

Söyleşi

E-ticaret dağıtımlarımız için özel bir araç filosu kurduk
Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Arif Emre Ünal

6

Dosya

Türk kahve makinaları pazarı büyümeyi
sürdürüyor

12

TÜRKBESD:

Eylül ayında da pozitif ivmenin
süreceğini öngörüyoruz

40

255

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

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

En keyifli sohbetlerde

Vestel Sade

Vestel Sade Türk Kahvesi Makinesi ile
hem kıvamı tam Türk kahvesinin
hem de keyifli sohbetlerin tadını çıkarın.



SADE S910

SADE R910

SADE G910

refurbished



EFS Elektronik **refurbished** (yenilenmiş) ürünleri ile
geri dönüşüme tam destek.



Gücü Elinizde Tutun!



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

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

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

Müşterileriniz müşterilerimizdir...



www.h-t-s.com.tr

81
İL

1200
SERVİS



EYLÜL 2020 • SAYI: 255

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
Aybüke ÇAVUŞ

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

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

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

Dağıtım
Etkin Dağıtım

Yayın Danışmanı
AJANS DİJİTAL KALEM
DijitalKalem

ISSN 1302 - 308X

www.dagitimkanali.com.tr

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

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

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

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



Sektörel Yayıncılar
Derneği Üyesidir.
www.seyad.org

İçindekiler

6

Söyleşi

E-ticaret dağıtımlarımız için özel bir araç filosu kurduk

Arif Emre Ünal

Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı



8

Söyleşi

LG olarak ThinQ uygulaması ile kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırıyoruz

Mustafa Kılıç

LG Electronics Türkiye Beyaz Eşya Satış Müdürü



9

Kahve Kokusu

Yeni nesil kahveci Kaave

TCL Gurme Türk Kahvesi Serisi

kadın girişimcileri destekliyor



12

Dosya

Türk kahve makinaları pazarı büyümeyi sürdürüyor



38

Sektör Haberi



40

Dernek

Eylül ayında da pozitif ivmenin süreceğini öngörüyoruz



42

Makale

Akışın değil bakışın değişmesi gereken günler

Didem Tınarlıoğlu



44

Ürünler



48

Sinemadem

En iyi kahve filmleri



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



Dolarla Değil Şenocakla Kazan!

Şenocak olarak 1915 yılından beri müşterilerimize kazanç sağlamanın haklı gururunu yaşıyoruz. Yerli üretimimiz ve yetkin servis ağımla **bayilerimize ayrı, kullanıcılarımıza ayrı kazandırıyoruz.**



ŞENOCAK

DERİN DONDURUCU ve SOĞUTUCU



senocakonline.com

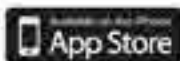


Dağıtım Kanalı



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

ABONE OL



Sunuş



YILDIRIM SÖYLEMEZ

yildirimsoylemez@dagitimkanali.net

Kahve makinaları pazarı ne durumda?

Dünyada sudan sonra en çok tüketilen içecekler arasında çay ile yarışını sürdüren kahve, hızla daha da artan bir ilgi ve popülerliğe ulaşarak daha fazla tüketilmeye devam ediyor. Dünyada en çok kahve tüketiminin olduğu ülkeler Finlandiya, Norveç, İzlanda, Danimarka, Hollanda, İsveç. Bu ülkelerde kişi başı yıllık 8-12 kg arasında kahve tüketilirken Türkiye'de ise bu oran yıllık 500 gr kadar. Ancak Türk kahvesinin son dönemde yaptığı atakla bu durum hızla değişiyor. Özellikle Türk kahvesi makinalarının farklı firmalar tarafından üretimi, bu alanda yapılan algı ve itibar çalışmaları, yüksek teknoloji ürünler, hem Türk kahvesine olan bakış açısının değişmesini hem de Türkiye'deki kahve makinaları pazarının büyümesini sağladı. Bu sayımızda biz de sektörün önde gelen oyuncularına gittik ve pazardaki son gelişmeleri, marka bazında yapılan çalışmaları ve yepyeni ürünler hakkındaki detayları sorduk. Pazar hakkındaki en güncel verileri sizlere ulaştırmak için sahanın sesini dinledik ve güncel araştırmaları sunduk. Son olarak kahvesi kültürü, tüketimi ve Türklerin kahveye olan yaklaşımlarını, tarihin de derinliklerinden yola çıkarak bizlere aktaran, alanında uzman isimlerin kaleme aldığı makaleler aldık. İşte kahve pazarının son durumu ve gelecekte bizleri bekleyenler.

Bu sayımızda bize röportaj veren isimlerden ilki **Arzum Operasyonlardan Sorumlu Genel Müdür Yardımcısı Arif Emre Ünal** oldu. Ünal, Arzum'un pandemi dönemiyle başlattığı ve e-ticaret satışları için kullanılan araç filosu projesinin detaylarını bize aktardı. Değerli görüşlerini bizimle paylaşan diğer isim ise **LG Electronics Türkiye Beyaz Eşya Satış Müdürü Mustafa Kılıç** oldu. Kılıç, LG'nin yapay zekalı sistemleri, uzaktan yönetilebilen eşyaları, birbiri ile entegre sistemlerini dergimize anlattı. Kendilerine çok teşekkür ediyoruz.

10 yılı aşkın süredir yurt dışında Türk kahvesi kültürünü tanıtan, gastrodiploması kavramının Türkiye'deki öncüsü ve sosyal girişimci Gizem Şalcıgil White namı diğer Turkish Coffee Lady, Türkiye'nin hazinelerini tanıtan yepyeni bir gurme Türk kahvesi serisini ABD'de kahve severler ile buluşturuyor. Projenin ayrıntılarını **Kahve Kokusu** bölümümüzde bulabilirsiniz.

MUTFAĞINIZIN EN ŞIK ÜYESİ

Soğutmanın Uzmanı Uğur'dan



• UES 468 D2K NFI COMBI A++



Yiyecekleriniz onunla güvende!
Her mevsimin tazeliğini koruyan
Uğur buzdolapları.



444 84 87



ugur.com.tr



/ugursogutma

UGUR
Bazı Güçlü Çözümler

E-ticaret dağıtımlarımız için özel bir araç filosu kurduk

'Evde Kal'dığımız dönemde gördük ki; sipariş almak kadar siparişleri zamanında, sorunsuz teslim edebilmek de önemli. Bu dönemde yaşanan yoğunluk nedeniyle kargo şirketleri büyük lojistik sorunlar yaşadı. Ani artış gösteren e-ticaret satışları birçok dağıtıcı firmayı da zorladı. Biz bu sorunun büyüyebileceğini en başta tespit edip hızlıca özel bir araç filosu kurma kararı aldık. Ve dağıtımı kendi filomuzla gerçekleştirmeye başladık.

Pandemi ile birlikte birçok farklı alanda şirketlerin e-ticarete yönelik yatırımları hızlandı ve çoğaldı. Arzum'un bu dönemdeki genel yatırım ve çalışmaları neler oldu?

Aslına bakarsanız e-ticaret kanalında pandemi döneminden çok önce yatırımlarımızı hızlandırmıştık ve oldukça ciddi çalışmalar yapmıştık. Pandemi döneminde tüm bu yatırımlarımızın meyvesini aldık. Oldukça hazırlıklydık. E-ticaret, kendi satış kanallarımız içerisinde en çok büyüyen kanal diyebiliriz. 2017 yılında satış yapılanmamızı yeniden organize ettik ve e-ticaret kanalını tek bir çatı altında topladık. 2019 yılında arzum.com.tr'deki yeni alt yapımızı da müşterilerimizle buluşturduk. Lojistik ve depo tarafında da ciddi dönüşümler gerçekleştirdik.

Her ne kadar üzerinde uzun süredir çalışıyor olsak da pandemi dönemindeki yeniliğimiz mobil uygulamamız oldu diyebiliriz. 'Evde Kal'dığımız dönemde finalize ettik ve tüketicilerimizle buluşturduk. Arzum'un modern dünyası tek tıkla yaşam alanlarına taşınabiliyor artık. Ve bizler için oldukça sevindirici bir gelişme de; e-ticaret kanalımız için özel araç filomuzu kurmak oldu.

Tüketicilerin de e-ticarete olan eğilimleri bu 2020 yılı ile birlikte arttı. Marka olarak tüketicileriniz özelinde nasıl bir yapılanmanız oldu? Arzum olarak sektöre yön veren çalışmalarınızdan bahsedebilir misiniz?

Biz gerçekleştirdiğimiz yeniliklerde ve iyileştirmelerde tüketicilerin bizlerden beklentilerini baz aldık. Bu beklentiler doğrultusunda da içeriği ve görselleriyle daha tüketici odaklı bir dönüşüm gerçekleştirdik. En iyi alışveriş deneyimini sunmak en büyük hedefimiz oldu. Satış sonrası hizmetlerimizi de bu dönüşüme entegre ettik. Ürünlerini Arzum.com.tr'ye kaydeden tüketicilerimize 1 yıl daha ek garanti süresi veriyoruz. 3+1 garanti sistemiyle sektörde fark yaratıyoruz. Servis hizmetimiz de bu dijital dönüşümle entegre bir şekilde ilerliyor. Tüketicilerimiz oluşturduğumuz alt yapı ile bize hızlıca ulaşabiliyor ve kısa süre içerisinde bizden geri dönüş alabiliyor. Tüm servis süreçlerini Arzum.com.tr üzerinden gerçek zamanlı takip edebiliyorlar.

Ayrıca evden eve servis hizmetimiz de sektörde Arzum'u ayırtıran hizmetlerimizden bir tanesi. Çağrı merkezimiz üzerinden aldığımız talebe istinaden ekiplerimiz tüketicimizin evinden arızalı ürünü alıp tamiri tamamlandıktan sonra tekrar eve teslimat yapıyor. Eğer tüketicimiz arzu ederse alınan ürün yerine geçici kullanabilecekleri ürün de bırakabiliyoruz. 65 yaş üstü tüketicilerimizin evlerinden çıkmalarının yasak olduğu dönemde bu hizmeti ücretsiz olarak sunduğumuzu ve tüketicilerimizden teşekkür mesajları aldığımızı da memnuniyetle belirtmek isterim.



Arif Emre Ünal
Operasyonlardan Sorumlu
Genel Müdür Yardımcısı

Buna ek olarak fark yarattığımız konulardan bir tanesi de arzum.com.tr hediye siparişleri. Özellikle pandemi döneminde doğum günü, Anneler Günü gibi özel günler için hediye gönderimleri önem kazandı. Fiziksel olarak ziyaret imkanı olmadığı için tüketicilerimiz yakınlarına hediye göndermek ve özel mesajlarını iletme istiyorlar. E-ticaret ve lojistik altyapımızdaki entegrasyon sayesinde

tüketicilerimizin arzum.com.tr üzerinden oluşturdukları siparişleri hediye paketi olarak paketlenip özel notlarını da hediye kartlarına yazarak gönderim sağlayabiliyoruz. Bu hizmetlerle, zorluklar yaşanan bu dönemde tüketicilerimizin yüzlerini güldürüyor olmak bizi de ziyadesiyle memnun ediyor.

E-ticaret çalışmalarınız içinde yeni kurduğunuz özel filonuz sektörde fark yarattı. Bu çalışmanızdan genel olarak bahseder misiniz? Neden bir filo kurma ihtiyacı hissettiniz?

Evet, 'Evde Kal'dığımız dönemde gördük ki; sipariş almak kadar siparişleri zamanında, sorunsuz teslim edebilmek de önemli. Bu dönemde yaşanan yoğunluk nedeniyle kargo şirketleri büyük lojistik sorunlar yaşadı. Ani artış gösteren e-ticaret satışları birçok dağıtıcı firmayı da zorladı. Biz bu sorunun büyüyebileceğini en başta tespit edip hızlıca özel bir araç filosu kurma kararı aldık. Ve dağıtımı kendi filomuzla gerçekleştirmeye başladık.



Gerçekleştirdiğimiz yeniliklerde ve iyileştirmelerde tüketicilerin bizlerden beklediklerini baz aldık.

Filo nasıl çalışıyor? Müşterilerinizin bu çalışmaya yaklaşımı nasıl oldu?

Şu an filomuzda 5 araç bulunuyor. İstanbul içerisinde, Silivri ve Çatalca dışında tüm ilçelere ulaşıyoruz. İstanbul dışında da Kocaeli'nde Gebze, Çayırova ve Darıca'da hizmet veriyoruz. Sistemler arası entegrasyonla aldığımız e-ticaret siparişlerimizi araç sayısı, teslimat noktası, sipariş hacmi vb. bilgileri kullanarak optimizasyon ile otomatik olarak yük ve route planlamamızı yapıyoruz. Bu sayede hangi siparişin hangi aracımızla, hangi tüketicimize teslim edileceği netleşmiş oluyor. Araç depodan çıkarken tüketicimize bilgilendirme mesajı iletiliyor ve araç içerisine konumlandırdığımız mobil uygulama ile route üzerindeki her adres ve sipariş adım adım takip edilebiliyor. Bu konuda ileri teknoloji kullanıyoruz ve bu

sayede tüketicimiz, lokasyona 2 saat kala onlara ilettiğimiz link üzerinden ürünlerinin nerede olduğunu takip edebiliyor. Arzu edilmesi durumunda pandemi dönemine özel temassız teslimat ile paketi kapıya bırakma opsiyonunu da tüketicilerimize sunuyoruz. Son olarak siparişi teslim edilen tüketicimizin deneyimini değerlendirebilmesi için kendisine bir NPS (Tavsiye Skoru) anketi iletiyoruz. Tüketici tavsiye skorunu üst yönetim seviyesinde takip edip her geçen gün iyileşmesi için aksiyonlar almaya devam ediyoruz.

Gelecek dönem için hedefleriniz ve öngörülerinizi alabilir miyiz? Arzum'dan ne tür yatırımlar göreceğiz?

E-ticaret özelinde yatırımlarımıza hız kesmeden devam edeceğiz. Türkiye'deki kargo yapılanmasını yakından takip ediyoruz. Anneler Günü, bayramlar, Kara Cuma vb. özel günler dahil olmak üzere hızlı ve hatasız teslimat yapabilmeleri durumunda her zaman dış kaynak kullanmaya hazırız. Bununla birlikte kargo yapılanmasının beklediğimiz şekilde gelişmemesi durumunda filo yatırımlarımıza devam edip tüketicilerimizin memnuniyetini kendi imkanlarımızla sağlamaya devam edeceğiz. Müşteri memnuniyeti, Arzum'un kurumsal stratejisinde çok önemli bir hedef. Bu hedefe ulaşabilmek için tüketicilerimize verdiğimiz tüm hizmetleri NPS anketleri

ile ölçüyoruz. Artık bizim için hedef sadece vermeyi taahhüt ettiğimiz hizmeti sağlayarak tüketicimizi memnun etmek değil, tüketicimizin beklentisinin üzerinde hizmet vererek aldığı hizmeti tanıdıklarına tavsiye etmesini sağlamak. E-ticaret özelinde de aynı bakış açısıyla hizmetlerimizi vermeye devam edeceğiz.



LG olarak ThinQ uygulaması ile kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırıyoruz

“Yapay zekalı sistemler, uzaktan yönetilebilen eşyalar, birbiri ile entegre sistemler işimizin olmazsa olmazı. Konu beyaz eşya olunca da durum farksız. Biz de LG olarak başta beyaz eşya ve TV olmak üzere, tüm ürünlerimizi, önümüzdeki on yıllarda da etkisini artırarak göstereceğine inandığımız bu teknoloji üzerine kurguluyoruz ve bu yönde devam edeceğiz.”

Beyaz eşya alanında ürettiği teknolojilerle sektöre yön veren LG’nin son dönemdeki çalışmaları hakkında bilgi verebilir misiniz? LG’nin önümüzdeki dönem için gündemi nasıl olacak? Ne tür yenilikler bizleri bekliyor?

