalım."

## 412 tane AVM'miz var

AVM yatırımları ile rakamsal verileri de paylaşan Belgü, "Şu anda 412 tane AVM'miz var. 53 milyar dolarlık yatırım yapmışız yani 285 milyar 200 milyonluk bir yatırımdan bahsediyoruz. 12.650.000 metrekare kiralalanabilir alanımız ve 520 bin çalışmamız var. 2018'de 130 milyar ciroya ulaştık. 2019'da bu ciromuzun 160 milyar TL olmasını öngörüyoruz. Ziyaretçi sayımızı ise 2,4 milyara çıkacağımızı düşünüyoruz. 2019'da 10-12 tane daha AVM yapılacak." dedi.



asında toplumun da hangi noktalara geldiğini gösteriyor. Girdiğiniz dükkanlar, karşılaştığınız satış danışmanları, alışverişini sunumlarıyla adeta bir sanat haline dönüştürür, sizi başka bir dünyaya davet ederler. 1950'li yıllarda Avrupa'da, 1980'li yıllarda ise Türkiye'de yaygınlaşmaya başlayan AVM'ler, 400'ün üzerinde sayısı ve artan iş hacmi ile adeta Türkiye'nin ticaret merkezleri konumunda; modern kentlerin yaşam alanları... Bu mekanların sosyal yönleri, kültürel yönleri bir yana ekonomik verilerine baktığımız zaman oluşturdukları hacimler Türkiye'nin her zaman gündeminde." yorumlarında bulundu.

## Sorunlar çözüldü

Nebati sözlerine şöyle devam etti: "AVM'lerin zaman zaman karşılaştıkları problemleri hepimiz biliyoruz. Geçen yıl, ben göreve geldikten sonra ilk çalıştığımız konulardan biri AVM kiralalarının Türk Lirası'na dönmesiydi. Buradaki birçok yatırımcı ile

## Ege PERDER'in yeni başkanı Feyzi Başdaş oldu

**T**ürkiye Perakendeciler Federasyonu çatısı altında Ege Bölgesi'ndeki yerel perakendeciler arasında iş birliği ve dayanışmayı sağlamak üzere çalışmalarını sürdüren Ege Perakendeciler Derneği'nin (PERDER) Genel Kurul toplantısı yapıldı. Derneğin kurucu başkanı olan Vahdet Sarıkaya, oy birliği ile bayrağı Feyzi Başdaş'a teslim etti.

Perakende sektörünün en önemli ve en büyük çatı örgütü konumunda olan Türkiye Perakendeciler Federasyonu (TPF), sektördeki yapılanmasına güçlenerek devam ediyor. Türkiye genelinde 14 bölgede PERDER dernekleriyle perakende sektörünün büyümesi ve gelişmesi için çalışmalarını yürüten TPF'nin Ege PERDER Genel Kurul Toplantısı yapıldı. Ege bölgesindeki yerel perakendeciler arasında iş birliği ve dayanışmayı



sağlamak üzere kurulan Ege PERDER'in Yönetim Kurulu Başkanlığı'na Feyzi Başdaş seçildi. Derneğin yeni yönetim kurulunda görev alacak isimler

Mustafa Akkan, Kemal Çorapçı, Cengiz Ulupınar, Zekeriya Karabıyık, Hacı Hamza Kalkancı, Cihan Kılbaş, Murat Girgin ve İlyas Yolcu olarak belirlendi.

## PLAT Yönetim Kurulu güven tazeledi

**G**eçtiğimiz yıl yüzde 70 artışla 50 milyar liralık ciroya ulaşan özel markalı ürünler (Private Label) sektörünün ülkemizdeki gelişimine liderlik eden PLAT Derneği'nin 9. Olağan Genel Kurul toplantısı 29 Mart 2019 Cuma günü Kocaeli Workinn Hotel'de yapıldı. Sektörün deneyimli isimlerinden İmer Özer Başkanlığındaki PLAT Yönetim Kurulu'nun güven tazelediği Genel Kurul geniş katılımı gerçekleştirildi.

Özel Markalı Ürünler Sanayicileri ve Tedarikçileri Derneği (PLAT) 9. Olağan Genel Kurul toplantısı, açılış konuşması ve Divan Kurulu'nun seçimi ile başladı. Divan Başkanlığına Aydın Okay seçildi. Saygı Duruşu ve İstiklal Marşı'nın ardından PLAT Derneği Yönetim Kurulu Başkanı M. İmer Özer, Yönetim Kurulu Faaliyet Raporu'nun sunumunu gerçekleştirerek yürütülen projeler hakkında bilgi verdi. Yeni dönem çalışma programı ile tahmini bütçesinin sunumu ve yapılan görüşmeler sonrası

Yönetim Kurulu ve Denetleme Kurulu'nun asil ve yedek üyelerinin seçimine geçildi. Sektör temsilcilerinin yoğun katılımı ile gerçekleşen Genel Kurul'da PLAT Yönetim Kurulu Başkanı M. İmer Özer ve ekibi oybirliği ile yeniden yönetime seçilerek güven tazeledi.

PLAT Derneği'nin 9. Olağan Genel Kurulu'nda yapılan seçim sonrası üç yıl boyunca görev yapacak olan Yönetim Kurulu şöyle şekillendi: PLAT Yönetim Kurulu Başkanı M. İmer Özer, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Hakan Hatiboğlu, Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Kamil Topak, Yönetim Kurulu Üyeleri; Füsün Erkal, Faruk Yıldız, Ertan Küçükkapılı ve Kenan Demirtaş.

PLAT Derneği Yönetim Kurulu Başkanı M. İmer Özer, Genel Kurulda kendilerine duydukları güven için sektör temsilcilerine teşekkür ettiği konuşmasında şunları söyledi: "Her türlü zorluğa

rağmen tüketiciye en kaliteli ürünü en uygun fiyata sunmak için var gücüyle çabalayan sektörümüz, ülke ekonomisine yarattığı değeri günden güne artırıyor. PLAT Derneği olarak üretici ve tedarikçi firmalarımızın faaliyetlerine katkı sağlamak, sektörümüzü ileriye götürmek amacıyla hayata geçirdiğimiz projelere hız kesmeden devam edeceğiz. PL sektöründe gerek ülkemizde gerekse dünya genelinde yaşanan gelişmeleri yakından izliyoruz. Yurtdışı fuar ve organizasyonlarda ülkemizi temsil ediyoruz. Perakende sektörünün tüm önemli oyuncularını buluşturduğumuz Private Label Zirvemiz, her geçen yıl daha fazla katılıma sahne oluyor. Denemeden Olmaz sosyal sorumluluk projemiz ile Türkiye'nin dört bir yanındaki okullarımıza fen laboratuvarları açıyoruz. Ayrıca kuruluşunu gerçekleştirdiğimiz PLAT Akademi ile sektörümüzdeki bilgi ve farkındalık çitasını yükseltmek hedefindeyiz. Her biri sektörümüzün önemli ve deneyimli isimlerinden oluşan Yönetim

Kurulumuz ile sektörümüze ve topluma değer katan projeleri hayata geçirmek için yolumuza devam edeceğiz. Üyelerimizden aldığımız destekle birlikte çalışacak ve başaracağız."



## Çinli tüketiciler perakendeyi baştan aşağı değiştirecek

KPMG'nin hazırladığı Perakende Sektörel Bakış 2019 raporu, küresel ekonominin önde gelen aktörlerinden Çin'in tüketim potansiyeliyle de perakende sektöründe büyük değişime yol açtığı öngörüsüne yer verdi.



hassasiyetlerini yakalayabilmelerini bekliyorlar.

