

244

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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

Available on the
App Store

Available on
Google play

Isınmanın çifte konforu.

MH-2300 Çift Tüplü Orbit Dual



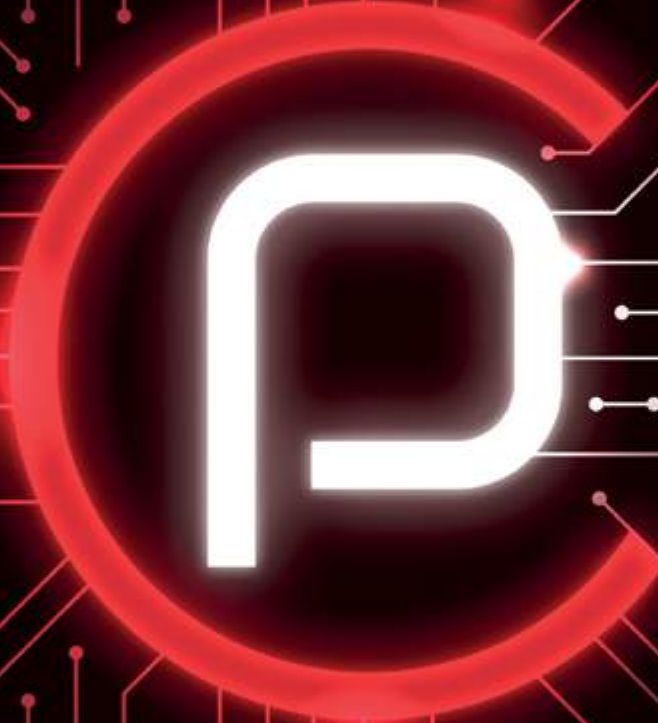
KUMTEL®

www.kumtel.com

Perakende sektörünün dijital evrimi.

Perakende Digital yazılımı sayesinde, satış ve pazarlama operasyonlarınızı eş zamanlı takip edebilir, anında veri analizi ile daha güçlü stratejilere sahip olabilirsiniz.

Elinizin altındaki dijital dünya ile sektöre ve markanıza hükmetmenin keyfini çıkarın.



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



EKİM 2019 • SAYI: 244

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
Müge ÇİTOĞLU

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

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

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM
Dijital Kalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

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

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

İçindekiler

6 Söyleşi

Kumtel Satış ve Pazarlama Müdürü
Münir Öztaş
Potansiyel olarak çok güçlü bir ülkeyiz



10 Kahve Kokusu

Ankara Coffee Festival, Bilkent Center'da düzenlendi

Fakir Hausgeräte, İstanbul Coffee Festival'de büyük ilgi gördü

Arzum Brew'n Take ile eşsiz kahve deneyimi

6. İstanbul Coffee Festivali'ne kahveseverlerden yoğun ilgi



14 Söyleşi

Poziterra Perakende Geliştirme Hizmetleri Bilgi İşlem Müdürü
Gürol Şengel
"Perakende Digital", yoluna emin adımlarla devam ediyor



19 Sektör Haberi



29 Makale

bcc Turkey Kurucu Ortağı, Endüstri ve Örgüt Psikoloğu
Banu Koç Çakan
Perakende sektörü ölmedi, tek ihtiyacı ticaretin insani yönü



30 IFA

IFA 2019: Yapay Zeka, Ses ve 5G bağlantı dijital dünyayı şekillendiriyor



34 Fuar

Zuchex 2019'a tam not



38 Proje

Otizimli çocuklar için anlamlı proje



40 Dernek

ÖTV'nin beyaz eşyadan kaldırılması gerekiyor



42 Makale

Av. Özer DÜZGEL
Alpay KAJAN



44 Ürünler



47 Sinemadem

Evvel zaman içinde Hollywood



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

ÇALIŞKAN OLMAK!

B. Atatürk



Kazanç Kapısı Şenocak

Şenocak, 100 yılı aşkın tecrübesiyle, 79 ülkede tüm ürün grubuyla, 700'den fazla iş ortağına **alırken de kazandırır, satarken de.**



ŞENOCAK



senocak.com.tr



Dağıtım Kanalı

Aboneyim abone Dergilerim elimde



**Dergimize
abone olmak
şimdi çok kolay,
gündemi yakından
takip etmek için
ABONE OL**



Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Eylül ayında beyaz eşya ve küçük ev aletleri konuşuldu

19-22 Eylül 2019 tarihleri arasında düzenlenen İstanbul Coffee Festival, kahve tutkunlarını bir araya getirdi. Etkinliğe katılan çok sayıda firma ise yeni ürünlerini katılımcılara sundu. Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA 2019 pek çok teknolojik ürünün lansmanına ev sahipliği yaparak bu yıl 6-11 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi. Türkiye'den de çok sayıda katılımcıyı ağırlayan fuarda sektörümüz adeta gövde gösterisi yaptı. Yerel ve yurt dışı satın almacı sayıdan önemli bir artış elde eden Zuchex Fuarı ise 12-15 Eylül 2019, Tüyap'ta gerçekleştirildi. 30. yaşına basan fuarı ziyaret ederek firmalarla görüşmeler yaptık ve dergimizi dağıttık. Sektörümüzü yakından ilgilendiren tüm bu önemli fuarlar ve etkinliklerle ilgili güncel gelişmeleri ve haberleri dergimizin bu sayısında bulabilirsiniz.

Ekim sayımızda sektörün iki önemli ismi ile söyleşilerimiz oldu. Kumtel Satış ve Pazarlama Müdürü Münir Öztaş ve Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri Bilgi İşlem Müdürü Gürol Şengel ile hem kendi firmalarındaki güncel gelişmeler hem de sektörle ilgili önemli bilgiler paylaştılar. Kendilerine dergimize verdikleri katkılar için çok teşekkür ediyoruz.

AGİD, İstanbulLight ve Tohum Otizm Vakfı sosyal sorumluluk iş birliği ile, başta aydınlatma olmak üzere elektrikli ve elektronik atıklar geri dönüşüme sokularak hem çevre ve insan sağlığını koruyacak hem de otizmliler için eğitimlerine katkı sağlanacak. Projeye ilgili detayları AGİD – Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği Üyesi ve Çevre Mühendisi Elif Kara'dan dinledik.

Ekim sayımızda ayrıca güncel sektör haberleri, ürünler, dernek ve araştırma bölümlerimiz ile köşe yazarları ilerleyen sayfalarda sizleri bekliyor.

Keyifli okumalar...

Dünyanın Uğur'u 65 yaşında

146 ülkeye ulaştığımız bugün,
kapılarımızı hep sevdikleriniz uğruna açıyoruz.





Münir Öztaş
Kumtel Satış ve
Pazarlama Müdürü



Potansiyel olarak çok güçlü bir ülkeyiz

IFA 2019'dan sonra Zuchex 2019'da da boy gösteren Kumtel yoluna emin adımlarla devam ediyor. Zuchex 2019'da bir araya geldiğimiz Kumtel Satış ve Pazarlama Müdürü Münir Öztaş, "Biz sektörün dinamik bir firmasıyız. Türkiye ekonomisine ve Türkiye nüfusuna güveniyoruz. Dünyada birçok ülke Türk insanının neler yapacağını biliyor. Birçok ülkede Türk insanı ve Türk markalarıyla birlikte çalışma arzusu gün geçtikçe artıyor. Potansiyel olarak çok güçlü bir ülkeyiz. Bu yüzden doğru iş yapan, doğru ürünü doğru fiyata konumlandıran herkesin başarılı olacağına inanıyoruz." dedi.

Kumtel markasının hikâyesini ve gelişim evrelerini bize anlatır mısınız?

Kumtel yaklaşık olarak 40 yıldır müşterilerine hizmet veren bir marka. Kumbaralı telefon üretimi ile başlayan yolcuğumuzu masaüstü telefonlar üreterek devam ettirdik. Luxell markasının kurulmasıyla birlikte önce Kumtel ile beraber elektrikli ısıtıcılara, ardından Luxell ile mutfakta kullanılan pişirme ürünlerine yoğunlaştık. Köklü bir geçmişimiz var. İki marka ile yolumuza devam ediyoruz. Türkiye'de, Avrupa'da ve dünyada aktif olarak

çalışıyoruz. Elektrikli ısıtıcı, mini fırın, tam boy solo fırınlar, ankastre ürün grupları, gazlı ocaklar, elektrikli barbeküer ve elektrikli ev aletleri gibi birçok ürünümüzü üretip pazarlayan bir firma haline geldik. Kayseri Organize Sanayi Bölgesi'nde yer alan ve yaklaşık 90.000 metrekarelik kapalı alanda bulunan fabrikamızı gün geçtikçe büyütüyor ve geliştiriyoruz. Türkiye'nin ilk 500 sanayi kuruluşu arasında yıllardır boy gösteriyoruz. Firmamızda sayıları 1.500 ila 1.700 arasında değişen çalışmamız var. Sezonsal olarak bu sayı 2.000'e kadar çıkıyor. Bu noktada ülkemiz adına iyi bir işgücü ve katma değer sağlıyoruz.





90
BİN m²

KAPALI ALANDA ÜRETİM

Dünyanın 110 ülkesine ürün ihraç ediyoruz ve ekonomimize katkıda bulunuyoruz. Türkiye ekonomik olarak zor zamanlardan geçtiğinde bile bizler marka olarak nasıl daha fazla işçi istihdam ederiz diye kafa yoruyoruz. Öte yandan Çin pazarıyla rekabet edebilen bir yapımız var. Rekabet piyasasında da adımımızdan sıkça söz ettiriyoruz. Eğer bir ürünü doğru fiyatlara imal edemiyorsanız, o üründe çok ısrarcı olmamanız gerekiyor. Kendimize has bir ürün programımız var ve bizler bu programa uyarak yolumuza devam ediyoruz.

2019'un ilk 9 ayını neredeyse geride bırakacağız. 2019 yılı Kumtel için nasıl geçiyor? Bir değerlendirme yapabilir misiniz?

Türkiye ekonomisinin ve dünya ülkelerinin yaşadığı tüm finansal sıkıntılara rağmen bir önceki yıla oranla büyüyüyoruz. 2019'u cirosal olarak iyi bir yerde kapatacağımızdan eminiz. Yılın 9'uncu ayında olmamıza rağmen hedeflerimizi yakaladığımızı ifade edebilirim. Yıl sonu itibarıyla Kumtel olarak iyi bir yılı tamamlamış olacağız. Bu yüzden memnunuz. Doğru işler ve

kampanyalar yapınca ve doğru noktalara eğilerek çalışınca işleri daha iyiye gittiğini görüyoruz. Bu geçmişte de böyleydi, şimdi de böyle. Bizler de tüm çalışmalarımızın karşılığını beklediğimiz gibi alıyoruz.

2020 ve sonrası için beklentileriniz ve hedefleriniz nelerdir?

2020'de ve önümüzdeki yıllarda Kumtel markasını bugün olduğu noktadan çok daha fazla ileriye taşımak için çalışmalarımızı şimdiden yapıyoruz. Gelecek nesillere daha güvenli bir şekilde hizmet vermek istiyoruz. Dolayısıyla altyapı çalışmalarımıza ağırlık veriyoruz. Ar-Ge çalışmalarımızı hızlandırdık. Yeni ürünleri piyasaya sürmek için çalışıyoruz. Yeni müşterilerimizin beklentilerine yanıt vermek ve yeni pazarlara açılmak istiyoruz. Müşteri memnuniyeti bizim

için en önemli nokta. Bu yüzden servis altyapısını güçlendiriyoruz ve eğitimler veriyoruz. Kumtel köklü bir marka ve müşterilerinin güveninin kesin olarak kazanmalıdır. Kazanılan bu güven de kalıcı olmalıdır. Bizler bu amaç doğrultusunda adımlar atıyoruz. Ürünümüzle birlikte markamız da insanların evlerine misafir oluyor. Bunun ne

4,5
MİLYON

YILLIK ÜRETİM ADEDİ



1700

ÇALIŞAN

kadar önemli olduğunun farkındayız. İlerleyen yıllarda servis altyapımızı, ürün kalitemizi ve ürün standartlarımızı daha da fazla iyileştireceğiz. Bu sayede önümüzdeki yıllarda daha güçlü bir marka olacağız.

Ar-Ge faaliyetlerinizi biraz detaylandırabilir miyiz? Kumtel'de kaç kişilik bir ekip var? Sahada kaç kişilik bir ekip var? Ar-Ge faaliyetleri nasıl ilerliyor? Ar-ge yatırımlarınızı da göz önüne alırsak, bu çalışmaların sonucunda ileriye yönelik ne gibi ürünler piyasaya sürülecek?

Firmamızın Ar-Ge departmanının çok güçlü ve tecrübeli mühendislerden oluştuğunu söyleyebilirim. Ürünlerin derinliği bilen, ürünlerin tasarım aşamasından tutun ürünün çıkışına kadar her detaya hâkim ekip arkadaşlarımız bulunuyor. 20 kişilik bir Ar-Ge ekibimiz bulunuyor ve bu sayı çalışma çerçevesinin yan dallarıyla beraber bazı dönemlerde artış gösteriyor. Ekibimiz farklı projeleri eş zamanlı olarak çalışabilen bir yapıya sahip. Ürün testlerini yapabildiğimiz, standartlarını ölçümleyebildiğimiz çok iyi bir laboratuvar ortamımızın olduğunu ifade edebilirim. Bununla sınırlı kalmayıp Türkiye'de ve dünyada piyasa sürülen ürünlerin de standartları hakkında bilgi alabiliyoruz. Öte yandan fabrikamızda ise 1500

ila 1700 arasında değişen bir personelimiz var. Sahada ise ihracat ve iş pazarı alanlarında uzman 100'e yakın çalışmamız mevcut. Bu ekipte farklı diller bilen ve her bölgeye ulaşabilen yetenekte arkadaşlarımız yer alıyor. Türkiye pazarında ise İstanbul, Ankara, İzmir, Kayseri ve Erzurum gibi şehirlerde aktif bir biçimde çalışıyoruz. İstanbul Beyoğlu'nda yer alan merkezi binamızda ise yönetiminiz yer alıyor.

Kumtel olarak IFA 2019'da yer aldınız. İşin ihracat ayağını da güçlendiren bu fuarı nasıl değerlendiriyorsunuz? Ayrıca ihracatta geleceğe yönelik hedefleriniz nelerdir?

IFA 2019 yeni bitti. Ekip arkadaşlarımızla henüz bir değerlendirme toplantısı yapamadık ama açılış anlamında iyi bir fuar geçirdiğimizi belirtebilirim. Bu yıl ilk defa 150 metrekare alanımızla yeni modellerimizi sergiledik. Özellikle ankastre gruplarında yeni modeller ve yeni yatırımlar yaptık. Bu ürünlerimizi IFA 2019'da görücüye çıkardık ve oldukça fazla ilgi gördük. Çok gösterişli bir standımız vardı. Dünyanın farklı coğrafyalarından gelen katılımcılar ile bir araya gelme fırsatı yakaladık. Başta ABD pazarı olmak üzere diğer dünya pazarların da yoğun ilgisi ile karşı karşıya kaldık. Ayrıca birçok ürün grubunda rekabetçi bir marka olduğumuzu bir kere daha tescilledik.

110

ÜLKEYE İHRACAT

Kumtel dijital dönüşüm noktasında ne gibi adımlar atıyor? Dijital dönüşüm trendlerini de göz önünde bulundurduğunuzda Kumtel ilerleyen yıllarda tüketicilere hangi ürünleri sunacak?

Dijital dönüşüm çerçevesinde birbirleriyle bağlantılı olan ürün grupları noktasında çalışmalar yapıyoruz. Stratejik olarak pek fazla detay vermek istemiyorum ama akıllı evlere entegre edilebilecek, uzaktan erişimi olan, Wi-Fi ile kontrol edilebilen ve nesnelerin interneti ile çalışabilen tüm ürün gruplarına yönelik çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Bugün tüm bu çalışmaları yapabileceğimiz bir altyapımızın olduğunu gururla dile getiriyorum. Dijitalleşme noktasında fiyat ve talep arasında bir denge kurmamız gerekiyor. Bizler de çalışmalarımızı bu kriter üzerinden ilerletiyoruz.

Zuchex 2019'u nasıl değerlendiriyorsunuz ve fuar sonunda ne gibi beklentileriniz var?

Zuchex 2019 her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen ve sektörümüz açısından en faal olan fuarlardan biri. Bu yıl 7'inci hall'de olmamız ise ekstra bir avantaj teşkil ediyor. Henüz fuar bitmedi ama açılışın hareketli olduğunu görüyoruz. Geçen yıla göre katılımcı sayısında artış var. Müşterilerimiz ve potansiyel müşterilerimiz standımıza gelerek bizleri ziyaret ediyor ve bizlerden bilgi alıyor. Her yıl olduğu gibi bu yıl da bizler açısından verimli geçiyor ve fuardan beklentilerimiz büyük. Bu ilgilinin işimize yansıtacağını da şimdiden görebiliyoruz.

Kumtel'i başka fuarlarda da görebilecek miyiz? Fuar programınız hakkında bilgi verir misiniz?

Bizi ilgilendiren hemen hemen her fuarda bizi göreceksiniz. Fuarları seviyoruz. Tüm fuarların faydalarını bugüne kadar gördük. Bundan sonra da bu tarz fuarlara da katılım göstereceğiz.

Biz sektörün dinamik bir firmasıyız. Türkiye ekonomisine ve Türkiye nüfusuna güveniyoruz. Dünyada birçok ülke Türk insanının neler yapacağını biliyor. Birçok ülkede Türk insanı ve Türk markalarıyla birlikte çalışma arzusu gün geçtikçe artıyor. Potansiyel olarak çok güçlü bir ülkeyiz. Bu yüzden doğru iş yapan, doğru ürünü doğru fiyata konumlandıran herkesin başarılı olacağına inanıyoruz. Biz de bunu yaptığımızı inanıyoruz. Şu anda da bunun meyvelerini de alıyoruz.



Kahve Kokusu

Ankara Coffee Festival, Bilkent Center'da düzenlendi

Dream Sales Machine tarafından bu yıl 4'üncüsü gerçekleştirilen Ankara Coffee Festival 27-29 Eylül 2019 tarihleri arasında Bilkent Center'da düzenlendi.

Ankara Coffee Festival, 4. yılında nitelikli kahvenin kaynaktan başlayan yolculuğunu kahvenin geçmişi ve günümüzün yeni nesil lezzetleri ile birlikte paylaştı. 27-29 Eylül tarihleri arasında 3 gün boyunca sürecektir festival, kahvenin yarattığı duygular ve yaşam alanları üzerine kurgulandı.

