

248

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

22
YIL

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Şubat 2020 / Yıl: 22 / ISSN 1302 308X

Fakir
HAUSGERÄTE

kaa'Ve **UNO PRO**
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

4
FİNCAN

www.fakir.com.tr



/FakirEvAletleri



ŞUBAT 2020 • SAYI: 248

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
Tolgahan ÖZTÜRK

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-sürelili yayındır.

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

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

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



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6 Söyleşi

Beko
Beko, kadın bayilerine yönelik bir zirve düzenledi



8 Kahve Kokusu

Gloria Jean's Coffees
2020 yılında yüzde 30 büyüyecek
Sevgililer Günü'ne OKKA'lı bir lezzet...
Tek makine ile 3 farklı kahve keyfi
Siemens'ten Sevgililer Günü'ne özel farklı seçenekler...



12 Dernek

Türkiye'nin beyaz eşya perakendecileri İzmir'de buluştu



14 Makale

Mevlüt Oluk
Ofiste sağlıklı yaşam



15 Deneyim Kanalı

Arzum Foodie



16 Sektör Haberi



22 Bayi

Bosch konsept mağazalarına bir yenisini daha ekledi



26 Dosya

"Beyaz eşya sektörünün ÖTV desteğine ihtiyacı var"



42 Araştırma

AVM Perakende
Ciro Endeksi Kasım'da yüzde 20,1 arttı

Türkiye'nin alışveriş hacmi 3 yılda 2 kat arttı



44 Makale

Didem Tınarlıoğlu



45 Ürünler



48 Ajanda Sinemadem

Knives Out
(Bıçaklar Çekildi)



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





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

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü 2020'den ne bekliyor?

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörü 2020 yılına büyüme ve yüksek satış beklentisi ile merhaba dedi. Son yıllarda ekonomide yaşanan çalkantılı durum her ne kadar sektörü olumsuz etkilese de beyaz eşya halen Türk ekonomisinin lokomotifleri arasında yer almaya devam ediyor. Sektörde faaliyet gösteren şirketler, bayiler, dernekler ve kişiler değişik platformlarda yaptıkları açıklamalarda 2020 yılı ve sonrası için ciddi büyüme beklentileri olduğunu altını çiziyorlar. Biz de sektörün tek dergisi olan Dağıtım Kanalı'nda bu ay özel bir dosya konusu hazırlayarak sektörün nabzını tuttuk. Farklı kurum ve kişilerden aldığımız bilgi ve veriler, geleceğe yönelik bizlere ışık tutacak. Biz de kötü günlerin geride kaldığını umuyor ve geleceğe yönelik beklentilerimizi yüksek tutuyoruz.

Beko, Yeni 100 Kadın Bayi Projesi kapsamında bayi ekosistemine kattığı kadın bayilerini ilk kez İstanbul'da gerçekleştirdiği zirvede buluşturdu. Biz de projeye ilgili detayları almak ve kadın bayilerin de fikirlerini dinlemek üzere etkinliğe katılım gösterdik. Beko Türkiye Satış Direktörü Arel Atakol, Perakende Akademi Eğitim ve Gelişim Yöneticisi Pelin Hekimoğlu, Balıkesir-Susurluk Beko Bayisi Hayrünnisa Dernek, Eskişehir Bayisi Nilgün Küçükçavdar ve Adıyaman Bayisi Yasemin Pamukçu ile gerçekleştirdiğimiz röportajımızı keyifle okuyacaksınız.

Türkiye'nin beyaz eşya perakendecileri, İzmir Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği'nin (İZBEYDER) daveti üzerine 7-8 Ocak 2020 tarihinde İzmir Ticaret Odası'nda bir araya geldi. Beyaz eşya perakendecilerinin çatı kuruluşu olan BEYPER'in iştirak ettiği toplantıya BEYPER yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra, Mersin Perakendeci İş İnsanları Derneği'nin (MEPIAD) başkan ve yardımcısı da katıldı. Bu önemli haber ve gelişmeyle ilgili detaylar **Dernek** sayfalarımızda sizi bekliyor.

Keyifli okumalar...

Beko, kadın bayilerine yönelik bir zirve düzenledi

Beko, Yeni 100 Kadın Bayi Projesi kapsamında bayi ekosistemine kattığı kadın bayilerini ilk kez İstanbul'da gerçekleştirdiği zirvede buluşturdu. Bayi ekosisteminde kadınların temsiliyetini artırmak amacıyla geçtiğimiz mart ayında başlayan projeye, 9 ayda 1000'in üzerinde kişi başvurdu. Düzenlenen zirvede Beko Türkiye Satış Direktörü Arel Atakol, Perakende Akademi Eğitim ve Gelişim Yöneticisi Pelin Hekimoğlu, Balıkesir-Susurluk Beko Bayisi Hayrünnisa Dernek, Eskişehir Bayisi Nilgün Küçükçavdar ve Adıyaman Bayisi Yasemin Pamukçu ile bir araya geldik ve hem projenin detaylarını hem de kadın bayi olmanın getirdiklerini konuştuk.



yatırım yapmasını teşvik etmek. Kadının yaptığı yatırımlarla beraber istihdamını da teşvik etmek ve artırmak. Biz sadece 100 tane kadına bayilik verip projeyi burada bırakma fikriyle yürümüyoruz. Biliyoruz ki bu kadın bayilerimiz de kendilerine çalışma arkadaşları olarak kadınları seçiyorlar. Dolayısıyla yüzlerce kadına istihdam imkanı sunan bir proje bu. Beyaz eşya endüstrisi, dağıtım teşkilatı, bayi yapılanması bunu içine sindirinceye, kadınlarımız bu teşkilat içinde gerçekten seslerini duyuruncaya ve söz sahibi oluncaya kadar kadın bayi sayısını arttırmayı planlıyoruz. Amacımız bayilerimizin yarısının kadın yarısının erkek olması. Aynen nüfusumuz da olduğu gibi.