**Eşzamanlı tepki beklentisi:** Yeni teknolojiler tüketicinin etki alanını genişletirken

**Büyükler sıralamasında değişime yol açabilir**  
KPMG Türkiye'den Perakende ve Tüketici Ürünleri Sektör Lideri Emrah Akın, raporda bahsi geçen trendlerin küresel perakende sektöründeki büyükler sıralamasında değişimlere yol açabileceğinin altını çizdi. Akın, "Bu trendler perakende sektöründe toplam büyüklükleri etkilemese de sektör içinde rekabeti temelden etkileyecek." diye konuştu.

**İşte önümüzdeki dönemde perakende sektörünü etkileyecek 5 trend:**

**Tüketici deneyimi:** Günümüzde deneyim ekonomisinin önemi hızla artıyor. Perakende sektöründe organize perakendecilerin fiziksel varlıklarını değiştirmeyeceği düşünülse de bu tarz perakendecilerin müşterilerine mağazalarında farklı deneyimler yaşatabileceği ve online alışverişte elde edemeyecekleri faydalar sunmaları gerektiği

ortaya çıkıyor. Tüketici deneyimini dikkate alarak pazarlama stratejisini oluşturan perakendecilerin son yıllarda büyük fark yarattıkları görülüyor.

**Yapay zeka kullanımının artması:** Yapay zeka kullanımı ve makine algoritmaları, perakendecilerin pazarlama platformlarına entegre olmaya çoktan başladı. Yakın gelecekte tüketicilerin beklentilerini daha fazla karşılayacak şekilde satış süreçlerinde daha da etkili kullanılacağı düşünülüyor. Bu trendde hızlı olan perakendecilerin öne çıkacağı düşünülüyor.

**Bilinçli tüketicinin artışı:** Şeffaflık isteyen ve ürününü satın aldıkları markalardan etik değerlere bağlılık bekleyen tüketiciler her geçen gün çoğalıyor. Dahası, söz konusu tüketiciler artık pazarlama dilinden ziyade gerçekliğe daha fazla önem veriyorlar. Dolayısıyla, pazardaki perakendecilerden de onların bu konudaki

perakende firmalarından da beklentilerini anlık olarak yüksek seviyede tutmalarını bekliyorlar. Bu sayede başarılı perakendeciler iş modellerini değişen tüketici tercihlerine göre çok daha hızlı adapte edebiliyorlar.

**Çin pazarı:** Çin sadece endüstriyel üretim yapan bir ekonomi olmanın ötesinde büyük tüketim potansiyeline sahip bir ülke. Dolayısıyla, Çin tüketicisinin tercihleri ve Çinli perakendecilerin iş yapıları küresel perakende sektörü üzerinde büyük etkiler doğuruyor. Çinli şirketler e-ticareti domine eden yatırımcıların başında gelirken, Çinli turistler de en hızlı büyüyen havaalanı perakendesinin en gözde tüketici kesimini oluşturuyor. Bu nedenle perakendecilerin, sadece kendi pazarlarında Çinli firmalara pay kaybetmemeyi değil, Çin pazarında da, dünyayı gezen Çinli turistten aldıkları pay konusunda kendilerine hedef belirlemeleri gerekiyor.

OKKA'LI  
BİR TÜRK KAHVESİ  
DENEYİMİ,  
AFİYET OLSUN!



*arzum*  
**OKKA**  
MINIO DUO



FİNCAN  
KAPASİTELİ

# AVM Ciro endeksi Ocak'ta %9,4 arttı

Ocak ayında AVM'lerdeki perakende ciro endeksi, geçtiğimiz yılın aynı ayına göre nominal olarak yüzde 9,4 oranında arttı. Metrekare verimliliğinde ise bir önceki yılın aynı dönemine göre en yüksek artış teknoloji kategorisinde gerçekleşti.



**A**ışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği ile Akademetre Research tarafından ortaklaşa oluşturulan AVM'lerdeki perakende ciro endeksinin ocak ayı sonuçları açıklandı. Her ay düzenli olarak yayınlanan verilere göre endeks, 2019 ocak döneminde bir önceki yılın aynı ayı ile karşılaştırıldığında ve enflasyondan arındırılmadan incelendiğinde %9,4 artış kaydederek 267 puana ulaşırken, 2018 aralık ayına göre ise %16,6 oranında azaldı.

AVM'lerde kiralanabilir alan (m<sup>2</sup>) başına düşen cirolar, ocak 2019'da İstanbul'da 1.278 TL olurken Anadolu'da ise 848 TL olarak gerçekleşti. Türkiye geneli m<sup>2</sup> verimliliği ise ocak

## 2019'da 1020 TL olarak hesaplandı

En yüksek ciro artışı teknoloji kategorisinde Ocak ayında, kategoriler bazında m<sup>2</sup> verimliliğinde

en yüksek artış teknoloji kategorisinde yaşandı. Teknoloji kategorisi, geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre enflasyondan arındırılmadan yüzde 21,5'lik bir artış kaydetti.

Yine geçtiğimiz yılın ocak ayı ile karşılaştırıldığında AVM'lerdeki m<sup>2</sup> verimliliği hipermarket kategorisinde %19,6; yiyecek-içecek kategorisinde %18,8; giyim kategorisinde %15,7; ayakkabı kategorisinde %6,6 ve diğer alanlar kategorisinde %3,1 oranında artış gösterdi.

## Ziyaret sayısı endeksi düştü

Ocak 2019 verilerine göre, bir önceki dönemin aynı ayı ile karşılaştırıldığında ziyaret sayısı endeksinde %4,5'lik bir düşüş yaşandığı görüldü.

## Enflasyonun 10 puan altında kaldı

AVM Endeksi Ocak 2019 sonuçlarını değerlendiren AYD Başkanı Hulusi Belgü:

“Şimdiye kadar yüzümüzü güldüren endeks sonuçları Ocak ayında duraksadı. Uzun zamandır enflasyon oranlarının üzerinde veya başa baş giden endeks rakamlarımız, ocak ayında yüzde 9,4 artış ile yüzde 20,35 olan enflasyon oranının yaklaşık 10 puan altında kaldı. Bu sonuçlardan seçimler sebebi ile tüketicinin duraksadığını düşünüyoruz. Organize perakende sektörü ülkemizin lokomotiflerindedir dolayısı ile ciroların yukarı hareketini yatırımcılar olarak bizler de önemsiyoruz.”

Kategoriler bazında en yüksek artışın teknoloji ve hipermarket kategorilerinde yaşanması ile ilgi olarak Belgü şöyle konuştu: “Teknoloji kategorisindeki bu artışta sömestr tatili ve vergi indirimlerinin etkili olduğunu söyleyebiliriz. Hipermarket kategorisindeki artışın yüksek oluşu ise zorunlu ihtiyaçların öncelikli olduğunu gösteriyor.”



# Fantöm

## MANGALCI

### C1012 ARAÇ TİPİ ELEKTRİKLİ SÜPÜRGE

FANTOM MANGALCI C1012 araç elektrikli süpürgeleri hafif ve kuru süpürme amaçlı olarak tasarlanmıştır.

Bu cihazlar aracın elektrik sisteminden güç alır ve bağlantısı sigara çakmağından sağlanır.