2019 yılında da Bilkent Center ana sponsorluğunda gerçekleştirilen Ankara Coffee Festival'in programında en sevilen coffee shop'lar, kendi evinin baristası olmak isteyenler için çeşitli workshop ve seminerler, farklı aktivite alanlarında yeni deneyimler ve sevilen müzisyenlerin konserleri yer aldı.

Kahve kokulu workshoplar, tadımlar, kahveli içecekler
Her yıl onlarca kahve profesyoneli kahveseverlerle buluşturan Ankara Coffee Festival, bu yıl da eğitici ve eğlenceli içeriklerle dolu birçok workshop ve seminer programına ev sahipliği yaptı. Kahve meraklıları için workshop alanında demleme teknikleri, duyu tadım, kahveli içecekler, kahve yemek eşleşmeleri başlıkları altında atölye çalışmaları yapılacak, seminer ve panellerde merak edilen konular katılımcılarla paylaşıldı.

Kahve ve müzik keyfi bir arada
Katılımcı markaların kendi alanlarında ziyaretçiler için hazırladığı çeşitli deneyimlerle zenginleşen Ankara Coffee Festival, üç gün boyunca kahveseverler

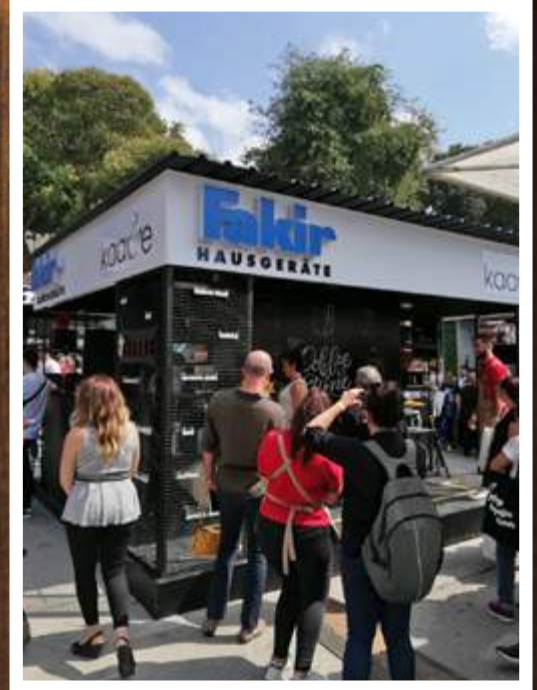


için bir oyun alanına dönüştü. Onlarca müzisyenin vereceği konserler ile Ankara Coffee Festival katılımcılara kahve ve müzik keyfini bir arada yaşatacak.

2018'de Mart ayında ilki gerçekleştirilen lifestyle kahve yarışması olan Barista Clash'in ikinci buluşması için başvurular da festival alanında toplandı.



Fakir Hausgeräte, İstanbul Coffee Festival'de büyük ilgi gördü



Fakir Hausgeräte, bu yıl 6.sı gerçekleştirilen ve Avrupa'nın en büyük kahve festivali unvanına sahip İstanbul Coffee Festival'de yerini aldı. 19-22 Eylül 2019 tarihlerinde Küçükçiftlik Park'ta düzenlenen festivalde kahve dükkânları, çekirdek kahve markaları, kahve makinesi üreticileri, kahve yanı

lezzetler ve tasarım ürünleri yer aldı.

Kaave Türk kahvesi makinesi ile kahve pazarında kendisine kalıcı bir yer edinen Fakir Hausgeräte, bu yıl İstanbul Coffee Festival'de hem evlere hem de HORECA sektörüne hitap eden Türk kahvesi makinesi Kaave Dual Pro ve tekli, su

hazneli yeni Türk kahvesi makinesi Kaave Uno Pro ile misafirlerini ağırladı. Stantta Aroma Master, Aroma Solo, Coffee Rest, Babila gibi üstün teknoloji kahve makinelerinin yanı sıra Milky Art süt köpürtme makinesi, Aroma Signature ve Kaave Dual Grinda gibi kahve öğütme makineleri de yerini aldı.

Arzum Brew'n Take ile eşsiz kahve deneyimi

Arzum Brew'N Take kişisel filtre kahve makinesi, kahvenizi direkt paslanmaz çelik termos bardağınıza dolduruyor ve her an her yere taşımanıza kolaylık sağlıyor.

Arzum; okulda, ofiste, yolculuklarda, yürüyüşlerde, pikniklerde kahve keyfinize ortak oluyor. Artık canınız nerede isterse orada kahvenizi yudumlayabilirsiniz! Arzum Brew'N Take kişisel filtre kahve makinesi, 410 ml. kapasiteli paslanmaz çelik termos bardağıyla kahvenizi yanınızda taşımanıza olanak sağlıyor. Direkt olarak termos bardağa servis edilebilen filtre kahve, 3 saate kadar sıcaklığını koruyor. Kompakt tasarımıyla mutfaklarda daha az yer kaplayan kişisel filtre kahve makinesi, kolay çıkarılabilir ve yıkanabilir filtresi ile pratik bir kullanım sağlıyor.



Kahve Kokusu

6. İstanbul Coffee Festivali'ne kahveseverlerden yoğun ilgi

Avrupa'nın en büyük 2'inci kahve festivali olan İstanbul Coffee Festival, 19-22 Eylül 2019 tarihleri arasında Axess ana sponsorluğunda KüçükÇiftlik Park'ta düzenlendi. Etkinlik boyunca binlerce kahvesever çeşitli panellere, söyleşilere ve atölye çalışmalarına katılma imkânı yakaladı. Ayrıca festival boyunca verilen konserler ile birlikte ziyaretçiler oldukça keyifli anlar yaşadı.

Nitelikli kahvenin kaynaktan başlayan yolculuğunu, kahvenin geçmişi ve günümüzün yeni lezzetlerini paylaşan İstanbul Coffee Festival bu yıl 6'ıncı defa kahveseverleri ağırladı. 4 gün süren festivalde lokal kahve dükkanlarının yanı sıra dünyanın önde gelen kahve şirketleri de yer aldı.

Atölyeler, paneller ve konserler

Festivalin ilk gününde kahveseverler Spada Coffee ile Cupping, Null Coffee Roasters ile Kahve ve Yiyecek Eşleşmeleri, Koray Erdoğan-Coffee Manifesto ile Cezve/İbrik Şampiyonundan Teknikler, Deal Coffee Co ile Nitro Cold Brew, Caffeine Coffee Roasters ile Kavrma Teknikleri ve Blending, Del Fiano ve İdil Yazar ile Bean to Bar Çikolata Yapımı atölye çalışmalarına katılma fırsatı yakaladı. Ayrıca katılımcılar Peru-Guatemala-Kolombiya Kahve Orijinleri ve Ticaret, Tuğba Munzur ile Dünyada Yükselen Meslek: Baristalık, Filippo Francini ve Barış Somer ile Espresso Makinesinde İnovasyon ve Etkileri panellerine ve Ekho, Elçin Orçun, The Away Days, Derin Sarıyer, In Hoodies ve Mirkelam konserlerine katılma imkânı buldu.



Hız kesmeden devam

Festivalin 2'inci gününde ise 20 Eylül programında Meet Lab Coffee ile Espresso ve Espresso Bazlı Kahveler, Probador Colectiva ve Cafe Imports ile Cupping, Pınar Latte Art Barista Süt ile Kahve Süt Uyumu, Escobarista ile İçindeki Baristayı Dışarı Çıkar, MOC ile Espresso Bazlı Kahveler, Oğul Türkan ile Gurme Kahve Tadımı atölye çalışmaları, George Delichristos ile Finca Deborah'a Yolculuk paneli ve Ezgi Aktan, Zeytin, Derin Sarıyer, Burak Bey, Fikri Karayel ve Vega konserleri yer aldı.



Renkli anlar yaşandı

Festivalin son gününde ise Basilur Tea ile Doğal Bitki Çayları, Voicevale ile Cupping, Essensolab ile Kendi Evinin Baristası Ol, Kronotrop ile Pek Cool Olmayan Demleme Yöntemi: Türk Kahvesi, Dilara Koçak ile Starbucks Mutfaktan atölye çalışmaları, Nora Smahelova, Ayşin Aydoğdu ve Aslı Yaman ile Fark Yaratın Kadınlar, Edgard Bressani ile Yeni Bir Brezilya: Nitelikli Kahvenin Ülkesi panelleri ve Elçin Orçun, Burak Bey, Vera, Beaten Fame, Ege Çubukçu ve Baba Zula konserleri gerçekleştirildi. Yoğun katılımın olduğu etkinlik renkli anlara sahne oldu.



UNO PRO
kaave
Türk Kahvesi Makinesi

Keyfi gelenekten
TEKNOLOJİSİ GELECEKTEN

Alıştığımız cezve lezzeti; Fakir'in üstün teknolojisiyle gelişti, kolaylaştı ve güzelleşti.



Tek tuşla
kolay kontrol



Çalışma
esnasında
aydınlatmalı
pişirme yuvası



Işıklı uyarı
sistemi /
Sesli uyarı
sistemi



Kolay
temizlenebilir
cezve



Kablo saklama
yuvası

S-M-L Fincan boyutunu ayarlama
Su haznesinden
otomatik su alma

LUMINASENSE
TECHNOLOGY

Köpüğün yükselmesini algılayan ve
taşmayı önleyen "Luminasense" teknolojisi

TEK SEFERDE





Gürol Şengel
Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri
Bilgi İşlem Müdürü

“Perakende Digital”, yoluna emin adımlarla devam ediyor

Pozitera, sunduğu Perakende Digital yazılımı ile müşterilerinin eş zamanlı sahayı izleyebilmesini ve toplanan verileri analiz edebilmesini mümkün hale getirirken satış stratejilerini kolaylaşturmaya devam ediyor. Dağıtım Kanalı Dergisi olarak Pozitera Perakende Geliştirme Hizmetleri Bilgi Teknolojileri Müdürü Gürol Şengel ile bir araya geldik. Birçok noktada müşterilerine destek verdiklerini ifade eden Şengel, beşinci versiyonu yayınlanan Perakende Digital hakkında da bilgiler verdi.

Bizlere Pozitera'yı anlatabilir misiniz? Kısaca kuruluşundan, hizmet alanlarından, yapılanmasından bahsedebilir misiniz?

Pozitera, kurulduğu 2007 yılından bu yana perakende geliştirme alanında hizmet veriyor. Markaların ürünlerinin tüketiciye sunulduğu mağazalarda çok daha hızlı satılması için stratejiler geliştiren bir şirket olarak çalışıyoruz. Türkiye'nin 81 ilinde ve yoğun ilçelerinde aktif bir biçimde rol oynuyoruz. Hem organize perakende mağazalarında hem de geleneksel kanal diye nitelendirdiğimiz 6.500'e yakın mağazada perakendenin argümanlarını kullanarak ürünlerin reyonda bekleme sürelerini kısaltmaya çalışıyoruz.

Nasıl bir hizmet skalanız ya da ürün portföyünüz var? Detaylandırır mısınız?

Verdiğimiz hizmeti tüketiciyi merkeze alan, onun ihtiyaçlarının belirlenmesi ve

hizmet sonrasında mutlu ve sadık tüketicimiz olarak, bizi iyi duygularla hatırlamasını sağlamak felsefemizle anlatmaya başlıyoruz. Ürünlerin üretim aşamasından mağazalarda sergilenme şekillerine, faydalarının anlatılma şeklinden lojistik ve satış sonrası süreçlerine, rekabet edebilme stratejilerine kadar birçok parametrenin içinde olduğu detaylı planlamalarla hem üretici firmaların, hem perakendecilerin hayatını kolaylaştırırken daha hızlı satılan ürünler sayesinde de verimliliği arttırmaya çalışmak ana hatlarıyla işimizin tanımını oluşturuyor.

Pozitera kuruluşundan bu yana tek bir alanda uzmanlaşmaya çalışan bir şirket. Birçok yerel ve global marka, birbirinden ayrılması gittikçe zorlaşan ve her geçen gün artan ürün çeşitliliği, yüksek rekabet koşulları ve hepimizin malumu değişken ekonomik koşullar perakendeyi derinleşmiş ve kaliteli verilerle, geçmiş yıllar kıyaslamalarıyla ve tüketici davranışlarındaki eğilimleri hesaplayarak yakın takip edilmesi

gereken bir alan olarak tutuyor. Biz de perakendeye hizmet edecek ve hızlandıracak stratejiler geliştirmek üzere elbette sektöre bakış açılarımızı sunarken beraberinde bu bakış açılarını hayata geçirmeyi kolaylaştıracak ürünler ya da servisler geliştiriyoruz. Bunların başında Perakende Digital ve Perakende Akademi geliyor elbette.

Bahsettiğim üzere, doğru, derinleşmiş, güncel ve kaliteli verilere eş zamanlı sahip olabilmek, kıyaslamalar için geçmiş 12 yıla bakabilmek Perakende Digital ile mümkün. Bu sebeplerle Perakende Digital 'i kendi içimizde Pozitera'nın alamet-i farikası diye tanımlıyoruz. Bunun yanında tüketicilerle temas eden her seviyeden iş ortağımız ya da çalışma arkadaşımızın hem ürünlerimiz hakkında bilgi düzeylerini hem de hizmet verme standardını arttırmak üzere

perakende
digital



kurduğumuz Perakende Akademi de sürekliliği olan eğitim faaliyetleri ile toplam kalite anlayışımızı ortaya koymaya çalıştığımız bir yaklaşımdır.

Sadece beyaz eşya veya küçük ev aletlerine yönelik mi hizmet veriyorsunuz? Başka sektörlerden yazılımınızı kullanan firmalar var mı?

Sadece dayanıklı tüketim sektörüyle faaliyetimizi sınırlandırmıyoruz. Perakende satışa sunulan her ürün grubu bizim için potansiyel bir gelişme ve geliştirme alanı oluşturuyor. Dayanıklı tüketim sektörüyle birlikte Hızlı Tüketim Gıda Sektörü, Tüketici Elektronik, Aydınlatma ve hatta İnşaat sektöründen dahi hizmet verdiğimiz üreticiler ve büyük dağıtıcılar var.

2007 yılında kurulduğumuzda sahada çalışanların nerede olduğu, satışlar veya rakip aksiyonları gibi bazı dengelerin takip aşamasında çok eski yöntemlerin kullanıldığını görüyorduk. Arkadaşlar bir forma bilgileri dolduruyorlar ve merkeze fakslıyorlardı. Bu süreçte satışları ve teşhir uygulamalarını takip edebilen bazı uygulamalar piyasaya sunuldu. Ancak bu uygulamalar biz ve müşterilerimiz için oldukça faydalı bir teknoloji geçişini temsil etse de markanın ihtiyaçlarına göre kişiselleştirilmesi ya mümkün olmuyor ya da çok uzun zaman planları söz konusu oluyordu. Bizlerin kendi yazılımımızı geliştirmemiz gerektiği fikri de o dönemlerde filizlenmeye başladı. Böylece mevcut yazılımlarımızın ilk versiyonlarını hazırlamaya

başladık. Pozitera'nın verdiği hizmeti ya da yarattığı katma değeri eş zamanlı anlatabilmek için hazırlanan ve bugüne kadar geliştirilen yazılımımız geldiğimiz noktada perakende ölçümleme aracı olarak da kullanılan bir sistem olmuş durumda.

Sadece hizmet verdiğimiz üreticilerin kullandığı ve kendi sektörlerine ait bilgilere tüm detaylarıyla ulaşabildikleri özel bir versiyonumuz var ve bu versiyonu pazarlamaktan kaçınıyoruz. Zira Perakende Digital'in asıl ortaya çıkış amacı Pozitera'yı iş ortağı olarak tercih etmenin sağladığı, ücretsiz sunulan bir platformun katma değer olarak kabul edilmesi ve bizim de kendi alanımızda rekabet ettiğimiz kurumlardan ayrılmamızı sağlamasıydı. Bu beklentimizi üst seviyede karşıladığını da söyleyebilirim.

Elbette bizim sistemimize ilgi duyan ve bizimle perakende stratejilerini geliştirmek üzere işbirliği yapmayı kendi operasyonlarını Perakende Digital ile takip etmek isteyen farklı sektörlerden birçok iş ortağımız da mevcut.

Yazılımınızı kullanan markalara ne gibi avantajlar sağlıyorsunuz? Markalar ne tip bilgiler alabiliyorlar? Mevcut stratejilerine ne gibi katkı sağlıyorsunuz?

Bugün şirketimizde yöneticilik yapan, şirketin kurucu ortakları dahil tüm yönetim kadromuz mağazacılık sektörü deneyimli olduğu için eksik ya da iyileştirilmesi gereken noktaları belirlemek

ve yazılımımızı üzerine kurgulayacağımız temeli oluşturmak çok zor olmadı.

Her markanın ürünü malumunuz farklı hedef kitlelere, belirli stratejiler oluşturularak üretiliyor ve sonrasındaki perakende planı da elbette kaynağını bu noktalardan alıyor. Bu nedenle temel modüllerimiz dışında servis sunduğumuz markanın özel ihtiyaçları göz önünde bulundurularak ortaya çıkan modüller de sistemi zenginleştiriyor.

Ana hatlarıyla piyasaya sunduğunuz ürününüz mağazalarda nasıl sergileniyor, her mağaza için stok seviyeleri neler, sipariş süreçleri ve tedarik zinciri talepleri nasıl oluşuyor, rakipleriniz mağazalarda ne tip aksiyonlar alıyorlar, ürününüzün fiyatı rekabet ettiği alan için nasıl konumlanıyor, yaptığınız çalışmalar satışlarınıza nasıl etki ediyor, mağazalar ürününüzle ilgili nasıl yorumlar yapıyor, tüketici beklentilerinin bölgesel olarak karşılanma oranları hangi seviyede gibi ve bunlarla sınırlı olmamak üzere her tür bilgiyi sahadaki çalışanlarımız üzerinden eş zamanlı elde edebiliyor iş ortaklarımız. Bunlara iş ortaklarımızın sahip olmak istedikleri ek bilgileri de ekleyince aslında perakendenin derinliğiyle tarif edilebilecek sınırlarını müşterilerimize bıraktığımız bir veri dünyası sunuyoruz.

Şu anda kaç firmaya destek veriyorsunuz?

