65026

PLATFORM

Zeitschrift für Wirtschaftsleben und Kultur | Avrupa Türklerinin İş Dünyası ve Kültür Dergisi | Yıl: 1 | Sayı: 2 | Haziran '04 | ISSN 1613-8112| 4,50 EUR



Portre
Horst Köhler



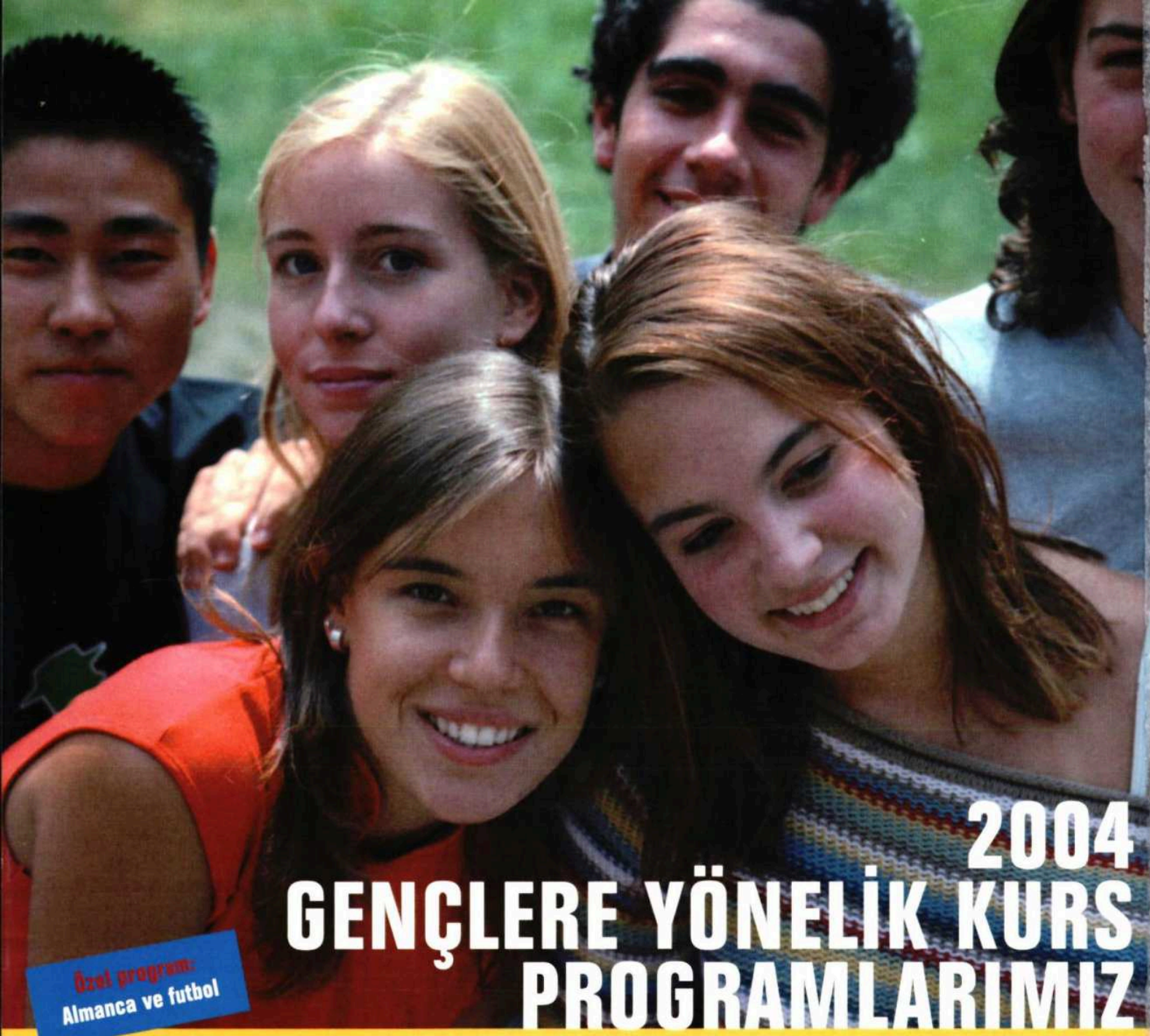
Kadın Patronlar
Sevda Boduroğlu

Verimlilik artırma stratejileri
Performans Yönetimi

Pazar araştırması nasıl yapılır?

Bu ay Bilgi Serisi'nin ilki ücretsiz...
Ausbildung eki Platform'la birlikte...





2004 GENÇLERE YÖNELİK KURS PROGRAMLARIMIZ

Özel program:
Almanca ve futbol

Almanca öğrenin ve ...

- Spor, yaratıcılık ve mükemmel tatil aktiviteleriyle dolu eğlenceli bir tatil geçirin
- Dünyanın farklı yerlerinden gelen insanlarla dostluklar kurun
- Almanya'yı tanıyın

Sunduğumuz hizmetler...

- 9 ile 20 yaş arası tüm yaş grupları için kurslar
- Tecrübeli ve yetkili eğitim kadrosu
- Almanya'nın en güzel yerlerinde konaklama imkanı

Daha fazla bilgi almak için bizimle irtibata geçiniz:

Goethe Enstitüsü
Dachauer Str. 122
D-80637 München
Tel: +49(0)89 159 21-200
Faks: +49(0)89 159 21-444

E-Posta: esj@goethe.de

www.goethe.de/jugend

GOETHE-INSTITUT

Arkamızda kimler var?

editör

sebahattin çelebi
celebi@platform-online.de

Değerli okurlar,

Platform'un ilk sayısı sizlere ulaştı. Birçok tebrik ve takdir içeren telefonlar, e-mailler aldık. Zahmet edip, bizi arayan, fax çeken, e-mail gönderen Platform dostlarına kalbi teşekkürlerimizi sunmak istiyoruz.

Mesajlarınız genelde cesaret veren, şevkimizi artıran türdeydi... Eksikler, eleştiriler de yok değildi elbette. Ancak herşeye rağmen, telefon açmış olmanız, e-mail atmanız, dergimize sahip çıktığınızı gösterir ki, bizim için en büyük ödül bu.

Bazı okurlarımız, sayfalarımıza taşıdığımız kişilerle ilgili eleştiriler getirdiler. Hepsini dinledik. Dikkate alacağımızı söyledik. Platform'un Yayın İlkeleri'ni elbetteki ilk sayımızda yayınlamamıştık. O nedenle okurlarımızın bazıları, zaman zaman tatlı sert eleştirilerde bulundular. İlkelerimizden en önem verdiğimiz bir tanesi şöyleydi oysa:

"Platform haber sayfalarında yeralan kişi, kurum ve oluşumlar hiçbir şekilde reklam düşüncesiyle yayınlanmazlar. Onların yaptıkları, insanımıza örnek olabilecek pozitif enerji verir nitelikteki işleri yayınlanır. Bunun dışında hiçbir şekilde kimse aklanmak, reklam yapılmak maksadıyla sayfalara taşınmaz. Platform'da haber yapılmak, bizlerin o kişiyi tasvip ettiği, onayladığı, sevdiği, takdir ettiği anlamını taşımaz. Haberler, objektif çerçevede yapılır. Kişilerin, bizi ilgilendiren ekonomi ve iş dünyası boyutu ön plana çıkarılır."

Bir de en çok, **"Arkanızda kimler var"** sorusu ile karşı karşıya kaldık. Arkamızda hiç kimse, ama hiç kimse yok. Bizler, yazın dünyasına gönül vermiş bir avuç insanız... Eğer illa birşey görmek isteyenler varsa, onlara cevabımız şu olacak: **Arkamızda, sadece yüzyılları besleyen Anadolu kültürü var... Biz bütün enerjimizi doğduğumuz topraklardan alıyoruz... Maddi olarak hiç ama hiç kimse yok... Platform,** İklim Verlag und Werbestudio GmbH**'nın sahip olduğu bir yayındır. Bütün finansmanı, kısıtlı imkanlar ölçüsünde kendi firmamızdan sağlanmaktadır... Eğer imkanlarımız büyük olsa idi, bu dergi sizlere aylık ulaşırdı zaten... 2 ay, bizim için çok uzun bir süre... İlk sayımızda sayfalarımızda gördüğünüz reklamlar, tamamen bize güvenen ve inanan dostlarımızın destek reklamlarıydı... Dergiyi görmeden reklam vermek, herkesin yapabileceği bir şey değildi elbette...**

Yayın politikamız mı?

Onu da, bir diğer ilkemizle sizlere duyurmuş olalım:

"Platform, ulusal ve evrensel değerleri savunur. Din, dil, ırk, kültür, dünya görüşü kişilere özgüdür. Platform'un amacı farklı ufukları birleştirmek ve ortak bir payda etrafında toplanabilmeyi gerçekleştirmektir. Platform, bunu yaparken de, milli değerlerimiz ve kültürümüz konusunda hassasiyetini korur...

Platform birlikte yaşama kültürünü savunur. Hiçbir şekilde bir görüş, kişi, millet, din, ırk veya kurum Platform'da aşağılanamaz, küçük görülemez..."

Evet... Umarım merak ettiğiniz bazı soruları yanıtlayabildik...

Platform yenilikçi ruha sahip, bir avuç kalem gönüllüsünün ürünü.. Bizi dimdik tutan güç de, bu ruhta zaten...

***

Platform Avrupa'da bir boşluğu doldurdu. **"Avrupa'da bu derginin muhatabı var mı?"** sorularıyla karşılaşmadık da değil aslında... Ancak biz, herkese bu dergiyle tek ve yalın bir mesaj vermiş olduk: **Bu derginin binlerce muhatabı var.** Platform Almanya genelinde postayla dağıtılan tek dergi. İlk sayımız Almanya genelinde 2 bin 997 adrese ulaştı. **"Neden 3 bin değil?"** demeyin! 3 adresi hatalı yazmışız... Türkiye'de de üst düzey 600 şirkete postayla gönderildi. Elinize aldığınız sayının 3 bin adeti Almanya'da, bin adeti de Türkiye'de postayla dağıtılacak. Hepsi belgeli... Dürüstüz, dürüst oynayacağız...

Platform'a vereceğiniz reklam ve abone desteği, bu kalitenin ve özgün çalışmanın sürmesine yardımcı olacaktır...

Daha güzel **Platform**larda buluşmak dileğiyle...

impressum / künye

sahibi / herausgeber
iklim verlag- und werbestudio gmbh
adres / anschrift
lutherplatz 4 • 63225 langen
telefon **06103 732 934**
telefax **06103 732 930**
internet | **www.platform-online.de**
e-mail | **info@platform-online.de**
tasarım / visuelle konzeption
iklim gmbh | www.iklim.de

yayın yönetmeni / chefredakteur | **sebahattin çelebi**
celebi@platform-online.de
haber müdürü / **sibel özgün**
ozgun@platform-online.de
yayın kurulu / redaktion
sebahattin çelebi, mehmet koca, şükrü uyanık, sibel özgün, duygu külahçı, ulrike brandhorst, alev özdemir, şahismail kaya, selim serdar iz, tarık gölezoğlu, cemil kantar, erdal pektaş, kamil kellecioğlu, süleyman kutsi, ertuğrul özgün, zeynep kaya, ertan yüce
redaktion@platform-online.de

kültür-sanat / kultur | **kamil kellecioğlu**
kellecioglu@platform-online.de
müzik dünyası | **alev özdemir**
ozdemir@platform-online.de
reklam / anzeigen | **christiane bechtel**
anzeigen@platform-online.de
nrw temsilcisi | **abdurrahman biçer**
türkiye temsilcisi | **sevgi kayabaşı**
+90 542 432 07 57

5500 adet basılarak, orta ve büyük ölçekli Türk işverenlere postayla gönderilmiştir. Platform'da yayınlanan, yazı, haber, fotoğraf, makale ve reklamlar İklim GmbH'nın yazılı izni olmadan hiçbir şekilde kopyalanamaz ve kullanılamaz. İlanların içeriğinden dergimiz sorumlu değildir. Dergimiz Basın Ahlak İlkeleri'ne uymayı taahhüd eder.

(c) Copyright 2004 iklim Verlag GmbH
PLATFORM, Avrupa Türk Yazarlar ve Sanatçılar Birliği üyesidir.

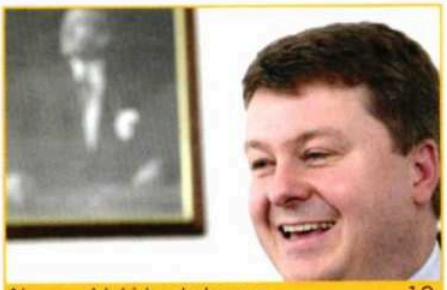
Platform erscheint zweimonatlich.
Exemplare: 5500.
Vertrieb: Deutsche Post
Der Einzelverkaufspreis beträgt 4,50 Euro

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und Internet nur nach vorheriger schriftlicher Zustimmung des Verlages.

ISSN 1613 - 8112
Printed in Germany

bu sayıda

Avrupa'nın en iyi ve en kaliteli Türk dergisi...



Almanya'daki bankalarımız 10

Oyak Anker Bank
yeni imkanlar sunuyor



Kadın patronlar 24

Hem duygusal, hem gerçekçi



Kültür 92

İstanbullu Donkişot!



Sanat Dünyası 70

Türkülere yaslan
be Halil İbrahim



fotoğraflar: iklim

IHK Offenbach'ın katkılarıyla hazırladığımız Ausbildung ekimiz Platform'la birlikte...

"Gerçeklik seni özgür kılar..."



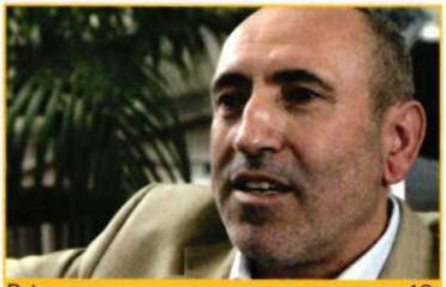
Kültür 84

Avrupalı yazar ve sanatçılar birleşiyor



Başarı öyküleri 6

Çorum nire, Madrid nire...



Potre 48

Peynirli bir patron öyküsü...

Editör [1] Avrupalılara Türkiye'yi anlatmak | Mehmet Koca [15]
Ist die Türkei reif für EU? | Teyfik Özcan [35] Ak akçe... | Kenan Özer [65]
Büyük başarıları, büyük riskler getirir | Sebahattin Çelebi [19]
Yazılım teknolojisi ve verimlilik | Sevgi Kayabaşı [39]
Çin mallarının istilası dünyayı etkiliyor | M. Ali Özkan [31]
Markalaşma süreci | Şükrü Uyanık [55]



Insan 60

Puslu denizlerin, şair fenercisi



Yeni Projeler 36

Ev al, kiracın ödesin



foto: dpa

Gündem 40

Bir göçmenin, başarı ve azim dolu hayat hikayesi

Kot pantolonlu yönetim [16] Pazar araştırması nasıl yapılır? [56]
Performans yönetimi [32] Swatch'ınız kaç dedirten adam [66] Okur mektupları [4]
Bulmaca [96] Top yuvarlak, mızıkacılar dört köşe [82] Sanatçı olmak istemezdim [76]
Sahnede bir göçmen: Hülya Karahan [72] Sazlı sözlü bir patron: Mahmut Öztürk [80]
Mamma! I Turchi vengono! [22] Varşova'da bir garip medya savaşı [44]
Öcünü hep biz aldık, herşeyini kaptırdık: Troya Efsanesi [88]

Eyüp Kökce
Bentour International Reisen GmbH

"Sayın Sebahattin Bey,
Platform isimli derginizin ilk sayısını beğenerek inceledim. Önce bu derginin Türkiye'de yayınlanabilmiş olacağını kesin olmamakla beraber düşünürken, dergiyi inceledikten sonra, Almanya'da böyle güzel, böyle içerikli bir derginin yayınlanmış olduğunu tesbit etmiş olmak, beni -pozitif anlamda- hayretlere düşürdü. Çok samimi dileklerimle, şahsınızda tüm ekibinizi kutluyorum.
Başarılarınızın devamı dileği ile tekrar en samimi tebriklerimi sunuyorum.
Selamlarımla..."

Musa Serdar Çelebi
Celebi Sefa GmbH

"Sayın Çelebi,
Platform hayırlı olsun. Gerçekten farklı olmaya aday bir yayın. Zaten bunu yapabilir ve sürdürebilirse yaşayacaktır. Platform'un hem ismi, hem de iki aylık olması, buluşma zemininin sadece dergi sayfaları olmayacağını çağrıştırıyor. Bizim Avrupa'daki işadamlarımızın dünyasında gerek vizyon, açısından, gerek sektörler açısından köklü sorunlar var. Herhalde Platform bu sorunları salonlarda masaya yatırıp oradan kapak konularından biri olarak sayfalara taşıyacaktır. Dergiciliğin zor iş olduğunu en iyi siz bilirsiniz. Allah yardımcınız olsun diyor, genç ekibe başarılar diliyorum. Selamlar."

Kadir Türker
www.ik-service.de

"Merhabalar,
Benim ismim Kadir ve Nürnberg yakınlarında oturuyorum. 29 yaşındayım ve Hausmeister&Gebäudeservice diye 3 yıldır bir iş yerim var... Almanya doğumluyum ve memleketim Eskişehir. Sizinle yakın zaman önce telefonla görüşmüştük. Platform dergisini çok beğeniyorum ve devamını diliyorum. Platform dergisine abone olmak isterim. Bana abone fiyatlarını söyler misiniz?
Derginizi yakın iş arkadaşlarıma tavsiyede bulunuyorum. Bizim gibi işverenlere ve işyerini yeni kuranlara yardımı dokunsun diye. Yardımcı olan konular bulmak isteriz."

Yaşar Mert
Accenture GmbH

"Değerli Platform yayıncıları,
Öncelikle sizi ve ekibinizi can-ı gönülden kutlamak istiyorum. Çıkardığınız dergi Almanya ve(ya) Avrupa'daki Türklerin büyük bir eksiğini gidermeye güzel bir adım. Nisan sayınızı okudum, beğendim. İnşallah Platform'u ileriye götüreceksiniz."

Ramazan Alp
Şair-Yazar

"Platform'u okudum, elinize sağlık çok güzel bir dergi olmuş. Gördüğüm kadarıyla Avrupa'da yayınlanan dergilerin içerisinde, içerik, kalite ve seviye bakımından bir numara. Avrupa Türk Toplumu'nun uzun zamandan beri böyle seviyeli bir dergiye ihtiyacı vardı. Platform bu eksikliği gidermiş oldu. Öncelikle Platform'a yazın dünyamıza hoşgeldin diyor, sizi ve ekibinizi yürekten tebrik ediyorum, başarılarınızın devamını diliyorum."

Hüseyin Gökçe
Gazeteci-Yazar (İstanbul)

"Sayın Sebahattin Çelebi,
Derginizi gördüm ve tek kelimeyle bayıldım. Elleriniz ve yüreğiniz dert görmesin. Allah devamını getirsin. Dergi gerçekten de çok güzel. Sağlıcakla kalın..."

Hasan Kurul

"Yapmış olduğunuz dergi çalışmasından ötürü sizi ve ekibinizi kutlarım. İnanın gerçekten çok beğenerek okunacak bir dergi olmuş. Özellikle tasarım ve fotoğrafar çok kaliteli olmuş. Umarım insanımız bu kaliteli derginin değerini bilir. Devamında başarılar diliyorum."

Ahmet Tekin

"Bu dergiyle Avrupa'da büyük bir boşluğu doldurmuş oldunuz. Derginizin, Avrupa'da iş hayatının içinde bulunan Türklere, yol göstereceğine ve yeni ufuklar kazandıracağına olan inancım tam. Umarım, Platform uzun seneler sürecek bir yayın hayatına kalitesini koruyarak sahip olur. Başarı dileklerimle..."


Kırgızistan
Orada... Bir Ülke var uzakta...
Yüzyılları kucaklayan bir tarihin büyülü ülkesini, bizimle tanıyın...
Line Tour güvencesiyle
990,- Euro
» Işık Göl'de Yat gezisi
» Tarihi Müze gezileri
» Piknikler
» Kırgız ailelerde akşam yemeği
» Tarihi ve turistik mekanlara geziler
...ve daha önce yaşamadığınız birçok sürpriz sizi bekliyor...
LINE
Mannheimerstr. 97 | 60327 Frankfurt | Tel: 069/48 98 24 41 | Fax: 069 / 48 98 24 43



Çorum nire, Madrid nire...

Mustafa Baklan, Almanya'da markalaşmayı başarmış sayılı işadamlarımızdan. Onunla, başlangıç yıllarının yorucu atmosferine, ordan Madrid'e ne anlama geldiğini sonradan öğrendiği Altın Yıldız Kalite Ödülü alışına uzanan uzun bir söyleşi yaptık... Baklan, gençlere "Her şeyin başı dürüstlük" diyor...

Yadigar Celep

Mustafa Baklan, yokluktan bir gıda imparatorluğu kurabilmiş, sayılı işadamlarımızdan... 1972 yılında başlıyor O'nun Almanya macerası... Hani şu "Gurbetçi" dedikleri insanlardan oluveriyor birden bire...

Gelir ve Avrupa'yı görür. İçi de burkulmaz değil hani... Memleketinde göremediği ne varsa görür ve hüzünlenir....

Mustafa Baklan'ın hayatından hikayeler dökülüyor... İç burkan hikayeler...

"1972-75 yılları Almanya'nın birinci kriz dönemiydi... Bir yıl sonra işçi getirmeyi durdurdular. Çeşitli lisan kurslarına yazdırdı babam. 16 yaşında gelmiştim. Babamın maaşı 900 marktı. Oldukça pahalı bir kursa yazdırdı. 4 bin 500 Markık bir kurstu. Cesaretim kırıldı... Başaramazsam, babamın beş aylık maaşı gidecekti..."

Çoluğunu-çocuğunu Avrupa yollarına döken, onlara bir gelecek hazırlama umuduyla, gecesini-gündüzüne katan ilk kuşağın sıkıntılarını hatırlatıyor bize Baklan...

Ve itiraf ediyor samimiyetle:

"Tabi diyemedim ki, baba zaten 900 mark kazanıyorsun, 4 bin 500 markık kursa yazdırdın..."

Daha sonra kendi gayretleriyle akşam kurslarına giderek kendini geliştiriyor. Kaynakçı diploması almak için bir hayli ter döküyor Baklan... Öğretmenin tahtaya yazdıklarını deftere harfiyyen geçirerek, imtihanlara hazırlanıyor...

"Azmedince, yapamayacağı birşey yok insanın" demeyi de ihmal etmiyor Mustafa Baklan...

"Düşünün bir kere, tam bir yıl sonra aileme ve yakınlarıma tercümanlık yapacak seviyeye gelmiştim."



foto: iklim



foto: iklim

Ardından iki kardeşi daha geliyor Almanya'ya...

1980'li yıllarda Türkiye'de gümrük muafiyeti çıkıyor... Daha sonra Rahmetli Cumhurbaşkanımız Özal döneminde sıfır gümrükle, Türkiye'ye eski malzeme götürme izni çıkınca, permi macerası başlıyor Baklanlar'ın...

"50 bin markı olan kepçe, otobüs falan götürebiliyordu. O zaman ticaretin ilk adımlarını, çevremizdeki tanıdıkların permilerini satın alarak attık. Türkiye'ye araba, otobüs gönderiyorduk. Bu piyasada bir Türk malının boşluğunu 87'de hissettik. Arabalarımızla Avrupa'ya mal taşıyalım dedik önce... İhracaat ve ithalat işlerine böyle başladık. Nakliyecilik de pek iş yoktu. Avrupa'da Türk gıda maddesi eksikliği vardı o zamanlar. Kardeşlerimizle beraber gıda işine girmeye karar verdik..."

Türkiye'de depolar yaptırırlar önce... TIR'ların kolay yanaşacağı şekilde inşaatlar yaptırırlar... O zamanlar devlet kurumları bile bunlara dikkat etmezler...

89'da birden kendilerini marketçilik işinde bulurlar... Marketçilik yaparken, Türkiye'deki firmaların çabuk zengin olup, çok para kazanmak gibi hedefleri olduğunu görürler... Ambalaja ve Avrupa'ya yapılacak ticarete önem verilmediğini gözlemlerler...

Peki ailenin bu başarıdaki önemi?

"Kardeşlerim olmasaydı, bu imparatorluğu kuramazdık. Aile içindeki diyalog çok önemli. Bir yerde birlik varsa, güç olur. İnsanlarımızda maalesef birlik yok."

Yenilikçi bir ruha sahiptir Mustafa Baklan... Korkmadan, ısrarla üzerine gider inandığı doğruların...

"İlk selefon ambalajı yaptırdığımızda, bize dediler ki: "Sen şimdi, bu poşetin içine nohut, fasülye koyup, ambalajlayıp Avrupa'da satacaksın ve büyük firmalarla rekabet edeceksin öyle mi?". Avrupa tamamen bu sistemi uyguluyordu. Türkiye ise direniyordu. Naylon bin çeşit kimyasal maddeden oluşuyor, falan gibi haberler yayınlanıyordu. Bizler yaptırdık. Maliyeti pahalı olmasına rağmen, biz bu sistemi uyguladık. Marketimizde satmaya başladık. Akşamları telefonlar alırdık müşterilerden, teşekkür ederlerdi bize. Vatandaşlarımızın ilgilerine ve takdirlerine layık olmaya çalış-

tık. Bu işe hiç bilgisiz başlamıştık. Pazara bilgisiz girdik. Üretime, bilgi birikimimizle girdik sonra ama. O zamanlar bilgimiz yoktu. Bizim mallarımız, Hamburg, Berlin gibi bölgelere yayılmaya başladı."

Malına güvenen insanların rekabetten hiçbir şekilde korkmayacağını da söylüyor Baklan: **"Tatlı bir rekabet olsun istiyoruz. Kaliteyi düşürerek, gramajı düşürerek rekabet olursa iyi olmaz."**

Başarıya giden yolda ambalaja verdikleri önemi de saklamıyor Mustafa Baklan...

"Gıdanın en önemli unsuru ambalaj. Ambalaj sanayinin her yeni teknolojisinden yararlanmaya çalışıyoruz. Türkiye'de böyle birşey yoksa, götürüp orda benzerini üretmelerini istiyoruz. Ancak böylelikle Avrupa'da rekabet yapabileceğimizi söylüyoruz."

Mustafa Baklan'ın hayatının en ilginç olayı, İspanya'da Baktat'a takdir edilen ödül olsa gerek. Öyle ki, kendilerini arayıp ödül vereceklerini söyleyince önce ciddiye almıyorlar...

"İspanya'dan bize Altın Yıldız ödülü vereceklerini söylediler. Biz inanmadık. İspanya Madrid nire, Çorum nire... Biz ciddiye almadık. Kardeşim gitti. Türkiye'den 3 firma ödüle layık görülmüş. Gıda sektöründe bizi layık görmüşler. Dünyanın 49 ülkesinden firmalar var. Dünya Kalite Belgesi verdiler. Altın Yıldız ödülünü orda aldık. Bize niye verdiniz, dedik. Dediler, siz şirketinizi kurmuşsunuz, tesisler açmışsınız, Avrupa Kalite Standartlarına dikkat ediyorsunuz. Üstelik arıtma tesislerinizi de kurmuşsunuz. Size vermeyelim de, kime verelim."

Doğaya, çevreye karşı sorumluluk bilincine de sahip Mustafa Baklan... 10. yıl münasebetiyle, Çorum Sungurlu'da Baktat Ormanını hizmete açmışlar... Belediye arsayı vermiş, Baktat çalışanları bakım ve sulamasını yapıyorlar.

Mustafa Baklan, gidip gördüğünde, manzara onu duygulandırıyor... Bir zamanların kurak, kıraç topraklarında yemyeşil ağaçlar vardır artık...

"Gözlerim yaşardı görünce... Bizim vizyonumuz bu işte... Devlet Üstün Hizmet Madalyası verildi... Niçin verdiler, niye verdiler bizi ilgilendirmiyor. Biz işimize bakıyoruz. Etiket peşinde koşmadık. Yapılan herşeyin karşılığı vardır. Bizleri bu noktaya getiren, çalışma prensiplerimiz... Takdir edilmesi bizi mutlu ediyor."

Baktat'ın gelecekteki vizyonu?

"Bizim hedefimiz dünya markası olmak. Bu hedefle de gurur duyuyoruz" diyor Mustafa Baklan... Sözlerinden, inançlı ve kararlı bir yürüyüş okunuyor...

Peki, Baktat'ı Baktat yapan prensipler?

Mustafa Baklan, bu konuda çok net ifadelerle dürüstlüğe vurgu yapıyor:

"Birlik beraberlik çok önemli. Ancak dürüstlük de çok önemlidir. Dükkan açmak isteyenlere terazinizi düzgün tutun diyorum. Kalbinizin terazisini düzgün tutmayı kastediyorum elbette burda. Ondan sonra da çalışmak gelir. Emeksiz yemek olmaz diye bir söz var. 15 yılımız geçti sektörde. Hala 18 saat çalışıyoruz. İnsan yaptığı işten zevk alırsa, hiçbir zaman yorulmaz. Kendi işine motive olması lazım. Bildiği işi yapması lazım. Yapacağı bir işi de önceden araştırması lazım. Önce pazar bulup, sonra işe girişmek lazım."