**YENİ**



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.  
Merkez Mahallesi Ş.Yılmaz Özdemir Caddesi  
Sönmez Sokak No:8/1 34303 Halkalı Küçükçekmece İstanbul  
T. +90212 697 57 70 F. +90212 548 98 78 T. 444 5 770  
www.fanset.com • satis@fanset.com



/fantomevaletleri



/FantomEvAletler



/fantomevaletleri



Fantom Ev Aletleri



/fantomevaletleri

Danışma Hattı  
0800 219 02 79

Türkiye genelinde  
400 Adet Teknik Servis

# Züccaciye sektörü ABD’de bir araya geldi

**ABD’nin Şikago şehrinde düzenlenen International Home & Housewares Show 2019 fuarı (IH&HS), ev gereçleri, mutfak gereçleri ve pişirme ekipmanları konularında sektörün önemli etkinliklerinden biri olarak kabul ediliyor.**



milyar dolar iken, 2018 yılında yüzde 9 artış ile 4,55 milyar dolara ulaştı. Buna karşılık ithalat rakamlarına baktığımızda, sektörün 2017 yılında 1,29 milyar dolar ithalatı olduğunu, 2018 yılında ise ithalatın yüzde 19,50 azalarak 1,05 milyar dolar olarak gerçekleştiğini görüyoruz. Başka bir deyişle 2018’de mutfak sektörünün ülkemize 3,5 milyar dolar dış ticaret fazlası kazandırdığını görüyoruz. Sektör ihracatının yüzde 52’si Avrupa Birliği ülkelerine yapılıyor. AB’ye yapılan ihracat 2018 yılında yüzde 9,5 artarak 2,38 milyar dolar olarak gerçekleşti. Türkiye’nin mutfak sektöründe ABD’ye yaptığı ihracat ise 2018 yılında 193,7 milyon dolar oldu. ABD’nin ihracat potansiyeli büyük. Sektörün 2019 yılı 6 milyar dolarlık ihracat hedefine ulaşmak için bu tür organizasyonlara katılması büyük önem taşıyor” dedi.

**Z**üccaciye alanında sektörün en önemli fuarları arasında olan International Home & Housewares Show 2019 (IH&HS) fuarının 15’inci Türkiye Millî Katılım Organizasyonu İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği ve İstanbul Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği ortaklığında gerçekleştirildi. 2-5 Mart 2019 tarihleri arasında Amerika Birleşik Devletleri’nin Şikago şehrinde düzenlenen fuarda toplam 30 firma Türkiye’yi temsil etti.

2-5 Mart 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilen, sektörün yeniliklerini tanıtmayı ve küresel ticaretin kolaylaştırılmasını amaçlayan fuara, İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) ve İstanbul Demir ve Demirdışı Metaller İhracatçıları Birliği (İDDMİB) ortaklığında 15’inci kez Türkiye Millî Katılım Organizasyonu düzenlendi. Millî katılım organizasyonu dâhilinde 21 firma ve bireysel olarak 9 firma ile birlikte Türkiye’den toplam 30 firma katıldı. Türk firmaları, fuar süresince döküm, teflon, paslanmaz çelik, plastik, melamin, metal ve camdan mamul mutfak, banyo ve ev eşyalarını tanıttı.

## Mutfak sektörünün 2019 yılı ihracat hedefi 6 milyar dolar

İstanbul Kimyevi Maddeler ve Mamulleri İhracatçıları Birliği (İKMİB) Yönetim Kurulu



Başkanı Adil Pelister, ABD’nin Türkiye’nin ihracatında önemli bir yeri olduğuna değinerek buradaki potansiyele dikkat çekti. İKMİB’in İDDMİB ortaklığıyla 15’inci kez düzenledikleri Millî Katılım Organizasyonu hakkında bilgi veren Pelister, “Bu yıl gerçekleştirdiğimiz millî katılımı 21 firmamız yaklaşık 400 m<sup>2</sup>’lik alanda ürünlerini sergiledi. Bireysel olarak da 9 firmamız katıldı ve toplam 30 firmamız Türkiye’yi ABD’de temsil etti.” dedi. Mutfak sektörünün ihracat ve ithalat rakamlarını değerlendiren Pelister, “Mutfak sektörünün 2017 yılı ihracatı 4,18

gerçekleşen IH&HS fuarında ürünler “temizlik, saklama ve koruma ekipmanları”, “yemek pişirme ve ağırlama ekipmanları” ve “elektrikli ev aletleri” olmak üzere 3 ana başlık altında ziyaretçilere sergilendi. Katılımın yüksek olduğu ve tüm dünyadan önemli alıcılar tarafından ziyaret edilen IH&HS fuarında bu yıl 50 ülkeden 2 bin 200’den fazla firma katılımcı oldu. Ayrıca fuarda bireysel katılımların dışında Türkiye de dahil olmak üzere Brezilya, Çin, Hong Kong, İtalya, Japonya ve Tayvan’ın ülke pavilyonları yer aldı.



Yeteneğini  
*keşfet*

ICON serisi



Max  
86 litre  
iç hacim



16 farklı  
otomatik  
pişirme modu



Akıllı  
fan  
sistemi

**Simfer ICQN serisiyle**  
*yeniliklere hazır olun...*



**simfer**



**ÇETİN CİNEMRE**  
Servis Eğitim&Danışmanlık

cetinc@ttmail.com  
www.servisegitim.com  
Tel: 0532 663 71 35

## Zor müşterilere yaklaşım - 2

**Ö**nceki yazımızda bazı müşterilerin niçin zor olduklarını ve satıcıyı da zorladıklarını sormuş ve yanıtlarını aramaya çalışmıştık. Yaptığımız saptamalara aşağıdakileri de ekleyebiliriz:

### Yaşlı, cahil, okur-yazar olmayan müşteriler:

Bu müşterilerin ortak özelliği gerçek ihtiyaçlarını, kendileri için uygun çözümü bilmemeleri; kendilerini ifade etmede, beklentilerini tanımlamada zorlanmaları, satın aldıkları ürünü (kurulum aşamasında kendilerine kullanım bilgisi verildiği halde) yanlış kullanmaları, kullanım hatası sonucu arızaya sebep olmaları ve verilecek hizmetin ücretli oluşuna (ürünün garantisi var gerekçesi ile) itiraz etmeleridir. Kendi hatalarını kabul etmeyen (belki de yaptığı hatanın farkında olmayan), ürünü veya yetkili servisi (hatalı kurulum yaptığı gerekçesiyle) suçlayan ve ücrete itiraz ederek haklı çıkmaya çalışan müşteriler her zaman olacaktır. Kurulum sürecinin hızlı geçilmesi; kullanım bilgisi veren teknisyenin, müşteriden ürünü anlattığı şekilde kullanmasını istememesi, bazı önemli noktaları kullanım kılavuzu üzerinde göstermemesi; ürünü kullanacak kişiye (örneğin, ev hanımı) değil, evdeki başka birine (örneğin, eşine) bilgi vermesi gibi nedenler sorunun sebepleri arasında sayılabilir.

**Tereciye tere satanlar:** Ürünler konusunda doğru bilgi sahibi, bilinçli müşterinin tereciye (satıcıya) tere satmaya çalışması doğal karşılanmalıdır. Satıcının bu müşteri ile anlaşması çok kolaydır. Bu müşteriler ürünün özelliklerini, kullanım ve garanti koşullarını, üründen sağlayacakları faydayı ve haklarını bildikleri için satıcının onları ikna yönünde ayrıca bir çaba göstermesi gerekmez. Zor olan bilmediği halde bilir gibi davranan, kulaktan dolma bilgiler ile hareket eden müşterileri ikna etmektir. Bu bilgilerin bazıları önyargılara dayalı ise satıcının işi daha da zorlaşır.