Pelin Hekimoğlu: Şahsen bu projede olmaktan dolayı gurur duyuyorum. 20 yıldır Arçelik'teyim ve son 4 yılımı da Arçelik Türkiye organizasyonunda bayi teşkilatımız ile birlikte çalışarak geçirdim. Bu projede amacımız şirketin dönüşüm yolculuğunda, perakendecilikte Beko ailesine yeni katılan ailelerimizi elimizden geldiğince desteklemek ve onların oryantasyon süresini hızlandırmak. Perakende Akademisi olarak da yeni bir program tasarladık.

Beko'nun düzenlediği "Yeni 100 Kadın Bayi Projesi"nin detaylarından bahsedebilir misiniz?

Arel Atakol: Koç Grubu'nun "He for She" inisiyatifi kapsamında Beko markasıyla birlikte kadınlarımıza, kadın yatırımcılarımıza çeşitli pozitif ayrımcılıklar içeren "100 Kadın Bayi" projesini başlattık. Bu projenin kapsamında temel pozitif ayrımcılık, eğitim ve mentörlük desteğinden geliyor. Bununla birlikte bayi adaylarımızla yapılan görüşmeler neticesinde

onların mağazalarının araştırılması, bulunması, dekorasyonu, teşhiri konusunda verdiğimiz destekler var. Markanın temsil ihtiyacına yönelik bulunan lokasyonlarda mağazanın kiralama yapılacak destekler bulunuyor. Mağazada bulunan teşhir ürünlerine verilen çeşitli indirimler var. KOSGEB'den almış olduğumuz bazı destekler var, bu da daha yeni gündeme geldi. Kamu tarafı bu projenin bir parçası olma arzusunu da beyan ediyor. Bunun gibi birçok destek paketimiz mevcut. Amacımız kadınlarımızın



Perakende Akademisi bundan 3 yıl önce kuruldu. Amacımız Arçelik Türkiye organizasyonunun perakendecilik dönüşüm yolculuğunda bayiye ana merkezine alan değişimde onları her noktada desteklemek. Özellikle değişen tüketicinin alışkanlıkları, ürün bilgisinin şekil değiştirmesi, müşteri profilimizin yenilenmesi diyebiliriz. Bu noktada daha donanımlı satış teşkilatları oluşturmak istiyoruz. Özellikle bayi sahiplerimizin de bu değişime öncülük etmesi gerekiyordu. Bu noktada onları her konuda destekleyen farklı programlar kurduk. Üniversitelerle iş birliği yaptık, Koç Üniversitesi'yle birlikte yürüttüğümüz özel bir eğitim programımız var. Uzaktan eğitim portalını devreye aldık. Öğrenme artık bizim için her yerde, her zaman ulaşılabilir olmalıydı. Mekândan ve zamandan bağımsız Akademi Öğrenme Portalı devreye girdi. Bunun altında farklı eğitim programları var. Bunlardan biri de Beko 100 Kadın Bayi Projesi. Amacımız oryantasyonu hızlandırmak. Bazı bayilerimiz sektör dışından geliyorlar, onlara öncelik olarak sektörümüzü tanıtmak istiyoruz. Arçelik kültürünü, Beko'nun iş yapışını, Beko'nun pazardaki liderliğini, stratejilerini, marka konumlandırımlarını paylaşmak ve satış ekiplerini bu noktada yetiştirmek istiyoruz. Bununla ilgili bazen sınıflarda eğitim

eğitimler veriyorlar. Burada daha çok karşılıklı bir öğrenme var aslında. Birlikte işleri nasıl yönetiriz, hayatı daha kolay ya da keyifli hale nasıl getiririz diye fikir alışverişinde bulunacağız.

Bu projeye katılacak bayileri nasıl belirliyorsunuz?

Arel Atakol: Bu proje kapsamında aldığımız başvurulara baktığımızda doktorlar, avukatlar, mimarlar, ev kadınları gibi çok farklı meslek grubundan kişiler görüyoruz. Bunların içerisinde daha önceden kendi işine yatırım yapmış olan girişimciler de var. Bizim değerlendirme kriterlerimiz öncelikle temsil, ikincisi de ihtiyacımız olan sermaye yapısı. Zihin olarak da bu işe uygun olup olmadığına bakıyoruz. Bölgelerdeki uzman arkadaşlarımız bu görüşmeleri yapıyor ve değerlendiriyor. Aslında çok titiz değerlendirmeler çünkü bizim buradaki amacımız bayilikleri açık belli bir sayıda bayiye ulaştırmaktan ziyade açmış olduğumuz bayiliklerin çok uzun yıllar devam etmesi. Bu sebeple seçim kriterlerimizde oldukça titizleniyoruz. 2019 yılında bayilik verdiğimiz kadın bayilerimizin de umut ediyoruz ki çocuklarına, torunlarına aktarabilecekleri bir iş birliği başlatmış olalım. Bu sebeptendir ki biraz ince eleyip sık dokuyoruz.



Hayrünnisa Dernek: Babam Beko'nun dikiş makinelerini satardı. Benim de oradan bir yatkinliğim vardı, 27 yıl önce bir başvuruda bulunmuştum. 6 yıl gecikmeli olarak kabul gördüm. İlk zamanlar böyle kadın bayiler de yoktu. Bulunduğumuz yerde de 3 tane Beko bayisi vardı. Sonra onlar bıraktınca ve tekrar teklif gelince hemen kabul ettim. Benim hayalimdi. 21 yıldır da hayallerimin peşinden koşarak devam ediyorum. Benim bir hayalim vardı ama gerçekleşmesi artık mümkün değil. Mustafa Koç "İlk 5 Yıl Ödülü"nü vermişti Antalya'da. İnşallah bana da böyle verir demiştim kendi kendime. Bir hesapladım ben o zaman 80 yaşında olacağım, Allah ömür verseydi Mustafa Bey de 86 yaşında olacaktı. Bunu kendisine gidip dedim. Benim böyle bir hayalim var diye. Ben de 50 yıl ödülünü almayı heyecanla bekliyorum.



veriyoruz, seminerler düzenliyoruz. Saha eğitimlerimiz 1.200 noktayı sürekli ziyaret ediyor. Türkiye genelinde bayilere gidip onların personellerine hem ürün konusunda hem satış stratejisi alanında destek vermek istiyoruz.