Baklan, çalışma alanının belirlenmesi konusunda da çok önemli açıklamalarda bulunuyor:

"Üretici ise kişi, satıcılığa yeltenmemeli. İşini yapmalı. Avrupa pirinç pazarı İtalyanların elinde. Türk pazarına verilen bütün pirinçler de Türklerin elinde. İtalya'dan alıp, Türklere satıyorlar... Hem üreteyim, hem satayım demek bilinçsizliktir. Yanlış olur. Bu konuya dikkat etmek lazım."

Peki büyük bir imparatorluk kurmayı başaran Mustafa Baklan gerçek manada bir patron olabildi mi? Bunu bir anısıyla bize yanıtlıyor...

"Birgün, sebze halinde yaşlı bir amca geldi, alışveriş yaptı. Aldıklarını arabasına götürdüm, yardım ettim. Eşyalarını arabaya attıktan sonra cebinden çıkardı o zamanın parasıyla 3 mark verdi. Amca istemem, dedim. Oğlum al, patronun sana vermez, kahve içersin, dedi. Bu unutamadığım bir anıdır. Patron da olsak, çalışmaktan vazgeçemeyiz."

Baklan Türkiye'deki patronları örnek veriyor... **"Bunlar günde iki saat çalışıyorlar. Sistemleri kurulmuş. Alt birimlerde kararlar alınıyor. Biz de sistemimizi kurduk elbette. Baktat'da kurumsallaşma gerekleşmiştir..."**

Gıdanın en önemli unsuru ambalaj. Ambalaj sanayinin her yeni teknolojisinden yararlanmya çalışıyoruz. Türkiye'de böyle birşey yoksa, götürüm orda benzerini üretmelerini istiyoruz. Ancak böylelikle Avrupa'da rekabet edebiliriz.



Oyak Anker Bank imkanlar sunuyor

Adını son günlerde yaptığı büyük hamlelerle duyuran Oyak Anker Bank'ın Almanya Genel Müdürü Hakan Elman, parlak bir kariyere sahip. Bankacılık geçmişini, Oyak Anker Bank'ın vizyonunu Platform okurlarına anlatan Elman, yatırım konusunda yoğurdu üfleyerek yiyen Avrupalı Türklere, yeni imkanların kapısını aralıyor...

Duygu Külahçı

Yatırım deyince, "Aman kalsın" der bir hale geldi Avrupalı Türkler... Yaşadığımız onca yolsuzluk, usulsüzlük neticesinde artık yatırımdan korkar hale geldik. Bir dönem, Türkiye kökenli bazı holdinglerin yolaçtığı depremin etkilerini Avrupalı Türkler halen yaşıyor. Yılların birikimini, tasarrufunu doğru yerde değerlendirememenin üzüntüsüne mi, kaybettiği paralara mı yanacağını şaşıran vatandaşlar için yeni imkanlar var mı?

Bu sorunun cevabını adını son zamanlarda yaptığı büyük ataklarla duyuran Oyak Anker Bank'ın genç ve kariyer sahibi Genel Müdürü Hakan Elman'a sorduk... Elman, Platform ekibine hepimizin bildiği ve güvendiği OYAK'ın bankacılık serüvenini ve Avrupalı Türklere Oyak Anker Bank olarak verdikleri hizmetleri anlattı... Özellikle kredi kullanımı konusunda Oyak Bank'ın Avrupalı Türklere sağladığı imkanlar konusunda bilgiler aktaran Hakan Elman, Türkiye'deki gayrimenkulleri ipotek altına alarak da kredi verdiklerini ifade etti. Elman'ın sorularımıza verdiği yanıtlar şöyle:



foto: iklim

foto: iklim



Sayın Elman, Oyak Anker Bank hakkında bizi bilgilendirir misiniz ?

Alman Bankalar Birliği ve Alman Mevduat Sigorta Fonu üyesi olan Oyak Anker Bank GmbH 1996 yılından beri bir Ordu Yardımlaşma Kurumu iştirakidir.

Almanya da bulunan 6 şubemize ilaveten Bankamız Wüstenrot, BKM gibi güçlü finansal kuruluşları ile işbirliği yaparak, tüketici kredilerinde etkili bir pazarlama stratejisi ve yüksek hizmet kalitesi ile bireysel müşterilere hizmet vermektedir.

Bankamızın ana iş sahaları bireysel bankacılık ve uluslararası ticaretin finansmanı olmakla beraber, bankacılığın tüm dallarında Almanya'da 6 şube ile (Augsburg, Berlin, Bonn, Koblenz, Mannheim ve Frankfurt Ticari) hem bireysel hem de ticari müşterilerimize hizmet vermekteyiz.

Bireysel Bankacılık da diğer Türk Bankalarından farklı olarak Alman devleti tarafından konut edinme teşvikinin ön finansmanı (Eigenheimzulage Vorfinanzierung) ve Türkiye'deki gayrimenkulünüz

Oyak Anker Bank'ın Genel Müdürü Hakan Elman, ikinci kuşak Avrupa Türkleri'nın adeta aynaya yansıması... Elman, Türkiye'de aldığı eğitimin ardından mesleğini Türkiye ve Avrupa'daki çeşitli Türk bankalarında üst düzey görevler alarak sürdürmüş...

Hakan Elman

1960 yılında İstanbul'da doğdu. Avusturya Lisesi ve Boğaziçi Uluslararası İlişkiler mezunu. Üniversite'den sonra İstanbul Yapı Kredi'de işe başladı. 1993 yılından 1997'e kadar Berlin'de Yaşarbank, 1997-2002 tarihleri arasında Demir-Halk Bank-Düsseldorf'ta çalıştı. 2002'nin başından beri Oyak Anker Bank'da çalışıyor. 1995-96 yıllarında ayrıca Berlin Üniversitesi'nde Almanya'da da Üniversite mezunu sayılabilmek için eğitim gördü ve mezun oldu. Annesi Avusturyalı, babası Türk. Eşinin ise annesi Alman babası Türk. İstanbul'da Avusturya Lisesi'nde eşiyle tanışarak, hayatını birleştirdi. 1994 yılında oğulları Kaan doğdu... Kaan, 3 pasaporta sahip: Türk, Alman ve Avusturya.

Ticari bankacılık alanında ise Almanya'da mukim firmalara her türlü bankacılık hizmeti sunulmaktadır.

Uluslararası ticaret finansmanı alanında etkinliğini artırmayı düşünmekte olan bankamızın hedefi, Türkiye ve AB ülkeleri arasındaki dış ticaret hacminden her geçen yıl artan oranda pay almaktır.

Oyak Anker Bank ani bir hamle ile, adını çok duyurmayı başardı...Bu kadar zamandır süren suskunluk ve ardından gelen bu tanıtım atağını açıklarmısınız?

Son üç yılda Bankamızda önemli değişiklikler olmuştur. Bankamızda bir reorganizasyon olmuş, yeni stratejiler benimsenmiş ve sesini daha çok duyurmaya başlamıştır.

Buna, 2003 yılı başlarında Frankfurt'a taşıyıp, genişlettigimiz Ticari ve Kurumsal şubemizin de katkısı büyük olmuştur.

Etkili bir Pazarlama stratejisi ve hem Ticari hem de Bireysel bankacılıkta diğer Türk Bankalarından farklı hizmetler sunmamız da, kısa sürede Bankamızı tanıtma açısından faydalı olmuştur.

Yurtdışında kaç şubeniz var ? Ve buaralarda verdiğiniz hizmetler nelerdir ? Türk bankalarının burada sadece Türkiye'ye para gönderme gibi bir misyonu var sanılıyor.

üzerinde tesis edilecek ipotek karşılığı Almanya'da kredi kullandırmanın yanısıra tüm Bireysel Bankacilik hizmetlerini sunmaktayız.

Bildiğimiz kadarıyla, Türkiye de ipotek göstermek şartıyla, Avrupa'daki vatandaşlarımıza kredi imkanları sunuyorsunuz. Sistem hakkında biraz bilgi verebilir misiniz ?

Vatandaşlarımıza Türkiye'deki gayrimenkulleri (konut)üzerinde ipotek tesis ederek 10 yıla varan vadelerle tüketici kredisi kullandırma imkanımız var. Bu modelde diğer kredi ürünlerimize göre daha uygun faiz oranları ile kredi kullandırabilmekteyiz.

Müşterilerimizin kredi değerlendirmesinde olumlu bir neticeye varıldığında Türkiye'deki taşınmaz hakkında Oyak Bank aracılığı ile değer tespiti için bir ekspertiz raporu düzenlenir.

Bankamız gayrimenkul teminat değerlendirme kriterlerine göre rapordaki değerin %50 ya da %60 tutarı karşılığında kredi kullandırılır.

Ayrıca ipotek tesis edilen konutlarda zorunlu deprem sigortası, ayrıca diğer riskler için ayrı bi,r konut sigortası şartı aranmaktadır. Her iki sigorta da mevcut değilse ise Bankamız aracılığı ile bunlar yaptırılmaktadır.



Sürekli olarak Almanya'da ikamet eden ve en az 1 yıldır maaşlı olarak çalışan ve süresiz çalışma sözleşmesi olan en az 23 yaşındaki herkes kredi başvurusunda bulunabilir.

Herkes kredi başvurusunda bulunabiliyor mu? Şartlar konusunda vatandaşlarımızı bilgilendirebilir misiniz?

Sürekli olarak Almanya'da ikamet eden ve en az 1 yıldır maaşlı olarak çalışan ve süresiz çalışma sözleşmesi olan en az 23 yaşındaki herkes kredi başvurusunda bulunabilir.

Alman bankalarından yapı itibariyle herhangi bir farkınız var mı ? Bir işveren sizinle bir Commerzbank, bir Deutsche Bank gibi çalışabilir mi?

Yapı itibariyle Alman bankalarından herhangi bir farkımız yok. Alman bankalarının verdiği tüm klasik hizmetleri kredilendirmede dahil olmak üzere Bankamız da sunmaktadır.

Bizim hedefimiz kredibilitesi uygun olan tüm Türk firmalarına ya da Türkiye ile ithalat ihracat işlemleri yapan firmalara hitap etmektir. Ancak bizimle çalışmak isteyen tüm firmalara kapımız açıktır.

Merkez Bankası olayı buradaki tasarruf sahiplerini ciddi manada üzdü... Buradaki vatandaşlarımıza önerebileceğiniz yatırım imkanları var mı? Oyak Anker Bank olarak sunduğunuz yatırım alternatifleri nelerdir ?

Bankamızın sunduğu çeşitli yatırım araçları: Klasik vadeli ve vadesiz mevduat, uzun vadeli tasarruf hesapları(Sparbrief, Sparzertifikat).

Birçok müşterimiz aynı zamanda Oyak Bank A.Ş.'nin de müşterisi ve Oyak Bank'ın sunduğu geniş kapsamlı yatırım ürünlerinden çok memnunlar.

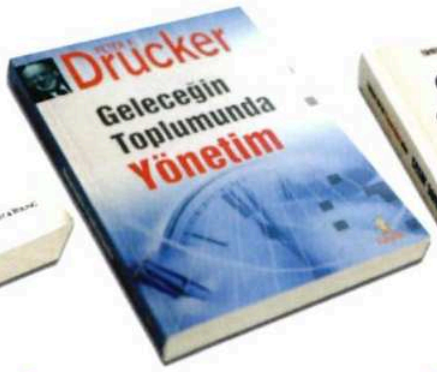
Yatırım imkanları konusunda müşterilerimiz şubelerimizden ya da internet web sitemizden www.oyakankerbank.de bilgi edinebilirler.

Okumak zenginleştirir...



İnsan Kaynakları
Ernst&Young

12,- Euro



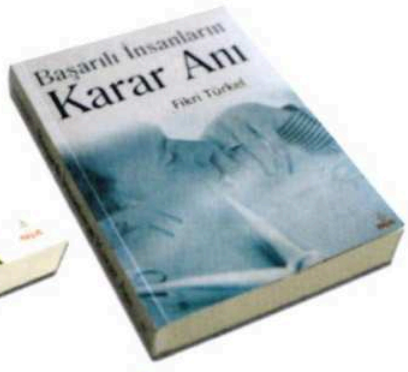
Geleceğin Toplumunda Yönetim
Peter F. Drucker

10,- Euro



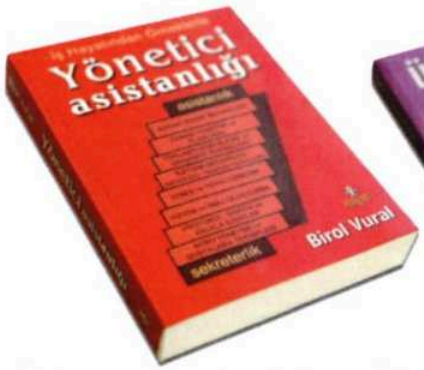
Cesur Sorular
Dost Can Deniz

10,- Euro



Başarılı İnsanların Karar Anı
Fikri Türkel

12,- Euro



İş Hayatından Örneklerle Yönetici Asistanlığı
Birol Vural

12,- Euro



Ütopya Değil Gerçek!
Fatma Zehra Fidan

9,- Euro



Kitabın Avrupa'daki adresi...

Online siparişleriniz için: www.linemarketing.de

Üzeyir Garih Kitapları
Yönetim Seti - 7 Kitap

45,- Euro

1- Yönetim İlkeleri
2- Yönetim Teknikleri
3- Globalleşme Sürecinde Türkiye
4- İş Hayatında Motivasyon
5- Pazarlama, Tanıtım, Halkla İlişkiler
6- Ekonomik Sorunlara Çözüm Önerileri
7- Türkiye Sorunlarına Çözüm Önerileri

Line MARKETING

Merkez:
Dreieichstr. 5/B, 64546 Mörfelden-Walldorf
Tel.: 06105-979336 Fax: 06105-979338
Frankfurt: Tel.: 069-30034355 Fax: 069-30034358
Köln: Venloerstr. 209, 50823 Köln
Tel.: 0221-9452882 Fax: 0221-9452951
Berlin: Kottbuserdamm 25-26, 10967 Berlin
Tel.: 030-62735789

Kitap isteme formu

Bu formu doldurarak "Dreieichstr. 5/B, 64546 Mörfelden-Walldorf" adresine gönderin, siparişleriniz ödemeli olarak adresinize gelsin.

- ☐ Üzeyir Garih Kitapları
- ☐ Cesur Sorular
- ☐ Düşünceden Sonuca
- ☐ Ütopya değil gerçek
- ☐ Geleceğin Toplumunda Yönetim
- ☐ Başarılı İnsanların Karar Anı
- ☐ Yönetici Asistanlığı

Yukarıda belirttiğim kitabı/kitapları lütfen adresime gönderiniz. Ödemeyi kitabı/kitapları teslim aldığımda postacıya yapmayı taahhüt ederim.

Line MARKETING

Adı: .....
Soyadı: .....
Adresi: .....
PLZ: .....
Şehir: .....

Avrupalılara Türkiye'yi anlatmak



görüş

mehmet koca
koca@platform-online.de

Geçtiğimiz günlerde İstanbul'da Türk ve Almanların bir araya geldiği bir toplantı yapıldı. Yine toplantının ana konusunu Türk-Alman dostluğu oluştururken bu çerçevede AB'ye girecek olan Türkiye'nin üyeliğe hazırlanması gibi konular konuşuluyordu. Ayakta yapılan sohbetlerden biri çok ilginç olduğu için bunu sizinle isim vermeden paylaşmak istiyorum. Konuşan kişi, Türkiye'ye yatırım yapan Almanya'nın en büyük firmalarının başında bulunan genç bir yönetici. "Bakınız" diyor ve ekliyor: "Bu zamana kadar Türkiye'de veya Türklere dönük Almanların yaptığı bir çalışma var. O da Almanya'yı veya Avrupa'yı Türklere anlatmak, onları bilgilendirmek noktasında şekilleniyor. Oysa benim gördüğüm kadarı ile Türkiye ve Türkler, Avrupa'yı biz Avrupalılardan çok daha iyi tanıyor. Bunun karşılığında Avrupalılar ne Türk insanının tanıyor ne de Türkiye'yi. Şimdi kendimden bir örnek verecek olursam. Ben Almanların en büyük şirketinin başında bir yöneticiyim. Türkiye'ye gelirken çalışacağım ülke için şirket için de bilgi topladım. Nasıl insanlar, nasıl bir ülke, zafiyetleri nedir, prensipleri nedir, gibi konularda çeşitli bilgiler edindim. Aldığım bilgiler konusunda çok tedirgin oldum. Türkiye'ye geldiğim zaman ise önceden aldığım bilgilerin tamamen yanlış olduğunu gördüm. Ben Almanya ile eşdeğer olan bir firmanın yöneticisiyim. Kendi şirketimde bile bana yanlış veya önyargılı bilgiler veriliyor."

Kendimizi anlatmalıyız

Evet... Milyonlarca dolar yatırım yapan bir şirketin Türkiye yetkilisi bunları söyleyince varsın Almanlar Türkiye'de Almanya'yı veya Avrupa'yı anlatsınlar bize düşen görev ise Türkiye'yi ve Türk insanını anlatmak olmalıdır.

Zor da olsa Türk-Alman Ticaret ve Sanayi Odası (TD-IHK), muhteşem bir merasimle açılışını yaptı. Açılış tek kelime ile Türk-Alman zirvesine dönüştü. Önünde yapacağı bir çok aktivitesi bulunan bu güzide kuruluşumuzun ilk görevlerinin başında Türkiye'yi tanıtmak ve Türkiye'deki Almanların yaşadığı sıkıntılara çözüm bulmak olmalıdır. Bundan sonra iki ülke arasında ekonomik, sosyal ve kültürel konularda köprü vazifesi görecek olan bu kuruluşumuz, Türkiye'ye yapılacak olan yatırımları veya Almanya'da faaliyet gösteren Türk işadamlarının sorunlarını çözmek, Türkiye'ye yatırım yapan şirketlere Türkiye'yi ve Türk insanını tanıtmak için çalışacaktır. Özellikle işadamlarına ve yatırımcılara dönük çalışmaları yapmak, Kemal Şahin'in başında bulunduğu TD-IHK'ya düşüyor. TD-IHK (TATSO) olarak Türkiye'de seminerler düzenlemek yerine Almanya'da yapmanın daha önemli olduğunu bilmemiz gerekiyor. Eğer bu konuda bir çalışma yapılacaksa mutla Türkiye'de yöneticilik yapan Alman, İtalyan ve Fransız gibi ülkelerin şirketleri başında bulunan kişileri getirmek tam isabetli olacaktır. Çünkü her yabancı yönetici Türkiye'ye giderken başka, gittikten sonra da bambaşka düşünüyor. Onların bu tecrübelerinden istifade etmek lazımdır diye düşünüyorum. Hatta şunu da belirtelim: Türkiye'de görev yapıp dönmek istemeyen çok sayıda Türk dostu Alman arkadaşımız var. Onlar her türlü bürokratik engele rağmen Türkiye'de yaşıyor ve mutlu oluyorlar. Almanya'da yaşayan Türk insanının çok önceleri karşılaştığı sıkıntıları onlar Türkiye'de Alman olarak yaşıyorlar. Biz yaşadıklarımızı ne kadar gayri insanı olarak buluyorsak aynı muameleyi başkalarına yapmamız doğru olmaz. Bu konuda TD-IHK'nın yapması gereken işleri olduğunu da hatırlatalım.

Kot pantolonlu yönetimle zirveye...

Liderlik ve yöneticilik unsurlarını birleştirerek şirketinize yeni bir vizyon kazandırmaya ne dersiniz? İnsanları kaybeden değil, kazanan bir yönetim felsefesi, size yeni ufuklar kazandıracak. **Platform**, size yöneticilikten önce lider olmanın getirilerini arkadaşımız **Ertan Yüce**'nin kaleminden açıklıyor...

Ertan Yüce



Çevrenize baktığınız zaman bir çok yöneticinin;

* Riskten kaçındığını,
* Karar almada yavaş davrandığını,
* Değişimi zamanında algılama ve değişimde geç kaldığını, hatta değişime direnç gösterdiğini,
* Fırsatları önceden görme, görülmeyeni görebilme yerine, engelleri gördüğünü ve gözünde büyüttüğünü,
* Uzlaşmadan uzak, inatçı yapıda olduğunu,
* **"Ben bilirim"** ci bir kibirliliğe sahip olduğunu,
* Diğer insanların görüş ve önerilerine, katkılarına kayıtsız olduğunu ve süphe ile yaklaştığını,
* Teknik bilgi ve becerilerinin yönetsel becerilerinin önüne geçtiğini,
* Yalnız ve tek adam rolü oynadığını,
* İnsanlardan uzak durduğunu,
* Çok konuşup, az ya da hiç dinlemediğini,
* Her zaman akıl ve mantık çevreçevesinde karar verdiğini, duygu ve sezgileri önemsemediğini, hatta bunu bir zayıflık olarak gördüğünü,
* Sürekli sorumluluğu diğerlerine attığını, fakat yetkileri paylaşmadığını görüyorsunuz.

Bazı insanlar yönetici olarak sınırlı kaynaklarla sıradışı sonuçlar yaratırken, bazıları da sahip oldukları önemli kaynaklara rağmen sınırlı ve sorunlu performans ortaya koymaktadır. İşte bu lider olmanın yönetici olmakla aynı şey olduğunu bize gösteriyor.

Lider olmak için maalesef bir ilaç yok. Televizyonlardaki **"Beni Baştan Ya-**



İyi bir lider yönetici olabilmek için iki rehberiniz var: Aklınız ve kalbiniz. Onların sesini dinleyin ve aralarında denge kurarak senteze ulaşın. Başarı kendiliğinden gelecektir.

rat" programı gibi yöneticilere, yönetici adaylarına özel, **"Beni Lider Yap"** türü mucize programlar da yok.

Bunun için, sahip olduklarınızdan yola çıkarak çaba göstermeniz gerekiyor. Liderlik yolculuğunuzun senaryosu size bağlı. Sahte olmayın ve kendinize inanın. Doğallık liderin önemli bir özelliğidir.

İyi bir lider yönetici olabilmek için iki rehberiniz var; aklınız ve kalbiniz. Onların sesini dinleyin ve aralarında denge kurarak senteze ulaşın. Başarı kendiliğinden gelecektir.

Klasik yönetimin doğru bilinen bazı yanlışları var:

Sadece sonuçlara bakarak yönetebiliriz: Hayır...Sonuçlara bakarak yönetim, E. Deming' in dediği gibi dikiz aynasına bakarak araba kullanmaya benzer. Sonuçlar geçmişi gösterir ve öğrenmemizi sağlar, fakat gelecek arkamızda değil, önümüzdedir.

Tarih tekerrürden ibarettir: Hayır...Geleceği geçmişe bakarak inşa edemeyiz. Gelecek geçmiş gibi değildir ve çok farklı olacaktır. Kendinizi düşünün. Kendi yaşamınızda geçmişi ne oranda yaşıyorsunuz? İlişkileriniz aynı mı? Her şey değişiyor. Siz değişmiyor sansanız bile değişiyor...

Denetim ve kontrol gereklidir: Hayır... Eğer denetimle sorunlarımızı çöze-

Kot Pantolonlu Yönetici	Sıradan Takım Elbiseli Yönetici
İnsan odaklıdır	Kar odaklıdır
Beyin/Yürek imecesi	Mantık/Mantık imecesi
"Yaratıcı" dır	"Yere Batırıcı" dır
"Siz bilirsiniz" der	" Hep ben bilirim" der
İnsanları sever	Gücü ve ünvanı sever
Çok dinler, az konuşur	Çok konuşur, hiç dinlemez
Bilgiyi paylaşır	Bilgiyi saklar
Kalplere seslenir	Kalpleri zedeler
Sistem odaklıdır	Sonuç odaklıdır
"Doğru" avcısıdr	"Hata" avcısıdır
Liderdir	Patrondur
Sinerjiyi sever	Rekabeti sever
Takım çalışması yapar	Takım çatışması yaratır
Güvenir, güvenilir	Kontrol eder, güvenilmez
Proaktiftir	Reaktiftir

Etkili yönetim hem sanatı hem de bilimi içinde barındırır. Sanat kısmı liderlik ruhu, bilim kısmı ise yöneticilik aklıdır.

bilseydik, bugüne kadar sorun diye bir şey kalmazdı. Denetim ve kontrolü işi yapana, insanlara vermelisiniz. Onlara sadece vizyonu, hedefleri iyi anlatın ve bilgiyi paylaşın. Denetim ve kontrolle potansiyeli ortaya çıkaramazsınız.

Rekabet iyidir: Hayır, her zaman değil...Rekabet insan ruhunu yaralar, bir taraftan kazananları, iyileri ortaya çıkarırken, diğer taraftan kaybedenleri ve vasatları da yaratır. Ve ne yazık ki kaybedenler her zaman kazananlardan daha çok olur ve sonuçta organizasyon kaybetmiş olur.

Değişim gerektikçe yapılmalıdır: Hayır...İyileştirme yapmak, sistemi geliştirmek, öğrenmek ve değişim için sorun çıkmasını beklemeyin. Değişim sürekli olması gereken bir şeydir.

Bir yerde sorun varsa mutlaka sorumlu biri de vardır: Hayır...Sorunların %95'i sistemden, %5'i insanlardan kaynaklanmaktadır. Sorunlar için önce sisteme bakın, sonra kendinize.

Yönetimde ve iş yaşamında duygulara yer yoktur: Hayır...Duygular yönetimin önemli bir aracıdır ve iş yaşamında hak ettiği yeri almalıdır. İşiniz insanla ilgili ise duygular da yönetimde yer almalıdır.

Duygusal yeterlilikler iş yaşamında başarının anahtarını bize sunmaktadır.

Bu yanlışlardan sonra doğrulara biraz daha derinlemesine bakalım. Etkili yönetim iki unsurdan oluşur; liderlik ve yöneticilik. Yöneticilik yönetimin somut ve objektif yönünü, liderlik ise soyut ve subjektif yönünü temsil eder. Başka bir açıdan liderlik beynin sağ lobuyla, yöneticilik sol lobuyla ilişkilidir.

Herkesin elde etmeye çalıştığı başarı ise ancak her iki lobun dengeli kullanımı sonucunda oluşan sinerjiyle elde edilir.

Yöneticilik ve liderlik arasında bir seçim yapma için çabalayan kişiler var. Kimi liderliği, kimi yöneticiliği ön plana çıkarıyor demiştim.

Bizim ihtiyacımız farklı. İhtiyacımız olan kavram "Lider Yöneticilik" tir. Beynini ve yüreğini, aklını ve ruhunu sentezleyen "Kot Pantolonlu Yönetici" ler arıyoruz biz...

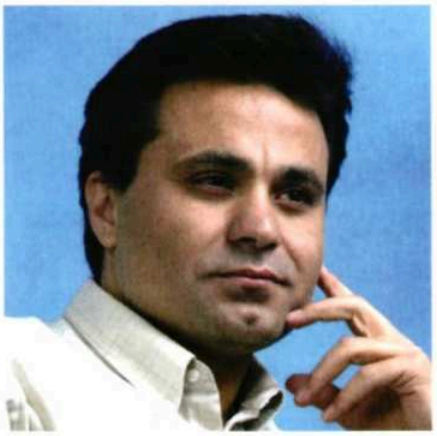
Etkili yönetim hem sanatı hem de bilimi içinde barındırır. Sanat kısmı liderlik ruhu, bilim kısmı ise yöneticilik aklıdır.

Kot pantolonlu yönetim, yönetme ve liderlik yapma arasında muhteşem bir denge kurar.

Yönetici bugünü düşünürken lider geleceğe daha çok odaklıdır. Kot pantolonlu yönetici ise bugün ve gelecek arasında denge kurabilen kişidir.

Kot pantolonlu yönetici heyecanı, inancı, isteği, tutkusu ve yetenekleri ile amatör ruh taşıyan bir profesyonel olmalıdır.

Büyük başarıları, büyük riskler getirir



vizyon

sebahattin çelebi
celebi@platform-online.de

İş dünyasında belki sizin ve şirketinizin geleceğinin şekillenmesinde en önemli konu, şartların almanızı gerektirdiği risklerdir... Profesyonel yöneticiler, belki işlerinin bir gereği, belki de uslanmaz bir oyuncu olarak, zaman zaman riskleri yönetmeye yani kontrol altında tutmaya çalışırlar...

Aslında riskleri yönetmek, insanları veya kurumları yönetmek kadar kolay değildir... Ancak riskler de, insanlar ve kurumlar gibi, istemediğinizde taşımayacağınız bir olgudurlar...

Şirketinin geleceğini düşünen ve yeni bir perspektif, yeni bir hamle düşüncesiyle hareket eden modern yöneticiler, riskleri avuçlarının içinde, kontrollü bir noktaya çekip, yönetmeye ve kendi hanelerine pozitif puanlar olarak kazandırmaya çalışırlar...

Olabilecek en negatif açılımlardan, en pozitif yüz güldürücü gelişmeye kadar bütün verilerin dikkatlice değerlendirilmesi ve analitik karakterli bir ekiple tartışılmasının ardından adım atmak, her zaman en mantıklı olanıdır...