Sadece beyaz eşya alanında değil, LG’nin faaliyet gösterdiği tüm alanlardaki ürünlerinde temel özellik sahip oldukları ileri teknoloji. LG, tüm alanlarda gerçekleştirdiği çalışmalarının temeline inovasyonu koyarak, tüketicilerin değişen talep ve ihtiyaçlarının yanı sıra, içerisinde bulunduğu dönemin ihtiyaçlarına da nasıl yanıt vereceğini planlar, bu doğrultuda LG markalı ürün kullanıcılarının hayatlarını kolaylaştırır. Son dönemde ileri teknoloji ve tüketici ihtiyaçlarının doğru gözlemlenip öngörü yapılabilmesinin yegane yolu yapay zeka. Yapay zekalı sistemler, uzaktan yönetilebilen eşyalar, birbiri ile entegre sistemler işimizin olmazsa olmazı. Konu beyaz eşya olunca da durum farksız. Yapay zeka ve yapay zeka sayesinde önceden tahmin edilebilir tüketici davranışları, sektördeki inovasyona yön vermiş durumda. Biz de LG olarak başta beyaz eşya ve TV olmak üzere, tüm ürünlerimizi, önümüzdeki on yıllarda da etkisini artırarak göstereceğine inandığımız bu teknoloji üzerine kurguluyoruz ve bu yönde devam edeceğiz.

Çamaşır makineleri ve kurutucular, özellikle sağlık üzerindeki etkileri nedeniyle pandemi döneminde daha sık gündeme gelmeye başladı. LG’nin bu alandaki ürünleri nelerdir?

LG olarak bu alandaki inovatif ürünlerimizle tüketicilerimizin konforunun yanı sıra, sağlığını da göz önünde bulunduruyoruz. Günümüzün koşulları kişisel sağlık ve hijyeni her zamankinden daha da önemli hale getirdi. Her ne kadar, ofis, toplu taşıma gibi ortamlarda bakteri ve virüsleri kontrol edemiyor olsak da, yeni nesil teknoloji, giydiğimiz kıyafetlerden yemek için kullandığımız mutfak eşyalarına kadar pek çok alanda maksimum hijyen sağlamamıza olanak tanıyor. Bu noktada da, sert ve potansiyel olarak tehlikeli deterjan kullanmadan daha hijyenik bir şekilde yaşamaya çalışmak daha büyük bir zorluk yaratıyor. Doğa, bu soruna bir çözüm sunuyor ve tahriş edici kimyasallara başvurmada zararlı mikropları, bakterileri ve hatta kokuları temizlememiz ve ortadan kaldırmamız için güvenli bir yol sağlıyor: buhar... Buhar, sadece giysilerin ve bulaşıkların sanitasyonu için kimyasal içermeyen en iyi seçenek olmakla kalmıyor, aynı zamanda kumaşa hızla nüfuz etmek, kiri kesme ve en zorlu gıda kalıntıları bile temizleme kabiliyeti nedeniyle en etkili seçeneklerden biri olma özelliği taşıyor. Daha iyi bir yaşam için inovasyon sağlayan LG Electronics (LG), sağlık odaklı özellikleri ev aletlerine dahil etmede endüstri lideri konumunda ve bu noktada LG Steam™ teknolojisi de çok önemli bir rol oynuyor.



Mustafa Kılıç
LG Electronics Türkiye
Beyaz Eşya
Satış Müdürü

Daha temiz kıyafetler, yatak takımları ve bulaşıkların yanı sıra buhar, evdeki sağlık tehditlerinin sayısını azaltarak hatırı sayılır bir rahatlık sağlıyor. LG’nin en son bulaşık makineleri, çamaşır makineleri, kurutucular tarafından sunulan saf, güçlü buhar, zararlı bakterileri ve mikropların yanı sıra, hoş olmayan kokuları ortadan kaldırıyor. LG, kurutucularında da kullandığı buhar teknolojisiyle, kıyafetlerde bulunan ve cilt tahrişine neden olabilecek mikropları da ortadan kaldırarak “Alerjik Bakım” sağlıyor. LG’nin buhar teknolojili çamaşır makineleri, alerjenlerin ve ev tipi toz akarlarının yüzde 99,9’unu ortadan kaldırarak belirli sağlık sorunları olanların rahatlamasına yardımcı oluyor. LG TrueSteam donanımlı bulaşık makineleri ayrıca, buharın doğal sıhhi özelliklerinden faydalanarak tabakları, mutfak aletlerini, bardakları ve tencereleri tamamen temizlemek ve dezenfekte etmek için saf buhar parçacıkları üretiyor.

Çamaşır makineleri ve kurutucularda sunulan özellikler ve fark yaratan özellikler nelerdir?

LG markalı beyaz eşyalardaki “Steam – Buhar” teknolojisinin yanı sıra ThinQ özelliği de önem taşıyor. Yapay zekanın yeni nesil cihazlardaki rolünden yukarıda bahsetmiştik. LG’nin ThinQ özellikli yani akıllı beyaz eşya ürünlerini, yine LG’nin ThinQ uygulaması ile kullanıcıların hayatlarını kolaylaştırıyor. ThinQ uygulamasındaki gerçek zamanlı izleme uygulaması ile evdeki uyumlu LG cihazlarının durumu da kolayca kontrol edilebiliyor. Kullanıcılar, evde olmasalar da, çamaşır makinesi, kurutucu veya bulaşık makinesinin programını tamamlamasına ne kadar süre kaldığını doğrudan telefonda hızlı bir şekilde görebiliyor, uygulamayı iş biter bitmez kendilerine bildirecek şekilde ayarlayabiliyorlar. Artık çamaşır makinesinde veya bulaşık makinesinde ne kadar süre kaldığını sürekli kontrol etmeye gerek kalmadan işler kolaylıkla yapılıyor. Ayrıca, servis desteği almak da ThinQ ile çok daha kolaylaştı.

Yeni nesil kahveci Kaave



Türkiye'nin ilk 5. nesil kahve mağazası Kaave, flamboyant ve dinamik konsepti ile kapılarını açtı.

Kahve tutkunlarının dünyanın en ünlü kahvelerini deneyimleyebileceği ve keyifli vakit geçirebileceği yeni durağı Kaave, Metropol İstanbul AVM ve Arenapark AVM'de misafirlerini bekliyor.

Yoğun ve titiz Ar-Ge çalışmaları sonucu projelendirilen Kaave mağazaları, dünyanın farklı bölgelerinden en kaliteli kahve çekirdeklerini alıp Antalya'da yer alan üretim tesislerinde işleyerek misafirlerine sunuyor.

5. nesil kahvecilik akımına Türkiye'de öncülük eden Kaave mağazalarında kullanılan inovatif teknoloji ve yeni demleme yöntemleriyle, her mağazada aynı kalitede, aromada ve nitelikte kahveler içmek mümkün. Kahveseverler, 5. nesil kahvecilikte, yenilikçi teknoloji ve kahvecilik anlayışının ahengi sonucu ortaya çıkan benzersiz lezzetleri deneyimleme fırsatı buluyor. Ayrıca mağazalarda bulunan kahve kavurma alanlarında, dilediğiniz çekirdekler ile kendi damak zevkinize uygun imza kahvenizi yaratabiliyorsunuz. Kahvenin yanı sıra birbirinden özel meyve ve bitki çayları da farklı demleme yöntemleriyle Kaave menüsünde yer alıyor.

Saruhan Holding bünyesinde kurulan Kaave'de, yine aynı çatı altında yer alan elektrikli ev aletleri markası Fakir Hausgeräte'nin üstün teknoloji kahve makineleri kullanılıyor. Günden güne gelişmekte olan sıcak içecek pazarında atılımlara devam edeceklerini belirten Saruhan Holding Yönetim Kurulu Üyesi Furkan Selim Saruhan, "Markamız Fakir Hausgeräte ile çıktığımız kahve makineleri yolculuğunda, kısa zamanda kat ettiğimiz yol bizi bu alanda farklı projeler yapma konusunda daha da heyecanlandırdı. Türk kahvesi makinemizin başarısının ardından Ar-Ge ekibimizin çalışmaları sonucu geliştirdiğimiz profesyonel



kahve makineleri ile Horeca kanalında da önemli başarılar elde ettik. Bunun nihayetinde de kendi yeni nesil kahve mağazaları zincirimiz olan Kaave'yi kahveseverlerle buluşturduk. Konsept tasarımından kullanılan kahve çekirdeklerine kadar her bir konuyu titizlikle çalıştığımız Kaave ile kahve tutkunlarının yanı sıra bir işletmenin kahveye dair tüm taleplerine cevap verebiliyoruz." dedi.

"Hedef, 2020 sonunda 10 mağaza"

COVID-19 pandemisinin hedeflerini etkilemediğini belirten Saruhan, "İlk 2 mağazamızın kapılarını İstanbul'da açtık. Hem Avrupa hem de Anadolu yakasında hizmet vermeye devam ediyoruz. Pandemi sürecini fırsata çevirmeyi amaçlıyoruz ve

bu yıl sonunda 10 mağaza ile hedeflerimize ulaşacağımızı ön görüyorum. Bu zor süreçte yatırımlarımıza ve üretime devam edip, yeni istihdam alanları açarak ülkemiz ekonomisine katkı sağlamaya devam edeceğiz.

Kaave ile Horeca kanalında da önemli işbirlikleri hedefliyoruz. Antalya'da yer alan üretim tesislerimizde işlediğimiz kahve çekirdeklerini Türkiye'nin her yerine pazarlama hedefimiz de bulunuyor. Gerek iş partneri, gerekse de franchising anlamında birçok girişimci ve firma ile görüşmelerimiz devam ediyor. Deneyimli ekibimizle yeni nesil kahveci olarak pazarda kısa zamanda güçlü markalar arasında yerimizi alacağımıza inanıyoruz." dedi.



TCL Gurme Türk Kahvesi Serisi kadın girişimcileri destekliyor

Türkiye'nin hazinelerinin ismini taşıyan kahve harmanları, toplumlararası kültürel köprüler kurmayı amaçlıyor.



10 yılı aşkın süredir yurt dışında Türk kahvesi kültürünü tanıtan, gastrodipomasi kavramının Türkiye'deki öncüsü ve sosyal girişimci Gizem Şalcıgil White namı diğer Turkish Coffee Lady, Türkiye'nin hazinelerini tanıtan yepyeni bir gurme Türk kahvesi serisini ABD'de kahve severler ile buluşturuyor.

Türkiye'nin kültürel miraslarından ilham alan kahve harmanları ülke markasına katkıda bulunmak adına İstanbul, Mardin, Kapadokya, Ege, Zeugma, Göbeklitepe, Patara ve Efes gibi tarihi kentlerin isimlerini temsil ediyor. Turkish Coffee Lady tematik ürün serisinin içinde geleneksel, dibek kahvesi, damla sakızı, kakule, karamel, çikolata, fındık ve

çilek lezzetlerinde sekiz adet farklı aroma bulunuyor. 2017 yılında hayata geçirilen bu girişimin üçüncü yıldönümü nedeniyle, ilk dört harman www.turkishcoffeelady.com sitesinden 31 Temmuz tarihi itibarıyla ön satışa sunuldu. Harmanları özel olarak gastronomi uzmanı Cenk Girginol tarafından hazırlanan, mikrosanat dehası Hasan Kale'nin telve ile çizdiği eserleriyle tasarlanan kahve markası, Göksu Global işbirliğinde 2020 sonbaharında lanse edilecek.

Kurucu Gizem Şalcıgil White "Doğu ve Batı arasında kültürel köprüler kuran Anadolu toprakları, yüzyıllar boyunca medeniyetlerin buluşma noktası olmuştur. 500 yıllık Türk

kahvesi kültür ve geleneğimiz, Birleşmiş Milletler'in İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirasının temsili listesinde bulunmaktadır. Turkish Coffee Lady, kültürel diplomasi





aracılığıyla yüzyıllardır süregelen Türk gastronomi geleneklerinin tanıtılmasını ve aynı zamanda kadınların toplumsal kalkınmadaki önemine katkıda bulunmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, Covid-19 sürecinde kadın girişimcileri desteklemek adına tasarlanan tematik kahve harmanlarının her bir paket satışından yüzde 5'lik bir gelir kadın girişimliliğini destek amaçlı bağışlanacaktır. Söz konusu bağışlar aracılığıyla, 8 Mart 2020 tarihinde Washington'da kurulan Turkish Coffee Lady Vakfı'mızın liderlik ve mentörlük programlarının geliştirilmesi amaçlanmıştır. Programın Türkiye'deki çalışmalarının direktörü olan Doç. Dr. Gökür Akçadağ, Nişantaşı Üniversitesi'nin Tarih Bölümünün Başkanıdır ve 2011-2018 arasında Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü, Ar-Ge ve Proje, Dış İlişkiler Daire Başkanlıklarını yürütmüştür. Kendisi ayrıca Birleşmiş Milletler Kadın Örgütü, "UN Women's Economic Empowerment Platform"unun küresel temsilcilerinden birisidir." diye konuştu.

Girişimin kurucularından Ahmet Şerif İzgören de "Küresel çapta içinden geçtiğimiz pandemi döneminde en çok olumsuz etkilenen gruplar arasında kadınların sahip olduğu işletmeler bulunuyor. Bizlerde bu koşullarda Turkish Coffee Lady olarak Virginia eyaletinde 2,5 yıldır işlettiğimiz Türk kahvesi kafemizin hizmetlerini dijital ortama taşımaya karar verdik. Kadın dostu olan işletmemizin hayat amacı kahve sohbetleri ile toplumlar arasında kültürel köprüler kurmaktır. Kadınların toplumu kalkındırmanın taşıyıcısı olduğuna inanarak yeni e-ticaret platformumuzda diğer kadın girişimcilerin de değerli çalışmalarına yer veriyoruz. Dayanışma içinde bu zor süreci beraberce aşacağız." şeklinde açıklama yaptı.

Turkish Coffee Lady'nin yeni dijital mağazası Inomoon Dijital Ajansı tarafından yaklaşık 4 ay süren bir çalışma kapsamında hazırlandı. Dijital mağazada kahve ürünlerinin dışında geleneksel Türk çayı, gurme lokum ve baklavalara, çeşitli hediyelik eşyalar ve



aksesuarlarda yer alacak. Ayrıca popüler aplikasyon Faladdin'in günlük fal seçeneğinin de sunulduğu platformda ziyaretçiler 15 dakikalık fal seansları için de rezervasyon yapabilecekler. 2012 yılından beri dünyayı "Turkish Coffee Truck" isimli kamyonla ve gönüllü bir ekip ile gezen Gizem Şalcıgil White, bu kültürel diplomasi projesini iki ortağı ile beraber 2017 yılında kurdukları Turkish Coffee Lady isimli sosyal girişim ile devam ettirmekte ve kadın istihdamını desteklemektedir.



Türk kahve makinaları pazarı büyümeyi sürdürüyor

Kültürümüzde ve tarihimizde çok önemli bir yere sahip olan kahve, farklı firmalar tarafından pazara sunulan yeni, inovatif ve teknolojik ürünlerle tüketicilerin ilgisini çekmeye ve her geçen gün daha fazla tüketilmeye devam ediyor. Özellikle pandemi süreciyle evde geçirilen süre artınca, iş yerleri, okullar, AVM'ler ve kafeler kapalı olunca birçok kişi evde değişik kahve türlerini yapmaya ve içmeye başladı. Bir yandan tüketicilerin yoğun talebi ve farklı ihtiyaçları ortaya çıkarken bir yandan firmalar da sahadan gelen bu seslere kulak vererek alternatif özellikler sunan, çekici tasarımlara sahip, her türlü amaç için kullanılabilen ürünleri piyasaya sürdüler. Bu sayımızda biz de sektörün önde gelen oyuncularına gittik ve hem pazardaki son gelişmeleri, marka bazında yapılan çalışmaları ve yepyeni ürünler hakkındaki detayları sorduk. Pazar hakkındaki en güncel verileri sizlere ulaştırmak için sahanın sesini dinledik ve güncel araştırmaları sunduk. Son olarak kahvesi kültürü, tüketimi ve Türklerin kahveye olan yaklaşımlarını, tarihin de derinliklerinden yola çıkarak bizlere aktaran, alanında uzman isimlerin kaleme aldığı makaleler aldık. İşte kahve pazarının son durumu ve gelecekte bizleri bekleyenler.