Bunun dışında Türkiye yöneticiler ekibinde birçok kadın yöneticimiz var. İş hayatında oldukça başarılılar. Bu noktada bir mentorluk programı oluşturduk gönüllü kadın yöneticilerimizle. Onlar da bayilerimize özel

Bu projenin içerisinde yer almak neden Beko markasını tercih ettiniz, neden bu yapı içerisinde var olmak istediniz?

Yasemin Pamukçu: Ben iş kurmayı düşündüğüm zaman ilk aklıma gelen zaten Koç Grubu oldu. Ailem onun içinden geldi. Babam ve kardeşlerim. Ben çocukluğumdan beri onların içinde büyüdüm, kurumsallığını ve profesyonelliğini çok iyi biliyorum. Bunun karşılığını oradan alabileceğimi düşündüm.



Nilgün Küçükçavdar: Ben satış yapmayı zaten çok istiyordum. Kendime ait bir mağazam olsun istiyordum. Bu cesaretlendirici proje beni etkiledi. Erkeklerin egemen olduğu bir işte kadınların da bunu ispat edebilmesi önemli. Ben uzun zamandır tanıdığım bir ailenin içindeymiş gibi oldum. O çok güzel bir şey. Herkes birbirine burada o kadar kenetlenmiş durumda ki, herkes o kadar çok destekliyor ki. Biz de kendimizi ispatlayacağız kadınlar olarak.



Gloria Jean's Coffees 2020 yılında yüzde 30 büyüyecek



Gloria Jean's Coffees, yeni mağazalarını Antalya The Land of Legends'da ve Eskişehir'de kahve severlerle buluşturdu.

Türkiye'de büyümeye devam eden Gloria Jean Coffees yeni mağazaları ile birlikte şube sayısını 2020 yılında 80'e çıkardı.

Eskişehir'deki ilk şube

Her geçen gün bünyesine yeni mağazalar ekleyerek kaliteli kahve çekirdeklerinin kokusunu ve lezzetini yeni nesil ile buluşturan Gloria Jean's Coffees, Eskişehir'de ilk şubesini kahve tutkunları ile buluşturdu. Eskişehir'de 2020 yılı içerisinde üç yeni mağaza daha açacağını ifade eden Mehmet Dinçerler, "Gloria Jean's Coffees Türkiye olarak,

Türkiye'nin 30 ilinde 80 mağazamızla her gün yaklaşık 25.000 kadar misafirimizi ağırlıyoruz. 8. yılını geride bırakan Gloria Jean's, büyüme hedefleri doğrultusunda 2020 yılında da yatırımlarını sürdürmeye devam edecek. Bu yıl içerisinde açmayı planladığımız 20 mağaza bulunuyor. Gloria Jean's Coffees mağazalarında istihdam ettiğimiz kişi sayısı 800. Bu sayıyı artarak çoğalmasını arzu ediyoruz." dedi

Eskişehir'den sonra Antalya The Land of Legends'da yeni mağazasını misafirleri ile buluşturan Gloria Jean's Coffees yeni mağazalarla birlikte 2020 yılında yüzde 30'luk bir büyüme elde etmeyi hedefliyor.



Sevgililer Günü'ne OKKA'lı bir lezzet...

Arzum OKKA, Sevgililer Günü'nde mutlu anılara eşlik edecek bir hediye alternatifi sunuyor. OKKA Ailesi'nin en yeni üyesi OKKA Minio Pro, sevdiklerinin kalbini kazanmak isteyenleri bekliyor.

Arzum OKKA Minio Pro, en anlamlı Sevgililer Günü hediyesi olmaya aday. Köpüğüyle ve ideal kıvamıyla OKKA'lı bir Türk kahvesi, sevdiğinizi söylemenin en güzel yolu olacak. Paslanmaz çelik cezveli Arzum OKKA Minio Pro, her damak tadının buluşma noktası Türk Kahvesini tek bir tuşla hazırlamanızı sağlıyor. Arzum OKKA Minio Pro, tek seferde dört fincan Türk kahvesi pişirebiliyor.



Türkiye'nin beyaz eşya perakendecileri İzmir'de buluştu

Türkiye'nin beyaz eşya perakendecileri, İzmir Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği'nin (İZBEYDER) daveti üzerine 7-8 Ocak 2020 tarihinde İzmir Ticaret Odası'nda bir araya geldi. Beyaz eşya perakendecilerinin çatı kuruluşu olan BEYPER'in iştirak ettiği toplantıya BEYPER yönetim kurulu üyelerinin yanı sıra, Mersin Perakendeci İş İnsanları Derneği'nin (MEPİAD) başkan ve yardımcısı da katıldı.