İstediğiniz kadar en iyi olun... İstediğiniz kadar mükemmel olduğunuza başkalarını inandırın... Kabul etmeniz gereken birşey var:

Sizin bilmediğiniz birşeyler mutlaka vardır... Ve bu bilmediğiniz şeyleri öğrendiğinizde çok geç olabilir... Ekipleşmek, ekibine güvenmek ve kurumsallaşma sürecini tamamlamak, alabileceğiniz risklerin sayısını ve ölçeğini artırmada en önemli silahınız olacaktır...

Burda değişik fikirleri duymanın, hatta ve hatta aykırı görüşlere katlanmanın, risk taşıma ve alma noktasında ne kadar isabetli olduğu gayet açıktır.

Yönetici kararları verme noktasında tek kişi olmalıdır... Elbette bu, hızlı karar verme yeteneği ve risk alma cesaretini gerektirir...

Ancak kararları vermeden önce tartışacağı birçok insanın bulunması, alınacak kararı önemli ölçüde etkiler. Geniş istişare perspektifi, vizyon sahibi yöneticiler için kaçınılmaz bir zarurettir.

Kendisini tek hakim görmek isteyen ve herşeyi sahiplenme dürtüsüyle sonuçları da kendisine maletmeye çalışan yönetici bir yerlerde yanlış yapıyor demektir. Sonuçlar bazen acı da olabilir... Hüzün de verebilir... Ancak karar sürecinde, olumlu-olumsuz her fikri dinleyen ve kararını ona göre veren yönetici, alacağı risklerin yükünü de hafifletmiş olur...

Elbette herşey umulduğu gibi gitmeyebilir... Bu durumlarda, kader dairesinde olayı değerlendirmek ve tevekkülle hareket etmek, ruh olgunluğu ve kişisel derinlik açısından en doğrusudur... **Hayatta elde etmek zorunda olmadığımız şeylerin de bulunduğu gerçeğini, olgunlukla kabul etmek gerekir...**

Ancak satranç tahtasında, bütün riskleri göze alarak oynamak, yani mücadele etmek gerekir... **Unutmamak gerekir ki, şah yaşadığı sürece oyun devam eder... Ve yenilse dahi, şah şahlığını asla kaybetmez...**

Şu söz, hayatta riskin anlamını açıklaması bakımından ne güzel değil mi:

"En derin aşkını ve en büyük başarını hatırla, bunlar en fazla risk aldığın durumlardır..."

Sevdiğim sözler

"Yaz gene de gelir...
Ancak sabredenlere gelir...
Onu, gönül borcu duyduğum
acılar içinde öğreniyorum...
Sabır herşeydir..."

Rainer Maria Rilke

ayinesi iştir kişinin,
lafa bakılmaz...

Türk Atasözü

iklim
Werbestudio GmbH

Lutherplatz 4 | D - 63225 Langen
Fon: +49.6103.732 934 | Fax: +49.6103.732 930 | www.iklim.de | iklim@iklim.de

h@llo.tel
einfach. günstig.

Alo demenin dayanılmaz ucuzluğu...

İstanbul 11 Cent...



Ayrıntılı bilgi ve form için 06103-20 44 68

Otto Hahn Str. 8, 63225 Langen • e-mail: info@hellotel.de

Mamma, i Turchi vengono!(*)

(*) Anne, Türkler geliyor!

Konya'dan başlayıp İsviçre'de rol kesmek zorunda kalacağı bir hikayenin kahramanı olacağını, herhalde o da bilemezdi... Yanında işi öğrendiği İtalyan ustasının bile, "Oğlum, siz bu işi bizim elimizden alacaksınız" dediği Fevzi Parmaksız'ı, İsviçreli müşterileri "İtalyan" zannediyor.

Türk olduğumu söyleseydim, bu kadar müşterim olmazdı... Kendimi Pepino diye tanıttım. İsviçreli müşterilerimin büyük bir bölümü beni Pepino diye tanır. Türk olduğumu bilmezler.

Fevzi Parmaksız 43 yaşında Konya Cihanbeyli bir girişimcimiz. Girişimci ama ne girişimci... Serüven dolu bir yolculukla, kaderin garip bir cilvesi olacak, Avrupa yollarına İtalya'dan başlar 1987'de Fevzi Parmaksız...

Kısa bir süre sonra İsviçre'ye gelir ve buraya yerleşir...

İtalya'da başlayan Avrupa serüveninin, yıllar sonra kendisine bir "İtalyan" rolü vereceğini hiç düşünemez o zamanlar elbette.

Türkiye'deki işi şoförlük... Ne iş yapayım diye düşünürken, kendisini gastronomi sektörünün içinde buluverir. O imbis senin, bu restoran benim çalışırken, bir İtalyan pizzacısında iş bulur... 5 yıl boyunca İtalyan ustasından, pizzacılığın bütün sırlarını kapar Fevzi Parmaksız:

"İşçi gelmediğinde, İtalyan ustamın yanında, her işe bakıyordum. Garsonluk, aşçılık, büfe, servis... Aklınıza ne gelirse yaptım. İşin bütün inceliklerini kaptım tabi böylelikle."

İsviçrelilerin Pepino diye çağırdıkları Konyalı Fevzi'nin hikayesi, aslında tam bir tiyatro...

Dinledikçe gülüyor, birlikte kahkahalara boğuluyoruz.

Hele hele İtalyan ustasının **"Oğlum, siz bu işi bizim elimizden alacaksınız"** demesini anlatırken kopuyoruz adeta...

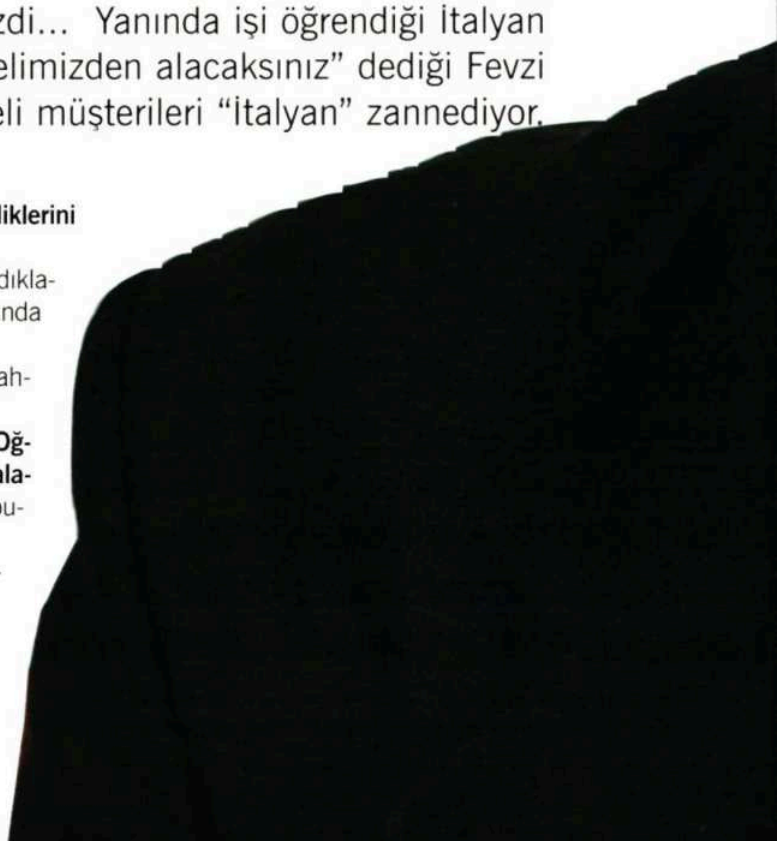
Derken yastık altındaki birikimiyle ticari birşeyler yapmaya karar verdiğini söylüyor...

"Neden birden ticarete atıldınız?" diye soruyoruz...

"Şartlar iyice kötüleşiyordu. Kendim birşeyler yapayım dedim. Birkaç girişimim oldu. Birçok restoran, lokanta falan açtım, kapattım, sattım... Ardından pizza işine girdim. Bir İtalyan pizzacının yakınında bir yer bulduk. Oraya dükkanımızı açtık. Ben gitmeden önce, 10 bin Frank kasa yapıyorsa, 3 bine düştü... Biz müşterilerini çaldık."

İyi de jöleli saçlar ve bu karizmatik duruşla İtalyan rolü de niye?

"Türk olduğumu söyleseydim, bu kadar müşterim olmazdı... Kendimi Pepino diye tanıttım. İsviçreli müşterilerimin büyük bir bölümü beni Pepino diye tanır. Türk olduğumu bilmezler... Tabi İtalyanlar'dan kaçmamız mümkün değil. Hemen anlıyorlar..." diyor Fevzi Parmaksız...





Aklımıza şu meşhur İtalyan mafya filmleri geliyor... Robert De Niro, Al Pacino gibi meşhur oyuncuların arasında birden bire bizim Konyalı Fevzi Parmaksız gözlerimizin önüne geliyor... 13 Pizza dükkanı ile, bir zincir oluşturmanın arkasında müthiş bir rol yeteneğinin saklı olduğunu anlıyoruz:

"Ben rol yapıyorum. İşimin gereği olarak tabi ki..." diyor zaten Fevzi Bey...

13 dükkandan, 3'ü kendisine ait. İşletmeciliğini de kendisi yapıyor... Ama diğer 10'una sadece ismini vermiş. Kirasını alıyor...

Gelecekteki hedefleri?

"Pizza malzemeleri işine girmek istiyorum. Ben malzemeleri Türkiye'den getirtiyorum. Çok daha ucuz oluyor. Bu sektöre mal pazarlamak düşüncesindeyim..."

Fevzi Parmaksız, rol keserek ticari hayatında yeni bir teknik uyguluyor... Dükkanların tıklım tıklım olduğunu görünce, bu rolünü gayet de iyi oynadığını anlıyor ve İtalyanların "Mamma, i Turchi vengono" sözünü tebessümle hatırlıyoruz... Birgün gastoronomi Oscarları verilirse, Konyalı Fevzi'nin şansı olduğunu söymeye gerek yok...

foto: iklim

Hem duygusal hem gerçekçi

Gazetecilik mesleğinin büyülü dünyasından şirket yöneticiliğine uzanan yolda başarıyı yakalayan kadın yöneticilerimizden biri Sevda Boduroğlu. Doğan Yayın Grubu'nun Avrupa faaliyetlerinin başında... Bakmayın siz, „Duygusal anlarda gözlerim hemen sulanıverir" demesine... Aslında oldukça gerçekçi!

Sebahattin Çelebi

O, aslında Türk kadınının Atatürk'ten sonra kazandığı sosyal konumu anlatan en güzel örnek... Eskiden sadece "anne", "eş" dediğimiz kadınlarımızın, artık "şef", "patron", "müdire" noktalarına yükselişinin, belki de cumhuriyetin öyküsü O...

Gazeteci olarak başladığı meslek hayatını, gösterdiği azim ve başarıyla yöneticilikle taçlandıran Sevda Boduroğlu, bir ilke imza atarak Platform'un röportaj teklifini kabul etti. Başında bulunduğu kurum olan Doğan Yayın Grubu'nun Almanya'daki bir numaralı ismi olan Boduroğlu, meslek hayatının kilometre taşlarını bizlerle paylaştı... Zaman zaman O'nu, anıların hüzünlü iklimine götürdük... Ama o hoşgörüsüyle bizi karşıladı ve bir cumhuriyet kadını edasıyla bütün kadınlarımıza çok önemli mesajlar verdi... Hayatın mücadele olduğunun, azimle ve çalışmakla başarının geleceğinin altını çizen Boduroğlu, sabırsız olduğunu da itiraf ediyor. Hatta zaman zaman bu özelliğinden ötürü, çalışma arkadaşlarını kırabildiğini söylüyor...

İşte Doğan Yayın Grubu'nun Almanya'daki şirketlerinin Genel Müdürü Sevda Boduroğlu'nun sorularımıza samimi yanıtları...

Sayın Boduroğlu, bugün Avrupa'daki Türk kadınının belki zirvedeki isimlerinden birisiniz. Bir işkadını olarak, Hürriyet gibi büyük bir müesseseyi yönetiyorsunuz... Geldiğiniz bu noktada gerçekten etkili olan kilometre taşları var mı?

Önce, bir düzeltme yapmam gerekiyor. Doğan Yayın Grubu'nun Avrupa temsilcisi olarak Hürriyet, Milliyet, Fanatik ve Haftasonu'nun yanısıra; Frankfurt yakınlarındaki Mörfelden Walldorf'ta kurduğumuz ve 2002 yılı başında faaliyete geçen baskı tesisimiz de sorumluluk alanıma giriyor. Sorunuzun yanıtına gelince, öncelikle düşünmeyi, yaratıcı olmayı teşvik eden demokrat bir ailenin mensubu olmak. Sevgi dolu bir ortamda, kendine güvenmeyi öğrenerek büyümek. Belki biraz şovenist bir yaklaşım olacak, ama Egeli ve İzmirli olmak. İyi bir eğitimin verdiği anahtarları doğru kullanmayı keşfedecek sosyal ortamlarda bulunmak. Gazeteci olarak yıllarca politikacıdan işadamına, sanatçıdan spor dünyasına her kesimden pekçok farklı kişiyle diyalog içinde yaşamak. Politikayla, ülkenin yakın tarihiyle ilgili olmak. Kitabı sevmek ve okumak. Sosyal olmak, insanlarla kolay diyalog kurabilmek. Yaratıcılık yönünü geliştirmek, güçlü önsezilere sahip olmak, liderlik yapabilmek. Yeni görevlere korkusuzca aday olmak ve hedefler koyarak bunları başaracağına inanmak. Ekip çalışmasının önemini kavramak. Kendine inanmak, ekibine güvenmek ve çalışma arkadaşlarının önünü açmak. Ve her gün yeni bir şey öğrenerek, gerektiği kadar çok çalışmak.

Genelde toplum olarak, kadınların iş



foto: iklim



foto: iklim

dünyasında büyük yerlere gelmesi biraz soğuk karşılanır. Erkeklerin yönettiği bir dünyada, kadın patron, kadın şef, kadın müdür biraz yadırganır. Veya en azından biz erkekler tarafından... Bu kadar erkek hegemonyasının hakim olduğu bir toplumda, bir kadın olarak bu noktalara gelmek sizce kolay mı?

Kadınların üst düzey yönetici olması, sadece Türkiye'de değil, dünyada da zor gerçekleşen, çok da sık rastlanmayan bir durum. Hatta ben, çoğunluğunun müslüman olduğu, az gelişmiş, büyük sosyo ekonomik sorunları olan bir ülke olmasına karşın, Türkiye'deki kadınların pekçok ülkeye göre daha başarılı olduğuna, çok üst düzeyde görev yaptığına, çok iyi pozisyonlara ulaştığına inanıyorum. Kişisel olarak ben iş yaşamıma hiçbir zaman cinsiyet ayırımı noktasından bakmadım. Yeteneğime ve başaracağıma inandığım her alanda, kadın olarak değil, bir insan olarak yol aldım. Çok da destek gördüm. Kadın olmak, pekçok noktada benim için dezavantaj olmadı, aksine avantaja dönüştü. Bunda en büyük etkenlerin başında, Doğan Grubu gibi cinsiyet ayırımı yapmayan, iyi çalışan, yetenekli olan, hakeden kişileri yönetici pozisyonlarına getiren bir kurumda çalışmak olduğunu da itiraf etmem gerekiyor. Özellikle yayın grubumuzun üç önemli kurumu olan Hürriyet, Doğan Gazetecilik ve Kanal D'nin kadın patronlarımız tarafından yönetilmesi de, bu gerçeğin en somut ifadesi. Ama genel olarak bakarsak, kadınların iş yaşamında cinsiyetleri nedeniyle karşılaştıkları pekçok sıkıntı olduğunu kabul etmemiz gerekiyor. Kadın dünyanın hemen her yerinde öncelikle eş ve anne konumu nedeniyle, ailesine zaman ayırabileceği mesleklere ve konumlara yöneliyor. Bu nedenle de, genellikle yönetici pozisyonlarına gelecek kadar işe zaman ayıramıyor. Kendisini ikinci plana alınca da, doğal olarak eşinin mesleği ve kariyeri birinci sırada geliyor. Bu bir yerde de erkekleri öne itiyor. Üst düzey yöneticilik yapan kadınlara bakarsanız, hepsi iyi eğitimli, ekonomik sıkıntısı olmayan, evdeki sorumluluklara destek verecek yardımcıları olan kadınlar. Ya da iş hayatı her zaman birinci sırada geldiği için, özel yaşamına fazla zaman yaratamayanlar. Dini unsurlar, gelenekler, baskıcı bir sosyal yapı, erkek hegemonyası altında yaşamaya çalışan, eğitim yapamayan, bazen insan yerine bile konulmayan kadınlarımızın durumu, bu anlattıklarımın çok dışında. Sorunuza, sosyo-ekonomik durumu iyi olan bir ortamda yetişmiş kadınların üst düzey yönetici olup olmaması çerçevesinde yanıt verdim. Yoksa, kadın sorunları üzerine yorum yapmaya, fikir yürütmeye kalkarsak, bu sütunlara sığamayız.

Sizin elbette gazeteci kökeniniz var. Yani sadece işletmeci, yönetici değil, aynı zamanda gazetecisiniz de... Bugün gazetecilik mi, yöneticilik mi dersek ne dersiniz?

İkisi de çok zevkli ve sorumluluk isteyen görevler. Ama, gazetecilik mesleğinin o büyülü dünyası, insanı her zaman çeken bir unsurdur. Hele de yıllarca gazetecilik yapan bir kişi için, tercih konusu olursa elbette ki gazetecilik. Özellikle seyahati ve fotoğraf çekmeyi çok sevdiğim için, bu iki keyfi birleştiren gezi röportajları yapmayı her zaman istemişimdir. Ama, şu anda yaptığım görevi de çok sevdiğimi söylemeliyim.

Yönetici aynı zamanda lider özelliği taşıyan kişidir bildiğiniz gibi... Modern şirket yönetim felsefesinde, bu kavram büyük önem taşıyor. Bir yöneticinin yanısıra, lider kişiliğinizi dikkate alarak ve samimi olarak "Bu benim hatam veya zayıf yanım" diyebileceğiniz bir yönünüz var mı?

Elbette ki. Kimse mükemmel olamaz. Herkes, her yaşta hata yapabilir. Örneğin,

"Ben ekip çalışmasına çok inanan, arkadaşlarımın önünü açan bir yapıya sahibim. Ama birlikte çalıştığım arkadaşlarımın görüşünü alma gayretim, karar sürecini yavaşlatarak zaman kaybettiriyor bazen. Bir başka kötü huyum da, bazen çok sabırsız olmam. Bir iş yavaş yapıldığında veya hızlı sonuç alınamadığında huzursuz oluyorum."



ben ekip çalışmasına çok inanan, arkadaşlarımın önünü açan bir yapıya sahibim. Ama birlikte çalıştığım arkadaşlarımın görüşünü alma gayretim, karar sürecini yavaşlatarak zaman kaybettiriyor bazen.

Bir başka kötü huyum da, bazen çok sabırsız olmam. Bir iş yavaş yapıldığında veya hızlı sonuç alınamadığında huzursuz oluyorum. O iş bitmeden de rahat edemiyorum ve yeni bir projeye yönelemiyorum. Bu yüzden de hem kendimi hem çevremdeki çalışma arkadaşlarımı yıpratabiliyorum.

Aynaya baktığınızda, bir Sevda vardı deyip, dalıp gitmiş olsanız, hayatınızın hangi noktasına giderdiniz... Hayatınızın en aradığınız dönemi hangi yıllar?

Elbetteki ortaokul ve lise yılları. Çok güzel, keyifli yıllardı. En önemlisi de, tüm aile biraradaydı. Eskiden akrabalar birbirini daha sık arardı, komşularla daha çok biraraya gelinirdi, dostlar, arkadaşlarla daha çok programlar yapılırdı. Açıkhava sinemalarına birlikte gidilir, baharda piknikler yapılır, birkaç araba arka arkaya seyahatlere gidilirdi. Özellikle büyükanne ve büyükbabaların hayatta olduğu dönemde biraraya geldiğimiz güzel günleri çok özlüyorum.

İş dünyasında başarıya giden yolda "duygusallık" faktörü başarıyı nasıl etkiler sizce?

Gazetecilik gibi bir meslekte ekip ruhunu yakalamadan başarılı olmak olanaksızdır. Ben başarıdaki en büyük etke-

Terazi burcu olduğum için, duygularımla hayatın gerçeklerini hep dengelemeye çalışırım. Çok sık ağlayan bir yapım yoktur, ama duygusal anlarda gözlerim hemen sulanıverir.

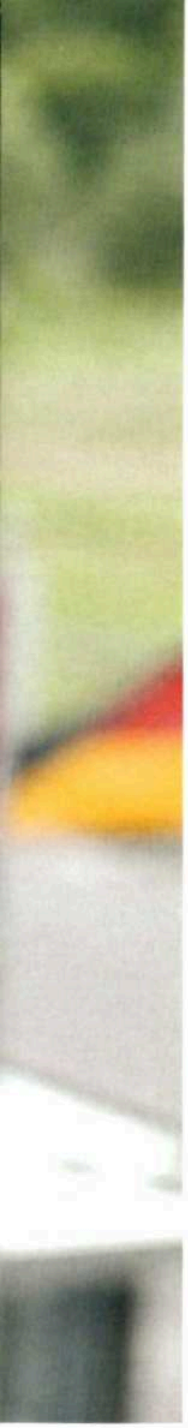


foto: iklim

nin, iyi bir ekiple çalışmak olduğuna inanıyorum. Ekip demek insan unsuru demek olduğuna göre, elbette ki duygular her zaman rol oynayacaktır. Ben duygularım ve önsezilerime inanırım. İnsanları sevmekle, onları dinlemekle, onlarla gülüp ağlamakla hiçbir şey kaybetmeyeceğimi, aksine uyumu ve güveni yakaladığımız an hep beraber başarıya ulaşacağımıza inanırım. Günlük iş yaşamında duygularım sık sık devreye girer kısacası. Ama önemli konularda karar verirken duygusal davranmam, gerçekçi yönüm ağır basar.

Duygusal mısınız? Kolay ağlar mısınız? En son ne zaman ağladınız?

Duygusalım, ama yaşamımı duygular yönetmez. Gerçekçi ve katı bir yönüm de vardır.

Terazi burcu olduğum için, duygularımla hayatın gerçeklerini hep dengelemeye çalışırım. Çok sık ağlayan bir yapım yoktur, ama duygusal anlarda gözlerim hemen sulanıverir. En son, bir arkadaşımın beklenmedik ve tatsız bir şekilde yaşama veda eden babasının cenaze töreninde ağladım.

Hayatta, "hayatımı değiştirdi" diyeceğiniz bir bakış açısı, tecrübe var mı? Kimden öğrendiniz?

Yeteneğimin, eğitimimin elverdiği her işte başarılı olacağım inancını bana önce sevgili annem ve babam, sonra teyzem vermiştir.

İş yaşamımda beni en olumlu etkileyen, ileri doğru ittiren kişi ise, bir dönem yöneticim olan, şu anda Doğan Ofset'in genel müdürü olarak görev yapan Sayın Rifat Akkaya olmuştur.

Uzun yıllar Doğan Holding'in CEO'su olarak görev yapan Sayın İmre Barmanbek, 90'lı yıllarda bir kadının meslek hayatında nasıl başarılı olduğunun somut göstergesi olarak bana örnek olmuştur.

Sevgili patronum Sayın Aydın Doğan ise, her zaman bana güvenip yeni görevler vererek yolumu açmıştır.

Başarılı dört kızı olmasının olumlu etkisiyle kadın yöneticileri teşvik eden Sayın Doğan'ın bu pozitif yaklaşımının da etkisiyle, şirketlerimizdeki pekçok önemli noktada kadın yöneticilerimiz var.

Kadınların yaşamın her alanında daha aktif olmalarını, özellikle iş ve politika dünyasında daha etkili pozisyonlara gelmelerini diliyorum.

Sofrana'da,
"iş görüşmelerinin"
tadı bir başka...



Modern, nezih ve farklı bir atmosferde siz iş görüşmelerinizi yapın, biz Türk damak tadının farklı çeşitleri ve geleneksel Türk misafirperverliği ile size hizmet edelim.

restaurant
sofrana

Thomas Str. 10-12 | 61348 Bad Homburg
Tel.: 06172-68 13 21 | Fax: 06172-68 13 22

"Bir bitmeyecek zevk verirken beste, bir tel kopar, ahenk ebediyyen kesilir"
Münir Nureddin Selçuk



Müziğin adresi...

AKBAŞ
MÜZİK

Zehntweg 157, 45475 Mülheim an der Ruhr | Fon: 0208-99 57 36 5/4 | Faks: 0208-99 57 366
www.akbas-muzik.com | info@akbas-muzik.com

Çin mallarının istilası dünyayı etkiliyor



pazar

mehmet ali özkan
ozkan@platform-online.de

Türk limanlarına yanaşan Çin mallarıyla dolu her bir gemi Türkiye'de bir fabrika kapatmaya yol açıyor desek, hiç de abartmış olmayız. Bunun önlemini alamazsak Türkiye piyasaları zor durumda kalabilir.

Çin mallarının girmediği sektör hemen hemen kalmamıştır. Türkiye'ye kaçak giren Çin malları nedeniyle maruz kaldığımız milyonlarca dolarlık vergi kaybıda işin cabasıdır. Piyasadaki her 100 oyuncaktan 95'i, 100 gözlükten 45'i, 100 halıdan 25'i, Çin malı.

Türkiye'nin Çin'den ithalatı geçen yılın 11 aylık döneminde yüzde 80 artışla 1.20 milyar dolardan 2.20 milyar dolara çıkarken, aynı dönemde Türkiye'nin bu ülkeye ihracatı da aynı oranda artarak, 240 milyon dolardan 440 milyon dolara çıktı.

Yapmış olduğumuz araştırmalarda elde ettiğimiz neticeler şunlar:

Özellikle küçük ve orta büyüklükte işletmeciler tarafından yapılan ithalatta düşük fatura, açıktan ödeme ve benzeri yöntemler kullanılıyor. Dolayısıyla gerçek ithalat rakamının resmi rakamların çok üzerinde olduğu sıkça vurgulanıyor. İthalatta mal bildirimi doğru yapılmayarak, olduğundan az gösteriliyor.

Türkiye'de iç piyasayı en fazla zorlayan ürünler bisiklet, musluk, seramik ve porselen ürünleri, kalemler, güneş gözlükleri çerçevesi ve aksamları. Yaklaşık 2 dolara (3,5 milyon lira) Türkiye'ye bisiklet ithal etmek mümkün. Diğer yandan tonu yaklaşık 200 dolardan seramik ürünleri ithalatı yapılabiliyor. Oysa aynı seramik hammadesinin ton fiyatı Türkiye'de yaklaşık 600-800 dolar arasında değişiyor.

Biz ticari zihniyetimizi geliştirmezsek, tabir-i caizse "Hep bana Rabbena" dersek hiçbir yere varamayacağımız kesindir. Avrupa ülkelerinden yapılan işlere bakarsak, Almanya'nın Çin'le bağlantısı biraz daha farklı...

Almanya'nın otomobil devlerinden BMW, Mercedes ve VW yıllardır Çin'de üretim yapıyorlar. Hatta VW'nin, Çin'deki üretimi, Almanya'daki üretiminden daha fazla.