Anlaşmalı olduğumuz ulusal ve uluslar arası ölçekte 20'ye yakın müşterimiz yazılımımızı tüm modülleriyle aktif bir biçimde kullanıyor. Bununla birlikte biraz önce kısaca bahsettiğimiz, perakende süreçlerine dahil olmadığımız ve kendi operasyonlarına özel kişiselleştirilmiş modüller kullanan birçok firmaya destek veriyoruz.

Sisteminize ilerleyen yıllarda ne gibi yenilikler katacaksınız? Müşterilerinizi bekleyen yenilikler nelerdir?

Kurumsal politikalarımızdan dolayı anlatamayacağımız bazı noktalar var. Dijitalleşme tüm sektörü etkiliyor. Yurt dışında kasiyersiz mağazaların olduğunu görüyoruz. Bu konuda sistemden bağımsız çalışmalarımız var. Pozitera olarak hep müşterilerimizin anlık olarak tüm detayları görmesinin yanı sıra kendileri için servis veren Pozitera çalışanları ile olan ilişkilerinin de geliştirilmesine katkıda bulunmayı amaçladık. Konforlarını göz önünde bulundurarak yenilikler gerçekleştiriyoruz. Sadece ürün kaydı girmiyoruz, bunun yanında insan kaynaklarımız ve muhasebemizle olan iletişimlerini de sistem üzerinden hızlıca sağlıyoruz. Örneğin bir çalışanımız mağazaya gidip GPS'le konum aldığı anda, insan kaynaklarımız için oluşturulmuş modülle etkileşen sistem, çalışanın puantajına çalışma günü olarak işlenmiş oluyor. Çalışma zamanı, çalışanların izin talepleri, izinlerin takibi, bordrolarını görüp online olarak imzalayabilmeleri yakın geçmişte ortaya çıkardığımız yeniliklerin bazıları.

Dünya yıllardır birbiriyle konuşan cihazları geliştirmeye odaklanmış durumda, nesnelerin



interneti kavramı yavaş yavaş hepimizin hayatına dokunmaya başladı. 2020 ve sonraki yıllarda perakende süreçlerinde yer aldığımız ürünlerle etkileşimi sürdüren bir Perakende Digital üzerinde çalışmalar öngörüyoruz. Satış sonrası tüketici mutluluğunu takip edebilmeyi ve olası destek ihtiyaçlarını hızlı çözerek sadakat duygusunu pekiştirmeye de fayda sağlayacak çözümler, konuşmaya başladıklarımızdan bazıları. Bununla birlikte tüketici kullanım alışkanlıkları ölçümlenmeleri gelecekte en önemli pazarlama argümanlarından biri olmaya devam edecek, buraya da bir şekilde dokunabilecek altyapı fikirlerini tartışmaya başladık.

Perakende Akademi'den bahsedermisiniz? Nasıl bir çalışma yapılıyor? Nasıl bir süreç işliyor?

Perakende mağazacılık alanında hızlı bir çalışan sirkülasyonu ve temelinde bu tespitin de olduğuna inandığımız yetişmiş ve donanımlı çalışan sayısında günden güne azarak devam eden bir durum söz konusu.

Perakende Akademi tam da bu tespite çözüm arayışı olmak amacıyla kuruldu. Hem kendi insan kaynağımızı daha donanımlı hale getirmek, mağazacılık argümanları ve satış kolaylaştırıcı eğitimlerle donatmak, hem de mağazacılık sektörü çalışanlarının hizmet verdiğimiz markaların ürünleri için bilgi ve sunum seviyesini yükseltmek amacıyla oluşturulmuş bir yapı. Bu yapıya önemli yatırımlar yapmaya başladık, ulusal ve uluslar arası önemli danışmanlarla geliştirdiğimiz programlar hazırlanıyor, üyesi olduğumuz derneklerle birlikte planlanan sektörü de etkileyecek çalışmaların içinde aktif üstlendiğimiz görevler oluşmaya başladı. Perakende Akademi'nin temel vizyonu "mağazacılık bir meslektir ve bu mesleği iyi yapanların yaşam standartlarını ve hayat kalitelerini yükseğe taşımaları kolaylaşacaktır." şeklinde tarif ettiğimiz ve sahiplendiğimiz bir felsefe ve bu felsefeyi sahiplenmek isteyenlere yol gösterici bir rol üstlenmeye çalıştığımızı söyleyebilirim.

Büyük veri, yapay zekâ gibi kavramlar dijital dünyanın trendleri arasında yer alıyor. Siz bu anlamda ne tür adımlar atacaksınız?

Bizler aslında halihazırda dijital bir markayız. Kurduğumuz günden bugüne servislerimizden faydalanan tüm marka sahipleri ve yöneticilerinin faaliyetimizi şeffaf olarak izleyebilmesine olanak sağlamak üzere çaba sarf ediyoruz. Bu şeffaflık bazı zamanlarda sizin zaafınızı da kolay erişilir hale getirir dahi inşa etmek istediğimiz asıl unsur olan güvene dayalı ilişkiyi pekiştireceğine inandık. Bu yolda "dijitalleşme" bizim en önemli argümanımız ve en büyük yatırım alanımız oldu. Sistemimizi yıllardır büyük veri konusunda optimize etmek için uğraş gösteriyoruz. 12 yıllık ve birçok farklı başlıkta ve her saniye büyüyen bir veriyi hali hazırda işleyen bir yapıya sahip olduğumuz düşünüldüğünde bir ölçüde büyük veri kavramına aşinayız. Bu noktada sistemimize, sektörümüze ve müşterilerimize ne gibi yenilikler getirebiliriz



diye sürekli düşünüyor ve kafa yoruyoruz. Her yıl neredeyse yeni bir versiyon ile müşterilerimizin karşısına çıkıyoruz. Büyük veriyi analiz edip, kullanılabilir ve kolay ulaşılabilir veri haline getirmek, başlangıç noktasından kopmadan mümkün olan en derin analizlere kadar sorunuzun cevabını detaylandırabilmek anlamlı bir mühendislik ve hayatımızın bundan sonrasında yazılım dünyasının hep gündeminde olacağına inanıyorum.

Nasıl bir güvenlik ağı var? Müşterileri nasıl koruyorsunuz?

Güvenlik anlamında dünyada belli başlı kabul görmüş standartlar var. Güvenlik Duvarı, Atak koruma, Saldırı Tespit vb, biz ilk versiyonumuzdan beri bu standartlarla sistemimize yapılan saldırıların önüne geçmeye çalışıyoruz. Asıl veriyi tuttuğumuz sunucuları en küçük ataklarda, kendini güvenceye alacak şekilde çalıştırmak üzerine kurgulanmış acil eylem planlarımız var. Aynı zamanda performansı da düşürmememiz gerekliliği performans – güvenlik dengesini yönetmek için büyük yatırım ve çaba harcamamıza neden olsa da bakış açımız her zaman her iki konudan da taviz vermemek yönünde oldu. Bu anlamda bizler sunucularımızı Türkiye'nin önde gelen data merkezlerinde tutuyoruz. Söz konusu data merkezleri ne kadar büyük ve kurumsal yapılar olsa da müşterilerimizin verilerine erişimlerini kısıtlıyoruz ve bu alanda hiçbir taviz ya da istisna olmadan sözleşmelerimizi yapıyoruz. Bununla birlikte uygulamalarımız ve web uygulamalarımız için geliştirdiğimiz kendi güvenlik modüllerimiz var, web bağlantıları için de güvenli bağlantı protokolleri kullanıyoruz. Söz konusu protokolle gönderilen ve alınan her veri şifrelenerek sunucuya iletiliyor ve alınıyor. Bizler dijital dönüşümün yenilikleriyle güvenlik önlemlerimizi de mevcut teknolojiye ve imkanlara uygun olarak güncel tutuyoruz.

Müşterilerinizin Perakende Digital'e bakış açısı nasıl? Anlatır mısınız?

Perakende Digital müşterilerimizden aldığımız geri

dönüşler sayesinde bugün platform diyebileceğimiz bir sistematığe dönüştü. İlk versiyonumuzu hazırladığımızda büyük bir etki yarattı ve bu etkiyle birlikte hızlı bir gelişim gösterdik. Müşterilerimiz yazılımımızda kendilerinin de emeklerinin olmasının etkisiyle ürünü bizden daha çok sahipleniyor diyebilirim. Birçok müşterimizin üst düzey yöneticilerinin masalarında sadece sistemdeki veri akışını izlemek üzere 2. ekranların olduğunu görmek gurur verici elbette.

Yapay zekaya yönelik çalışmalarınız olacak mı?

Yapay zeka dijital dünyanın içerisinde hep vardı. Çok küçük de olsa vardı. İnternet siteleri belli bir yapay zeka ile çalışır. Dolayısıyla uygulamanın içeriğini ne kadar arttırırsanız yapay zekayı da o kadar arttırmış olursunuz. Tabi ki satranç oynayan robot bambaşka bir olay. Kasiyersiz mağaza senaryoları gündemde. Bizlerin de bu konuda hazırlıkları sürüyor. Yapay zeka bizim işimizi hızlandırdığı ve kolaylaştırdığı ölçüde fayda sağlayacaktır. Yapay zekayı 2020 ve 2021 yılları arasında bu yönde düşüneceğiz. Öte yandan diğer ihtiyaçlarımızı da bize zaman gösterecek.

Sisteminiz müşterilerinizin sahip olduğu yazılımlara nasıl entegre oluyor?

Yapay zekaya yönelik çalışmalarınız olacak mı? Yapay zeka dijital dünyanın içerisinde hep var olan bir kavramdı bence, baştan beri çok küçük de olsa bununla ilgili çalışmalar vardı. Artık internet sitelerinde, uygulamalarda bile belli ölçüde tahmin etme, olasılıklar ve algoritmaların zenginliğiyle söz konusu olmaya başladı. Tabi ki satranç oynayan robot kendi olasılık ve algoritmasını öğrenerek genişleten sistemler bambaşka bir tartışma konusu, Kasiyersiz mağaza senaryoları gündemde. Bizlerin de bu konuda hazırlıkları sürüyor. Yapay zeka bizim işimizi hızlandırdığı ve kolaylaştırdığı ölçüde fayda sağlayacaktır. Yapay zekayı 2020 ve 2021 yılları arasında bu yönde düşüneceğiz. Öte yandan diğer ihtiyaçlarımızı da bize zaman gösterecek.

Arçelik Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Endüstri Lideri olarak seçildi

Sürdürülebilirlik alanındaki başarılarına bir yenisini ekleyen Arçelik, bu yıl Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'nde Dayanıklı Ev Aletleri Kategorisi'nde "Endüstri Lideri" oldu. Arçelik, 2017 yılından bu yana Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi'ne (DJSI) üst üste giren tek Türk sanayi şirketi konumunda bulunuyor. Sürdürülebilirlik konusunda en önemli platformlardan biri olan DJSI'da dünyanın en büyük şirketleri yönetimden finansmana tedarik zincirinden şeffaflığına insan haklarından iklim değişikliği ile mücadeleye çeşitli başlıklardaki performansı ile değerlendiriliyor. Dow Jones Sürdürülebilirlik Endeksi, uluslararası yatırım uzmanlığı kuruluşu RobecoSam tarafından belirleniyor.

Bu yıl 6-11 Eylül tarihleri arasında düzenlenen Berlin'deki tüketici elektroniği fuarı IFA'nın 4 ana konuşmacısından biri olan Arçelik CEO'su



Hakan Bulgurlu sektör liderleri ve uluslararası basına hitaben yaptığı konuşmada şirketin

sürdürülebilirlik vizyonu ve bu kapsamda geliştirdikleri teknolojileri aktardı.

AGİD, IstanbulLight ve Tohum Otizm Vakfı'ndan sosyal sorumluluk kampanyası



AĞİD, IstanbulLight ve Tohum Otizm Vakfı sosyal sorumluluk iş birliği ile, başta aydınlatma olmak üzere elektrikli ve elektronik atıklar geri dönüşüme sokularak hem çevre ve insan sağlığını koruyacak hem de otizmliler çocukların eğitimlerine katkı sağlanacak.

Teknoloji hızla geliyor ve beraberinde elektrikli ve elektronik atıklar da aynı hızla çoğalıyor. Çözüm ise bünyesinde altın, demir, bakır, alüminyum gibi değerli elementler ile çevreye ve insan sağlığına zararlı olabilecek cıva gibi pek çok maddeyi içeren atıkları geri dönüşüme sokarak yeniden kazanmaktan geçiyor. 18-21 Eylül 2019 tarihlerinde İstanbul Fuar Merkezi'nde yapılan IstanbulLight, 12. Uluslararası Aydınlatma & Elektrik Malzemeleri Fuarı ve Kongresi,



AGİD - Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği ve Tohum Otizm Vakfı ile birlikte başta aydınlatma olmak üzere elektrikli ve elektronik atıkların geri dönüşümü konusunda bilinç yaratmak ve insanları harekete geçirmek üzere harekete geçti.

Otizmin farkındayız geri dönüşümle yanındayız

Derneklerinin elektrikli ve elektronik eşyaların atık yönetimi konusunda Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş bir kuruluş olduğunu belirten AGİD Yönetim Kurulu Başkanı

Fahir Gök, bu misyon doğrultusunda aydınlatma ile elektrikli ve elektronik atıkların geri dönüştürülmesi konusunda sosyal sorumluluk kampanyaları gerçekleştirdiklerini belirtti. Gök, "Floresan lambalar, küçük ev aletleri, kişisel bakım cihazları gibi pek çok elektronik cihaz doğru ve sistemli bir şekilde toplanmayarak doğaya bırakıldığında içlerinde bulunan tehlikeli maddeler suya, havaya ve toprağa karışıyor. Bu durum çevre ve insan sağlığı için risk oluşturuyor. Bu atıkları geri dönüştürerek çevreyi ve insan sağlığını koruduğumuz gibi, içlerinde yer alan değerli elementleri kurtararak ekonomimize yeniden kazandırmış oluyoruz. AGİD olarak destekçisi olduğumuz IstanbulLight Fuarı ile bu misyona hizmet ederken 'Otizmin Farkındayız Geri Dönüşümle Yanındayız' sosyal sorumluluk kampanyası ile Tohum Otizm Vakfı'na da destek vermenin mutluluğunu yaşıyoruz." dedi.

arzum OKKA

OKKA'LI
BİR TÜRK KAHVESİ DENEYİMİ,
AFİYET OLSUN!

arzum
OKKA
GRANDIO



arzum
OKKA
MINIO DUO



arzum
OKKA



arzum
OKKA
MINIO



arzum
OKKA
STANGOURMET

arzum
OKKA
MINIO PRO



Fakir, Metropol AVM'de yeni mağazasını açtı

Fakir Hausgeräte, mağazalar zincirine bir yenisini daha ekledi.

Türkiye'de 7000'in üzerinde mağaza ile hizmet veren Fakir Hausgeräte, Ataşehir Metropol AVM'de açılan yeni mağazasıyla son teknoloji ürünlerini geniş kitlelere ulaştırıp hayatı kolaylaştırmaya devam ediyor.

Fakir Hausgeräte, Metropol AVM'de açılan yeni mağazasında; elektrikli süpürgelerden mutfak grubu küçük ev aletlerine, akıllı pişiricilerden ev temizliği ürünlerine, ısıtıcılardan ütülere, hava temizleyicilerden nem alma cihazlarına ve sıcak içecek hazırlama gurubundan kişisel bakıma kadar tüm ürünlerini Anadolu Yakası sakinleriyle buluşturuyor.



iRobot Türkiye'de liderliği hedefliyor

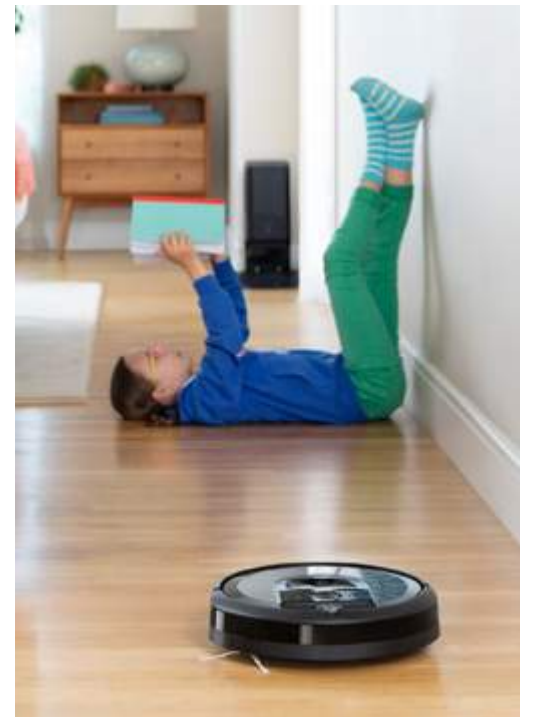


iRobot, Türkiye'ye gelişinin ardından ilk lansmanını gerçekleştirdi. Etkinlikte iRobot dünyadaki faaliyetlerini, yeni ürünlerini ve Türkiye pazarındaki hedeflerini katılımcılarla paylaştı. Kendi toz haznesini kendi temizleyen yeni robot süpürge Roomba i7+, Roomba s9+ ve akıllı haritalama sistemine sahip robot paspası Braava jet® m6'yı tanıttı.

25 yılı aşkın robotik uzmanlığı ve sürekli yenilenen inovatif teknolojileri ile **iRobot**, 19 Eylül 2019 tarihinde Raffles İstanbul'da düzenlediği basın toplantısında Türkiye lansmanını gerçekleştirdi.

iRobot EMEA Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Jean-Jacques Blanc, iRobot'un EMEA Ürün Müdürü Antoine Garcia ve iRobot Türkiye Ülke Müdürü Murat Köse'nin katıldığı toplantıda iRobot'un dünyadaki faaliyetleri, Türkiye pazarındaki hedefleri ve yeni ürünleri tanıtıldı.

iRobot'un yeni ürünü **Roomba® i7+** dünyanın en eski ve saygın tasarım yarışmalarından biri olarak kabul gören IF Design Award'ta "Design Excellence/Tasarımda Mükemmellik" ödülünü kazandı. Robot süpürge pazarının lideri iRobot, IF Design Award'ta robot süpürge kategorisinde



2014 yılında Roomba® 800 ve 2013 yılında Roomba® 780 ile ödüle layık görülmüştü.



**Teknoloji, rahatlık ve performans
30 gün koşulsuz iade garantisiyle
Hoover kurutma makinelerinde.**

Hoover'in rakipsiz maksimum kapasitesi, üstün teknolojisi, eşsiz performansı ve konforu iyi hissettirir.