Kahve Makinesi Kampanyaları Kategori Dağılımı	Kampanya Frekans	Kampanya Yüzdesi
Türk Kahve Makinesi	872	81,6%
Filtre Kahve Makinesi	163	15,2%
Full Otomatik Kahve Makinesi	33	3,1%
Kapsüllü Kahve Makinesi	1	0,1%
Genel Toplam	1069	100%

Kahve Kampanyaları Kategori Dağılımı	Kampanya Frekans	Kampanya Yüzdesi
Türk Kahvesi	202	31,0%
Çözünebilir Kahve	155	23,8%
Soğuk Kahve	142	21,8%
Karışım Kahve	122	18,7%
Espresso & Filtre Kahve	30	4,6%
Genel Toplam	651	100%

Türk Kahve Makinesi Kampanyaları - Marka Dağılımı İlk 6 Marka	Kampanya Frekans	Kampanya Yüzdesi
Beko	348	39,9%
Fakir	179	20,5%
Arzum	126	14,4%
Sinbo	78	8,9%
Flavel	72	8,3%
Arçelik	43	4,9%

Kahve Makinesi Kampanyalarında Öne Çıkan Yeni Ürünler
FLAVEL FLV100 KAHVE MAKİNESİ FAKİR KAAVE MONO BEYAZ TÜRK KAHVE MAKİNESİ SIEMENS FULL OTOMATİK KAHVE MAKİNELERİ

Kahve Kampanyalarında Öne Çıkan Yeni Ürünler
JACOBS 10X16 G 3 IN 1 ORIGINAL KAHVE JACOBS 10X12 G 2 IN 1 KAHVE TORKU 230 ML LATTE VERO PINAR 500 ML SÜT LATTE MİGROS 250 ML KUTU LATTE & MOCHA

Bu sayfadaki veriler BrandZone tarafından sağlanmıştır.
Dönem: Haziran-Temmuz
Kapsam: Insert&Reklam

arzum OKKA

OKKA'LI
BİR TÜRK KAHVESİ DENEYİMİ,
AFİYET OLSUN!

arzum
OKKA
TEANDIG



arzum
OKKA
MINIDUT



arzum
OKKA



arzum
OKKA
MINIKAP



arzum
OKKA
KONTAK



arzum
OKKA
MINIOIHK



Arzum olarak bizim önceliğimiz Türk kahvesi

Murat Kolbaşı
Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Biliyorsunuz, kahve dendiğinde Arzum olarak bizim önceliğimiz Türk kahvesi. Benim için de çok değerli ve yakından takip ettiğim bir konu. 500 yıllık çok değerli bir kültürümüz. Türk kahvesi, 2013 yılında UNESCO tarafından "somut olmayan kültürel miras" olarak tescillendi. Bu tarihi adım ile birlikte Türk kahvesinin küresel pazarlara açılmasında makinalaşma ile birlikte önemli bir avantaj sağlandı. Biz de Arzum OKKA ailesi ile bu bariyeri ortadan kaldırmayı hedefledik ve başarılı olduk. Türk kahvesi açısından değerlendirecek olursam; özellikle zamanla yarışan, daha fazla konfora ve pratikliğe ihtiyacı olan büyük şehirlerde elektrikli cezve yerine gelişmiş makinelere hızla geçiş olduğunu söyleyebilirim. Şu anda da Türkiye pazarında 10 farklı markanın Türk kahvesi makinesi bulunmakta. Keyifli bir rekabet var. Türk kahvesinin yanı sıra diğer kahve makinelerine de olan ilgi yüksek Türkiye'de. Kahve, günümüzde artık bir yaşam bir biçimi. Bazılarımızın çalışma arkadaşı, bazılarımızın sohbeti... Covid-19 pandemisinde 'Evde kal'dığımız günlerin en başından bu yana işlerine evden devam eden tüketicilerimiz ofis alışkanlıklarını da eve taşıdı diyebiliriz. Zaten yükselişte olan kahve makinelerine olan ilgi bir anda daha da arttı.

Pazarın ciroasal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Şu anda Türkiye'de günde ortalama 1,02 fincan kahve içiliyor. Kişi başına tüketilen yıllık Türk kahvesi miktarı ise yaklaşık 600 gr. düzeyinde. Dünyada günde yaklaşık 2,2 milyar fincan kahve içilmesine rağmen Türk kahvesi, pazardan sadece yüzde 10 pay alabiliyor. Hedefimiz, Türk kahvesi

tüketiminin yüzde 20 paya çıkması. Şu anda dünyanın 40 ülkesinde Arzum OKKA'larımız var. Son 2 yılda, özellikle Arzum OKKA Türk Kahvesi Makinesi ile ihracatta önemli bir artış yakaladık. Arzum OKKA'yı yaklaşık 40 farklı ülkeye satarak, Türk kahvesinin dünyaya yayılım misyonunu gururla devam ettiriyoruz. İhracatımızın yüzde 50'sini Körfez ülkelerine, yüzde 35'ini Avrupa'ya ve kalan yüzde 15'ini Kuzey Afrika ve ABD'ye gerçekleştiriyoruz.

Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürünleriniz nelerdir?

Her geçen gün OKKA ailesine yeni ürünler katıyoruz. Türk kahvesi makinesi kategorimizde OKKA ailemizin yanında bir de Mirra Türk kahve makinemiz bulunmakta. OKKA Ailemiz; Arzum OKKA, Arzum OKKA Grandio, Arzum OKKA Minio, Arzum OKKA Minio Duo, Arzum OKKA Minio Pro, Arzum OKKA Grandio Duo, Arzum OKKA Grandio Touch ve Arzum OKKA Beangourmet'ten oluşuyor. Filtre kahve makinesi kategorimizde de 3 ürünümüz var. Brewtime Filtre Kahve Makinesi, Brew'N Take Kişisel Filtre Kahve Makinesi ve Brewtime Delux Filtre Kahve Makinesi.

Tüketicilerin bu ürünlere olan ilgisi nasıl? Beklentiler ve tercihler konusunda bilgi verebilir misiniz?

Markalar her geçen gün tüketicilerin beklentileri doğrultusunda ideal lezzet, kullanım kolaylığı ve tasarımla ilgili yenilikler yapıyor. Mesela biz Arzum OKKA ile dünyada bir ilke öncülük ettik ve işleri kolaylaştırdık. Arzum OKKA, su haznesinden aldığı su ile kendini otomatik olarak yıkama özelliğine sahip. Atık suyu ise yine ayrı bir haznede saklıyor. Bu sayede siz kahvenizi yudumlarken makineniz yıkanmış ve yeniden kullanıma hazırlanmış oluyor. Arzum OKKA, bu özellikleriyle ev ya da ofislerin tüm mekânlarında rahatlıkla kullanabiliyor. Tüketiciler hem lezzeti, hem kullanım kolaylığını hem de zevklerine hitap eden tasarımları bekliyorlar bizlerden. Biz OKKA ailesi ile hem aradıkları lezzeti, hem fonksiyonelliği hem de çok çeşitli renk seçeneği ile tüketicilerimizin yanındayız. Yaşam alanlarına uyum sağlayacak yenilikçi renkler ve tasarımlarla bu konuda ne denli ciddi olduğumuzun da altını çiziyoruz.

ARÇELİK'TEN YENİ TELVE

İndüksiyon teknolojisiyle tam kıvamında ve bol köpüklü
Türk kahvesi lezzeti şimdi yenilenen tasarımıyla...



reddot award 2019
winner



Kahve yönelimlerini araştırarak yeni ürünler geliştirmeye devam ediyoruz

Sinan Bora
Goldmaster Yönetim Kurulu Başkanı

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Kahve, küreselleşen toplumla birlikte farklı bir trend olarak karşımıza çıkıyor. Özellikle son zamanlarda toplumun kahve tüketim alışkanlıklarında belirgin değişiklik gözlemliyoruz. Yeni nesil kahve dükkanlarıyla birlikte insanlar kahve içmenin farklı yollarını deneyimiyor, bunun yanında evlerinde kahve keyfi yaşamak için kahve ile ilgili ürünlere ciddi eğilim gösteriyorlar. Evde de kahve konforundan ödün vermek istemeyenler farklı tür ve özelliklerdeki kahve makinelerine yöneliyorlar.

Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürünleriniz nelerdir?

Ürünlerimiz arasında geleneksel elektrikli cezveler de, filtre kahve makineleri de mevcut. Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de son yıllarda kahve tüketiminde artış var. Goldmaster olarak tüketicinin ihtiyacına cevap verebilmek için bu gruptaki ürünlerimizde çeşitlilik sunuyoruz. Kullanımı kolay olan, genel tüketiciye hitap eden pratik ürünlerimiz de mevcut; fonksiyonelliğin öne çıktığı ve işletmelerde kullanıma uygun, ileri profesyonel kahve makinelerimiz de mevcut. Türk kahvesinin toplumumuzdaki yerini düşündüğümüzde Türk kahvesi makinesi alanına özellikle eğiliyoruz.

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

İhtiyaçları ve talepleri göz önünde bulundurarak yenilikçi ürünler geliştirirken Ar-Ge çalışmalarımızla yol haritamızı belirliyoruz. Tüketicinin ihtiyacı hangi

yönde ise ürün gelişimimiz o yönde şekilleniyor. Mevcut ürünlerimizi iyileştirmek için ekibimiz çalışmalarına devam ederken bir yandan toplumdaki kahve yönelimlerini araştırarak, tüketicinin beklentisine ve ihtiyaçlarına göre yeni ürünler geliştirmeye devam ediyoruz.

Tüketicilerin bu ürünlere olan ilgisi nasıl? Beklentiler ve tercihler konusunda bilgi verebilir misiniz?

Sürekli gelişim ve değişim içinde olan kahve kültürünün sonucu olarak ürünlere olan ilgi de artışla karşımıza çıkıyor. Hızlı kahve seven tüketici, kahve seçiminde çok seçici değilse temizliğinin kolay olması, portatif olması ve ergonomik olması sebebiyle "Zinde Kahve Makinesi"ni tercih ediyor. Hızlı ve lezzetli filtre kahve içmek isteyenlerin tercihi "Tutku Kahve Makinesi" oluyor. Tutku, seyahat bardağı ile take away kahve içimi için tam bir kişisel filtre kahve makinesi. Hem öğütücülü hem de toz kahve kullanım özelliğiyle lezzete daha fazla önem verenlerin tercihi profesyonel olan Progrinder oluyor.

Makineyle birlikte gelen termos bardağı ile evdeki kahve deneyimini dışarıda da sürdürmek isteyen tüketicinin tercihi oluyor diyebiliriz. Çekirdek ailesiyle ya da bireysel olarak içtiğinde bir bardak kahve ile yetinmek istemeyenlerin seçimi "Klass Filtre Makinesi" oluyor. Aynı zamanda ofisi küçük olanların da profesyonel olarak ihtiyacını karşılayan bir ürün. Genelde işletmelerin ve kalabalık ofislerin tercih ettiği ileri profesyonel olarak üretilmiş makinelerimiz aynı kahveyi farklı yoğunluklarda içmek isteyenlere seçimler sunuyor.

Önümüzdeki dönemde kahve kategorisinde tüketicileri neler bekliyor?

Kahve tarihine baktığımızda içme deneyiminin en önemli unsurunun kahve olduğunu görmekteyiz. Doğa dostu ve sağlıklı kahve için yetiştiricilikte de inovasyon önemli bir hale gelecektir. Yeni demleme yöntemleri sunan makineler tüketicinin karşısına çıkacaktır. Yaşadığımız dijital çağın hayatımızı şekillendirmesiyle yakın zamanda akıllı cihazlar da kahve tüketiminde yaşantımızın vazgeçilmezi olacak. Wi-fi ile uzaktan kontrol edebildiğimiz ultra modern makineler evlerde yerini alacaktır.





ÇEKİRDEKTEN KAHVE KEYFİNE

Taze çekilmiş bir kahvenin kokusu da tadı da bir başka diyorsanız size en yakın kahveci artık mutfağınızda.

Kahve gelir Yemen'den

Toplumlarda yiyecek ve içecek kültürleri oldukça önemli bir yere sahiptir. Türk toplumunda konukseverlik simgesi olan kahve yıllardır geleneklerimizle birlikte süregelmiştir: Günümüzde kızın becerikli olup olmadığını ölçmek için, damat ve ailesinin kızı rahatlıkla görebilmesi için, misafirlere değer verildiğinden, kahve muhabbeti arttırdığından ve kahvenin hatırı olduğu için kahve ikramı vardır.

Tarih boyunca insanların sevinçlerini, üzüntülerini paylaşacakları; sosyalleşecekleri mekanlar da hep olmuştur. Toplumumuzda da kahvehane kültürü Osmanlı'da bu sebeple oluşmuştur. Aydın insanların buluşma merkezi konumundaki kahvehaneler, edebi, siyasi ve sanat ile ilgili bazı oluşumların doğuşuna da zemin hazırlayan; toplumsal sorunların tartışıldığı mekanlar olarak tarihte yerini almıştır.

Kahve ve kahvehaneler edebiyatçıların da göz bebeğidir o dönem. Ziya Paşa, Namık Kemal, Ahmet Rasim, Neyzen Tevfik, Abdülhak Hamit, Behçet Necatigil, Rifat Ilgaz, Orhan Veli, Cahit Sıtkı. Ve daha, daha da yeniler..

Namık Kemal'in de bir anısı var:

Kahveci kahve ücreti olarak 5 para bırakması üzerine şaire şöyle diyor:
Kahve yemenden gelir, yolları ırak
Beş para yetmiyor beyim on para bırak.

Şair de hiç bozuntuya vermiyor ve cevabı yapıyor;
Kahve yemenden gelir yolları sapa.
Beş para yetmiyorsa tufeyli, dükkânı kapa.

Şairlerimizin edebi kişiliği için de kahve ile ilgili kendine münhasır yorumları da bize miras kalmıştır. Kahve kültürüne o dönemlerde bakış açısı neyse günümüzde bizlerin bakış açısında yer aldığı konum da farklı değildir.

Sürekli gelişim ve değişim içinde olan kahve kültürü, günümüzde 3. nesil kahve dükkanlarının da ortaya çıkması sebebiyle tüketici tarafında ürünlere olan ilgide artışına sebep olmaktadır. Değişen bu yeni kültür, **Goldmaster** olarak Ar-Ge çalışmalarımızda ve tüketiciyle buluşma noktalarımızda bizlere fikir sunmaktadır. Tüketicinin karşısına yeni kahve akımına uyum sağlayabileceği aynı zamanda günlük hayatında faydasına ve yaşam tarzına hatta kimi zaman dekorasyonuna uygun ürün çeşitleri çıkmaktadır.

Örnek olarak günlük yaşamında filtre kahvesiz

yapamayan, kahve konusunda seçici olmayan, kahveyi hızlı ve pratik bir şekilde hazırlamak isteyen tüketici tarafında **"Goldmaster Zinde Kahve Makinesi"**ni tercih ediliyor. Tasarımı ve portatif yapısıyla mutfak dekorasyonuna önem verenlerin evde ve ofiste modern bir dokunuş için tercih ettiği bir ürün de oluyor. Kahve makinelerimizde tüketiciye fayda odaklı olduğumuz için ürünlerimiz özellikleri de bu amacımıza göre fonksiyonellik kazanıyor.

Hızlı ve lezzetli filtre kahve içmek isteyenlerin tercihi de **"Goldmaster Tutku Kahve Makinesi"** oluyor. Tutku, seyahat bardağı ile take away kahve içimi tam bir kişisel filtre kahve makinesidir. Sabah evde demlenen kahveyi yolda tüketme imkanı sunuyor. Herhangi bir kafeye uğrayıp kahve almak için zaman harcamak istemeyen tüketici bu ürünü günlük kullanımı için alıyor. Ürünlerimizde tüketicinin hayatını kolaylaştırmak ile birlikte yaşayacağı problemlerine pratik çözümler sunma kaygımız da var.

Hem öğütücülü hem de toz kahve kullanım özelliğiyle lezzete daha fazla önem veren kahve tüketicisinin kullandığı profesyonel olan **Goldmaster Progrinder Filtre Kahve Makine**'miz var. Makineyle birlikte gelen termos bardağı ile evdeki kahve deneyimini dışarıda da sürdürmek isteyen tüketicinin tercihi oluyor diyebiliriz. İş yerinde kahveye ulaşamayan tüketici termosunu yanına alabilir; iş yerinde de evinin konforundaki kahveyi tüketebilir.