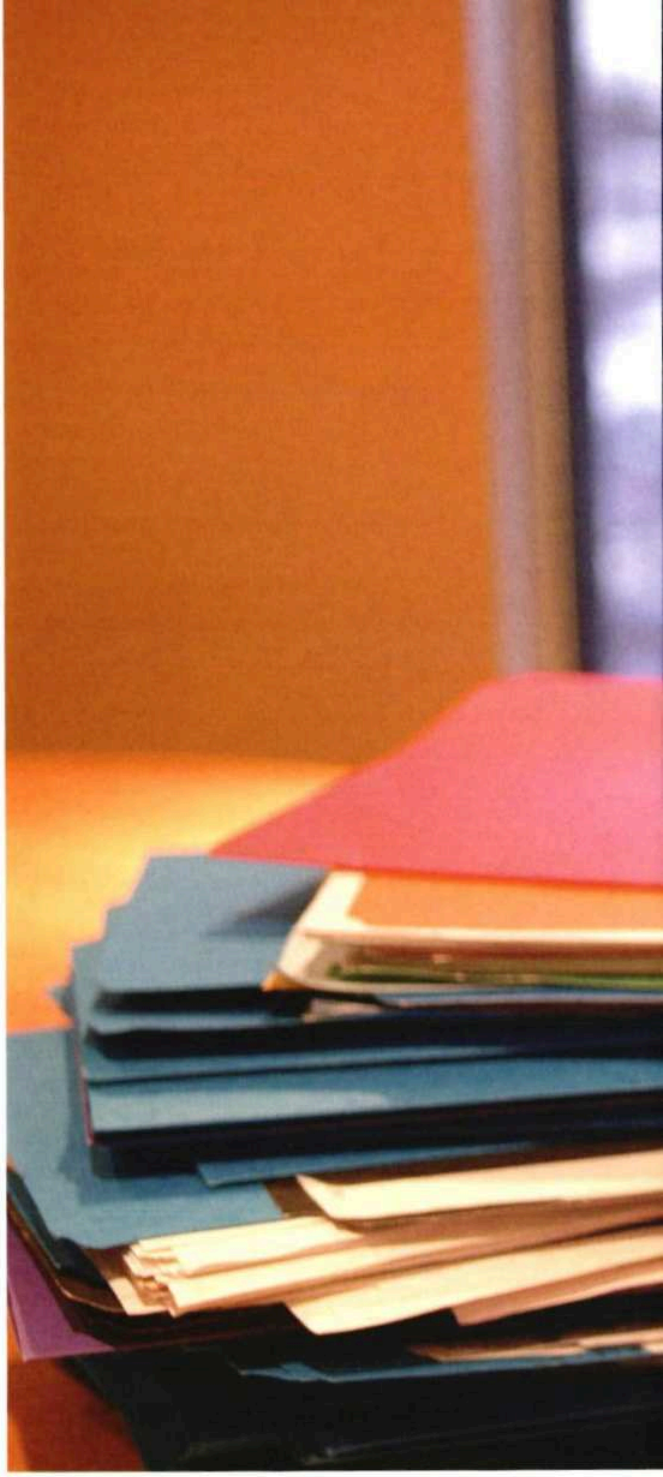
Bütün bunlar, Almanya ile Çin arasındaki ekonomik ilişkilerde büyük hamleler yapıldığını gösteriyor. Çin, Almanya'nın Asya'daki en büyük ticari ortağı. 2003 yılında Almanya, Çin'e yaklaşık 18 milyar Euro'luk ihracat yaparken, Çin, Almanya'ya, çoğu Avrupalı ortağından daha fazla mal ihraç etti.

Çin ile Almanya arasındaki en eski ticari ortaklık olan Alman Hava Yolları Lufthansa ile China Airlines şirketlerinin yakında bitmesi beklenen işbirliğinin devam etmesi için çalışmaları sürüyor.

Şunu söyleyebiliriz; "En çok güvencimiz nüfusumuzdur" diyen Çinlilerin belki sıcak savaşlar yolu ile değil ama; ticaret adı altında bütün dünyaya nüfus ihracı yaparak, sinsi ve gizlice bir ekonomik istila planını uygulama ihtimalleri yüksektir.

Yaklaşan bu ekonomik istilaya karşı, özellikle Türk ekonomisinin çok daha dikkatli olması ve gerekli önlemleri zamanında alması gerekir.

Çin'in ekonomik gücü, nüfus gücüyle doğru orantılıdır. Ucuza maledilen ürünler, pahalı üretimin yapıldığı ülkeler açısından bakıldığında, birçok rizikoyu da beraberinde getirmektedir. Çoğu kaçak ve usulsüz yollardan ülkeye sokulan Çin malları, Türkiye ekonomisi açısından derin yaralara yolaçabilir. Yetkililerimizin bu ciddi konuda gerekli önlemleri alması, krizlerden kurtulamayan ekonomimizin sağlığı açısından son derece önemlidir.



Etkin sonuçlar için Performans Yönetimi

Dünyada oldukça yeni olarak uygulanmaya başlanan Performans Yönetim Sistemi, şirket gelişiminde önemli bir rol oynayacak bilgiler içeriyor. Arkadaşımız **Ertan Yüce,** bu yeni sistemi sizler için araştırdı. Sizin ve şirketinizin gücüne güç katacak bu önemli ipuçları size yol gösterecek...

Ertan Yüce

Canlılar gibi işletmelerin de bir yaşam periyodu vardır. Onlar da doğar, gelişir ve ölürler. Yaşamak içinse hayatımızın her alanında değişime ihtiyacımız vardır. Değişim ise çevremiz sürekli değiştiğinden gelişmenin doğal sonucu olarak, çevreye uyum sağlayabilmek için sürekliliği esas alan bir olgu olarak karşımıza çıkar.

İşte bu değişim süreci sonucunda son yıllarda işletmelerde Toplam Kalite Yönetimi Felsefesi adlı bir düşünce tarzı ve oluşumu ön plana çıkmıştır. Toplam Kalite Yönetimi, tüm insan kaynaklarını içine alan ve işlenmemiş ürünün tüketiciye ulaşana kadar geçen her bir aşamasında kaliteyi baz alarak hareket eden işletme felsefesidir.

Bu aşamada değişen dünya koşullarında Toplam Kalite felsefesinin içine aldığı konulardan birisi de Performans Yönetim Sistemleridir. Dünyamızda teknolojik gelişme ve robot-makine sistemlerinin kurulması aşamalarıyla birlikte son dönemde insanın önemi de açığa çıkmıştır. İşletmeler de çeşitli kriterleri (motivasyon, hedef, güven, uyum v.s.) göz önüne alarak çalışmalarının verimliliğini ve uyumunu arttıracak faaliyetlere önem vermeye başladılar. Performans Yönetim Sistemi de bu ihtiyacın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Performans, görevin gereği olarak önceden belirlenen ölçütleri karşılayacak biçimde görevin yerine getirilmesi ve amacın gerçekleşmesi oranıdır.

Performans yönetimi; bireyleri, kendi potansiyellerinin farkına varmalarını sağlayacak şekilde motive ederek organizasyonlardan, takımlardan ve bireylerden



daha etkin sonuçlar almak için üzerinde anlaşmaya varılmış amaçlar, performans standartları, hedefler, ölçüm, geri bildirim, ödüllendirme/onurlandırma aşamalarından oluşan sistematik bir yönetim aracıdır.

İyi bir performans yönetiminin var olması çalışanların;

* amaçlarının ve önceliklerinin neler olduğunu,
* şu anda ne yapmaları gerektiğini,
* yaptıkları işin takımlarına ve firmanın performansına katkısının ne olduğunu biliyor olması demektir.

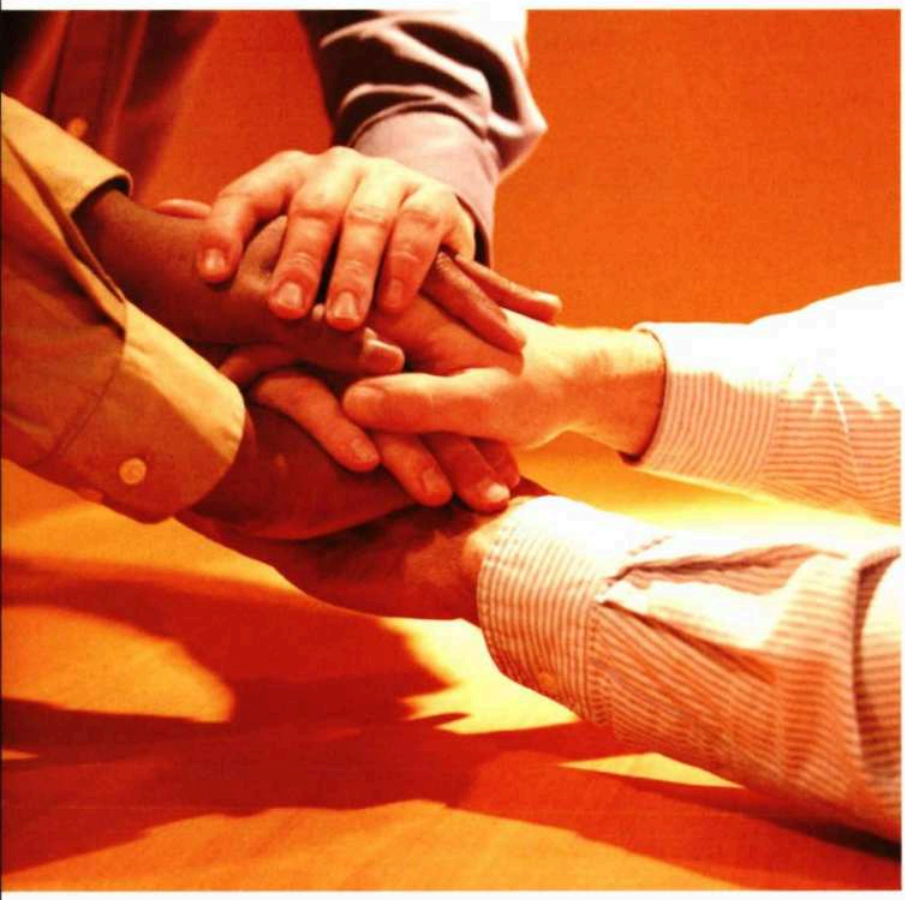
Çalışanlar kendilerinden ne beklendiğini bilip anladıkları ve daha da önemlisi kendi hedeflerinin oluşturulmasında rol aldıklarında işlerini sahiplenecek ve hedeflerine ulaşmak için ellerinden geleni yapacaklardır. Performans Yönetim Sisteminin temel prensibi de budur.

Performans Yönetim Sisteminin Özellikleri

Sürekli gelişme ve öğrenen organizasyon felsefesine dikkat çeker.

Yılda bir kez yapılan sübjektif değerlendirme yerine yıl boyunca objektif değerlendirme ve geliştirme sağlar.

İstenen şirket kültürünün yerleştirilmesinde önemli bir araçtır. Hedeflerin yaygınlaştırılması aşamasında kişilerin kendilerini şirketin bir parçası olarak gör-



Şirketinizin çalışanlarını motive etmek için Performans Yönetimi size çok önemli avantajlar sağlayacaktır. Bu yöntemi başarı ile uygulayabilirseniz, personeliniz, firmayı kendi firması gibi düşünmeye başlayacaktır.

mesini sağlar. Organizasyonel ve kişisel hedeflerin entegrasyonunu sağlar.

Yeterlilik kavramının ve yeterlilik analiz tekniklerinin gelişimini sağlar. Bu analizlerin davranışsal konulardaki performans değerlendirmeye temel oluşturmasını öngörür. Performans Yönetiminin sadece yöneticilerin değil herkesin işi olduğunu vurgular. İşleyişi hedeflerin belirlenmesi süreci ile başlayıp yönlendirme/geribildirim ve değerlendirme ile devam eder ve gelişim planlaması ile son bulur.

Amaçları

En genel amacı çalışanların, hem bireysel olarak hem de takım halinde, firma süreçlerinin ve kendi bilgi-becerilerinin sürekli gelişimini sağlayabilecekleri bir kültür oluşturmaktır.

Organizasyonun performansında kalıcı gelişmeler elde etmek.

Kişisel yetenekleri geliştirerek, ilerlemeye açık, kaliteli personelle daha verimli bir çalışma ortamı yaratmak.

Çalışanlar ile yönetenler arasında açıklık ilkesine dayalı diyalog kurulmasını sağlamak.

Hedefler ve performans kriterleri konusunda yöneticilerle çalışanlar arasında ortak bir anlayış oluşturarak, herkesin görevinin bilincinde olmasını sağlamak.

Çalışanların performanslarını izleyerek objektif bir ölçme değerlendirme yapmak.

Çalışan performansını yönlendirecek, işinde gelişmesini ve geleceğe hazırlanmasını sağlayacak geri bildirim mekanizmasını oluşturmak.

Dürüst bir yönetim anlayışını yayarak güven yaratmak ve çalışanın moralini yükseltmek.

Getireceği Yararlar

Çalışana Yararları:

* Çalışan, kendisinden tam olarak ne beklenildiğini bilir.

* Çalışan, verilen hedeflere ulaşmak için neler yapması gerektiğini bilir.

* Çalışan, yöneticisiyle şimdiki durumunu, gelecekteki gelişimini ve eğitim ihtiyaçlarının ne olduğunu tartışır.

* Çalışan kendi gelişim düzeyini belirler

Yöneticiye Yararları:

* Çalışandan ne beklenildiğini açıkça ifade edebilir.

* Çalışanın performansı ile ilgili daha yapıcı geri bildirim verebilir.

* Çalışanın yeteneklerini en iyi şekilde kullanması yönünde rehberlik yapar.

* Kişisel gelişim ve eğitim ihtiyaçlarını planlar.

* Karşılıklı güven ve saygıya dayalı yakın iş ilişkileri kurar.

Organizasyona Yararları:

* Şirket ve takım hedeflerinin kişisel hedeflere entegrasyonunu sağlar.

* Bireysel katkıların ayırt edilmesini sağlar.

* Kariyer planlamasına olanak verir.

Aşamaları

1. Hedef Belirleme:

Şirket hedeflerini gerçekleştirmeye yönelik kişisel iş sonuçları yeterliliklerle ilgili hedeflerin belirlenmesi.

2. Yönlendirme/ Geri bildirim:

Hedeflere yönelik ilerlemelerin kaydedilmesi ve gelişmesi gereken yönlerin belirlenmesi.

3. Değerlendirme:

Kişisel iş sonuçlarının ve yeterliliklerin değerlendirilmesi.

4. Gelişim Planlama:

Gelişmesi gereken yönlerin ve eğitim ihtiyaçlarının belirlenerek gelişim planlarının hazırlanması.

Ist die Türkei wirtschaftlich reif für die EU?



aspekt

m. teyfik özcan
ozcan@platform-online.de

Im Wahlkampf vor der Europawahl wird aktuell vor allem ein möglicher EU-Beitritt der Türkei diskutiert. Doch selbst Rumänien, Bulgarien und Kroatien liegen in ihrer Entwicklung noch weit hinter der jetzigen Beitrittsgruppe zurück und sind wesentlich ärmer.

Ein ganz besonderer Fall ist die Türkei. Nicht, dass sie ärmer wäre als die Balkanländer. Ihre Entwicklung ist sogar auf einem höheren Niveau. Das Pro-Kopf-Einkommen liegt bei 2500 $ oder etwa zwölf Prozent des derzeitigen EU-Schnitts - höher als in Rumänien und Bulgarien, den heißesten Beitrittskandidaten. Mit Blick auf die Türkei wird aber grundsätzlich diskutiert. Gehört die Türkei zu Europa, deren Staatsgebiet geografisch zu großen Teilen in Asien liegt? Deren Einwohner in der Mehrheit Moslems sind? Die Frage wird auch deshalb zum EU-Politikum, weil die Türkei nach dem Beitritt in frühestens 10 Jahren mit rund 75 Millionen Menschen nach Deutschland das bevölkerungsstärkste EU-Land wäre und damit großen politischen Einfluss hätte.

Nur die Antworten auf diese Fragen kannte man schon vor ca. 40 Jahren. Es hat sich nichts verändert, die Grenzen zu den Nachbarn sind die gleichen, die Mehrheit der türkischen Bevölkerung ist seit Jahrhunderten muslimisch geprägt und das Bevölkerungswachstum war schon immer überproportional hoch.

Daher stellt sich eigentlich nur eine Frage, auf die man eine ehrliche und gewissenhafte Antwort geben sollte:

Warum wird die Türkei von einigen Kreisen als ein verlässlicher Partner der Nato, UNO, OSZE, u.s.w. gepriesen und gleichzeitig wird gegen ein EU-Beitritt geworben?

Türkische Wirtschaft holt auf

Wirtschaftspolitisch müsste sich in der Türkei noch einiges tun. Zwar hat Premier Tayyip Erdogan dem Land einen Reformschwung verliehen, wie seinerzeit der verstorbene Turgut Özal, aber es mangelt noch an der Umsetzung.

Dennoch traut der Bundverband der deutschen Industrie den Türken sogar zu, zum Wachstumsmotor für die gesamte EU werden zu können. Der türkische Markt bietet den Unternehmen Wachstumsperspektiven, den das stagnierende Europa kaum noch bieten kann.

Andererseits ist Europa für die Türkei ein immens wichtiger Absatzmarkt. Bereits heute werden 40 Prozent der Fernsehgeräte, die in der EU verkauft werden, in der Türkei produziert. Jüngstes Beispiel für das neue Selbstbewusstsein der türkischen Wirtschaft: Die Übernahme des deutschen Unternehmens Grundig durch Beko. Der türkische Konzern jubelte in Zeitungsanzeigen: „Dieser Stolz gehört der ganzen Türkei. Europa solle sich über die Wettbewerbsfähigkeit der türkischen Industrie keine Sorgen machen".

Der türkische Markt bietet den Unternehmen Wachstumsperspektiven, den das stagnierende Europa kaum noch bieten kann.



Ev al, kiracın ödesin

Sunduğu yepyeni bir yatırım imkanı ile Almanya'da emlak sahibi olmak isteyen vatandaşlarımıza yeni ve güvenli bir yatırım imkanı sunan As Plan GmbH'nın genç kuşak yöneticisi Abdullah Özer, "Aktiv Yatırım" adını verdikleri projelerini anlattı...

Şükrü Uyanık

Abdullah Bey, siz genç kuşak yöneticilerdensiniz. Bildiğimiz kadarıyla eğitiminizi Almanya'da tamamladınız. Kimdir Abdullah Özer, bize biraz kendinizden bahseder misiniz?

Ben 1972 Yozgat Çayıralan doğumluyum. 1974'de yani iki yaşımda Almanya'nın şehrine yerleştik. Eğitimimi bu şehirde tamamladım. Yüksek eğitim için yine Kassel Üniversitesi Mimarlık Bölümü'ne başladım. 1998'de mimar olarak mezun oldum.

As Plan hangi maksatla kuruldu? Almanya'da inşaat sektörüne girme fikri nasıl doğdu?

Meslek icabı 1998'de PlanBau GmbH adında Kassel'de ilk şirketimizi kurduk. Şirketin kuruluşunda İnşaat Mühendisi yeraldı. Bütün mimari ve mühendislik işlerini yapan bu şirketimiz, 1999'dan sonra inşaat yapımına da yavaş yavaş başlamış oldu. Müşteriler inşaat sektöründe güvenilir şirketler aramaktaydılar. Bizzat Almanya'dan mezun olan ve uzman olan kadromuz, kaliteli ve bilinçli inşaatlar yapmaktaydı. Bu bilinçli şekilde projeler bizi yükseltmeye başladı. Kassel'de çok büyük inşaatlara imza atan şirketimiz, 2002 yılında Assteam Şirketler Grubu'yla birleşerek Frankfurt'a taşındı ve şirketimizin ismi Asplan olarak değiştirildi.

Öğrendiğimiz kadarıyla değişik yatırım imkanları sunan açılımlarınız var... Geliştirdiğiniz bu yatırım imkanları hakkında bilgi verebilir misiniz?

Hedefimiz Almanya'da yaşayan vatandaşlarımıza kazançlı yatırım imkanları sunmak olduğundan, 2002 yılında bir kooperatif kurduk.

"Offenbacher und Frankfurter Wohngungsbaugenossenschaft" kısaca OFWG e.G. adındaki bu kooperatifimiz çok başarılı oldu.

Şu anda bin 500 üyesi olan kooperatifimiz üyeleri, sadece bize üye oldukları için Almanya Maliyesi'nden "Eigenheimzulage" yani Konut Teşviği almaktadırlar. Yaklaşık % 17'lik bir kar getiren ve Alman Maliyesi kontrolünde bulunan bu yatırım modeli 2002 ve 2003 yılının en karlı yatırım modeli seçilmiştir.

Masalarda planlar, maket evler, apartmanlar görüyoruz... Almanya genelinde kaç yerde inşaatınız devam ediyor?

Şirketimiz plan ve proje olarak bütün Almanya'da hizmet vermektedir. Kaliteli, kontrollü ve sağlıklı bir inşaat yapmak isteyen vatandaşlarımızın bizzat bizleri aramaları ve bilgi almaları bizi sevindiriyor.

Şu anda bulunan projelerimiz genelde Frankfurt/Preungesheim'dadır. Bu arada, 72 dairelik bir projemiz gerçekleştirilmek üzere. Rüsselsheim şehrinde 16 dairelik projemiz bitmiş olup, vatandaşlarımıza satışına başlanmıştır.

Offenbach'daki 20 ailelik projemizden 15 tanesi satılmıştır. Sloganımız Almanya'da vatandaşlarımızı "evlendirmek" olduğundan, yoğun şekilde proje gerçekleştirip, hizmete sunmaktayız.

Uluslararası bazda yaptığınız veya yapmayı düşündüğünüz projeleriniz de var mı?

Uluslararası yapacağınız projelerde, o ülkenin kanunlarını iyi bilmeniz gerekmektedir. Avrupa İnşaat Yapım Normları (EN) daha bütün Avrupa'da uygulanamamaktadır.

Biz uzman olduğumuz ülkenin dışın-



foto: iklim

da bir yatırımı şu anda yapmak istemiyoruz.

İnşaat sektörü Türkiye'de mi, yoksa Almanya'da mı daha kolay? Karşılaştırmanızı istersek...

Türkiye'deki inşaat alanını biraz araştırdıktan sonra şu bilgileri edindim.

Gerçek manada Türkiye normlarına göre yapılan inşaatların denetlenme oranı oldukça düşük.

Bu şekilde yapılan inşaatların maliyeti yüksek olduğu için, şirketler kalitesi düşük ve denetlenmemiş malzemeler kullanıyorlar.

Tabi alan memnun, satan memnun olduğu için herhangi bir şekilde tam olarak denetlenmiyor. Binaların ses geçirmeme ve soğuk ve sıcağa karşı izolasyonu herhangi bir şekilde denetlenmiyor ve uygulanmıyor. Almanya'da en önemli şeylerden bir tanesi insan güvenliği.

Denetlemeler bizzat mühendisler tarafından yapılmaktadır. Yapmış olduğunuz bütün işler Almanya normlarına uygun olmak zorunda. Bu düzenlemeye her mühendis ve mimar dikkat eder ve uygular. Kalite ve denetim olarak Almanya'daki inşaatlar bütün Avrupa ve Türkiye'nin daha üstündedir.

Finans konusunda da atılımlarınız olacak sanırım...

İnşaat sektörü denince akla sadece daire almak değil, finans konusu da geliyor. Bu konuda uzman bir arkadaşımızı şirketimizin bünyesine dahil ettik. Finans konusunda vatandaşlarımıza hizmet vereceğimiz için, bütün işlemlerin bir çatı altında birleşmesini sağlamış olduk.

Almanya'da vatandaşlarımız yatırım konusunda artık çok dikkatliler... Siz ne gibi garantiler sunuyorsunuz?

Vatandaşlarımız şu konuya çok dikkat etmek zorundadır. Garantili yatırımların kar oranı, rizikolu yatırımlar kadar yüksek değildir.

Universitede benim ders aldığım bir profesör "Doğru yatırım için önereceğim şu modeli uygularsanız, hiçbir zaman zarar etmezsiniz" derdi.

"Yatırımlarını üçe bölün ve 1/3'ünü rizikolu yatırımlarda kullanın. Diğer 1/3'ünü rizikosuz işlere yatırın. Ve son 1/3'lük bölümü ise nakit olarak bulundurun veya hemen nakite çevirebileceğiniz yatırımlarda kullanın."

Bu felsefeyle yola çıktık ve insanlarımıza en garantili yatırım modellerini sunmaktayız.

Almanya'da emlak her zaman değer kazanmıştır ve kazanacaktır. Biz emlak dışında yatırımlar yapmıyoruz.

Firmanızda kaç işçi çalışıyor, şubeleriniz var mı?

Bünyemizde bulunan ve bizimle çalışan eleman sayımız yaklaşık 200 kişiden oluşmaktadır. Frankfurt'taki ofisimizde yaklaşık 15 kişi hizmet vermektedir.

Diğer elemanlarımız, Almanya genelinde görev yapan temsilcilerimizdir.

Türk firmalarının en büyük sorunu ekipleşme, profesyonelleşme. Siz genç bir idareci olarak, bu konuda nasıl bir vizyona sahipsiniz?

Almanların çok ünlü bir sözü vardır. "Vertrauen ist gut, kontrolle ist besser" derler. Yani sadece güven yeterli değil, kontrol etmek daha iyidir...

Biz elemanlarımıza güvenmediğimiz için kontrol yapmıyoruz, sadece emin olmak için yapmış oldukları işleri kontrol ediyoruz.

Bu kontrollerden hiçbir eleman rahatsız olmuyor ve olmaması lazım. Doğru ve uzmanca yapılmış bir çalışma ise yapılan iş, korkusuzca kontrol ettirmekten çekinmemek gerek.

Çalışma saatlerinden tutun da, her yapmış olduğunuz işlerin bir konsepti varsa ve herkes buna uyuyorsa, rahat ve kalitel işler yapabilirsiniz.

En önemlisi personelimize göre bir iş bulmak zorunda değilsiniz. Sadece işinize göre uzman personel alırsanız başarılı olursunuz...

insanlarımıza en garantili yatırım modellerini sunmaktayız.
Almanya'da emlak her zaman değer kazanmıştır ve kazanacaktır.
Biz emlak dışında yatırımlar yapmıyoruz.

Yazılım teknolojisi ve verimlilik



software

sevgi kayabaşı
kayabasi@platform-online.de

Bilgi teknolojilerinin ülkelerin ekonomik yaşamlarında giderek artan önemi ve bilgiye dayalı sanayi sektörlerinin büyüme hızları göz önüne alındığında, iletişim ile donanım ve yazılım sektörlerinden oluşan bilişim sektörünün önemi bir kez daha ortaya çıkmaktadır. Yazılım sektörü ürünleri iletişim ve bilgisayar sektörlerinin ayrılmaz bir parçası olarak firmaların her türlü faaliyet alanına girmiş ve üretimde verimliliği arttırmanın önemli bir aracı haline gelmiştir.

Bilişim sektörünün üç alt sektörlerinden biri olan yazılım sektörüne donanım ve iletişim sektörlerinin aksine, büyük bir teknoloji veya altyapı yatırımı gerekmez, en önemli girdisi insan zekası ve yaratıcı gücüdür. Herhangi bir bilgisayar mühendisi yaratıcı zihinsel emeği ile bir kişisel bilgisayar ve kullanıcılarıyla bağlantıları sayesinde ülkenin yerel bilgi teknolojisi pazarının bir parçası olabilir. Ayrıca yazılım sektöründe ürün bir kez üretilir, yaratılan ürün kopyalama yoluyla çoğaltılır. Yapılan kopyalamanın kolaylığı ve ürünün yaratılmasına kıyasla hemen hemen sıfır maliyetle gerçekleştirilmesi, nakliye maliyetlerinin düşüklüğü, ürünün telif ve kullanım haklarının korunması dikkate alındığında yazılım ticaretinin geleneksel ticaretle olan farkları daha iyi anlaşılabilir.

Teknolojinin iş yaşamına sağladığı en büyük avantaj, hız, yönetim kolaylığı ve onun sonucunda getirdiği verimliliktir. Bugün rekabetçi olmak büyük ölçüde verimlilikten geçiyor. Verimlilik işimizi daha az maliyetle, daha hızlı, daha kolay yapmak, işimizi daha iyi yönetmek ve doğru kararlar almamızı sağlar. Verimlilik için yararlandığımız en önemli parametre ise teknolojidir. Teknoloji geliştikçe iş yapış biçimleri gelişiyor, iş yapış biçimleri değiştikçe de teknoloji bu değişime yanıt verecek şekilde gelişiyor. Son yıllarda kurumlarda teknolojiye dayalı bir çok konu ortaya çıktı. Artık nerdeyse tüm süreçlerde teknoloji kurumlar için iyi bir yardımcı. E-iş, e-ticaret, mobilite vs gibi üst yapı uygulamaları aslında çok sağlam, iyi mimarilendirilmiş bir altyapı gerektiriyor. İyi bir altyapı, iyi bir yapısal kablolama, iyi donanım, iyi yazılım, iyi networking, iyi bir internet altyapısı, iyi bir güvenlik sistemi anlamına geliyor. Kurumların uygulamalarını çalıştırırken maksimum verimi alabilmeleri için altyapı yatırımı en önemli konu olarak karşımız çıkıyor. Kısacası kurumsal uygulamalarda başarı, ancak iyi ve sağlam bir teknolojik altyapı ile gündeme gelebilir.

Kurumların yazılım ihtiyaçlarının belirlenmesinde ilk adım mevcut durumun ve verilmek istenen noktanın en iyi şekilde analiz edilmesidir. Bunun sonucunda da yazılım ihtiyacı ya piyasada satılmakta olan hazır paket programlar ya da kuruma özel yazılımlarla karşılanmaktadır.

Özel yazılımlar kurumların ihtiyaçlarını birebir karşılayamamasından dolayı kurumlar kendi ihtiyaçlarına cevap veren, kuruma özgü, altyapılarıyla uyumlu, kapasite olarak kendi kullanım düzeylerini ve gelecek için öngördükleri genişleme potansiyellerini karşılayabilecek modüler yapıda ve kolay servis verebilen uygulamalar arasına girmişlerdir. Bunun sonucu olarak yazılım evleri kuruma özel yazılımlar geliştirerek çözümler üretmeye başlamışlardır.

Günümüzde iletişimin ve bilgi paylaşımının önce kurum içerisinde başlaması, rekabet avantajından maddi getirilere kadar çok farklı yararlar sağlamaktadır. Kurum içi bilgi paylaşımı sayesinde zaman tasarrufu, verimli iş süreçlerinde kısalma ve etkin çalışma ortamı yaratılması mümkün olmaktadır.

