

279

www.dagitimkanali.com.tr



Dağıtım Kanalı

Ev Aletleri Sektöründe Türkiye'nin Uzman Dergisi

Ayda bir yayınlanır / Eylül 2022 / Yıl: 24 / ISSN 1302 308X

Evinizin Baristası Vestel Tam Otomatik Espresso Makinesi

Kahve öğütücülü **Vestel ESPR8019 Tam Otomatik Espresso Makinesi**'yle
Lungo, Americano ve Espresso'nun tadını çıkarın.

Dokunmatik
LED Panel

19 Bar
Pompa
Basıncı

Favori
Kahve Modu
Seçimi

Otomatik
Kireç Çözme
Modu





Efs Elektronik ile Farkındalık Vakti!

Efs Elektronik 20 yıldır firmaların atık olarak nitelendirdiği ürünleri AEEE yönetmeliğine uygun olarak kurulmuş tesisinde yenileyerek Türkiye'nin en iyi refurbished ürün dönüşümünü sağlar. Parçası olduğumuz bu dönüşüm firmaların ve tüketicinin bütçesini koruyarak kâr etmesini sağlarken ekolojik dengeyi de korur. Sürdürülebilir bir gelecek için çevresel sorunlara yanıt veren işletmelerle birlikte çalışır.

**AEEE**www.efs elektronik.com

+90 (216) 520 10 00

+90 (216) 520 12 00

kaave DUAL PRO
Türk Kahvesi Makinesi

KAHVENİZİ KEYİFLE HAZIRLAYACAĞINIZ TEKNOLOJİ

Damağımızdaki kahve lezzeti teknolojiyle
buluştu. Fakir Kaave Dual Pro ile kolayca
hazırlayın, keyifle yudumlayın.



LUMINASENSE
TECHNOLOGY



KISMET

Közde pişirme seçeneğiyle
GERÇEK TÜRK KAHVESİ LEZZETİ.



Renk Seçenekleri



**4 YIL
GARANTİ**

İçindekiler

6 Söyleşi

Regal Doğru Karar

8 Dosya

Türkiye Kahve Pazarı geleceğe evriliyor

28 Bir Kahve Sohbeti

Batı Anadolu bölgesinin en büyük Siemens StudioLine cadde mağazası Meta Plaza Denizli'de açıldı.

Hüseyin Kuruoğlu
Meta Plaza Yönetim Kurulu Başkanı

40 Dernek

"TÜRKESD: "Yılın geri kalanında ciddi önlemler alınmalı"

42 Makale

Ne liderlik ne yöneticilik; bize lazım olan Yönderlik!

Didem Tınarlıoğlu

44 Ürünler

48 SineMadem

Yeşilçam'ın en iyi 5 futbol filmi

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!

K. Atatürk



KALİTE, SAĞLAMLIK VE PERFORMANSTA

Hep Daha Fazlası

DÜŞÜK
ENERJİ
SINIFI

GENİŞ İÇ
HACİM

OTOMATİK
KAPANAN
HIZLI DONDURMA
FONKSİYONU

AKILLI
KONTROL
PANELİ



Elektronik Termostat • LED Gösterge • Kapı Açık Alarmı • On/Off Kumanda Düğmesi
ile Kolay Defrost • Ekstra Kalın İzolasyon • Uzun Muhafaza Süresi • Çıkarılabilen
Flap Kapaklar Sayesinde Kolay Temizlik • Değiştirilebilir Kapı Yönü • Kapı Stoperi •
180° Açılan Flap Kapaklı Üst Raflar ile Ergonomik Kullanım • Taşıma Kolaylığı
Sağlayan Sepet Tasarımı

ŞENOCAK

Hesaplı Tazelik



www.senocakonline.com

Gücü Elinizde Tutun!



İş ortaklarımız faaliyet konularına odaklanırken, HTS, uzman kadrosu ve ileri teknoloji altyapısı ile, onlara ve müşterilerine 15 yıldır en iyi servis hizmeti vermeye devam ediyor.

HTS, klima, elektronik, beyaz eşya, ankastre ürünler ve küçük ev aletleri konularında Türkiye'nin en iyi hizmet veren 1200 servis noktası ile müşteri memnuniyeti ve sadakati için çalışıyor. Siz de bu güce katılın...



HTS Teknik Hizmetler San. Tic. A.Ş
Meclis Mah. Semih Sancar Caddesi no:11/A Sancaktepe/ İST./TÜRKİYE
Telefon : (0216) 527 82 83
www.htsteknik.com

SUNUŞ



YILDIRIM SÖYLEMEZ
yildirim.soylez@dagitimkanali.com.tr

Kahve pazarında son durum ne?

Beyaz eşya ve küçük ev aletleri sektörünün tek dergisi olan **Dağıtım Kanalı** olarak bu ayki dosya konumuz kahve pazarı. Artık her yıl geleneksel hale getirdiğimiz ve Eylül sayımızda hazırladığımız kahve dosyamızı bu yıl da çok değerli katılımcılarla hazırladık. Dünyanın en büyük araştırma şirketlerinden **GfK**'dan aldığımız pazar verileri, birçok noktada bize ışık tuttu. Şirketin verilerine göre Türkiye'de kahve pazarı, 2020 ve 2021 yılı ilk 6 ayında adetsel olarak büyürken 2022 yılında önceki yıl aynı dönem ile aynı seviyelerde kaldı. Ciroasal olarak ise, 3 yıldır %40'ın üzerinde büyümeye gösterdi. Özellikle Mayıs ve Kasım aylarında Anneler Günü ve Black Friday kampanyaları ile beraber hem adetsel hem de ciroasal olarak yüksek büyümeler gösterdi. Yine dikkat çeken bir diğer veri de online satışlar oldu. Türkiye kahve pazarında, birçok Küçük Ev Aletleri sektöründe olduğu gibi Online satışlar büyük önem taşımaktadır. Geçen yıl Mayıs ayındaki kapanmaların ve dönem dönem gerçekleşen kampanyaların etkisiyle Online satışlar 2021 yılı ilk yarısında hem pay kazanmış hem de adetsel ve ciroasal olarak yüksek büyümeler gerçekleştirmiştir. 2021 yılı ilk yarısındaki baz etkisinden dolayı 2022 yılı ilk yarısında Online satışlar neredeyse aynı kalırken, Offline satışlar normalleşmelerin de etkisiyle artışa geçmiştir.

Dikkat çeken bir diğer veri de fiyatlar. Kahve pazarında ortalama fiyatlar geçen yıl aynı döneme göre özellikle son 2 ayda %90 oranında büyümeye göstermiştir. Burada hem Espresso Makinesi gibi yüksek fiyatlı segmentlerin etkisi hem de fiyat artışlarının etkisini gözlemliyoruz. Bununla beraber kahve pazarında Haziran ayında ortalama fiyat 1.123 TL'ye yükselmiştir.

GfK dışında sektörümüzün önemli üretici firmaları, baristalar, festivaller ve çok daha farklı paydaş, değerli görüşleri ve fikirleri ile dosyamıza katkıda bulundular. Detaylı ve dolu içeriğimizi ilerleyen sayfalarda bulabilirsiniz.

Keyifli okumalar...

Türkiye'nin İlk Derin Dondurucu Üreticisi!



Kaçınılmayacak Fırsatlarla
Uğur Derin Dondurucular
Yetkili Bayiler ve ugur.com.tr 'de!

    /ugursogutma  ugur.com.tr

UGUR
"Tazeliğin Güvencesi"

Regal Doğru Karar

Bazen abartılı bir reklam kampanyası tüketiciyi ihtiyacı olmayan ürüne yönlendirebiliyor. Regal, yeni reklam kampanyasında tüketicinin satın alma davranışını yanlış yönlendiren etkenlere dikkat çekerek, “Regal Doğru Karar” diyor. Regal’in eğlenceli bir dille ekrana taşıdığı reklam kampanyasını yakından inceleyip pazarlamanın başındaki isimlerden bilgiler aldık.



Duygu Badem Uylukçuoğlu
Vestel Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı
(CMO)

Duygu Badem Uylukçuoğlu: Regal ile tüketicilerimizin fonksiyonel ihtiyaçlara dönük olarak, somut fayda sağlayan ve hayatını kolaylaştıran özellik ve teknolojileri, modern tasarımlarla uygun fiyata sunuyoruz. Hedef kitlemiz, en doğru ürünü uygun fiyata almayı bir yaşam tarzı haline getiren, kendi ihtiyaçları ve istekleri doğrultusunda DOĞRU KARAR’ı verebilen, farklı yaş, eğitim ve gelir grubundaki tüketicilerden oluşuyor. Kanal stratejimizle değer önermemiz arasında bu anlamda çok yakın bir ilişki görüyoruz. Regal markası, tüketicilerimizin birçok kanalda bulabileceği, sadece Regal satan çok özel showroom mağazaları ile güçlenen münhasır satış noktalarının yanı sıra karma markaların olduğu değerli satış noktalarında deneyimlenebilen bir marka. Online kanalı da stratejik olarak önceliklendirerek yatırım yapıyoruz.

Gülfidan Kılınç Bakan: Tüketicimizin gündemini bilen ve onu anlayan bir markayız. Bunu satış öncesi ve sonrası çalışmalarımızda ve iletişim kanallarımızda belirtmeyi seviyoruz. Tüketicimizin ürünle olan ilişkisine farklı açılardan bakarak kampanya içeriklerimizi belirliyoruz.

Son reklam kampanyamızda yine ‘Regal Doğru Karar’ diyor ve ürünlerimizin sunduğu somut fayda ve fonksiyonel özelliklere dikkat çekiyoruz. En doğru ürün en iyi fiyata Regal’de bulunur diyor, Regal ile benzer özelliklere fazladan para vermek zorunda olmadıklarının altını çiziyoruz.



Feza Turunçoğlu
Vestel Pazarlama İletişimi & Perakende
Pazarlama Grup Müdürü



Gülfidan Kılınç Bakan
Regal Pazarlama Müdürü

Feza Turunçoğlu: Bilindiği gibi reklamlar satın alma davranışını etkileyen, satış artıran önemli araçlardan bir tanesi. Reklamların tüketiciyi bilgilendirmenin yanında yönlendirme amacı da olmasından yola çıkarak hazırladığımız 3 filmlik reklam kampanyamızda da tüketicinin doğru yönlendirilmesine dikkat çekmek istedik. Janjanlı reklamlara aldanıp Regal almayanların pişman olacağı mesajını verirken bir yandan da yalın ve esprili bir iletişim dili kullandık. Ve markamıza dikkat çekmek istedik. Regal almamanın pişmanlığını günlük hayattan örnekler üzerinden eğlenceli bir kurguyla verdik. Bu yolla tüketicimizin üstün kaliteli ve uygun bütçeyle ulaşabileceği Regal ürünlerle yaşayacağı mutluluğa ve kazanç hissini beslemeyi amaç edindik.

Gülfidan Kılınç Bakan: Önümüzdeki dönemde de tüketicinin satın alma anında yaşadığı kazanç hissini güçlendirecek hediye ve çekiliş kampanyalarımıza devam edeceğiz. Sosyal medyada ve çeşitli dijital platformlarda tüketiciyi faydalı bilgilerle besleyen ve keyifli zaman geçirmesini sağlayan, tüketicinin yanında duran marka olmayı hedefliyoruz.

TEKNOLOJİK ▶ ŞİK ▶ SAĞLAM ▶ BÜTÇE DOSTU

▶ DOĞRU KARAR ▶ REGAL



Türkiye Kahve Pazarı geleceğe evriliyor



Dünyada sudan sonra en çok tüketilen içecekler arasında çayla birlikte zirveye oynayan kahve, bugün geldiği nokta itibariyle devasa bir pazara dönüşmüş durumda. Özellikle 3. nesil kahveler ile tüketimi oldukça fazla artan ve günlük hayatın en temel parçalarından biri haline gelen kahve, bu alanda yatırım yapan şirketler için de geleceği açık bir sektör haline geldi. En çok kahve tüketen ülkeler sıralamasında; Kanada, Lüksemburg, Belçika, İsviçre, İsveç, Hollanda, Danimarka, İzlanda, Norveç ve Finlandiya yer alıyor. Uluslararası Kahve Organizasyonu verilerine göre dünya kahve ihracatı, Haziran 2021'deki 10,97 milyon çuvala kıyasla Haziran 2022'de 11,11 milyon çuval oldu. 2021/22 kahve yılının ilk dokuz ayında (21 Ekim - Haziran/22) ihracat, 2020/21'deki aynı dönemde 98,32 milyon torbaya kıyasla %0,5 artarak 98,77 milyon torbaya yükseldi. Haziran 2022'de sona eren 12 ayda, Arabica'nın ihracatı, geçen yılki 82.59 milyon çuvala kıyasla

80.78 milyon çuvala ulaştı; Robusta ihracatı ise bir önceki yılki 46,94 milyon çuval ile karşılaştırıldığında 49,20 milyon çuval olarak gerçekleşti.

Ülkemizde ise yılda ortalama olarak 20.000 ton kahve tüketiliyor. Kahve pazarının hacmi 500 milyon lirayı aşıyor. Kahve dünyada petrolden sonra ticaret hacmi en yüksek olan 2. Ticari ürün. Dünyada her gün 1.6 milyar fincan kahve tüketiliyor. Dünyadaki en büyük kahve üreticileri arasında Brezilya (%34), Vietnam(%14), Colombia (%7) ile ilk üç sırada yer alıyor. Pazarı domine eden kahve makineler ise Espresso Makineleri, Filtre Kahve Makineleri ve Türk Kahve Makineleri olarak öne çıkıyor.

Türkiye kahve pazarını domine eden ve yurt dışına da ülkemizden ağırlıklı olarak ihraç ettiğimiz ürünlerin başında Türk Kahvesi makineleri geliyor. Ülkemizin geleneksel içeceklerinin

başında gelen tüketim oranları ile de gün geçtikçe daha güçlü bir alan haline gelen Türk Kahvesi makinelerin pazarı da ciddi şekilde büyümesini sürdürüyor. GfK'nın dergimiz için özel olarak paylaştığı verilere göre otomatik Türk Kahvesi makineleri kategori büyümelerinde başı çekiyor. Bunun yanı sıra, Covid-19'la beraber oldukça yaygınlaşan home ofis uygulamasıyla Filtre Kahve ve Espresso Makineleri de büyüme farklı oranlarda büyümelerini sürdürüyorlar. Espresso makineleri yüksek fiyatlarının etkisiyle cirosal olarak pazardan %26,5 pay alıyor ve geçen yıl aynı döneme göre (Ocak-Haziran 2021) %150 büyümüş durumda.

Biz de bu sayımızda kahve pazarına genel bir çerçeveden inceledik. Hem sektörde faaliyet gösteren üreticilere hem de kahve pazarının farklı paydaşlarına mikrofonumuzu uzattık. Detaylar ilerleyen sayfalarda sizleri bekliyor.

Tefal

XFORCE FLEX-15.60

TEFAL'İN ÇEKİŞ GÜCÜ KATLANDI!



**OTOMATİK
GÜÇ AYARI**

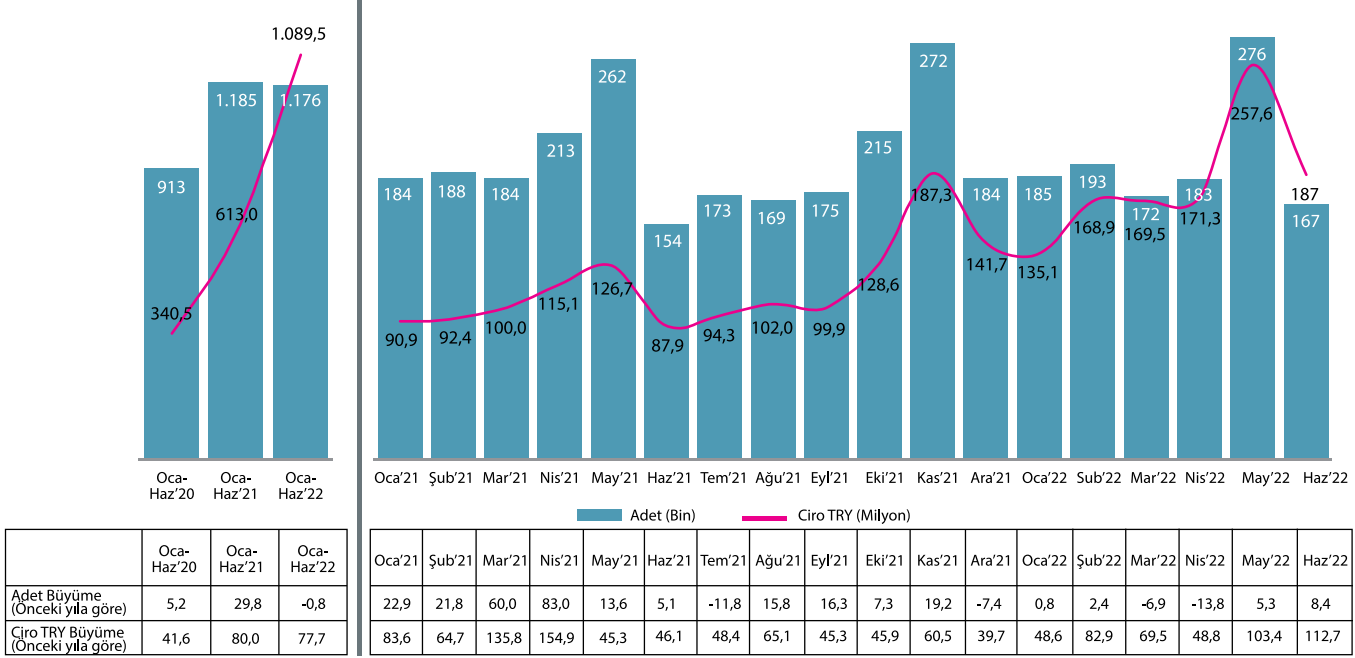


**FLEX
TEKNOLOJİSİ**



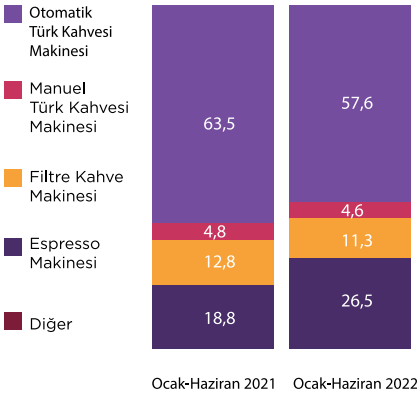
**ŞARJ
İSTASYONU**

Kahve Pazarı Sektör Gelişimi

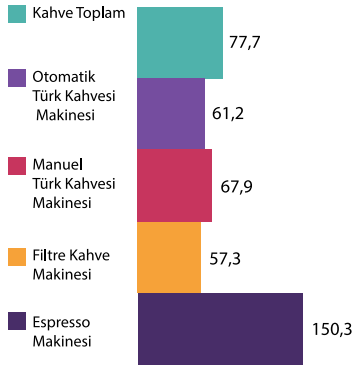


Kahve pazarı, 2020 ve 2021 yılı ilk 6 ayında adetsel olarak büyürken 2022 yılında önceki yıl aynı dönem ile aynı seviyelerde kalmıştır. Ciroasal olarak ise, 3 yıldır %40'ın üzerinde büyüme göstermiştir. Özellikle Mayıs ve Kasım aylarında Anneler Günü ve Black Friday kampanyaları ile beraber hem adetsel hem de ciroasal olarak yüksek büyümeler göstermiştir.