Toplantı boyunca beyaz eşya perakendeciliğinin sorunları ve çözümleri üzerine konuşuldu. 2016 yılında yasalasın perakendecilik mesleğinin sorunları üzerine söz alan konuşmacılar özellikle yasanın tam anlamı ile uygulanamamasından ve eksiklerinin giderilmesi gerektiğinden söz ettiler. Toplantının ev sahipliğini yapan İZBEYDER adına açılış konuşması yapan Başkan Metin Aztekin, 41 yıldan beri beyaz eşya perakendeciği yaptığını, müşterileri ile dost ve arkadaş olduğunu ancak son yıllarda müşterilerin kendilerini yavaş yavaş terk etmeye başladığını dile getirdi. Aztekin sözlerine şöyle devam etti: "Yaptığımız işin karşılığını artık alamamaktayız. 1980 ve 1999 yılları arasında bu meslekten çok iyi paralar kazandık ve büyüdük. Ancak o günler geride kaldı. Son 20 yıldır bu mesleğe devam eden arkadaşlarımız, ben de dâhil olmak üzere devamlı olarak mesleğimizden şikâyet

etmekteyiz. Hepimiz o tatlı ticaret yaptığımız günler tekrar geri gelir ümidi ile işlerimize devam etmekteyiz. Öncelikli sorunumuz para kazanamamaktır. Giderlerimizin artması, alternatif satış kanallarının çoğalması ve buna benzer sorunlardan dolayı son yıllarda birçok meslektaşımız işlerini bırakmak zorunda kalmışlardır. Yine son dönemde her köşe başına açılan zincir mağazalar bizlerin işlerini yapmakta ve kazancımızı engellemektedir. Turşu, peynir, zeytin satılan yerde beyaz eşya satılmamalıdır. Biz Türkiye Beyaz Eşya Perakendecileri olarak hep birlikte buradan "HERKES KENDİ İŞİNİ YAPSIN" çağrısında bulunuyoruz. Bunun dışında tüm esnafın baş belası olan kontrolsüz, denetlenmeyen ve ticari ahlaka uymayan İNTERNET satışları işlerimizi yoğun bir şekilde engellemektedir. İşte bu ve bunun gibi birçok sorun karşısında güç birliği yapmazsak kaybolacağımızı nihayet anladık. İzmir'de İZBEYDER ve BEYPER öncülüğünde ilk birlik ve beraberlik toplantımızı gerçekleştirdik. Bu toplantımıza ayrıca Bursa, Kahramanmaraş ve Mersinli meslektaşlarımız da katıldılar. Sözü fazla uzatmanın pek bir anlamı yok. Boşuna mı demiş Atalarımız "Birlikten Kuvvet Doğar" diye. Bu toplantı ile birliğimizin doğumu gerçekleşti, büyümesi ve gelişmesi camiamızın desteği ile olacaktır."

Daha sonra BEYPER Yönetim Kurulu adına söz alan Başkan Ali Yıldız; "Bizleri İzmir'e davet ettiğiniz için BEYPER yönetim kurulu adına teşekkür ederiz. Çok güzel organizasyon oldu. Biz de ilk fırsatta sizleri İstanbul'a bekliyoruz.



İZBEYDER Başkanı Metin Aztekin



Böyle birliktelikleri önemsiyoruz. Beyaz eşya perakendecileri için en önemli konu gelirlerin azaldığı bir dönemde giderlerimizin kontrol edilmesi, giderlerimizi iyi yönetmeliyiz. "HERKES KENDİ İŞİNİ YAPSIN" sloganını çok beğendik. BEYPER olarak bunun yanındayız.



BEYPER Başkanı Ali Yıldız

Bu uygulamanın bütün ticaret odalarında olması için çalışmaları sürdüreceğiz. Sektörümüzü korumak için elimizden geleni yapacağız.” dedi.



Son olarak MEPIAD adına söz alan Başkan Özcan Demir kısaca şunları söyledi; “İzmir’den Metin Aztekin arkadaşlarımın davet üzerine Mersin Perakendeci İş İnsanları Derneği (MEPIAD) Yönetim Kurulu Başkanı ve Mersin Ticaret ve Sanayi Odası Meclis üyesi kimliğimle ve değerli kardeşim MEPIAD Yönetim Kurulu Üyesi, Başkan Yardımcımız ve MTSO Meclis Üyemiz Hamit Doğan ile birlikte İzmir’deki bu toplantıya katılıyoruz. Cadde mağazalarının ve beyaz eşya satıcılarının karşılaştığı tehditler ve fırsatlar hakkında Türkiye’nin dört bir yanından gelen meslektaşlarımla zincir mağazalar, internet satışları, bayilik sistemi, tüketici sorunları, stok maliyeti, karlılık, bölgeler arası iş birliği, mali veriler ve nitelikli personel gibi konularda fikir alış veriş yapıyoruz. Bu vesile ile geçtiğimiz yıllarda kaybettiğimiz BEYPER Kurucu Başkanı Sayın Şahin Mersin ağabeyimizi rahmetle anıyorum. İZBEYDER, BEYPER, PERDER ve MEPIAD gibi sektörel derneklerin bu dönemde önemi çok büyük, dolayısı ile iş birliğimizi daha fazla geliştirmeliyiz. Sektörümüzün tek yayın organı olan Dağıtım Kanalı dergisine abone olmamız ve dergiye reklam vermemiz ve bu sayede daha geniş kitlelere ulaşmamız için hepimizin gayret göstermesi lazım. Ayrıca TOBB’un bu sıkıntılarımız için bizlere yardımcı olması gerekli. Son olarak şunu söylüyorum; “HERKES KENDİ İŞİNİ YAPSIN”