Yeni cumhurbaşkanımız Horst Köhler'in açıklamaları hem taraftar buldu, hem de Türkiye hakkındaki açıklamalarında olduğu gibi karşıtlarını da üretti. Bütün bu sürecin ışığında göçmen asıllı yeni cumhurbaşkanımızın portresini arkadaşlarımız Ulrike Brandhorst ve Ertuğrul Özgün sizler için derledi.

foto: dpa



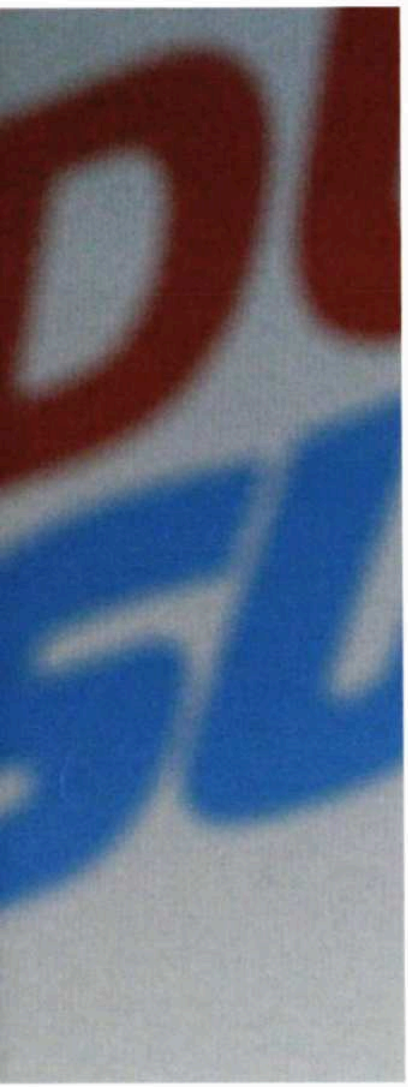
Ulrike Brandhorst
Ertuğrul Özgün

Horst Köhler

Savaş yıllarından bugüne bir göçmenin vizyonu

Almanya'nın yeni Cumhurbaşkanı Horst Köhler hakkında, Hıristiyan Demokrat Birlik (CDU/CSU) ve Hür Demokrat Parti (FDP) tarafından aday gösterilmesi ve siyasi rakibesi Gesine Schwan'a karşı adaylık yarışından başarıyla çıkmasından bu yana hem Alman hem de Türk basınında çok şey yazılıp çizildi. Fakat Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) başkanı olduğu dönemde bile bu kadar tanınmayan Köhler'in aslında hiç de alışık olmadığımız bir politikacı portresi çizdiğini bilenimizin sayısı herhalde azdır.

Yeni Alman Cumhurbaşkanı, sadece geçmişleri ve yaşamları kıyaslandığında bile diğer cumhurbaşkanlarından ayrılıyor. Çünkü Horst Köhler herşeyden önce bir göçmen. Köhler 1943 yılında doğduğunda, Romanya'dan Polonya'ya iltica etmiş olan ailesi, Skierbieszow kentinde yaşıyordu. Çiftçilikle uğraşan Köhler Ailesi, II. Dünya Savaşı'nın son yıllarında Polonya'ya yaklaşmakta olan Rus birliklerinden kaçarak Almanya'nın Leipzig ken-



ti yakınlarına yerleşti ve orada on seneye yakın bir süre oturdu. Daha sonra Suebya'daki Ludwigsburg şehrine yerleşen Köhler Ailesi kendilerine nihayet yeni bir "memleket" bulmuştu. Her ne kadar Alman kökenli bile olsa, bu yaşadıkları Horst Köhler'i bütün diğer göçmenler gibi hep yeni yerleştiği yere uyum sağlamak zorunda bırakmıştı. Belki de büyüyene kadar ailesi ile birlikte, büyüdükten sonra da kendi başına sürekli asıl evinden farklı yerlerde yaşamış olması cumhurbaşkanlığına seçildiği gün Köhler'i şunları söylemek zorunda bıraktı: **"Ben bütün Almanların, Almanya'da yaşayan herkesin cumhurbaşkanı olmak istiyorum."**

Köhler'in yaşamındaki kilometre taşlarına dikkat edildiğinde politik bağımsızlık, tabuları yıkmak ve reformlara dönük cesaret gibi, cumhurbaşkanlığının gerektirdiği vasıflarla döşeli olduğu görülür. **"Sorumluluk"** kelimesine çok önem veren Köhler, daha göreve başlamadan önce söylediği sözlerle bile yerine geçtiği eski Cumhurbaşkanı **Johannes Rau**'nun bıraktığı yerden; yani toplumun elitlerini eleştirerek işe başlayacağını gösterdi. Doktorasını ekonomi alanında yapan yeni Alman Cumhurbaşkanı'nın, daha seçilmeden önce elit yöneticileri eleştirmekten geri durmayarak, **"Büyük bir şirketin başında bulunan bir yönetici, hem iki haneli milyon Euro tutarında maaş alıp hem de on binlerce kişinin işine son verebiliyorsa, onda sadece sorumluluk içgüdüsü değil şirket bilinci de yok demektir."** demesi bile kamuoyunda takdirle karşılandı.

Almanya fikirlerin ülkesi olmak zorunda!

Birçok konuşmasında Almanya'da reform politikalarının uygulanmasını ülkenin geleceği için çok önemli bulduğunu belirten Horst Köhler, Almanya'nın dünya politikasına nüfuz etme gücünü kaybetmek üzere olduğunu söylemekten kaçınmıyor. Seçildikten sonra yaptığı konuşmada küreselleşmenin sunduğu imkanları vurgulayan Köhler, Almanya'nın bu dünyada yer almasının tek yolunun yeniden **"fikirlerin ülkesi"** olmasına bağlı olduğunu söylüyor. Çocukların ülkenin geleceği olduğunu ülkesinin insanlarına hatırlatan yeni Cumhurbaşkanımız, bu konudaki duyarlılığını ise şöyle ifade ediyor: **"...Almanya herşeyden önce çocuklar için bir ülke olmalı. Çocuklar merak, yaratıcılık ve umut demektir. Çocuklar yarına kurulan köprü demektir."** Bu bağlamda sarsıcı sorular da yöneltmeyi ihmal etmeyen Köhler, şirketlere ve yöneticilerine de sesleniyor: **"İş ve aileyi nasıl yeniden buluşturabiliriz?... Çocuklar bizim için ne kadar değerli?"**

Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ) gazetesine verdiği bir mülakatta, gelecekte yeniden fikirlerin ülkesi olması gereken Almanya hakkındaki vizyonuna da açıklık getiren Horst Köhler, sorumluluk bilinci ve devlet güvencesi arasında yeniden denge kurulması gerektiğini belirttiyor. Köhler, bunun da ancak yaşam boyu öğrenmeye açık olmak ve işyeri değiştirmenin normal olarak algılanmasına bağlı olduğunu söylüyor. Yaşlı insanların fikirlerinden ve deneyimlerinden yararlanmanın; çalışan insanlara ailelerine zaman ayırabilecekleri bir ortam sağlanması kadar önemli olduğunu belirten Köhler, nüfus için göçe siyasi bir düzenleme yapılması gerektiğini ve azınlıkların entegre edilmesinin çok önemli olduğunu söylüyor.

Horst Köhler, elbette Almanya'nın ekonomisinin düzelmesini istiyor. Ancak bu ekonominin ayaklarının toplumu birarada tutan temel değerleri barındırmasını da istiyor: **"Değerleri ve ahlaki temelleri olmayan iyi ekonomi hayatta kalamaz, en azından uzun vadede ayakta kalamaz."** Sağlıklı bir ulusal bilinç ile aydınlanmış sağlıklı bir yurtseverliğin Alman halkının kendine güvenini yeniden sağlayacağına inanan yeni Alman Cumhurbaşkanı, ekonomik temel değerlerinin belirlenmesinde ailenin rolünün ve ulus bilincinin dikkate alınmasını gerektiğini vurguluyor.

Avrupa'nın Hıristiyan kimliğini çok önemsiyor

Avrupa'nın serbest bir ticaret bölgesi olmaktan daha öteye gitmesi gerektiğine inanan Köhler, AB Anayasası uğruna süren tartışmaların Avrupa'nın kimliği ve asıl hedef olan Avrupa'nın bütünlüğüne giden yoldaki soruların yanıtlarını bulmayı sağlayacağını düşünüyor. Avrupa Birliği'nde ailenin rolü ve bilimsel araştırma özgürlüğünün sınırsız olup olamayacağı gibi soruların henüz yanıtlanmadığını belirten Köhler, Hıristiyanlığın AB'deki rolü

foto: dpa



konusundaki tavrını ise çok net ortaya koyuyor: **"Hıristiyanlık benim için hep Avrupa kimliğinin varoluşunun ayrılmaz bir parçası oldu ve öyle de kalacak. Bu nedenle AB Anayasası'nda Hıristiyanlık vurgusu yapılmasını arzulanmaya değer buluyorum. Ancak bundan kastım elbette Hıristiyalığın Avrupa'yı herkesten ayıran ve diğerlerini dışlayan bir din olması değil."**

Köhler'e göre Alman kimliği, Alman tarihinin hem iyi hem de kötü deneyimlerinin toplamından oluşuyor. Bir yandan çalışkanlık, sadakat, disiplin ve sorumluluk gibi **"Alman erdemleri"**nin, diğer yandan ise edebiyatçı ve düşünürlerden oluşan olumlu Alman kimliğinin Avrupa'nın bütünlüğüne giden sürece katkıda bulunabileceğini söyleyen Horst Köhler, diğer yandan ise **"kimlik"** konusunda, -Almanya'da zamanında birçok tartışmaya yol açmış olan- **"öncü kültür"** (Leitkultur) kavramını hem ulusal hem de Avrupalı bağlamda tercih ettiğini belirtmeyi ihmal etmiyor.

Türkiye açıklamasına 'son filozof' Habermas sert tepki gösterdi

Yeni Cumhurbaşkanımız, Hıristiyan olmayan bir ülkenin Avrupa Birliği'ne üye olmasına prensipte karşı çıkmıyor. Ancak Köhler, Türkiye'nin AB'ye tam üye olup olamayacağının cevabının, Avrupa kimliğini oluşturan şeyin ne olduğu sorusu yanıtlandığında verilebileceğini söylüyor. **Kendisini aday gösteren CDU/CSU çizgisine paralel bir tutum benimsediği gözlerden kaçmayan Köhler, Türkiye'nin geçirdiği reform sürecine binaen herşeyden önce imtiyazlı bir üyelik verilmesi teklifini çok yapıcı bulduğunu belirtiyor.** Ancak bunun ötesindeki adımları yanlış bulduğunu belirten Horst Köhler, öncelikle 1 Mayıs 2004'teki genişleme sürecinin rayına oturması gerektiğini düşünüyor. Alman Cumhurbaşkanı, uzun vadede de Türkiye'nin Avrupa'ya bağlanmasının desteklenmesi gerektiğini, bunun hem Türkiye'nin jeopolitik önemi hem de uluslararası terörizmle mücadeledeki vazgeçilemez rolü nedeniyle kaçınılmaz olduğunu söylüyor.

Ancak Köhler Türkiye hakkındaki açıklamaları nedeniyle tepki görmedi de değil. Cumhurbaşkanlığına seçilmeden önce de Türkiye hakkında çeşitli açıklamalar yapan Köhler'e yanıt Almanya'nın yaşayan son büyük filozflarından biri olan **Jürgen Habermas**'tan geldi. Frankfurt Okulu'nun son temsilcileri arasında bulunan **Habermas**, haftalık **Die Zeit** gazetesine yazdığı sert değerlendirme yazısında şunları söyledi: **"Horst Köhler, aceleci bir tavırla Türkiye'nin AB adaylığı hakkında açıklama yaptı. Köhler, kutuplaşmalara neden olan bir konuda kendisini aday gösteren partinin çizgisine yaklaşarak aday olduğu makamın tarafsızlığını zedeledi."**

Bir savaş mültecisi ve yeni başlangıçlar yapa yapa yeni koşulları kabullenmesi gerektiğini öğrenen bir göçmen olarak Köhler, her zaman öğrenmeye hazır ve meraklı kalması gerektiğini çok iyi biliyor. **FAZ** mülakatında bu bağlamdaki bir soruyu da yanıtlayan Alman Cumhurbaşkanı, göçmen olmayı şöyle anlatıyor: **"Bu toplum bana eğitim, iş ve sosyal kariyer imkanı tanıdı. Bunun için müteşekkirim. İçinde yaşadığımız toplumdan birşeyler aldığımızın bilincinde olursak, ancak o zaman o topluma birşeyleri geri verebiliriz. Eğer tutumumuz sadece almaktan ibaret kalırsa, sonrasında ortada ne toplum ne de toplumun birliği kalır."**

Köhler'e göre Alman kimliği, Alman tarihinin hem iyi hem de kötü deneyimlerinin toplamından oluşuyor. Köhler kimlik konusunda büyük tartışmalara yolaçan **"Leitkultur"** kavramını hem ulusal hem de Avrupalı bağlamda tercih ettiğini de söylüyor...



Foto: dpa

Biyografi

Almanya'nın 1943 doğumlu yeni Cumhurbaşkanı Horst Köhler aslen Romanya kökenli. II. Dünya Savaşı sırasında ailesi ile Almanya'ya iltica eden Köhler, önce Leipzig'te sonrasında ise Ludwigsburg'ta yaşadı. Ailenin sekiz çocuğundan biri olan Horst Köhler, 1963 yılında lise bitirme sınavlarını (Abitur) verdikten sonra 1965 ile 1969 yılları arasında Tübingen Üniversitesi'nde İktisat Bilimleri bölümünü okudu. 1973 yılında "Teknik gelişmelerin istihdam üzerine etkisi" konulu tezi ile doktorasını yapan Alman Cumhurbaşkanı, uzman olarak çalıştığı Tübingen Uygulamalı İktisat Araştırmaları Enstitüsü'nden 1976 yılında ayrılarak Federal Ekonomi Bakanlığı'nda çalışmaya başladı. 1981-1982 yılları arasında ise Schleswig Holstein Eyaleti Başbakanlığı'nda üst düzey görev aldı.

Siyasete doğru uzanan yol

Horst Köhler'in mesleki kariyeri daha 1982 yılında onu federal siyasetin kalbinde -yani o zamanların başkenti olan Bonn'da- yeni bir göreve taşıdı. Schleswig Holstein Eyalet Başbakanı Gerhard Stoltenberg, birinci Helmut Kohl kabinesinde Federal Maliye Bakanı olunca başarılı çalışanı Köhler'i de yanında götürmeyi ihmal etmedi. Önceleri Bakan'ın konuşmalarını hazırlayan Köhler, daha sonra 1989 yılına kadar Maliye Bakanlığı'nın Finans Politikaları Dairesi, Federal Sanayi Hazinesi, Finans ve Kredi Daresi gibi bölümlerinde daire şefi olarak çalıştı. İki Almanya'nın henüz birleşmediği o yıllarda Horst Köhler, iki ülkenin ekonomi ve parite birliğini sağlayan çalışmalarda da yer aldı.

İktidar ve gücün tam ortasında

Horst Köhler, 1990'lı yılların başında dönemin Federal Maliye Bakanı Theo Waigel'in tavsiyesi ile Maliye Bakanlığı Müsteşarı olarak görev yaptı. Dönemin AET'si ile mali ilişkilerin düzenlenmesinden parite politikalarının belirlenmesine kadar geniş bir yetki alanında çalışan Köhler, Başbakan Kohl'ün de iktisadi ve mali danışmanlığını yapan, perde arkası siyasi pazarlıkları sürdüren, bütün uluslararası ekonomik zirvelerde ve konferanslarda rol alan önemli danışmanlarından biri haline geldi. Avrupa'nın 1991 yılında para birliği pazarlıklarını sonuçlandırdığı Maastricht Anlaşması'nın baş aktörlerinden biri yine Köhler'di. Köhler, bu anlaşmanın tartışıldığı döneme, AB'nin ortak ekonomi ve para politkası, devlet tasarrufları ve anti-enflasyon politikası konusundaki görüşlerini başarıyla yansıtmayı başardı.

Çıplak Uyarıcı

Hıristiyan Demokrat Birlik (CDU) partisine 1981 yılında katılan Horst Köhler, liderliği süresince Helmut Kohl'e sadakatini korudu ancak, kişisel bağımsızlığını da korumayı başaran az sayıdaki politikacılardan biri oldu. Köhler, Maliye Bakanlığı'nda görev yaptığı süre boyunca aşırıya varan devlet borçlanmaları konusunda uyarıda bulunan tek devlet adamı olurken, iki Almanya'nın birleşmesi sürecinde yapılan hataları itiraf eden ve Alman Markı'nın Doğu Almanya'da yürürlüğe konmasının "vaktinden önce doğum" olduğunu söyleyen kişi de yine Köhler'den başkası değildi. Horst Köhler, 1992 yılının Ekim'inde yine birçoklarını şaşırtan bir karar vererek Alman Tasarruf Kasaları ve Ciro Kasaları Birliği Başkanı olarak göreve başlayacağını açıkladı. Aralık ayında da o dönem Tasarruf Kasaları'nın (Sparkasse) başındaki Helmut Geiger yerine bu makama seçildi. Bütün başarılı görevlerine rağmen Horst Köhler, federal siyasetten ve AB siyasetinden uzun süre ayrı kalamadı.

Federal Başbakan Kohl'ün 1998 yılının Ocak ayında Endonezya'daki mali krizi aşmak üzere görevlendirdiği delegasyonun başındaki isim yine Köhler'di. Bu görevin kısa süre sonrasında ise, Köhler Mayıs ayında Federal Maliye Bakanı Waigel tarafından Londra'daki Avrupa Yeniden Yapılanma ve Kalkınma Bankası'nın (EBRD) başkanlığına aday gösterildi. 23 Haziran 1998'de EBRD'nin başkanlığına seçilen Köhler, 4 yıl boyunca görev yapacağı Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) başkanlığına 1 Mayıs 2000'de seçildi. 4 Mart 2004'de IMF'deki görevinden ayrılan Horst Köhler, artık Almanya'nın yeni cumhurbaşkanı.

O'nun macerası 1943 yılının tozlu dumanlı savaş yıllarının ardından başladı... II. Dünya Savaşı'nın mağdur ettiği ilticacı bir ailenin sekiz çocuğundan biriydi Köhler... Parlak kariyerinin ardından oturduğu cumhurbaşkanlığı koltuğu, O'na, gözyaşı dolu "çocukluk anıları"nı unutturmuş olmalı...

Varşova'da bir garip medya savaşı!

Almanya'nın dev medya grubu **Axel Springer Verlag**, Avrupa'da Doğu Bloku'nun çökmesinin ardından eski komünist blokta başlattığı yatırımlarda her geçen gün mesafe kaydediyor. Doğu Bloku'nda yatırımlarına 1994 yılında başlayan Axel Springer Verlag, ülkeyi "Almanlaştırma" iddialarına aldırmıyor.

Ertuğrul Özgün

II. Dünya Savaşı'nın hemen ardından 1946 yılında genç bir gazeteci olan **Axel Springer** (1912-1985) savaş yıllarının baskıcı ortamından kurtulmanın verdiği rahatlıkla bugün **Axel Springer Verlag** olarak bilinen medya grubunun ilk tohumlarını atarken, bugünkü devasa imparatorluğun temellerini atacağının farkında değildi dersek, herhalde yanlış bir tespit yapmış oluruz. Çünkü daha o günlerde konjonktürü doğru okuyan Axel Springer, 1967 yılında açıkladığı beş temel yayın ilkesi ile bugün taraftarı da karşıtları kadar fazla olan ilkelere ve ilklere imza atmıştı. Ne miydi o ilk(e)ler?

1. İki Almanya'nın birleşmesi ve mümkün olursa birleşmiş Avrupa içerisinde yer alması, desteklennmesi (Bu ilke 1990 yılında; **"Özgürlükler ve hukuk, en üstün değerler olarak alınacaktır. Almanya'nın Batı ulusları ailesinin bir üyesi olduğu hatırlanacak ve Avrupa'nın birleşmesi için katkıda bulunulacaktır."** şeklinde değiştirildi)

2. Yahudiler ve Almanlar'ın uzlaşması için çaba harcanması ve İsrail'in yaşamsal haklarının desteklenmesi

3. Transatlantik ittifakın desteklenmesi ve ABD'nin özgürlükçü değerler sistemiyle işbirliğinin geliştirilmesi (ABD ile her tür işbirliğini içeren madde 11 Eylül 2001'deki terörist saldırılardan sonra daha da kuvvetlendirilerek genişletildi)

4. Politik totalitarizmin her türünün reddedilmesi

5. Sosyal piyasa ekonomisinin desteklenmesi.

Almanya'nın en yüksek tirajlı gazetesi **"Bild"**in yanısıra **"Berliner Morgenpost"**, **"Hamburger Abenblatt"**, **"Die Welt"**, **"Welt am Sonntag"**, **"Bild am Sonntag"** ve **"Euro am Sonntag"**ı da çıkaran **"Axel Springer AG"** dünya genelindeki yayın çizgisini de bu ilkeler ile belirliyor. Aslında bir anlamda bugünün serbest pazarının, siyasi ve ekonomik değerlerinin doğru okunması olan bu ilkeler Axel Springer Verlag'ın (ASV) dünya genelindeki başarısını ve son on yıldır da eski komünist blokta yer alan ülkelerdeki başarısını açıklıyor. İlk çıkışını faşist diktatorya dönemi olarak nitelenen Nazi Almanyası'nın çöküşünden sonra yapan ASV, doğu Avrupa çıkarmasını ise komünist blokun çöküşü ile yaptı. Her iki çöküşü de iyi değerlendiren ASV ikinci dönemden daha da kârlı çıktı. ASV halihazırda Polonya'da 18, Macaristan'da 31, Çek Cumhuriyeti'nde sekiz ve Rusya'da iki dergi ve gazete çıkarıyor. ASV'nin **"Doğu Çıkarması"**nı en iyi Polonya örneğinde görmek mümkün. İlk olarak 1994 yılında Polonya'da **"Pani Domu"** adlı haftalık bir kadın dergisi çıkarmaya başlayan ASV, bugün çıkardığı gazete ve dergilerin toplam tirajıyla Polonya'nın ulusal basınını bile geride bırakmayı başardı. Alman ve Polonya halklarının tarihsel ilişkileri durumu biraz açıklar gibi görünse de, daha şimdiden Polonyalı entellektüeller durumdan duydukları rahatsızlığı dile getirmeye başladılar. Çünkü her ne kadar ASV yetkilileri Polonya'nın iç siyasetine müdahale etmediklerini söyleseler de Polonyalı aydınlara göre, **"Bu gidişle Polonya cermenleştirlecek."**



foto: dpa

"Cermenleşmek ya da Cermenleşmemek"

Fakt Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni Grzegorz Jankowski, Axel Springer Verlag tarafından yayınlanan Fakt gazetesi'ni okurken. Fakt, Polonya yerel gazeteleri tarafından, toplumu "Almanlaştırmakla" suçlanıyor. Aydınlar, Polonya halkının "cermenleşmeme" mücadelesi vermesi gerektiğini söylüyor.

Polonya halkı gerçekten "Almanlaşıyor" mu?

Almanya'da çıkardığı bulvar gazetesi Bild ile dört milyona yakın günlük tirajı bulunan ve Avrupa'nın en çok satan gazetesini hazırlayan ASV, Bild'in tabloid versiyonu olarak görülen **"Fakt"** gazetesini Polonya'da yayınlamaya başladığından bu yana Polonya medyasında dengeler değişmeye başladı. 2003 yılında yayın hayatına başlamasıyla birlikte kısa süre içinde, günlük tirajı 500 bini geçen **"Fakt"**, ülkenin en eski gazetelerinden biri olan Adam Michnik yönetimindeki **"Gazeta Wyborcza"**yı geride bıraktı bile. **"Fakt"** gazetesi Polonyalılar tarafından **"Polonya'nın Bild"**i olarak algılanırken, gazetenin genel müdürü Florian Fels şunları söylüyor: **"Her hafta 16 sayfalık bir ilave veriyoruz. Bu ilavede Alman filozofu Habermas ya da Johnson'a da yer veriyoruz. Hatta Peter Sloterdijk veya Alain Finkielkraut da Fakt için yazıyor."** İşte tartışmalar tam da bu ilavenin adının geçtiği yerde başlıyor. Bazı yazarlar Polonya halkının **"Almanlaştırıldığından"** yakınıyorlar. **"Fakt"**ın en yakın Polonyalı rakibi olan **"Gazeta Wyborcza"**nın yardımcı şef redaktörü Helena Luczywo bu yakınmayı şöyle dile getiriyor: **"Alman edebiyatından sadece Heinrich Böll'ü okudum ama Bild gazetesini değil!"**

Luczywo, Fakt'ın sahiplerinin Alman olmasından da çok hoşnut olmadığını belirterek, **"Biz serbest pazardan yanayız ama birgün yine kendi gazetemin bir numara olacağını umuyorum."** diyor.

Ülkeyi **"Almanlaştırdıkları"** iddiasına pek aldırmayan Axel Springer Grubu en azından "şimdilik" çok politize olmamayı ve bunun yerine kâra endeksli yayıncılığı seçmiş görünüyor. Gazetenin Genel Müdürü Florian Fels, gazetesini şöyle tarif ediyor: **"Her baskı dört sayfa politika ile başlıyor, gündem, ekonomi ve iki sayfa magazin ile devam ediyor, kültür ve sporla sona eriyor. Haberler kısa veriliyor ancak hergün tanınmış bir entelektüelin uzun bir yazısına da yer veriyoruz."** Polonya'nın Katolik bir ülke olması nedeniyle Almanya'dakinin tersine cinsellik ve kriminal olaylarla ilgili haberler **"Fakt"**ta fazla yer almıyor. Halen 550 bin net satışa oturmuş olan Fakt gazetesi ile birlikte Axel Springer AG'nin Polonya'da 2004 yılındaki genel cirosu 80 milyon Euro'ya ulaşmış bulunuyor. Bu arada daha muhafazakar ve içe kapanık değerleri savunan **"Gazeta"** hakkında yorum yapan Varşovalı siyasetbilimci Piotr Buras de şunları söylüyor:

"Gazeta Wyborcza'nın desteklediği siyasi partilerin hiçbiri bugün Meclis'te yer almıyor, tersine parlamento dışından muhalefet yapıyorlar."

Başbakan Leszek Miller'in danışmanı ve gazeteci Jerzy Rasala da benzeri bir ifadeyle şunu belirtiyor:

"Gazeta Wyborcza'nın hiçbir zaman okuyucuları kadar çok oyu olmadı."

Kırk milyonluk nüfusu bulunan Polonya'da henüz bulvar veya entelektüel gazete ayrımı tam çizilmiş değil. Polonya'da gazetelerin çoğu tabloid ve renkli formatta yayınlanıyor.

tekno

şükrü uyanık
uyanik@platform-online.de

"www"nin mucidi en büyük ödülü kaptı...



foto: East Dorset Heritage Trust

Finlandiya Teknoloji Ödül Kurumu tarafından bu yıl ilk kez düzenlenen teknoloji alanında dünyanın en büyük ödülü **"Binyıl Teknoloji Ödülü'nün"** birincisi, Internet tarayıcısı World Wide Web'in (www) mucidi Tim Berners-Lee oldu. Berners-Lee aynı zamanda 1 milyon Euro tutarındaki ödülüde kazandı... World Wide Web'in "İnsan hayatının kalitesini doğrudan doğruya artıran ve ekonomik kalkınmayı teşvik eden" bir buluş olduğu vurgulandı. Dünyaca ünlü Massachusetts Institute of Technology'de (MIT) öğretim üyesi olarak çalışan 48 yaşındaki Berners-Lee, dünyayı saran ağı 1991 yılında kurmuş ve birçok kişiyi zengin eden bu icadından hiç para kazanmamıştı.

1 milyon euro'luk ödülün sahibi Berners-Lee, halen internet'in küresel işbirliği ve ifade özgürlüğünü güçlendiren bir ortam olarak kullanım olanaklarını genişletmeye çalışan World Wide Web Consortium'un (W3C) başkanlığını yürütüyor.

Üstünüzü açma zamanı geldi...

Güneşin ve sıcağın kendini iyiden iyiye göstermeye başladığı şu günlerde Cabrio otomobiller de gündemki yerini almaya başladı.

Yollarda kuğu gibi süzülen bir Cabrio'ya binmenin bedeli ise gelişen teknolojiyle paralel olarak epey arttı. Sürücü ve yolcu güvenliği konusunda bilgisayar desteğini esirgemeyen otomobil üreticileri, konforunuz için ne gerekiyorsa yapmışlar.

Birçok firma artık branda tavanlı cabrio yerine metal tavanlı Cabrio'lar üreterek, Cabrio'yu yazlık imajından çıkarıp dört mevsim kullanabileceğiniz bir araç olarak sunuyorlar.

Bunda da oldukça başarılılar desek yeridir. Çünkü sert metal tavanlı olanların, gerek güvenlik, gerekse de kış aylarında aracın içini sıcak tutacağı inancı etkili olmakta...

Dizel Cabrio yok!