Kahve Pazarı Kategori Payları (Ciro %)

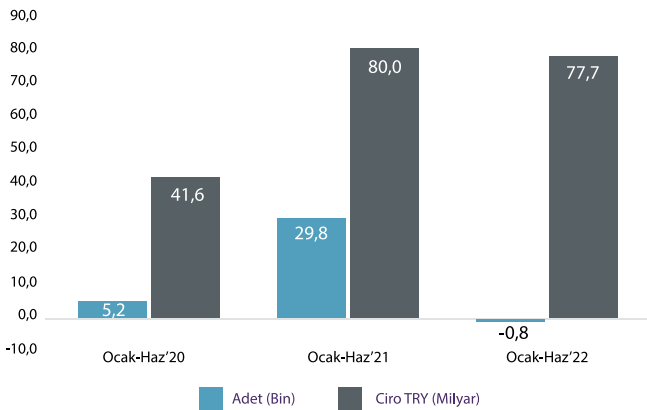


Kahve Pazarı Kategori Büyümleri Ciro



Türkiye'deki kahve pazarını kategori bazında ele aldığımızda, gelenekselliğin de etkisiyle en yüksek paya sahip olan kategori Türk Kahve Makineleridir özellikle teknolojinin gelişmesiyle otomatik Türk kahve makineleri birinciliğini korumaktadır. Bunun yanı sıra, Covid-19'la beraber oldukça yaygınlaşan home ofis uygulamasıyla Filtre Kahve ve Espresso Makineleri de büyüme göstermektedir. Espresso makineleri yüksek fiyatlarının etkisiyle ciroasal olarak pazardan %26,5 pay almaktadır ve geçen yıl aynı döneme göre (Ocak-Haziran 2021) %150 büyümüştür.

Kahve Pazarı Büyüme % (Önceki Yıl)



Kahve pazarı 2022 yılının ilk yarısında, 2021'in ilk yarısına göre adetsel olarak neredeyse aynı kalıp ciroasal olarak çift haneli büyüme göstermiştir.

Kahve Pazarı Büyümesinde Öne Çıkan Segmentler



Full Otomatik Espresso Makinesi	
Adet Büyüme %57	Ciro Büyüme %155

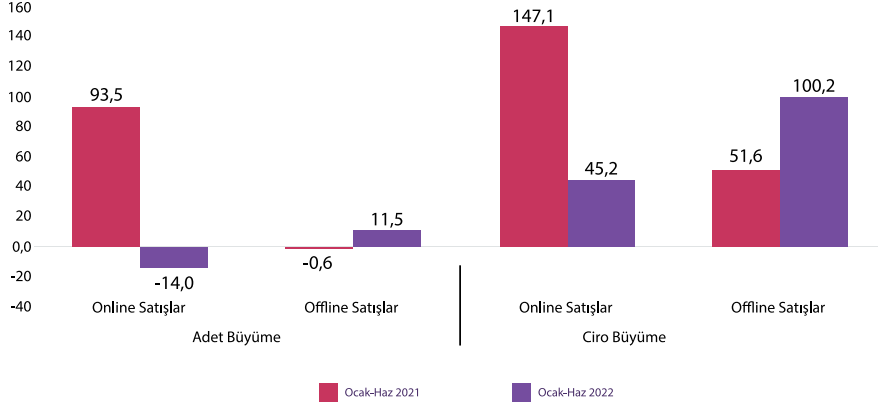


Kapsüllü Espresso Makinesi	
Adet Büyüme %26	Ciro Büyüme %149

Kahve Pazarı Segment Büyümleri

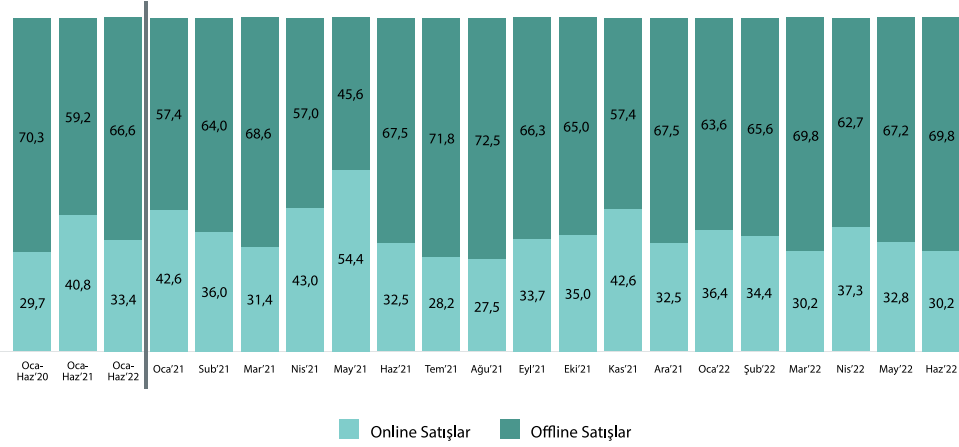
Ülkemizde, evden çalışmanın da yaygınlaşmasıyla beraber özellikle Espresso Makineleri adetsel olarak da büyüme göstermiştir. Espresso segmentlerinde en fazla full otomatik özellikli ürünler büyüme gösterirken, kapsüllü ürünlerde de büyüme devam etmektedir.

Kahve Pazarı Online-Offline Büyüme (% - Önceki Yıl)



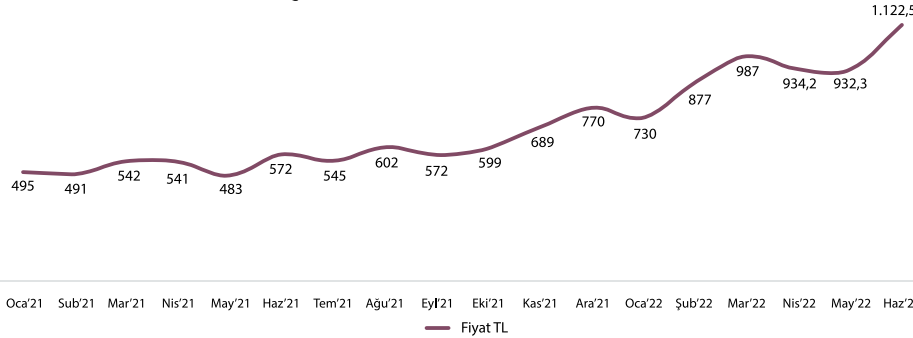
Türkiye Kahve pazarında, birçok Küçük Ev Aletleri sektöründe olduğu gibi Online satışlar büyük önem taşımaktadır. Geçen yıl Mayıs ayındaki kapanmaların ve dönem dönem gerçekleşen kampanyaların etkisiyle Online satışlar 2021 yılı ilk yarısında hem pay kazanmış hem de adetsel ve ciroasal olarak yüksek büyümeler gerçekleştirmiştir. 2021 yılı ilk yarısındaki baz etkisinden dolayı 2022 yılı ilk yarısında Online satışlar neredeyse aynı kalırken, Offline satışlar normalleşmelerin de etkisiyle artışa geçmiştir.

Kahve Pazarı Online-Offline Payları (Ciro %)



Kahve pazarında, özellikle Anneler günü, Black Friday dönemi kampanyaları online satışlar için önem ifade etmektedir. 2021 yılı aylarına baktığımızda Anneler gününün bulunduğu Mayıs ayında online payı %50'nin üzerinde seyretmektedir. 2022 yılında ise normalleşmenin etkisiyle online satışlar biraz daha stabilize olup %30 bandına gerilemiştir.

Kahve Pazarı Ortalama Fiyat



Kahve pazarında ortalama fiyatlar geçen yıl aynı döneme göre özellikle son 2 ayda %90 oranında büyüme göstermiştir. Burada hem Espresso Makinesi gibi yüksek fiyatlı segmentlerin etkisi hem de fiyat artışlarının etkisini gözlemliyoruz. Bununla beraber kahve pazarında Haziran ayında ortalama fiyat 1.123 TL'ye yükselmiştir.

	Oca'21	Şub'21	Mar'21	Nis'21	May'21	Haz'21	Tem'21	Ağu'21	Eyl'21	Eki'21	Kas'21	Ara'21	Oca'22	Şub'22	Mar'22	Nis'22	May'22	Haz'22
Fiyat Büyüme (Önceki yıla göre)	49,4	35,2	47,4	39,3	28,0	39,1	68,3	42,5	24,9	36,0	34,9	50,9	47,4	78,7	82,0	72,6	93,2	96,2

GfK Ölçümleme Metodolojisi

GfK, tüketici teknolojisi ürünleri pazarını temsili Perakende panelleri metodolojisi ile ölçümlemektedir. Bulgular GfK perakende paneli tarafından düzenli olarak yapılan araştırmalara dayanır. Perakende paneli tüm dünya genelinde 425.000, Türkiye'de 10.000 civarında satış noktasından alınan datalardan modellenmek sureti ile oluşmaktadır.

İndirim marketleri, bazı sektörlerde Kurumsal (B2B) satışlar ve bölgesel ya da lokal marketler kapsam dışı olduğu için tüm pazar değil pazarın anlamı ve belli bir yüzdesi temsil edilebildiğinden Panelmarket olarak adlandırılmaktadır. Marketplace satışları da Panelmarket'e dahil edilmektedir.

Sektörlerin Pazar kapsamaları %70 ila %90 arasında gerçekleşmektedir. GfK Perakende Panel verilerine dayalı tahmini pazar büyüklüklerdir.

Kullanıcılar artık daha sofistike lezzetler bekliyor



Duygu Badem Uylukçuoğlu
Vestel Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı
(CMO)

Kahve makinası sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Kahve tüm dünyada en çok tüketilen içeceklerde ilk üçte yer alıyor. Tüm dünyada asırlardır tüketilen, ülkemizde de 16. yüzyıl itibarıyla tüketilmeye başlayan ve geldiğimiz noktada her eve giren, restoran ve kafelerin menülerini süsleyen kahve popülerliğini artırmaya devam ediyor. Global zincirlerin Türkiye pazarına girmesiyle birlikte kahve tüketim alışkanlıklarımız da değişti. Yeni nesil kahveler, farklı ülkelerin demleme alışkanlıkları ülkemizde de uygulanmaya başladı.

Gelişen teknoloji ev ve iş yerlerindeki kahve demleme alışkanlıklarını da değiştirdi. Bu gelişmeyle birlikte ev tipi dediğimiz kahve makineleri ev ve iş yerlerinde daha fazla yer almaya başladı. Kimi yaşam alanlarında birden fazla kahve makinesine rastlanır oldu. Özellikle pandemi döneminde her birimiz evimizin baristaları olduk. Gelişen teknolojiyle birlikte becerileri artan kahve makineleriyle gelenekselden yeni nesil kahvelere kadar çok çeşitli kahveleri evde yapmak daha da

kolaylaştı. Pandemi sonrası evlerde geçirilen zamanın artması, uzaktan ve hibrit çalışma modelleriyle evlerin ofislere dönüşmesi ev tipi kahve makinelerine talebi artırdı.

Pandemi döneminde evdeki ihtiyaçlarla birlikte kahve makinesi pazarındaki artış hızı, pandemi ertesinde yer yer yavaşladı. Ancak burada yalnızca pazarın büyüme hızında kısmi yavaşlamalar olduğunu söyleyebiliriz. Kahve içme alışkanlıklarının artarak, günün önemli ritüellerinden olmasıyla birlikte Vestel olarak biz, kahveye duyulan bu ilginin artacağını ve dolayısıyla bu alana yönelik pazarın istikrarlı büyümesini sürdüreceğini öngörüyoruz. Çünkü kahve zevkimiz çeşitleniyor ve her zevke hitap edecek ürünler de farklılaşıyor.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve makinesi sektörü her geçen gün büyüme ve gelişmesini sürdürüyor. Tüketicimizin evlerinde yeri ayrı olan Türk kahvesi makinelerinden filtre kahve makineleri ve yeni nesil kahve makinelerine kadar çeşitli ürünler piyasada yer alıyor. Kahve alışkanlıklarının da artmasıyla birlikte kahve makinesi pazarı da büyümesini sürdürüyor. Bizimle birlikte birçok yerli markanın da bu alana yatırımı ve çalışmaları olduğunu bilmek bizleri mutlu ediyor.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Vestel olarak kahveye ve kahve kültürüne çok önem veriyor, tüketici beklentisinin de üstünde ürünlere ve öncü hizmetlere imza atıyoruz. Tüketicilerimizin kahve sevgisini bir yolculuk olarak tanımaya gayret ediyor, bu yolculuğun her anına da dokunmak istiyoruz.

Geleneksel Türk kahvesi lezzetini yaşatan modellerimizden, taze öğütülmüş filtre kahveye, yine taze öğütülmüş çekirdekten espresso bazlı kahve zevkini yaşatan modellere kadar tüketicilerimize birçok farklı seçenek sunuyoruz. Önümüzdeki günlerde yeni ve farklı kahve makinelerimizi de kahve severlere sunmaya hazırlanıyoruz. Kahve makineleri dışında, kahve severler için bir projeye de imza attık. Kahve.com iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz kahve aboneliği kapsamında kahve tutkunları abonelik ile Vestel filtre kahve makinelerini teslim aldıktan sonra, Kahve.com aracılığı ile her ay düzenli olarak 500 gr kahve ile buluşuyor. Vestel'in sunduğu 4 farklı abonelik seçeneğinden kendilerine en uygun olanını seçerek; 12 ay boyunca kahve.com'daki, 20'den fazla ülkenin farklı yörelerinden gelen 70'den fazla nitelikli

kahve çeşidiyle Moliendo Finest Coffee markalı taze kavrulmuş kahvelerle lezzetli ve keyifli bir kahve deneyimi yaşama imkanı buluyor.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Biz hem geleneksel Türk kahvesi makinelerinde hem filtre kahve makinelerimizde hem de espresso makinelerimizde öncelikle tüketicilerimizin lezzet konusundaki beklentisini tam anlamıyla karşılayabilmek için çok çalıştık ve bunu başardık. Lezzet tarafındaki iddiamıza ek, ürünlerimizin tasarımıyla da iddialıyız. Türk kahvesi makinelerinde farklı mutfaklarda kullanıma uygun ve günümüzün trendleriyle uyumlu renk seçeneklerimiz öne çıkıyor. Ürünlerimiz aynı zamanda kolay kullanımlarıyla farklılaşıyor; hem ürün tasarımında hem de ekipçe sabah akşam titizlikle çalıştığımız kullanım kılavuzlarında kullanıcı dostu yaklaşım en önemsedığımız konuların başında geliyor. Özellikle adını Vestel Taze Filtre Kahve Makinesi koyduğumuz çekirdek öğütme özellikli filtre kahve makinemiz ile kendi damak zevkinize uygun kahvenizi kolayca demleyebiliyorsunuz. Yani bir anlamda makine size değil, siz makineye hükmediyor ve kendi damak lezzetinize göre kahvenizi hazırlıyorsunuz.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Kullanıcılar artık daha sofistike lezzetler bekliyor; içtikleri kahvenin çekirdeğinin kökeninden tutun, kavrulma, öğütme ve demleme aşamalarının en ideal şekilde gerçekleştiğinden emin olmak hatta bunları deneyimlemek istiyor. Tüketiciler öğreniyor ve bilgileri paralelinde beklentileri artıyor. Biz de Vestel olarak bu trendin çok önceden beri farkındayız ve ürün gamımızı buna göre şekillendiriyoruz. Bunun yanında kullanımda pratiklik arayan tüketicilerimize uygun modeller sunuyoruz. Türk kahvesinde gittikçe artan lezzet beklentisine, Vestel Sade Türk Kahvesi Makinesi modellerimizdeki ağır pişirme özelliğiyle karşılık veriyoruz. Granül kahve tüketicilerinin pratiklik ihtiyacını, kahve için özel seçeneği bulunan dijital su ısıtıcı modelimizle karşılıyoruz. Vestel Taze Filtre Kahve Makinesi ile tüketicinin kendi damak tadına uygun filtre kahve demlemesine destek oluyor, Espresso makinelerimizle espresso bazlı kahve keyfini tüketicilerimize sunuyoruz.



Growth
from
Knowledge

We are revolutionizing real-time
access to critical knowledge.

Independent and trusted.

Visit our website



SCAN QR CODE

Kahve pazarında kişiselleştirmenin öne çıktığını görüyoruz



Mehmet Tüfekçi Arçelik Türkiye Pazarlama Direktörü

Kahve makinesi sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Tüm dünyada artan gıda ve enerji fiyatları ve yükselen enflasyona bağlı olarak alım gücünün düşmesi, tüm pazarlarda talep daralmasına neden oluyor. Tüm bu koşullar birçok pazar gibi kahve makinesi satışlarını da etkiliyor. Arçelik olarak kahve makinesi pazarını şekillendirmeye devam etmek üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Son yıllarda kahve kültürünün giderek derinleştiğini, özellikle gençlerin kahveye ilgisinin arttığını görüyoruz. Buna bağlı olarak kişi başına düşen kahve tüketimi de artmaya devam ediyor. Özellikle pandeminin başında, evde tüketimin artmasıyla kahve makinelerine büyük ilgi oldu. Bu artışın ardından bu yıl satışların geçen yıl ile aynı seviyelerde seyrettiğini görüyoruz. Bağımsız pazar ölçümleme şirketi GFK verilerine göre, kahve makinesi pazarı 2022 yılının ilk yedi ayında geçen yıl ile hemen hemen aynı kaldı ve 3 milyon adet oldu. Türk kahvesi makinesi kategorisi de bu dönemde bir önceki yıla paralel seyretti ve 1,1 milyon adete ulaştı.