Akıllı cihaz teknolojileri kahve makinelerimizle hayatımıza girmeye başladı. Programlanma özelliği ile 24 saat boyunca istediği saate kahveyi demleyen bir ürünümüz var: **"Goldmaster Klass Kahve Makinesi"**. Sabahları alarm sesiyle değil kahve kokusuyla uyanma imkanı sağlamakla birlikte, damak tadınıza göre kahve çekirdeğini öğütme seçeneği sunuyor. Aynı zamanda bu ürün, ofisi küçük olanların da profesyonel olarak ihtiyacını karşılayan bir üründür.



PHILIPS

Kahve Makineleri



Lezzetli kahvelerin tadını çıkarmak
daha önce hiç olmadığı kadar kolay.



EP2231/40



EP2220/10



HD7462/20



HD7461/20

Lezzetli kahvelerin tadını Philips
kahve makineleriyle çıkarın.



Dünyada ve Türkiye’de 3. nesil kahvecilik diye adlandırılan akım giderek güçleniyor

Sibel Yıldız

Philips Kişisel Sağlık Orta Doğu ve Türkiye Pazarlama Direktörü

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Kahve makineleri kategorisinin son yıllarda gösterdiği büyüme, pandeminin de etkisiyle 2020 yılında daha da arttı. Dünyada kahve zincirleri içerisinde en çok mağazası olan ülkeler sıralamasında Türkiye üst sıralarda yer alıyor. Her evde Türk kahvesi içildiği bilinen bir gerçek, fakat bunun ötesinde espresso, americano ve cappuccino gibi kahvelerin tüketimi kahve zincirleri ile farklı bir noktaya geldi. Bu kahve keyfini evlerinde de sürdürmek isteyen tüketiciler son yıllarda kahve makinelerine yoğun ilgi gösterdiler. Özellikle pandemi döneminde kahve zincirlerinin kapanması ve sokağa çıkma yasakları bu talebin daha da artmasına neden oldu.

Kahvenin küreseldeki konumuna bakacak olursak; dünyada kahve petrolden sonra en çok ticareti yapılan ikinci emtia olarak yerini alıyor. Avrupa ve Kuzey Amerika da kahve tüketimi en yüksek olan iki bölge olarak biliniyor. Sudan sonra en çok tercih edilen ikinci içecek olan kahve, dünyada her gün 2,3 milyar bardak tüketiliyor. Bunu yanı sıra kahve sektörünün dünyada her yıl en az %2 oranında büyümesi beklenirken, 2021 yıl sonunda küresel kahve pazarının 100 milyar euro hacmine ulaşacağı tahmin ediliyor.

Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürünleriniz nelerdir?

Philips küresel olarak 1969 yılında Philips Filtre kahve makinesini üreterek bu alanda yatırım yapmaya başladı. Daha sonra 2009 yılında dünyaca ünlü İtalyan SAECO markasını bünyesine katarak ürün gruplarını ve Ar-Ge faaliyetlerini hızlandırdı. SAECO dünyada tam otomatik espresso makinesini

1985 yılında icat eden ve üreten ilk firma. Şu anda tam otomatik espresso makineleri ve filtre kahve makinelerimiz ile Türkiye pazarında yer alıyoruz.

Bu kategori özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Tüketicilerin kahve deneyimlerini iyileştirmek adına Philips İtalya’nın Montano bölgesinde bulunan Ar-Ge ve inovasyon merkezinde geliştirilen kahve makinelerinde birçok patentli teknoloji ve özellik bulunuyor, bu teknolojilerden örnek vermek gerekirse;

LatteGO: Sadece iki parçadan oluşan ve içerisinde tüp barındırmayan süt köpük sistemi sayesinde tek tuşla Cappuccino hazırlayabilir ve sonrasında kolaylıkla temizliğini yapabilirsiniz. Sütün değdiği tüm parçalar şeffaf yapıldığından süt karafının tam olarak temizlendiğinden de emin olabilirsiniz.

AromaExtract Sistemi: Bu sistem demleme işlemi sırasında kahve çekirdeğinin aromasını serbest bırakmak ve krema tabakasını sağlamak için sabit optimum bir demleme sıcaklığı sağlıyor. Kahve demleme işlemi sırasında suyun sıcaklığının optimum değerlerde olması çok önemli, eğer su fazla ısınır yanık tadı gelebilir, yeterince ısınmazsa kahvenin aroması ortaya çıkmayabilir. Bu sistem suyun sıcaklığını

sürekli olarak kontrol ederek optimum demleme sıcaklığını garanti ediyor.

AquaClean Filtreleme Sistemi:

Philips’e patentli olan bu kireç önleme filtre sistemi sayesinde sudan kaynaklanan kireçler makineye ve kahveye geçmiyor. Böylece daha iyi bir kahve tadı ve daha uzun ömürlü bir makine kullanım süresi sağlanıyor.

Önümüzdeki dönemde kahve kategorisinde tüketicileri neler bekliyor?

Dünyada ve Türkiye’de 3. nesil kahvecilik diye adlandırılan akım giderek güçleniyor. Bu akım tüketilen kahvenin nereden geldiğini, nerede ve kimler tarafından üretildiğini, kahvenin tat ve aroma özelliklerinin açık bir şekilde bilindiği daha kaliteli kahve çekirdeklerini kapsıyor. Ülkemizde zincir kahve dükkanlarına talep oldukça fazla ve bu talep artmaya da devam ediyor. Bunun yanında 3. nesil kahve çekirdeği tüketmek isteyen tüketicilerin sayıları da giderek artıyor. Farklı kahve çekirdeklerini seçerek farklı tatlar ve lezzetler arayan tüketicilerin evde kahve demleme alışkanlıkları da gün geçtikçe güçleniyor. Bu noktada ülkemizde evde filtre kahve veya espresso bazlı kahve demleme alışkanlıkları da artıyor. İlerleyen dönemlerde kahve tüketimin daha da artmasını, evde kahve hazırlama alışkanlıklarının da giderek güçlenmesini bekliyoruz.

Kahve keyfinize lezzet, mutfaklarınızda modern ve aydınlık bir hava...

Urban Colors koleksiyonunda yer alan CLC 855 GM ankastre kahve makinesi, renkleriyle mutfağınızda aydınlık ve modern bir ortam yaratırken, kahve keyfinizi de artıracak. Şehir renklerinden ilham alan 4 yeni Urban Colors Koleksiyonu sayesinde, seçeceğiniz ocak, fırın, davlumbaz ve çeşitli kompakt modelleri ile mutfağınızda kendi konseptinizi yaratabilirsiniz.





Kahveye olan ilgi ve kaliteli kahve arayışı artıyor

Ekin Sarfati
Siemens Ev Aletleri Pazarlama Müdürü

eşlik ediyor. Kahve, aynı zamanda gençlerin arkadaşlarıyla buluştuklarında, birlikte vakit geçirmenin tadını çıkarırken, farklı lezzetlerini denemekten mutlu oldukları bir keyif. Yeni alışkanlıklarımız ve yeni lezzetlere açık olmamız nedeniyle de devamlı gelişen bir sektör aslında.

Pazara dair ve son dönemdeki gelişime ait bilgiler alabilir miyiz?

Kahveye olan bakış açısı ve yaklaşım değiştiği buna paralel ürün pazarında da hızlı bir değişim olduğu gözlemleniyor. En çok alışkın olduğumuz Türk kahvesi pazarı büyümeye devam ederken bunun yanında filtre kahve ve tam otomatik espresso makineleri pazarında da hızlı bir büyüme söz konusu. Küresel kahve zincirlerinin Türkiye'ye gelmesiyle büyümesi hızlanan sektörde tüketimin eve kayması, kahve makineleri pazarının büyümesini sağladı. Bilinçlenen tüketici, kendi kişiselleştirilmiş kahve deneyimini yaşamak, dilediği çekirdek ile, dilediği aromada ve ev konforunda kahve keyfine ulaşmak istiyor.

Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürünleriniz nelerdir?

Siemens Ev Aletleri olarak EQ tam otomatik kahve makineleri ve filtre kahve makineleriyle her kahve keyfine uygun olacak ürün portföyüne sahibiz. Bu da yılların deneyimi, araştırma ve geliştirmeye güçlü bağlılığımızın bir sonucu.

Siemens yeni nesil kahve keyfini EQ serisi tam otomatik kahve makineleri ile yaşıyor ve kahve anlarını zenginleştiriyor. EQ modellerinin sunduğu hassas aroma teknolojisi iAroma, her fincanından maksimum tat almayı sağlayan bir kahve

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Kahve yüz yıllardır sevilerek tüketilen içeceklerin başında geliyor. Son yıllarda önce uluslararası kahve zincirlerinin pazara girip farklı kahve türlerini sevdirmesi; ardından da üçüncü nesil olarak adlandırılan butik kahvecilerin yaygınlaşması, bu içeceği ülkemizde de hiç olmadığı kadar

popülerleştirdi. Kahveye dair bilgi ve kültür yaygınlaştıkça tüketicilerin kahve ile arasındaki bağ güçlendi ve kahveye dair beklentileri de farklılaşmaya başladı.

Kahve sosyalleşmenin, paylaşmanın bir göstergesi olarak hayatımızın vazgeçilmez parçalarından biri olmaya devam ediyor. Günlük hayatımızın içindeki koşturmalılarımızın arasına giren küçük molalarımızda, iş yerlerimizde ya da evlerimizde sohbetlere

deneyimi yaşıyor. Siemens EQ serisi espresso ve kahve makinesi modelleri, temel beklentileri karşılayacak makinelerden, ağa bağlı tam otomatik espresso ve kahve makinelerine kadar uzanan tamamen kişiselleştirilebilen bir portföy.

En sevdiğimiz ve prestijli ürünlerimizden Siemens EQ.9 connect kahve makinesi, Home Connect üzerinden ulaşılan coffeeWorld özelliği ile dünya kahvelerini evde denemeye imkan tanıyor. Kullanıcılar uygulama üzerinden Café Cortado, Vienna Melange gibi farklı kahveleri seçerek tek tuşla hazırlayabiliyor. Ev aletlerine uzaktan erişimi sağlayan Home Connect teknolojimiz ile geleceğin yaşam tarzına doğru yeni bir deneyimin kapılarını açıyoruz. Home Connect özelliği olan kahve makinesi ile kullanıcılar wi-fi ya da mobil data hat üzerinden kahve makinesine ulaşarak, süt oranı, sertlik, demleme derecesi ve fincan boyunu seçerek kişiselleştirilmiş bir lezzet hazırlayabiliyor. Ev aletlerini uzaktan kontrol etmenin yanı sıra Home Connect uygulamasının içinde bulunan ürüne göre içerikler sayesinde kullanıcılar kahve dünyasına dair farklı bilgilerle de buluşuyor. Siemens ankastre kahve makineleri modelleri ise barındırdığı teknolojisinin yanı sıra kaliteli malzemesi, kompakt boyutları ve göz alıcı tarzıyla görsel olarak da mutfaklara şıklık katıyor.

Mutfağında şıklık arayan ve konforlu bir kahve deneyimi yaşamak isteyenlerin ihtiyacına siyah ve beyaz renk alternatifleri olan EQ.500 kahve makineleriyle cevap veriyoruz. TFT renkli ekranı, ayarlanabilir sıcaklık ve kahve yoğunluğu ile Espresso, Coffee Crema, Latte Macchiato, Cappuccino, Americano, Flat white gibi kahveleri hazırlamaya ve aynı anda iki fincan kahve hazırlamaya olanak tanıyor. Farklı beğeni ve tercihlere uygun lezzetler elde ederken, üç favori kahve hafızası seçeneği ile sizin ve sevdiklerinizin favori kahvesini her zaman aynı lezzeti ayarlamayı vadediyor.

Yine en çok ilgi gören kahve makinemiz EQ3, hem kompakt tasarımı hem de kahve çeşitleri ile en çok satış yapılan modellerimizden. Kahve dünyasına ilk adımı atacaklar için önerdiğimiz modelimiz EQ3, herkesin temel beklentilerini karşılayacak, sade ama yenilikçi özelliklere sahip bir model. oneTouch fonksiyonu ile Cappuccino, Espresso, Latte veya Americano tek bir dokunuş ile hızlıca hazırlanıyor.



Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Siemens Ev Aletleri sürdürülebilir ve yenilikçi teknolojiyi odağına alan bir marka. Ar-Ge çalışmalarımızı da teknoloji sayesinde maksimum performans sağlamak üzerine şekilleniyor. Akıllı sensor çözümümüz iSensoric, ev aletlerinden etkili sonuçlar almayı sağlıyor.

Dünyada türünün tek örneği olan sensoFlow System sayesinde EQ tam otomatik kahve makineleri, suyu her zaman doğru sıcaklıkta ısıtıyor ve bu ısıyı demlenme işlemi boyunca koruyor. Böylece profesyonel kahve deneyimini garantiliyor. Seramik öğütücüsü sayesinde her bir demleme sırasında kahveyi anında öğütüp demliyor. Kahve makinelerinde temizlik en çok düşündürülen konulardan. Siemens kahve makinelerinde bulunan kireç temizleme özelliği sayesinde temizlik de zahmet olmaktan çıkıyor.

Tüketicilerin bu ürünlere olan ilgisi nasıl? Beklentiler ve tercihler konusunda bilgi verebilir misiniz? Önümüzdeki dönemde kahve kategorisinde tüketicileri neler bekliyor?

Az önce de belirttiğimiz gibi Türkiye’de

kahve tüketimi artıyor ve kahve kültürü yaygınlaşmaya devam ediyor. Kahveye olan ilgi ve kaliteli kahve arayışı arttıkça tüketiciler bu beklentileri karşılayacak ürünlere yöneliyor. Örneğin EQ.9 connect ürünümüz coffeePlaylist özelliği ile hem kişinin kendi damak zevkine göre hazırladığı kahve tarifini hafızasında tutuyor ve her seferinde favori lezzeti yakalayabiliyor. EQ.9 connect’in 6 profile kadar hafızası ile arkadaşlarımızın ve ailemizin de kahve tercihlerini kaydederek Home Connect uygulaması üzerinden kahve makinesi sırasıyla isme özel listelenen tercihleri hazırlamaya başlıyor.

Hepimizin gündelik yaşantılarında daima hareket halinde olduğumuz, en iyisini elde edebilmek için yoğun çaba gösterdiğimiz bir çağda yaşıyoruz. Evin içinde veya dışında, yaşamın tüm alanlarında ev aletleri ile rahatça bağlantı kurulmasını sağlayan, yaşamın dinamizmine kolayca ayak uydurabilen akıllı teknolojiler hayatlarımızın bir parçası haline geliyor. Bu koşuşturma içinde kahve keyfinin de günlük rutinimizde önemli bir yeri olduğunu görüyoruz. Önümüzdeki dönemde tüketicilerin yenilikçi teknolojilere sahip kahve makinelerini tercih edebilecekleri, uzaktan kontrol edilebilen ürünlere yöneleceklerini düşünüyoruz.

Miele

LANSMANA ÖZEL
3.990[₺]DEN
BAŞLAYAN FİYATLARLA



TRIFLEX
3in1
INNOVATION

ÇOK ESNEK. ÇOK GÜÇLÜ. ÇOK HIZLI.

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



gurseskurumsal



gurseskurumsal



WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63

Altus amařır ve
kurutma makineleri
k alanlara
b şıklık katmaktan

iyi anlar



✓ALTUS

Arçelik
Servis
Garantisi



altus.com.tr
444 0 888

GÜRSES
KURUMSAL

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

Instagram / gurseskurumsal

Facebook / gurseskurumsal

WhatsApp Hattı: 0532 413 43 63



Arçelik
Servis Garantisi

444 0 888

altus.com.tr

Facebook / altustr

✓ALTUS

Türk kahve makinalarını Türkiye’de, Türk üreticilerimiz ile projelendirdik

Ege Pekınran
Groupe SEB Türkiye Pazarlama Direktörü

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Gün geçtikçe gelişen ve büyüyen kahve pazarındaki gelişmeler TEFAL ailesi olarak bizi sevindirirken aynı zaman da çok da heyecanlandırıyor. Geçtiğimiz yıllarda Türk kahve makinelerinin başı çektiği bu gelişme, özellikle Pandemi dönemi ve evde daha çok vakit geçirmemiz ile birlikte tüm kategorilerde gözlemlenmeye başladı. Sadece Türk kahve makineleri değil, filtre kahve ve hatta otomatik espresso makinelerinde de yukarı yönlü bir gelişme söz konusu.