Kampanya, 1 Eylül - 30 Kasım 2019 tarihleri arasında, kampanyaya katılan Hoover yetkili satış noktalarından alınan Hoover kurutma makinelerinde geçerlidir. Kampanyadan yararlanmak isteyen tüketici, fatura tarihinden itibaren 30 gün içerisinde fatura aslı ile birlikte, ürünü satın aldığı Hoover yetkili satış noktasına başvurmalıdır. Hoover yetkili servis noktasının, tüketici hatasından kaynaklandığını tespit ettiği hasarlı ürünler, kampanya kapsamına dahil değildir. Kampanya, başka bir kampanya ile birleştirilemez.

444 0 398 hoover.com.tr HooverTurkiye HooverTurkiye hoover_turkiye hooverturkiye

Arçelik ve Beko bayileri Düzce'de Teknoloji Sınıfı kurdu

Düzce Valiliği ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü'nün yürüttüğü "Düzce Kodluyor" projesi kapsamında Arçelik ve Beko bayilerinin desteğiyle Hürriyet Ortaokulu'na yeni bir teknoloji sınıfı kuruldu. Düzce'deki Arçelik ve Beko bayilerinden, her beyaz eşya ve TV alışverişi karşılığında 10 TL bağış ayrılarak kurulan 21 kişilik bir teknoloji sınıfında, öğrenciler kodlama öğrenebilecek, fikirlerini tasarım ve prototipe dönüştürebilecek.

Düzce'deki Arçelik ve Beko bayilerinden yapılan her beyaz eşya ve TV alışverişi karşılığında 10 TL bağış toplayarak Hürriyet Ortaokulu'na 21 kişilik bir Teknoloji Sınıfı kuruldu. Sınıfta, 21 adet bilgisayar, 21 adet açık kaynaklı robotik kodlama platformu Arduino ve Mblock seti ile 1 adet 3 boyutlu yazıcı bulunuyor. Öğrenciler sınıfta robotik kodlama öğrenebilecek, hayallerindeki fikirlerin tasarım ve prototipini geliştirebilecekler. Teknoloji sınıfında yılda 512 öğrencinin eğitim görmesi bekleniyor.



Chatbotlar, perakende sektörünü değiştirecek



Yapay zeka uygulamaları arasında yer alan ve pek çok sektörde sıkça tercih edilen chatbotların da sektörde önemli bir değişimin öncüsü olması bekleniyor. Juniper'in perakende sektöründe yapay zeka etkisini araştırdığı raporda chatbotların perakende sektöründe 2023'e kadar 122 milyar dolarlık bir gelir sağlayabileceği öngörülmüş. Raporda ayrıca perakende sektöründe 2019 yılında 7 milyar

dolarlık tasarruf sağlayan chatbot'ların ilerleyen dönemlerde müşterilere cevap verme konusunda daha gelişerek bu oranı 2023 yılında 439 milyar dolara çıkarabileceği de aktarılıyor.

Yapay zeka uygulamalarıyla daha otomatik iş süreçleri mümkün

Perakende sektöründe yapay zeka uygulamalarının ve chatbotların perakendecilere; envanter ve

tedarik planlamasını daha iyi anlama, fiziksel konum yönetimi ve teslimat takibi için daha operasyonel çalışma, müşteriye özel taleplerin tahmin ve analizini kolayca yapabilme, müşteri desteğini kişiselleştirebilme ve kasiyersiz ödeme işlemleri yapabileme gibi pek çok avantaj sunabileceği tahmin ediliyor.

Simfer ile Az enerji, çok ısı



3D Isıtma
Teknolojisi



**Bağımsız
Çalışabilen
Buhar Özelliği**



Turbo Fan



**Devrilme
Emniyeti**

simfer

Silverline'dan yapay zekâ özellikli buzdolabı

Dört kapılı gardrop tipi Silverline R12051B01 buzdolabı siyah cam kapakları ile elegan bir tasarım sergilerken yapay zekâ özelliği ile teknolojinin sunduğu kolaylıkları mutfağında kullanmak isteyenlerin tercihi oluyor.

Yapay zekâ özelliği ile bulunduğu ortam ısısını algılayarak ortama göre ayarını kendi yapan R12051B01 buzdolabı, manuel ısı kontrolünü ortadan kaldırıyor. Sterilizasyon özelliğine sahip mavi led aydınlatma özelliği, meyve ve sebzeleri ideal dalga boyuna sahip bir ışıkla aydınlatarak ve doğadaymış gibi fotosentez yapmalarını sağlıyor. Tat ve aromaları korunan gıdalar daha uzun süre taze kalıyor ve C vitamini miktarlarını koruyor. Teknolojisi ve brüt 492 lt kapasitesi ile tüketicinin her türlü ihtiyacına cevap verebilen buzdolabı, geniş hacmi ile özellikle kalabalık ailelerin tercihi oluyor.

161 litrelik dondurucu kapasitesi

Tamamen No-frost özelliğe sahip buzdolabı 161 litrelik kapasitesi ile diğer buzdolabı modellerine göre daha geniş dondurucu bölümüne sahip. Yazdan kışa, kıştan yazaya daha çok mevsim sebze-meyvesi saklamak isteyenler için ideal olan bu

model mutfakta sağlıklı yemeklerin pişmesinde görevini layığıyla yapıyor A+ enerji sınıfı Silverline R12051B01, siyah cam yüzeyi ve dokunmatik led kontrol paneli ile ayrıcalığını konuşturuyor. Çoklu hava akış sistemi soğutma havasını dışarı çıkararak, buzdolabının her tarafına eşit soğutma sağlıyor. Ayrıca buzdolabının kapısı açıldıktan sonra buzdolabı ısısını tekrar en iyi ısı seviyesine getiriyor. Elektrik kesintisi gibi durumlarda 18 saate kadar buzdolabı içindekiler muhafaza edilebiliyor.



Vestel'den perakende de sıra dışı bir deneyim projesi

Vestel, müşterileri için sıra dışı bir deneyim alanı oluşturdu. Zorlu Center Vestel mağazasında 50 adet ütü, 22 adet el blender'ı, 13 adet süpürge, 10 adet Mix&Go, 6 adet saç kurutma makinesi ile kanat görünümünde tasarlanan #UçuranTeknolojiler Instagram Noktası'nda çektikleri fotoğrafları paylaşan tüketiciler Kafe Vesto'dan kahve kazanıyor.

Vestel, fiziksel mağazalarını dijital dünyaya buluşturuyor. 50 adet ütü, 22 adet el blender'ı, 13 adet süpürge, 10 adet Mix&Go, 6 adet saç kurutma makinesi ile kanat görünümünde tasarlanan #UçuranTeknolojiler Instagram Noktası'nın ilki Zorlu Center Vestel Mağazası'nda kuruldu.

Hem online mecralar hem de fiziksel mağazalar destekleniyor

Projenin amacı perakende online ve offline dünyalar arasındaki çizgiyi kaldırmak. Böylece Vestel, hem fiziksel mağazalarının online mecralardaki görünürlüğünü hem de mağazalardaki adım sayısını artırmak istiyor. Müşterilerine keyif alacakları, akılda kalıcı bir alışveriş deneyimi



sunmak isteyen Vestel, bu deneyimi önümüzdeki dönemde diğer mağazalarına yaymayı hedefliyor.

Vestel müşterileri mağaza içindeki #Uçuran

Teknolojiler Instagram Noktası'nda çektikleri fotoğrafları sosyal medya üzerinden #uçurantekelelojiler hashtag'iyle paylaştıklarında Kafe Vesto'dan kahve kazanıyor.

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

[f](#) [i](#) [t](#) [v](#) /deltasogutma

www.deltasogutma.com.tr

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



Akıllı evler siber saldırı tehdidini artırıyor



cihazı kullanımı ile paralellik gösteriyor.

Siber güvenliğin global lider şirketlerinden Trend Micro'nun hazırladığı "IoT Cihaz Güvenliği: Akıllı Evlerin Karşı Karşıya Olduğu Riskleri ve Tehditleri Dışarıda Tutmak" isimli çalışma birbirinden farklı akıllı ev saldırı senaryolarını detaylı bir şekilde incelerken Nesnelerin İnterneti cihazlarına karşı düzenlenmesi olası farklı saldırı seviyelerini de ortaya koyuyor.

Akıllı evler günlük hayatı kolaylaştırıyor

Akıllı bir ev, kullanıcıların, evlerinin birçok özelliğine, uzakta bile olsalar, geniş çaplı erişim imkanı veriyor. Örneğin kullanıcılar bir mobil uygulama ya da web arayüzü ile evlerini gerçek zamanlı olarak izleyebiliyor ya da çocuklarıyla akıllı bir oyuncak aracılığıyla iletişim kurabiliyor veya güvendikleri bir arkadaşları için akıllı kilidi uzaktan açabiliyorlar.

Bu ve benzer birçok senaryo eğer kullanıcılar kurulu cihazları üzerinde iyi bir kontrole ve görüntülenebilirliğe sahipse oldukça kullanışlı. Ancak bu kontrol ve görüntülenebilirlik kötü niyetli oyuncuların eline geçerse, problemler başlıyor.

Akıllı evler, farklı görevleri yerine getiren ve nesnelerin internetine (IoT) bağlı birçok cihazdan oluşuyor. Bu cihazların birbirinden farklı olması önemli değil. Önemli olan kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırmak için yaptıkları. Her ne kadar bu cihazlar evdeki yaşamın üzerinde devrimsel değişimler yapsa da evlerin

güvenliği konusunda daha önce rastlanmayan tehlikelerin de ortaya çıkmasına neden oluyor.

Akıllı ev cihazlarının sayısının 2023'e kadar her yıl yaklaşık yüzde 17 artması bekleniyor. Bu da 1,6 milyar akıllı ev cihazının satılacağı anlamına geliyor. Bu tahmin, dünya genelinde giderek artan akıllı ev

Uğur'un yeni reklam filmi beğeni topladı

Ekim ayında televizyonda ve tüm dijital platformlarda yayına giren Uğur Soğutma'nın yeni reklam filmi büyük ilgi gördü.

Yeni reklam filmi Uğur Soğutma'nın 146 ülkeye gerçekleştirdiği ihracatla dünyanın birçok noktasındaki insanlara dokunduğunu, farklı mekanlardaki kişilere sunduğu kullanım kolaylığı ile yaşattığı konforu ve mutluluğu anlatıyor.

Rus mutfağında başlayan ve dünyanın birçok farklı noktasındaki kullanılan Uğur ürünlerini ince ve akıllıca gösteren reklam filmi Türk mutfağındaki görüntülerle sona eriyor. Ayrıca Uğur Soğutma'nın yıl boyunca reklam filmlerinde kullandığı müziği de bu reklama özel yöresel ezgilerle düzenleyerek reklam filmi etkili hale getirilmiş.



arnica™

PRATİK, GÜÇLÜ VE ZAHMETSİZ TEMİZLİK.

VESTA ET14450

TOZ TORBASIZ ELEKTRIKLI SÜPÜRGE
BAGLESS VACUUM CLEANER



EKSTRA DAYANIKLI



ULTRA
BARIYER
HORTUM

3 yıl
garanti



Perakende sektörü ölmedi, tek ihtiyacı ticaretin insani yönü

bcc Turkey Kurucu Ortağı, Endüstri ve Örgüt Psikoloğu Banu Koç Çakan, çok sayıda makalede perakende mağazacılığının öldüğünün söylendiğini, ancak aslında sektörün sadece evrime ihtiyacı olduğunu ifade etti.



G elinen aşamanın perakende sektörünü değişime zorladığını kaydeden Çakan, perakendenin alıcı modelinden satıcı modeline geçmesinin sorunun kaynağını oluşturduğunu belirtti.

Müşterilerin duygularını anlamak

Çok sayıda müşterinin internet üzerinden kolayca erişilebilir ürünleri incelediğinde, “Perakende mağazasında ne satılıyorsa başka bir yerden satın alabilirim ve muhtemelen daha ucuzdur” gibi bir inanç geliştirdiğini dile getiren Çakan, “Dolayısıyla perakendeciler ürün, yer, fiyat ve promosyonun ötesine geçmek zorunda. Masrafları azaltmak, kısmak buna bir çözüm değil. Asıl yanıt ticaretin insani yönüyle ilişkili. Mağaza danışmanlarının müşterileriyle bağlantı, güven ve ilişki kurma, insanları duygusal olarak satışa dahil etme yeteneğine sahip olması perakende mağazacılığını kurtarıyor. Bunun için müşteri hizmetlerinin ve personelin müşterilerin duygusal ve sosyal beyinlerine bağlanmaları gerekiyor. Sinirbilim, müşterilerin karar vermelerinin %95'inin duygusal beyinle ilgili olduğunu gösteriyor. Müşteriye ürün hakkında bilgi vermek ve indirim yüzdeleri sunmak duygusal beyne hitap etmiyor. Müşteriler artık daha fazlasını istiyor. Aksi halde online satışa

yönlenecekler.” görüşünü ileri sürdü.

Perakendede butik stile geçişin bunun kanıtı olduğunu söyleyen Çakan, “Büyük stoklardan sayısız ürün yelpazesine kişisel bağlantı ve etkileşime geçiş yapılıyor. Bu da satış danışmanının müşteriyi özellikler ve faydalar üzerinden değil, kime güvenirim ve paramı kime vermek isterim gibi tamamen yeni bir düzeyde etkilemesine olanak tanıyor.” dedi.

Müşteriler yeni perakendeciliğe hazır

Salecology tarafından yapılan son bir ankette, müşterilerin %79'unun bu düzeydeki bir ilişki için %8-10 oranında daha fazla ödeme yapmaya razı olduğunun belirlendiğini söyleyen Çakan, şunları kaydetti: “Perakendede başarının yol haritası takımdaki duygusal bağlılık seviyesini yükseltmek olacak. Danışmanların müşterileriyle etkileşimde bulunma, bağlantı kurma, diyaloga girme gibi müşterileri etkileme becerileri öne çıkacak. Müşteriye hizmet vermeyi bekleyen pasif tepkisel davranışlar artık geçerli değil. Salecology bu yaklaşımların işe yaradığını kanıtladı. Perakendecilere, kurumlara ve işletmelere müşterileriyle daha iyi bağlantılar kurmalarını sağladı.”



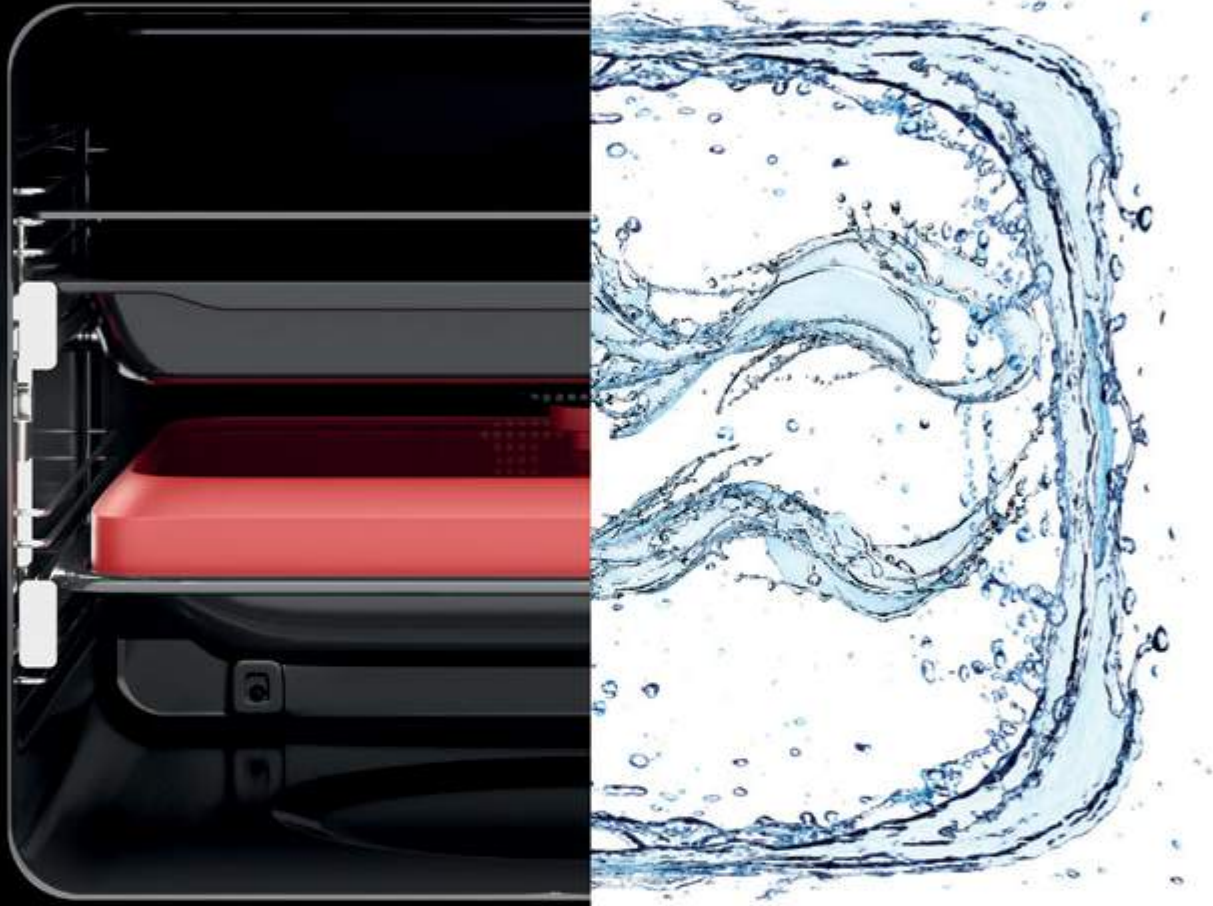
Banu Koç Çakan
bcc Turkey Kurucu Ortağı,
Endüstri ve Örgüt
Psikoloğu



Siz yemeğin tadını çıkarırken fırınınız kirleri aradan çıkarsın.

TEKA iOven fırın, DualClean Sistemi sayesinde sizleri temizlik işinden kurtarıyor. Yemeğinizi hazırladıktan sonra tek yapmanız gereken, kendi kendini temizleme yöntemlerinden birini seçmek.

TEKA iOven fırın, hayatınızı kolaylaştıracak birçok özelliğiyle mutfağınızda yerini almayı bekliyor!