Toplantı sonunda birlik adına bir basın açıklaması yapan Metin Aztekin, özellikle discount marketlere yönelik olarak HERKES KENDİ İŞİNİ YAPSIN çağrısında bulundu. Aztekin’in basın açıklaması şöyle; “Bizlerin gözlemlediği ve bizim yaptığımız araştırmalarla göre esnafa en büyük zarar veren sebeplerden biri zincir mağazalar bir diğeri alışveriş merkezleridir. Bu iki yapı bize göre piyasaya çok büyük zarar vermektedir. Bakın esnaf yok olduğu zaman, sosyal yaşam yok olmuş demektir. Sosyal yaşamın devam etmesi için esnafın ayakta kalması gerekir. Esnaf ayakta kalacak ki evine, çocuğuna çocuğuna baksın, onları okutsun, istihdam sağlasın, Türkiye ekonomisine katkı sağlasın, vergi versin. Yoksa esnaf biterse ülke biter. Ben Avrupa’nın birçok yerini gezdim, gördüm. Hiçbir yerde alışveriş merkezleri şehrin göbeğinde değil, eski kalanlar hariç

hepsi şehrin dışındadır ama şehrin içine sen o AVM’leri çakarsan onun etrafındaki tüm esnaflar kapatır, yok olur. Şu an bizim olduğumuz semt İzmir’in Alsancak semti. İzmir’in en zengin semtidir. Bakın birçok dükkân boş, kiralık, satılıktır. Bunun devamın daha da kötüleşeceğini düşündüğümüzden bizler bazı önlemler almaya karar verdik. Bu zincir mağazalar ne iş yapar? Nereden çıktı bunlar? Daha önce bunlar yoktu. Mahallenin bakkalı, konfeksiyoncusu, ayakkabıcısı vardı ve mutlu bir yaşam sürüyordu bu ülke. Bugün geline nokta bunlar yok edildi, yok şu an. Neden yok? Çünkü insanlar maddi ihtiyaçlarını karşılayamıyor. Maddi ihtiyacını karşılayamayan bir kişi evinde mutsuz olur, sosyal yaşamında mutsuz olur ve ülke kaosa gider. Çok üzüler belirtiyorum ki bugün bunları yaşıyoruz.



Bunun için ne yapmamız gerektiğini konuşmak için beyaz eşyacı arkadaşlarımız Türkiye’nin her yerinden gelerek bir arada toplandık. Bu bizim ilk büyük toplantımız inşallah bunun devamı gelecek. Büyük bir iş birliğine girdik. Bu işten sorun yaşayan sadece beyaz eşya sektörü değil, ayakkabıcısı olsun, konfeksiyoncusu olsun diğer sektörlerde de aynı sorunu yaşıyor. Yani bugün bir Bim, bir A101 vs. gibi zincir mağazalara girdiğinizde buralarda beyaz eşya satıldığını görüyorsunuz. Arkadaşlar dünyanın hiçbir yerinde böyle bir çirkinlik olamaz. Turşunun yanında, yoğurdun yanında beyaz eşya satılmaz. Düşünün tam tersini. Beyaz eşya mağazası vitrinine turşuyu, salçayı, makarnayı, sandviçi vs başka bir şey koyabilir mi, olabilir mi böyle bir şey? Olmaz. Zaten bizim sanayi kanunumuza da aykırı bir iş yapılıyor şu an. Bizlerin meslek grupları bellidir. NACE kodlarımız da bellidir odalarda. Şirketimizi ilk kurarken muhasebecimiz bize sorar “Ne iş yapacaksın?” biz deriz ki beyaz eşya, mobilya, ev tekstili vesaire. Biz bunlarla sınırlıyızdır. Şu an için zincir mağazalar illegal olarak bu sınırın dışına taşmaktadır. Alışveriş merkezleri bizi etkiliyor, çok şikâyetle bulunduk, artık onlara bir şey diyemiyorum ama zincir mağazalar mutlaka ne iş yapıyorsa, kendilerinin ana konusu neyse o sektörde devam etmeleri gerekmektedir.

Gördüğünüz gibi tabelaya bir slogan yazdık. “Herkes Kendi İşini Yapsın” diye. Bu “Herkes Kendi İşinin Yapsın” sloganı çok açık bir ibaredir. Bu sloganı taşıyan pankartları Türkiye’nin her yerinde beyaz

eşya mağazalarının vitrinlerini asacağız. Mart ayından itibaren bunları mağazaların vitrinlerinde göreceksiniz. Bunlara destek veren diğer sektörleri de söyleyeyim. Ayakkabıcılar, oyuncakçılar, tuhafiye, hazır giyim, zücadeye, halı grubu, kırtasiye grubu, lastikçiler de bizlerle beraber hareket etmekte. Yani bu demektir ki Türkiye’de tüm esnaflarının mağazalarında yakında bu ibare görülecek. Bizim istemediğimiz en son şey protesto etmektir, ama biz aylar önce yetkililere başvuruda bulunduk. Hiçbir ciddi cevap alamadığımız için kendimizi bu eylemi yapma zorunluluğunda hissettik. İnşallah biz bunları asmadan bu sorun çözülür. Türkiye’de esnaf da mutlu olur, bayiler de mutlu olur, bu işi yapanlar da tekrar işlerine dönerler eski halimize geliriz. Düşünün istediğimiz şey çok bir şey değil. Eski halimize gelmeyi istiyoruz.

Bu konuda ben bize katılan tüm Türkiye’den gelen meslektaşlarımın hepsini kutluyorum, teşekkür ediyorum yanımızda oldular. Bu yolda hep beraber yürüyeceğiz. Bu sadece İzmir’in değil İzmir’den başlayan bir eylemdir bu. Bir protesto eylemidir, çok nettir. Aslında günümüzün konusu bizim konumuz değil ama maalesef bugüne geldi. Türkiye’nin daha önemli konuları var. Bu iş çözülürse bizim esnaf grubunda da çok şeyin çözüleceğine inanıyorum. Hepinize saygılar sunuyorum.”



Toplantı sonrası şehirlerine dönen beyaz eşya bayileri başta İzmir, İstanbul, Adapazarı ve Mersin olmak üzere kendi ticaret odalarının da desteğini alarak eylem kararı aldılar.

Hem sağlığınızın hem de cebinizin dostu **Arzum Foodie...**

Yeni ürünler beni her zaman heyecanlandırıyor, hele bu ürünler deneyimlemiz için bize özel gönderildiğinde ürünün paket açılımını yapıp daha detaylı kullanmak hoşuma gidiyor.