### Çünkü önyargıları yıkmak kolay değildir.

“Türkiye’de dürüst esnaf kalmadı” diyerek tüm satıcıları aynı kefeye koymak ve söyledikleri her şeye kuşku ile bakmak çok yaygın bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın haklı yönleri olsa da, her meslekte olduğu gibi satıcılık mesleğinde de iyi ve kötü örnekler olduğunu kabul etmek gerekir. **Müşteri ilişkilerinde**



**ana hedef müşteriye güven verebilmektir.** Satıcı güler yüzü, kişisel bakımı, kıyafeti, düzgün ve akıcı konuşması, ürünler ile ilgili teknik bilgi ile müşteriye güven verebilir. Verdiği güven aynı müşteriye tekrar satış yapma olanağını elde etmesi yanında onun sayesinde yeni müşteriler kazanmasını da sağlar.

**Sabırsız müşteriler:** İnsanlarımızın tipik özelliklerinden biri de sabırsız oluşlarıdır. Ürünün kendi ihtiyaç ve beklentilerine ne ölçüde karşılık vereceğini araştırmadan, sırf diğer insanlardan farklı/üstün olmak (hava atmak) amacıyla veya özellikleri aynı olduğu halde sırf markası ve fiyatı nedeniyle belli bir ürünü seçen, satın aldıktan sonra kullanım kılavuzunu okumadan (okuma alışkanlığımız olmadığı için) ürünü kullanan, bu yüzden kullanım hatası yapan ve yaptığı hatanın farkında olmayan müşteriler vardır. Satıcı, satışı bağladıktan sonra müşteriye ürün kurulumunun yetkili servis tarafından yapılacağını, servis teknisyeninin kendisine kullanım bilgisi vereceğini söylemeli ve bunu yeterli görmeyip kullanım kılavuzunu okumadan ürünü kullanmaması gerektiğini özellikle belirtmelidir.

Bazı müşteriler ürünün satın aldıktan hemen sonra kurulumunun yapılmasında ısrar eder ve bu konuda çok sabırsız davranırlar. Kendilerince haklı nedenleri olsa da, ürünün kurulumu ve çalıştırılarak müşteriye

sorunsuz teslim edilmesi için öncelikle şirketin çağrı merkezinin aranması, çağrı kaydı açılması, çağrının müşteriye en yakın noktadaki yetkili servis ile paylaşılması ve yetkili servisin müşteriye dönerek randevu vermesi zaman ve planlama gerektiren bir konudur. **“24 saat içinde hizmet sunma”** ilkesi ile hareket eden şirket bugün satılan ürünün kurulumunu yarın yapabilir. Ancak bazı müşteriler “bugün kurulum yapılmazsa ürünü satın almaktan vazgeçeceklerini” söyleyerek satıcıyı baskı altına alırlar. Satıcılar müşteriyi kaçırmamak, rakiplere kaptırmamak adına genellikle bu baskıya boyun eğer ve bir yandan müşteri adına çağrı merkezini arayarak süreci hızlandırmaya çalışırken, öte yandan yetkili servise dönerek kurulumu bugün yapmasını (genellikle rica kelimeleri yerine emir kelimeleri ile) isterler.

Yetkili servisteki müşteri danışmanı “Şu anda tüm teknisyenlerin sahada müşteriye hizmet verdiklerini ve mesailerinin dolu olduğunu” söyleyerek bu isteğe karşı çıktığı zaman satıcının tepkisi ile karşılaşır. Tepki genellikle şu şekildedir: “Ürünü ben satıyorum. Satış olmazsa, hizmet de olmaz. Benim sayemde para kazanıyorsunuz. Müşteriye ‘hayır’ deseydim rakibe gidecekti. Onu kazanma ve markamızın müşterisi olmasını sağlama adına bugün kurulum yapacağımızı söylemek zorundayım.”

Bunun yerine şu yaklaşımı izlemek daha doğru olur: Satıcı hemen kurulum yapılmasını isteyen müşteriden izin alarak yetkili servis ile görüşmesi gerektiğini, yetkili servisin günlük hizmet planlaması uygun ise kendisine olumlu yanıt verebileceğini söylemeli ve servis danışmanına bunu rica kelimeleri ile iletmelidir. “Tatlı söz yılanı deliğinden çıkarır” söylemindeki gibi **rica etmek, her zaman iyi sonuç verir.** Bu durumda yetkili servis ek çalışma yaparak müşterinin ve satıcının isteğini karşılayabilir. Örneğin, gece yarısı klima kurulumu yapıldığı bilinmektedir.

Yetkili satıcı ve yetkili servis aynı gemide olduklarını, aynı markaya hizmet ettiklerini, markanın bayrağını taşıdıklarını unutmamalı ve birbirlerine yardımcı olma konusunda gerekli duyarlılığı göstermelidir. Sonuçta birlikte kazanacak veya birlikte kaybedeceklerdir.

goldmaster

*Kendisi Küçük  
Mutluluğu Büyük*



*Bahar*  
**7'si**  
bir arada  
çeyiz seti



EZGI BOZKURT FLATMAN

Uzman Klinik Psikolog  
Çınar Danışmanlık

## Dikkat Eksikliği Hiperaktivite Bozukluğu ve Moxo Testi

**D**ikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğu (DEHB) bireylerin eğitim, iş ve sosyal hayatında gelişimini ve işlevselliğini etkileyen nörogelişimsel bir bozukluktur. Dikkat eksikliği, hiperaktivite ve dürtüsellik, ve hem dikkat eksikliği hem hiperaktivite ve dürtüsellik bulunduğu birleşik tip olmak üzere üç farklı tipte görülmektedir. Genetik sebepler ile hamilelik, doğum ve erken bebeklikte gelişimi etkileyen olumsuz etkenlerden kaynaklandığı bilinmektedir. DEHB yaklaşık olarak her 100 çocuktan 5'inde görülmekte ve bu kişilerin %60-70 kadarında yetişkinlikte de sürmektedir.

Dikkat eksikliği olan birey aslında içsel ve dışsal uyaranların etkisini bastıramadığı için göreve odaklanmakta zorluk yaşamaktadır. Bu bireyler dikkatini vermede ve sürdürmede, verilen komutları takip etmede güçlük çekmekte; detayları kaçırıp basit hatalar yapabilmekte, sıklıkla eşyalarını kaybetmekte ve yapması gerekenleri unutmakta, üstünde uzun süre düşünmesi gereken iş ve etkinliklerden kaçınmakta, karşısındaki kişiyi dinlemiyor gibi görünebilmekte, zamansal ve mekânsal organizasyon sorunları yaşamaktadır.

Hiperaktivite ve dürtüsellik beliren olduğu gruptaki bireyler yerinde durmada, hareketsiz kalmada, uzun süre oturmada ve sırasını beklemede zorlanmaktadır; elleri, ayakları ve bedenleri sıklıkla hareket halindedir. Bu bireyler genellikle çok konuşmakta, daha soru bitmeden cevap vermekte ve karşısındaki kişinin sözünü kesmekte; sessizce bir aktivite ile meşgul olmakta güçlük çekmektedir.

Hem dikkat eksikliği hem de hiperaktivite ve dürtüsellik beliren olduğu grupta ise her iki tipten de bulgulara rastlanmaktadır.