- Multifonksiyonel turbo fırın
- 5" renkli TFT ekran dokunmatik kontrol
- Kişisel pişirme asistanı; 50 programlı tarif
- 18 pişirme programı
- 70 litre kapasite
- SlowCook programı; düşük sıcaklıkta pişirme
- Drop Down maxi ızgara
- 1 derin, 1 sığ tepsi, 2 ızgara

Herkese göre bir TEKA var:

EASY

Sadelığı tercih edenlere

TOTAL

Ailesi için birden çok seçeneğe ihtiyacı olanlara

MAESTRO

Herkes gibi olmak istemeyenlere



IFA 2019: Yapay Zeka, Ses ve 5G bağlantı dijital dünyayı şekillendiriyor

Avrupa'nın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA 2019 pek çok teknolojik ürünün lansmanına ev sahipliği yaptı. Almanya'nın Berlin şehrinde düzenlenen dev teknoloji fuarı IFA 2019, bu yıl 6-11 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirildi. IFA 2019, yapay zekâ, sesli komut ve 5G'den ev aletlerine kadar son teknolojileri ziyaretçilere sunmak için kapılarını açtı. 1.939 firmanın yeni teknoloji ürünlerini sergilediği fuarı binlerce

kişi ziyaret etti. Fuarda bu yıl "verinin gücü" üzerine sempozyumlar düzenlendi. Çığır açan teknolojilerin dijital geleceğimizi nasıl değiştireceğine ve şekillendireceğine yönelik oturumlar yapıldı. Ayrıca, uzmanlar ve şehirleri yönetenler otomobille yaşanan değişimle geleceğin hareketliliğini masaya yatırdı ve ulaşımda son teknolojilerin insanların hayatlarını, işlerini ve sürüş alışkanlıklarını nasıl etkileyeceği konusunda da görüş alışverişinde bulundu.



Vestel gelecek nesillere daha iyi bir dünya bırakma hedefiyle üretiyor

Dünyada enerji kaynaklarının sınırlı olması, hatta tükenme sinyali verdiği son yıllarda tüketiciler hem daha çevreci hem de daha tasarruflu ürünlere yöneliyor. Tüketicinin ihtiyaçlarını, eğilimlerini her zaman yakından takip eden Vestel de ürünlerinde enerji tasarrufunu dikkat ederken, üretimde kimyasalların azaltılmasına ve geri dönüştürülebilir malzeme kullanımına özen gösterdiğini açıkladı. Almanya'nın başkenti Berlin'de düzenlenen IFA'ya 29'uncu kez katılan Vestel, 3000 metrekarelik standında yeni teknolojilerini sergiledi.

Vestel'in çevre dostu teknolojileri

Vestel, evlerde su tasarrufunu artırmak için yeni bulaşık makinelerine sebze ve meyve yıkama özelliğini kazandı. Bir evde sebze yıkılırken yılda ortalama 18 ton su harcıyor. Özellikle ıspanak, pazı, yeşillikler gibi topraklı gıdaları akan musluk altında yıkamanın önüne geçecek yeni VegiWash bulaşık makineleri, meyvelerin ve



sebzelerin yıkanmasını daha hijyenik, pratik ve ekonomik hale getiriyor. Meyveler ve sebzeler özel bir modüler hazneye yerleştiriliyor ve Vestel Bulaşık Makinesi, tüm hijyenik yıkama işini yerine getiriyor.

Çamaşır makinelerindeki SteriliZone teknolojisi ise ek kimyasal dezenfektanlar kullanmadan hijyen elde etmek isteyen kullanıcılar için çamaşırlarda

yüksek hijyen seviyesi sağlayan özel bir teknoloji. Çamaşırlar, makinenin kapağına entegre edilmiş olan özel UVC ışık kaynağı ile işleminden geçiyor. UVC ışığı, bakterilerin DNA'sına nüfuz ederek bakterileri anında öldürüyor ve sayılarının artmasını engelliyor. SteriliZone teknolojisinin bakteri oranını yüzde 99,99 azalttığı onaylandı. Hijyen faktörüne ek olarak Streilizone teknolojisi daha az deterjan kullanımı ile çevreye daha az deterjan karışmasını sağlıyor.

Vestel'in dünyada bir ilk olan hızlı pişirme teknolojisine sahip yeni fırını karbon fiber ısıtıcıların gücünden yararlanarak ızgara fonksiyonunda yaklaşık yüzde 50 daha hızlı pişirme süresi sunuyor. Bu sayede tüketiciler hem elektrik hem de zamandan tasarruf edebiliyorlar.

Öte yandan R290 soğutucu gaz kullanarak ürettiğimiz Vestel Kurutma Makineleri 500 kat daha çevreci bir ürün olarak öne çıkıyor.

Fakir IFA 2019'da inovatif ürünlerini sergiledi

Fakir Hausgeräte, Berlin'de düzenlenen IFA 2019'da üstün teknoloji ile inovatif ürünlerini görücüye çıkardı.

Fakir Hausgeräte, Berlin'de düzenlenen ve dünyanın en önemli teknoloji fuarlarından olan IFA'da yeni çıkardığı inovatif ürünleriyle yoğun ilgi gördü. Elektrikli süpürgelerden sıcak içecek hazırlama grubuna, hava temizleyici ve ısıtıcılardan mutfak grubuna, kişisel bakımdan ütülere kadar pek çok ürünün sergilendiği Fakir Hausgeräte standına ziyaretçilerin ilgisi büyük oldu.

Filtre Pro elektrikli süpürge yoğun ilgi gördü

Elektrikli süpürge kategorisinde "Yüzyılın Markası" ödülüne sahip Fakir Hausgeräte'nin, ilk defa IFA Berlin 2019'da görücüye çıkardığı Filtre Pro elektrikli süpürge standın yıldız ürünüydü. Fakir Ar-Ge ekibi tarafından dünyada bir ilk olarak geliştirilen ve tasarlanan Fakir Filtre Pro, elektrikli süpürge kategorisinde standartları değiştirecek. Yakın zamanda Türkiye'de lansmanı yapılacak ürün, yenilikçi teknolojisi ve üstün özellikleriyle standı ziyaret edenlerden tam not aldı.



Samsung'tan IFA 2019 Fuarı'nda 2 yeni lansman

inovasyon ürünü BESPOKE buzdolabı serisi tüketicilere kişiselleştirilebilir bir çözüm sunuyor. Yeni premium ankastr serisi şık tasarım ve en yeni inovasyonlarla geliyor.

Samsung'un BESPOKE ürün serisi, kullanıcılara mutfaklarını kendi zevklerine uygun şekilde düzenlemelerine olanak tanıyor. Aynı zamanda da ankastr görünümüne sahip olan yeni bir buzdolabı kategorisi oluşturuyor. Günümüzün mutfaklarına kusursuz uyum sağlayan bu ürün serisi pazara yepyeni bir alternatif sunuyor. Modüler bir tasarıma sahip olan yeni BESPOKE buzdolabı serisi, 8 farklı model içeriyor. BESPOKE buzdolaplarında kullanıcılar kendilerine göre ayarlamalar yapabiliyorlar ve ürünlerin sunduğu bu esneklik sayesinde buzdolaplarında yaşam tarzlarına ve tasarım ihtiyaçlarına göre değişiklikler gerçekleştirebiliyorlar.

Tüketiciler ayrıca bu seriyle mutfaklarında tümüyle kendi tercihlerine göre alan açabilecekler. Ön panel cotta metal, saten cam ve ışıltılı cam olmak üzere üç farklı malzeme ve renk seçeneği sunuyor. Cotta siyah, beyaz ve yeşil; popüler olan saten cam malzeme gri, lacivert, mercan kırmızısı ve

sarı; ışıltılı cam ise beyaz ya da pembe parlak renk seçenekleri ile tüketicilerle buluşuyor. Bununla birlikte tüketiciler isterlerse buzdolabının iç tasarımını da kendi istedikleri gibi düzenleyebiliyorlar.

Tüketicilere sunulan diğer ankastr ürünler

Samsung aynı zamanda, 2020'de Avrupa için piyasaya sunulacak fırın, davlumbaz entegreli ocak, bulaşık makinesi ve buzdolabını içeren yeni bir premium ankastr mutfak serisi hazırlıyor. Yenilikçi, iddialı tasarımı ve üstün işlevselliği ile bu seri tüketicilere çok çekici gelecek. IFA 2019'da tanıtımı yapılan serinin ilk ürünü çoklu pişirme özelliği ile benzersiz bir rahatlık sunan modern tasarımlı Dual Cook Steam buharlı fırın. Dikey yapıda tasarlanan bu fırın, yeni bir kullanıcı arayüzüne sahip yüzeyi ile fırın tasarımını bir üst düzeye çıkıyor. Ayrıca Dual Cook Steam pişirme özelliği ile bir bölmesinde bir yemeği pişirirken, aynı anda diğer bölmesinde başka bir yemeği buharla pişirebiliyor.



BSH, IFA 2019'da yenilikçi ev aletlerini ve dijital hizmetleri sundu

BSH, ağa bağlılık, ses kontrolü ve yapay zekâ gibi güncel teknolojilerle evler için sayısız yeni ürün, akıllı uygulamalar ve zekice fikirler sunuyor.

Bu yıl 6-9 Eylül tarihleri arasında Berlin'de gerçekleştirilen olan Uluslararası Tüketici Elektronik Fuarı'nda (IFA) ziyaretçiler, günlük ev yaşamının dijital çağda ne kadar konforlu olabileceğini deneyimledi. 'Donanım+' yaklaşımı doğrultusunda tüketicilere günlük yaşam kalitelerinde artı değer sunan yenilikçi ev aletleri ve dijital hizmetler sağlayan BSH için bu deneyim, pişirme fonksiyonu ve optimum enerji yönetimi

gibi özellikleri bulunan ilk 'hepsi bir arada' mutfak aleti gibi yeniliklerden fazlasıyla genişletilmiş Home Connect yelpazesi ve öğrenme becerisi olan fırına kadar çeşitli ürünleri içerdi.

İnovasyonlar için önemli bir platform

BSH Türkiye CEO'su Gökhan Sığın, fuarda yaptığı değerlendirmede, "Tüketici elektroniği ve ev aletleri alanında dünyanın en büyük ticaret fuarı olan IFA, trendler ve inovasyonlar için önemli bir platform. Dünya lideri olarak bu yıl çitayı özellikle yükseltiyoruz: Bosch ve Siemens markaları, 6.000 metrekarelik bir stant alanında yenilikçi güçleri, geniş ürün yelpazeleri, ağ bağlantılı bir



Arzum IFA 2019'da teknolojisini konuşturdu

Arzum, dünyanın en önemli ticaret fuarlarından IFA 2019 Fuarı'nda teknoloji ve tasarımın altını çizdi. Farklı kategorilerden dikkat çeken ürünlerini sergileyen marka, ilk IOT özellikli ürünlerini de tüketicilerle buluşturdu.

Arzum, 6-11 Eylül tarihleri arasında gerçekleştirilen 2019 IFA Berlin Uluslararası Elektronik Ürünler ve Teknolojileri Fuarı'na katılım gösterdi. Marka fuar süresince gıda hazırlama, pişirme ve kızartma, içecek hazırlama, temizlik, kişisel bakım ve ütü olmak üzere 6 ürün kategorisindeki en yeni teknolojilere ve

tasarımlara sahip ürünleriyle büyük ilgi gördü. OKKA markasıyla Türk kahvesi kültürünün dünyaya yayılımını misyon edinen Arzum, ziyaretçilerini közde pişmiş, bol köpüklü Türk kahvesiyle karşıladı. OKKA Ailesi'nin en yeni üyesi OKKA Grandio Duo'yu ilk kez lanse eden Arzum, sergilediği çay makineleriyle de mutfaktaki ustalığının altını çizdi. Tasarımı ve teknolojisi ile dikkat çeken Arzum OKKA Swarovski, Arzum X Beymen Club Koleksiyonu ve Arzum Kiraz Çiçeği Serisi de büyük ilgi gördü. Sadece Arzum'da yer alan ürünlerini 'Sadece Arzum'da' konseptiyle tüketicilerine sunan marka bu ürünleriyle de IFA 2019 Fuarı'nda farklılığını ortaya koydu.



Kişisel bakım ve ütü serisiyle en yeni teknolojileri sunan Arzum, pazarda hızla pay aldığı süpürge kategorisini de sergiledi.

Direct drive motora sahip LG çamaşır makineleri Avrupa pazarında

LG, daha akıllı, önden yüklemeli çamaşır makineleri ile Avrupalı tüketicilere kolaylık sunuyor.

LG Electronics (LG), özel Direct Drive™ teknolojisi ile çalışan ThinQ AI özelliğine sahip, yenilikçi önden yüklemeli çamaşır makinelerini yıl sonuna kadar Avrupa pazarında yaygınlaştıracak. Yeni çamaşır makineleri, daha hızlı ve daha iyi sonuç elde etmek amacıyla, yapay zeka ve DD™ teknolojisi ile, makineye konan her bir yükün ağırlık ve kumaş özelliklerini belirleyerek mükemmel ve hassas temizlik sağlıyor.

LG'nin AI DD teknolojisi, yirmi bin parçayı içeren kullanıcı deneyimi bilgilerinden oluşan büyük

veriden yararlanıyor. En iyi yıkama döngüsünü sağlamak için her bir yıkamadaki giysilerin hacmine ve inceliğine bağlı özel ayarları uyguluyor. Bu da, yıkama esnasında kıyafetlerin uğradığı zararı yüzde 18 oranında azaltarak, olağan üstü temizlik sağlamanın yanı sıra, gardırop ömrünü uzatıyor.

LG'nin TurboWash™ 360 özelliği, temizlikten ödün vermeden daha kısa bir çamaşır gününün rahatlığını sunuyor. Tam yıkama döngüsünü tamamlamak sadece 39 dakika sürüyor. Aynı anda daha fazla leke ile mücadele etmek için 3D Multi Sprey, su fışkırmasını eş zamanlı olarak dört farklı yöne çekerek giysilerin daha kısa sürede temizlenmesine yardımcı oluyor. Tüketiciler, dilerlerse iki AI çamaşır makinesini aynı anda



idare edebilecek bir TWINWash™ sistemi de oluşturabiliyorlar. Bunun için ana makineyle, doğrudan altına yerleştirilen LG Mini DD çamaşır makinesini eşleştirebiliyorlar. Böylelikle tek yıkama ile daha da fazla çamaşır yıkayıp zaman kazanabiliyorlar.

Philips akıllı sağlık çözümlerine yönelik tasarladığı ürünleri IFA 2019'da tüketicilerle buluşturdu

Philips, akıllı, sağlık çözümleri ile tüketici ihtiyaçlarına yönelik tasarladığı ürünlerini IFA 2019'da kullanıcılarının beğenisine sundu.

Royal Philips IFA 2019'da bir dizi akıllı, ve kişiselleştirilmiş tüketici sağlık çözümlerini pazara sundu. Kullanıcılarının hayatlarına kolaylıkla entegre olan bu ürünler, onların daha sağlıklı seçimler yaparak kişisel ihtiyaçlarını karşılamalarını sağlıyor.

Sağlıklı seçimler yapmalarını kolaylaştırıyoruz

Royal Philips Kişisel Sağlık Bölüm Başkanı

Roy Jakobs, "Günümüzde sağlık konusunda kişiselleştirilmiş yaklaşımın arttığını görüyoruz. Tüketiciler sağlıklı yaşam konusuna büyük ilgi duyuyor ve günlük yaşamlarına kolayca uyarlanabilecek çözümler arıyor. Philips olarak, sunduğumuz çözümler ile tüketicilerimizin ihtiyaçlarını anlıyor ve onların ihtiyaçları doğrultusunda akıllı ve son teknolojiler ile çalışıyoruz. Bu yıl IFA'da sunduğumuz yenilikler tüketicilere verilere dayalı kişiselleştirilmiş bilgiler ve koçluk önerileri sunuyor, bu şekilde günlük yaşamlarına sorunsuz bir şekilde entegre olan daha sağlıklı seçimler yapmalarını kolaylaştırıyoruz."





 | efs
elektronik
www.efselektronik.com



Doğayı Koru

Her yıl doğaya atık olarak bırakılacak binlerce ürün yenilerek EFS garantisi ile



EFS Refurbished Ürün

EFS ürünleri orjinal Samsung parçaları ile uzman teknisyenlerimiz tarafından yenilenir



Cebini Koru

Yenilenmiş ve EFS garanti kapsamına alınmış ürünler %50'ye varan tasarruf etmenizi



EFS REFURBISHED ÜRÜNLER,

Uzman EFS teknisyenleri tarafından orjinal parçalar ile yenilenir ve 1 yıla kadar EFS garantisi verilir. Her yıl binlerce ürünü kullanıma kazandıran bu çevreci duruşa siz de destek olabilirsiniz. EFS garantisi ile beraber büyük bir bütçe kazancı da sağlarsınız.

+90 (216) 520 12 00

+90 (216) 520 10 00



Zuchex 2019'a tam not

Yerel ve yurt dışı satın almacı sayısında önemli bir artış elde eden Zuchex Fuarı, 12-15 Eylül 2019 tarihleri arasında TÜYAP Fuar ve Kongre Merkezi'nde düzenlendi. 30. yılını kutlayan fuar yerli ve yabancı sektör temsilcilerinden tam not almayı başardı. Fuarı bu yıl 108 ülkeden 32.734 ticari satın almacı ziyaret etti.

100.000 metrekarelik fuar alanında, Türkiye'den 425, yurt dışından 149 katılımcı ile önceki yıla göre katılımcı sayısında %28'lik artış gösteren Zuchex; sektörün inovatif ürünlerini ve 2020 yılı trendlerini bir arada sundu. 108 ülkeden 32.734 profesyonel satın almacı tarafından ziyaret edilen Zuchex, %20 yurt dışı satın almacı oranı ile 2019'un uluslararası fuarı oldu. Pek çok katılımcı, fuar hedeflerine fuarın üçüncü günü itibarıyla ulaştığını ve önceki yıllara kıyasla daha fazla yeni temas kurduklarını bildirdi. Bu durum aynı zamanda fuarın yeni ziyaretçi sayısına da %9'dan fazla artış olarak yansdı.