Genelde elektrikli açılır tavanlarla donatılan bu araçlar, 20 saniye civarında açılıp, kapanabiliyor. Ancak aralarında manuel, yani elle açılan modeller de mevcut. Elektrikli açılır tavan mekanizmaları, güvenlik amacıyla durduktan sonra çalıştırılabiliyor. Peugeot 307 CC gibi bazı modellerdeyse, 10-15 km/s hızda açılma imkanı sunanlar da yok değil tabii.

Her bütçeye, her zevke uygun cabrio veya coupe+cabrio (CC) araç bulmak mümkün. En ucuzu 20 bin euro'dan başlayan bu yaz güzellerinin fiyatı 300 bin euro'ya kadar çıkıyor. Onlarca model ve değişik versiyonda, 1000 cc.'den başlayan motor hacimleri listesi, 5000 cc.'ye kadar uzayabiliyor. Ancak dizel motor seçeneği sunan maalesef yok!

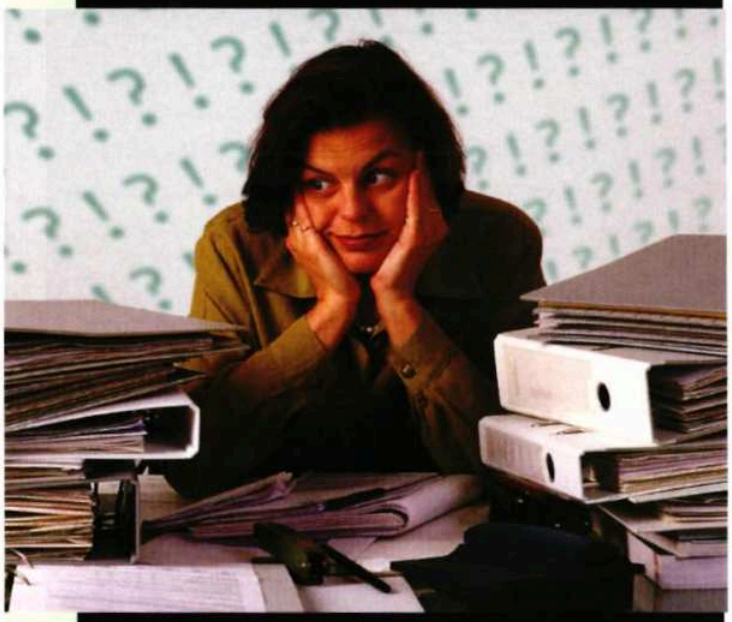


foto: Mercedes

En pahalısından en ucuzuna üstsüzler

Ferrari 360 Spider	270.000 Euro
Mercedes SL 500	176.500 Euro
Porsche 911 Carrera Cabrio	162.000 Euro
Jaguar XK8 4.2 Convertible	160.000 Euro
BMW 3.20 Ci Cabrio	76.000 Euro
BMW Z4 3.0i	74.000 Euro
Mercedes SLK 200 Komp	65.000 Euro
Saab 9-3 Convertible Linear 2.0	59.000 Euro
Audi A4 Cabriolet 1.8T Multitronic	58.000 Euro
Volvo C70 2.0T Cabriolet	57.000 Euro
Chrysler Sebring Convertible	54.000 Euro
Peugeot 307 CC	33.000 Euro
Smart Roadster Coupe	29.500 Euro
VW Beetle 1.4 Cabriolet	28.000 Euro
Opel Astra 1.6 Cabrio	27.000 Euro
Peugeot 206 CC	25.000 Euro
Ford Street Ka	20.000 Euro

Finanzamt artık kabusunuz olmayacak!



Vergi işlemlerini bize bırakın, siz işinize konsantre olun! Türk elemanlarımızla Almanya genelinde Türk işadamlarına geniş hizmetler sunuyoruz.

Bilgi ve tecrübelerimizden yararlanarak siz de Muhasebe işlemlerinden kurtulun, Finanzamt ile başınız ağrımasın!

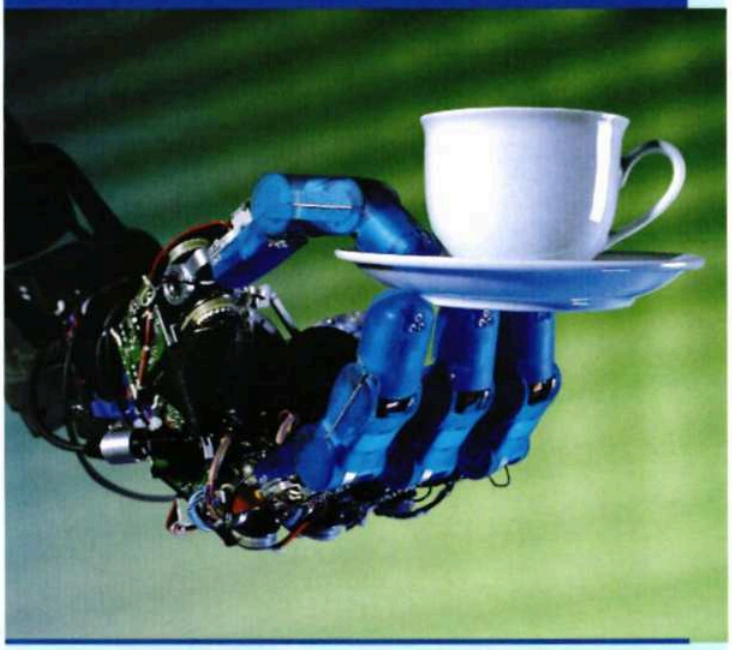
- Vergi danışmanlığı ve planlaması
- Personel maaş işlemleri
- Yıllık bilançolar ve vergi beyanları
- Mali muhasebe ve defter tutma hizmetleri
- İşyeri denetimlerinde yardım
- İşyeri açma ve kredisi danışmanlığı (Existenzgründungs)
- Ticari şirket şekli seçimi danışmanlığı
- İşyeri mali danışmanlığı

mk

Martin Kasperzyk
Diplom-Kaufmann - Steuerberater

Bahnstr. 21, 63225 Langen
Tel: 06103/903153 • Fax: 06103/903180
www.kasperzyk.de • kasperzyk@freenet.de

Rezil etmeyiz!



Çünkü;
"Profesyoneliz"

Anatolia, yapacağınız bütün organizasyonlarda birinci sınıf hizmeti, üstün kalite standartları ve titiz ekip çalışmasıyla gereğini yapıyor.

Organizasyon stresi artık tarih oluyor...

Gözünüz arkada kalmadan, dilediğiniz yerde yemek organizasyonunu planlayın.

Biz yanınızdayız...

Anatolia
International Food Solution oHG

Obergasse 6 • D - 63225 Langen
Tel.: 06103/312 864-0 • Fax: 06103/312 864-1







Peynirli bir patron öyküsü...

Almanya'da yaşayıp da O'nu bilmeyen yoktur... Birçok aktivitenin vitrininde O vardır... Konu işadamlarını biraraya getirmekse O en öndedir... Türkiye'nin yeşillendirilmesi ise, ilk O öne atılır... **Platform**, yediği peynir yüzünden çok istediği öğretmenliği elinden kaçıran TD-IHK Başkanı Kemal Şahin'le farklı bir söyleşi yaptı...

foto: iklim

Sebahattin Çelebi
Şükrü Uyanık

Bazı öyküler vardır...

Kaderin yol verdiği veya yol değiştirdiği öyküler...

O'nun öyküsü de belki böyle bir öykü... Anlattıklarından, bazen olumsuz görünen olayların, önümüzü açabilecek sırlar barındırdığını anlıyoruz...

İlkokulu bitirdiğinde öğretmen olmak gibi bir ideale sahiptir Kemal Şahin... Amacı, hülyası; kara tahta önünde ders vermek; dünyayı, hayatı anlatmaktır küçük beyinlere...

Ancak sabah yediği tuzlu peynirin ölçüsünü kaçırıp, imtihanda susayınca sınıftan çıkmak zorunda kalır...

En güzel öğretmenlik hülyalarını, öylelikle; o sınıfta bırakır ve çıkar, Kemal Şahin...

"İlkokul öğretmeni olamadım... Ama bu olay olmasaydı, belki bu noktalara gelemezdim" diyor biraz iç burkan, biraz da tebessüm ettiren bu çocukluk anısını hatırlayarak...

Bu kayıp Kemal Şahin'e büyük bir hayat dersi de verir: **"Bazı şeyleri kaybetmeniz, sizi daha büyük başarılara götürebilir"** cümlesiyle özetlediği büyük bir ders alır, hayallerini bıraktığı o sınıfta...

Abraham Lincoln'un yenilgilerle dolu hayatı geliyor gözlerimizin önüne... Kayıplarla, hüzünlerle yaşadığı yılların ardından, Amerikan Başkanı oluşunu hatırlıyoruz...

Peki Kemal Şahin'in hataları...

"İki tane kitap yazdım. Başarılarımı anlattım. Başaramadıklarımı ve yaptığım hataları yazsam, 4 kitap yazmam gerekirdi. Hatalar aslında doğruya yönlendirir ve güçlendirir" diyecek kadar eleştiri oklarını kendine yöneltebiliyor...

Konya'nın mutaassıp havasından sıyrılıp, Avrupa görmüş bu Anadolu insanında, bilgiyle pekişmiş bir vizyon görüyoruz... Öyle ki, **"Çok hatalarım oldu. Firma kurumundan, yönetiminden... Zamanla hatalarımı düzelterek, geminin rotasını değiştirdim. Aklınıza gelebilecek her konuda hata yaptım..."** diyecek kadar kendini sorguluyor...

Kendini sorgulamak, en çok cesaret gerektiren şey değil mi? Başkalarını sorgulamanın, yargılamanın kolaylığına kaçmadan, önce kendini yargılamak, geniş ve erdemli bir perspektifin yansıması değil de ne?

Şiir yazacak kadar da romantik...

Belki bütün şairlerin hayattan aradığı şeyleri arıyor Kemal Şahin...

Kimbilir belki zaman zaman o buğulu şiir ikliminde kendisine sığınacak bir dünya kuruyor:

"İnsanca yaşamak istiyorum aslında... Duygularımla, aşkımla, çocuklarımla ve eğlencemle, tatilimle yaşamak istiyorum..."

Bir kitap olacak kadar şiirlerinin olduğunu öğreniyoruz...

İzlediği filmin, duygusal bir sahnesinde gözlerinden yaş dökülecek kadar da ince ruhlu...

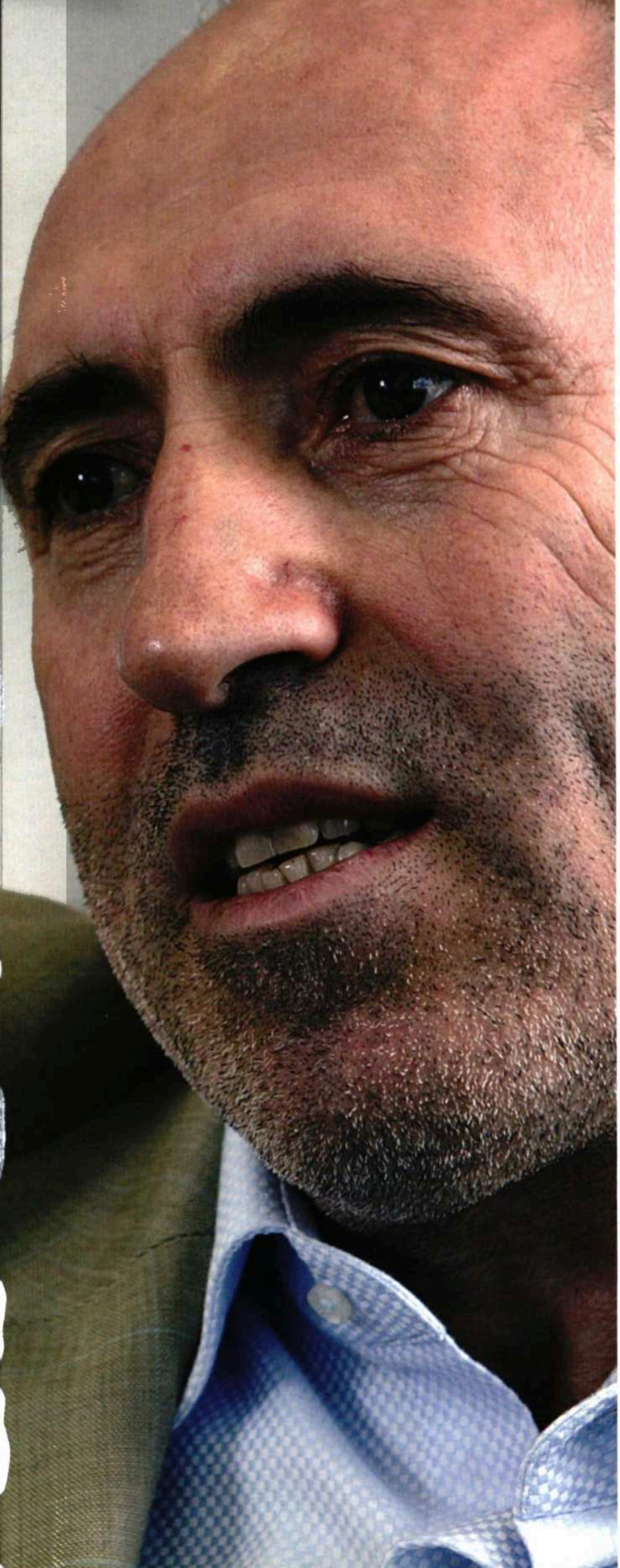
Peki iş hayatında duygusallık?

"Duygusallık da yönetimin bir parçası... Yönetimde bence insan gibi olmazsanız kompleks olur. Hatalarınızla, iletişim tarzınızla bunu ortaya koyarsanız, sevilen bir lider olursunuz. Ben herkesi selamlarım mesela. İnsanlar bunu unutamıyor. Kemal Şahin bana selam verdi diyorlar. Ben havalı mavalı olup ne yapacağım? Beni işçilerim bu noktaya getirmişler. Onlara borçluyum. Kompleksli insanlarla iletişim kurmak zordur... Yöneticinin en büyük başarısı, düzgün iletişim kurabilmektir..."

İş dünyasının sert rüzgarları, şiirin meltemli havasını bozmuyor mu?

"Günlük iş ortamında o romantizme giremiyorsunuz. Çok sert cereyanlara

Mal alıp satarken, insanlarla iletişim kurarsanız, insanlar sizi tercih etmeye başlar. Alırken biraz daha ucuz alabilirsiniz. Bunlar insani özellikler. Düzgün mal alacaksınız, düzgün mal satacaksınız. Müşteriyi memnun etmeniz lazım. Sizden mal alan müşterinin, sizden bir kez daha mal alabilmesi lazım.



kapılıyorsunuz. Rüzgar bir sağdan, bir soldan esiyor. İş dünyası hep böyledir. Hepsini yönetmen lazım. Yönetirken de, çok kırıp dökmeyeceksin. O ortamda şiir yazacak durum kalmıyor. Sert rüzgarlara dayanmak lazım. Kendine zaman ayıracaksın.. Ayırmazsan gaddarlaşırsın.. Yönetici olarak her zaman sevgili olamazsınız... Ama zaman zaman sertleşmek de gerekiyor..."

Kemal Şahin, iş hayatında kazanmış bir isim... Özellikle genç girişimcilere kaybetme korkusu konusunda çok önemli uyarılarda bulunuyor:

"Kaybetme endişesi her zaman vardır... Bazen adım atmanız lazım... Attığınız adımın yanlış olma ihtimali var. Hesabı kitabı var herşeyin tabi. Emin değilseniz, daha derin bilgi toplamak lazım. Yüzde 50-50 bir durum sözkonusu ise adım atılmalı. 49'a inilse bile adılmalı... Yüzde 10 başarı şansı varsa işin, kaybetme ihtimali yüksektir...."

İnsanın 12 bin çalışanı, bir yığın fabrikası olur da 24 saat yeter mi?

Kemal Şahin bunun sırlarını da veriyor genç girişimcilere...

"İnsanın yapabileceği çok şey var. Yapabileceği şeyleri çin 24 saat yetmiyor. Zamanı iyi yönetmek lazım. 'Zamanı iyi yönetemiyorsanız, zaman sizi yönetir' diyor Peter Drucker. Ben bütün işlerimi ekip çalışmasıyla götürüyorum. İnsanlara sorumluluk veriyorum. Yetiştiriyorum, güveniyorum. Çalışan kadrolarımıza sorumluluk vereceğiz. Hep beraber konseri yapacağız. Bütün çalgıları ben çalmayacağım. Çalamam da..."

Başarının sırrını herşeyden önce düzgün insan olmaya bağlıyor Kemal Şahin. İnsanlarla düzgün bir iletişim kurmanın, güvenilir bir insan olmanın önemini vurguluyor.

Bunların hepsini "pozitif bonus" olarak tanımlıyor:

"Mal alıp satarken, insanlarla iletişim kurarsanız, insanlar sizi tercih etmeye başlar. Alırken biraz daha ucuz alabilirsiniz. Bunlar insani özellikler. Düzgün mal alacaksınız, düzgün mal satacaksınız. Müşteriyi memnun etmeniz lazım. Sizden mal alan müşterinin, sizden bir kez daha mal alabilmesi lazım. Ayağınızı yorganınıza göre uzatacaksınız. Riske girerken, hesaplı kitaplı girmek lazım. Çalışacaksınız. Özellikle



gençlerin daha fazla çalışması lazım."

Yeni işe girişenlerin çok iyi bilgi toplaması gerektiğini kaydeden Kemal Şahin, hedef de gösteriyor:

"Okuyacak, tartışacak, konferanslara gideceksiniz. Bilgi toplayacaksınız. Alınteriyle paranızı kazanacaksınız.. Gerekirse her işi siz yapacaksnız... İki kişinin yaptığı işi yaptığınızda, elde edeceğiniz eleman tasarrufu, bilançonuza olumlu yansıyacaktır. Masraf tarafını en azda, gelir tarafını en yüksek seviyede tutmaya çalışacaksınız..."

Kurumsallaşma konusunda ise birçok işadamına yön verecek açıklamalarda bulunuyor Kemal Şahin...

Bir insanın en fazla 250 kişiye hakim olabileceğini, ondan sonra sistemin çalışacağını hatırlatıyor...

"Ben her yaptığım işi kurumsallaştırmak isterim. Ben ne sattığımı da bilmiyorum. Müşterimi de tanımıyorum. Elemanlarımı eğitiyorum. Artık ben müşterimin peşinden koşmuyorum. Ben sistemin peşinden koşuyorum. Yanımdaki insanlara o sistemi kurmayı öğretiyorum. Kurum kültürü oluşturmak lazım. Vizyen vermek lazım. Hedef koyan, vizyon veren kişiler lazım. Esas lider budur. İşi yapmaya kalkan lider, gece-gündüz nefes alamaz. İş büyüdükçe hiç nefes alamaz. O kişi aslında lider de olamaz."

Meslek eğitimi konusuna el atacağız. Bu hepimizin ihtiyacı. Türk gençleri daha az meslek eğitimi alıyor... Bunlar geleceğin işsizleri... En önemli konularımızdan bir tanesi, Türkiye'nin AB'ye alınması... Bunun için TD-IHK olarak lobi faaliyetleri yapacağız. Almanlar da var aramızda...

TD-IHK konusuna getiriyoruz söyleşimizi... Kemal Şahin'de büyük bir heyecan ve mutluluk görüyoruz... **"Çok sevindik"** diyor...

"Üç başbakanın gelmesi büyük bir olaydı. 250 civarında yorum yazılmış Alman medyasında. Bine yakın haber çıkmış. Bunların yüzde 90'ı olumlu. Bu kadar olumlu yansıyan bir olay olmadı şu ana kadar Almanya'da... Türkiye'nin yurtdışında gerçekleştirdiği en büyük lobi girişimi bu oda meselesidir..."

10 yıldır sürüncemede kalmış bir konuyu ayağa kaldırma görevi teklif edilen Şahin'e bunun kendisine ekstra bir yük getirip getirmeyeceğini soruyoruz...

"Aslında oldukça bir yük getirecek. Bu oda sıfırdan oluşturulmuş bir olay. 10 senedir kurulamamış bu oda. Eleştirenler oldu, kıskananlar oldu. Bu odanın açılışına 3 başbakan geldiyse, bundan önceki çalışmalarımızın burada önemi büyük. Düzgün bir çalışma yaptık. Benim kendi işime de zaman ayırmam lazım. Bu işlerden biz para kazanmıyoruz. Fahri olarak yapıyoruz. İşadamlığı sıfatımız devam edecek. Benim hedefim, para kazanmanın yanısıra, toplum için faydalı hizmetler yapmak. Değişik dernekler kurduk. Bu tür yükleri de almamız lazım. Toplumumuza karşı bir sorumluluğumuz..."

TD-IHK'nın misyonunu anlatmaya başlıyor sonra... Burdaki işadamlarımızı birleştirmek, Alman işadamlarıyla bütün-

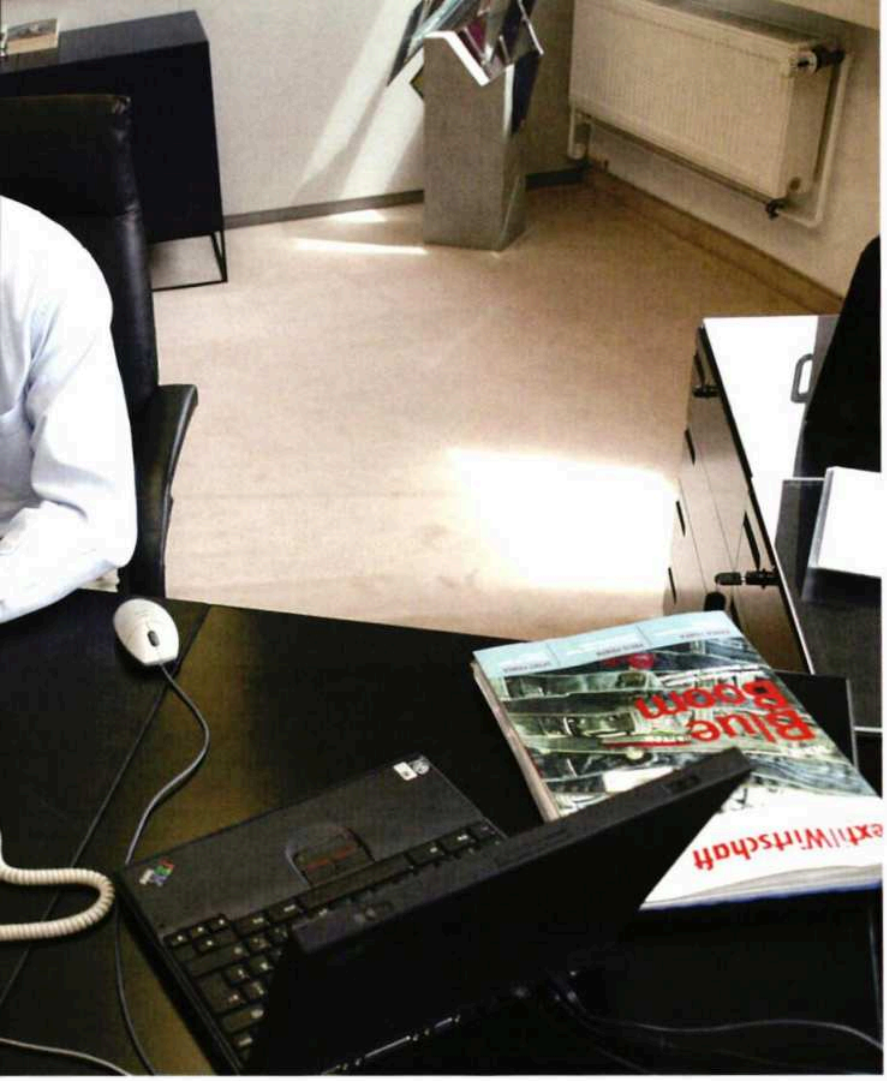


foto: iklim

leştirmek gibi gayelerden sözediyor...

Türk firmalarının çoğunun aile şirketi olduğuna vurgu yaparak, bunları profesyonelleştirme yönünde çalışmalar planladıklarını söylüyor...

"Meslek eğitimi konusuna el atacağız. Bu hepimizin ihtiyacı. Türk gençleri aha az meslek eğitimi alıyor. Bunlar geleceğin işsizleri. En önemli konularımızdan bir tanesi de, Türkiye'nin AB'ye alınması. Bunun için lobi faaliyetleri yapacağız. Almanlar da var aramızda. Türkiye'nin AB'ye girmesi lazım. Bu sene sonunda pazarlık sürecinin başlaması lazım. Bu konuda ağırlıklı olarak çalışma yapacağız. Biz Almanya'yı Türk işadamlarına tanıtacağız. Burdaki Türk kökenlileri geliştireceğiz. İkincisi Türkiye'yi Almanlara tanıtacağız. Onların Türkiye'de daha çok ticaret ve yatırım yapmasına aracı olacağız. Bu da iki ülkenin refahına katkıda bulunmaktır."

Peki TD-IHK için Kemal Şahin'in tercih edilmesinin sebebi?

Biraz sitemkar, **"Toplum bir hayli dağınık aslında. Biri güzel bir şey yaptığında, öteki de aynı şeyi yapmaya çalışıyor. Biraraya gelmiyorlar."** diyor... **"Değişik arkadaşlar beni tavsiye etmiş. Odalar Birliği'ne kadar gitmiş. Benden rica ettiler. Ben de işim çok olmasına rağmen, 'Yapabileceğim bir işse, bundan kaçamam' dedim. Organizasyon hazırlığı uzun sürdü. Önde gelen kuruluşları Odalar Birliği'nin içine aldık. Bütün görüşmeleri yaptık. Doğru adımlar attığımız için bundan sonrası daha hızlı ve kolay olacak."**

Kemal Şahin, yılların tecrübesiyle olacak ki, bizim kültürümüzün, hizmet sektörüne daha yatkın olduğunu söylüyor... Kendi firma kültürünün; Türk ve Alman kültüründen bir sentez oluşturmak olduğunu ifade ediyor.

"Alman kültürü daha disiplinli, daha dakiktir. Daha organize ve sistemli çalışırlar. Herşeyi planlarlar. Alman ürünleri hep üretim markalarıdır. Hizmet sektöründe bu saydığım özellikler yetmiyor. Güleryüzlü olmak gibi konular Almanlar da az. İnsanlarla çok iyi bir ilişki kurmanız lazım. Fazla hizmet vermeye hazır olmanız lazım. Türk insanında özveri var. Türkler hizmet sektöründe daha başarılılar. Ben genelde hizmet sektörünü tavsiye ediyorum insanlarımıza. Almanların zayıf olduğu bir sektör hizmet sektörü... diğer taraftan Türkiye ile Almanya arasında yapılacak işleri tavsiye ederim. İki ülke arasındaki ticarette rol alabilirler. Herkesin aldığı mesleğe ve çevresine göre, her işte başarılı olabilirler."

Kemal Şahin'den, Avrupa pazarlarındaki Türk işadamlarımızın eksikliklerini de öğrenmek istiyoruz...

"Pazar araştırması yapılmaz, ürünün rekabet gücüne bakılmaz, alıcı kitleler iyi tanınmaz, boşluk olup olmadığını bilmezseniz, fiyat ve kalite beklentisini ölçemezseniz, başarılı olamazsınız. Tesadüfen başarılı olabilirsiniz. Ancak daha sonra profesyonel manada bunu yapmanız lazım. İyi Almanca bilen pazarlamacılar alacaksınız. Kadrolaşmayı da düzgün yapmamız lazım. O konuda da büyük zaaflar var."

Kemal Şahin'in, öğretmenlik hayalleri, imtihanın yarısında çıkmak zorunda kaldığı o sınıfta, hüzünlü bir şekilde sönüp gitmişti...

O'nu düşlerinden eden o tuzlu peynirin, 12 bin insanın evine peynir - ekmek götürmesine sebep olduğu düşünülecek olursa, hayat ne güzel değil mi?

"Mutfağımı seviyorum"





Her zevke, her keseye uygun modüler mutfak çeşitleri...

Şafak Küche

"Güzel dünyalar kurar"

■ Merkez
Şafak Küchenstudio

Römerstr. 7
63450 Hanau
Tel: 06181/23451
Fax: 06181/257012

■ Stuttgart
Şafak Homeside

Markomannenstr. 11
70771 Echterdingen
Tel: 0711/699 23 41
Fax: 0711/699 23 43

■ Frankfurt
Şafak Küchenstudio

Kriegkstr. 51-53
60326 Frankfurt
Tel: 069/22220496
Fax: 069/22220497

■ Hollanda
Star Küchencenter B.V

Aelbrechtskade 63 - 66
3022 HP Rotterdam
Tel: 010/4625402

■ Aschaffenburg
Casa Küchenstudio

Hanauerstr. 66
63739 Aschaffenburg

Markalaşma süreci



sektör

şükrü uyanık
uyanik@platform-online.de

Yıllar boyu bir şirket sahibi olup da hala markalaşamamışsanız, ciddi bir sorun var demektir. Avrupa'da güçlü bir Türk markası yaratmak için çalışmalar yapmak ve ekonomik koşulların ortaya çıkardığı sorunlara sektör içinde alternatifler üretmek, 60 bine yakın Türk şirketinin varolduğu Almanya'da, üzerine önemle eğilmesi gereken bir sorunlar yumağı olarak karşımızda duruyor. Fason üretim yaparak dünya pazarlarında rekabet edebilmemiz mümkün değil. Bu durum tüm sektörlerimiz için geçerli. Tek çıkış yolumuz marka yaratmak. Markalaşma konusunda Avrupa'da ki Türk markalarının yurtiçinde ve yurtdışında karşılaştıkları sorunların çözümü için bugün bir sürü oda ve dernek mücadele ediyor.