Türk kahvesi makinesi pazarının %70 gibi büyük bir kısmını otomatik Türk kahvesi

makinesi oluşturuyor. Bu kategori %3,8 büyüdü. Arçelik olarak bu kategoride, cirosal bazda liderliğimizi sürdürmeye devam ediyoruz.

Türk kahvesi makinesi dışındaki kategorilerde, özellikle espresso makinesi segmentinin büyüdüğünü gözlemliyoruz. Bu segmentte adetsel olarak %46, cirosal olarak da %162'lik bir büyüme var.

Türkiye'nin kahve makinesi satışlarında, dünya genelindeki yeri nedir? Siz marka olarak dünyada hangi ülkelerde önemli pazarlara sahipsiniz?

Türkiye'de toplam kahve makinesi satışlarımızın önemli bir kısmını Türk kahvesi makinesi oluşturmaya devam ediyor. Türk kahvesi makinesi pazarında Türkiye'yi MENA bölgesi takip ediyor. Telve modelimizi 32 ülkede satışını gerçekleştirirken Türk kahvesini de dünyaya tanıtmayı sürdürüyoruz.

Espresso makinesi pazarında ise Avrupa'da Fransa, Polonya, İngiltere, Romanya ve Almanya'da da faaliyetlerimizi sürdürüyoruz. Son yıllarda özellikle yeni neslin Türk kahvesi dışındaki kahvelere ilgisi giderek artıyor. Global kahve zincirlerinin yaygınlaşması ve 3. nesil kahvecilerin etkisiyle deneyim odaklı kahve trendi büyüyor.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Arçelik markamızla uzun yıllardır kahveyi tüm kategorileri ile sahiplenmeye devam ediyoruz. Türk kahvesi, içinde en çok ritüel barındıran kahvelerden. Pişirilmesi, köpüğünün miktarı ve paylaşılması çok önemli. İyi bir Türk kahvesi elde etmek kolay değil. Arçelik olarak 2003 yılında Ar-Ge gücümüzle, 9 ay gibi kısa bir sürede Telve'nin tasarımını tamamlayarak önemli bir inovasyona imza attık. Telve ile otomatik Türk kahvesi pazarının yaratıcısı ve lider markası olarak sektöre öncülük etmeye devam ediyoruz. Hem ev tipi hem de Horeca kanalına özel farklı ürün çözümlerimiz ile pazarı şekillendiriyoruz.

İndüksiyon teknolojisi ile rekabette farklılaşan Yeni Telve modelimiz kahve deneyimini tüketicilerimiz için farklı bir noktaya taşıırken, şık tasarımıyla da tüketicilerimiz için bir arzu nesnesi olmaya devam ediyor.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Yenilenen Arçelik Telve, güçlü Ar-Ge ve inovasyon kültürümüzün bir ürünü. Müşterilerimizin her fincanda aynı lezzet ve köpüğe sahip Türk kahvesini tek tuşla pişirmelerini sağlıyor. İndüksiyon teknolojisi cezveyi her yönden ısıtarak, geleneksel mangal ateşinde pişen kahve lezzeti deneyimi yaşatırken, Cooksense® teknolojisi de bol köpüklü ve lezzetli bir Türk kahvesi elde edilmesini sağlıyor. Değişen tüketici iç görülerinden yola çıkarak yeni projelerimizle, tüketicilerimize eşsiz bir ürün deneyimi sunmak üzere çalışmaya devam ediyoruz.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Türk kahvesi, tüketiciler tarafından hala açık ara en çok tercih edilen kahve türü. Bununla birlikte genç neslin deneyim odaklı farklı kahve çeşitlerine olan ilgisi artmaya devam ediyor. Espresso bazlı sütlü kahveler, filtre kahve ve Americano gibi kahve çeşitlerine ilginin artmasıyla kişi başı kahve tüketimi de artmaya devam ediyor. Espresso makinelerine talebin önümüzdeki dönemde artmaya devam edeceğini öngörüyor, çalışmalarımıza bu doğrultuda yön veriyoruz.

Kahve pazarında kişiselleştirmenin de öne çıktığını görüyoruz. Biz de projelerimizde tüketicilerin kendi damak zevklerine uygun değişik harmanları deneyebileceği, mükemmel kahve deneyimine odaklanan ürünler geliştirmeye odaklanıyoruz.

Arçelik Koza Serisi'nin yeni üyesi Telve

Çevre dostu Telve'yi, biyo-kompozit teknolojisiyle dönüştürülen
4 fincan kahve posasından ürettik, karbon ayak izini %10 azalttık.
Sorumlu üretim ve tüketimle dünyayı koruyan
yepyeni bir çağ başlattık.



Telve'nin biyo-kompozit teknolojisiyle dönüştürülen
parçalarında karbon ayak izi %10 oranında azaltılmıştır.

Dünyada Türk kahvesi makinesi satışı 5 milyon adet düzeyinde



Senur Akın Biçer Arnica Yönetim Kurulu Başkanı

Kahve makinesi sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Pandeminin getirdiği ivme ile sıcak içecek pazarı, küçük elektrikli ev aletleri sektörünün süpürge grubundan sonraki en büyük kategorisi haline gelmişti. Evde daha çok vakit geçirmemiz gereken dönemde kahve makinelerine olan talep de artmıştı. Sanıyorum ki hayatın normalleşmesi ile birlikte aynı zamanda bir kültür de olan kahve keyfini dışarıda yaşamaya yönelik eğilim de arttı. Bunun da ürün satışlarına yansıdığını düşünüyorum. Ancak ben bu durumu bir küçülme olarak değerlendirmem gerektiğini düşünüyorum. Çünkü her gelir grubundan bu ürünlere yönelik ilgi devam ediyor.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve, petrolden sonra en çok ticareti yapılan emtia ürünü olarak kabul ediliyor. Bu durum

da elbette kahve makinelerine olan talebin giderek artan ivmesini açıklıyor. Araştırmalar ülkemizde de son on yılda kişi başına kahve tüketiminin üç kat arttığını gösteriyor. Kişi başına 350 gram olan tüketiminin geçen yıl itibarıyla 1.1 kilograma yükseldiği belirtiliyor. Ayrıca kahve artık her mevsim tüketilen bir içecek haline geldi. Bu da sektörde ürün çeşidinin giderek artacağını gösteriyor. Her zevke ve bütçeye hitap eden ürünler çeşitli markalar tarafından müşteriye sunuluyor. Türk kahvesinin de özellikle uluslararası alanda, prestijli restoranlarda menülere eklenmesi bilinirliği ve talebi daha çok artırıyor. Bunun da pazara çok olumlu etkisi olduğu ortada.

Türkiye'nin kahve makinesi satışlarında, dünya genelindeki yeri nedir? Siz marka olarak dünyada hangi ülkelerde önemli pazarlara sahipsiniz?

Türkiye, küçük elektrikli ev aletleri sektöründe global düzeyde önemli bir oyuncu. Ancak kahve makinelerine baktığımızda biraz daha

farklı bir durum görüyoruz. Dünya genelinde yılda 55 milyon dolayında kahve makinesi satılıyor. Ancak Türk kahvesi makinesi satışı 5 milyon adet düzeyinde. Arnica olarak biz de kahve makinesi satışında Avrupa ülkelerine daha çok satış yapıyoruz. Türk nüfusun yoğun olduğu ülkeler başta geliyor.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Arnica'nın gücünü Ar-Ge ve tasarımdan aldığını her fırsatta yineliyoruz. Bu nedenle özellikle Ar-Ge'ye yönelik yatırımlarımıza her zaman öncelik veriyoruz. Tüketiciye daha lezzetli, kıvamı yerinde ve "Bir fincan kahvenin 40 yıl hatırı var" atasözüne layık tatta kahve yapan makineler sunma hedefiyle çalışıyoruz.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Küçük elektrikli ev aletleri sektörünün ürün gamı çok geniş ve biz Arnica olarak tüketicinin hayatının her alanını kolaylaştıran ürünleri sunuyoruz. Özellikle süpürge grubu ürünlerimizde yaptığımız Ar-Ge çalışmaları, tasarımlarımızın estetik yönünün yanı sıra kullanımı kolaylığına öne çıkması bizi tercih nedeni haline getiriyor. Ayrıca mutfak grubunda blender setlerimiz, tost makinelerimiz ilgi görüyor. Sıcak içecek grubunda Arnica Demli Çay Makinemiz özellikle pandemi döneminde çok tercih edildi. Kahve makinelerimize gelince her ihtiyaca hitap eden ürün ve fiyat çeşitliliği ile müşterilerimizin memnuniyetini sağlıyoruz. Arnica Köpüklü Kahve Makinemiz kahvenin tadı, kıvamı ve kokusu ile iddialı. Uzun Ar-Ge çalışmalarımızın bir meyvesi olan Köpüklü Kahve Makinemiz, tüketicilerimizin kahve keyfini artırıyor. Köpüklü; birden fazla ağzının olması, kullanım kolaylığı, enerji tasarrufu gibi noktalarda farklılaşıyor. Ayrıca yöresel pişirme tarzını da Köpüklü Kahve Makinemize ekledik. Tüketicilerimiz "süvari" olarak bilinen kahvenin daha çok kaynatıldığı pişirme yöntemini de tercih edebiliyor.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Türk kahvesi daha çok bilindikçe bunun makine satışlarına ve ürün çeşidine yansıtacağını düşünüyoruz. Bu da hem ülkemizde hem de dünya genelinde Türk kahvesi makinesi satışlarını artıracak. Ayrıca tüketiciler artık kahve çekirdeğini kavurma ve öğütme işlemlerini kendi damak tadına göre ayarlamak istiyor. Üçüncü dalga kahve akımı olarak tanımlanan bu alışkanlığın artmasıyla filtre kahve makinesi kategorisinin de artması bekleniyor.

arnica™

5 Farklı
Renk
Seçeneği



TADINDA

Kahvenin tadı hatır bilenlerle
çıkır. Tadı damağınızda
kalacak bol köpüklü
bî Türk kahvesi
ufkunuzu açar.

AĞIR ATEŞ

Kahve ağır ateşte pişmelidir.
Közde ve mangalda
pişen kahvenin çok lezzetli
olmasının sebeplerinden
biri de ağır ateşte pişmesidir.

SÜVARI

Çifte kavrulmuş kahvenin
iyi kaynamış halî.
İnce belli cam bardaktan
içilen yöresel kahve.



Kahvenizi Nasıl Alırsınız?



YENİ

**Arnica
Köpüklü Pro**

3 yıl
garanti

Arzum olarak Türk kahve makinesi ile farkındalık yaratıyoruz



Murat Kolbaşı
Arzum Yönetim Kurulu Başkanı

Kahve makinası sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Günümüzde zamanla yarışan, daha fazla konfor ve pratikliğe ihtiyacı olan büyük şehirlerde, kahveseverlerin uzun süre ilk tercihi olan elektrikli cezve yerine, gelişmiş makinelerle geçiş hızı oldu. Ayrıca pandemi döneminde işlerine evden devam eden tüketicilerimiz, ofis alışkanlıklarını da eve taşıdı. Zaten kahve makinelerine karşı yükselişte olan ilgi daha da arttı. Bu alışkanlığın günümüzde de devam ettiğini rahatlıkla söyleyebilirim. Pandemi döneminin geride kalması ve insanların günlük rutinine dönmesiyle birlikte kahve makinesi satışlarında küçük de olsa bir düşüş gözlemlenmiş olabilir. Buna karşın pandemi dönemindeki kadar yoğun bir satış yaşanmasa da çok belirgin bir azalış olduğunu da düşünmüyorum. Bizim kahve makinesi satışlarımız, hedeflerimiz paralelinde devam ediyor diyebilirim.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve pazarı çok hızlı bir büyüme gerçekleştiriyor. Dünyada petrolden sonra en fazla ticari hacmi olan ürün kahve çekirdeği. Dünya genelinde de evde kullanılan kahve makinelerinin toplam satış adedi 60 milyona

yaklaşıyor. Ağırlıklı olarak filtre ve espresso bazlı makinelerin hakim olduğu pazarda, Türk kahve makineleri yüzde 10'luk paya sahip.

Biz de pazarda Türk kahvesi makineleri segmentindeki başarımızla öne çıktık. Bu pazarda e-ticarete odaklanma neticesinde sadece online kanaldaki pazar payı göz önüne alındığında Arzum, lider oyuncu olarak öne çıkıyor. Arzum olarak küçük ev aletlerinde 2021'de adette pazar lideriyken Türk Kahve makinesi pazarında ilk 3 markadan biriyiz.

Türkiye'nin kahve makinesi satışlarında, dünya genelindeki yeri nedir? Siz marka olarak dünyada hangi ülkelerde önemli pazarlara sahipsiniz?

Günümüzde sadece Türkiye'de değil dünyada da Türk kahve makinesine ilgi artıyor. Arzum olarak 60'tan fazla ülkede varız. Arzum OKKA markamız bugün Orta Doğu, Kuzey Afrika ülkeleri ağırlıklı olmak

üzere Almanya ve ABD'de boy gösteriyor. Avrupa Birliği (AB) en önemli hedef pazarımız. AB'den Balkanlar'a kadar uzanıyoruz. Doğu tarafımızda en yakın coğrafya olan Orta Doğu, Türk kahvesini yakından tanıyor. Rahat diyalog kurabiliyoruz. Türkiye'ye çok gelip gittikleri için Arzum'u biliyor ve ülkelerinde de tercih ediyorlar. Kuzey Afrika'da Mısır, Fas; Uzak Doğu'da Endonezya, Güney Kore, Çin ve Avustralya da eksenimizde.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Yenilikçi ürünlerimizle sektöre öncülük etmek en önemsedüğümüz konulardan biri. Bunun için marka ve Ar-Ge yatırımlarımıza hiç ara vermiyoruz. Türk kahvesi kültürünü dünyaya yaymayı misyon edindik. Bunun için Arzum olarak öncelikle Türk Kahvesi Kültürü Araştırmaları Derneği'yle Türk kahvesini 2013 sonunda UNESCO'ya götürdük. UNESCO, 5 Aralık 2013'te Türk kahvesini 'Türkiye'nin somut olmayan kültürel bir değeri' olarak tescilledi. Türk kahvesinin dünyaya yayılımındaki en önemli bariyer makineleşme idi. UNESCO'nun tescilinin ardından Türk kahvesinin global pazarlara açılmasında makineleşme ile önemli bir avantaj sağlandı. Biz de Arzum OKKA ürün ailemizle bu bariyeri ortadan kaldırmayı



hedefledik ve bunda başarılı olduk. İlk olarak 2014'te doğrudan fincana kahve servisi yapan ilk cihazımız Arzum OKKA Türk kahvesi makinesini geliştirdik. Bu, Türk kahvesinin dünya yolculuğu için büyük bir başarıydı. 2016'da geliştirdiğimiz Arzum OKKA Minio markalı otomatik Türk kahvesi makinemizle sektörde yeni bir kategori açılmasına destek olduk. Son olarak da kahvesini sütlü içmek isteyenler için, Türkiye'de bir ilk olan, karıştırarak sütlü Türk kahvesi pişirme özelliğine sahip Arzum OKKA Rich Spin M'i geliştirdik.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Arzum olarak Türk kahve makinesi ile farklılaşıyoruz, farkındalık yaratıyoruz. Pazarda, rakiplerden ayırmak farkındalık yaratıyor. Ürüne ilgiyi artırıyor. Doğrudan fincana servis ve kendi kendini temizleme özelliğiyle bir ilk olan Arzum OKKA'da patente konu olan birçok teknoloji kullandık. Arzum OKKA, fincana servis yapabilen tek ev tipi 'Türk kahvesi makinesi' olma unvanını hâlâ koruyor ve rekabette ayrışan bir ürünümüz olarak dikkat çekiyor. Sütlü Türk kahvesi keyfi sunan Arzum OKKA Rich Spin M de piyasada farklılaştığımız ürünlerden biri.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Son dönemde geleneksel Türk kahvesinin yanı sıra sütlü Türk kahvesi tercihinde de belirgin bir artış oldu. Biz de trendleri yakından takip eden bir marka olarak kahvesini sütlü içmek isteyenler için Arzum OKKA Rich Spin M'i geliştirdik. Türkiye'de bir ilk olan, kahveyi pişiren klasik yöntemdeki gibi karıştırabilen ilk modelimiz Arzum OKKA'nın bu özelliğini, cezveli OKKA modellerinden Rich Spin M'e taşıdık ve bu şekilde kahveyi cezveli modellerde de karıştırabilen marka olduk. Karıştırarak sütlü Türk kahvesi pişirme özelliğine sahip Arzum OKKA Rich Spin M ayrıca klasik, sert ve közde Türk kahvesi pişirme seçenekleriyle her damak zevkine uygun tatlar sunuyor. OKKA Rich ile kahve çeşitlerinin yanı sıra sıcak çikolata, sahle, farklı şurup ve malzemeler kullanarak zengin kokteyl ve içecekler hazırlamak mümkün. Arzum OKKA Rich Spin M sayesinde tüketicilerimiz kendilerini mutfaklarının baristası gibi hissedecekler.

Türkiye’de bir ilk!

Karıştırıcılı cezveli, sütlü Türk kahve makinesi:
Arzum OKKA Rich Spin M

SÜTLÜ
MILK COFFEE

KLASİK
CLASSIC

KÖZDE
SLOW BREW

SERT
STRONG



arzum  OKKA

Bağımsız bir araştırma şirketi tarafından yapılan araştırmaya göre “Türkiye’de İlk ve Tek Karıştırıcılı Cezveli Sütlü Türk Kahve Makinesi”

Nitelikli kahveye olan talep gün geçtikçe artıyor



Emre Babayiğit Electrolux Ticari Pazarlama Uzmanı

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve, Türk kültüründe önemli bir yere sahip. Türkiye pazarı henüz tam olgunlaşmamış olsa da yerli ve yabancı yatırımlarla sektör büyümeye devam ediyor. Farklı demleme ve kahve türlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kahve tüketimi ülkemizde de yaygınlaşıyor. Tüketim arttıkça bu sektöre yönelik yatırımlar da artıyor elbette. Özellikle pandemiyle birlikte insanlar evlerinde farklı lezzetleri aramaya yöneldi. Bu nedenle 2020 ve 2021 yıllarında bu alanda ciddi talep artışıyla karşılaştık.