Yurt dışı satın almacı beklentinin üzerine çıktı

Bu yıl uygulamaya alınan kapsamlı yeniden düzenlemeler ile tazelenen Zuchex'in, satın almacıların yeni ürünler tedarik etmesini kolaylaştırarak hem ziyaretçiler hem de katılımcılar için gerçek fayda sağladığının altını çizen Tarsus Turkey Genel Müdürü Zekeriya Aytemur, 5. ve 6. Salonlara kıyasla daha fazla büyüme olanağı sağlayan 12. ve 14. salonlara taşınan plastik sektörünün ise etkileyici satış rakamlarına ulaştığını bildirdi. Bu yıl fuarı ziyaret eden ve beklentilerin üzerine çıkan yurt dışı satın almacı sayısını 2020 yılında daha da fazla artırmayı amaçladıklarının altını çizen Aytemur, tüm ekibin, devamlı gelişen ev ve mutfak eşyaları sektörüne olan katkısı ve başarısıyla gurur duyduğunu belirtti.

Uluslararası bir platform olduğunu bir kez daha kanıtladı

Benzer şekilde olumlu yorumlarda bulunan Türkiye Züccacılar Derneği Başkanı Mesut Öksüz, "Türkiye ve çevre coğrafyalardaki perakendeciler için Zuchex, her zaman olduğu gibi yenilikler ile dolu ve uluslararası bir platform olduğunu bir kez daha kanıtladı." dedi.

Büyük bir başarı

Goldmaster Yönetim Kurulu Başkanı Sinan Bora ise, Zuchex'in Orta Doğu, Balkanlar ve Asya'da katıldığı diğer fuarlardan daha fazla satın almacı çektiğini belirterek bunun çok büyük bir başarı olduğunu ekledi.

Profesyonel bir fuar

Keremika Genel Müdürü Emin Yüce, fuarın dünyadaki en önemli ikinci ev ve mutfak eşyaları fuarı olma yolunda olduğunu belirtti. Bu kadar



profesyonel ve başarılı bir fuar için ekibe teşekkür eden Yüce, özellikle satın almacıların kalitesi ve fuarın uluslararası niteliği hakkında yorumlarda bulundu.

Memnuniyet oranı yüzde 96

Türkiye'den sonra en çok ziyaret eden ilk on

ülke İran, Mısır, Irak, Suudi Arabistan, Lübnan, Filistin, Libya, Rusya, Ürdün ve Yunanistan olurken, ziyaretçi memnuniyet oranı %96 ile yüksek seviyelere çıktı. Bu yıl tüm dünyadan satın almacılar da olağanüstü artışlar kaydedilirken toplamda %24'lük bir artış ile fuarı toplam 5.119 yurtdışı satın almacı ziyaret etti.



Serkan Satar – Fanset Satış Yöneticisi

30. Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı Zuchex 2019'u nasıl değerlendiriyorsunuz? Fuarın sektöre olan katkılarını markanızın gözünden anlatır mısınız?

Fantom olarak burada ihracat müşterilerimizi yakalamak istiyoruz. Öncelikli ve maksimum hedefimiz bu. Bunun haricinde Anadolu'dan gelen müşterilerimize hizmet vermek istiyoruz. İstanbul'daki yerel firmalarla iletişim çok daha

kolay ama Anadolu'dan gelen firmalar burada her istediğini daha rahat bulabiliyorlar. Hepsini toplu olarak görmeleri onlar için bir avantaj. Dolayısıyla bizler onlara yeni ürünlerimizi tanıtılabiliyoruz, kaynaşma ortamını sağlayabiliyoruz. Bu bizim için önemli. İhracat açısından da belirttiğimiz gibi, özellikle geçen yıllarda çok ciddi anlamda yurt dışından müşterimiz geldi. Çünkü iç piyasanın şu anda sektör açısından yeri belli ama yurt dışından gelen müşterilerimizi yakalayabilirsek hem

ülkeye hem kendimize çok ciddi anlamda katkısı olacaktır.

Zuchex 2019 Fuarı'ndan beklentileriniz nelerdir? Kısaca özetler misiniz?

Özellikle küçük ev aletleri ve süpürge grubunda yeni çıkacak ürünlerimiz var. Bu ürünleri daha fazla müşteriye ve potansiyel müşteriye anlatmak ve tanıtmak istiyoruz. Bu ürünleri özellikle ihracat kısmında değerlendirmek istiyoruz.

İleriye yönelik fuar programınızdan bahseder misiniz? Sizleri ve firmanızı başka hangi fuarlarda göreceğiz?

"Fantom" profesyonel adı altında farklı gruplarımız var. Onlarla ilgili çalışmalarımız olacak ve fuar alanlarında olacağız. Ama ev tipi gruplarında bu yıl fuar programı gözüküyor.

Fuarda sergilediğiniz ürün skalanızı anlatır mısınız? Fuara özel yeni bir ürününüz var mı?

Şu anda su ısıtıcı üzerine çalışmalarımız var. Türkiye'de bu ürünlerin üretimi çok fazla yapılmıyor. Cam ve çelik olmak üzere 2 adet su ısıtıcı projemiz var. Bunların üzerinden titizlikle çalışıyoruz. Bunun dışında daha önce yapmış olduğumuz semaver modellerimizi teknik anlamda geliştirmeler yapıyor. Onların üretimleri başlayacak. Bir de blender grubunda planlamalar yapılıyor.



Mehmet Aygün – Silverline Satış Direktörü

30. Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı Zuchex 2019'u nasıl değerlendiriyorsunuz? Fuarın sektöre olan katkılarını markanızın gözünden anlatır mısınız?

Fuar geçen yıla göre daha hareketli olduğu kanısındayım. Piyasalarda yaşanan daralma ve bu problemi aşma konusunda fuarın önemli bir buluşma yeri olduğunu düşünüyorum. Fuarda

sadece ürün veya yeni teknolojiler yoktu. Sektöre destek vermeye, sorunları aşmaya ve motivasyonu artırmaya çalışan tüm sektör temsilcilerinin bir araya geldiği bir organizasyon oldu.

Zuchex 2019 Fuarı'ndan beklentileriniz nelerdir? Kısaca özetler misiniz?

Firma olarak 2019 yılında önemli bir yatırım

yaptık ve bir değişim sürecini yaşıyoruz. Bu fuarda yeni yatırımımız olan fırınlarımızın ve yeni davlumbaz modellerimizin Türkiye lansmanını gerçekleştirdik. Aldığımız olumlu geri bildirimler bizi oldukça mutlu etti. Fuarda yakaladığımız bu yoğun ilginin tüm iletişim süreçlerimize olumlu yansıtacağını düşünüyoruz.

İleriye yönelik fuar programınızdan bahseder misiniz? Sizleri ve firmanızı başka hangi fuarlarda göreceğiz?

2019 yılında Türkiye'de herhangi bir fuar programımız yok. 2020 yılında Mart ayında Kitchen Turkey fuarında yerimizi alacağız.

Fuarda sergilediğiniz ürün skalanızı anlatır mısınız? Fuara özel yeni bir ürününüz var mı?

Fuarda Ankastre ürün grubunun yanı sıra havalandırma grubu, soğutucu grubu, solo ürünlerimiz, evye grubumuz ve küçük elektrikli ev aletleri ile yerimizi aldık. Yeni E Serisi fırınlarımızı ilk kez bu fuarda sergiledik. İşlevsel özellikleriyle lezzetli yemekler yaratmak için tasarlanan yeni fırınlar, mutfaklarda akıllı ve hızlı çözümler üretiyor.



Sinan Bora – Goldmaster Genel Müdürü

30. Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı Zuchex 2019'u nasıl değerlendiriyorsunuz? Fuarın sektöre olan katkılarını markanızın gözünden anlatır mısınız?

Zuchex, günümüzde yurt içi fuar olmaktan öteye geçerek komşu ülkeleri de sektöre dahil eden bir fuar olmayı başardı. Farklı coğrafyalardaki satınalmacılar ile Türk üreticileri bir araya getiren bu platformda geçen yıla göre bir hayli artış gözlemledik. Bu fuarda özellikle yurt dışından gelen ziyaretçilerin bize olan ilgisi bizleri mutlu etti. Markamız adına bu durumu önemli bir gelişme olarak niteliyoruz.

Zuchex 2019 Fuarı'ndan beklentileriniz nelerdir? Kısaca özetler misiniz?

Zuchex'in Orta Doğu, Balkanlar ve Asya'da katıldığımız diğer fuarlardan daha fazla satınalmacı çektiğini belirtmeliyim. Bu durum tüm üretici firmalarımıza olduğu gibi, ülkemizin

ekonomisine de olumlu yansıtacaktır. Zuchex, yaklaşık olarak 10 milyar dolarlık bir ticaret hacmine sahip. Bu fuar bizim gibi 45 yıldır yatırımcı ve sanayici kimliği ile öne çıkmış, özellikle 'Türk Malı'nın dünya pazarlarına satılıyor olmasından mutluluk duyan ve buna katkıda bulunmak isteyen bir firma için ciddi fırsatlar yaratıyor.

İleriye yönelik fuar programınızdan bahseder misiniz? Sizleri ve firmanızı başka hangi fuarlarda göreceğiz?

Biraz önce de belirttiğim gibi 45 yıldır iç piyasada üretim yapan bir firmayız. Ürünlerimizin kalite anlamında uluslararası pazar standartlarını karşılayabildiği hissettiğimiz andan itibaren ihracata yöneldik. İlk katıldığımız fuarda "biz de varız" safhasını çabucak geçtik. Uluslararası pazarları ve standartları inceliyoruz, ürünlerimizi bu detayları dikkate alarak piyasaya

sunuyoruz. Dolayısıyla satınalma talepleri de alıyoruz. Yaklaşık 10 yıldır önemli fuarlarda Goldmaster markalı ürünleri dünya pazarının beğenisine sunuyoruz. İhracatımızı da tabii ki kendi markamızla yapıyoruz. Yeni jenerasyon tüketicilere ulaştırma yolunda mesafe kat edebileceğimizi düşündüğümüz yurtiçi ve yurt dışı fuarlarda istikrarla var olmaya devam edeceğiz.

Fuarda sergilediğiniz ürün skalanızı anlatır mısınız? Fuara özel yeni bir ürününüz var mı?

Küçük Ev Aletleri grubunda elektrikli süpürge, ütü, kadın ve erkek bakım ürünlerimiz bulunuyor. Sezonluk ürünlerimiz arasında ise vantilatör, fanlı ısıtıcı hava nemlendirici gibi ürünlerimizi sergiliyoruz. Mutfak grubuna baktığımızda içecek hazırlama, pişirme, kızartma gibi tüm ürün gruplarımızı sergiliyoruz. Özellikle renk renk ve farklı modellerle grupladığımız çeyiz setlerimiz yoğun ilgi gördü. Damlatma yapmayan ağız tasarımıyla çay makinelerimiz de fark yarattı.

Dağıtım Kanalı Dergisi olarak çok teşekkür ederiz. Herhangi bir ekleme yapmak ister misiniz?

Stephen Covey "Güven yaşamın yapı taşıdır." der. Kısa süreli kazançlar peşinde olmak yerine en iyi hammaddeyi kullanarak sağlığa uygun ürünler üretebileceğimize dair müşterilerimize ilk gün söz vermiştik. Bu sözümüzü hiçbir üründen değiştirmedik tüm tüketicilerimiz gördü ve yaşadı. Hepsinde büyük bir güven oluştu. GoldMaster yaptı ise sağlığa uygundur, kalitesiz olmaz söylemlerini bizim olmadığımız ortamlarda duymak tüm emeklerimize değer ve mutluluk duyuyoruz.



Seren Karadoğan – Sunny Marka Yöneticisi

30. Uluslararası Ev ve Mutfak Eşyaları Fuarı Zuchex 2019'u nasıl değerlendiriyorsunuz? Fuarın sektöre olan katkılarını markanızın gözünden anlatır mısınız?

Geçen yıl fuarın beklentilerimizi karşıladığını söyleyemeyiz ama bu yıl yoğun bir fuar geçirdiğimizi ifade edebilirim. Fuarı güzel

geçireceğimizi düşünüyoruz. Ayrıca piyasadaki durgunluğun fuarla birlikte hızlı canlanacağını öngörüyoruz. Umarım bu fuar tüm firmalar ve sektörümüz açısından olumlu sonuçlar doğurur. Buradaki ilgi ve yoğunluk bizi mutlu ediyor.

Zuchex 2019 Fuarı'ndan beklentileriniz nelerdir? Kısaca özetler misiniz?

Bu fuarda sektörün ihracat ayağı daha fazla

ön plana çıkıyor. Bu yıl da bu beklenti ile fuara katıldık ve ihracat yönünden güzel işler yapmak istiyoruz. İç piyasada zaten tanınan bir markayız ve burada yeni müşteriler kazanmaya çalışacağız. Markamızı uluslararası platformlarda tanıtmayı, yeni pazarlara girebilmeyi ve ihracat rakamlarımızı büyütmeyi amaçlıyoruz.

İleriye yönelik fuar programınızdan bahseder misiniz? Sizleri ve firmanızı başka hangi fuarlarda göreceğiz?

Zuchex bizim 2019'daki son fuarımız. Daha önce de IFA'ya katıldık. Muhtemelen önümüzdeki yıl yine Zuchex ve IFA'da yer alacağız.

Fuarda sergilediğiniz ürün skalanızı anlatır mısınız? Fuara özel yeni bir ürününüz var mı?

Biz daha çok televizyonla anılmak istiyoruz. Küçük ev aletlerimiz, ses sistemlerimiz, derin dondurucularımız da var. Ancak amiral ürünümüz televizyonlarımızdır. Televizyonda yeni teknolojilerimiz var. Akıllı sistemler ile öne çıkmak istiyoruz.

Goldmaster

Çaydanlığınız damlatıyor mu?

Şimdi, özel tasarımıyla
damlatmayan çay makinesi
Goldmaster var!
Sizi Düşünür!



Damlatmayan
Süper
Çaydanlık

Otizimli çocuklar için anlamlı proje

AGİD – Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği, Aydınlatma & Elektrik Malzemeleri Fuarı ve Kongresi ve Tohum Otizm Vakfı ile birlikte başta aydınlatma olmak üzere elektrikli ve elektronik atıkların geri dönüşümü konusunda bilinç yaratmak ve insanları harekete geçirmek üzere harekete geçti. Otizmli çocuklar için gerçekleştirilen projeye birçok kurum ve kuruluş olumlu tepkiler verdi. AGİD – Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği Üyesi ve Çevre Mühendisi Elif Kara ile bir araya geldik ve projenin detaylarını konuştuk.

istanbulLight ve Tohum Otizm Vakfı Sosyal Sorumluluk iş birliği ile başlattığınız otizmli çocuklara yönelik projeye oldukça dikkat çekiyor. AGİD olarak projenin amacını bizlere anlatabilir misiniz?

AGİD elektrikli eşyaların atık yönetimi konusunda yetki almış kuruluştur. Bu yetkiye dayanarak bizlerin aslında atıkların toplanması ve bu atıkların ilgili son tüketicideki bilincinin artırılması noktasında çalışmalar yapmamız gerekiyor. Bizler de yaptığımız çalışmalarla bir farkındalık oluşturmaya çalışıyoruz. Bizler son tüketiciyi projemizin içine dahil ederken bu atıkları toplayabilmelerini ya da ayırıp çeşitli noktalar getirmelerini desteklemek istedik. Tohum Otizm Vakfı uzun süredir bizlerle birlikte çalışan bir partnerimiz. Tohum Otizm Vakfı ile iş birliğimizi güçlendirerek yeni bir sosyal sorumluluk projesi başlattık. Otizmle ve elektronik atıklarla ilgili farkındalığın artırılması için ve elektronik atıkların toplanabilmesi amacıyla böyle bir projeyi başlattık.

Sürdürülebilir bir projenin temellerini attınız. Bu proje dahilindeki hedefleriniz nelerdir?

Fuar alanında yaptığımız görüşmelerde olumlu tepkiler ve yorumlar aldık. Bu proje fuar alanıyla sınırlı kalmayacak. Başlangıç hedefimizi tamamladık diyebiliriz. Yaptığımız çalışmalarda ve görüşmelerde bu farkındalığı öncelikle firmalara taşımayı ve firmaların kendi atık yönetimlerini oluşturmasını amaçlıyoruz. Bu bilinç ile yola çıktık. Ayrıca satış kanallarını ters lojistik olarak kullanıp atık toplama kanallarına çevirme yönünde görüşmeler yapıyoruz. Bu anlamda verimli bir çalışma yaptığımızı düşünüyoruz.

Teşvik noktasındaki paydaşlarınız ve destekçilerinizle iş birliği sürecini anlatır mısınız?

AGİD, İstanbulLight Fuarı'nın dernek tarafından stratejik ortağıdır. Dolayısıyla organizasyonun içerisinde her aşamada yer aldık. Bu projedeki paydaşlarımızdan birisi de organizasyon firması. Organizasyon firması bizlere fuar öncesindeki basın bültenlerinde destek verdi. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı sürekli olarak bizleri destekliyor. Biz Çevre Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş kuruluşuz.



Elif Kara

AGİD – Aydınlatma Gereçleri İmalatçıları Derneği Üyesi ve Çevre Mühendisi

Burada organize edilen bazı konferanslar var. Bakanlıktan gelen uzman arkadaşlarımız burada hem bizim misafirimiz oldu hem de elektronik atıklarla ilgili farkındalığın artırılması için çeşitli sunumlar yaptılar. Tohum Otizm Vakfı ise sosyal medya ve basın kanallarında projenin duyurulması noktasında bizlere çok değerli destekler verdiler. Otizmin ne olduğuyla ilgili oluşturduğumuz broşürlerde ve basın bültenlerinde bu eğitimi desteğini aldık. Bu şekilde hepimiz bir katkı koyarak bir iş birliği çalışması oluşturduk.

Proje kapsamında geri dönüştürülen ürünlerden bahsedebilir misiniz? Ürün skalasını bir anlatır mısınız?

AGİD elektronik atıklarla ilgili 2 kategoride yetkilidir. Bunda 5'inci kategori aydınlatma ekipmanları ve 6'ıncı kategori küçük ev aletleridir. Oyuncaklar, spor ekipmanları, el aletleri ve matkaplar gibi ürün grupları da var. Ayrıca izleme ve otomasyon ekipmanları da ürünler arasında yer alıyor. Ancak bu fuarda bizlere 5'inci ve 6'ıncı kategoride bulunan ürünlerin dışında da ürünler geldi. Bizler bu ürünleri de projeye dahil ettik ve aldık. Amacımız farkındalık oluşturmak



ve bilinç kazandırmak olduğu için kimseyi geri çevirmek istemedik. Toplanan atıklar çalıştığımız lisanslı işletmelerin tesislerine gönderilecek ve 2'inci endüstride tekrar kullanılabilmesi için geri dönüştürülecek.