Artık Avrupa'da güçlü Türk markaları oluşturmanın zamanı geldi. Sadece Almanya'da sayıları 60 bine yaklaşan Türk işletmeleri içinden bir çırpıda sayıvereceğimiz **"marka"**ların sayısı yok denecek kadar az. Dünyada güçlü ve para kazanan firmalara bakıldığında markalaşmanın önemi tartışmasız kendini gösteriyor. Örneğin dünyada marka değeri bakımından sıraya giren ilk on firmanın marka değerlerine bakıldığında milyar dolarlardan bahsediliyor ve bu miktarlar Türkiye bütçesini katlama noktalarına geliyor. Nasıl oluyor da 10 firmanın marka değeri 70 milyon insanın ürettiğinden fazla olabiliyor. Markalaşma ile elbette.

Walmart'ın Amerika'daki isim değeri 55 milyar dolar, Coca Cola'nın ise 60 milyar dolar civarında. Bu rakamlar bize markalaşmanın, uluslarası bir şirket olmanın ne kadar önemli olduğunu anlatıyor. Markalaşmanın, pazarlama stratejisinin bir parçası olduğu unutulmamalı ve bu konuya gerekli zaman, para ve iş gücünün ayrılması gerekiyor. Doğru seçilmiş bir **"marka uzmanı"** ekiple yapılacak isim ve tanıtım çalışmaları ile gelecekte daha büyük şeyler kazandığınızı göreceksiniz.

Firma yöneticilerinin markalaşma girişimlerine promosyondan başlamaları büyük bir hatadır.

İşin temeli reklam veya promosyonda değil markanın ürüne göre, hedef kitleye göre ve hedef pazara göre seçimi, tescili ve korunmasıdır. Promosyon ancak bundan sonra yapılabilecek bir işlemdir. Bir çok firma sahibi veya firma yöneticisinin bir sürü ambalaj, etiket basımı ve tanıtım yaptıktan sonra markasının tescil edilemediğini, hatta bilmeden (!) bazı markaları taklit ettiğini ve bundan dolayı da büyük paralar, zaman ve iş gücü kaybına uğradığına şahit olduk.

Markalaşma yolunda emin adımlarla yürümek istiyorsanız işe iyi bir **"isim"**le başlamalısınız. İçinde ş, ç, ğ, gibi türkçeye özgü harfleri bulundurmayan bir ismi şirketinize verebilirsiniz. Yabancılar tarafından telaffuzu kolay ve akılda kalan ilginç isimler markalaşmanın **"A"**sıdır diyebiliriz. Günümüz firmalarının büyük bir çoğunluğunun işini internet üzerinden yürüttüğünü dikkate aldığımız zaman Türkçeye özgü harfler yerine, okunması ve dilde **"slogan"** olması kolay isimler bulmamız gerekir. Oluşturulan ismin tescili, etkin bir tanıtım stratejisi ve tabiki herkesin hemfikir olduğu kaliteli üretimle geleceğin güçlü markasının temeli atılmış olur. Avrupalı Türk işverenlerin bu konuda daha fazla yoğunlaşması ve içlerinden en az 50 firmayı marka haline getirerek dünya pazarına çıkarması şart oldu. **Artık "marka"laşmış firmalara "fason" değil, kendi firmamıza "marka" ürünler üretelim.**

Pazar araştırması nasıl yapılır?

Ürününüzle ilgili yapmak istediğiniz açılımları hesap ederken, pazar araştırması yapmanın önemi gün gibi ortada. Bu araştırma nasıl yapılır? Nerelerden doğru bilgiler alınır? Arkadaşımız **Ertan Yüce** işadamlarımıza ufuk verecek araştırmasıyla, piyasaya girmek isteyen, özellikle de ihracat yapmak isteyen genç girişimcilere çok önemli ipuçları veriyor...

Ertan Yüce

Herhangi bir işe girmeden evvel yapmanız gereken en önemli iş, pazar araştırması elbette. Birçok girişimci, çok iyi bir araştırma yapmadan piyasaya girmiyor. Yaptığınız iş, ister üretim sektöründe olsun, ister marketing ağırlıklı olsun, en önemli adım pazar araştırması... Bu gerçeği bilen profesyonel firma yöneticileri veya pazarlama uzmanları, ilk önce ürünün uluslararası pazarlardaki durumunu izlemeye alıyorlar... Bugünden yarına kararlar verilmiyor elbette. Bu süreç içinde birçok hareketlenmeler dikkatle takip ediliyor.

İşte size yol gösterecek örnek bir pazar araştırması tekniği...

Adım 1. Ürününüzle ilgili ihracat istatistiklerini bulabildiğiniz kadar ülke için bulun. Bu bilgiler DTM, İGEME, İnternet ve çeşitli araştırma şirketlerinden elde edilebilir.

Adım 2. Ürününüz için hedeflediğiniz bölgeden beş tane ülke seçin ve ürünün geçmiş yıllardaki performansına bakın. Pazardaki büyüme istikrarlı mı yoksa dalgalanmalar mı göstermiş?

Adım 3. Ürününüzle ilgili temel fırsatların bulunabileceği küçük fakat hızlı gelişen pazarları belirleyin. Eğer Pazar yeni açılmaya ve gelişmeye başladıysa, halihazırda gelişmiş ve oturmuş pazarlardakinden daha az rakibiniz olacaktır. Örneğin Afrika pazarları her ne kadar uzak doğunun çoktan yer aldığı pazarlar olsa da henüz yeni yeni gelişmektedir; dolayısıyla da tüketim fazla, fırsatlar da o derece çoktur. Ancak tabii ki bu tür pazarlarda da çok dikkatli olunmalıdır ve mutlaka o bölgelerde yerleşik firmalardan profesyonel bir yardım alınmalıdır.

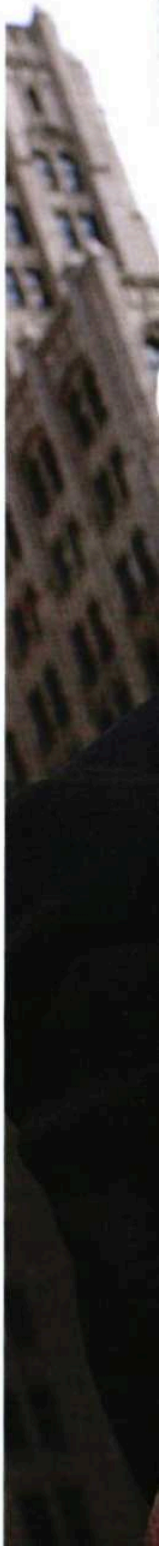
Bu ön çalışmanın arkasından bir ya da birden fazla ülkeyi hedef Pazar olarak seçmelisiniz ve hemen arkasından da hazırlığın diğer adımlarına geçmelisiniz.

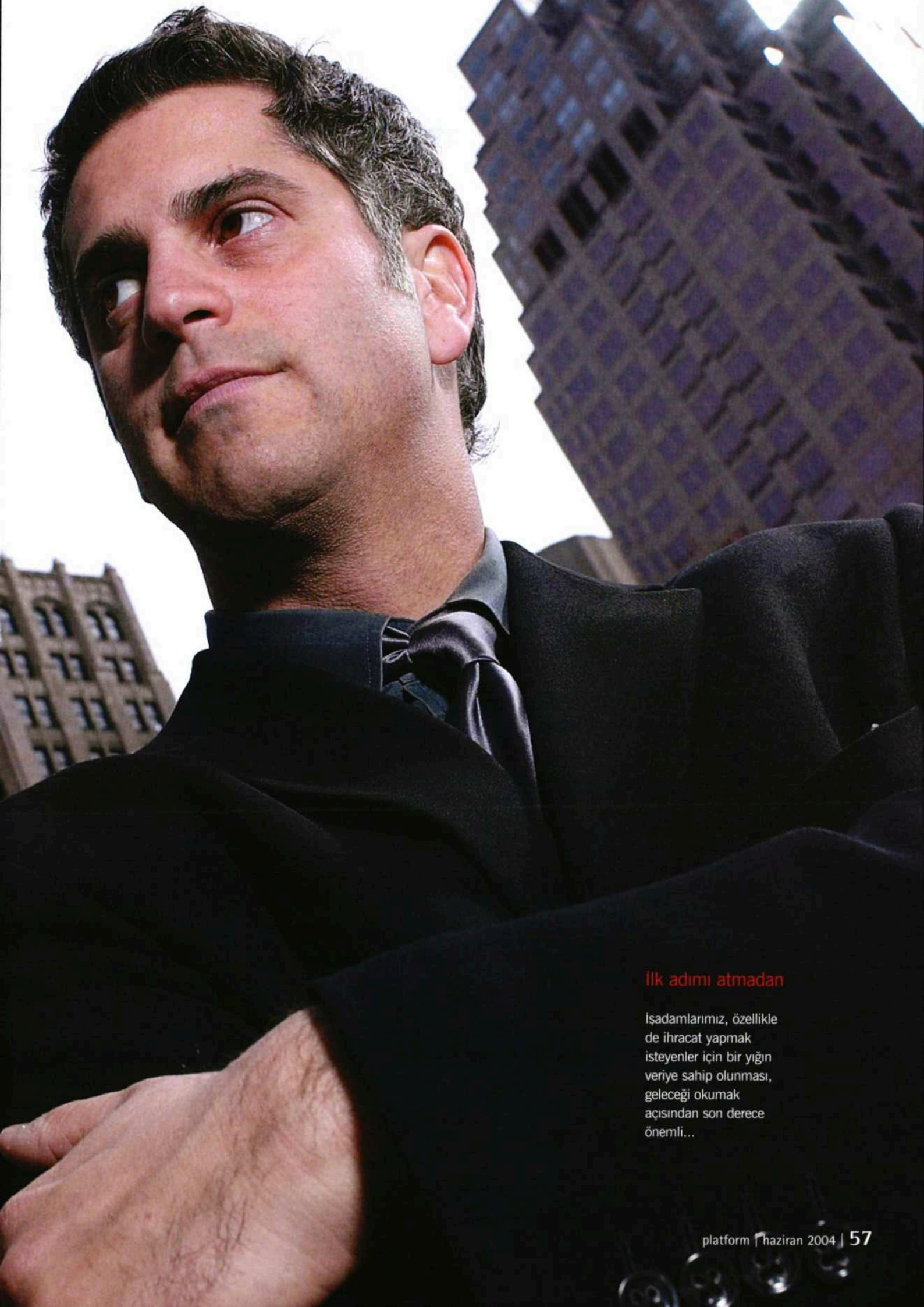
Hedeflenen her ülke için (ki burada potansiyel taşıyan ve hedeflenmiş ülke ayrımına iyi varmak gerekiyor. Pek çok ülke ürününüz açısından potansiyel taşıyabilir ancak pazarlama çalışması bu ülkeler arasından seçeceğiniz yani hedefleyeceğiniz ülkeler için yapılır.) yapılması gereken sıradaki çalışma ürününüzle ilgili o ülkedeki, trendleri detaylı bir şekilde incelemenizdir.

Genel tüketim ve ithalat rakamlarını incelemeniz o pazarda ne kadarlık bir pay hedefleyeceğinizi kabaca gösterebilir. Bundan sonra yapılacak olan rakipleri belirlemek, ürünleri, pazarlama stratejileri ve uygulamaları, fiyatları, imajları gibi konularda ayrıntılı bilgi toplamaktır. Bulabildiğiniz kadar çok rakip istihbaratı toplamak size halihazırda o pazarda savaşanlarla ilgili bir fikir verecek ve olabildiğince doğru kararlar almanızı sağlayacaktır.

Hedeflenen pazarla ilgili gümrük vergileri, olası diğer vergiler, anti-damping uygulamaları, kullanılan ödeme, teslimat ve nakliye yöntemleri gibi bilgileri de mutlaka öğrenmelisiniz.

Bütün bunların sonucunda ise hangi pazar veya pazarları hedeflemenizin daha akıllıca olduğunu, doğrudan kendi satış kanalınızı mı kurmanızın yoksa aracılarla mı çalışmanızın en karlı olduğunu,





İlk adımı atmadan

İşadamlarımız, özellikle de ihracat yapmak isteyenler için bir yığın veriye sahip olunması, geleceği okumak açısından son derece önemli...

nasıl bir ürünle ve hangi şartlarda bir pazarlama çalışmasına girmeniz gerektiğini az çok ortaya çıkarmış olursunuz. Ancak daha önce yukarıda belirttiğimiz ayrıntılı bir pazarlama planına tam anlamıyla sahip olabilmeniz için o ülkede 'pazarın içinde' yapılması gereken bir çalışma hayati önem taşır. Pek çok bilgi uzaktan duyulandan çok farklı çıkabilir ve bunları önceden bilmek size çok paralar kazandırabilir; en azından kaybetmenizi önleyerek...

Uluslararası Arena, rakipler, yerel pazarlar, yerel potansiyeller, yerel müşteri adayları gibi bilmeniz gereken herşeyi bilebilmek için çok büyük bir alan. Ülkelerdeki kamu kurumlarının sağladığı ya da İnternet'ten ulaştığınız bilgiler çoğunlukla ya güncel değil ya da yetersiz. Bu bilgilerle verdiğiniz kararlarınızda hiçbir şekilde güvenli değil. Uluslararası pazarlama tecrübemizin bize öğrettiği en önemli konu, hedeflediğimiz pazardaki anlık olan yani o anda geçerli olan bilgiye güvenmemiz ve bu bilgi doğrultusunda karar-



Pazarlama bilgisi toplarken, hedef pazarınıza gitmeli, yeterli bir süre orada kalmalı, pazarda iyi gözlem yapmalısın... Orada iş yapan kişileri de tanımak size bir takım artılar kazandırır...

lar vermemizdir. Bu noktada, anlamlı ve güvenilir bilgiyi elde edebilmek için mutlaka hedef pazarınızda faaliyet gösteren bir danışmanlık şirketi ya da uluslararası deneyime sahip bir İhracat Yönetim Ağı ile çalışmalısınız. Bu tür çalışmaları hiçbir zaman bir maliyet olarak görmemelisiniz. Uluslararası pazarlama iyi yapılırsa çok güzel paralar kazandırabilir, ancak yanlış bilgiden kaynaklanan kararlar size çok pahalıya mal olabilir.

Pazarlama bilgisi toplarken, hedef pazarınıza gitmeli, yeterli bir süre orada kalmalı, pazarda iyi gözlem yapmalı, o pazarda çalışmalı, orada iş yapan kişileri tanımalı, iş kültürünü almalı, ve iş yapış şekillerini çok iyi bir şekilde anlamalısınız. Bunları tam olarak yaparsanız, hedeflediğiniz pazardaki operasyonlarınızda çok büyük ihtimalle başarılı olursunuz.

Yukarıdaki yapılması gerekli çalışma için önünüze çıkacak zaman sıkıntısını ve de harcayacağınız parayı göz önüne aldığınızda, bu gerekli çalışma çoğu zaman gerçekleştirilebilir olmuyor. Bunun yanında, diyelim ki, bu çalışmayı tek bir hedef pazar için yaptığınız, ürünlerinizi satabilme potansiyeline sahip olduğunuz diğer pazarlar ne olacak? Günlük işleyişte, yukarıdaki çalışma doğru ve yeterli bir şekilde yapılmadığı için, başarısız pek çok "ihracat denemesi" görmekteyiz. Bu tür maceralarda para kaybetmemek için eğer ihracat alanına yeni giriyorsanız mutlaka uluslararası faaliyet gösteren İhracat Yönetimi yapan, yani anahtar teslim ihracat hizmetleri veren, bir organizasyonla çalışmanızı tavsiye ederiz.

Pazarlama planı

Aşağıdaki tüm başlıkları detaylı bir şekilde içerik bir plan hazırlanmalıdır:

1. Hedef Pazarın Tanımlanması:

a. Ekonomik çevre

b. Ekonomik sistem

c. Pazarın gelişmişlik durumu (Gelir düzeyi, kişi başı gelir vs.)

d. Önemli ekonomik göstergeler (Dış ödemeler dengesi, dış ticaret dengesi..)



2. Ticari Çevre

a. Ticari yapı

(Ülke ticaret ortakları ve ürünlerine göre ithalat ve ihracat)

b. Türkiye ile olan ticari yapı

3. Bölgesel ve Öncelikli Ticari Anlaşmalar:

a. Uluslararası Ticaret Örgütlerine Üyelik

b. Öncelikli ticaret anlaşmalarına ve bölgesel ekonomik entegrasyonlarına üyelik-üyeliğin ve ihraç edilecek ürüne olan uygulamalarının tanımlanması

c. Varsa Türkiye ile olan ticari anlaşmalar ve ihraç edilecek ürüne olan uygulamalar

4. Sosyal ve Kültürel Çevre:

a. Tutum, inanç, değer, estetik, tat tercihleri, dil ve iletişim (Yalnız ürünle ilgili olanlar)

b. Toplumun kültürel yönelimi ihraç edilecek olan ürüne olan uygulamaları

5. Politik, Yasal ve Kural Koyucu Çevre:

a. Politik kültür ve yapının özet tanımı

b. Ülkenin politik riski

c. İlgili vergiler

d. Ülke yönetiminin yabancı işletme ve yatırımlara yaklaşımı

e. Yasal sistemin genel tanımı

f. Anlaşmazlık durumundaki mevcut alternatifler

g. Kural koyucu çevrenin ihraç ürününe olan uygulamalarının özet olarak tanımlanması

6. Pazar Araştırması:

Pazar araştırması sonuçlarının değerlendirilmesi ve analizi

7. Pazar Bölümlenmesi

a. Önerilen bölümlenme stratejisi

b. Önerilen hedefleme stratejisi

c. Önerilen konumlandırma (Pozisyonlama) stratejisi

8. Kaynak (Sourcing) Stratejileri:

a. Türkiye'deki ihracatı destekleyen yönetim politikaları

b.Türkiye'deki ithalatı engelleyen yönetim politikaları ve uygulamaları

c. İhraç edilen ürüne uygulanan tarifeler

d. İhraç edilen ürüne uygulanan gümrük ve fiyatlandırmalar

e. Ürünün ihracında önerilen anahtar ihraç iştirakçileri

9. Pazara Giriş Stratejisi:

Önerilen pazara giriş stratejisinin tanımlanması, sebebi ve gelişimi

10.Rekabetçi Avantaj Analizi:

a. Ülke pazarındaki rekabeti etkileyen önemli güçler

b. İhraç ürün için önerilen genel stratejiler

11. Ürün ve Marka Stratejileri:

a. Ürünün tanımlanması

b. Ürün tipi

c. Sebebi ile birlikte ürün için önerilen marka

d. Ürüne olan genel tutum

e. Ürünün aynen ya da pazara göre adapte edilip edilmeyeceği ile ilgili önerilen stratejik alternatifler. Neden ve Nasıl?

f. Önerilen ürün test etme metotları

12. Fiyatlama Stratejileri:

a. Önerilen fiyatlandırma amacı ve stratejisi

b. Ürün için önerilen fiyat eskalasyon tablosu

c. Önerilen fiyata ve etkilerine olan önemli etmenler

d. Fiyatlama politikası

13. Dağıtım Stratejisi:

a. Amaçlar ve kısıtlamalar

b. Dağıtım kanalının tanımlanması

c. Perakende satışta kullanılabilecek kategoriler

d. Perakende pazarına giriş stratejisi

e. Ürünün fiziksel dağıtımı ve lojistik yönetimi

14. Reklam Stratejisi:

a. Kültürel, teknolojik vb. gibi önemli hususlar

b. İçeriğin aynen kullanımı ya da adaptasyonu

c. Önemli fikir ve örnek kopya

d. Medya kararı

e. Halkla ilişkiler ve tanıtma aktiviteleri

15. Önerilen Satış Tutundurma Aktiviteleri

16. Potansiyel Müşteriler

Birincisi günlük olarak yenilenen uluslararası ve özellikle Avrupa'lı alım taleplerine ve 14.000 alıcı ve distribütör bilgisine ulaşabileceğiniz bir Avrupa pazaryeri olan Biz Europe'a üye olarak. Haftalık $3'a tekabül eden bir ücret ödeyerek Avrupa'daki tüm alıcılara ulaşma sansı bulabiliyorsunuz.

Biz Europe'a ulaşmak için http://www.bizeurope.com/ web adresine giebilirsiniz.



foto: iklim

Puslu denizlerin şair fenercisi!

Kanal 7 ekranlarında izleyiciyle 8 yıl evvel başlayan bir serüven O'nunki... Hayatın körleştirdiği gözlere, acıyan yanlarımızı gösteren Deniz Feneri programıyla, 7'den 77'ye herkesin gönlünde taht kuran **Uğur Arslan,** topladığı yardımları muhtaç ellere ulaştırarak, büyük bir insanlık görevini yerine getiriyor...

O, ümitsiz ruhlara ışık oldu... Binlerce insanımızı hayır işlerine koşturan, açlara, açıklara kısa bir süre için de olsa, gülmeyi hediye eden Deniz Feneri programı yapımcısı ve sunucusu Uğur Arslan, 8 yılı devirdiği "Fenerciliği" oldukça kanıksamış... Galiba izleyiciler de onun sisli, dumanlı ve hüzünbaz gecelerde yaydığı ışığı yakalamak için vicdanlarının güvertelerine çıkmış haldeler... Avrupa'nın birçok yerinden sayısız işadamımız da, bu şehirli Fenercinin aydınlattığı ihtiyaç sahibi ümitsiz ruhlara ellerini uzatıyor...

Mannheim kentinde, parkta oturan bayanların, "Bu bizi ağlatan adam değil mi?" diye sordukları Uğur Arslan, hepimizin içindeki o öksüz çocuğu aynada gösteren sihirli lamba cini sanki... Bunu, hayranı olan 12-13 yaşlarındaki Küçük Mücahid'in "Uğur Abi" diyen titrek ve çekingen ses tonundan anlamak mümkün... Annesinin, "Mücahid sizin hayranınız" derken, başı öne eğik duruşundan, karşısında duran Fenerci'nin bu küçük yüreği çoktan aydınlattığını anlıyoruz...

"Bir Ramazan ayında, Ramazan abiyle böyle bir program yapalım dedik ve başladık. Daha sonra program büyük beğeni topladı. Ramazan'dan sonra da, hem izleyiciler hem de kanal yönetimi programın sürmesini istedi. Öylelikle Deniz Feneri markalaştı" diyerek, körelmiş yanlarımızın gözler önüne serilmesinin insanları nasıl etkilediğini gösteriyor Uğur Arslan...

Öyle ya... Unuttuğumuz birşeyler var dedittirmedi mi hepimize Deniz Feneri...

Programın isim babası Mustafa Kutlu. Haftada bin 500 kişiye yardım dağıttıklarını söyleyen Uğur Arslan, kameralar karşısına ancak 4-5 aileyi çıkartabildiklerini söylüyor..

Etik açıdan yardımların kameralar önünde yapılmasını doğru bulup bulmadığını soruyoruz..

"Kameralar önünde bu tür yardımlar yapılınca, böyleleri de varmış diye düşünüyor izleyiciler" diyor Uğur Arslan... **"Özellikle yurtdışındakiler şaşırıyor. Hem de, yapılan yardımların kime ve nereye gittiğini ispat ediyor. Çekim yaptığımız insanlardani zin alarak, ancak 4-5 aileye yapılan yardımı çekiyoruz. Tamamını değil tabi.."**

Yardım yapılacak kişilerin veya ailelerin nasıl tesbit edildiğini de anlatıyor Arslan:

"Yardım yapılacak insanlar bir ekip tarafından tespit ediliyor. Bu ekip, ailenin veya kişinin fakir olmasına, muhtarlıktan veya kaymakamlıktan fakirlik belgesi alması veya yeşil karta sahip olmasına dikkat ediyor..."

Yardımlar en çok kimden geliyor diye sorumuza biraz burkuk, **"Aslında vatandaşa vatandaş yardım yapıyor. Çok zengin holdinglerin kendi vakıfları var. Bir de orta gelirin biraz üzerindeki insanlar yardımcı oluyor. Bir kişi 10 lira vererek değil de, 10 kişi bir lira vererek yardımlar toplanıyor"** diye cevap veriyor Uğur Arslan...

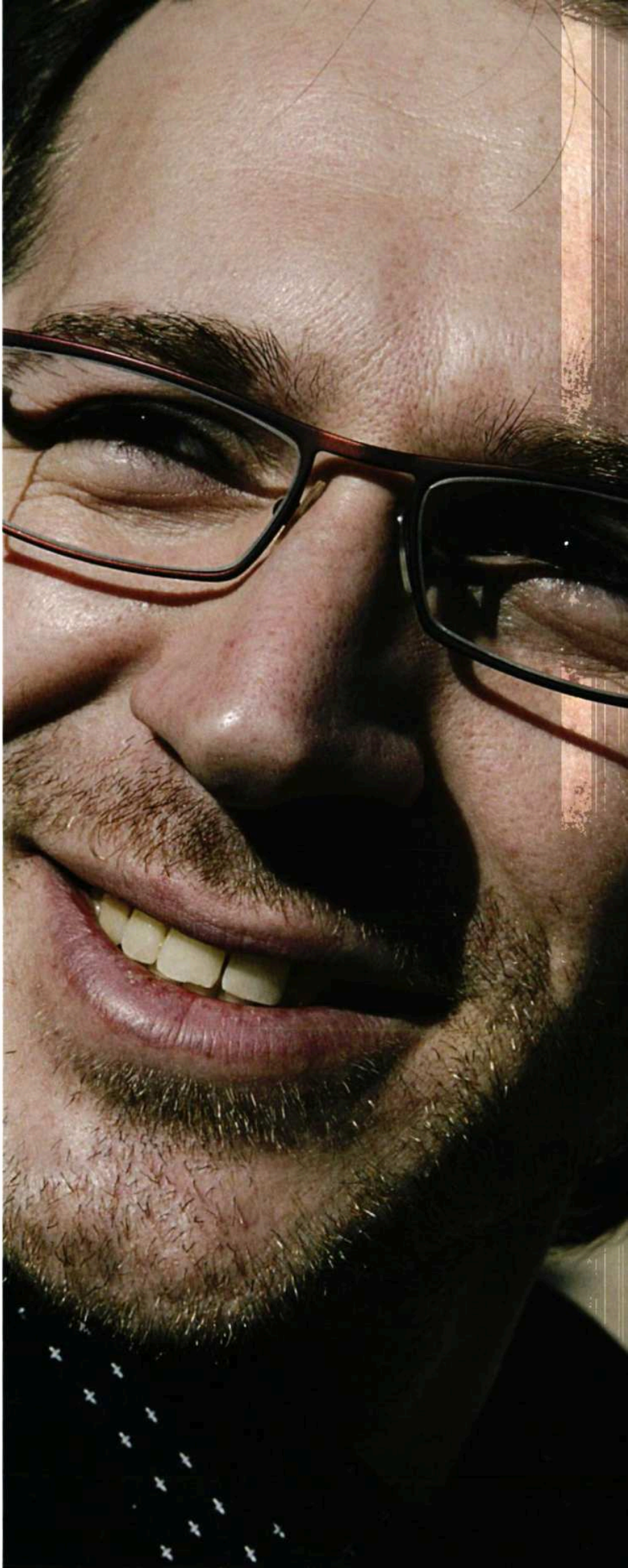


foto: iklim

İnsanda biraz da şairlik olunca, gözyaşartıcı manzaralar elbette derin izler bırakıyor...

Bunu, **"Yardım ulaştırdığımız aileler, açlık sınırındaki aileler olduğu için biz gerçekten çok etkileniyoruz. Özellikle annesiz-babasız kalmış çocuklar beni çok derinden etkiliyor..."** diye özetliyor Uğur Arslan...

Ya şiirler?

Onlar kayıtsız kalabilir mi bu dramlara...

"Elbetteki hayır" diyor Uğur Arslan... **"İlk albümümde askerliği yaptığım dönemlerin etkisi vardı. İkinci şiir albümüm, depremin hemen ardından yazılmış şiirlerden oluştuğu için biraz o günlerin psikolojisini yansıtıyordu. Uzun zamandır çok şükür ki, büyük bir acı yaşamıyoruz memleketimizde... Belki bu yüzden, son albümümde biraz daha sevgi ve aşk konuları ağırlıklı... Çevremizdeki sosyal olaylar, şiirlerimizi etkiliyor mutlaka..."**

Uğur Arslan'dan O'nun ruh dokusunu gösteren açıklamalar da alıyoruz: **"Şiir yönüm aslında hobi olarak başladı ilk zamanlar. Benim gelirimin büyük bir kısmını, albüm, kitap ve şiir konserlerim oluşturuyor. Artık Deniz Feneri benim hobim oldu. Gelirimi şiirlerimden, manevi gelirimi de Deniz Feneri'nden karşılıyorum. İşi severek yapmak, çalışmak çok önemli"**

İdealinde, film yönetmenliği olan Uğur Arslan, İşte Hayat programına da açıklık getiriyor: **"İzleyici istedi, Deniz Feneri'ne döndüm. İşte Hayat programı aslında Deniz Feneri'nden iki kat daha fazla izleniyordu. Beni izleyici hep Deniz Feneri'nde görmek istiyor. İşte Hayat'ı bu nedenle bırakıp Deniz Feneri'ne döndüm..."**

Azerbaycanlı bir yazarın, kahramanını gazetedeki dizisinde öldürünce, okurların gazete binası önünde toplanmalarını tebessümle hatırlıyoruz...