Elektrikli küçük ev aletleri firmaları genellikle geçtiğimiz yılı biraz durgun geçirdi, o alışık olduğumuz durmadan çıkardıkları yeni ürün performansını, bu şirketlerden geçen yıl pek göremedik. Tabi bu tüm markalar için geçerli değil. Küçük ev aletleri sektörünün lider markalarından Arzum yeniliklerine devam ediyor. 2019 yılı başında kişisel bakım ürünlerinde Ducati ile sükse yapan Arzum Küçük Ev Aletleri, 2019 yılı sonunda da FOODIE ile piyasalara merhaba dedi.

Bu yıl evinizdeki lezzeti aynı sıcaklıkta ve tazeliğe gittiğiniz her yere taşımaya ne dersiniz?

Artık abur cubur yok, Foodie var! Özellikleriyle Türkiye’de bir ilk olan **Arzum Foodie Elektrikli Modern Sefer Tası**, sizi sağlıklı yaşamın tadını çıkarmaya davet ediyor.

Geçtiğimiz günlerde Alerji ile Yaşam Derneği yetkilileri ile tesadüfen bir toplantıda karşılaştım. Günümüzde alerji hastalığından milyarlarca insan etkilenmiş durumda... 2050 yılında 4 milyar insanın alerji hastası olacağı tahmin ediliyor. İş hayatında bu kadar büyük oranlarda etkilenen insanlık, ev dışı beslenmesine de dikkat etmek zorunda. Özellikle çalışan genç nüfus, ev dışında geçirdiği vakitlerde en çok şunu soruyor kendisine “bugün ne yesek” işte bun sorunun cevabı



Arzum Foodie Elektrikli Modern Sefer Tası... Sağlıklı ev yemeklerinizi dilediğiniz her yere ağır olmayan tasarımı ile taşıyabilirsiniz üstelik şık çantasıyla.

Sabah kahvaltınızı, ofiste veya okulda öğle arası yemeklerinizi ya da piknikte yiyeceklerinizi sıcak, taze ve sağlıklı bir çözüm sunuyor Foodie.

Tek veya çift katman olarak kullanım imkânı sunan **Foodie Elektrikli Modern Sefer Tası** ile yemeklerinizi hem ısıtabilir hem de buharda pişirebilirsiniz. Vakumlu kapaklar sayesinde yemekleriniz uzun süre taze olarak saklayabilirsiniz. Yumurta haşlamak ve pirinç pilavı pişirmekte Foodie ile mümkün. Kendi yaratıcı fikirleriniz ile eviniz de sushi bile yaparak harikalar yaratabilirsiniz.

Şık ve kompakt tasarımı, çevre dostu taşıma çantası ile kolaylıkla taşıyabileceğiniz **Foodie Elektrikli Modern Sefer Tası** eğlenceli dış yüzeyi ile de gününüze keyif katmaya hazır.

Hem sağlığınızın hem de cebinizin dostu **Arzum Foodie Elektrikli Sefer Tası’nın fiyatı 479,90 TL.**



Bosch konsept mağazalarına bir yenisini daha ekledi

BSH Türkiye'nin önde gelen markalarından biri olan Bosch, deneyim mağazalarına bir yenisini daha ekledi. Forum İstanbul Alışveriş Merkezi'nde 24 Ocak Cuma günü gerçekleştirilen açılış törenine BSH Türkiye'nin İcra Kurulu Başkanı Gökhan Sığın, Bosch Türkiye Direktörü Semir Kuseyri ve DT ve Beyaz Eşya Perakendecileri Derneği Başkanı (BEYPER) ve aynı zamanda mağaza sahibi Ali Yıldız olmak üzere birçok önemli temsilci katıldı.



Semir Kuseyri

Ali Yıldız

noktasında gerekli olan tüm çalışmaları büyük bir özveriyle yapacaklarını ve beyaz eşya sektörünü geçen yıla oranla daha da fazla canlandıracaklarını ifade eden Yıldız ise şu şekilde konuştu: "2020'nin ilk deneyim mağazasını açtık. Müşterilerimiz mağazamızda çamaşır makinesinin nasıl çamaşır yıkadığını, fırının nasıl kurabiye pişirdiğini deneyimleyerek görebiliyorlar. Bu mağazada müşteriler Bosch ürünlerin hayatlarını nasıl kolaylaştırdığına ve ne derece fayda sağladığına yakından şahit olacaklar. Sektörümüze değer katabilmek adına bu mağazayı açtık. Tüm beyaz eşya sektörü için hayırlı olmasını diliyorum."



2020'nin ilk deneyim mağazası oldu
2019 yılında bayi yapılanmasını güçlendirmeye yönelik hamleler yapan Bosch Türkiye, 2020 yılında da çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor. Forum İstanbul Alışveriş Merkezi'nde açılan 2020 yılının ilk deneyim mağazası 267 metrekare büyüklüğü ile dikkat çekiyor.

Etkileyici bir mağaza

Açılan mağazanın oldukça etkileyici bir atmosferinin olduğunu belirten Sığın, "Çok etkileyici bir mağaza, metrekare anlamında büyüdük. Ayrıca daha fazla ürün teşhir ettik. Tüketici tarafından beğenilen birçok ürünümüzü bu mağazada sergiliyoruz. Müşteriler Ali Yıldız'ın kaliteli hizmetiyle buluşacak. Bu açıdan oldukça görkemli bir

mağaza. Ali Bey ve ekibine şimdiden hayırlı işler ve bol kazançlar diliyorum." dedi.

Geniş bir ağa sahibiz

Bosch Türkiye'nin yeni direktörü Semir Kuseyri, "Bosch Türkiye'nin ülke çapında geniş bir deneyim mağazası ağı ve ürün konseptleri mevcut. Bu mağazayı yarı konsept, yarı deneyim mağazası olarak planladık. Bu mağazada müşterilerimiz, sunduğumuz tüm ürünleri yakından inceleme fırsatı buluyor. Mağazamızın değerli iş ortağımız Ali Yıldız'a hayırlı olmasını diliyorum." ifadelerini kullandı.