PFAFF®

PFAFF İLE DİKİŞİN YENİLİKÇİ HÂLİ



Her dikişte yeni bir hayaliniz,
Pfaff teknolojisi ve uzmanlığıyla
gerçek oluyor.

PFAFF® bir **SINGER** markasıdır.

 DANIŞMA HATTI
0850 390 99 09

www.pfaff.com.tr

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



ÖTV'nin beyaz eşyadan kaldırılması gerekiyor

Ülkemizin lokomotif sektörlerinden olan Türkiye Beyaz Eşya Sektörü, tüketicilerinin alım gücünü desteklemeye çalışırken, bir yandan da ihracatını artırmak için faaliyetlerini tüm hızıyla sürdürüyor. Geçtiğimiz günlerde dünyanın en büyük tüketici elektroniği fuarı IFA'ya Türkiye'den katılan firmalarımız geliştirdikleri teknolojilerle damgasını vurdu.

İç satışlarda ise ÖTV indirimi uygulamasının Haziran sonu bitmesiyle birlikte talebin öne çekilmesi nedeniyle Temmuz ayında sert bir düşüş olmuştu. Ağustos ayında satışlar yeniden toparlanma eğilimine girdi.

Ağustos ayında 6 ana ürün grubunda adet bazında

İç satışlar bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8 oranında daraldı. Ocak-Ağustos dönemi için daralma yüzde 12 seviyesinde gerçekleşti. Üretimde ise Ağustos ayında yüzde 3, ilk 8 aylık dönemde ise yüzde 2'lik bir daralma yaşadık. İç satışların toparlanma trendine geçmesiyle birlikte üretim ve tedarik oranlarımız da tekrar artışa geçecektir.

Devletimizin desteği ile Türkiye Beyaz Eşya Sanayi'nin ülkemiz için katma değer yaratmaya devam ederek, dünyadaki konumunu daha da güçlendireceğine inancımız tamdır. Bu dönemde ÖTV'nin beyaz eşyalardan kaldırılması gerektiğini önemle dile getirmek istiyoruz.

TÜRKBEŞD Başkanı Can Dinçer

TÜRKBEŞD Beyaz Dünya Ağustos 2019

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Ağustos 2019	Ağustos 2018
Adet / Yıl	1.975.557	2.031.842
Yüzde değişim	-%3	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	16.013.283	16.380.783
Yüzde değişim	-%2	
İÇ SATIŞ		
Ağustos 2019 Ağustos 2018		
Adet / Yıl	542.796	584.932
Yüzde değişim	-%7	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	3.946.796	4.473.349
Yüzde değişim	-%12	
İHRACAT		
Ağustos 2019 Ağustos 2018		
Adet / Yıl	1.577.955	1.538.767
Yüzde değişim	%3	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	12.089.324	11.961.066
Yüzde değişim	%1	
İTHALAT		
Ağustos 2019 Ağustos 2018		
Adet / Yıl	6.956	29.188
Yüzde değişim	-%76	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	92.309	268.024
Yüzde değişim	-%66	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Ağustos 2019	Ağustos 2018
Adet / Yıl	2.244.278	2.310.251
Yüzde değişim	-%3	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	18.268.404	18.614.913
Yüzde değişim	-%2	
İÇ SATIŞ		
Ağustos 2019 Ağustos 2018		
Adet / Yıl	616.594	669.624
Yüzde değişim	-%8	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	4.695.063	5.337.218
Yüzde değişim	-%12	
İHRACAT		
Ağustos 2019 Ağustos 2018		
Adet / Yıl	1.850.238	1.791.441
Yüzde değişim	%3	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	13.711.139	13.481.759
Yüzde değişim	%2	
İTHALAT		
Ağustos 2019 Ağustos 2018		
Adet / Yıl	12.037	39.034
Yüzde değişim	-%69	
Ocak-Ağustos 2019 Ocak-Ağustos 2018		
Adet / Yıl	302.502	533.436
Yüzde değişim	-%43	

Fantöm

“Yaşamı kolaylaştıran ev aletleri”



KIŞ HAZIRLIĞINIZIN
EN BÜYÜK
YARDIMCISI



BLENDER BL 700



ULTRA SESSİZ



TURBO HIZ



ÇELİK BLENDER



Fanset Elektrikli Ev Aletleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.
Merkez Mahallesi S. 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



AV. ÖZER DÜZGEL
www.duzgel.av.tr

Borcunu öde! Yoksa...

Saygıdeğer Dağıtım Kanalı takipçileri, sizlerle yaz dönemi sonunda bir kez daha buluşmaktan sevinç duyuyoruz. Birçoğunuzun başlıktaki sözü ya bizzat ya da bir tacir arkadaşı veya yakınından duyduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Ekonomik daralmadan kaynaklı olumsuzlukların bir türlü dengelenmediği bu günlerde, edimlerini yerine getiremeyen bir tacirin hukuki durumunun daha yakından incelemesi gerektiği kanaatindeyiz.

Yürürlükte bulunan borçlar kanunumuzun 112. maddesine göre “ Borç hiç veya gereği gibi ifa edilmezse borçlu, kendisine hiçbir kusurun yüklenemeyeceğini ispat etmedikçe, alacaklının bundan doğan zararını gidermekle yükümlüdür.” Görüleceği üzere yasanın bu konudaki daha ilk düzenlemesi dahi borcunu ifa edemeyen iyi niyetli borçlunun sıkıntısını ortaya koymaya yeter niteliktedir.

Öyleyse borçlunun temerrüdü yani direnimi nasıl gerçekleşir ve koşulları nelerdir. **Borçlar yasamızın 117. maddesinde** bu durum şöyle düzenlenmiş; “ Muaccel bir borcun borçlusu, alacaklının ihtarıyla temerrüde düşer. Borcun ifa edileceği gün, birlikte belirlenmiş veya sözleşmede saklı tutulan bir hakka dayanarak taraflardan biri usulüne uygun bir bildirimde bulunmak suretiyle belirlemişse, bu günün geçmesiyle; haksız fiilde fiilin işlendiği, sebepsiz zenginleşmede ise zenginleşmenin gerçekleştiği tarihte borçlu temerrüde düşmüş olur. Ancak sebepsiz zenginleşenin iyiniyetli olduğu hâllerde temerrüt için bildirim şarttır.”

Yasa metninden, borçların doğum sebeplerini de kolaylıkla ve ana hatlarıyla sıralayabiliriz. Örneğin bir alım-satım akdi gibi “Sözleşmeden Doğan Borçlar”, “Haksız Fiilden Doğan Borçlar” ve “Sebepsiz Zenginleşmeden Doğan Borçlar”. Hangi sebepten doğar ise doğsun borçlunun 117. maddeye göre temerrüde düşmesi yani borcunu ödememekte direnmesinin, alacaklının ihtarına bağlı olduğu açıkça düzenlenmiştir. Başka bir



ifade ile alacaklı 117. maddedeki ihtar şartını yerine getirilmeden borçluya karşı temerrüt hükümlerinden istifade edemeyecektir.

Tabiidir ki, alacağın muaccel olması yani borçludan hukuken talep edilebilir olduğunu da bir ön şart olarak tekraren belirtmek isteriz.

Borçlunun ihtar edilmesinin önemi ise örneğin tahsilata konu olacak için talep edilecek faizin yüksek oranlı oluşudur. Diğer deyişle temerrüt faizi olmasıdır. Faiz ve temerrüt faizinin miktar ve oranları konusu bir başka yazımızın konusu olduğundan burada ayrıntılarına girmiyoruz. Ancak, geç ifanın bir diğer sonucu da TBK 118. Maddesinde düzenlenmiştir. “Temerrüde düşen borçlu, temerrüde düşmekte kusuru olmadığını ispat etmedikçe, borcun geç ifasından dolayı alacaklının uğradığı zararı gidermekle yükümlüdür.”

Bir diğer durum da borçlunun beklenmeyen halden doğan sorumluluğudur. TBK 119- “Temerrüde düşen borçlu, beklenmedik hâl sebebiyle doğacak zarardan sorumludur. Borçlu, temerrüde düşmekte kusuru olmadığını veya borcunu zamanında ifa etmiş olsaydı bile beklenmedik hâlin ifa konusu şeye zarar vereceğini ispat ederek bu sorumluluktan kurtulabilir.”

Borçlar Kanunumuzun bu doğrultuda olarak;

karşılıklı borç yükleyen sözleşmelerde taraflardan biri temerrüde düştüğü takdirde diğerinin, borcun ifa edilmesi için uygun bir süre verebileceği veya uygun bir süre verilmesini hâkimden isteyebileceği de düzenlenmiştir (Madde 123).

Bazen süre verilmesini gerektirmeyen durumlarda vardır ve bu husus 124. maddede aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

1. Borçlunun içinde bulunduğu durumdan veya tutumundan süre verilmesinin etkisiz olacağı anlaşılıyorsa.
2. Borçlunun temerrüdü sonucunda borcun ifası alacaklı için yararsız kalmışsa.
3. Borcun ifasının, belirli bir zamanda veya belirli bir süre içinde gerçekleşmemesi üzerine, ifanın artık kabul edilmeyeceği sözleşmeden anlaşılıyorsa.

Yukarıda 123. maddede gereğince alacaklının borcun ifa edilmesi için uygun bir süre verebileceği veya bunu hakimden isteyebileceğini belirtmiştik. İşte bu madde, uygulamada ve yargılamalarda oldukça önemli ve kapsamlı olup, yasamızın 125. maddesinde düzenlenmiştir. Bu sebeple de bir sonraki yazımızın konusunun Borçlar Yasamızın 125. maddenin incelenmesine ayrıalım ve siz değerli okurlara şimdilik veda edelim.

Hepinize bol kazançlı ve ödeme kolaylıklı günler diliyoruz.



ALPAY KAJAN
Arzum Kredi Kontrol Müdürü

akajan@arzum.com

İşletmelerin çoğunun kapanma nedeni düşük karlılık değil, nakit akışı sorunlarıdır

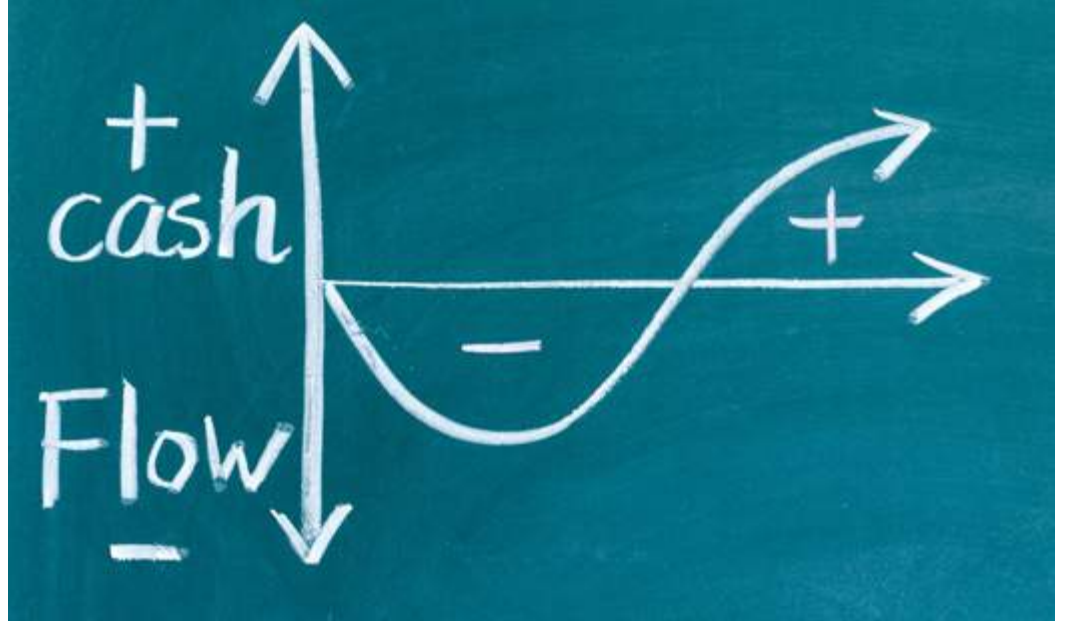
Rahmetli Üzeyir Garih'den bir hikâye anlatarak başlamak istiyorum. Garih, girişimciliği top cambazlığına benzetir. Girişimcinin elinde de üç top var, bunlar: satışlar, kârlılık ve nakit akışı. Topların 2 tanesi lastikten diğeri ise kristal. Lastik topun birisi işletmenin satışlarını diğeri de işletme kârını temsil ediyor. Kristal top ise nakit akışını temsil ediyor.

Üzeyir Bey şirketlerin satış ve kârlılıklarının dönemsel olarak düşüş gösterebileceğini ya da zarar edebileceklerini buna rağmen ayakta kalmaya devam edip toparlayabileceklerinin altını çizer. Oysa nakit akışı temsil eden top kristaldir ve düştüğünde kırılır. Oyun bitmiş olur. Tıpkı nakit sıkışıklığına giren bir şirketin borçlarını ödeyemeyip iflas etmesi gibi...

Kurumsal firmalarda düzenli olarak üç tablo yayınlanır: Bilanço, Gelir Tablosu ve Nakit Akışı Tablosu. Bilanço şirketin sahip oldukları ve borçlarını; Gelir Tablosu kar ve zararın kaynağının detaylarını gösterir. Nakit Akımı veya Nakit Akışı Tablosu ise şirketin kapadığı dönemi bir önceki döneme göre neden daha fazla veya daha az nakitle kapattığını gösterir. Şirketlerin hem Gelir Tablosu hem de Nakit Akışı Tablosu hazırlanmasının nedeni nakit ve karın birbirine denk olmaması ihtimalidir. Bir şirket karı artıyorken nakit akışı düşüşte olabilir.

Gözünüzü nakit akışından ayırmayın

Karlılığınızı takip etmek tek başına yeterli değildir. Siz sadece karlılığa odaklı düşündüğünüzde ciddi bir nakit akışı krizine girerseniz işten bile değil. Nakit akışınızı kontrol edemediğiniz takdirde ödemelerinizi gerçekleştiremeyeceğiniz ve sizi iflasa bile sürükleyebilecek bir sürecin kapısını açabilirsiniz. Sağlıklı nakit akışı yönetimi şirketinizin başarısında büyük rol oynar. Çünkü bu sayede ödemelerinizi gerçekleştirmekle kalmaz şirketinizi geliştirmeye yönelik, çalışan alımı yapabilir, tanıtım reklam gibi hizmetlere bütçe ayırabilir, donanım/ yazılım yatırımlarınızı arttırabilirsiniz. 17 Temmuz 2019 tarihinde kabul edilen 7186 sayılı Kanun ile borçlu ve zor durumda olan şirketlerin borçlarını



yeniden yapılandırma, borçlarda indirim ve taşınmazlarla borç ödeme olanağı geldi.

15.08.2018 tarih ve 30510 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Finansal Sektöre Olan Borçların Yeniden Yapılandırılması Hakkında Yönetmelik ("Yönetmelik") hükümlerine paralel olarak Bankacılık Kanunu'na eklenen Geçici Madde 32 ile borçların yeniden yapılandırılmasına ilişkin çeşitli prensipler öngörülmüştür. Bu kapsamda, Yönetmelik'te yeniden yapılandırmaya ilişkin olarak öngörülen yöntemlere ek olarak ilgili düzenlemede gecikme cezalarından kısmen veya tamamen vazgeçilmesi ve teminatların azaltılması da öngörülmüştür. Yapılandırmalarda; kredi vadelerinin uzatılması, kredilerin yenilenmesi, ilave kredi verilmesi, anapara, faiz, temerrüt faizi, gecikme cezaları ve kâr payları ile kredi ilişkisinden doğan diğer her türlü alacağın indirilmesi veya bunlardan kısmen veya tamamen vazgeçilmesi, teminat azaltılması, anapara, faiz veya kâr payı alacaklarının kısmen veya tamamen iştirake çevrilmesi, özel amaçlı şirketler ile 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'na göre kurulan yatırım fonlarına aynı, nakdi ya da tahsil şartına bağlı bir bedel karşılığı

devir veya temlik edilmesi, borçlu ya da üçüncü kişilere ait aynı değerler karşılığında kısmen veya tamamen tasfiye edilmesi, satılması, bilanço dışına çıkarılması, diğer alacaklı kuruluşlar ve alacaklılarla birlikte hareket ederek protokoller yapılması gibi tedbirler alınabilecektir. Finansal yapılandırma ile borçluya sağlanacak avantajları şöyle sıralayabiliriz;

- Kredi vadelerini uzatmak. Yani konsolide etmek
- Kredileri yenilemek
- İlave kredi vermek
- Anapara, faiz, temerrüt faizi, gecikme cezaları ve kar payları ile kredi ilişkisinden doğan diğer her türlü alacağı indirmek veya bunlardan kısmen veya tamamen vazgeçmek
- Bu alacakları iştirake çevirmek
- Bu alacakları özel amaçlı şirketler ile yatırım fonlarına aynı, nakdi ya da tahsil şartına bağlı bir bedel karşılığı devir veya temlik etmek
- Borçlu ya da üçüncü kişilere ait aynı değerler karşılığında kısmen veya tamamen tasfiye etmek, satmak, bilanço dışında çıkarmak
- Ayrıca alacaklı bankalar, diğer alacaklı bankalar ve alacaklılar ile birlikte hareket de edebilecekler

Dyson'dan yeni nesil ev temizliği



Yaz aylarının sona ermesiyle evlere dönüş başladı. Herkes şehre, çocuklar okula dönerken; yaz boyunca ihmal edilen evlerin de yeni döneme hazırlanması büyük önem taşıyor. Evlerin üzerindeki yorgunluğu atmak ve daha sağlıklı bir ortama dönüştürmek için Dyson V11™ kablosuz süpürge ihtiyacınız olan her şeyi sunuyor.

Dyson V11™ kablosuz süpürge, sizin ve ailenizin sağlığını koruyabilmek için evinizi gözle görülemeyecek kadar küçük, zararlı partüküllerden temizliyor. HEPA filtresiyle sağlıklı bir yaşam alanı için toz, alerjen ve bakterileri yok ediyor. Şu ana kadarki en güçlü kablosuz temizleme başlığıyla sert naylon fırçalar, dipteki kirleri çekmek için halının derinlerine iniyor ve yumuşak, anti-statik, karbon fiber lifler sert zeminlerdeki ve çatlaklardaki tozları kolayca yakalıyor. Dynamic Load Sensor (DLS) sistemiyle süpürge başlığındaki direnci saniyede 360 kez kontrol ediyor ve her zemin türünde derinlemesine temizlik için halılarla sert yüzeyler arasındaki motor hızını otomatik olarak değiştiriyor. Kablosuz teknolojiyle evinizin her köşesini kolayca temizlemenizi sağlayan süpürge LCD ekranı seçilen güç modunu, kalan çalışma süresini, filtre bakımını zamanlamasını da anlık olarak göstererek evinizde akıllı temizliğin keyfini yaşıyor.