Pazarın cirosal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Son dönemde içecek pazarı, küçük ev aletleri (KEA) pazarının süpürgeden sonra en büyük kategorisi haline geldi. Ocak-Haziran döneminde içecek pazarının KEA sektörünün üzerinde bir büyüme gösterdiğini görüyoruz. Tüm KEA pazarının büyümesinin yaklaşık %25’ini Türk kahve makineleri oluşturuyor.

Tefal olarak bu büyümeye kayıtsız kalmadık ve 2019 yılında ilk otomatik Türk Kahve makinemiz olan Köpüklüm’ün lansmanını gerçekleştirdik. Tefal Köpüklüm kısa sürede, özellikle Tefal Shop’larda çok ciddi satış rakamları elde ederek pazardaki yerini aldı. Hedeflediğimiz üzerinde bir satış başarısı elde ettik. Sadece tek model önerisiyle de durmadık. Kategoriyi yeni ürünlerle dinamik tutmaya devam etmek adına geçtiğimiz Mayıs ayında Köpüklüm Compact serimizin lansmanını yaptık ve Türk Kahve makinası ailemizi genişlettik.



Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürünleriniz nelerdir?

Groupe SEB olarak; Tefal, Krups ve WMF markalarımız ile Türk kahve makinesi, filtre kahve makinesi, tam otomatik espresso ve kapsül makineleri ile tüketicilerin farklı ihtiyaçlarına cevap verebilen en geniş ürün gamına sahibiz.

2019 yılında gerçekleştirdiğimiz TEFAL Köpüklüm lansmanımız ile tüketicilerimize mükemmel ve dengeli Türk kahvesi sunduk. İster közde ister normal pişirme opsiyonlarına sahip olan Köpüklüm, şık ve benzersiz tasarımı ile kısa sürede mutfakların ve pazarın vazgeçilmezleri arasında yerini aldı.

2017 yılında Groupe SEB bünyesine katılan WMF markamız ile de tüketicilere yüksek kaliteli Alman tasarımı ile filtre kahve ve espresso makineleri sunuyoruz. Piyasadan farklı olarak KITCHENminis® serisi, tek ya da iki kişilik mutfaklar için kompakt tasarımıyla az yer kaplayıp enerji tasarrufu sağlarken bakır ve grafit gibi renk seçenekleriyle mutfaklara şıklık katıyor.

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Son yıllarda içecek sektöründeki büyüme ve özellikle Türk kahve makinesinin gelişimi TEFAL olarak odağımızı bu kategoriye daha çok çevirmemizi sağladı. Yaklaşık 1,5 yıl gibi

bir sürede Köpüklüm ürünümüzü sıfırdan tüketicilerimizin beğenisine sunduk. Takip eden 1 yıllık süreçte de daha ulaşılabilir fiyat segmentinde yer alarak zahmetsiz bol köpüklü Türk Kahvesi keyfini geniş bir hedef kitleye ulaştırmak adına ailemize Köpüklüm Compact serisi katıldı.

Yılın ikinci yarısında yine sürpriz bir lansmanımız olacak. Üstelik bahsettiğim tüm Türk Kahve makinalarını Türkiye’de, Türk üreticilerimiz ile projelendirdik. Tasarımından, içindeki teknolojisine üzerinde titizlik ile çalıştık. Bu hem Tefal ailesi hem de ülkemiz adına çok sevindirici bir gelişme.

Önümüzdeki dönemde kahve kategorisinde tüketicileri neler bekliyor?

Pandemi sürecinin devam ettiği, evlerimizde daha çok vakit geçirmemiz gereken bu dönemde piyasaya sürülen ürünler sayesinde tüketicilerimiz ne sevindirici ki kahve keyfinden vazgeçmek zorunda kalmayacak.

Biz de Tefal ailesi olarak Türk kahve makinalarında yerli ürün geliştirmesine devam ederken, filtre kahve ve espresso makinalarında küresel ürün gamımızın gücünden faydalanacağız.

Türk tüketiciler tarafından özellikle Türk kahve makinelerinin mutfak tezgahında konumlandırılması tasarımın ön plana çıkmasını sağlayan bir unsur oluyor. Ayrıca kullanım kolaylığı, temizleme kolaylığı ve geniş fincan kapasitesi de öne çıkan detaylar olarak tüketicilerin seçimlerini etkiliyor. Biz de tüm bu ayrıntıları dikkate alarak yeni ürün gamımızı büyük bir heyecanla geliştireceğiz.



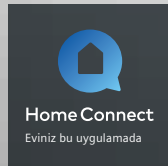
SIEMENS



Dilediğiniz yerden tek bir dokunuşla kahveniz hazır.

Home Connect uygulamasıyla uzaktan yönetilebilen,
mükemmel kahve kıvamını tek bir dokunuşla yakalayan
Siemens kahve makinesiyle her şey kontrolünüz altında.
siemens-home.bsh-group.com/tr

Gelecek evinizde.



Siemens Ev Aletleri

/SiemensHomeTurkiye



444 66 88

**Köpüklüm Compact ile
bol köpüklü türk kahvenizin
keyfini çıkarın**



**4 FİNCAN
KAPASİTE**



İŞIKLI & SESLİ
UYARI SİSTEMİ



AKILLI SENSÖR
SİSTEMİ



ÇİFT TARAFLI
ÇEZE AĞZI

Köpüklüm



**Tefal Köpüklüm ile
Muhabbeti Köpürtün**

**Tefal Köpüklüm Otomatik
Türk Kahve Makinesi**

- Közde pişirme fonksiyonu
- Normal pişirme fonksiyonu
- 4 fincan kapasite
- Dokunmatik panel
- Çift taraflı cezve ağzı
- Akıllı sensör sistemi
- Işıklı & sesli uyarı sistemi
- Çift taraflı ölçü kaşığı
- Kablo saklama aparatı



Her zaman sektör standartlarını değiştirecek inovatif ürünler sunuyoruz

Erdoğan KALKAN

Fakir Hausgeräte Türkiye Genel Müdür Yardımcısı

Küçük ev aletleri sektöründe kahve makineleri kategorisinin son dönemdeki gelişimi hakkında neler düşünüyorsunuz?

Kahve, dünyada petrolden sonra en büyük ticari hacme sahip ikinci ürün ve toplam ticari hacmi 100 milyar doların üzerinde olan bir sektör olarak tüm gözlerin üzerinde olduğu bir konumda yer alıyor. Ülke olarak da hem tarihi bir değer olarak günümüze kadar gelen Türk kahvemize hem de dünyaya entegre bir ülke olmamızdan kaynaklı 3. nesil kahveye gösterdiğimiz ilgiye dayanarak pazarın daha fazla gelişeceğini ve büyüyeceği değerlendirilmesinde bulunabiliriz.

Ülkemizde kişi başı kahve tüketimi 1 kg seviyesinde ve şu anda 1 milyar doların üzerinde bir piyasa hacmine ulaşmış bir büyüklükten söz ediyoruz. Kahve üreticilerinden, makine ve ekipman üreticilerine, zincir mağazalardan butik shoplara çok geniş bir alanda büyümesini sürdüren bu pazar, dünyada olduğu gibi ülkemizde de önemli bir ivme kazanmış durumda.

Tabi ki bu yayımda sıcak içecek hazırlama grubu ürünlerinde kullanılan ileri teknolojinin katkısı yadsınamaz. Küçük ev aletleri sektöründe de sıcak içecek hazırlama gruplarının payı gerek ülkemizde gerekse dünyada artıyor. Arz talep dengesine paralel olarak firmalar da her geçen gün bu anlamda yatırımlarını fazlaştırmakta özellikle Türk kahvesi tüketimi yeni nesil kahve makineleri ile birlikte büyümesini hızlandırdı.

Pazarın ciro sal ve adetsel olarak büyüklüğü nedir? Sizin pazar içerisindeki konumunuz nedir?

Kahve sektörünün Türkiye'de hala yılda %70 oranında büyüme gösteren ve henüz gelişim sürecinin başında olduğunu söylemek mümkün. Kısa zamanda bu pazarda %15 gibi bir pay alarak büyük başarı elde ettiğimizi söyleyebilirim. Sıcak içecek hazırlama ürünleri kategorisinde hem evlere hem de HORECA kanalına hitap edecek ürünlerle büyümeye devam edeceğiz.

Marka olarak kahve kategorisinde yer alan ürünleriniz nelerdir?

Sıcak içecek hazırlama grubu kategorisinde ev tipi ve profesyonel olmak üzere iki ayrı segment bazında makinemiz bulunuyor. Uzun bir Ar-Ge çalışması ve titiz bir üretim aşamasının ardından piyasaya sunduğumuz ilk göz ağrımız Türk kahvesi makinemiz Kaave, ilk yılında yakaladığı başarıyla bizi gururlandırdı. Bu motivasyonla yeni makinelerimiz üzerinde çalışmalara başladık. Fakir Profi Kahve Makineleri serisi ile hem evlere hem de HORECA'ya hitap eden profesyonel, üstün teknoloji kahve makinelerimizi tüketicilerle buluşturduk. Çift hazneli Türk kahvesi makinemiz Kaave Dual Pro, tüketiciden büyük ilgi görüyor diyebilirim.

Profi Kahve Makineleri Serisi'nde yer alan profesyonel sıcak içecek hazırlama grubu ürünlerimiz arasında Aroma Master, Aroma Solo, Babila, Coffee Rest ve Cafe Prestige gibi üstün teknoloji kahve makinelerinin yanı sıra Milky Art süt köpürtme makinesi, Signature ve Aromatic gibi kahve öğütme makinelerimizi sayabiliriz.

Fakir Aroma Master, filtre kahve tutkunlarının gözdesi olacak bir ürün, sprial döngü ile yavaş demleme özelliği sayesinde kahvenizin tam kıvamda ve aromalı olmasını sağlıyor. 1000 ml su haznesi kapasitesi ve 750 ml kahve karafı ile doyusya filtre kahve keyfi sunuyor.

Fakir Babila Kahve Makinesi ise tek tuşla

espresso, cappuccino ve latte gibi klasikleşmiş kahve çeşitlerini kolayca hazırlayabiliyor. Ayrıca aynı anda 2 fincan espresso yapma özelliği de bulunuyor. Çıkarılabilir 1,8 litre kapasiteli su haznesi bulunan ürün uyku modu ile enerji tasarrufu sağlamanıza da imkan veriyor. Fakir Babila, tam otomatik süt köpürtme sistemine sahip ve sıcak süt hazırlama, süt köpüğü yoğunluğu ayarlama olanağı sağlıyor.

Kahveseverlerin vazgeçilmezi olacak Fakir Coffee Rest, aroma fonksiyonu sayesinde farklı yoğunluklarda kahve lezzeti deneyimleme imkanı veriyor. 1.25 litre kapasiteli ürün, 10-12 fincan kahve hazırlayabilme kapasitesine sahip. Ayrıca zaman ayarlama fonksiyonu ile istenilen zamanda kahve içebilmeyi sağlıyor

Bu kategoride özelinde yaptığınız Ar-Ge çalışmalarınız hakkında bilgi verebilir misiniz?

Fakir olarak her zaman sektör standartlarını değiştirecek inovatif ürünler sunma konusunda çok özenli davranıyoruz. Kahve makineleri konusunda da aynı titizlikle hareket ediyoruz. Kendimize ait patentli teknolojilerimizi artırma konusunda Ar-Ge ve ürün geliştirme departmanlarımızla yoğun bir çalışma yürütüyoruz.





*30 gün koşulsuz iade garantili
kurutma makineleriyle
memnuniyetiniz de garantili.*

Kampanya 1 Eylül - 30 Kasım 2020 tarihleri arasında kampanyaya katılan Hoover yetkili satış noktalarından satın alınan kurutma makinelerinde geçerlidir.

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

Türk kahvesi kültürünün ABD'ye ihracatının tam zamanı

Gizem Şalcıgil White
Turkish Coffee Lady - Washington, ABD



Bu başlığı gören okuyucularımızın ilk aklına gelen Türkiye'de kahvenin yetiştirilmediği ve dolayısıyla kahve ihracatının öncelikli olmadığı olabilir. Evet, kahve bitkisi ve çekirdeği ülkemizde iklim gereği yetişmiyor, ama dünyanın en iyi çikolata markalarının doğduğu Belçika'da da kakao yetiştirilmiyor, üstelik ham maddeyi Afrika ve Güney Amerika'dan alıyor. Ülkede yıllık 50 milyar avroluk gelir getiren bir sektör var. Bu alanda bir dünya devi olan Belçika yıllardır aslında bir çikolata kültürü ihraç ediyor. Bu örnekten yola çıkarak bizim de ülke olarak kahvemizi kültür turizminin ötesine geçirip kültürel alışverişe zemin hazırlayarak ABD'ye ve dünyaya ihraç etmemiz için doğru zaman bu zaman. Neden mi?

Bugün dünyanın kalbine giden yol kahveden geçiyor. Günümüzde dünya kahve pazarının değeri yaklaşık 100 milyar dolar civarında, 2025 yılında 236 milyar dolara yaklaşması öngörülüyor. Kahve pazarının 45 milyar dolarlık payı ABD'de bulunuyor. Ülke genelinde çok yaygın olan kahve kültürü modern yaşamı büyük ölçüde etkiliyor. Amerika'da günde 400 milyon adet kahve tüketilirken 4 Amerikalıdan 3'ü kahveyi tercih ediyor. 35,000 civarı butik kahve dükkanı bulunan piyasada her yıl 4 milyar dolar kahve ithalatı yapılıyor. Özel yapım kahve sektörü de son 10 yılda hızla büyüdü,

çünkü bugün tüketici nitelikli kahve türlerine daha çok eğilim gösteriyor. Amerikalıların damak tadı farklı kahve ürünlerinin pazara girmesiyle gelişiyor. ABD aynı zamanda dünyanın en büyük ithalatçısı. Gıda ve hızlı tüketim ürünleri en başta geliyor. Ancak, bu büyük pastadan pay alınması hedeflenirken ticari ilişkileri de geliştirebilmek için gözönüne alınmayan bir ürün var. O da Türk kahvesi. Dünyanın ilk gurme kahvesi olan Türk kahvesinin bu yerel pazarda payı bulunmuyor. Peki Türk kahvesi dünya çapında bilinen bir içecek olduğu halde, neden tüketici tarafından hala keşfedilmeyi bekliyor?

Ülke kalkınmasına katkıda bulunacak ürün: 500 yıllık Türk markası, Türk kahvesi

10. yüzyılda Güney Habeşistan'da keşfedilen kahve çekirdeği, önce Yemen'e sonra Kahire'ye ve nihayetinde Yemen Valisi Özdemir Paşa'nın sayesinde Osmanlı Sarayına ulaştı. 1517 yılında İstanbul'a getirilince geliştirilen, yegâne bir biçimde pişirilen ve sunulan o kahve o günden bu yana Türk kültürünün temel bir parçası oldu. Türk kahvesi, 16. yüzyılda Türkler tarafından bulunan "kahve pişirme metodunun" adıdır. İstanbul'da bir kültür haline dönüşen kahve, 17. yüzyılda seyyahlar, elçiler ve tüccarlar aracılığıyla Avrupa'ya, 18. yüzyılda da Amerika kıtasına yayılmıştır. Kahve dünyaya yayılırken her ülke kendi ağız tadına göre pişirme metotları geliştirdi ve çeşitli kahve kültürleri gelişti. Türk kahvesi Arabika cinsi oldukça kaliteli kahve çekirdeklerinden üretilmektedir. Filtrelenmediği için eşsiz bir pişirme yöntemidir ve bundan dolayı da sağlığa faydalıdır. Yapılan araştırma sonuçları,

Türk kahvesi tüketiminin kalbi koruduğunu göstermektedir. Ancak, bugün küreselde bilinen bir isim olmasına rağmen 500 yıllık bu kültürel değerimiz yurtdışındaki kahveye ilişkin kitap ve kaynaklarda çoğu zaman yer bile almamaktadır. Hâlbuki dünyada üretilen bütün kahve öğütücülerinin ayarı Türk usulüne göre yapılmıştır. Üretilen çoğu kahve öğütücüsünde Türk kahvesi (en ince çekilen - finest) seçeneği bulunmaktadır.