Türkiye'nin kahve makinesi satışlarında, dünya genelindeki yeri nedir? Siz marka olarak dünyada hangi ülkelerde önemli pazarlara sahipsiniz?

Dünyada kahve tüketiminin en yoğun olduğu kıta Avrupa ve burada ciddi bir

rekabet içinde olduğumuzu söyleyebiliriz. Türkiye'nin bu alanda gelişme kaydettiğini de deneyimliyoruz. Son yıllarda hem ev tipi hem de profesyonel ürün kategorilerinde yerli markaların global pazarlara giriş yaptıklarını görüyoruz. Bunun yanında global markalar da aynı şekilde Türkiye pazarına giriş yapıyorlar. Bu da tabii yatırımcılar açısından fırsatlar doğuruyor. Electrolux Türkiye olarak bağlı olduğumuz Doğu Avrupa bölgesinde bu kategoride ilk 3 ülke içerisinde yer alıyoruz. Avrupa'dan sonra Electrolux olarak sektördeki diğer en büyük pazarlarımız Kuzey ve Güney Amerika diyebiliriz.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Nitelikli kahveye olan talep gün geçtikçe artıyor. Tüketiciler iyi şekilde kahve

içmek istiyorlar; ideal ısıda demlenmesi, makineden aldıklarında sıcak olması tercih sebeplerinden bazıları diyebiliriz. Bu anlamda geçen yıl piyasaya sunduğumuz Avrupa Kahve Demleme Merkezi (ECBC) sertifikalı Explore 7 Serisi Kahve Makinemiz oldukça ilgi görüyor. Bunun nedeni Explore 7'nin kahveyi en ideal sıcaklık olan 92-96 °C sıcaklıkta demlemesi oluyor. Bu sıcaklıkta çekirdeklerin aroması suya en iyi şekilde karışıyor ve mümkün olan en lezzetli kahveyi elde edebiliyorsunuz. Ayrıca Explore 7 Kahve Makinesi 1 karaf kahveyi 6 dakikadan daha kısa sürede demleyebiliyor. Bunun yanında yine yakın zamanda piyasaya sunduğumuz Explore 6 Serisi de ilgi gören modellerimizden. Explore 6 serisi entegre kahve öğütücüsüyle çekirdekten bardağa tam bir kahve deneyimi sunuyor. Bunun yanında zaman ayarı özelliği sayesinde taze kahveniz dilediğiniz saatte hazır oluyor.



Electrolux

Çok yönlü temizlik mükemmel performans

800 Serisi Şarjlı Süpürge



6 kat daha güçlü temizlik*



BrushRollClean
otomatik fırça temizleme sistemi



Teleskobik boru ile
ergonomik kullanım

*Bir önceki seri ile yapılan kurum içi test sonuçlarına göre.

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr

Tüketicilerin niş alanlardaki talep ve istekleri artacak



Sinan Özkan Bora Goldmaster Yönetim Kurulu Başkanı

Kahve makinası sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Türk kahve makinesinin özeline girersek pazarın standart ürünlerde doygunluğa ulaşması, birçok evde yer alıyor olması ve diğer profesyonel segmentteki kahve makinelerinde fiyatların dövizin artışı nedeni ile yükselmesi küçülme görüntüsünde etkili oldu.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve makinesi pazarı bu durgunluğu üzerinden atacaktır. Piyasadaki fiyatların ve maliyetlerin oturması, kahve makinelerindeki çeşitliliğin artmaya devam etmesi ile pazarın sıkıntıya gireceğini düşünmüyorum. İnsanların kahve içme alışkanlıkları değişmedi fakat uzun pandemi döneminden sonra dışarıdaki sosyalleşme istekleri ve olanakları evde kahve tüketimini azalttı. Bu durum kahve makinesi pazarını yavaşlatmış gibi görünse de orta ve uzun vadede özellikle ev içi kullanıcı tüketiminde kahve makinesi pazarı canlılığını tekrar geri kazanacaktır.

Türkiye'nin kahve makinası satışlarında, dünya genelindeki yeri nedir? Siz marka olarak dünyada hangi ülkelerde önemli pazarlara sahipsiniz?

Türkiye'nin kahve makinesi satışları, dünya geneline baktığımızda pazarda çok büyük bir yer teşkil etmiyor. Çünkü dünyada çok ciddi adette filtre ve espresso makinesi satışı ve talebi var. Türk kahve makinelerinin daha küçük bir coğrafyaya hitap ediyor gibi görünse de zamanla gelişeceğini ve popülaritesinin artacağını görüyorum. Bütün sektör oyuncularının gelişmeye ve büyümeye ağırlık vermesi ile dünyadaki Türk kahve makinesi pazar payını arttıracaktır. Bu büyük kahve makineleri pazarının içerisinde yer alan Türk kahve makinesi pazarının daha çok tanıtılmaya ihtiyacı olduğunu biliyoruz. Biz

dünyada Orta Doğu ve Avrupa bölgesinde diğer bölgelere göre daha aktifiz. Özellikle Orta Doğu'da ciddi bir pazar payına sahibiz. En az 7-8 ülkeye önemli satışlarımız var.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Marka olarak bu alanda daha çeşitli kahve makineleri üretmeye çalışıyoruz. Hem filtre kahve makinesi hem de öğütücülü filtre kahve makinesi, espresso makinesi gibi yeni ürünler geliştirerek sektördeki yerimizi güçlendiriyoruz.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Tüketiciler daha çok

bizim Türk kahve ve öğütücülü filtre kahve makinelerimize ilgi gösteriyor. Türk kahve makinesinde özellikle üzerinde çalıştığımız ve patentleri bize ait olan sistemlerimiz sayesinde farklılaşıyoruz. Bunlardan biri ürünün mekanizmasına rahatça oturabilmesini sağlayan akıllı yerleştirme sistemi. Diğeri ise akıllı taşma önleme kontrol sistemi. Filtre kahve makinelerinde yeni modeller çıkartarak mümkün olduğu kadar tüketicilerin farklı damak tatlarına uygun olacak şekilde ürünlerimizi geliştirmeye ve çeşitlendirmeye devam ediyoruz.

Ne kadar fazla tüketiciye hitap edebilirsek o kadar geniş pazar payına sahip oluyoruz, bu nedenle daha geniş ürün gamı hazırlamaya çalışıyoruz.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Önümüzdeki yıllarda daha profesyonel makinelerin artacağını düşünüyorum. Tat konusuna önem veren tüketicilerin, dışarıdaki kahve tadını ve kalitesini evin içerisinde de bulabilmelerini sağlayacak kahve makinelerinin talep göreceğini öngörüyorum. Evlerde, Türk kahve makinesinde dışarıdaki tada ulaşılabildi, ancak cappuccino, espresso vb. çeşitli kahve yapan makinelerde makul fiyatlarda dışarıdaki kalite yakalanamamış vaziyette, bu anlamda tüketicinin beklediği kalitenin tüm makinelere yayılıp gelişeceğini düşünüyorum. Çeşitlenme ve pazarda büyüme devam edecek. Özellikle insanların niş alanlardaki talep ve isteklerinin artacağını göreceğiz. Bu taleplere yönelik makineleri daha da göreceğimizi düşünüyorum.



KIVAM

Muhabbetin Sırrı Kivamında Saklı

5 Fincan Kahve Yapma Kapasitesi ve
Közde Kahve Deneyimiyle...



Ürün Tanıtım
Videosu
**Hemen
İncele**

Goldmaster

goldmaster.com.tr

goldmasterworld



**Akıllı Taşma
ve Kontrol
Sistemi**



**Normal ve
Közde
Kullanım**



**Akıllı
Yerleştirme
Tasarımı**

Altus

ALK 1840 A++ Klima

Verimli Gücüyle Aklımda
Rahatlığıyla Kalbimde! 🍷



GÜRSES
KURUMSAL

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

☎ / 0532 413 43 63

f / gurseskurumsal

@ / gurseskurumsal



Arçelik
Servis Garantisi

0850 210 0 888

altus.com.tr

f / altustr

@ / altusturkiye

ALTUS
iyi anlar



CUCINOX Ankastre

Yaşayan Mutfaklara İtalyan Nefesi...

Kahve makinesi akıllı bir yatırım haline geldi



Fatih Gönç Philips Ev Aletleri Türkiye Ülke Müdürü

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Tüm dünyada yeni nesil kahvelere olan yoğun ilginin artması, yüzlerce farklı kahve çekirdeklerinin ve birbirinden farklı demleme yöntemlerinin tüketiciler nezdinde bir ürünün öte deneyim olarak algılanması, insanların evde geçirdiği sürenin artmasıyla birlikte farklı kahve çeşitlerine olan talebin çoğalması kahve sektöründe muazzam bir dönüşüme neden oldu.

Uluslararası Kahve Organizasyonu'nun (ICO) hazırladığı "2022 Kahve Tüketim Raporu" global kahve tüketiminin yılda 160 milyon çuvala ulaşacağını öngörüyor. Kahve tüketiminde 12 kg ile Finlandiya'nın ilk, 9.9 kg ile Norveç'in ikinci, 9 kg ile İzlanda'nın

üçüncü sırada yer aldığını görüyoruz. Ülkemizde ise kişi başı tüketim 400gr. Toplam olarak yılda yaklaşık 30 bin ton kahve tüketiliyoruz. Türkiye'deki pazarın büyüklüğü ise 500 milyon TL'yi aşmış durumda. Kahve tüketimi alışkanlıklarına baktığımızda; her 3 kişiden 1'inin günde en az 1 bardak kahve içtiğini ve günde 2-5 bardak kahve içenlerin oranının da yüzde 42'ye yükseldiğini görüyoruz.

Philips Ev Aletleri olarak, yeni nesil dijital teknolojilerimizle tüketicilerimizin evde kendi baristaları olmalarına olanak sağlayarak evdeki keyif anlarına keyif katacak kahve makinelerimizi onlarla buluşturuyoruz. Özellikle tam otomatik espresso makinelerinde lider marka olarak*, Latte & Go serimiz ile güzel bir büyüme ivmesi yakaladık.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Uzun bir yolculuğun ardında günlük hayatımızın en önemli rutinlerinden biri haline gelen ve sıradan bir içecek olarak tüketilmekten öte bir tutku ürününe dönüşen kahve kategorisine önemli yatırımlar yapıyoruz. Philips Ev Aletleri olarak, insanların iyi yaşamasını ve hayattan daha çok keyif almasını istiyoruz ve bunu gerçekleştirmek için de ilham veren teknolojiler sunuyoruz. Kahve kategorisinde en büyük yatırımımız; her türlü tüketici tercihiyle cevap veren geniş ürün gamımız.

Philips LatteGo serimizi hayatın tadını çıkarmanın en kolay yolu olarak

konumlandırıyoruz. LatteGo serimiz ile tüketicilerimizin evde mükemmel lezzete ve aromalara sahip 12 farklı kahve türü deneyimlemesine, pürüzsüz süt köpüğü hazırlamasına, kahvelerini kişileştirmelerine & favori kahvelerini kaydetmelerine olanak sağlıyoruz.

Tam otomatik espresso makinelerinde lider marka olarak, LatteGo serimizi tüketicilerimiz ile buluşturmak adına birçok offline ve online aktivasyon gerçekleştiriyoruz. Türkiye'nin dört bir yanında katıldığımız kahve festivallerinde tüketicilerimize kahvenin yolculuğunu anlatıyor, evde kendi baristaları olmalarına imkan verecek deneyim alanları oluşturuyoruz. Dijitalde ise güçlü içerikler üretmek Philips LatteGo ile hayatın tadını zahmetsizce nasıl çıkaracaklarını anlatıyor ve kahve sohbetlerimizle samimi buluşmalar gerçekleştiriyoruz. Geçtiğimiz günlerde Melikşah Altuntaş ile güzel bir proje gerçekleştirdik. Philips ile Kahve Sohbetleri isimli YouTube projemizde Boran Kuzum, Şebnem Bozoklu, Sarp Apak ve Meriç Aral yer aldı. Önümüzdeki dönemde sürpriz isimlerle güçlü içerikler üretmeye devam edeceğiz.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Tüketicilerimizin evde en lezzetli kahveyi hazırlamalarına olanak sağlayan LatteGo'nun Aquaclean özelliği ile bir daha kireç temizliği yapılmasına gerek kalmıyor. Tüketicilerimiz sezgisel dokunmatik ekranından yardım alarak hazırlamak istediği kahvenin seçimini yaptıktan sonra saniyeler içinde tadına doyamayacağı kahveler hazırlayabiliyor. Akıllı demleme sistemine sahip LatteGo, tek tuşla aromatik tadlar sunuyor.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Uluslararası Kahve Organizasyonu'nun (ICO) hazırladığı 2022 Kahve Tüketim Raporu'nda; tüketicilerin yüzde 60'ı soğuk kahvelerini kendileri yaparken, yüzde 48,3'ü marketlerden kutu ürün almayı tercih ettiklerini belirtiyor. Soğuk kahve tüketiminin sezondan öte tüm mevsimlerde arttığını görüyoruz. Öte yandan, kahve tüketiminin artmasıyla birlikte kahve makinelerine karşı da yoğun bir talep gözlemliyoruz. Kahve makinesi herhangi bir küçük ev aletinden öte akıllı bir yatırım haline geldi.

*GFK Şubat 2022 Pazar datasına göre Philips tam otomatik espresso makinesi kategorisinde adet ve ciro lideri markadır.

PHILIPS

AVENT

Elektrikli Göğüs Pompası

Zahmetsiz ve Konforlu Sağım



Bebeklerin doğal emme hareketini taklit eder



4 + 4 farklı masaj ve sağım modu ile kişiselleştirilmiş sağım sağlar



Yumuşak ve rahat silikon yastık



Kolay taşınabilir

Batı Anadolu bölgesinin en büyük Siemens StudioLine cadde mağazası Meta Plaza Denizli’de açıldı

450 m² deneyim ve teşhir alanına, 200 m² ise müteahhit, mimar ve mutfakçılara özel sunum ve toplantı alanlarına, toplamda ise 650 m² lik bir alana sahip mağaza yaklaşık olarak 2.5 Milyon TL’lik bir yatırım yapılarak Denizli halkıyla buluştu.

Röportaj: Yıldırım Söylemez



Sadece beyaz eşya satışı yapılan bir yer değil, bir yaşam alanı olarak dizayn edilen mağazanın açılışına yaklaşık bin kişi katıldı ve bu büyük açılışın misafirlerine canlı mutfak alanında Masterchef finalisti Hasan Biltekin tarafından özel ikramlar hazırlandı. Bunların yanı sıra Denizli ili ve çevresinde 150 adet Billboard ve duvar giydirme outdoor çalışmalar ile Siemens markasının görünürlüğü artırılarak daha geniş kitlelere ulaşılması sağlandı. Klima, Home Connect ve birçok ürünün deneyim alanına sahip olan mağazada yine müşterilerin çocukları için mini beyaz eşyaların bulunduğu bir çocuk oyun alanı bulunmaktadır.

Denizli’nin Siemens markası için potansiyeli çok yüksek bir il olduğunu ifade eden Meta Plaza Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Kuruoğlu, Dağıtım Kanalı Dergisine verdiği demeçte şunları söyledi. Öncelikle daralan Türkiye beyaz eşya piyasasında ve Denizli’nin en rekabetçi noktası olan 2. Ticari yol ’da bu metrekare ve maliyetlerle bir mağaza açma nedenimiz markamızın gelecek vizyonu ve Bölge Yönetimimizin ilgili süreçlerde bizi ikna etmeleri, sürekli bizlere olan desteği



Hüseyin Kuruoğlu
Meta Plaza Yönetim Kurulu Başkanı

ve yönlendirmeleri, her aşamada bizlerin yanında olarak verdikleri güvendir. Hüseyin Kuruoğlu sözlerine şöyle devam etti. Meta Plaza mağazası Türkiye’nin altıncı, Denizli’nin ise ilk StudioLine mağazasıdır. Denizli’nin en büyük ve en çok ürün çeşidine sahip beyaz eşya mağazayız. Siemens markasında ise Ege’nin en büyük cadde mağazası olarak çıktığımız bu yolda Siemens kalitesini her müşterilerimizle tanıştırmak uzman

ekibimiz sayesinde ziyaretimize gelen tüm müşterilerimizi mağazamızdan mutlu bir şekilde ayrıldıklarını görmek hedeflerimiz arasındadır. Aileler mağazamızda rahatlıkla gezerken minik misafirlerimiz içinde bir oyun alanımız bulunmaktadır. Siemens deneyimini onlara küçük yaşta aşıyoruz ve keyifli vakit geçirdiklerini görmek bizi oldukça mutlu ediyor. Amacımız müşterilerimizin ihtiyaçlarına en uygun ürünü tespit etmek ve müşterilerimize verdiğimiz satış sonrası hizmetimizle de onların satış sonrasında da





Hakan Sultar
Siemens Satış Direktörü

Siemens markası Almanya'nın Pazar payı lideri ve merkez Avrupa'da da güçlü konumda, bu noktada Siemens'i ve Türkiye potansiyelini nasıl değerlendirirsiniz?

Evet Siemens Almanya'nın bir numaralı beyaz eşya markası, sadece ankastrede değil tüm beyaz eşya kategorilerinde lider ve tüm dağıtım kanallarını müşterilerimizin teveccühü ile domine ediyor. 150 yılı aşan tarihiyle sürekli olarak insan hayatına değer katan yeniliklere öncü, sağlam kökleri toprağın derinlerinde, statüsü duruşu ile sabit bir entelektüel olarak kendisini ve ekosistemini sürekli geliştirmeye devam ediyor. Türkiye'de de iSensonic teknolojileri, homeConnect bağlanabilirlik özellikleri, çizgi ötesi tasarım öğeleri ve studioLine gamı ile müşterilerimizin hayatına daha çok değer katarak en yüksek müşteri sadakati elde eden beyaz eşya markasıdır.