Moxo Testi 6-65 yaş aralığındaki bireyler için geliştirilmiş, DEHB tanısının konmasına yardımcı olmak üzere en yaygın kullanılan testtir. Bilgisayar üzerinde uygulanan, görsel ve işitsel çeldiriciler



arasında hedef uyarana odaklanmayı ölçen bir nörobilişsel değerlendirme testidir. Çocuk Formu (6-12 yaş) yaklaşık 15 dakika, Genç ve Yetişkin Formu (13-65 yaş) ise yaklaşık 18 dakika kadar sürmektedir. DEHB'nin ana semptomları olan dikkat eksikliği, dürtüsellik, hiperaktivite ve zamanlama probleminin kapsamlı ve objektif olarak ölçülmesini sağlamaktadır. Ülkemizde Moxo Türkiye tarafından sağlanan eğitime katılan uzmanlar tarafından

tanıya ve klinik değerlendirmeye destek olarak kullanılmaktadır.

Testin sonuçlarına göre uygulama yapılan bireyde DEHB şüphesi olup olmadığına dair bir bilgi verilmekte, eğer var ise bu şüphenin hangi tipe yönelik olduğu ve şiddetinin ne boyutta olduğu da tespit edilmektedir. Buna göre ihtiyaç dahilinde tanı ve tedavi için yönlendirme yapılabilmektedir.



**DİDEM TINARLIOĞLU**  
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

## Mutsuzluk ile güven eğrisi

**Y**aşam şartları insanları her geçen gün daha da mutsuz ediyor. Kendiniz başta olmak üzere herkesin daha mutsuz ama daha çok umutsuz olduğunu gördüğünüze şüphe yok.

Hepimiz adeta bir perdenin ardından olan bitene hayretle bakıyor gibiyiz. Mutlu sınav sonucu haberini bekleyen çocuklar misali bir gün gelecek bitecek bu huzursuz haller der gibi umutlu ama manasız bir bekleyişte gibi herkes.

Hayatın ekonomik şartlarının ağırlığı, güvenmek karşılığında master derecesindeki acı tecrübelerimiz, devlete güvensizlik, polise güvensizlik, sınav sonuçlarına güvensizlik, adaletsizlikler karşısında seyircinin ötesine geçememe hallerimiz, çocuklarımıza baktıkça kendi çocukluğumuzun daha mutlu bir dünyada geçtiğini bilme gerçeği ve herkesin ülkeyi terk etme telaşlarını izlemek bizi daha mutsuz etmek için kotasını çoktan aşmış nedenler. Daha onlarca sebep varken bunlar yetip artıyor bile.

Şöyle bir atasözü dizisi olan bir ülke olabilir mi? “Bu zamanda babana bile güvenme”, “Güvendiğim dağlara kar yağdı.”, “İyilikten maraz doğar.” “Açma sınırı dostuna dostunun da dostu vardır söyler dostuna”, “Sütten ağzı yanan yoğurdu üfleyerek yer” ve daha onlarcası.

Demek ki güvenle ilgili atalarımızdan gelen insanoğlunun yüzyıllardır süren bir sancısı hep varmış. Dünyanın haline bakılırsa hep de var olacak.

İnsanın, güvenle olan sınavı başarısızlıkla bitince daha temkinli, daha mesafeli ve daha az iyi niyetli olmaya başlıyor. Asıl üzücü olan ise, sınırlandırılmış çerçevelenmiş veya mesafeli durumlarda kazancı daha insanın kazancının daha yüksek olmasıdır. Karşılıksız sevgi, ne yaparsan yap sana güvenmeye devam eden tek canlı annedir. Ve ne yazık ki bu tek gerçektir. Ancak bir o kadar da ne yüce ne büyük servettir insan için.

Konumuza devam edersek, biz güvenle motivasyonu, inanmakla teslim olmayı karıştıran ve sınırları sonuna kadar zorlayan bir canlı türüyüz.



İnsanoğlunun çok iyi kalpli olmadığını düşünmeden edemiyor insan. İnsanın insana yaptığı başka hiçbir canlı başka canlıya yapmamıştır.” Ancak, bir köpek yemek aldığı eli asla ısırılmaz” deyimini duymuşsunuzdur. Ne ağır bir laf değil mi? Okuyunca bile insanın kendisini kötü hissettiği ama hak verircesine de başını sallamadan edemediği doğru bir söz.

Mutsuzlukların çoğunun kaynağı güven kaybına dayansa da herkes bu duygusal kaostan çıkmak ve her şeyin değişmesi, normalleşmesi, dengeyi bulması yönünde gerekiyorsa da bedel ödemeye bile razı olduğu zamanlardan geçiyoruz.

“Mutluymuşuz da haberim yokmuş “dedi geçenlerde bir dostum. İnsanın en çok canını acıtan itiraflardan biri olsa gerek.

Mutluluk dediğimiz şey hep bir kıyaslama sonucu normlara göre biçilmiş bir duygu değil midir çoğu zaman? Ya da hep bir hedef tahtasına konan gelecekle ilişkilendirilmiş bir duygu değil midir?

Mutluluk, “Evimi de alırsam daha mutlu olacağım, çocuğum olursa tam mutlu olacağım, filanca arabayı alınca mutluluğuma diyecek yok, bir terfi edersem

deme keyfime” diye şartlı kabul edilen, hep bir hedef, hep bir standart üstüne çıkma hallerinde elde edilecek ulaşılmaz bir duygu değil mi? Bunu da biz öyle konumlandırmış olmuyor muyuz? hep öteye hep uzağa hep bir kurala bağlayarak kendimizden biz uzak tutmuyor muyuz?

Mutluluk yolculuğun sonucunda ya da duraklarında elde edilecek bir duygu mudur, yoksa yolculuğun ta kendisi midir?

Sözün kısası şu ki; mutsuzluğumuzu güvensizliğimizi ve diğer bunlara sebep olan bazı faktörleri değiştiremeyiz belki ama duygumuzu değiştirme özgürlüğü bizim elimizde. Özgürlük de her istediğini yapabileme değil istemediğin hiçbir şeyi yapma zorunluluğunun olmamasıdır. Sen istemezsen sen izin vermezsen kimse senin duygu dünyanı kolay kolay değiştiremez. Çok büyük yıkımlar çok büyük sarsıntılar hariç elbette.

Bakış açın değişirse dünyanın değişir. Ezberi bozmak zor biliyorum ama sence denemeye değer mi?

Didem Tınarlıoğlu  
didem@direm.com.tr

## Fakir Hausgeräte 2019'u teknoloji yılı ilan etti

Elektrikli ev aletlerinin öncü ve yenilikçi markası Fakir Hausgeräte, 2019'u "Teknoloji Yılı" ilan etti.

**F**akir Hausgeräte, yatırımlarına devam ediyor. 2019'u "Teknoloji Yılı" ilan eden Fakir Hausgeräte, inovatif ürünleriyle bu yıla damga vurmaya hazırlanıyor. Akıllı pişiricilerden sıcak içecek hazırlama grubuna, elektrikli süpürgeye kadar sektörde fark yaratacak son teknoloji inovatif ürünler, bu yıl raflardaki yerini alıyor.