Gerekli perakende çalışmalarını yapacağız

Beyaz eşya sektörüne faydalı olmak ve sektörü ayakta tutabilmek için perakende



“Beyaz eşya sektörünün ÖTV desteğine ihtiyacı var”

Türk ekonomisinin en önemli itici güçlerinden olan ve her yıl elde ettiği ihracat, üretim ve satış adetleri ile dünyada Türkiye'yi sıralamaya sokan sektörler arasında bulunan beyaz eşya, son yıllarda inişler-çıkışlar yaşayarak yoluna devam ediyor. Uluslararası ticaret savaşları başta olmak üzere küresel olarak yaşanan birçok siyasi ve ekonomik olay sektörü doğrudan etkilerken, yerel ve bölgesel olarak yaşanan krizler, döviz kurlarındaki ani oynamalar, hemen yanı başımızdaki savaş vb. birçok neden beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünü etkilemeyi ve daraltmayı sürdürüyor.

Tüm bu tabloya rağmen 2019 yılında beyaz eşya sektörü, bir önceki yılı göre satış ve üretim adetlerini neredeyse aynı seviyede koruyarak 2020'ye başlangıç yaptı. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği'nin (TÜRKBESED) açıkladığı verilere göre ihracat ve iç satış toplam adedi bir önceki yıla kıyasla yüzde 2 küçüldü. Üretim adetleri bir önceki yıl ile paralel bir seyir izleyerek yüzde 1 küçüldü. 2019'un ilk yarısında ÖTV'nin sıfırlanmasının katkısı, ikinci yarıda da ekonomide toparlanma trendi, firmaların kampanyaları ve güçlü ihracatımızın desteğinde toplam satışlarımız adet bazında bir önceki yıla göre yüzde 2 daralarak 28,5 milyon seviyesinde gerçekleşti. TÜRKBESED Başkanı Can Dinçer düzenlenen toplantıda yaptığı açıklamada sektörün doğrudan 60 bin, dolaylı 600 bin kişiye istihdam sağladığına, 28 milyon adetlik üretim, 22 milyon adetlik ihracat hacmi ile büyüklüğünü gösterdiğine dikkat çekti: “Ülkemizin ekonomik büyümesinde itici güç konumundadır. Teknoloji yoğun üretime verdiğimiz değerle küresel pazarlarda önemli bir konuma yükseldik. Ülkemiz yüzde 7'lik üretim hacmi ile Çin'den sonra dünyanın en büyük beyaz eşya üretim üssü konumundadır.”

Beyaz eşya pazarının 2017 yılında 6 ana ürün toplamında 8,5 milyon adetle en yüksek seviyeye ulaştığını aktaran Dinçer, “Ülkemizle nüfusları aynı seviyede olan Almanya ve Fransa'da, pazar 10-12 milyon adet civarında izliyor. Orta vadede ana hedefimiz bu pazar büyüklüklerine ulaşmaktır. Sağlanacak devlet teşvikleriyle bu ülkelerdeki satış adetlerini yakalamamızın mümkün olduğuna inanıyoruz. Beyaz eşya artık günümüzde her evde bulunuyor. Lüks tüketim olmaktan çıktığı için ÖTV'den muaf tutulması gerektiğini savunuyoruz. Beyaz eşyanın ÖTV'den muaf tutulması ile devlet gelir kaybına

uğramayacak, daha fazla KDV, kurumlar vergisi sağlayacaktır.” dedi.

Sektörün tümünden iniş ve çıkışlar yaşadığı bu ortamda yurt içinde ve dışında faaliyet göstererek ayakta kalmaya çalışan Türk markaları ise ellerinden geldiğince yatırımlara devam ediyorlar. Yeni ürünleri piyasaya sürerek teknolojiyi yakından takip etmeye çalışan birçok firma, yıl içerisinde çıkardığı yepyeni tasarımları ile Ar-Ge'ye ve inovasyona olan olumlu yaklaşımlarını devam ettirdi. Bir yandan maliyetleri kısmaya çalışan firmalar, bir yandan istihdamda kısıntıya gitmemek adına üretimlerini ve ihracatlarını artırmaya çalıştı.

Biz de bu sayımızda hazırladığımız dosya konumuzla sektörün farklı paydaşlarına mikrofonlarımızı uzattık 2019-2020 yılı değerlendirmelerini aldık. Her ne kadar şartlar olumsuz gibi gözükse de birçok taraftan aldığımız pozitif yaklaşım 2020 yılı ve sonrası için beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün önünün açık olduğunu gösteriyor.



Türkiye beyaz eşya sektöründe 2019'da daralma yüzde 2 ile sınırlı kaldı

Türkiye beyaz eşya sektörü, 2019 yılında bir önceki yıla göre satış ve üretim adetlerini neredeyse aynı seviyede korudu. Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKESD) verilerine göre, ihracat ve iç satış toplam adedi bir önceki yıla kıyasla yüzde 2 küçüldü. Üretim adetleri bir önceki yıl ile paralel bir seyir izleyerek yüzde 1 küçüldü.



TÜRKESD Yönetim Kurulu Üyeleri

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKESD), 2019 yılını düzenlediği basın toplantısıyla değerlendirdi. TÜRKESD'in Aralık verilerine göre yılın son ayında iç satışlar bir önceki yıl aynı döneme göre yüzde 3 seviyesinde azaldı. İhracat mevsimsel etkiler nedeniyle yüzde 11 oranında daralırken, üretim adetlerinde ise yüzde 6 oranında artış kaydedildi. Ocak-Aralık döneminde, iç satış ve ihracat toplam adedi, bir önceki yıla kıyasla adet bazında yüzde 2 daralırken, ihracat ve üretim adetleri yüzde 1 daraldı.