Son iki yılda farklılaştırdığımız iletişim dili ile de daha sıcak, sohbeti sevilir, artık daha çok bizden. Düzenli takip ettiğimiz marka sağlığı skorlarında da ilk tercih oranlarımızın katlanarak arttığını görüyoruz. Diğer taraftan inhouse geliştirdiğimiz algoritmalar sayesinde potansiyel gördüğümüz lokasyonlarda açtığımız deneyim mağazaları ile m2'miz, cephemiz, marka algımız ve tabi ki iş ortaklarımızın kazancı da büyüdü, birlikte yatırım yapacağımız birçok yeni lokasyonun olduğunu bilmekten de mutluyum.

Son olarak da; tüketici deneyimini geliştirmek üzere, nicelikten çok niteliği önceleyen, tutkulu, dinamik, hedefli, cesur, yemin etmiş bir ekibiz. Ekipten kastım aynı zamanda da entegre kanal perakendeciliğine ve dijital dönüşüme öncülük eden tüm değerli iş ortaklarımızdır. 2 yıldır gerek birebir ziyaretlerimizde, gerek iş ortaklarımızla birlikte ülkemizin birçok lokasyonunda yaptığımız çalıştaylarla hep beraber belirlediğimiz stratejik önceliklerimize ulaşmak için aklımızı ve yüreğimizi emeğimizle harmanlandı, duygumuz oluştu, kenetlendik. 2 yıldır belirlediğimiz tüm KPI'larda hedeflerimizin ötesine geçerek büyümeye devam ettik. Şu anda hissettiğim duygu benim için farklı ve çok değerli. BSH'da 21 yıldır lokal ve uluslararası olmak üzere 8 farklı görev icra ettim. Siemens'in gerek ürün gamı, gerek yeni iletişim dili, yeni nesil perakendecileri, yemin etmiş ekibi, genç tüketici kitlesi ve yatırım yapılacak birçok noktası ile Türkiye'deki potansiyelinin çok yüksek olduğunu biliyorum. Tüm paydaşlarımız ile, "Birlikte Kazan, İlham Ver, Ezber boz" vizyonumuz doğrultusunda ezberleri bozarak yeşil yolda beraber yürümeye devam edeceğiz.



Serhan Çokal
Siemens Batı Anadolu Bölge Müdürü

Bölgenizde bu denli büyük bir mağaza ile bir ilki gerçekleştirdiniz, Yeni nesil mağazacılık ile ilgili bizlere bilgi verebilir misiniz?

Tüketiciler ve beklentiler sürekli değişim ve dönüşüm içerisinde, yeni nesil tüketiciler ürünleri satın almaktan çok deneyimleyerek satın almaya doğru yönelirken, fark yaratmak isteyen markalar ve perakendeciler müşterilerine özel kişiselleştirilmiş hizmetler geliştiriyor, onlara eşsiz bir müşteri deneyimi sunmaya çalışıyor. Mağazalar içerisinde beş duyu organı görsel, işitsel, dokunma ve hissetme, koku, tat aracılığıyla algılanan uyarılar tüketicilerin mağaza tercihinde ve satın alma karar sürecinde büyük rol oynuyor. Yatırımcımız ile birlikte açtığımız bu güzel mağazamızda tüketicilerimiz mağazadan içeriye adımlarını attığından itibaren onları standartlaştırdığımız mağaza içi müzik ve kokumuz, işinin ehli mağaza satış danışmanlarımız karşılayacak, var ise çocukları oyun alanında keyifli vakit geçirirken, tüketicilerimiz espresso makinelerimizden arzu ettiği kahveyi alıp yudumlayabilecek, geniş teşhir alanımızda ihtiyacına göre arzu ettiği ürünü deneyimleme imkanı bulabilecek. İşte tam bu noktada bölgemizdeki yeni açtığımız bu ve benzeri birçok nokta ile beyaz eşya mağazacılığının ezberlerini bozuyor ve yeni nesil mağazacılık noktasında tüketicilerimize kişiselleştirilmiş hizmet sunmayı vaat ediyoruz.



Hasan Biltekin Masterchef Finalisti

kafalarında soru işareti bırakmadan ürünlerimizi rahat bir şekilde kullanmalarını sağlamaktır. Tüm misafirlerimizi ihtiyaçlarına en uygun ve en teknolojik ürünü bulabilmesi için 2. Ticari yol caddesi üzerinde bulunan "Meta Plaza" mağazamıza bekliyoruz. Siemens StudioLine Mağazası Sahibi Hüseyin Kuruoğlu son olarak şunları söyledi; bizlere güvenerek bu mağazayı açmamıza vesile olan Siemens Satış Direktörümüz Hakan Sultar'a, Bölge Müdürümüz Serhan Çokal'a, Alan Yöneticimiz Barış Karakoç'a ve Satış Yönetmenimiz Serkan Alkışla'ya çok teşekkür ederiz.



Barış Karakoç **Hüseyin Kuruoğlu** **Yıldırım Söylemez**

Kahve pazarında “deneyim” daha çok ön plana çıkacak



Faruk Kocabaş MediaMarkt Türkiye Satınalmadan Sorumlu İcra Kurulu Üyesi

Kahve makinası sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Sektör küçülüyor, aksine 2021 yılına göre ciddi bir büyüme gösteriyor. Biz de MediaMarkt olarak 2022 yılında, kahve makineleri grubunda pazarın üzerinde bir büyüme kaydediyoruz. Dahası her geçen gün artan potansiyel, talep ve tüketici ilgisiyle pazar payımızı artırarak kahve makineleri grubunda pazar lideri olma konusundaki hedefimize doğru ciddi adımlar ile ilerlemeyi sürdürüyoruz.

2020 ve 2021 yıllarına dönüp bakarsak; pandeminin etkisi ve tüketicinin evde daha fazla zaman geçirmesiyle elektrikli mutfak aletleri ve kişisel bakım ürünlerine olan talepte çok büyük bir artış yaşandığını görüyoruz. Bu artış, kahve makinelerine olan talepte de yaşandı. Bilhassa kafelerin kapalı olduğu dönemde tüketiciler, normalde dışarıdan aldıkları latte veya espresso gibi kahvelerin lezzetlerini evlerinde de denemek istediler. Hatta kendi evlerinin baristaları olmak istediler. Tüm bunlar kahve makinesi pazarına olağanüstü bir talep ve büyüme getirdi.

Tabii devamında kısıtlamaların azalması ve sosyal yaşamda normale dönüşle 2022 yılında pazarın büyüme hızı, bir önceki yıla oranla daha yavaş seyretmiş olabilir. Ancak belirttiğim gibi MediaMarkt olarak, kahve grubuna yaptığımız yatırımlar ve stratejik iş birliklerimizle pazarda yeniliklere öncülük etmeye ve büyümeye devam edeceğiz.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Ülkemizde sıcak içecek grubunda kahve çeşitlerine ilginin arttığını rahatlıkla gözlemliyoruz. Yıldan yıla yüksek yüzdelerde büyüme gösteren bir pazar söz konusu. Tüketicinin özellikle de tam otomatik espresso

makinelere ve kapsüllü kahve makinelerine olan talebinin ve tüketiminin yoğun olduğunu görüyoruz. Bu grup, aynı zamanda teknoloji olarak inovasyonun en yoğun olduğu ve pazarda en hızlı büyümenin yaşandığı grup. Bu grubun ardındansa filtre kahve makineleri geliyor.

MediaMarkt olarak gerek marka çeşitliliğimiz ve cazip kampanyalarımız gerek en yeni teknolojileri sunduğumuz zengin ürün gamımız ile filtre kahve makinelerinde tüketicilerimiz için adres olmaktan mutluyuz.

Bununla birlikte sektörden bahsederken geleneksel lezzetimiz Türk kahvesini en pratik, leziz ve hızlı şekilde tatmamıza yardımcı olan Türk kahve makinelerini göz ardı edemeyiz. Bu kategorinin de bilhassa son dönemde sütlü kahve ve sıcak çikolata hazırlama gibi yenilikçi teknik özelliklerle büyümesini sürdürdüğünü gözlemliyoruz.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

MediaMarkt Barista konseptimiz ile mağazalarımızda tüketicilerimize espresso makinelerimizde zengin ürün-marka çeşitliliğimizi sergilediğimiz ve en yeni teknolojileri önceliklendirdiğimiz gerçek bir deneyim alanı sunuyoruz. Müşterilerimiz bu alanlardan ücretsiz olarak kahve tadımı yapabiliyor. Şu an 30'un üzerinde mağazamızda sunduğumuz bu konsepti diğer mağazalarımıza da hayata geçirmek için çalışıyoruz.

Bununla birlikte mağazalarımızda tüketicilerimizin kahve cihazından çekirdeğine, moka pottan temizleme tabletine, filtre kağıttan süt köpürtücüsüne kadar en iyi hizmeti, en donanımlı satış danışmanlarından alabilmeleri

amacıyla geçen yıl Barista eğitimi projemizi başlattık. 15 mağazamızda personelimize temel ve orta uzmanlık seviyesinde Barista eğitimi verdik. Sene sonuna kadar kalan mağazalarımızdaki personelimizi de bu eğitimlere dahil edeceğiz.

Kahve tutkunlarını bir araya getirdiğimiz Barista workshop etkinliklerimiz ise müşterilerimiz tarafından yoğun ilgi görüyor. Burada müşterilerimiz, uzman Baristalardan kahvenin püf noktalarını öğrenme ve deneyimleme fırsatı buluyor.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Espresso makineleri, kapsüllü kahve makineleri ve filtre kahve makineleri en çok ilgi gören gruplar arasında bulunuyor. Bunun yanı sıra kahve grubundaki uzmanlığımızı sadece cihazlarla sınırlandırmıyoruz. MediaMarkt mağazalarında müşterilerimiz paketli çekirdek kahve, filtre kahve, aromatik kahve şurupları, kahve kapsülü ve zengin çeşitte kahve aksesuarları da bulabiliyor. Bu gruplar da yine en çok ilgi görenler ve tüm bunları bir arada sunabilmek, bizi farklılaştıran özelliklerimiz olarak öne çıkıyor.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Tüketicinin alışveriş yaptığı tüm kanallarda deneyime odaklanacağı bir dönemi öngörüyoruz. Ürün bulunurluğu ve markaların cazibesinin yanında “deneyim” daha çok ön plana çıkacak. Kahve grubu bu anlamda tutku, keyif ve deneyimin bütünleştiği en gözde alanlardan biri. Farklı sektörlerden tekstil ve kitabevi gibi perakendecilerin de mağazalarının bir kısmını kafe alanlarına ayırdığını gözlemliyoruz. Ortak tutkusu kahve olan tüketicileri bu anlamda bir araya getirerek, kahveyi keyifli vakit ve sosyalleşmenin bir aracı olarak konumlamaktalar. Bununla birlikte kahveseverlerin bir araya geldiği merkezlerin oluşumu da başlıyor. Hızla büyüyen kapsüllü kahve cihazlarının önümüzdeki dönemde yine yükseliş trendini sürdüreceğini öngörüyoruz. Ayrıca farklı markaların da bu alana gireceğini düşünüyoruz.



Yenilikçi teknolojilere sahip, uzaktan kontrol edilebilen kahve makinelerine talep artacak



Ekin Sarfati Siemens Ev Aletleri Pazarlama Müdürü

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve, yüz yıllardır hemen hemen tüm toplumlarda sosyalleşmenin, paylaşmanın bir göstergesi olarak sevilerek tüketilen içeceklerin başında geliyor. Son dönemde de hem kahve tüketiminin hem de kahve makinesi sahipliğinin hızla arttığını görüyoruz. Uluslararası kahve zincirlerinin pazara girip farklı kahve türlerini sevdirmesi; ardından da üçüncü nesil olarak adlandırılan butik kahvecilerin yaygınlaşması, son yıllarda bu içeceği ülkemizde de hiç olmadığı kadar popülerleştirdi. Son yıllarda Türk kahvesinin yanı sıra filtre kahve ve tam otomatik espresso makineleri pazarında da dikkat çekici bir büyüme söz konusu.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Siemens Ev Aletleri, sürdürülebilir ve yenilikçi teknolojiyi odağına alan bir marka. Ar-Ge çalışmalarımız da teknoloji sayesinde maksimum performans sağlamak üzerine şekilleniyor. Örneğin, Siemens EQ tam otomatik kahve makineleri, dünyada

türünün tek örneği olan sensoFlow System sayesinde suyu her zaman doğru sıcaklıkta ısıtıyor ve bu ısıyı demlenme işlemi boyunca koruyor. Böylece kusursuz bir profesyonel kahve deneyimi yaşıyor. Siemens olarak hedef kitlemiz, her fincanda taze çekilmiş ve demlenmiş kahve lezzeti arayan, lezzet konusunda yüksek beklentilere sahip kişiler. Kendileri ve misafirleri için özel lezzetler hazırlamak konusunda da oldukça istekliler. Dolayısıyla biz de yatırımlarımızı 'mükemmel kahve lezzeti'ni yakalamak üzerine yapıyoruz.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

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. Tam Otomatik Espresso Makineleri ile yeni tanışan tüketicilerimizin en çok ilgi gösterdiği EQ300, EQ500, EQ700 ve EQ.9 serisi kahve makinelerimiz. EQ300 serisi;

Espresso, Cafe Cream, Latte Macchiato ve Cappuccino gibi kahve alternatiflerini adeta bir baristanın elinden çıkmışçasına hazırlayarak profesyonel kahve deneyimini evlere taşıyor. EQ500 serisi renkli ve dokunmatik kahve seçim ekranıyla Espresso Macchiato, Flat White, Latte Macchiato gibi farklı türde kahveleri tek tuşla hazırlamaya imkan tanıyor. Bu yıl büyük bir lansman davetiyle piyasaya sunduğumuz bir diğer yenilik EQ700 serisi; 5 tam dokunmatik i-Select ekranı ve CoffeeWorld özelliği ile 21'e varan farklı dünya kahvesini kolaylıkla hazırlama imkanı sağlıyor. Kahve makinelerinde temizlik tüketicilerimizi en çok düşündüren konulardan. Siemens kahve makinelerinde bulunan kireç temizleme özelliği sayesinde temizlik de zahmet olmaktan çıkıyor.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Günlük yaşamımızdaki yoğun koşuşturma hali, evin içinde veya dışında, yaşamın tüm alanlarında ev aletleriyle rahatça bağlantı kurulmasını sağlayan, yaşamın dinamizmine kolayca ayak uydurabilen akıllı teknolojileri hayatımızın bir parçası haline getirdi. Diğer taraftan uluslararası kahve zincirlerinin pazara girmesi ve butik kahvecilerin yaygınlaşmasıyla farklı kahve türleri konusunda bilinçlenen tüketici artık kendi kişiselleştirilmiş kahve deneyimini yaşamak, dilediği çekirdek ve aromayla kahve keyfine evinin konforunda ulaşmak istiyor. Bu nedenle de son dönemde yenilikçi teknolojilere sahip, uzaktan kontrol edilebilen kahve makinelerine olan talebin artarak devam edeceğini öngörüyoruz.



Kahve sektörü “kendin yap” trendinden yoğun biçimde etkilenmiş durumda



Cenk Rodoslu
Tchibo Türkiye, Satış Direktörü

Kahve makinesi sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Pandemi sebebiyle evlerde daha fazla zaman geçirilmesi, çoğu küçük ev aletine olduğu gibi, kahve makinelerine olan ilgiyi de artırdı. Son dönemlerde pandeminin etkisinin azalması, dışarıda daha fazla zaman geçirmenin etkisi ile yön değişmiş ve 2021'de pazardaki hareketler pandemi öncesi duruma dönmüştür.

Pazar koşullarının eski düzenine dönmeye karşın Tchibo'nun kahve makineleri satışlarında yükselişin devam ettiğini söyleyebiliriz. Özellikle kapsül pazarında hem makinelerimizle, hem de lezzetli kahve seçeneklerimizle tüketicinin beğenisini kazanıyoruz. Bu durum, satışlarımıza da olumlu yönde yansıyor.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Kahve makinelerine olan talebin artmasıyla, “evdeki barista” kavramında bir yükseliş olduğunu, daha fazla insanın kahve lezzeti konusunda seçici ve zevk sahibi olmaya başladığını görüyoruz.

2022'de Ulusal Kahve Derneği (NCA) tarafından yapılan bir araştırma, kahve içenlerin %84'ünün evde kahve yaptığı sonucuna ulaştı. Bir önceki yıla oranla evde kahve yapma oranında %4'lük bir artışa işaret eden araştırma, kahve makineleri pazarındaki yükselişin evlerle ilgili bölümü için referans teşkil ediyor. Bununla birlikte, kafe ve restoranların yanı sıra, işyerlerinde de kahve makinesi kullanımına olan talebin arttığını söylemek mümkün. Kahve makineleri, gelişmiş

özelliklerinin yanı sıra giderek daha kolay kullanımlı hem de farklı lezzetleri sunan hale geliyor.

Dünya çapında kahve sever sayısındaki artış ile özellikle Hotel, Restaurant ve Cafe (HORECA) segmentinde ve işyerlerinde hazır kahve makinelerinin artan popülaritesi, küresel pazarda büyüme beklentilerinde büyük rol oynuyor.

Türkiye'de nitelikli kahve tüketiminin de son yıllarda arttığını gözlemliyoruz. Yüksek orandaki genç nüfusumuz ve yeni nesil kahve dükkanlarının yaygınlaşması, ülkemizde kahveye ilgiyi artırıyor ve giderek daha fazla insan evinde makineyle kahve yapmaya yöneliyor. Kişi başına yıllık tüketimin her yıl arttığını görüyoruz.

Ayrıca eskiden daha çok Türk kahvesi ve çözünebilir kahve tercih eden tüketicinin, son dönemde filtre kahve makinesi, espresso ve French press gibi farklı demleme tekniklerine daha fazla ilgi gösterdiğini görüyoruz. Nitelikli kahve tüketim talebinin evde de artmasıyla beraber günden güne tam otomatik, elektronik ve manuel demleyicilerin artması pazarda çeşitlenmeyi de beraberinde getiriyor.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

70 yıllık kahve uzmanlığımızla hem nitelikli kahve, hem de her seviyeden kahve makinelerimizle; müşterilerimizin gerçek kahve lezzetini yaşamasına ve gerçekten iyi olanı keşfedebilmelerine imkan sağlıyoruz. Kahve, kahve aparatları ve kahve makinelerindeki geniş ürün gamımızla, müşterilerimizin farklı demleme tekniklerini kullanarak damak tatlarına en uygun lezzeti deneyimlemelerini sağlıyoruz.