Bu bağlamda, Türkiye'nin küresel ekonomiden daha fazla pay alan güçlü bir ülke olması için dünyaya olan katkılarını vurgulaması büyük önem taşıyor. Bugün bir çok dünya markasından çok daha önemli ve tarihi bir kültürel değerimiz var. Peki biz yeterince bu kültüre sahip çıkıyor muyuz? Türkiye'de tarih kitapçıklarında ve Türkiye tanıtım broşürlerinde hep şöyle yazar: "Kahveyi Avrupa ile Türkler tanıştırdı. Biz toplum olarak bundan dolayı gurur duyuyoruz, ama o cümleye bir nokta koyarız, hikaye orada bitirilir. Oysaki asıl hikaye ondan sonra başlıyor. Dünyanın ilk kahve pişirme yöntemi olan Türk kahvesi bugün küresel kahve sektörünün oluşmasına 500 yıl önce önyak oldu. Bu nedenle, artık o noktayı bir virgüle çevirip kahve ve kahvehane kültürünün dünyaya bizim topraklarımızdan





yayılma hikayesini Türkiye ticari ve kültür tanıtımları kapsamında bir strateji olarak benimsemeliyiz. Ana misyonumuz, Türkiye markasını güçlendirmek için kahvenin Türkiye çağrışımı yapmasını sağlamak olmalıdır.

40 yıllık hatırlı olan Türk Kahvesini Gastro Diploması ile markalaştırmak

Turkish Coffee Lady olarak, 2009 yılından beri zengin Türk kültürümüzü dünyaya tanıtmayı kendimize misyon edindik. Yaklaşık 10 yılı aşkın süredir Türkiye markasını geliştirme sürecine yardımcı olmak için Türk kahvesinin zengin kültürünü ve dünya tarihine olan katkılarını anlatmak için çalışıyoruz. 2009'da dört girişimcinin Turkeyfe.org isimli sosyal iletişim ağı projesi ile başlayan bu girişimcilik serüveni, 2011 yılında Washington DC ve New York şehirlerinde düzenlediğimiz kültür seminerleri ile devam etti. 2012 yılında ise gönüllüler tarafından desteklenen ve kar amacı gütmeyen bir kültür diploması projesi olan "Gezici Türk Kahvesi Kamyonu (Turkish Coffee Truck)" ile giderek büyüdü. 2012-2019 yılları arasında ABD, Avrupa'da Hollanda, Belçika, Fransa ve Kanada'yı karış karış gezerek 30,000 üzerinde kişiye Türk kahvesi tattırdık ve sevdirdik. 2017'de Turkish Coffee Lady ismi ile ABD'nin ilk Türk kahvesi kafesini hayata geçirdik. 2 yıl içinde \$4.50'den 40,000 adet Türk kahvesi satışını tek bir lokasyonda gerçekleştirdik. Pandemi süreciyle, Türk kahvesine odaklanan sanal bir kahve evi temasıyla yeni bir e-ticaret platformu hazırladık. Ama asıl amacımız Türk kahvesini ulaşılabilir kılmak; çünkü bu katma değerli ürün Amerika'da alışveriş merkezlerinde, havaalanlarında, restoranlarda ve otellerde ve hatta diğer kahve mağazalarının menülerinde bile yer almıyor. Hâlbuki büyüyen pazar yeni ürünler ve sunumlar arayışındayken Türk kahvesinin pazar payını arttırması için büyük

bir atılım yapılabilir. ABD Ulusal Kahve Birliği'nin 2018 raporuna göre; genç nüfus gurme kahve trendinin büyümesinde etkili bir rol oynuyor. Müşteriye özel bir deneyim yaşatan ve yüksek kalite hizmeti sunan konsept kahve mağazaları da özel yapım kahve (specialty coffee) menüleri ile pazarda paylarını arttırmakta. Biz de **Turkish Coffee Lady** markası ile eşsiz Türk kahve kültürünü konsept kiosklarda ziyaretçilere sunmayı amaçlamakta, ve yerel pazarda şubeleşerek kendi otantik ürünlerimizi geliştirmek için bir altyapı çalışması hazırlamaktayız. Pandemi ile değişen ortamda paket kahve satışları her gün giderek artarken, Turkish Coffee Lady Amerikan damak tadına uygun hazırlanmış sekiz değişik aromalı özel gurme kahve ürünleri ve Türkiye'nin hazinelerinin ismini taşıyan harmanları ile "millennials" yani Z kuşağı dediğimiz genç nüfusu hedefliyoruz. İlâveten, 8 Mart 2020 tarihinde dünyanın ilk kahve diploması vakfı olan Turkish Coffee Lady Vakfı'nı da kahve sohbetleri ile Türkiye markasını güçlendirmek için hayata geçirdik. Bu bağlamda, sosyal girişimliği ve kadın girişimciliğini destekleyen inovatif hikâyesiyle Türk kahvesini anlatan güncel bir modelin dünyanın ilgisini çekeceğini öngörmekteyiz. Halktan halka iletişimi mutfak kültürü ile sağlayan gastro diploması anlayışıyla, Türk kahvesini "dinamik ve olumlu" çağrışımlar yapan bir isme dönüştürmek ülkemize de uzun vadede ekonomik getiri sağlayacaktır.

Kültürel alışverişle toplumsal ilişkileri güçlendiren bir dünya markası yaratmak

Ana fikir olarak, Türkiye'nin hızla kalkınması ve ekonomik gücünü arttırabilmesi için, uluslararası arenada ticari ve kültürel değerlerinin görünürlüğünü arttırması gerekiyor. Bu çerçevede, Ticaret Bakanlığı'nın 100 milyar dolarlık çok ciddi bir atılımı var. 2019 yılında temelleri atılan bu dev proje, Chicago'da faaliyetlerini geliştirmeye başladı.

ABD pazarında kendine yer bulmaya çalışan firmaların danışmanlık, pazar araştırması, hedef kitleyi tanıma ve şirket kurma gibi verdiği bir takım hizmetleri var. Türk kahvesi bu büyük hedef için düşünülmesi gereken ilk ürünlerden biri olmalı. Çünkü, günde 400 milyon adet kahve tüketilen Amerika'daki başlıca kahve zincirlerinin menüsünde Türk kahvesi yer almıyor. Peki, ama neden yer almıyor? Ne yazık ki kahvenin ve günümüzde çok popüler olan kahvehane kültürünün İstanbul'dan yayıldığını dünyaya anlatmakta oldukça geciktik. Diğer yandan, son yıllarda hızla büyüyen bir gurme kahve trendi var, ve insanlar artık kahve ritüellerini birebir hazırlamak ve deneyimlemek istiyor. Türk kahvesinin 500 yıllık bir kültüre ve genç nesillere hitap edecek sanatsal



özelliklere sahip olması nedeniyle bu trend rüzgârını yakalayıp, eşsiz lezzeti ve sağlığa faydaları dışında yüzyıllarca toplumsal ilişkileri şekillendirmiş olmasına ilişkin PR tanıtımlarına ağırlık verilirse ABD ve dünya pazarındaki payını ciddi şekilde arttırabilir. Bu hedefe ilerlerken Türk kahvesinin taşıdığı potansiyeli paylaşmak adına, stratejik bir planlamanın iyi bir altyapı ve PR çalışmaları ile mutlaka desteklenmesi gerekiyor. Doğru çözüm ortakları ve dağıtım kanalları dijital pazarlama ile kuvvetlendirilmelidir. İnternet teknolojilerinin en güncel gelişmelerinden yararlanarak, Türk kahvesi kültürü aracılığıyla ticari ilişkilerin geliştirilmesine ve ülke markasına katkıda bulunması amaçlanmalıdır. Yeni nesil kahve makineleri de pazardaki büyümeyi destekleyecek niteliktedir. Bu nihai hedef, lojistik ve üretim hacimleri ile Türk markaları dünyaya açılmaya hazır olduğunda Türk kahvesinin marka değerini arttıracak uzun vadeli stratejik bir vizyon ve kültürel mirasımız Türk kahvesinin halkla ilişkiler/ PR aracılığıyla hikayeleştirilmesi ile mümkün olabilecektir.



Türk kahvesi Türklerin dünyaya armağanıdır

Tüzün Akyol
Kurukahveci Mehmet Efendi Ltd Şti.
Pazar Araştırmacısı ve Analisti

Kahve bitkisinin bu topraklarda yetişmemesine rağmen “Türk kahvesi” ismini almasının ilginç öyküsü için tarihin sayfalarında küçük bir gezinti yapmamız ve Afrika kıtasına gitmemiz gerekiyor.

Kahvenin ilk vatani bugünkü Etiyopya'daki (Habeşistan) Kaffa bölgesi, adını da buradan aldığı düşünülüyor. Ortaçağ sonlarına doğru Güney Habeşistan'dan Yemen'e geliyor, çok rağbet görüyor ve Mekke'de yaygın olarak kullanılmaya başlıyor.

Yemen'in Yavuz Sultan Selim tarafından Osmanlı topraklarına katılmasının ardından batılların Muhteşem Süleyman dediği Kanunu Sultan Süleyman zamanında Yemen valisi Özdemir Paşa bu çok sevdiği içeceği İstanbul'a Saray'a getiriyor.

Türk Kahvesi Kültürü

Unique (tek, benzersiz, eşsiz) bir ürün olan Türk kahvesi İstanbul'a gelişinin ardından önce sarayda, sonra evlerde ve kahvehanelerde tüketilmeye başlıyor.

Türkler kahveyi kendilerine özgü yöntemleri ile kavurur, öğütür, pişirir ve içerler. Türk kahvesi ismi bu Türklere özgü pişirme ve sunum şeklinin ismidir. Yeme, içme kültürümüzde yerini almış, itibarını giderek arttırmıştır.

Türk kahvesi kültürü denildiğinde; kavurma, öğütme, pişirme ve sunum adabı hatırlanır.

Yeşil çekirdek (çiğ) kahve tavalarda kavrulur, el değirmenlerinde çekilir ve bakır cezvelerde pişirilir, porselen fincanlarda sunulurdu. Geçmişten bu güne fincan kahve kültürümüzün en önemli objelerinden birisidir. Osmanlı için çok sayıda tanınmış porselen firması Türk kahvesi fincanı üretmiştir. 17-18-19. Yüzyıllardaki bu fincanlar günümüzde koleksiyonerlerin değerli koleksiyonları içinde yerini almıştır. Türk kahvesi kültürü kendine has özünden kopmadan, gelişerek günümüze kadar gelmiştir.

Türk kahvesinde önemli inovasyonlar

Kahve kavurmaya “Tahmis” denir. Mehmet Efendi dünyanın ilk kahve sokağı olan Tahmis Sokakta 1871 yılında, bir ilki gerçekleştirerek çekirdek kahveyi kavurup, öğütüp, paketleyerek bitmiş ürün (product finish) olarak tüketiciye sunmuştur. Kahvenin bu şekilde paketlenerek sunulması sonrası Mehmet Efendi Kurukahveci Mehmet Efendi olarak anılmaya başlanmıştır.

1871 yılından bu yana 149 yıldır kahve severlerin beğenisini kazanan lezzetli kahve pazarlama başarısı ile önce folya ambalajla, daha sonra teneke kutu ambalajla kahve severlere yurt içi ve dışında ulaşır olmuştur. 2014 yılında tek fincanlık Türk kahvesi ambalajı ile her seferde bir poşet açarak ev ve ev dışı kullanıma da uygun olan yeni ürün kahveseverlerle buluşturulmuştur.

Türk Diasporası

Türk kahvesi kültürü Osmanlı coğrafyası topraklarında giderek yayılmıştır. Türklerle birlikte bir çok ülkeye giden Türk kahvesi, gittiği coğrafyalarda tanınmış, sevilmiş ve daha çok kişi tarafından tüketilmeye başlanmıştır.

Yurt dışında 7 milyon civarında Türk vatandaşı yaşamaktadır, bu sayı ile diasporada en fazla nüfusa sahip 2. ülke Türkiye'dir. Türkler gittikleri coğrafyalarda Türk kahvesi kültürü gönüllü elçiliğini en iyi şekilde yapmışlar, Türk kahvesinin ve kültürünün tanınmasına, sevilmesine katkı sağlamışlardır.





SINGER®

TEKNOLOJİNİN SINGER HALİ

80 değişik dikiş ve dekoratif desen, 6 mm zigzag genişliği,
tek adımda 6 modelde ilik açma.

C5205-CR



**C5205
-TQ**

**C5205
-GR**

**C5205
-PR**



Kahve ve Sağlık

İletişimde sohbetin bahanesi olan Türk kahvesi, aynı zamanda çok sağlıklı bir içecektir. Miktarı azdır, doyurucudur, enerji verir, tok tutar, vücudu ve beyni dinç tutar, karaciğeri korur, motivasyonu artırır, keyif verir. Günde en fazla 3-4 fincan içmek şartıyla sayısız faydaları yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur. "Kahve çekirdeği farklı kimyasal maddeler içerir. Bunların içinde çeşitli yağlar, karbonhidratlar (şekerler) ve çok sayıda proteinler vardır. Ayrıca değişik antioksidanlar da kahve çekirdeğinin bileşenlerindendir.

Kaynak: Kahve ve Sağlık - Prof. Dr. Hamdi Akan - Mikado Yayınları - Sihirli Molekül Kafein - Sayfa: 21"

Türk Kahvesi Makineleri

Osmanlıda pirinç mangallar geniş gövdeli cezvelerde pişirilen Türk kahvesi bakır, gümüş, çelik cezvelerde sonrasında, evlerde ve ev dışı tüketimde cezve, elektrikli cezve, plate gibi araçlarla pişirilmiş ve tüketilmiştir. Türk kahvesi tüketiminin artması küçük ev aletleri pazarının gelişmesi, pazarda bir boşluğun fark edilmesini sağlamıştır.

2003 yılında Arçelik, Kurukahveci Mehmet Efendi iş birliği ile ilk Türk kahvesi makinesinin üretimi için çalışmalara başlamıştır. Birlikte uzun çalışmalar ve lezzet testleri yapılmıştır.

2004 yılında ilk Türk kahvesi Makinesi Telve küçük ev aletleri pazarındaki yerini almıştır. Telve'de Türk kahvesinin her fincanda aynı standartta, yaklaşık 3 dakika gibi kısa bir sürede lezzetli, bol köpüklü hazırlanıyor olması kahve tüketicisinin beğenisini kazanmıştır.

Arçelik ve Kurukahveci Mehmet Efendi'nin iş birliği devam etmiş ve Telve'nin yurt dışı tanıtımının Kurukahveci Mehmet Efendi tarafından yapılması konusunda iş birliğine devam edilmiştir. Türk kahvesi makinesinin kullanımı Telve'den sonra ev ve ev dışında giderek artmıştır. ABD'den başlayarak Avrupa, Türkiye Cumhuriyetler ve Ortadoğu ülkelerine ihracatı gerçekleşmiştir.

İlk Türk kahvesi makinesi olan Telve yurt içi ve yurt dışında tasarımıyla pek çok ödül kazanmıştır.



Arçelik Telve başarısının ardından üretilen Türk kahvesi makineleri

Telvenin tüketicinin beğenisini, teveccühünü kazanmasının 10 yıl sonra pazara yeni bir Türk kahvesi makinesi sunulmuştur. Arzum firmasının OKKA markası Türk kahvesi makinesi pazarındaki 2. üründür. Her yeni ürün yenilikler ve farklı özellikler ile kahveseverlerin beğenisini kazanmıştır.

Bugün Türk kahvesi makinesi pazarında;

Arçelik (2004), Arzum (2014), Fakir (2016), Conti, Altus, Grundig, Tefal, Karaca, Korkmaz, Vestel, Bayiner, Selamlıque kapsüllü Türk kahvesi makineleri küçük ev aletleri pazarında yerini almış ve satış hacmini arttırarak üretimlerini sürdürmektedir. Markaların farklı modelleri ile 15'ten fazla Türk kahvesi makinesi pazara sunulmuş bulunmaktadır. Bu markaların dışında fason olarak yaptırılan Türk kahvesi makineleri de bulunmaktadır.

Türk kahvesi makinelerinin Türk kahvesi pazarına etkisi

Türk kahvesi makineleri ve Türk kahvesi tüketimi arasındaki etkileşim karşılıklı olmuştur. Türkiye'de kişi başı kahve tüketimi 2007 yılında 250 gr civarında iken bugün bu rakam kişi başı 1.000 gr civarında olarak 13 yılda 4 katı bir artış göstermiştir.