### Sağlam bir beraberliğin temelini attık

Her dönemde yatırımlarına devam ederek Fakir Hausgeräte'yi küresel bir marka yapma yolunda emin adımlarla yürüttüklerinin altını çizen Saruhan Holding Yönetim Kurulu Başkanı Ali Zeki Saruhan, "1985 yılında, Alman Fakir Hausgeräte ve Nilco markalarının Türkiye ve yakın coğrafyasının genel distribütörü olduk. 2007 yılına geldiğimizde Almanya'da Saruhan Deutschland Holding'i kurduk ve hisse alımının ardından, elektrikli ev aletlerinde 80 yıllık Alman teknolojisine sahip Fakir ve Nilco'nun tüm "know-how"ıyla üretim yapan, dünya pazarlarına dağıtımını birlikte sürdüren sağlam bir beraberliğin temelini attık. Bugün geldiğimiz noktada globalde 60'tan fazla ülkeye ihracat yapan, 7000 satış noktası bulunan ve Türkiye'de 965, Almanya'da yaklaşık 410 kişiye istihdam sağlayan bir marka konumundayız. Türkiye, Almanya, Rusya, İran, Orta Doğu ve Türki Cumhuriyetler, en çok ihracat yaptığımız ve en güçlü olduğumuz pazarlar diyebilirim. Saruhan Holding olarak elektrikli ev aletleri, temizlik makineleri ve kimyasalları, temizlik ürünleri, enerji, inşaat ve son olarak da kahve zinciri alanlarında atılımlarımızı sürdürüyoruz." dedi.

### Yüzde 22 büyümeyle kapattık

2018 değerlendirmesi de yapan Ali Zeki Saruhan sözlerine şöyle devam etti: "Geçtiğimiz yıl üretime ve yatırımlarımıza ara vermeden devam ederek yılsonu hedeflerimizi tutturduk. Küçük Ev Aletleri sektörü geçtiğimiz yıl %17 büyürken, Fakir Hausgeräte olarak 2018'i %22 büyümeyle kapattık."



### Sektöre yön veriyoruz

Teknoloji konusunda sektöre yön verdiklerini ve Ar-Ge'nin kendileri için çok önemli bir alan olduğunu vurgulayan Fakir Hausgeräte Türkiye Genel Müdür Yardımcısı Erdoğan Kalkan, "Dünyanın en yeni trendlerini, ürünlerimize yansıtmak adına Ar-Ge departmanımız ile müşterilerimizin hayatını kolaylaştıracak yeni teknolojiler ve ürünler geliştirmeye yönelik sürekli olarak önemli çalışmalara imza atıyoruz. Ciromuzun %3'lük oranını Ar-Ge'ye yatırarak bu alanda daima yenilikçi bir anlayışla ilerliyoruz. Özellikle, modernleşen yaşamlara yönelik şık tasarımlar ve sağlıklı yemek pişirme ürünleri üzerinde detaylı ve titiz çalışmalarımız var. Yine

son dönemlerin yükselen pazarı sıcak içecek hazırlama grubu ürünlerinde büyük atılımlarımız olacak. Deutsche Standards tarafından verilen 'Yüzyılın Markası' ödülüne sahip olduğumuz ve sektörde pazar lideri olduğumuz elektrikli süpürge kategorisinde standartları değiştirecek bir ürünü tüketicilerle buluşturacağız. Öte yandan titiz Ar-Ge çalışmalarımızla geliştirdiğimiz HypoClean adlı ürünü önümüzdeki aylarda piyasaya süreceğiz. Bu cihaz, sofraya tuzu ve saf sudan dezenfektan hazırlayabiliyor. Ev eşyalarından çocukların oyuncaklarına, gıda ürünlerinden havaya kadar her şeyi dezenfekte edebiliyor. Ürünün hiçbir yan etkisi bulunmuyor. HypoClean ev hijyeni sağlayan ürünler arasında büyük fark yaratacak." dedi.

## Arçelik'ten Türkiye'de bir ilk

Arçelik, AutoDose akıllı ölçüm teknolojisine sahip bulaşık makinesi ile kullanıcılarını ilklere tanıştırmaya devam ediyor. Arçelik 6566 I AutoDose bulaşık makinesi, seçilen programa göre bulaşıklar için ideal deterjan miktarını ayarlıyor. Tek doluyla bir aya varan kullanımla pratiklik ve tasarruf sağlayan ürün, Türkiye'de tek olma özelliği taşıyor. Arçelik AutoDose akıllı ölçüm teknolojisi, kısa programlarda bile deterjan kalıntısı bırakmıyor. HomeWhiz teknolojisi ile akıllı ev teknolojilerinde yeni bir dönem başlatan Arçelik'in yeni ürünü akıllı telefon, tablet ve akıllı televizyonlar üzerinden kontrol edilebiliyor.



## Arzum Technoart Maxi Plus Blender Set ile mükemmel performans

Design Turkey 2017'de 'İyi Tasarım', Plus X Award 2018'de 'Tasarım ve Fonksiyonellik' ödülleri sahibi olan ve yemek yapmayı sevenlerin vazgeçilmezi olan Arzum Technoart el blender'ının başrolde olduğu set, mutfaktaki en büyük yardımcınız olacak. 6 bıçak teknolojisiyle gıdaları hızlı yakalayan, buz gibi sert gıdaların bile daha hızlı, homojen ve güç sarf etmeden parçalanmasını sağlayan Arzum Technoart Blender, Sensible Touch Teknolojisi sayesinde parmak yeri değiştirilmeden hız ayarı yapabilmeyi ve tek elle rahat kullanımı sağlıyor. Ergonomik tasarımı sayesinde el yapısına kolayca uyum sağlayan ve güvenli tutuş sunan el blender'ı, 1500 watt motor gücüyle aşağı yukarı hareket ettirmeden yiyecekleri kusursuz bir şekilde doğrayabiliyor.



## Profilo E-Doz, yılda yüzde 30 deterjan tasarrufu sağlıyor



Profilo E-Doz, makineye deterjanı bir kere doldurarak 40\* defaya kadar yıkama imkanı veriyor. Böylece hem 7.062 litre su yani 372 damacana ve yüzde 30 deterjan tasarrufu sağlıyor.

Yıkamalarda az deterjan kullanıldığında lekeler çıkmaz ya da çamaşırlar yeterli derecede temizlenmez. Fazla deterjan kullanıldığında ise fazla köpüğü durulamak için ekstra su ve elektrik tüketimi gerekir. İşte Profilo'nun geliştirdiği Ekonomik Dozaj Sistemi tüm bu sorunları ortadan kaldırıyor. E-Doz, çamaşırlarınızın türünü, miktarını ve kirlilik oranını algılayıp kullanılacak su ve deterjan miktarını kendi hesaplıyor. Özel çekmecesine tek seferde dolduracağınız sıvı deterjan ve yumuşatıcı ile 40 defaya kadar yıkama imkanı veriyor. Sizi her yıkama için deterjan ilave etme derdinden de kurtarıyor. Ayrıca yine bu ayarlar üzerinde değişiklik yapmak isterseniz dokunmatik LED ekran size kolay kullanım imkânı tanıyor.

Profilo E-Doz Çamaşır Makinesi EkoPlus özelliği ile yüzde 50'ye varan enerji tasarrufu ve en verimli yıkama sonuçlarını sunarken JetPlus ile de seçili programın yıkama süresinde yüzde 65'e varan zaman tasarrufu sağlıyor. Ayrıca EkstraEkle ile makinenizi çalıştırdıktan sonra unuttuğunuz çamaşırları ekleyebilme imkanı veren E-Doz, 10 Yıl Garantili SilentPlus motoru ile de daha sessiz ve daha uzun ömürlü.

\* Konsantré sıvı deterjan kullanıldığında. Normal sıvı deterjanla 20 kez yıkanabilir.