Kahve makinelerimizin ve aynı zamanda beraberinde kullanılan kahvelerimizin daha geniş bir platformda müşterilerimizle buluşmalarını sağlayacak yatırımlarımıza devam ediyor, müşterilerimizin bize farklı kanallardan ulaşabilmelerine imkan tanıyoruz.

Bu noktada en temelde mağazalarımızda ve tüm Türkiye'ye hizmet veren online mağazamız tchibo.com.tr'de müşterilerimizle buluşuyoruz. Çoklu kanal stratejimizle Migros, Macrocenter, Carrefour, Metro gibi ulusal kanalların ve diğer tüm yerel market zincirlerinin yanı sıra; Trendyol, Hepsiburada ile Çiçeksepeti gibi online kanallarda geniş portföyümüzle yer alıyoruz. Özellikle MediaMarkt'larda çok sayıda ürünümüzü sergiliyoruz. Kahvelerimize ulaşmak isteyen müşterilerimiz tchibo.com.tr üzerinden taze çekilmiş kahvelerini adreslerine sipariş edebiliyorlar.

Müşterilerimizin her an, her yerden kahvelerimize ve makinelerimize ulaşmaları için gerçekleştirdiğimiz bu yatırımlarımıza, yeni kanalları da ekleyerek devam edeceğiz.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Tüketicinin genel anlamda farklı ve yenilikçi ürünlere doğal bir ilgisi var. Biz de 70 yıllık kahve uzmanlığımız ve müşterilerimiz tarafından çok tercih edilen makinelerimizle onların kahve keyiflerine ortak oluyoruz. Trendleri ve ihtiyaçları takip ederek farklı segmentteki kullanıcılarımıza gerçekten iyi olacak kahve deneyimini keşfedebilecekleri ürünleri sunuyoruz.

Makine tarafında her demlemede tazelik ve kullanım kolaylığını önceliklendiren müşterilerimiz için 17 yıldır Cafissimo kapsüllü kahve makinelerimiz ve geniş kahve kapsüllü ürün gamımızla hizmet veriyoruz. Kahve pazarında en büyük ivmeyi kazanan grup olarak espresso öne çıkıyor. Bu trenddeki ihtiyaca hitap eden “Esperto Pro” tam otomatik kahve makinemizle çekirdekten fincana, sütlü ya da sade espresso bazlı içecekleri tek tuşla evlerde sunuyoruz. Klasik filtre kahve lezzetinden vazgeçemeyen müşterilerimize de “Tchibo Let's Brew” filtre kahve makinesi ve Tchibo filtre kahve kâğıdı çözümümüzle ulaşıyoruz.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Son yıllarda kahve de diğer pek çok alanda olduğu gibi, “kendin yap” trendinden yoğun biçimde etkilenmiş durumda. Tüketiciler evlerinde veya işyerlerinde çeşitli makine ve ekipmanları kullanarak farklı kahve çeşitlerini keşfetmeye çalışıyor. Bu gelişmeler, farklı tasarımlarla ve kullanım kolaylığıyla da birleşerek önümüzdeki dönemde etkisini artıracak gibi görünüyor. Kahveye her zaman her yerden ulaşma ihtiyacının artmasıyla birlikte, biz de ürün gamımızı zenginleştirmeye ve satış kanallarımızı genişletmeye devam edeceğiz.



BELKİ BİR KAHVE DEĞİLİZ AMA BİZ DE UYKUNUZU KAÇIRABİLİRİZ!

Zaman ve mekandan bağımsız çalışma imkanı ile
iş yönetiminde yeni bir soluk.



Önümüzdeki dönemde ergonomik tasarımı ürünleri daha sık göreceğiz



Kerim Korkmaz
Korkmaz Yönetim Kurulu Başkanı

Kahve makinası sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

2021 yılında dünya ihracat sıralamasında onuncu olan ve her yıl büyümeye devam eden züccaciye sektöründe çay-kahve makinesi gibi ürünler lüks olmaktan çıkıp temel ihtiyaç malzemesine dönüştü. Öte yandan son dönemdeki girdi fiyatlarındaki artışlar ve kurdaki aşırı dalgalanma tedarik sıkıntılarını görünür hale getiriyor. Pandemi sonrası normalleşme dönemine tekabül eden süreçte, artan talebe bağlı olarak tam kapasite ile çalışmaya başlayan sektörde hammadde ihtiyacı arttı. Talep artışına bağlı olarak; yüksek seviyelere çıkan hammadde fiyatlarına, kurdaki artış da eklenince tedarik süreçlerinde sorunlar yaşanmaya başladı. Belirttiğim sebeplerden dolayı bir küçülme yaşandığını söyleyebilirim. Öte yandan pandemi sonrası Çin menşeli ithalat kalemlerindeki tedarik zincirindeki aksamalar gerek hammadde gerekse konteyner maliyetlerindeki artışlara neden olurken, Avrupa ve Ortadoğu açısından düşünüldüğünde tüm bu olumsuzluklara rağmen bölgedeki en uygun ve kaliteli tedarığın Türkiye'nin sağladığını söyleyebiliriz.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Salgın ile birlikte yenilenen tedarik zincirinde her marka pazardan pay alabilmek için mücadele ediyor. Bunun yanı sıra sektöre yeni oyuncular katılmaya devam ediyor. Bu noktada rekabete bir de enerji gibi yükselen maliyetler, hammaddeyi katma değerli hale getirme ihtiyacı gibi önemli başlıklar ekleniyor. Özellikle hammaddenin

işlenip, ihraç edilmesi meselesi oldukça önemli. Ek vergilerin kaldırılması ve yurt içinde hammaddenin üretilmesine yönelik çalışmaların daha da artmasının katma değer açısından ekonomimizi daha da ileriye taşıyacağına inanıyorum.

Marka olarak bu alana ne tür yatırımlar yapıyorsunuz?

Korkmaz, Türkiye'de mutfak eşyaları sanayisini de geliştiren, pek çok ilki sektörle buluşturan, her zaman öncü olmuş bir firma. Paslanmaz çelik mutfak eşyaları, elektrikli ev aletleri ve sofa ürünleri üretiyoruz. Elektrikli ev aletleri kategorisinde yer alan kahve makineleri da sürekli yenilediğimiz ve yatırım yaptığımız bir ürün grubu. Yeni nesil tüketici akıllı ürünler talep ediyor. Kahve makinasında

eskiden köpük taşmasının diye başında beklerdi insanlar. Şimdi otomatik sensörler bunu kontrol ediyor. Biz de Ar-Ge'de yeni nesil tüketicilerin beklentilerine göre daha teknolojik daha yenilikçi ürünler yapmaya çalışıyoruz. 10 kişilik tasarım ve mekanik tasarım ekibimizle inovatif, kullanıcının beklentilerini odağına alan tasarımlar geliştiriyoruz.

Kuruluşumuzun 50. yılında, yeni tasarımlarla 2022'ye giriş yaptık. Bunlar arasında Türk kahve makinesine sadelik ve fonksiyonellik katan Moderna Kahve Makinesi de bulunuyor. Öte yandan Tuzla ve Kandıra'da yer alan fabrikalarımıza ek olarak 5 yıl içinde Sakarya OSB'de hizmete açacağımız yeni fabrikamızla ülkemizde ve dünyada pazar payımızı artırmak istiyoruz. Bu hedefle birlikte; elektrikli ürün tasarımlarımızı daha akıllı hale getirip yenilikler eklemeye devam edeceğiz

Tüketiciler daha çok hangi ürünlerinize ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde nasıl farklılaşıyorsunuz?

Türk kültüründe önemli bir yeri olan Türk kahvesi eşsiz lezzeti ve enfes kokusuyla uzun sohbetlerin vazgeçilmez içeceklerinden biri. Herkes tarafından sevilen bu dünyaca ünlü lezzetin istenilen kıvamda olmasını sağlayan elektrikli Türk kahve makineleri kullanıcılara eşsiz bir deneyim yaşıyor. Uzun ve zahmet veren köpüğün elde edilmesini kolaylaştıran kahve makineleri hem çok hızlı hem de pratik bir şekilde zaman kaybetmeden kahvenin hazır olmasını sağlıyor. Korkmaz olarak, tasarımlarımızda en sağlıklı materyalleri kullanıyor, pişen kahveye hiçbir şekilde plastik, alüminyum gibi materyallerin

temas etmesine izin vermiyoruz. Bu yönümüzle farklılaşırken, hem şık hem de üstün lezzet ve kolaylığı bir araya getiriyoruz. Tüketiciler tarafından en çok tercih edilen tasarımı Kahvekolik Moderna. Kısık ateşte pişen geleneksel Türk kahvesi lezzetini sahiplenen Kahvekolik Moderna, kahvenin harlı ateşte hızlıca kaynamasının ve özünü almadan pişmesinin önüne geçiyor. Türk kahvesini çiğ bırakmadan, daha düşük güçte ve kahve çekirdeğinin aromasını koruyarak köz tadında lezzetli kahveler yapan teknolojiyi farkını ortaya koyuyor.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Birçok marifeti bir arada sunan yenilikçi ürünleri daha da çok görmeye başlayacağız diyebilirim. Örnek vermem gerekirse modern tasarımını isminde taşıyan Moderna serisi elektrikli çay makinesi ile 3 fonksiyonel kullanımı bir arada sunan bir tasarım hayal ettik. İster filtre kahve, ister çay ya da bitki çayı demleyebileceğiniz ödüllü tasarımı, çayın ve kahvenin gerçek lezzetinin ve kokusunun tadına varmak isteyenlere bambaşka bir deneyim vadediyor. Bu tasarım kullanıcıları tarafından çok sevildi. Tasarıma gelen tepkilerden hareketle; önümüzdeki dönemde ergonomik tasarım ve mutfaklara yeni bir soluk getirmeyi hedeflen ürünleri pazarda sıkça göreceğiz.



Kahve pazarında benim beklediğim farklı reçeteler



Cenk R. Girginol

Gastronomi Yazarı & Danışman / Kahve Eksperti

Kahve makinası sektörü pazarında, 2021 yılına göre, son aylarda yaşanan küçülmenin sizce sebepleri nelerdir?

Son 5 yılı analiz ettiğimizde devamlı bir büyüme eğrisi hem kahve ve kahveye bağlı ürünlerde hem de kahve makinelerinde yukarı seyir ile devam ediyordu. Fakat 2021 yılının 3. çeyreği sonrasında yaşanan TL-Döviz dengesinin bozulması ve makasın açılmasıyla maliyetler ve satış fiyatları da haliyle her üründe olduğu gibi ciddi bir artışa maruz kaldı. İnsanların hayatlarındaki genel gelir gider dengesinin de bu bağlamda bozulmasıyla hayatlardan kısılacak ilk şeylerin temel ihtiyaç dışı daha lüks sayılan materyaller oluşu ile kahve haliyle ilk etkilenen sektörlerden birisi oldu. Şu anda 2021 yılında satılan 1 kg. kahve fiyatı, bugünümüz itibariyle maliyet fiyatımız haline geldi. Keza aynı şey makineler için de geçerli. Yurt dışından gelen veya yerli üretim olup yine parça da yurt dışına bağımlı olunan yapı içinde döviz ve genel giderlere bağlı maliyet artışı alım gücünü de etkileyerek diğer yıllardaki satış rakamlarına gelmeyi veya geçmeyi bir ölçüde engellemiş durumda.

Genel bir pazar değerlendirmesi yapabilir misiniz?

Pazarda stabil bir durum söz konusu. Ne ileriye çok fazla yükselen bir eğri ne de çok fazla aşağıya düşüş var ama kapanan işyerleri

bu düşüşü daha da aşağıya çekip dengeyi bozar mı ya da ne kadar etkili olur görüp değerlendirmemiz gereken bir sürecin içindeyiz. Pazar bazında gerek cafe ve restaurantlar gerekse de kahveciler ciro bazlı geçen seneleri geçiyor veya yakın gözüксе de karlılığın düşün olması sebebiyle bir sıkıntı içinde. Çalışan maliyetleri, çalışanların kalitesi ve değişim sektörün en önemli sıkıntılarından. Özellikle kira, vergi ve genel giderlerin olağan üstü artışı bu açıdan işletmeleri ve firmaları zor duruma sokuyor. Tablo şu an itibariyle çok iç açıcı gözükme de ileriye dönük alınacak önlemler ve insanların kahveye bakış açılarının olumlu ve ileriye yönelik seyretmesi bu yılın bitimi sonrası 2023 için olumlu sonuçlar vereceği kanaatindeyim. Pandemi süreci ile online satışların ve pazarın büyümesi ile bu nedenler üst üste konulduğunda özellikle online sektörün kahve ve makine satışlarında daha ön plana çıkacağını düşünüyorum.

Türkiye’de tüketicilerin kahve makinelerine bakış açısını nasıl değerlendiriyorsunuz?

Özellikle filtre kahve ve Türk Kahvesi makinelerine ilgi büyük. Firmalar bu yönde yaptıkları Ar-Ge ile makinelerini geliştirip model seçeneklerini her bütçeye göre uyarlaması olumlu ve ulaşılabilir sonuçları beraberinde getiriyor. Bu açıdan özellikle Türk Kahvesi makineleri konusunda firma ve modellerin artacağı pazarın daha da kızışacağı bir yıl olacak. Bu açıdan 3-4 büyük firma modellerini geliştiriyor. Yeni markalar da bu sektörün içine yeni oyuncular olarak girecektir. Bu alanda gidilecek çok yol, satılacak çok makine var.

Tüketiciler daha çok hangi ürünlere ilgi gösteriyor? Kahve makinelerinde hangi özellikteki ürünler ön plana çıkıyor?

Hızlılık, beraberinde de doğru demleme özellikleri artık tüketicinin de aradığı özellikler konumunda. Eskiden elektrikli cezveler şeklinde hızlı ama iyi demlemeyen hatta kahveyi yakan makineler kullanılırken artan kalite anlayışı sayesinde insanlar doğru proses ile demlenmiş kahveleri bunların aralarındaki ayrımları ve hataları tespit edip seçim yapabiliyor. Yani damak tadımız bir hayli gelişti. Yeni dönemde de makine üreticileri sadece kettle mantığında ısıtan makineler değil gövdesinden aftertaste ve kremasına kadar doğru aşamalar ile demleme yapan

makineleri Ar-Ge ile geliştirip tasarlıyor ve kahve severin karşısına çıkarıyor. Tabii ki de ekonomik ve ulaşılabilir oluşu da beklenen en önemli kriterlerden biri. Büyük markalar bu konuda SKU’larını doğru konumlandırırken yeni gelecek markaların da bu bağlamda çalışmalarını yapıp sektöre uygun makineler üretmeye kanallıze olması vakit kaybettirmeden sektörün ve firmaların daha büyümesini sağlayacaktır. Sadece makinelerin de doğru özellikte olması yetmiyor tabii. Doğru kahvelerin ve lezzetlerin de kahve sever ile buluşması ve özellikle kahve kavuran roastery’lerin bu alanda kalitelerini arttırmaları da şart.

Kahve pazarında önümüzdeki dönemde trendler nasıl olacak?

Benim beklediğim farklı reçeteler. Standart Türk Kahveleri ve filtre kahveler gibi ürünlerin kaliteleri bir noktaya referans oldu. Bu noktadan sonra bu tat ve lezzet profilinin üst planda olması zaten kaçınılmaz ve farklı lezzetlerin bu aromalar ile birleşmesi insanların farklılık beklentilerini karşılığı olacak. Örnek firmaların sosyal medya üzerinden yapacakları özel reçeteler ile kahveyi farklı bir noktaya götürmesi, belki çok fazla sevmedikleri bir sade kahve lezzetini onlara karışım ile sevdirecek yeni aromalar gibi zenginleştirici ve inovatif sonuçlar karşımıza çıkacaktır. Değişim ve yaratıcılığın ön plana çıktığı firma ve markalar bu anlamda tüketiciye daha kolay ve hızlı ulaşacak, bazı konularda öncü olacaktır. O kadar çok oyuncu oldu ki kahve sektöründe, farklılaşarak sıvrılmanız ve kendinizi göstermeniz gerekli. Bu sonuç ile yapan markalar trendleri de belirleyecek ana unsurlar olacaktır.



Ne içtiğimi bildiğim ve bir seremoni ile hazırlanan kahve beni mutlu ediyor



Gökçe Gökçe Kahve Uzmanı / Eğitmen (Profesyonel Barista)

Kahveye olan ilginiz, tutkunuz nerede, ne zaman başladı? Bu konu hakkında nasıl eğitim alarak kendinizi geliştirdiniz?

İlkokul çağımda ailemin Türk kahvesinin yapılışını öğretmesiyle başladı sanırım. Aile apartmanında büyüdüm. Özellikle hafta sonları kahvaltıdan sonra herkes bir araya toplanır, sohbetler edilir, kahveler içilirdi. Önceleri, küçük olduğumdan, benden yaşça büyük olan kuzenim yapar ben de ona yardım ederdim. Zaman geçtikçe "Gökçe'nin kahvesi çok güzel oluyor, o yapsın" cümleleri artmaya başladı. Bence benim gönülsüzlüğüme motivasyon olsun diye söylüyorlardı ama yıllar geçti hala hep ben yaparım Artık işim de oldu...

Bir de tabi granül kahve çok tüketilirdi bizde. Babam çok içerdi. Büyüdükçe ben de içip sevmeye başladım. Farklı tatlar denemeyi, kendime göre yiyecek/içecek uydurmayı da seven biriyim. Kahveye krem şantiler, çikolatalar karıştırmaya başladım. Bunların hepsini granül kahveyle yapıyordum çünkü başka kahve bilmiyordum.

Üniversiteye başlamamla caffè latte, filtre kahve gibi kelimeler girdi hayatıma. Her kahveyi deneyip, her birinden ayrı keyif aldım ve kahveyi öğrenmeye kesin karar verdim. Çok sevdiğim bir zincir kahvecide part time çalışmaya başladım. Şirket içi eğitimlerde de çok hevesli ve istekli olunca, Speciality Coffee

Association'ın akredite eğitmenlerinden, uluslararası geçerliliği olan sertifika eğitimi aldım ve eğitmen olarak çalışmaya devam ediyorum hala. Okumayı da çok sevdiğimden, kahve ile ilgili hangi kitabı, dergiyi bulursam alıyor ve öğrenmeye devam ediyorum.