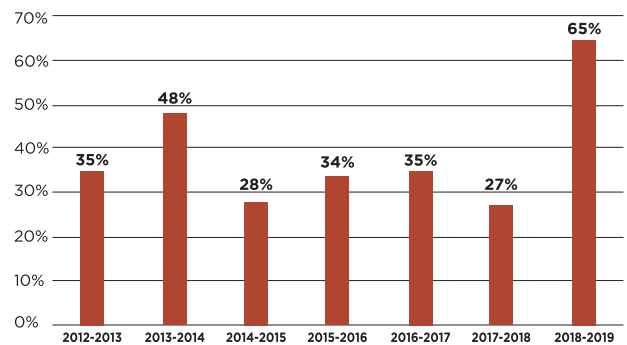
Türk kahvesi severlerin yaş ortalaması giderek düşmekte, lise ve üniversite

gençleri Türk kahvesini severek içmekte ve ardından Türk kahvesi falı ilgileri giderek artmaktadır.

Türk kahvesi tüketiminin artması aynı zamanda Türk kahvesi makineleri pazarını da önemli ölçüde büyötmüştür. Makine pazarındaki markaların ve markalara ait modellerinin, rekabetin artması, pazarın büyümesinin en önemli değişkenleri olmuştur.

Türk kahvesinin ve Türk kahvesi makinelerinin ihracatı da yıllara göre giderek önemli bir artış göstermektedir.

Aşağıdaki grafikte 2012-2017 yılları arası 5 yıllık dönemde Türk kahvesi Makine Pazarındaki büyüme oranları görölmektedir. 2013-2014 döneminde ilk Türk kahvesi makinesinin pazara sunulması dolayısıyla % 13 civarında bir artış görölmektedir. 2015-2016-2017 dönemlerinde artışın devam ettiği görölmektedir.



Kaynak:
<https://www.ekonomist.com.tr/gida/turk-kahvesi-makine-pazarini-buyuttu.html>
 Ayşegül Sakarya Pehlivan



Usta şefler **Simfer'i** tercih eder



*İğde Set

simfer

www.simfer.com.tr

Vestel OLMUKSAN'ın endüstriyel ekranlarını veriyor

Vestel Proje Ortağım, ürün ve hizmetleriyle farklı sektörlerden markaların değişen ihtiyaçlarına çözüm üretmeye devam ediyor. 5 üretim merkezi, ve yaklaşık 900 kişilik istihdam kapasitesiyle Türkiye'de oluklu mukavva ambalaj sektörünün öncü şirketlerinden Olmuksan International Paper, fabrikalarında kullanacağı bilgilendirme ekranlarının temini için Vestel ile anlaştı.

Adana, Bursa, Çorum, Gebze ve İzmir'de yer alan fabrikalarında 55 ve 65 inç boyutlarında 86 adet Vestel bilgilendirme ekranı yerini aldı. Bilgilendirmeleri paylaşmak için fabrika içerisine yerleştirilen ekranlar, endüstriyel paneli sayesinde en zorlu koşullarda bile uzun süre arızalanmadan çalışabilecek. Yüksek parlaklık değerleri ile her türlü ortamda en canlı ve en net görüntüyü sunabilecek. 7/24 kesintisiz görüntü sunabilen ekranlar,



istendiği takdirde uzaktan kontrol özelliğiyle kullanım kolaylığı sağlıyor. Böylece her koşulda, istenen bilgiler çalışanlara net ve hızlı bir şekilde aktarılabilir.

Pozitera ailesi kadına şiddete tepki gösteriyor

Pozitera ailesi kadına şiddet ve ayrımcılık karşıtı söylemlerle ve mesajlarla toplumsal cinsiyet eşitliği farkındalığı sağlamayı görev edindi. Kadına şiddetin gündemin ilk maddesi haline gelmesinden büyük üzüntü duyan Pozitera Ailesi bir çalışma başlattı. Şirket içinde başlatılan ve dalga dalga yayılarak genişleyeceğine inanılan çalışma kapsamında söylemler ve mesajlarla toplumsal cinsiyet eşitliği farkındalığı sağlanmasına destek olunacak. İstanbul, Ankara, İzmir başta olmak üzere Türkiye genelinde 81 ilde 3 Bölge Müdürlüğü ile faaliyet gösteren Pozitera'nın tüm çalışanları iletişimlerinde cinsiyet eşitliğini koruyan, şiddet ve ayrımcılık karşıtı mesajlar iletecek. "Şiddete Dur" diyen Pozitera, her bir bireyin toplumsal cinsiyet eşitliği farkındalığı kazanmasının; kadına yönelik şiddet ve kadının ikinci plana atılmasından doğan yaraların sarılabilmesi için çok önemli olduğunu vurguluyor. Mesajlar ve söylemlerle bu bilincin yayılmasına destek olmayı hedefleyen Pozitera, kadın ve erkeğin eşit hak ve özgürlüklere sahip olduğu, kadına yönelik şiddetin yer almadığı bir dünya için çalışacak.

İş yaşamında da kadınlara sunulan şartların iyileştirilmesi, kadın istihdamının artırılması

Pozitera tarafından yapılan açıklamada kültürel cinsiyet normlarının yeniden şekillendirilmesi ile kadına ve erkeğe verilen değerlerin eşit hale getirilmesinin daha gelişmiş ve adil bir

toplum olabilmek için önemli adımlar olduğu ifade edildi. "İş yaşamında kadınlara sunulan şartların iyileştirilmesi, kadın istihdamının artırılması hem ülkemizin ekonomisini iyileştirmek hem de ebeveynlerimizin daha eğitilmiş ve ileri görüşlü anne babalar haline gelmesi için çok önemlidir. Daha iyi iş ve eğitim fırsatları sunulan, öğrenme ve gelişme alanlarını değerlendirme şansı bulan anne babalar, çocuklara da daha yaşanabilir bir dünya, daha mutlu bir gelecek

vermeyi başarabilir. Tüm bunlar için sadece iş hayatındaki düzenlemeler de yeterli olmayacaktır. Kadının sosyal statüsüne, kültürel değerine gerekli eşitlik ve destek sağlanmalıdır. Sürekli iletişimde olduğumuz insanlara en doğru mesajları vermek, söylemlerimizde cinsiyet eşitliğini korumak, şiddetin ve ayrımcılığın üstünü çizmek ülkemizin bu alanlardaki yaralarını sarmak için bizlere düşen önemli görevlerden biridir." görüşleri paylaşıldı.



Goldmaster

MATRIX

Tıraş Makinesi

Gerçek Sakala, Gerçek Tıraş Deneyimi.

Sert sakal tipi için özel olarak geliştirilmiş ultra güçlü motor teknolojisine sahiptir. Kendi kendini bilen daima ultra keskin çift taraflı paslanmaz çelik bıçakları ile performansı üst seviyeye çıkarır. Profesyonel kullanıma uygun olan MATRIX' de 1mm-16mm aralığında saç kesme fonksiyonu bulunur. Saç, sakal, kulak ve burun için tek bir MATRIX Erkek Bakım Seti bütünüyle en iyi çözümü sunar. MATRIX t2'in 1 (5 başlık ve 7 tarak) özelliği ile diğer makinelere göre daha fazla kıl yakaladığını kanıtlamıştır.

IPX Su Geçirmezlik Fonksiyonu



16mm Saç Kesme
Tarak



12mm Saç Kesme
Tarak



9mm Saç Kesme
Tarak



6mm Saç Kesme
Tarak



3mm Saç Kesme
Tarak



Gilet Tıraş
Başlığı



Saç Kesme
Başlığı



Burun/Kulak Kıl
Alma Başlığı



Detay
Başlığı



1-16mm
Ayarlanabilir
Saç Kesme Tarak



1,5 saatte hızlı şarj

Kablolu - Kablosuz Kullanım

Eylül ayında da pozitif ivmenin süreceğini öngörüyoruz



Ülkemizin lokomotif sektörlerinden olan Türkiye Beyaz Eşya Sektörü, zorlu COVID-19 pandemi sürecinde de tüketicilerini mağdur etmemek için var gücüyle çalışarak evde artan ihtiyaca en iyi şekilde yanıt vermenin gururunu taşımaktadır.

Türkiye Beyaz Eşya Sanayicileri Derneği (TÜRKBEŞD) üye firmaları olarak, Nisan ayında gerek iç satış ve gerek ihracatta yaşanan sert düşüşün ardından Haziran ayında toparlanma sürecine girdik. Temmuz ayında ise satışlarımızı rekor seviyelere taşımayı başardık. Temmuz ayında 6 ana üründe Türkiye satışlarımız, 2019 yılı aynı dönemine kıyasla adet bazında yüzde 58 yükseldi. Aynı dönemde ihracatımız da büyük ivme kazanarak geçen yıl aynı döneme göre yüzde 18 oranında arttı. İç satış ve ihracat olmak üzere toplam satışlarımızda 2019 Temmuz ayı ile karşılaştırdığımızda 2.974.388 adet satışla yüzde 28 oranında bir artış kaydettik. Bu sonuçta ihracat pazarlarımızda ertelenen talep; iç pazarda ise ertelenen taleple birlikte düşük faizli tüketici kredisi imkânı ve konut satışlarındaki artışın etkili olduğunu değerlendiriyoruz.

Ocak-Temmuz 2020 dönemi olarak baktığımızda ise iç satışlarımızın geçen yıl ilk 7 ayla karşılaştırıldığında yüzde 12 oranında arttığını, ihracatta ve üretimde, yüzde 9'luk bir daralma olduğunu görüyoruz. COVID-19 pandemisinin seyrine bağlı olmakla birlikte Ağustos ve Eylül ayında da pozitif ivmenin süreceğini öngörüyoruz. Bu süreçte, TÜRKBEŞD olarak en önemli önceliğimiz çalışanlarımız ve

tüm paydaşlarımızın sağlığını korumaktır. Artan hijyen ihtiyaç ve evlerde geçirilen sürenin artması temel ihtiyaç olan beyaz eşyanın önemini daha da artırmaktadır. Bu sorumlulukla en üst düzeyde önlemleri alarak operasyonlarımızın sürekliliğine odaklanıyoruz. Devletimizin değerli desteği ile COVID-19 sürecini en iyi şekilde atlatacağımıza ve sektörümüzü uluslararası rekabette daha da iyi seviyelere taşıyacağımıza inancımız tamdır.

Can Dinçer
TÜRKBEŞD Başkanı



Can Dinçer
TÜRKBEŞD Başkanı

TÜRKBEŞD Beyaz Dünya Temmuz 2020

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	2.411.823	2.028.741
Yüzde değişim	%19	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	12.344.141	14.037.726
Yüzde değişim	-%12	
	İÇ SATIŞ	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	728.784	459.658
Yüzde değişim	%59	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	3.636.854	3.404.000
Yüzde değişim	%7	
	İHRACAT	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	1.805.213	1.549.996
Yüzde değişim	%16	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	9.247.745	10.511.369
Yüzde değişim	-%12	
	İTHALAT	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	10.936	8.414
Yüzde değişim	%30	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	80.334	85.353
Yüzde değişim	-%6	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	2.853.737	2.336.645
Yüzde değişim	%22	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	14.631.121	16.024.126
Yüzde değişim	-%9	
	İÇ SATIŞ	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	910.401	574.696
Yüzde değişim	%58	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	4.560.300	4.078.469
Yüzde değişim	%12	
	İHRACAT	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	2.063.987	1.749.814
Yüzde değişim	%18	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	10.780.624	11.860.901
Yüzde değişim	-%9	
	İTHALAT	
	Temmuz 2020	Temmuz 2019
Adet / Yıl	62.305	34.886
Yüzde değişim	%79	
	Ocak-Temmuz 2020	
	Ocak-Temmuz 2020	Ocak-Temmuz 2019
Adet / Yıl	298.911	290.465
Yüzde değişim	%3	



Derin dondurucuda ekonominin yeni adı



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



DCF 190 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



DCF 280 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



DCF 387 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



DCF 466 L D/S
(Dondurucu / Soğutucu)



UĞUR ŞİRKETLER GRUBU



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



DİDEM TINARLIOĞLU
Direm Fikir Atölyesi kurucusu

didem@direm.com.tr

Akışın değil bakışın değişmesi gereken günler



Farkında mısınız bilmem, herkes son dönemlerde bir durgun, bir yavaş, en çok zihinler dağınık. Nereye uçtuğunu bilmeden, nereye konacağını kestiremeden, havada uçan polenler gibi belirsizlik içinde yaşamaya çalışıyor herkes. Aslında farklı bir şey beklemek çok da doğru değil. 2020 çok ama çok enteresan bir yıl.

Bir yandan yaşananlardan dolayı bir şükretme ve şükran hali sürerken, diğer yandan hayat amacından uzaklaşmış insan topluluklarına döndük. Bazıları, içine kapanmış sessizleşmiş, bir kısmı daha olgunlaşmış, bir kısmı ise “sağlığımdan öte bir şey yok, gördük ki bir hırka bir çorbayla geçiyormuş hayat” diyerek farklı ruh halleri içerisinde bu günlerde. Genci yaşlısı belki de ilk kez benzer duyguyu yaşıyor. Bu çok tuhaf. O ortak duygunun adı korku. Kimi, ağzına bir lokma atarken, bir yerden bir yere giderken, evine en temel alışverişi yaparken hatta yolda yürüken sağlığını kaybetmekten endişe ederek salgına yakalanma korkusu yaşıyor, kimi ise tüm bunların yanı sıra bir de mali olarak kayıp yaşama, psikolojik olarak yıpranma ve en önemlisi sevdiklerine bir şey olmasından korkuyor. Korku ve endişe her an her yerde. Çünkü hayatın tam içinde.

Kolay değil elbet. TV’lerde her akşam birbirinden endişe verici haberleri izlemek, sağlık profesyonellerinden devlet adamlarına, bilim adamlarından astrologlara kadar herkesin

bazen gidişatı anlatmak için söyledikleri ve geleceği pek parlak göstermeyen programların ardı ardına yayınlandığı bir dünyada, üstüne üstlük belirsizliğin her geçen gün arttığı bir ortamda, insanların endişeli ve mutsuz olmalarından daha doğal ne olabilir ki?

İçinde yaşadığımız günler, yolda yürüken karşıdan gelen birini gördüğümüzde maskemizin iyi koruyup korumadığını kontrol ettiğimiz, sürekli alnımıza dokunarak ateşimizi ölçtüğümüz, başımız ağrımaya başladığında vasiyetimizi yazmaya yeltendiğimiz, belirti göstermeden test yapılmadığını bildiğimiz için karaborsadan test ayarlamaya çalıştığımız çok farklı günler. İnsanlık buna benzer hatta daha kötülerinden çok geçmiş aslında.

1900’lerin başında Osmanlı’nın karışık coğrafyasında doğmuş bir çocuğu düşünsenize. Önce Balkan savaşları, sonra I. Dünya Savaşı, o sırada İspanyol gribinden kaçayım derken, Kurtuluş Savaşı. Arada bir nefes alıp gençliğimi yaşayayım dese kalkınma mücadelesi ve yokluk yılları, dünyanın en büyük ekonomik krizlerinden biri 1929 yılı buhranı. Bitti mi tabii ki hayır, yaklaşık 65 milyonun üzerinde insanın yaşamını yitirdiği büyük yıkımlara yol açan 2. Dünya Savaşı. Bizim çocuk 45 yaşına geldi ama yaşadığı bol bol mücadele, yokluk ve savaş. Şu 6 ay yaşadıklarımıza bakıp, biz de dünyaya gele gele bu devirde geldik diye hayıflanıyoruz ya, acaba bir kere daha düşüsek mi?

Peki tüm dünyada, bilim adamları, hekimler, sağlık bakanları, herhangi bir aşı bulunamamışken, ilaç yokken bu durumla nasıl baş etmemizi tavsiye ediyor? Birbirinizden uzak durun ve ağzınızı ve burnunuzu kapatın yani kısacası maske takın diyerek.