## Fakir Hausgeräte ile kablosuz performans



Fakir Hausgeräte, yeni Starky HSA 800 XL Q ile şarjlı dikey süpürgeler kategorisinde yeni bir segment açıyor. Fakir Starky HSA 800 XL Q, değiştirilebilir 21,6 V yüksek performanslı Li-Ion bataryası ile 40 dakika boyunca kablosuz full performans gösteriyor. Hızlı şarj fonksiyonu sayesinde 1 saat gibi kısa bir sürede şarj olabilen cihaz, üstün Alman teknolojisiyle donatıldı. Titez Ar-Ge çalışmaları sonucunda geliştirilen 370 W fırçasız doğrusal akım motoru ve toz torbasız Fakir multi cyclone emiş sistemi, evlerde tozdan eser bırakmıyor. 22 cm ayar aralığına sahip metal teleskopik borusu pratik kullanım sağlarken köşe aparatı sayesinde mobilya döşeme aralıkları, duvar köşeleri ve kenarları, yatak, kanepeler aralıkları gibi temizlemesi güç bölgelerde etkili çözümler sunuyor.

## Hoover AXI güzellik ve zekayı bir arada sunuyor

Minimalist bir tarza ve çekici bir tasarıma sahip AXI Çamaşır Makinesi, yapay zeka teknolojisi sayesinde alışkanlıklarınızı öğreniyor ve yıkama programlarını, yaşam tarzınıza göre özelleştirebiliyor. Wi-Fi ve NFC bağlantıları sayesinde, AXI'nin tüm fonksiyonları mobil cihazlarla uzaktan kontrol edilebiliyor. Care Dose otomatik deterjan dozaj sistemi ile, 21 yıkama boyunca çamaşırın türüne, miktarına ve yıkama programına göre en uygun deterjan dozajını kendi ayarlayabiliyor. Hava durumunu coğrafi konum bilgilerine göre gerçek zamanlı olarak izleyerek, çamaşır yıkamak için en iyi zamanı öneriyor. A+++ enerji sınıfından %50 daha az enerji tüketen AXI Çamaşır Makinesi, enerji maliyetlerini düşürerek, hem bütçenizi hem de doğayı koruyor.



## Bosch Vakumlu Blender daha uzun süre koruma sağlıyor



Bosch Ev Aletleri, sağlıklı beslenmeyi kolaylaştıran ürünler yelpazesine yeni bir vakumlu blender ekledi. Vakumlayarak karıştırarak, hava ile teması en aza indirirsiniz ve daha pürüzsüz, renkleri daha doğal içecekler hazırlayabilirsiniz. Vakumlu Blender ile hazırlanan smoothie'ler 24 saat saklama süresinden sonra bile 5 kat daha fazla C vitamini içerir.\* Üstelik hazırlama tarihlerini kaydedebileceğiniz çok kullanışlı saklama kaplarıyla yiyecekleriniz 2 kata kadar daha uzun süre taze kalır.\*\*

Yeni Vakumlu Blender, besin değerlerini korumanın yanı sıra yüksek kaliteli alüminyum gövdesinde bulunan yüksek performanslı 6 kanatlı paslanmaz çelik bıçak sayesinde fıstık, badem gibi sert besinleri bile kolayca püre haline getiriyor. Ayrıca çok pratik Vacuum ToGo Şişesi (0.5lt) ve 2 adet vakum saklama kabı (1.5lt ve 0.75lt) bulunan MMBV625M ile %100 lezzetli tek bir dokunuş ile yakalayabilirsiniz.

\*Normal blenderler ile yapılan karışımlar ile kıyaslanmıştır. Bu test bağımsız bir laboratuvar tarafından 08/2018 tarihinde yapılmıştır.  
\*\*Vakumsuz saklama süresi ile kıyaslanmıştır. Bu test bağımsız bir laboratuvar tarafından 08/2018 tarihinde yapılmıştır



## Siemens Buzdolabı daha uzun ömürlü tazelik sağlıyor

Siemens Ev Aletleri'nin IQ500 serisi noFrost Home Connect buzdolabı, ileri teknolojisi sayesinde kullanıcılarının hayatını kolaylaştırıyor. KG56NHI30N



modelinde bulunan iç kameralar, mobil uygulama Home Connect üzerinden buzdolabının içinde neler olduğunu evin dışındayken de görmeyi sağlıyor. Geniş iç hacmiyle etkili bir alan sunan KG56NHI30N hızlı soğutma özelliğiyle de dolaba yeni yerleştirilen gıdaların daha hızlı soğutulmasına olanak sağlıyor. Siemens Ev Aletleri'nin sunduğu 559 litre geniş iç hacme ve hyperFresh plus tazelik sistemine sahip noFrost buzdolabı, yiyecekleri 2 kata kadar daha uzun süre taze tutuyor. iOS ve Android cihazlarla uyumlu Home Connect özelliği ise kullanıcılarına buzdolabının ileri teknoloji fonksiyonlarını uzaktan yönetmesine imkan tanıyor.

## LG'den serinletecek makine

YENİ  
ÜRÜN

LG Electronics, geçtiğimiz günlerde katıldığı South by Southwest® (SXSW®) Festivali'nde günlük hayatı kolaylaştıracak pek çok yenilikçi yaşam ürününün yanı sıra, oldukça ses getiren ev tipi dondurma makinesi Snowwhite'ı da tanıttı. Satışa çıkar çıkmaz önce mutfakları, sonra gönülleri fethedeceğine kesin gözüyle bakılan Snowwhite, beraberinde bulunan kapsüller sayesinde, aralarında şerbet, sorbe, granita, gelato, dondurma, donmuş yoğurt, donmuş muhallebinin bulunduğu 7 çeşit tatlıyı, 2 ile 5 dakika arasında servise hazır hale getiriyor. Üstelik Snowwhite kendi kendini temizleyerek arçaları yıkama derdini ortadan kaldırıyor.



## Uğur dondurma teşhir reyonlarını sundu

YENİ  
ÜRÜN



Düşük enerji tüketimleri ile yüksek performans sergileyen Uğur dondurma teşhir reyonları, ezber bozan renkli tasarımları ve modern görünümleriyle etkili ürün sunumunun yanı sıra işletmelere birçok fayda sağlayan 12 ve 14 sepetli yepyeni iki ürünle görücüye çıktı.

UDR 12 SCE ve UDR 14 SCE isimdeki yeni ürünler kolaylıkla yerinden çıkarılıp temizlenebilen kaseleri ve hareket özgürlüğü sağlayan tekerlekleri ile çalışanların, ürün incelemesini kusursuz hale getiren bombeli cam bölmesi sayesinde de müşterilerin işini kolaylaştıran dondurma dolabı modelleri, kullanışlı ve efektif yapılarıyla her türlü ihtiyacı karşılıyor. Ayrıca statik soğutma sistemi sayesinde 7/24 çalıştırılabilen bu modellerde ekstra ürün depolamak için soğutma dolabı da yer alıyor. Tüm bu yenilikler ise Uğur'un yapmış olduğu iyileştirme ve geliştirme yöntemleri sayesinde piyasadaki en ekonomik ürünler olarak karşımıza çıkıyor.

Fiyatıyla oldukça ilgili gören UDR 12 SCE ve UDR 14 SCE, dondurmacılar başta olmak üzere pastane, kafe, otel ve çay bahçelerine kadar pek çok değişik işletmede kullanıma uygun.