Kahve kültürü konusunda en başarılı bulduğunuz ülkeler hangileridir? O başarının arkasında neler vardır?

Kültür söz konusu olunca başarılı veya başarısız diye kategorize etmek yanlış olur. Ancak kahve kültürü konusunda en çok ilgimi çeken Nordik ülkelerdir. Dünyada kişi başı en çok kahve tüketilen ülkeler de yine aynıdır. Finlandiya, Norveç, Danimarka, İsveç... İsveç'te fikasız bir günlük hayat düşünülemez örneğin. Fika, her şeye bir ara verip, kaba tabirle hayatı durdurup kahve içmek anlamına gelir. Yanında bir tatlı da şart tabi. Şirketlerde fika için belirlenmiş molalar vardır. Hatta yeni tanıştığınız kişi fikaya davet eder de gitmezseniz hoş karşılanmaz, saygısızlık olarak kabul edilir.

Nordik ülkeler bizim alışkın olduğumuz kavurma derecesinden daha az kavurulmuş kahve tercih ederler, bu da kahvedeki yanık tatları azaltıp daha farklı aromaları hissetmenizi sağlar. Asidite daha yüksek olduğundan ekşi tatlar ön planda olur. Ülkemizde üçüncü dalga kahve akımının yayılmasıyla birlikte biz de bu tatlara erişebilir olduk artık. Çok koyu kavurulmuş kahve tercih

edip yeniliklere uzak olanlar için ise bir opsiyon bile değil bu kahveler.

Sizin vazgeçemediğiniz içecek, demleme yöntemi ya da vazgeçemediğiniz kahve çekirdeği var mı?

Yeniliklere ve farklı tatlar denemeye çok açık biri olduğum için tek bir türe bağımlı kalamıyorum. Pour over demleme, Aeropress ve moka pot sıklıkla tercih ettiğim yöntemler. Sütlü içeceksem de flat white veya cortado hazırlıyorum. Çekirdek olarak ise Latin Amerika çekirdeklerini daha keyifli buluyorum.

Üçüncü dalga kahve akımı nedir, Türkiye'de nasıl bu kadar hızlı yayıldı ve en önemlisi siz bu konuda neler düşünüyorsunuz?

1900'lerin başlarında, granül kahve ile başlayan akım birinci dalga olarak adlandırılıyor. Suyu karıştırıp eriterek tükettiğimiz kahveler pratik olması sebebiyle çok tercih edilmesine rağmen, işlem gördükleri için, çeşitli sağlık gerekçeleri ve yeni tat arayışları dolayısıyla yerini ikinci dalgaya bırakıyor.

İkinci dalga ise 1960'ların sonunda, zincir kahvecilerin açılması ve caffè latte, cappuccino gibi espresso bazlı kahvelerin hayatımıza girdiği dönem. Bu dönemde, kahve çekirdekten öğütülerek hazırlanmaya başlıyor ve çok daha iyi tatlar alınıyor. Kafelerin artıp sosyal ortamlar yaratması ve paket kahve (karton bardakta) servisi yayılıyor.

Üçüncü dalga kahve akımı ise bizi nitelikli kahve deneyimiyle tanıştırıyor. Şu an içinde bulunduğumuz bu akımda, kahvenin hikayesi de işin içine giriyor. Kahve hangi ülkede, hangi rakımda yetişti, hangi familyaya ait, hangi işleme yöntemi kullanıldı, ne zaman hasat edildi ve ne zaman kavruldu gibi detay bilgilere erişebiliyoruz. Bunların yanında çok farklı demleme ekipmanları da ortaya çıktı. Aynı çekirdeği farklı ekipmanlarla demlediğinizde bambaşka tatlar alabiliyorsunuz. Bu çok yönlülük ve farklı aromaları tadabilme keyfi üçüncü dalgaya olan ilgiyi oldukça arttırdı ve kahvenin bambaşka bir dünya olduğunu gösterdi. Nasıl daha da iyi kahve içeriz'e cevap bulabilmek için sürekli çalışmalar yapılmaya devam ediliyor, hatta bu kahveleri yetiştiren çiftçiler dahi eğitimlerle ve daha iyi çalışma koşullarıyla destekleniyor. Ne içtiğimi bildiğim ve bir seremoni ile hazırlanan kahve beni mutlu ediyor. Dördüncü dalganın ne getireceğini merakla bekliyorum.

Gerçek Etiyopya Kahvesi, Gerçek Lezzet!

Etiyopya tarlalarından fincanlarınıza ulaşan bu lezzeti ve iş yerinize özel çözümleri keşfetmek için siz de hemen **Addis Ababa Coffee** ile tanışın!



f addisababaturkiye @ coffeeaddisababa

Addis Ababa Coffee, Bir **KUMTEL** Markasıdır.



KUMTEL

YEPYENİ ÜRÜNLERİMİZLE
BULUŞMAK İÇİN

STANDIMIZA DAVETLİSİNİZ!

15-18 EYLÜL ZUCHEX EV VE
SALON 7/A32 MUTFAK EŞYALARI
FUARI

ZUCHEX
EV VE MUTFAK EŞYALARI FUARI



0850 333 56 85

Türkiye Geneli Yaygın ve Hızlı Servis Ağı

Kahve festivallerinde geri sayım başladı



Alper Sesli Dream Sales Machine Başkanı



Dream Sales Machine Başkanı Alper Sesli, Bodrum ve İzmir'in ardından heyecanla diğer festivaller için çalıştıklarını belirterek, "Sırada Ankara, İstanbul ve Diyarbakır festivallerimiz var. Yeni ve yenilikçi festivallerle sektörü geliştiriyoruz. Etkinlik endüstrisinde yine fark yaratacağımız festivallerimiz için geri sayımdayız artık. Kahve festivalleri kahve endüstrisinde dünyanın en büyük life style etkinliği olarak kabul ediliyor. Bu yıl Ankara'da altıncı, İstanbul'da sekizinci kez ve Mezopotamya'nın büyüğü toprakları olan Diyarbakır'da ise ilk kez hem kahve profesyonellerini fuarda hem de kahveseverleri festivalimizde buluşturacağız." dedi.

Etkinlik endüstrisinde nitelikli ve ses getiren projelere imza atan Dream Sales Machine'in gerçekleştirdiği Türkiye'nin marka festivali Coffee Festival'ler, Bodrum ve İzmir'in ardından şimdi de Ankara, İstanbul ve Diyarbakır için geri sayıyor.

Dream Sales Machine tarafından düzenlenen ve Türkiye'nin marka festivali konumunda bulunan kahve festivalleri kapılarını ilk kez Bodrum ve İzmir'de açarken, 2022 festival takviminde sırada 23-24-25 Eylül'de Ankara Coffee Festival, 6-9 Ekim'de İstanbul Coffee Festival ve 28-29-30 Ekim'de ise Mezopotamya Coffee Festival ve Fuarı var.

Kahve severler bu yıl 6.sı düzenlenecek Ankara Coffee Festival için 23-24-25 Eylül'de Bilkent Center'da, İstanbul'daki kahve tutkunları ise 8.kez 6-9 Ekim tarihleri arasında İstanbul Küçükçiftlik Park'ta buluşacak. Mezopotamya'nın ilk kahve festivali ise 28-29-30 Ekim 2022 tarihlerinde Alz Diyarbakır Mezopotamya Uluslararası Fuar ve Kongre Merkezi'nde gerçekleştirilecek.



TEKA

Hayata tat katan anlar

ŞİKAYETVAR MÜŞTERİ MEMNUNİYET
DÜZEYİ ENDEKSİ'NDE TEKA MARKASI **95.4** PUANLA
**EN YÜKSEK MARKA
KONUMUNA ERİŞTİ**



“TÜRKBESD: “Yılın geri kalanında ciddi önlemler alınmalı”



Küresel ölçekte enflasyonun yükseldiği, Rusya ile Ukrayna arasındaki savaş nedeniyle tedarik sorunlarının yaşandığı, enerji ve ham madde fiyatlarındaki artış nedeniyle ekonomik sıkıntıların daha da ağırlaştığı bir süreçten geçtiklerini söyleyen TÜRKBESD Yönetim Kurulu Başkanı Can Dinçer, uluslararası konjonktürdeki olumsuzlukların özellikle de ana ihracat pazarı olan Avrupa’da ekonomiyi olumsuz etkilediğini ifade etti: “Temmuz ayı verilerine baktığımızda ihracatımız 2021 Temmuz ayına kıyasla %7 daralmış durumda. İç satışlarımızda ise %2’lik bir daralma söz konusu. Yılın ilk 7 ayı itibarıyla iç satış ve ihracat olmak üzere toplam satışlarımızın ise bir önceki yıllara karşılaştırıldığında %2 daralarak 19.361.159 adet gerçekleştiğini görüyoruz. Mevcut konjonktürden sektör olarak yara almadan çıkmak üzere çaba sarf ediyoruz.

Uluslararası pazarlardaki rekabet gücümüz ve yılın geri kalanında üretim ve ihracat yapımızın devamı açısından bazı önlemler alınmasının kritik olduğuna inanıyoruz. İç satışlardaki düşüşün üretimi etkileyebileceği dikkate alındığında, kredi kartı taksit sayılarının artırılması ve ÖTV’nin kaldırılması faydalı olacaktır. Lokomotif konumdaki sektörümüz için maliyet yükü oluşturan korumacı önlemlerin de tekrar değerlendirilmesi önem arz etmektedir.”



Can Dinçer TÜRKBESD Başkanı

TÜRKBESD Beyaz Dünya Temmuz 2022

Dört Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
Adet / Yıl	1.894.046	1.864.649
Yüzde değişim	% 2	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	16.371.465	16.816.855
Yüzde değişim	-% 3	
İÇ SATIŞ		
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	581.730	559.799
Yüzde değişim	% 4	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	4.189.592	4.134.284
Yüzde değişim	% 1	
İHRACAT		
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	1.441.547	1.502.519
Yüzde değişim	-% 4	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	12.640.241	12.435.475
Yüzde değişim	% 2	
İTHALAT		
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	10.922	11.345
Yüzde değişim	-% 4	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	65.378	71.118
Yüzde değişim	-% 8	

Altı Ana Ürün

	ÜRETİM	
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
Adet / Yıl	2.071.425	2.164.808
Yüzde değişim	-% 4	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	18.575.942	19.649.288
Yüzde değişim	-% 5	
İÇ SATIŞ		
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	615.625	628.313
Yüzde değişim	-% 2	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	4.870.809	5.264.611
Yüzde değişim	-% 7	
İHRACAT		
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	1.605.455	1.726.565
Yüzde değişim	-% 7	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	14.490.350	14.517.179
Yüzde değişim	% 0	
İTHALAT		
	Temmuz 2022	Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	22.711	24.522
Yüzde değişim	-% 7	
	Ocak-Temmuz 2022	Ocak-Temmuz 2021
	Adet / Yıl	Adet / Yıl
	168.269	378.723
Yüzde değişim	-% 56	



Electrolux

Mükemmel hamur işleri için buhar ilavesi ile pişirin

SteamBake Buhar İlaveli Fırın

Standart
Fırınlar

Electrolux
SteamBake
Fırın



SteamBake Buhar İlaveli Pişirme



Wi-Fi ve My Electrolux Kitchen
Uygulama Bağlantısı



Piroolitik Temizleme Sistemi

For better living, designed in Sweden

www.electrolux.com.tr



Ne liderlik ne yöneticilik; bize lazım olan Yönderlik!



anlayışını benimsemiş şirket yöneticileri ancak iyi ve başarılı ekipler yönetebiliyorlar.

Her şirkette gönülden bağlı, pamuk ipliği ile bağlı, eli kolu bağlı ve tabii bağlanan durmaz dediğimiz çalışanlar var. Yönderliğin en önemli özelliği de gönülden bağlı çalışan sayısını yukarıya çekebilme becerisi. Çünkü artık çalışanlar duygu ve değer odaklı ilham alabilecekleri

kişilere bağlı olarak çalışmak istiyorlar. Gönülden bağlı çalışmasını arzu ettiğimiz kişiler, otorite, para, marka gücü, unvan, konforlu odalar ve bunun gibi her an değişiklik gösterebilecek unsurlara bağlı olarak çalışmazlar. İnanmışlığın temel olduğu, kendini ifade edebilme, neden niçin sorularının yadırganmadığı ve kendini iyi hissetme duygusunun hâkim olduğu ortamlarda çalışanlar ve üretken olurlar.

Eskiden bir şirkette bir lider altında birçok yönetici, onların altında görevlerinde uzman olan ekiplerin olması işleyiş için fevkalade yeterli bir organizasyondur. Şimdi ise yine bir lider, unvan olarak olsa da diğer kişilerin depozisyonundan ayrılmış zihniyette hem lider hem yönetici özelliklerini taşıması ve işlerini bu kimlikle yönetmesi gerekiyor. Liderliğin cesur, atak, hızlı, vizyoner, sonuç odaklı ve ilham veren tarafları ile birlikte yöneticiliğin, süreçleri bilen, detayları görebilen, kolay ulaşılabilir ve statü seviyesi gözetmeksizin iyi iletişimci kimliklerini de iş modeline alması zorunlu görünüyor.

Ve en tepeye iki önemli özelliği daha eklemek lazım. Biri değer bilmek diğeri yetenekleri keşfedebilmek.

Değer bilmek başka, değeri gösterebilmek başka şeylerdir. Mühim olan değer vermekle içi boş övgü dolu sözlerin aynı şeyler olmadığını ayırt edebilmektir. Değeri gösterebilmek kolayca benimsenebilir, maliyetsizdir, anında iyileştirici etkiye sahiptir, durumları düzeltmek ve potansiyeli performansa döndürmek için belirgin etki yaratacak sadece zihinsel bir durumdur. Ne kadar basit gibi görünse de kolay elde edilen ve yaygın bir özellik değildir iş dünyasında. Otoriteyi saygı ile, korkuyu disiplini ile, anlayışlı olmayı yüz göz olmakla karıştırmış bir kültürün dönüşmesi çok kolay değil.

Doğru bir yönetim ve başarılı organizasyonlar oluşturmanın önündeki ilk 5 zorluk şunlardır;

- Rol model olamamak,
- Başkalarına ilham verme ve motive etme konusunda yetersizlik,
- Geleceğe dair vizyon yaratıp iletişimini yapma konusundaki eksiklik,
- Gelişime ve inovasyona yol açabilecek şekilde mevcut koşullara meydan okuma konusunda isteksizlik,
- Diğer kişileri güçlendirememek.

Yeni kuşağı bu anlamda mevcut yönetim anlayışını değiştirici bir güç ve oldukça parlak görüyorum. Birçok kişiye göre müdanasız diye tabir edilen halbuki özünde önce insan olarak değerli görülmeyle öncelik kılan bu yeni nesil, öyle ya da böyle eski yönetimlerin biatın makbul, çok çalışmanın elzem, görevi yerine getirmenin kâfi olduğu anlayışı değiştirecekler gibi görünüyor.

Tabii ki gençlerin bu değişikliğin öncüsü olmaları inancı ile birlikte, kendilerinde olması zorunlu olan ve teknik beceriler dışında önemli özellikleri de kendilerine katmaları, suçlayıcı rolden çıkarak kendilerini iyileştirmeleri gereken alanları olduğuna inanıyorum.

Linkedin Learning'in işe alım oranlarını temel alan araştırmasına göre, en çok talep gören teknik olmayan beceriler; adaptasyon, iş birliği, yaratıcılık, ikna ve duygusal zekâ. Aslında LinkedIn'in daha önceki yıllarda yaptığı araştırmaların sonuçları da pek farklı değil. 2019'dan bu yana listeye yeni eklenen tek beceri duygusal zekâ olmuş.

McKinsey tarafından yürütülen bir araştırmanın sonuçlarına göreyse insan kaynakları profesyonelleri giderek otomatikleşen dünya için gerekli olan ve eksikliği nedeniyle iş alım yapmakta zorlandıkları başlıca teknik olmayan becerileri şu şekilde raporlamışlar:

- Problem çözme, eleştirel düşünme, yenilikçilik ve yaratıcılık
- Karmaşıklık ve belirsizlikle başa çıkma
- İletişim

Fark edeceğimiz üzere yeni kuşak mensuplarında pek göremediğimiz ama önceki kuşaklarda nerdeyse doğuştan gelen yetenek olarak kabul edilen nitelikler de yeni kuşaklarda yok. O halde dünya hızla dönüşürken, zorlu ekonomik koşullar ve rekabetin acımasız rüzgârı tüm gücüyle eserken, aynı hedef için çalışan karma kuşakların, ortak değerlerde ve yetkinliklerde buluşmak, birbirlerini hata ölçerle tartmak yerine, güç birliği yapmaktan başka bir çıkar yolları olmadığı çok açık gözüküyor.

İnsanın içinde yaşadığı çağ ile ilgili kimlik halleri var. Üretmenin ve tüketmenin asıldığı, adına kapitalist düzen denilen bir dönemin içinde yaşıyoruz. Bu çağın içinden geçerken iş dünyası çok mühim bir yer teşkil etmekte. Edinilen iş unvanları, bireyin sahip olduğu diğer sıfatların ötesinde bir kimlik haline dönüşmüş durumda.

Geçmiş kuşaklara ait olan Baby Boomer, X ve Y kuşağının temsilcileri için, iyi okullarda okumak, ardından iyi gelir getirmesi önemli olmasa da itibarlı bir mesleğe sahip olmak, hayattaki varoluş nedeninin karşılığı durumundaydı. Bu dönemin temsilcileri hala tanışma ortamlarında, önce ne işle meşgul olduklarını anlatmakla veya sormakla sohbete başlarlar. Oysa ki insanın bir iş elbisesi bir de yaşam elbisesi vardır. İş hayatından edinilmiş kimlikler aile ve sosyal hayatın önünde olduğundan ve çoğu zaman iç içe geçtiğinden bence kayıp kimliklerin çokça olduğu bir dönem aynı zamanda. Neyse ki günümüz gençleri bu tuzağa gelmiyor ve kimliklerini yaptıkları işlerden ayrı tutabiliyorlar.