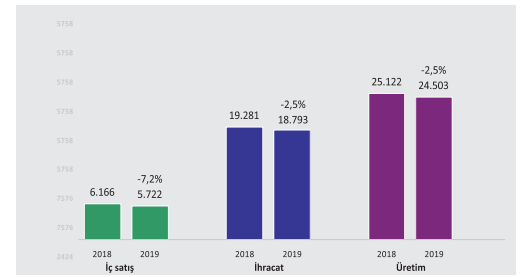
TÜRKESD Başkanı Can Dinçer, "Ülkemizin lokomotif sektörlerinden olan beyaz eşya sektörü, tüm olumsuzluklara rağmen başarılı bir yıl geçirdi. 2019'un ilk yarısında ÖTV'nin sıfırlanmasının katkısı, ikinci yarıda da ekonomide toparlanma trendi, firmaların kampanyaları ve güçlü ihracatımızın desteğinde toplam satışlarımız adet bazında bir önceki yıla göre yüzde 2 daralarak 28,5 milyon seviyesinde gerçekleşti." dedi.

Küresel ekonomiye ilişkin ön görüşleri aktaran Dinçer, OECD'nin 2020 dünya ekonomisi büyüme tahminini yüzde 3,0'dan yüzde 2,9'a düşürdüğüne dikkat çekti. Ticaret savaşlarının küresel yatırımları olumsuz etkilediği ve istihdam açısından risk oluşturduğu yönündeki değerlendirmelere dikkat çeken Dinçer, OECD'nin Türkiye ekonomisi için büyüme tahminini ise yüzde 1,6'dan 3,0'a yükselttiğini hatırlattı.

Dinçer, "Ülkemizle nüfusları aynı seviyede olan Almanya ve Fransa'da, pazar 10-12 milyon adet civarında izliyor. Orta vadede ana hedefimiz bu pazar büyüklüklerine ulaşmaktır. Sağlanacak devlet teşvikleriyle bu ülkelerdeki satış adetlerini yakalamamız mümkün olduğuna inanıyoruz. Beyaz eşya artık günümüzde her evde bulunuyor. Lüks tüketim olmaktan çıktığı için ÖTV'den muaf tutulması gerektiğini savunuyoruz. Beyaz eşyanın ÖTV'den muaf tutulması ile devlet gelir kaybına uğramayacak, daha fazla KDV, kurumlar vergisi sağlayacaktır. Sektörümüz doğrudan 60 bin, dolaylı 600 bin kişiye istihdam sağlayan, 28 milyon adetlik üretim, 22 milyon adetlik ihracat hacmi ile ülkemizin ekonomik büyümesinde itici güç konumundadır. Teknoloji yoğun üretime verdiğimiz değerle küresel pazarlarda önemli bir konuma yükseldik. Ülkemiz yüzde 7'lik üretim hacmi ile Çin'den sonra dünyanın en büyük beyaz eşya üretim üssü konumundadır. Üretimimizin %75'den fazlasını ihraç eden sektörümüz başta Ar-Ge yatırımı ve vergi kolaylıkları başta olmak üzere devlet teşviklerine ihtiyaç duymaktadır. Türkiye beyaz eşya sektörü, 2002 yılından beri 4 kat büyüdü. İhracatımız aynı dönemde 5 kat arttı. Sürdürülebilir ihracat için Ar-Ge ve dijitalleşmeye yatırım yaparak rekabet gücümüzü korumamız gerekiyor."

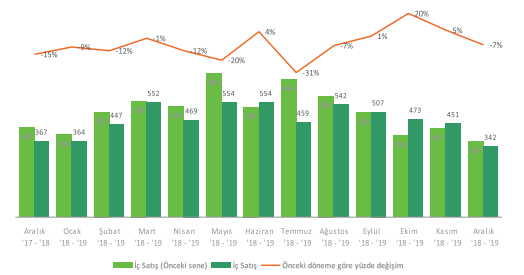
4 BÜYÜK BEYAZ EŞYA PAZAR ÖZETİ

Ocak - Aralık Dönemi (bin adet)
(Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinası, Fırın)



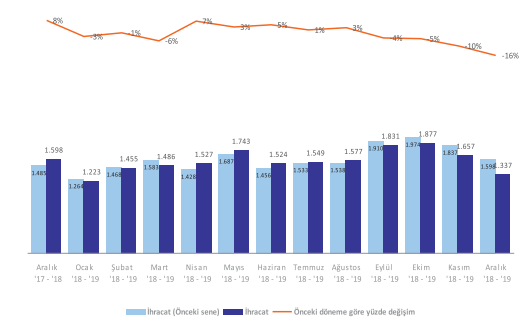
4 BÜYÜK EŞYA PAZAR ÖZETİ İÇ SATIŞ

Aralık 2018 - Aralık 2019 Dönemi (bin adet)
(Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinası, Fırın)



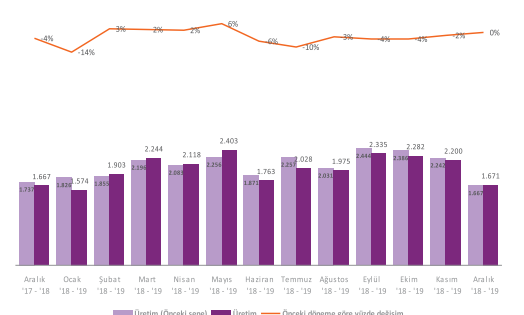
4 BÜYÜK EŞYA PAZAR ÖZETİ İHRACAT

Aralık 2018 - Aralık 2019 Dönemi (bin adet)
(Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinası, Fırın)



4 BÜYÜK EŞYA PAZAR ÖZETİ ÜRETİM

Aralık 2018 - Aralık 2019 Dönemi (bin adet)
(Buzdolabı, Çamaşır Makinası, Bulaşık Makinası, Fırın)



248. sayımızın tamamını okumak için..

<https://www.dijitalbasin.com/Read/275/dagitim-kanali>