Fakir Hausgeräte, temizlikte inovatif bir adım atıyor

Elektrikli ev aletlerinin öncü ve yenilikçi markası Fakir Hausgeräte, yeni inovatif ürünü Hypo Clean sterilizasyon sağlayan su üretme cihazı ile Türkiye'de bir ilke imza atıyor. Fakir Hausgeräte'nin titiz Ar-Ge çalışmaları sonucu ürettiği ve elektrikli ev aletleri sektöründe bir ilk olan Hypo Clean, sadece musluk suyu ve yarım gram tuz kullanılarak 1 dakika içerisinde tamamen doğal sterilizasyon sağlayan elektrolize bir sıvı üretiyor. Hiçbir kimyasal etkisi bulunmayan dezenfektan sıvı, sıklığı yüzeylerde koku, bakteri, mikrop ve mantar oluşumuna izin vermeyerek, laboratuvar testlerine göre %99.9'a varan hijyen sağlıyor.

Kimyasal katkı maddesi kullanmadan evde kendi dezenfektanınızı yapmanızı sağlayan Fakir Hypo Clean, sürekli temas edilen cep telefonları, çocuklarınızın oyuncakları, kişisel bakım gereçleri, süs bitkileri, yediğiniz sebze ve meyvelerde dahi güvenle kullanılabilir. Ayrıca buzdolabı, mutfak dolapları, lavabo, banyo gibi hijyen isteyen her yeri mikrop ve kötü kokulardan arıyor.



Arzum Multivit kışa hazırlıyor



Mutfakta hızlı bir yardımcı arıyorsanız Arzum Multivit katı meyve sıkacağı ile sebze ve meyveler anında bardağınızda! İçerisindeki patentli çift katmanlı, 120 adet keskin bıçaktan oluşan ve 'Sadece Arzum'da' yer alan paslanmaz çelik parçalayıcı süzgeç ile meyve ve sebzeleri iki kademeli olarak parçalayan Multivit ile lezzet son süratle damağınızda.

Üstün teknolojisi sayesinde geleneksel katı meyve sıkacaklarına oranla yüzde 20 daha yüksek oranda meyve suyu elde edilmesini sağlıyor. 1.6 litre kapasiteli çıkarılabilir posa haznesiyle daha fazla sebze ve meyvenin suyunu sıkıyor. 0,5 litre kapasiteli sürahiyle kolay bir şekilde servis imkanı sunan Arzum Multivit, kış boyunca size unutulmayacak lezzetler sunuyor.

Arzum Steamart ütölemeyi keyfe dönüştürüyor

Teknolojisi ile akıllı, yüksek buhar gücüyle farklı Arzum Steamart Lux, yenilikçi turbo buhar pompası sayesinde kumaşa daha fazla buharı daha güçlü bir şekilde nüfuz ettiriyor. Böylece inatçı kırışıklıklar için hızlı ve zahmetsiz ütöleme sağlıyor. Tek tuşla devreye giren akıllı hareket sensörü ile ütü hareket ettiği sürece otomatik olarak sürekli buhar veriyor, ütü hareketsiz kaldığında ise buhar kesiliyor. Arzum Steamart Lux, 3000 W'lık gücü ile anında ısınarak hızlı bir şekilde ütöleme yapılmasına imkan sağlıyor.



İyonize taban teknolojisi sayesinde üstün kayganlık, kusursuz ütöleme performansı sunan Arzum Steamart Power ise, hızlı ve kolay ütöleme sağlıyor. 2800 W'lık gücü ile kolayca ısınan ve yüksek buhar performansı sağlayan ütü, 195g/dk şok buhar gücü ile kırışıklıkları anında yok ediyor. Ayrıca, 400ml kapasiteli su tankı ile kesintisiz ütü yapma olanağı sunuyor.

Bosch Condens 2200i W ile tasarruf çok kolay



Bosch'un enerji verimliliğinde A sınıfında yer alan yeni 24 Kw kapasiteli Condens 2200i W yoğuşmalı kombisi, düşük ses seviyesiyle evlerdeki konforu artırıyor.

Daha çok doğalgaz tasarrufu
Bosch Termoteknoloji'nin 2019 yılının ilk ayında piyasaya sunduğu A sınıfı enerji verimliliğine sahip yeni nesil yoğuşmalı duvar tipi kombi Condens 2200i W'nin 1:5 modülasyonlu brülörü, anlık ısı ihtiyacınıza göre kendisini otomatik olarak ayarlıyor. Cihaza ihtiyaç olmadığı durumlarda, cihaz kapasitesini 5'te 1'i kadar kendiliğinden kısabiliyor ve böylece gereksiz gaz tüketimi önleyerek, doğalgaz faturalarında tasarruf sağlıyor.

Düşük ses seviyesi
Condens 2200i W mükemmel izolasyonu sayesinde, 24 kW maksimum ısıtma kapasitesinde sadece 45 db(A) olan düşük ses seviyesiyle bulunduğu ortamda yaşayanları rahatsız etmeden, evlerdeki konforu artırıyor.

Silverline davlumbaza farklı bir konsept yarattı

Silverline mutfağın stratejik ürünlerini ortaya çıkarırken yeni yaşam tarzlarını ve bunu yansıtan mutfakları temel alan tasarımlar üretiyor. Tasarımlarında teknoloji, sadelik, fonksiyonellik, keyif unsurlarını taşıyan yeniliklerle mutfakları keyifli mekanlara dönüştürüyor. Örneğin geniş alanlara kurulan ada mutfaklar için tasarlanan abajur tipi davlumbaz Neat, sadece davlumbaz olmaktan öte mutfağın şıklığını tamamlayan ve aydınlatmaya destek olan abajur görevini de görüyor. Geliştirilmiş led ışıkları sayesinde Neat mutfakta geniş bir alanı aydınlatıyor.

Neat gövde tasarımında beyazın dışında farklı renkleri sevenler için alternatif renk seçenekleri olarak trend renkleri arasında yer alan sakura pembesi, somon, gri yeşil bulunduyor. Dokunmatik kontrol paneli dışında uzaktan da kumanda edilebilen davlumbaz, aldığı komutu anında algılayarak maksimum verim ve fayda ile çalışıyor. Kokuyu ve dumanı yüksek performansla yok eden Neat'in çelik ve karbon filtrelerinin değiştirilmesi ve yerleştirilmesi oldukça kolay. Ayrıca davlumbazın yüksekliği kullanıcının ihtiyacına yönelik ayarlanabiliyor.



Philips Azur Elite ütü teknolojisinde fark yaratıyor



Philips Azur Elite Buharlı Ütü, akıllı otomatik buhar sistemi DynamiQ sensör özelliği sayesinde el hareketlerinizi takip ederek doğru buhar miktarını kendi ayarlar ve hareket etmediğinde buhar vermeyi durdurur. Mükemmel ütülenmiş giysileriniz için ihtiyaç duyulan buhar basıncını ayarlayan Philips Azur Elite Buharlı Ütü ile doğru miktarda buhar kumaşa nüfuz ediyor. Philips Azur Elite Buharlı Ütü, ısı ayarı gerektirmeyen

OptimalTEMP teknolojisi sayesinde kotlardan ipek kumaşlara, ketenden kaşmire kadar tüm ütülenebilir kumaş türlerinde sıfır yanma riski ile güvenli ütülme imkânı sunuyor. Philips Azur Elite Buharlı Ütü OptimalTEMP teknolojisi ile kıyafetleri kumaş türlerine göre ayırmaya gerek kalmadan, istenilen sırayla, sıcaklık ayarını beklemeden ve zaman kaybetmeden ütülenebiliyor.



Hoover buzdolapları camın şıklığını teknoloji ile buluşturuyor

Yeni Hoover buzdolapları, üstün özellikleriyle göz dolduruyor. Smart Inverter teknolojisiyle, minimum enerji tüketimi yanında üstün performansı sunuyor, sessiz çalışırken uzun ömürlü kullanım sağlıyor. Karlanma ve buzlanmayı önleyen Total No Frost özelliğinin yanında, soğutucu ve dondurucu bölmelerin sıcaklığını bağımsız olarak ayarlamaya olanak sağlayan şık tasarımı Dokunmatik Elektronik Kontrol Paneli mutfaklara modern bir dokunuş katıyor.

Led aydınlatması sayesinde geniş iç bölmede her yiyecek kolayca görülüyor. Hızlı Soğutma ve Dondurma fonksiyonu, normalden daha kısa sürede soğutma ve dondurma işlemi yaparak zamandan tasarruf sağlıyor. Tatil ve Eco Modu sayesinde, buzdolabı kullanılmadığı dönemlerde enerji tüketimini minimuma indirerek verimlilik ve ekonomi dostu teknoloji sunuyor.



Hoover çamaşır kurutma makineleri üstün teknoloji sunuyor

Sahip olduğu One-Fi teknolojisi ile makineyi uzaktan kontrol etme imkanı sunan Hoover kurutma makineleri, dokunmatik geniş dijital ekranı, kurutma zaman ayarı, dijital geri sayım göstergesi, hafıza seçeneği, ütü, askı ve dolap gibi farklı kurutma dereceleri, 24 saate kadar gecikmeli başlatma özelliği, su tankı dolu uyarısı ve titreşim önleyici yan duvarları ile konforlu bir kurutma deneyimi yaşıyor.



Philips Airfryer XXL ile sağlıklı yemekler hazırlayın

Çok az yağ ile ya da hiç yağ kullanmadan çıtır çıtır ve bir o kadar pratik yemekler pişirebileceğiniz Philips Airfryer XXL, mutfağınızın demirbaşlarından biri olacak. Philips, Airfryer XXL HD9650/90 köfteden patates kızartmasına, börekten bütün tavuğa, balıktan tatlıya kadar pek çok lezzeti minimum yağ ile hazırlama imkânı sunuyor.

Philips Airfryer XXL, patentli Rapid Air hızlı hava teknolojisi ile dışı çıtır çıtır, içi ise yumuşacık yiyecekler hazırlamanıza yardımcı olurken, sadece hava kullanıldığı için normal fritöze kıyasla daha sağlıklı besinler hazırlamanıza yardımcı oluyor. Böylelikle çok az ya da hiç yağ kullanımı olmadan hazırlanan yiyecekler, sağlıklı bir beslenme düzenine geçmeyi de kolaylaştırıyor. Airfryer XXL'in geniş iç hacmi sayesinde, tüm aile için rahatça ve tek seferde yemekleri kızartabilir, ızgara pişirebilir, sıcak tutma özelliği sayesinde ise yemekleri 30 dakikaya kadar sıcak olarak saklayabilirsiniz. Sıcaklık kontrolü sayesinde pişireceğiniz yemekler için en uygun sıcaklığı; önceden ayarlanmış pişirme programlarını içeren dijital ekranı ile de en doğru süreyi seçmenizi sağlayan Airfryer XXL, entegre koku giderici hava filtresi, mutfakta istenmeyen yemek kokularının da önüne geçiyor. Bulaşık makinesinde kolayca yıkanabilen parçaları pişirme sonrasında hem temizleme kolaylığı sağlıyor hem de pratikliği sayesinde mutfakta geçirilen zamanı kısaltıyor.



Goldmaster'den renkli lezzetler, rengarenk mutfaklar

Goldmaster Işıl Çeyiz Setinde bulunan Akasya çay makinesi, geniş haznesi ile kalabalık misafirlerinizle sohbetinizi bölmeden çay servisi yapabilmemiz ve her seferinde aynı tat ve sıcaklıkla çayınızı keyifle yudumlayabilmemiz için tasarlandı. Tostmix tost makinesi ile hem tost hem de ızgara yapabilir, blender set ile de kuşbaşı eti kıyımaya kıvamına çevirebilirsiniz.



SineMadem

Adem Y. Tavukçuoğlu



Evvel zaman içinde Hollywood

Once Upon a Time... in Hollywood, daha önce açıkladığı gibi 10 film çekip yönetmenliği bırakacak olan Quentin Tarantino'nun 9. filmi. Filmin adı her ne kadar "Bir Zamanlar Hollywood'da" diye çevrilsen ve bu çok da yanlış bir çeviri gibi durmasa da burada önemli bir nüans vardır. Aslında "Evvel Zaman İçinde Hollywood'da" daha doğru bir çeviri olurdu. Çünkü filmde anlatılan, başlıkta Tarantino'nun da vermek istediği gibi bir maseldir ve alternatif bir tarih anlatımıdır.



Film 8-9 Şubat 1969 ve 8-9 Ağustos 1969'da geçmektedir. İki kurgusal karakter üzerinden 1969 Hollywood dünyasını anlatır. Diğer bir deyişle Hollywood'un Altın Çağ'ının son yılını. Rick Dalton (Leonardo DiCaprio), bir zamanlar umut vaat eden bir yıldız adayken; o dönemler moda olan TV Western dizilerinden birinde yıllarını harcayan ve giderek sektörde silinmeye başlamış 40'lı yaşlarında bir oyuncudur. Cliff Booth (Brad Pitt) da onun dublörü, şoförü, sağ koludur.

Filmdeki gerçek karakterlerden ise en önemlisi 1969 Ağustos ayının 9'unda Manson çetesinin 3 üyesi tarafından 8.5 aylık hamile iken öldürülen Sharon Tate'dir (Margot Robbie). Bence film, Sharon Tate olayına hiç dayanmamalıydı veya onu böyle hafifletirerek çözümlenmemeliydi. Ben illa ki alternatif tarih yazmayı seven bir Tarantino olsam filmin sonunda Sharon Tate'in 2 kez pedofil olarak hüküm giyen ve ABD'ye girmesi hala yasak olan yönetmen kocası sapık Roman Polanski'yi öldürtürdüm ama o ahlaki cesaret Tarantino'da bile bulunmuyormuş ki, Polanski'nin bu hastalıklı yönünü ima bile edememiş.

Filmin diğer önemli eksisi Bruce Lee'nin sarsılmaz hatırasına aşırı saygısızca (hatta ırkçı) yaklaşmasıdır. Tarantino, bir haksızlığı da dönemin "hatasıyla sevabıyla" özgürlükçü hareketi olan "hippi"lere olan çarpık bakış açısıyla yapıyor. O dönemi yüceltmek, güzel hatırlamak ve hatırlatmak istediği belli olan Tarantino için son derece yanlış seçimler bunlar.

Charles Manson çetesini aslında olduğu şekilde (sapkın bir dini tarikat) değil de "her hippie böyledir" gibi klasik hippiler olarak göstermesi çok yanlış bir seçimdi. Ülkemizde günümüzde bile adım başı görülen şehveti tarikatların Adnan Oktar sapıklığında, Fetullah Gülen caniliğindeki Amerikan öncülüğüdür Manson çetesini. ABD'li yönetmenlerin yaşlandıkça zaten eğreti duran liberallik kaplamalarının çatırdamalarını görmek de film endüstrisinin eğlendirirken öğreten taraflarından biridir.

Rezervuar Köpekleri ile kariyerine kendi başyapıtı ile başlayan Tarantino'nun eğlenceli kariyeri, çok sıkı hayranlarının iddialarının aksine bazı kusurlu halkalar içermektedir. Zannımca Once Upon a Time... in Hollywood, X kuşağının en yakışıklı 2 aktörünün yıldız karizmasına ve Hollywood'un Marilyn Monroe'dan beri gördüğü en güzel (ve de yetenekli) kadın olan Margot Robbie'nin ışıl ışıl varlığına rağmen zamanın testine karşı ileride iyi dayanamayacak bir film olmuş.

Bütünleşip tam bir hikâye olamayan bu filmde geriye kalacak olan az sayıdaki çok iyi çekilmiş sahne olacaktır. Rick Dalton ile küçük oyuncu arasındaki diyalog gibi. Al Pacino bile karikatür gibi bir rolde harcanmış sırf filmin afişinde yer alsın diye.

Filmin genel havası, sinematografisi, müzikleri her Tarantino filminde olduğu gibi kusursuza yakın. Ancak, 2.5 saati aşkın süreli bu filmde o buçuk saat bile fazla. Hatta, Sharon Tate sahneleri güzel kartpostal çağrışımını dışında öyküye çok az katkıda bulunuyor. Sadece benim de içinde bulunduğum Tarantino severlere önerebilirim.

SineMADem iyi seyirler diliyor.

Seçkin markaların kesişme noktası

 **ALTUS**

Marmara Bölgesi Yetkili Satıcısı

Miele

Türkiye Distribütörü

simfer

oscar

Gürses Kurumsal olarak bizler grubumuzun toptan ve perakende beyaz eşya tecrübesini güçlü alt yapımız, yönetim kadromuz ve yeni işbirliğimiz ALTUS ile bir üst seviyeye taşıdık.

2019 yılının başında Alman devi MIELE'nin elektrikli süpürge Türkiye Distribütörü olarak ürün gamımızı daha da genişlettik. Miele markasıyla hedefimiz etkin bir bayi ağı ile Türkiye geneline ulaşmak ve markaya özel satış noktaları kurarak marka değerini daha da arttırmak.

Gürses Kurumsal bünyesindeki güçlü markalarla sorunsuz çalışmanın yolu şimdi Gürses'ten geçiyor.

444 0 888

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr

Altus

ankastreler, mutfağını gururla
sergilemek isteyenleri

iyi anlar



GÜRSES
KURUMSAL

Birlik mah. M. Akif İnan Cad. No:4 Gürses Plaza K:2 Esenler / İstanbul
Tel: +90 212 429 40 00 • gurseskurumsal.com.tr



Arçelik
Servis Garantisi

444 0 888

altus.com.tr

f /altustr

 **ALTUS**

PHILIPS

8804 serisi

Gerçek renkler. Mükemmel ses. Ambilight.

Canlı renkler. Bowers & Wilkins ile tertemiz bir ses. Yeni 8804 serisi, müzik dinlerken, oyun oynarken veya yepyeni bir dizi izlerken, dahili soundbar'ı ve eşsiz Ambilight ile size olağanüstü bir televizyon izleme keyfi sunuyor.



Sound by
Bowers & Wilkins

www.philips.com.tr/tv