## Küçük Başlayın, Büyük Düşünün

**Yazar:** Steve Jobs  
**Çevirmen:** Gökhan Sarı  
**Yayınevi:** Zeplin Kitap  
**Baskı Yılı:** 2017  
**Sayfa Sayısı:** 168

“Dünü düşün, yarının hayalini kur ama bugünü yaşa.”

İleri görüşlü. Muhteşem pazarlamacı. Dâhi. Üniversite terk. Mükemmeliyetçi. Apple’ı Apple yapan kişi. Teknolojiyi baştan tanımlayan adam. Steve Jobs yaşayan bir efsaneydi. Masanızda duran bilgisayar dünyaya ilk o tanıtmış, kurucusu olduğu Pixar şirketi sayesinde ilk uzun metrajlı animasyon filmi ve daha nicelerini insanlarla buluşturmuştu. Steve Jobs’un sözlerinden derlenen en ayrıntılı kitap olan Küçük Başla, Büyük Düşün’ü okuyunca Steve Jobs’u ve dünya için yapmak istediklerini daha iyi anlayacaksınız. “Steve gibi herkeste derinden etki bırakmış biri dünyaya bir daha zor gelir, öyle ki bıraktığı etki gelecek nesillerde de hissedilecektir.” Bill Gates



## Marketing Meet Up

**Yer:** UNIQ İstanbul  
**Tarih:** 25 Nisan 2019



Marketing Meetup, dijital dünyayı, teknoloji ve pazarlama dünyasını bir araya getiren, klişeleşmiş konular yerine iş zekâsına, analitiğe ve entelektüelliğe odaklanarak katılımcılara ilham veren yeni nesil bir buluşma serisidir. İş dünyası için Türkiye’nin en değerli içeriklerini üreten Marketing Meetup, 2019 Nisan’ında ‘happiness’ teması ile iş zekâsına, analitiğe ve entelektüelliğe odaklanarak klişelere meydan okuyor.

## ISK Sorex İstanbul 2019

**Yer:** İzmir  
**Tarih:** 17-20 Nisan 2019

İklimlendirme sektörünün en önemli buluşmalarından birine ev sahipliği yapan teskon+SODEX Fuarı, 17-20 Nisan 2019 tarihleri arasında Tepekule Kongre ve Sergi Merkezi’nde sektörü bir araya getirecek. Hannover Messe Sodeks Fuarcılık tarafından düzenlenen fuar, Doğalgaz, Isıtma, Soğutma, Klima, Pompa, Vana, Tesisat, Su Arıtma, Jeotermal ve Güneş Enerjisi Sistemleri gibi farklı ürün gruplarını tek bir çatı altında toplayarak, ziyaretçilerine sektörün yeniliklerini keşfetme imkanı sunuyor. Toplam 1761 m2 alanda 96 şirket ürünlerini ve çözümlerini sergilediği teskon+SODEX 2017, katılımcıları ve ziyaretçileri için etkin bir ticaret platformu sağladı.



## SineMadem

Adem Y. Tavukçuoğlu



## Captain Marvel

**C**aptain Marvel, MCU’nun (Marvel Cinematic Universe) ilk solo kadın kahraman filmi. Aynı zamanda yönetmenlerden biri, Senaristi ve bestecisi de kadın olan ilk Marvel filmi.

Ülkemiz için en önemli kısmı da bu bestecinin Pınar Toprak olması. Başarılı da bir iş çıkarmış.

Öncelikle şunu belirtmek lazım, bu filmde daha çok zevk almak için Guardians of Galaxy ve The Avengers Filmleri başta olmak üzere Marvel evrenine biraz hakim olmanız lazım yoksa birçok önemli noktayı kaçıracaksınız.

Film bize çeşitli geri dönüşlerle bir zamanlar Amerikan hava kuvvetleri pilotlarından olan Carol Danvers’in nasıl Uzay Polisi’nin (Starforce) bir parçası haline geldiğini ve dönüşümünü anlatıyor.

Uzayda yaşanan bir çatışma sonucu Carol (Vers), 1990’ların ortasındaki Amerika’ya düşer ve Nick Fury ile tanışır. Başlarda sorun yaşasalar da, Fury, Carol’ın anlattıklarına gözüyle şahit olduktan sonra iş birliğine başlarlar. Film burada biraz da Doksanların buddy-cop (ikili polis ekibi) filmlerine dönüşür.

Hafızasını yitirmiş olan Carol, zaman içinde tek tük parçaları bir araya getirmeye başlayacak ve aslında arkasında gizli bir amaç olan bu işlemin sonuçlarıyla yüzleşecektir.

Film, çizgi romandan farklı olarak iyi uzaylı-kötü uzaylı tanımına taze bir soluk ve yeni bir açılım getirmiş. Bilerek ya da bilmeyerek bu Disney filmi ABD’nin dış politikasının güzel bir alegorisini yapmış.

Captain Marvel rolünde Brie Larson, filmin bir yerinde Nick Fury’nin de dediği gibi parıldıyor. Hem güzelliği hem de yeteneği ile. Yine de bağımsız sinemadan gelen yönetmen ikilisinin bazı yanlış tercihleriyle bu yetenekli aktris yeteri kadar değerlendirilememiş gibi geldi bana.

Filmin rol çalanı ise dört ayrı kedi tarafından canlandırılan şahane bir sarman kedi. İsmi de bir pilot filmi olan Top Gun’daki kahramanın yardımcısına atıfla “Goose” verilmiş. Kediyi dikkatli izleyin; sonlara doğru bununla ilgili de çok güzel bir sürpriz var.

Ayrıca kedi, film bittikten sonra salonu hemen terk etmezseniz 10 dakika içinde göreceğiniz iki post credit sahnesinin ikincisinde de yer alıyor. İlk post credit sahnesi de bu yıl gösterilecek en heyecanlı beklenen film olan “Avengers: Endgame” filmine de önemli bir köprü oluşturuyor.

Filmin en güzel buluşlarından biri de jenerikte geçen yıl kaybettiğimiz çizgi roman dünyasının en büyük ismi, büyük üstat Stan Lee’nin görüntülerinin kullanılması. Ayrıca Stan Lee’nin çektiği son cameo rolü de bu filmde çok güzel bir şekilde onurlandırılmış.

Captain Marvel, erkek egemenliğindeki süper kahramanlar dünyasına modern ve taze bir kadın bakışı getirerek bir anlamda bir devrim yapmış.

Film asla mükemmel değil ama son derece sürükleyici ve eğlenceli. Yukarıda da yazdığım gibi Marvel dünyasına hakimseniz bu filmi mutlaka seyretmelisiniz. Tercihen üç boyutlu olarak.

Rahat Uyu, Stan Usta.  
SineMadem iyi seyirler diler.



# Altus

temizlikten,  
teknolojiden,  
tazelikten, lezzetten

*iyi anlar*



## YEDİTEPE

DAYANIKLI TÜKETİM MALLARI

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

Tel: (0212) 483 2 483 Faks: (0212) 483 45 30 [www.yeditepepazarlama.com](http://www.yeditepepazarlama.com)



444 0 888

[altus.com.tr](http://altus.com.tr)





**MARKANIZI  
SAHADA YALNIZ  
BIRAKMAYIN!**

Türkiye'ye yayılan operasyon gücü,  
1000'den fazla satış danışmanı ve  
her gün yenilenen enerjisiyle Pozitera,  
şartlar ne kadar güçleşirse güçleşsin  
daima yanınızda.

pozitera®