Günümüzde eski kuşakların işleri de pek kolay değil artık. Yılların tecrübe ve alışkanlığı ile sert, otoriter ve mesafeli olmak, iyi bir yönetici olmak için başarı merdivenlerinin en sağlam basamağını oluştururken, artık bu özellikler geleneksel, iletişimi zor, kabul edilemeyen ve hatta çokça reddedilen bir hale dönüşüyor. İş dünyasında iyi bir yönetici olabilmek için insan ve duygu odaklı olmak gerekiyor artık. Pandemiyle beraber gelen ve birçok şirkette uygulaması devam eden uzaktan veya hibrit çalışma modeli sebebi ile kalbe dokunan ve insan odaklı yaklaşım modelinin gerekliliği tartışılmaz oldu. Çalışan bağlılıkları zayıfladı herkes iş ve yaşam döngüsünü, zamanını ve yaşam hedefini tekrar gözden geçirir oldu.

O yüzden artık ne liderlik ne de yöneticilik tek başına makbul bir nitelik. İkinin de özelliklerini içinde harmanlamış olan yönderlik



QUALITY FOR LIFE



*H-DRY 500 Professional kurutma makinesi ile
zamandan ve enerjiden tasarruf sağlayın.*

- 11 KG'a varan kurutma kapasitesi
- Yüksek enerji verimliliği
- Hızlı kurutma programları (30", 45", 59")
- Akıllı programlama teknolojisi
- Active Dry doğal ve hijyenik kurutma özelliği
- Aquavision kolay taşınabilir su tankı



0850 811 12 90 hoover.com.tr HooverTurkiye HooverTurkiye hoover_turkiye hooverturkiye

hOn uygulamasını indirin ve
ürün performansınızı geliştirin.



Çekirdek kahve sektöründe harmanlama vakti

Perakendecilik sektöründe 1954 yılından bu yana faaliyet gösteren Başak İnovasyon Mağazacılık, inovatif çalışmalarına bir yenisini daha ekleyerek kahve üretim sektörüne de adım attı. Yeni nesil perakendecilik anlayışı ile yola çıkan şirket, Siemens tam otomatik kahve makineleri ile uyumlu kahve çekirdekleri üretecek. **“Aslında biz 3 kuşaktır çekirdekten beyaz eşyacıyız ama şimdi engin tecrübelerimizi çekirdek kahve sektöründe harmanlama vakti”** fikriyle yola çıkan Başak İnovasyon Mağazacılık yetkilileri, Siemens markasının kahve makineleri satışı esnasında tüketicilerinden gelen talepler doğrultusunda bu sektöre giriş yaptıklarını ifade etti. Gelen talepten oldukça memnun olduklarının altını çizen firma yetkilileri, ilk 2 parti kahvenin hızlı bir şekilde tükendiğini ve aynı zamanda kahve makinesi satışlarının da arttığını dile getirdi. Üretim kapasitenin hızla artırılarak tüketicilerden gelen yeni taleplerin karşılanacağını ve bir beyaz eşya mağazası olmanın çok ötesinde bir hizmet anlayışına sahip olacaklarını vurguladılar. Başak



İnovasyon Mağazacılık hedeflerine emin adımlarla ilerliyor ve yeni markası Bastrop kahve çekirdeklerini hem mağazalarında hem de online satışta hizmete sunuyor.

Beko'dan Aeroflow teknolojisi ile buzdolaplarında yeni nesil soğutma sistemi

Beko, yeni nesil no-frost soğutma sistemi Aeroflow ile tazeliği tüm buzdolabına yayarak yiyeceklerin yüzde 30'a kadar daha taze kalmasını sağlıyor. Beko, iyi ve sağlıklı yaşam vizyonu doğrultusunda geliştirdiği yeni Aeroflow soğutma teknolojisi ile tazeliği tüm buzdolabına yayarak hem gıdaları hem de cebinizi koruyor.

Yeni Aeroflow teknolojisine sahip buzdolapları, rafların üzerine doğrudan üfleme yapmadan etkin bir hava dağılımı yapıyor ve yiyeceklerin yüzde 30'a kadar daha uzun taze kalmasını sağlıyor. Farklı hacimlerde ihtiyaca uygun alternatiflerle satışa sunulan Aeroflow teknolojisi 78 cm ve 83 cm genişlikteki, 550 litre ve üzeri geniş hacimli, dolapların yanı sıra 70 cm ve 60 cm genişlikteki buzdolaplarında da satışa sunuluyor. Aeroflow yeni nesil soğutma sistemli buzdolapları, yiyecekler üzerinde yüzde 20 oranında daha az ağırlık kaybına uğramasını sağlayarak gıdaların nem içeriğini, rengini ve dokusunu koruyor.



Remington'dan hibrit tıraş makinesi

Remington, yine bir ilke imza atarak yeni nesil hibrit tıraş makinesi tasarladı. Erkeklerin saç ve sakal stilini oluşturmaları için ihtiyacı olan her şeyi sunan Remington Omniblade Serisi'ni diğer tıraş makinelerinden ayıran birçok farklı fonksiyona sahip olması. Cilde yakın bir tıraş sağlayan özel kesim ve dokulu bıçaklarıyla 0,15 mm'ye kadar kesim performansı gösteren Omniblade'in alametifarikası olan bıçakları 5 yıla kadar dayanıyor ve böylelikle diğer makinelerin aksine birkaç ayda bir bıçak değiştirme zahmetinden sizi kurtarıyor. Üstelik Omniblade farklı stiller oluşturmak için özel olarak geliştirilen ilave aparatlara da sahip. 50 mm ana bıçağı, ayarlanabilir hassas kadranlı tarağı (0,5-5 mm) ve 3/6/9



mm burun ve kulak düzeltici aparatı ile en üst düzeyde hassas yüz bakımı sağlarken vücut tarağıyla da temiz görünen bir tıraş keyfi deneyimlenmesini sağlıyor.

LG A9K Pro temizlikte beklentileri yükseltiyor



LG Electronics (LG), yeni dik süpürgesi LG A9K Pro ile derinlemesine temizliği bir üst seviyeye taşıyor. Kolay toz toplama ve kolay boşaltma imkanı veren LG KOMPRESSOR™ teknolojisine sahip LG A9K pro, çalışma süresini 120 dakikaya çıkarabilen Dual PowerPack™ bataryası, tek dokunuşla kolay kontrol mekanizması, HEPA Filtreli 5 Adımlı Filtrasyon Sistemi ve çıkarılıp yıkanabilen filtreleriyle de dikkat çekiyor. Üstelik LG'nin 31 Ağustos'a kadar sürecek kampanyası ile A9K pro süpürge alanlar LG Total Care başlık kiti ve Mop Nozzle kazanma fırsatı da elde ediyor.

Ayakaltında dolanan kablolardan özgürleştiren dik süpürgeler, daha konforlu bir temizlik için

tercih edilirken, hemen biten bataryalar ve hızla dolan hazneler can sıkıyor. Bu noktada LG'nin çözümü temizliği daha keyifli hale getiren benzersiz ürünü LG A9K Pro oluyor. Üstün teknolojisi ve tasarımlarıyla yaşamı daha keyifli hale getiren ürünler sunan LG, kablolu dik süpürge LG A9K Pro'nun geliştirilmiş özellikleriyle daha detaylı ve uzun süreli temizlik yapmaya imkan veriyor. 2,4 kat* daha fazla sıkıştırma kapasitesi sunan LG KOMPRESSOR™ teknolojisi, toz ve saç gibi kirleri haznede sıkıştırarak hemen dolan hazneler yüzünden uzayan temizlik sürelerinin kılmasını sağlıyor, zaman kazandırıyor. Dual PowerPack™ özellikli değiştirilebilir pilleriyle temizlik yaparken şarj da edilebilen LG A9K Pro ile kesintisiz 120 dakikaya kadar temizlik yapmak da mümkün hale geliyor. Böylece başlanan işler yarım kalmıyor.

Ekstra geniş **80 litre ankastre**
fırın ile evdeki usta şefler
simfer 'i tercih eder



simfer

www.simfer.com.tr

Homend ile kışa hazırlıklı girin

Ürünlerinin tasarımı ve fonksiyonelliği ile hayatınızı kolaylaştıran Homend, kış mevsimine hazırlık için evlerde başlayan domates konservesi ve salça yapımını zahmetli ve yorucu bir iş olmaktan çıkarıyor. Homend Meatbox 3100H ve Homend Functional 2804H ile kışlık domates konservelerini ve salçaları sağlıklı şekilde hazırlamak artık çok kolay. Evinizde en pratik şekilde ve içinize sinerek hazırlayacağınız kışıklarınızla, yemeklerinizin lezzetine de doyum olmayacak.

Homend'in kıyma makinesi Meatbox 3100H, üstün performansı ile sadece etleri kıyma haline getirmekle kalmayıp, kışlık domates ve salça yapımında da sizi hayrete düşürecek bir konfor sağlıyor. Kilolarca domatesi, istediğiniz şekilde çekerek kışık hazırlıklarınız sırasında mutfağınızda vazgeçemeyeceğiniz bir kolaylık sunan



Homend Meatbox, paslanmaz çelik aparatları ile de hazırlıklarınızı güvenle yapmanızı sağlıyor.

Homend'in üstün performanslı mutfak robotu Functional 2804H de görenleri kendine hayran bırakıyor. Mutfağınızdaki kış hazırlıkları sırasında vereceğiniz her görevi 1000 Watt'lık olağanüstü gücüyle en pratik şekilde yerine



getirecek olan Homend Functional 2804H, 1,5 litrelik kapasiteye sahip haznesiyle, işlerinizi ara vermeden yapmanızı sağlayarak size zaman da kazandıracak. Blender, çırpma, dilimleme özelliklerinin yanı sıra doğrama ve rendeleme işlerindeki performansı ile de göz dolduran Homend Functional, çalışırken yerinden kıpırdamamasıyla da kullanımda rahatlık sunuyor.

Goldmaster “Hazz Otomatik Filtre Kahve Makinesi” ile doyumsuz kahve keyfi

Kişisel bakımdan mutfak ürünlerine, elektronikten sağlık ürünlerine onlarca kategoride yüzlerce ürün seçeneği sunan Goldmaster, Hazz Otomatik Filtre Kahve Makinesi ile hazzına doyum olmaz bir kahve deneyimi sunuyor. İki farklı aroma ayarı ile damak tadınıza en uygun kahveyi yapabileceğiniz filtre kahve makinesinde bulunan 24 saat ayarlanabilir programlayıcısı sayesinde dilediğiniz saatte kahveniz hazır oluyor.

Ev ya da ofis kullanımına uygun Hazz Otomatik Kahve Makinesi'nin 1.8 L kapasiteli cam demliğinde yaklaşık 15 fincana kadar mis gibi kahve yapmak tek bir dokunuşla mümkün olurken, temizlenebilir plastik filtresi de tekrar kullanılabilir



özellikleri ile fark yaratıyor. Aşırı ısınma ya da susuz kalması durumunda çalışmama özelliği ile güvenli bir kullanım sunarken, 30 dakika sıcak tutma özelliği ile de sıcak kahveye ulaşmanın en kolay yolunu sunuyor. Damlatma yapmayan valf tasarımı ile mutfağını temiz tutmaya özen gösteren kadınların gözdesi olan Goldmaster Hazz Otomatik Filtre Kahve Makinesi, tek düğme ile kendini temizleme özelliği ile de kullanıcılarından tam not alıyor.

Hoover kurutma makineleri geleceği evinize taşıyor

Giysiler için geniş alan ve en iyi bakımı sağlayan 11 KG kurutma kapasitesi, çamaşırlarınıza ideal özeni gösterir. Tamburun yuvarlatılmış şekli, giysileri güçlü mekanik titreşimlerden koruyarak hassas biçimde hareket ettirir. Sıcak hava yuvarlatılmış yüzeyden düzgün bir şekilde geçer ve daha düzgün bir kurutma için “yastık” etkisi yaratır. Isı pompalı kurutma teknolojisine sahip H-DRY 500 Professional, A++ enerji verimliliği seviyesinde tasarruflu ve verimli kurutma yapmanızı sağlar. H-DRY 500 Professional sınıfının en iyi kurutma makinesi olmasının yanı sıra, çevre dostudur. Kullanılan kurutma teknolojisi sistemiyle, rakiplere kıyasla çevreye olumsuz etkisi 30 kata kadar azaltılmıştır. Bu yeni nesil teknoloji sayesinde, kurutma esnasında atmosfere salınan sıcak hava salınımı sebebiyle oluşan GWP* etkisi, %95 oranında düşürülmüştür.

Hoover hOn uygulaması, Wi-Fi ve Bluetooth ile makinenizi uzaktan kontrol etmenizi, yeni ve faydalı özelliklere erişmenizi sağlar. Makinenizi başka bir odadayken veya evde olmadığınızda bile yönetebilirsiniz. Akıllı telefonunuz ile makinenizi açabilir / kapatabilir ve programları kullanabilirsiniz.

Özelleştirilmiş 9 farklı Bakım Programı'ndan biri tam size göre. H-DRY 500 Professional'de bulunan, kumaş türü ve ihtiyaca özel geliştirilen özel bakım programları sayesinde tüm çamaşırlarınız ilk günkü gibi görünür. Fitness bakımdan pamuklu bakıma, extra bakımdan hassas ve taze bakıma kadar çamaşırlarınıza, türüne özel özeni gösterecek programlar için siz de H-DRY 500 Professional ile tanışın.



DELTA



BÜTÇENİZİ KORUYAN TEKNOLOJİ



444 75 25



deltasogutma.com.tr



/deltasogutma



Yeşilçam'ın en iyi 5 futbol filmi

1

Dar Alanda Kısa Paslaşmalar (Serdar Akar - 2000)

Başkanıyla, hocasıyla, futbolcusuyla ve taraftarıyla amatör bir takımın (Esnafspor) profesyonelce anlatılmış öyküsü. Gerçek bir olaydan esinlenen film, "Hayat fena halde futbola benze" sloganına uygun bir paralellikte işliyor. Filmde 90'ların ünlü futbolcularının da küçücük rolleri var. Özellikle Savaş Dinçel ustanın döktürdüğü filmde, Müjde Ar ve Erkan Can da çok iyi performanslar vermişti.



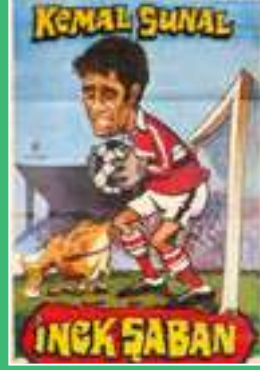
4

İnek Şaban (Osman F. Seden - 1978)

Kemal Sunal'ın

filmlerinde zaman

zaman komedi unsuru olarak kullanılan "karıştırılan ikizler" trüğünün başarılı bir uygulaması. Bir karpuzcu ile benzerliği sayesinde mecburen yerine geçtiği hovarda ve ünlü kalecinin mizahi hikâyesi. Kemal Sunal'ın en iyi işlerinden değil ama başta Dinçer Çekmez (bana Mazlum'un getirin!) olmak üzere yardımcı karakter oyuncularından azami verim alınan komik bir film olmuş.



2

Ya Ya Ya Şa Şa Şa (Ümit Efekan - 1985)

Komedi filmlerine dozunda bir dramı başarıyla eklemek gibi zor bir iş başarılmış. 3. Ligden Fenerbahçe'ye uzanacak yetenekte bir kapıcı çocuğunun trajikomik hikâyesi. Paranın ve şöhretin ezici gücü olanca gerçekçiliğiyle resmediliyor. Futbolun sosyo-ekonomik yönü hakkında zamansız bir mesajı var. Filmin diğer güçlü yanı da İlyas Salman - Münir Özkul ikilisinin müthiş oyunculukları.



5

Aşk Tutulması (Murat Şeker - 2008)

Futbol totemleriyle kafayı bozmuş fanatik Fenerbahçeli yakışıklı delikanlı ile güzel bir kızın yavaş yavaş ısınan aşk hikâyesinde Fenerbahçe de önemli bir katalizör görevi görüyor. Kahramanımızın, kendisi de Fenerbahçeli olduğu halde müstakbel damadından pek hazzetmeyen kayınpederi ile mücadelesi de cabası. Yönetmen, filmini kadınların da erkeklerin de ilgisini canlı tutacak (yapılması çok zor olan) bir romantizm-futbol aşkı çizgisinde tutmayı başarmış.



3

Gol Kralı (Kartal Tibet - 1980)

Aziz Nesin'in ilk baskısı 1957 yılında yapılan çoksatın romanından yıllar sonra yapılan ama güncelliğini maalesef bugün bile pek kaybetmemiş bir uyarlama. Köklü ve varlıklı bir ailenin son erkek temsilcisi olan Sait Hopsait'in güçsüz, silik bir tipken devasız aşkı uğruna konfor alanının dışına çıkarak çok iyi bir futbolcuya dönüşmesinin Nesin'in hicvin doruklarındaki kaleminden yansıması. Film de seyirciyi 1980 yılının Fenerbahçeli ve Beşiktaşlı oyuncularını figüranlığında eğlenceli bir çizgide eğlendiriyor. Romanın çizgisine ulaşamasa da yine de belirli bir sosyal taşlama kalitesi mevcut.



EYLÜL 2022 • SAYI: 279

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

Grafik
Ali ANIL
aliosmananil@gmail.com

Yönetim Yeri ve Adresi
Dağıtım Kanalı Reklam Ajansı
Atatürk Mah. Ertuğrul Gazi Sok.
Metropol İstanbul A Blok No:2E K.21 D.331
Ataşehir / İstanbul
Tel: (0216) 709 70 80 Faks: 0850 522 34 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.

LUXELL

36
AY
GARANTİ

ZUCHEX

15-18 EYLÜL 2022
32. ULUSLARARASI
EV VE MUTFAK EŞYALARI FUARI

Platinum

85L

EN GENİŞ
İÇ HACME SAHİP
ANKASTRE FIRINLAR



LUXELL
EN YENİ
ÜRÜNLERİ İLE
BİRLİKTE
TÜYAP
FUAR ALANI
8. SALON
B-20'de


**Fast
Cook**
SERİSİ

FAST FRYERLER
YAĞSIZ FRİTÖZLER



XXL





Perfetto, çekirdekten fincana.

De'Longhi 'çekirdekten fincana' kahve makineleri ile favori kahveniz evinizde sizi bekliyor. Taze öğütülmüş, tek dokunuşla hazır, özenle demlenmiş, mükemmel köpüklü: Yani, perfetto. shop.delonghi.com.tr

De'Longhi