Hani şu, hepimizin şikayet ettiği, takmamakta direttiği, içinde alamadığımız nefesimizi tarif etmekten yorulmadığımız maskeler. O maske ki bundan önce özel baloların zengin davetlilerinin, Zorro gibi kahramanların, isimsiz kahramanlar cerrahların ve doktorların diğer yandan da tanınmak istemeyen hırsızların aksesuarıyken bugün rengarenk modelleriyle tüm insanlığın ortak giysisi haline dönüşmüş durumda. Eminim bu yazıyı okuyan bir sürü okurumuz evden tam çıkarken aklına maskesi geldi ya da evden çıkmışken geri dönüp maskesini taktı ve sokaktaki yolculuğuna öyle başladı.

Maskeli dünya ve onun sahte yüzleri

Maske önemli dedik demesine ama, bu meselede benim asıl takıldığım yer başka. Bu maskeyi takmak bu kadar zor da, yüzümüze hergün başka başka takındığımız maskeleri takmak daha mı kolay? “Maske takınca nefes alamıyorum” diyenlere şunları söylemek istiyorum: “Başkalarının gözlerinin içine bakarken taktığın maskeyi takarken nefes alabiliyor muydunuz?” Patrona herşey yolunda maskesi, eve gelince eşine takındığınız mutlu eş maskesi, sevmediğiniz birini yolda görünce çok özlemiş gibi yapmanın maskesi, en kötüsü de ideolojinizden ödün maskesini takarken nefes alabiliyordunuz da, şimdi bu bez parçasından ibaret maskeyi takarken mi nefes alamıyorsunuz?

Sözün özü; İçinde bulunduğumuz durumu değiştirmeye çalışma ve etkisiz olup, edilgen olmanın verdiği ego gömleğini bir kenara asalım artık. Kabul edelim ki akışı değiştirme şansımız yok. Ya büyük bir oyunun figüranınız ya da yüz yılda bir gelen bir salgının göbeğinde şansız bir insan evladınız. Hangisi olursa olsun, akış değişmeyecek belli ki. İlla bir maske takacaksak bakış açımızı değiştirdiğimiz maskemizi takalım. Maskemizi çıkaracaksa sahte kimlik maskelerimizi çıkaralım, koruyucu bez maskelerimizi çıkarmayalım. İşimize, sevdiklerimize, akranlarımıza, bedenimize, ruhumuza ve dünyaya farklı bakalım.

Sağlıkla kalın.

**%40'A
VARAN
ENERJİ
TASARRUFU**



Antrasit Cam Davlumbaz



Antrasit Cam Ocak



Antrasit Cam Fırın



**3'lü Ankastre
Setler**

www.luxell.com.tr

www.luxellsatis.com



LUXELL®

Bosch'tan her zaman en tazesini isteyenler için Active Humidity Teknolojisi

Bosch, buzdolaplarına sebzelerinizin tazeliğini uzun süre koruyan Active Humidity tazelik teknolojisini ekliyor. Kendisi ve sevdikleri için her zaman daha taze, daha sağlıklı yiyecekler hazırlamak isteyenler için geliştirilen Active Humidity özelliği, geleneksel sebze bölmesinden 4 kata kadar daha uzun süre taze tutuyor. Active Humidity sebzelik bölümüne sahip yeni Bosch XL no frost buzdolapları, yapraklı ve kök sebzelerin tazeliğini uzun süre, tıpkı ilk alındığı günkü gibi koruyor.

Sebzelerin tazeliğini ve besin değerini uzun süre korumak, buzdolabından beklenen en önemli ürün özelliklerinden biri. Active Humidity özelliğine sahip Bosch buzdolapları, tazelik çekmecesinin içerisine, aynı marketlerde olduğu gibi soğuk su buharı püskürterek sebzelerin nem oranının, aromasının ve renginin ilk günkü gibi korunmasını sağlıyor. Böylece içerisindeki yapraklı ve kök sebzeler 4 kata kadar daha uzun süre taze kalıyor.



Neffes Antiviral Hava Temizleyici ile %100 sağlıklı nefes

Form, sektöre yeni bir soluk getirecek %100 yerli Antiviral Hava Temizleyici Neffes'i üretti. Dörtlü filtreleme sistemi ve UV-C ultraviyole sterilizasyon teknolojisi ile virüsleri yok eden Neffes; küf, bakteri, polen ve birçok yabancı maddeyi de havadan temizleyerek iç ortam havasının sterilizasyonunu ve güvenliğini sağlıyor. Artık kapalı alanlara da sağlıklı ve taze bir hava sağlayacak Neffes; muayenehane, eczane, restoran, kuaför, mağaza, ofis, market, kreş, okul, otel, hastane ve ev gibi birçok kapalı alanda rahatlıkla kullanılabilir. Neffes, iç ortam hava kalitesini artırarak kalabalık ortamlarda insanların rahatça nefes almasına yardımcı oluyor.



Özellikle %100 taze havanın sağlanamadığı yaşam alanlarına taze ve temiz hava sağlamak adına oldukça etkili bir teknolojiye sahip olan Neffes Antiviral Hava Temizleyici; konut, restoran, mağaza, otel, kuaför, muayenehane, eczane, kreş, ofis gibi insanların uzun süre bir arada bulunduğu ortamlarda hava kalitesini arttırarak, solunum yoluyla herhangi bir hastalığa yakalanma riskini minimuma indiriyor.

Viko Multi-Let Şok Korumalı Prizler ile beyaz eşyalar güvende...



Yıldırım düşmeleri, prize takılı olan cihazlarınızın arızalanmasına neden olarak önemli maddi kayıplar oluşturabiliyor. Viko Multi-let Şok Korumalı Grup Prizler; televizyon, bilgisayar, cep telefonu, ses sistemi, çamaşır / bulaşık makinesi, yazıcı gibi elektronik cihazların şebekede meydana gelen ani, aşırı gerilimlere ve yıldırım düşmesi gibi etkilere karşı korunmasını sağlıyor. Ürünün üzerinde yer alan koruma göstergesi ise ürününüzün aktif koruma durumunda olup olmadığını kontrol etmenizi sağlıyor. Aynı şekilde ürünün üzerinde yer alan açma ve kapama düğmesi ile elektrik bağlantısını kolayca kapatmanız da mümkün oluyor. Bununla birlikte açma-kapatma anahtarı kapalıyken de şok koruma özelliği devrede kalarak cihazlarınızı korumayı sürdürüyor. Böylece fırtınalı günlerde cihazlarınız için endişelenmenize gerek kalmıyor.

VİKO Multi-let Şok Korumalı Grup Prizlerin en önemli özelliklerinden bir diğeri, isteğe göre yüzeye sabitlenerek ya da asılarak kullanılabilmesi... Ürün, bu sayede evlerde olduğu kadar ofis, atölye ve şantiyelerde de güvenle kullanılabilir. 45 derecelik açığa sahip giriş yuvaları da ürünün rahatça ve pratik şekilde kullanılmasına olanak sağlıyor.

DİVA
TREND

arnica™

2 Farklı Renk Seçeneği

ROSE GOLD

arnica

DİVA
TREND
1200 W

YENİ

Dökmesi **Kolay**

1200
WATT

TURBO
FONKSİYON

DÖKMESİ KOLAY
SÜRAHİ HAZNE

PASLANMAZ
ÇELİK BİÇAK

Pratik
Kullanım

3 yıl
garanti



Goldmaster Elenamax ile mutfakta trend renkler

Uzun ömürlü Elenamax Mutfak Robotu ile en pürüzsüz pürelere kadar her dokuyu rafine etmenizi sağlar. 5 fonksiyon 1 arada (Doğrayıcı, Blender, Mikser, Dilimleme, İnce-Kalın Rendeleme) özellikleri ile Elenamax mutfağınızda en iyi yardımcınız olacak. 1000 Watt yüksek performansı ve güçlü motoru ile sessiz, sarsıntısız çalışma performansı sunar. Normal ve Turbo hız ayar seçenekleri ile yüksek kalite paslanmaz çift taraflı çelik bıçakları ile mutfakların gözde ürünü olacak. 1.5 lt. kapasiteli işlem haznesi ile pratik bir deneyime hazır olun.



Goldmaster Elvan Çeyiz Seti ile şıklık mutfakta

Goldmaster'ın birbirinden popüler, yeni seri geliştirilmiş modellerini Elvan 3'lü Çeyiz Seti ile keşfedin. 45 yıldır üretim ve AR-GE gücüyle global standartlarda hizmet veren Goldmaster mutfağınıza renk katacak, şık modelleri sizinle buluşturuyor. İçinde yer alan Badem Blender Set, Akasya Çay Makinesi ve Gurmex Tost Makinesi ile mutfaklarınıza estetik katarak, yaşamınızı kolaylaştırmaya imkan sağlıyor.



Yeni Vestel MAYA evde sağlıklı yaşamı destekliyor

Vestel, yeni nesil MAYA Buzdolabı ile mayalama için gerekli tüm koşulları sağlıyor. Hamur, yoğurt, kefir, sirke ve turşu gibi mayalama işlemi gerektiren 7 farklı gıdanın; otomatik olarak ayarlanan sıcaklık ve süre fonksiyonları ile herkes tarafından kolay bir şekilde yapılmasına ve saklanmasına olanak sağlayan MAYA Buzdolabı, bireylerin sağlıklı yaşam isteklerini destekliyor.

MAYA teknolojisi yanında Vestel Maya Buzdolabı, sahip olduğu Maksimum Tazelik Teknolojisi ile meyve ve sebzelerin solunumuyla oluşan gazın ortamdaki uzaklaştırılmasını sağlayarak gıdaların daha uzun süre besin değerlerini kaybetmeden saklanmasını; Aktif İyon Teknolojisi ile ise dolap içerisine negatif yüklü iyonlar göndererek pozitif yüklü kötü koku moleküllerini indirgenmesini sağlıyor. Aynı zamanda "PUZZLE" özelliğine sahip geniş hacimli MAYA Buzdolabı, çok işlevli akıllı bölmeleri sayesinde 19 farklı şekilde kullanılabilir. Maya bölmesi istenildiği zaman dondurucu veya soğutucu olarak kullanılabilir gibi, diğer bölmelerin kullanım fonksiyonları da tüketici tercihinin göre ayarlanabiliyor. Bunun dışında özel bölmeler kullanılmadığında kapatılarak enerji tasarrufu sağlamaya da imkân sunuyor.



Silverline My Flame ile lezzet tam kıvamında

Mutfakta ölçülü ve temkinli çalışmayı sevenlere 9 kademeli ısı ayarına sahip Silverline My Flame ocak ile en doğru lezzeti yakalamak çok kolay. Tüketicinin maksimum fayda sağlayan teknoloji yaklaşımı dışında Silverline'nin tasarımı çizgisi bu ocakta da kendini gözler önüne seriyor ve cam yüzeyin modern duruşu ile döküm ızgaraların nostaljik görüntüsünü birleştiriyor.

Her yemeğin pişirme tekniği ve pişirme derecesi farklı. Yemeği hak ettiği lezzette pişirebilmek için Silverline 9 kademeli ısı ayarını ocak teknolojisine uyarladı. Lezzetin dışında ocakta yemek pişirirken zamanı ve enerjiyi tasarruflu kullanmanın yolu da en ideal ısı seviyesi ile çalışmaktan geçiyor. Bunu mümkün kılan MyFlame, önden mekanik 9 kademeli alev kontrolünün dışında farklı fonksiyonlarıyla da yemek pişirmeyi oldukça kolaylaştırıyor. Ada mutfaklar da dahil olmak üzere her mutfağa kolaylıkla uyum sağlayan 75 cm'lik genişliğe sahip ocak, 4 gazlı gözün dışında bir de yüksek ısı gerektiren yemekler için wok gözüne sahip. Siyah cam yüzeyi döküm ızgaralarla birleştiren tasarımında en önemli özelliklerden biri ızgaraların tekli olması. Izgara kirlendiğinde ızgarayı bütün olarak yıkamanıza gerek kalmıyor. Otomatik gaz kesme emniyeti sayesinde ocakta pişen yemek taşsa dahi olası tehlikeleri ortadan kaldırıyor.



**KUMTEL®**

%40'a varan Enerji Tasarrufu

Yeni geliştirilen Harr Teknoloji sayesinde yemeklerinizi %40'a varan enerji tasarrufu ile hem daha ekonomik hem de daha hızlı pişirin.



www.kumtel.com #kumtelturkiye

En iyi kahve filmleri



www.sinemaDem.com



1

STARBUCKS UNFILTERED (Fransa - 2018)

Fransız yapımı film, sadece çeyrek asır içinde değil sektörünün, dünyanın en büyük işletmelerinden biri haline gelen "Starbucks" namı buzdaki altındaki karanlık yüzü anlatıyor bize. Anlattığı ve karşısında durduğu kapitalist dev yüzünden bulunması çok zor bir film ama bardağın içine değil de dışındaki logoya dökülen paraların hangi kirli çarklardan süzülüp filtrelendiğini anlatan bu "filtresiz" belgeseli kaçırmayın.



2

COFFEE TOWN (ABD - 2013)

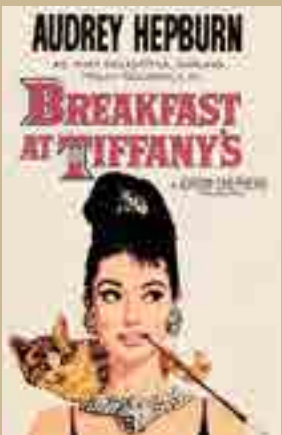
Will, günlerini bedava wi-fi avantajından yararlanmak için ofis gibi kullandığı bir kahve zinciri şubesinde geçiren başarısız bir web tasarımcısıdır. Biri polis, biri ofis elemanı (kendi gibi pek başarılı olamamış) iki arkadaşı ile her gün bu kafede takılır. Kalbini bir türlü açamadığı güzeller güzeli Becca da buraya sık sık uğrar. Kahve zincirinin şubeyi bir bistroya çevirme planını duyunca, merkezdekilerin vazgeçmesi için orayı soyma planı yapar kafadarlar. Sıkılmadan vakit geçiren sıcak ve komik performanslarla bezeli bir kahve/cape filmi.



4

4. CAFE EXPRESS (İtalya - 1980)

İtalyan kahvesi sıcaklığında bir İtalyan kahve filmi. Milan - Napoli treninde yetkisiz bir şekilde işporta tarzı kahve satarak geçiren küçük adamın büyük otorite ile yılmadan verdiği mücadele. Hasta oğluna bakmak için işgüzar ve aptal polislerle ve görevlilerle oynamak zorunda kaldığı köşe kapmaca evlere seza. Başarılı bir komedi.



3

BREAKFAST AT TIFFANY'S (ABD - 1961)

Hollywood efsanesi Audrey Hepburn'un başrolünde olduğu bir romantik komedi klasiği. Aslında film, zekası ile romantik komedinin klişe kalıplarının dışına çıkmayı başarıyor. Film, Tiffany's mücevher mağazasının vitrini önünde, kahvesini içerek kahvaltı eden unutulmaz Holly Golightly karakteri ile açılır. A. Hepburn, çok zor bir işi başarıp, hem eksantrik hem de naif olmak gibi iki çelişkili ruh yapısını bize filmde vermeyi başarıyor. Tam bir 60 lı yıllar filmi.



5

A COFFEE IN BERLIN- Berlin'de Bir Kahve (Almanya - 2012)

Üniversite terk bir "kaybeden" Berlin sokaklarında ve kafelerinde hedefsiz hayatına bir anlam bulmaya çalışarak gezinir bir gün boyunca. Alman sinemasından gelen bu siyah beyaz film, trajedi ile melankoli arasındaki ince çizgide başarıyla geziniyor. Hatta zaman zaman gülümseten anlar da yakalıyor kahve yudumları arasında. Anlamsız hissetmek hakkında siyah beyaz ama yeterince renkli bir kara komedi.

pozitera®

Pozitera; 13 yıldır yorulmadan ilk günkü gibi heyecanlı ve istekli kadrosuyla her geçen gün daha da büyüyor. Ayrıca, yepyeni fikirleriyle beraber gelişen teknolojik imkanlarını kullanıp sahadaki en büyük destekçiniz olmaya devam edecek.

Bu keyif hepimizin.



MARKANIZI SAHADA
YALNIZ BIRAKMAYIN!

www.pozitera.com

kaa'e 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 boyutuna ayarlama
Su haznesinden
otomatik su alma

LUMINASENSE
TECHNOLOGY

Köpüğün yükselmesini algılayan ve
taşmayı önleyen "Luminasense" teknolojisi



TEK SEFERDE
4!
FİNCAN