Uğur Arslan belki de, hepimizin görmek istediğimiz rol dışında hiçbir role yakıştıramadığımız bir karakter oyuncusu... Karakter oynamanın zorlaştığı bugünkü dünya ve iş şartlarında, alacağı ufak roller hatırına, sahneye, sete kendisini satanlara en güzel cevap onun duruşu...

Ne yazık ki, denizler öylesine çok, ama fenerler az ve cılız...

Tek yol gastrotürk

Almanya genelindeki **15 bin Türk Gastronomi** firmasına ulaşmanın etkili, kesin ve tek yolu...

Neden gastrotürk?

- 15 bin gastoronomi firmasına direkt ve hızlı ulaşma imkanı.
- Deutsche Post ile dağıtım.
- Almanya genelinde büyük bayilerde satış.
- Sektördeki yenilikler
- Ürün alım-satımında yol gösterici ve detaylı bilgiler.
- Sağlık ve hijyen standartları konusunda son bilgiler.
- Ne nereden alınır sorularına cevaplar.
- Sektörde en iyiler.



Pek yakında sizlerle...

Bilgi için: iklim Verlag GmbH
Lutherplatz 4, 63225 Langen
Tel.: 06103-732 934 | Fax: 06103-732 930
info@gastroturk.net

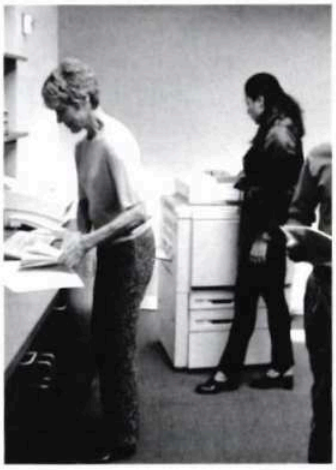
XEROX
Vertragspartner

Team Hellig GmbH
Marburger Straße 14
64289 Darmstadt

Fotokopi aletiniz....



...Çok mu pahalı?



...Çok mu yavaş?



...Çok mu problemli?



...Renksiz mi?

Eskiyi getir, yeniyi götür

Eski cihazınızı getirin, 2000 EURO*'ya kadar özel Xerox indiriminden faydalanın!



Fotokopi cihazınız, eskidi, yavaş çalışıyor veya maliyeti çok mu pahalı?
O halde size sunduğumuz bu büyük fırsatı kaçırmayın.

Herhangi bir Xerox Fotokopi cihazı almanız halinde, getirdiğiniz eski cihazın durumuna göre 2000 EURO'ya kadar yapacağımız indirimden yaralanın.

Hemen arayın, bu fırsattan yararlanın.

Bilgi için:
Tel: 0 61 51/93 90 90
Fax: 0 61 51/93 90 17
Email: turkce@xerox-darmstadt.de

(*) Cihazınızın durumuna göre...

Ak Akçe...



finans

kenan özer
ozer@platform-online.de

Anadolu topraklarını terk-i diyar eyleyip yeni yurtlar edineli 40 küsür sene geçti. Bu geçen ömre bedel zamanı hem maddi hem de manevi manada değerlendirmek kişinin kendi insiyatifine bırakılmalı. Biz bu yazımızda yapılanları değil yapılmayan ya da yapılamayanları irdelemeye çalışacagız.

Birinci nesil diye tabir ettiğimiz ve hep doğru yatırımlar yapmadılar diye eleştirdiğimiz büyüklerimiz, idealleri uğruna döküldüler yaban ellere.

Kimi evinin yanındaki arsayı almak, kimi tarlasını sürebileceği bir çift öküz sahibi olmak, kimisi ise yıllardır kavuşamadığı Sürmeli'sinin başlık parasını denkleştirmek için; çile ve hasret çekti gurbet ellerde.

Büyük çoğunluğu amacına ulaştı, hayallerini gerçekleştirdi, geç de olsa yavaş yavaş ana vatana geri döndüler. Şimdi samimi olarak şu soruyu kendimize sormamiz gerekiyor: Eleştirdiğimiz neslin en azından umutları hayalleri ve en önemlisi hedefleri vardı.

Ya bizim herşeye boşvermiş neslimiz... Maddi ve manevi boşluklarını aşırılıklarda, aykırılıklarda aramıyorlar mı?

Biz bugün büyüklerimizi köylerden, kasabalardan değersiz emlaklar, arsalar, tarlalar aldılar diye eleştirirken, evlatlarımızın muhtemelen soracakları şu soruya kendimizi hazırlamamız gerekmezmi: **"Canım, sizlerde o zaman hata etmişsiniz şurada Mars'tan yer almak varken ne diye İstanbul'dan apartmanlar aldınız?"**

Olay ve hadiseleri, zamanı ve mekanı göz önünde bulundurarak yapılacak değerlendirmelerin daha faydalı olacağı kanaatindeyiz.

Yaşadığımız ülkenin hatta tüm dünyanın girdiği ekonomik darboğaz bizleri ileriye dönük bilinçli yatırım yapmaya zorluyor. Yatırım yaparken bazı piyasa kurallarını iyi bilmek gerekir.

Bilinçli bir yatırımın olmazsa olmazları vardır:

1. Kar getirecek olması
2. Emniyetli olması
3. Herzaman ulaşılabilir olması

1. Yatırımdaki temel hedef muhakkak ki kar olmalıdır. Kar sadece alınan miktar eksi verilen miktar olarak hesaplanmamalı; tüm masrafları, enflasyon payı, eğer çalışan alet ve makina varsa aşınma payları artı devlete ödenecek vergi hesab edilmelidir.

2. "Mal canın yongası" der büyüklerimiz. Canımızın yanmasını istemiyorsak yatırım yaparken iyi düşünmeli, hesap etmeli çok para kazanma hırsıyla rizikosu yüksek alanlara yatırım yapılmamalı.

3. Bilinmeyen, görülmeyen alanlara yatırım yapılmamalı. Uzun vadeli anlaşmalar imzalarken erken vazgeçilmesi halinde doğabilecek tüm zararlar baştan iyi öğrenilmeli, erken çıkış hakkı yoksa kesinlikle anlaşma imzalanmamalıdır.

Özellikle "Geschlossene Immobilien Fonds" diye tabir edilen Kapalı Emlak Fonlarından kesinlikle uzak durulmalıdır.

Biraz önce de ifade etmeye çalıştığımız gibi ekonomik sıkıntıların ileride etkilerini asgariye indirmek icin küçük çaplı da olsa yatırım yapılmalı.

Emekli olunduğunda ya da emeklilik yaşına gelindiğinde alınabilecek emeklilik maaşı hesaplanmalı, ihtiyaçlar hesab edilmeli ve aradaki fark yapılacak hayat sigortası yada ek emeklilik sigortasıyla kapatılmaya çalışılmalıdır.

Serbest meslek sahipleri ya da yasal emeklilik hakkı olmayanlar mutlaka özel olanakları kullanarak kendilerini emniyet altına almalıdırlar.

Ayfer Bulakbaşı



"swatch'ınız kaç" dedirten adam...

Saat deyince hepimizin aklına İsviçre gelir... Ancak saat sektörü deyince saat tutkunu Nicolas Hayek adlı ihtiyar delikanlının adı anılır... Yaşanan büyük krizden ustalıkla çıkmayı başaran ve ticarete kafası zehir gibi çalışan bu zengin ve itibarlı saatçinin serüvenini arkadaşımız **Ayfer Bulakbaşı** sizler için derledi...

O, bir 'kurtarıcı.' İsviçre'nin can damarı saat sektörünü 1980'lerde girdiği krizden yine İsviçre yapımı ancak 'plastik' bir saatle, yani Swatch'la yeniden ayağa kaldırdı.

Swatch, bugün 3.5 milyar dolar cirosu ve 160 saat fabrikası olan dev bir grubun ismi haline geldi. Japon saatleriyle başa çıkamayınca 1980'lerin başında batma noktasına gelen prestiji ve kalitesiyle ünlü İsviçre saat sektörünü girdiği derin krizden kurtaran çılgın girişimci bir kişiliği anlatıyoruz, Nicolas Hayek'i...

Anlayacağınız, başarı öyküsü kitap haline getirilerek dünyadaki çeşitli üniversitelere araştırma konusu olan, 20 yılda Swatch'ı bir dünya markası haline getirip, İsviçre ekonomisinin can damarlarından biri olan saat sektörünü yeniden ayağa kaldıran, sıra dışı bir insanı ...

Her düzenlediği basın toplantısına ya da İsviçre hükümetinin bakanlarıyla yaptığı toplantılara elindeki purosunu bırakmadan katılan, kendine has üslubu olan bir işadamını...

Almanya davet etti..

Her ne kadar Hayek işadamı tanımlamasını kabul etmese de kendisi şu anda İsviçre'nin en sevilen ve saygı gören işadamı. Öyle ki bir türlü toparlanamayan ve kötü günler geçiren Swiss Air'i kurtarma planları yapılırken, ilk akla gelen kişi Hayek oluyor ama İsviçre gazetelerinde yazılanlara göre, o bu işe girmeyi asla istemiyor.

Saat sektöründeki macerası her ne kadar 20 yıllık olsa da Nicolas Hayek, Hayek Mühendislik Şirketi'ni 1963 yılın-

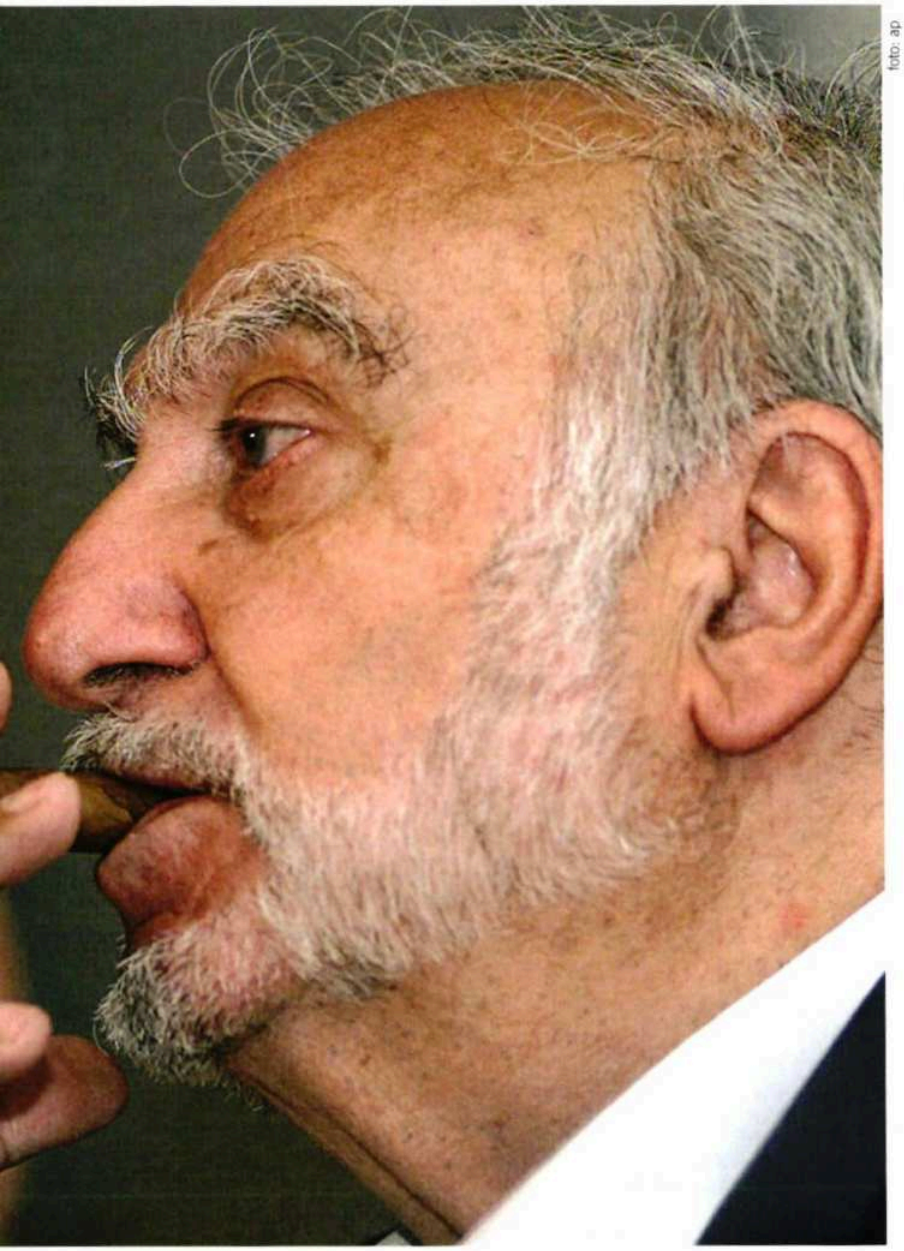


foto: ap

da kurmuş. **"Beni İsviçre saat sektörünü ayağa kaldırmam için çağırdıklarında, zengin bir adamdım zaten. Fabrikaları kapatmak yerine onları satın aldım"** diyor. Hayek'in başarısı yıllar içinde Avrupa'daki pek çok ülkenin de dikkatini çekiyor. 1995 yılında Almanya Başbakanı Helmut Kohl'den bir davet alan Hayek, geleceğin Almanya ve Avrupası için oluşturulan teknolojik araştırma ve yenilik komitesinin bir üyesi. Fransa hükümeti ise Hayek'i Fransa'nın gelecekteki ekonomik stratejilerini belirleyecek olan komitenin üyeliğine getirmiş. Hayek, 18 kişilik komitenin tek Fransız olmayan üyesi.

Saatte Dünya Lideri

Plastik bir saate, son derece ileri teknoloji kullanarak dünya çapında ün kazandıran ve 160'a ulaşan fabrikalarıyla dünya saat sektörünün yüzde 25'ini elinde bulunduran Nicolas Hayek'in sahibi olduğu Swatch Grup, yılda 3.5 milyar dolarlık ciroya imza atıyor. Omega, Breguet, Blancpain, Longines, Rado gibi lüks markaların yanı sıra, Tissot ve Hamilton gibi orta sınıftaki markalarla birlikte Nicolas Hayek'in bugün Swatch dışında sahip olduğu markalar 18'e ulaşmış durumda...

'İlk başta kimse bana inanmadı' diyen Hayek, **"Japonlar, bu kadar ince olup da çalışan bir saati nasıl yaptınız diye çılgına döndü! Normal bir saat 150 parçadan oluşuyordu. Biz 50'ye indirdik!"** açıklamasını yapıyor.

İlk plastik Swatch'ı saat dünyasına, özellikle de saatleriyle ünlü İsviçre'de sunduğunda, saat dünyası sanki sonsuza dek değişti. Bu durumun klasik saatlere bir başkaldırı olmadığını, Swatch devriminin bir kitap halinde şu anda bütün üniversitelerde okutuluğunu söyleyen Hayek bir röportajda: **"Hakkımda hikayeler yazılıyor. Nedenini size anlatayım. 1980'lerde İsviçre saat sektörü büyük bir krizin içine girdi. Çünkü mekanik saatlerin yerini elektronik saatler almaya başladı. Bir çok saat üreticisi kredi borçlarını ödeyemediği için şirketleri bankaların olmuştu. İşte o günlerde İsviçre bir kişiye inandı. Yani bana. Hayek'i çağıralım dediler. Yoksa saat endüstrisi toptan kapanacak, fabrikalar batacaktı"** diye konuşmuştu.

Herkesin fabrikasını kapatmak, saat işinden vazgeçmek istediği zamanlarda Hayek, onlara hayır diyerek fabrikaları kapatmak yerine, fabrikaların büyük bir kısmını aldı. O zamanlarda da zengin olan Hayek, Omega, Tisot ve Certina gibi saat markalarının sahibi olan SSIH ve Asuag isimli İsviçre'deki iki büyük saat şirketinin yüzde 51'ini satın aldı. 90 fabrika vardı ve onları kapatmak yerine üretim adetlerini büyütmeye karar verdi.

Hayek, **"Çünkü Omega ya da Rolex yılda 100 bin civarında üretim yapıyordu. Oysa ben milyonlarca adet üretimden bahsediyordum"** diyordu. Sonunda bankaların şirketlerle olan bağını bitirdi.

Şirketleri bankalardan kurtardıktan sonra Swatch'ı piyasaya sundu.

Swatch teknik açıdan çok büyük bir

foto: ap



Hayek, "Türkiye'nin çaba sarfetmesi gerekiyor. Kimi insanlar diyor ki o zaman İran ve Irak da girsin AB'ye. Yani karşı çıkıyorlar ama Türkiye girecek, inanın bana. Ben AB'de çeşitli komitelerde çalışıyorum ve biliyorum" diyor.

girişimdi. İlk başlarda teknik olarak Swatch'ı anlatmalarına rağmen kimse anlamıyordu. Belki de plastik bir saat olduğu içindi. Ama kesin gerçek, Swatch'ın plastik bir saat olarak doğmasıydı. Ama teknik anlamda çok büyük bir yenilik vardı. Normal bir saat 150 parçadan oluşurken bu parça sayısını Swatch'ta 50'ye düşürdüler ve saatin içine bu parçaların yerleştirmesini o ana kadar yapılanın tam tersi bir şekilde yani sondan başlayarak yaptılar. Maliyetleri düşürdüler. Üstelik saatin inceliği konusunda Japonlar'la yarıştılar. Japonlar en incesini yaptıklarını açıkladıkça Swatch Group daha incesini yaptı, 0.98 milimetre incelikte saatler yapılıyordu. Tabii Japonlar, **'Bu kadar incelikte olup da çalışan bir saat nasıl yapabildi'** diye çılgına döndüler. O dönemde kimse böyle saatler üretmek istememesine rağmen Hayek, onlara ne kadar yüksek bir teknolojiye sahip olduğunu anlatmaya çalıştı ama inanmadılar. Ama Hayek buna inandı ve üretti. Şu an devamlı kolunda taşıdığı son derece yüksek teknolojiye sahip 22 yıl önce üretilen ilk Swatch kimsenin anlayamadığı bir üründü. **(Nicolas Hayek kolundaki ilk plastik Swatch'a kimsenin dokunmasına da izin vermiyor. Bu Swatch onun kıymetlisi!)**

"Şimdi imzalayıp satmak istersem değeri 250 bin dolar, çünkü dünyadaki bütün müzeler bu saate sahip olmak istiyor" diyor Hayek...

Daha önce İstanbul'da bir hafta kaldığını açıklayan Hayek, Türkiye'de sadece Swatch değil, Omega ve Breuguet gibi lüks markalarında çok iyi satıldığını söylüyor. Türkiye'nin AB'ye girmesi konusunda da ise **"Evet ama Türkiye'nin çaba sarfetmesi gerekiyor. Kimi insanlar diyor ki o zaman İran ve Irak da girsin AB'ye. Yani karşı çıkıyorlar ama Türkiye girecek, inanın bana. Ben AB'de çeşitli komitelerde çalışıyorum ve biliyorum"** açıklamasını yapıyor.

İleriki yaşamındaki planları hakkında ise, **"Benim emeklilik planım yok. Çünkü ben çalışmıyorum. Ben yenilikler yapıyorum, ben sanatçıyım"** açıklamasını yapıyor. Sonuç olarak dünyanın en büyük saat üreticisi olan Swatch Grubu Başkanı Nicolas G. Hayek, Swatch saatleriyle yakaladığı ünü ve başarıyı grubun bünyesine yeni markalar katarak devam ettiriyor.

Dünyanın en başarılı ve yaratıcı girişimcisi olarak tanınan Hayek'in sahibi olduğu ünlü saat markaları şöyle:

Lüks ve prestij grubunda

Breguet, Blancpain, Glashütte Original, Jaquet Droz, Leon Hatot, Omega, Longines, Rado ve Union.

Orta sınıfta

Tissot, Calvin Klein, Certina, Mido, Hamilton ve Pierre Balmain,

Ortanın bir alt grubunda

Swatch, FlikFlak ve Endura.

2000 yılından bu yana Uluslararası Olimpiyat Komitesi'nin de bir üyesi olan Nicolas Hayek, olimpiyatların resmi sponsorlarından Hayek bu sponsorluğu en son 50 milyon dolarla yeniledi.

Şirketinizi **aktiv**leştirin!

Reklamınızın bir yıl boyunca el altında olmasını istiyorsanız, başvuracağınız fazla seçeneğiniz yok. Rhein Main Bölgesinde etkin dağıtım ağı ve kalitesi ile "Aktiv Iş Rehberi" sizlere bu imkanı sunuyor.



aktiv iş rehberi
doğru adres...

Starkenburgstr. 7-9 | 64546 Mörfelden-Walldorf
Tel.: 06105 406810-11 | Fax: 06105-406812
mail: mkaradayi@t-online.de

Kültür Turizmi | Sağlık Turizmi | İnanç Turizmi | Dil Eğitimi



LINE

GLOBALLINE-TOURS GmbH

Mannheimerstr. 97 • 60327 Frankfurt | Tel: 069-48 98 24 41 | Fax: 069-48 98 24 43

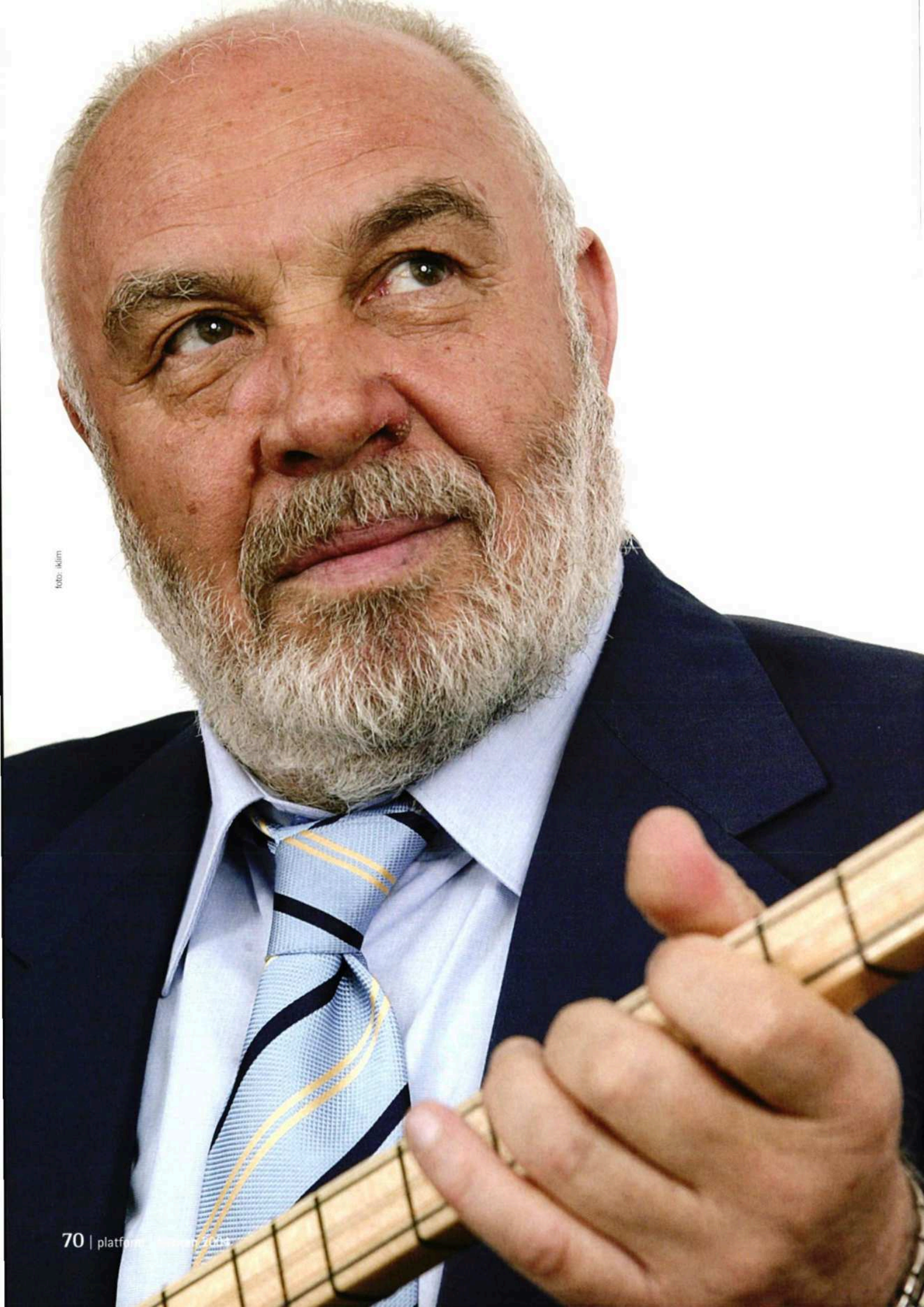


foto: iklim

Türkülere yaslan be Halil İbrahim...

O bir Anadolu insanı... Sazında, sözünde Anadolu samimiyeti, ışığı var... Aynı zamanda devlet sanatçısı ünvanına da sahip olan büyük Türk Halk Müziği sanatçımız **Musa Eroğlu**, konser için geldiği Köln şehrinde arkadaşımız Alev Özdemir'in sorularını yanıtladı...

Alev Özdemir

Türk Halk Müziğinin Musa Dedesi O... Sevimli sakalı, güler yüzü, hoş sohbetiyle tam bir Anadolu insanı...

Esprilerle süslediği konuşması ve samimi gülüşü bize "Toprak" dedirtecek kadar havayı değiştirdi.

Konser için geldiği Köln Alevi Kültür Merkezi'nde kendisiyle yaptığımız görüşmede, bir Musa Eroğlu hikayesinin yanısıra, bize bir de Anadolu hikayesi bırakıp gitti...

"Aslında sanatçı olmak istemiyordum. Koşullar beni zorladı. Ben ilkokul mezunuyum. Edebiyatçı olmak istiyordum... O dönemler Anadolu'nun birçok köyünde okullar yoktu ve yüksek eğitim almak olanaksızdı" dediğinde, hüzünleniyoruz...

Gözümüze, okul yüzü görmeyen köylü çocuklarının, masum yüzleri düşüyor... Hani o lastik ayakkabı giyen, koyun güden bizim çocuklarımızın yüzleri... Hangimizin hayat penceresinden bu çocuk yüzleri gelip geçmemiştir ki...

Sanatçının olaylara, insanlara, dünyaya bakış açısı farklı mıdır? Sıradışı insanlar mıdır sanatçılar?

Musa Eroğlu, kendine güvenen ifadelerle açıklık getiriyor sorumuza: **"Ben hiçbirşeyi bu toplum gibi düşünmüyorum. Uç düşündüğüm için zaten Musa Eroğlu'yum. Aristo'da öyle, Hegel'de öyle. Genel insanlar gibi düşünürsen 6 milyardan biri olursun. Oysa farklı insanlar milyarlarla değil, onlarla tarif edilirler. İşte onlar sanatçılardır..."**

Musa Dede, gönlünü türkülere kaptırmış bir bağlama Mecnun'u... Ama caza ilgisini de saklamayacak kadar da cesur... Musa Dede, devlet sanatçısı olma hikayesini tebessüm ettiren bir hatıra ile anlatıyor bizlere:

"Devlet sanatçısı ünvanını aldığım zaman annemin yanına gittim. Anne ben devlet sanatçısı oldum dediğimde, annem, o an endişe içinde, aman oğlum dikkat et. Bu geldiğin yere yakın bir yer mi, dedi. Yani bizi yöneten insanlardan mı oldun şimdi, dedi."

Sanatta başarının anahtarı yetenek mi yoksa çalışma mı diye soruyoruz Büyük Usta'ya...

"Çalışma ve bilgi toplama" diyor Musa Eroğlu... Ancak işe duyulan aşkın motive eden gücünden de bahsetmeden etmiyor...

"Darwin'in teorisine göre evrenin güvesinde aşk var. Onun için dönüyor. Birşeye aşık olmak lazım... Ben türkülere aşığım..."

Ya O'ndan sonra türküler...

Bir Anadolu ereni kadar olgunlukta, **"Türkü bayrağını, türkülerimizi taşıyabilen herkese ve dünyadaki olup bitenleri algılayanlara emanet edeceğim"** diyor büyük sanatçımız... Ancak, sanatçının ölünce emekli olacağını da eklemeyi ihmal etmiyor...

Musa Dede'nin duruşundan, tebessümünden Anadolu'nun kurak bozkırlarına uzanan bir yol buluyoruz...

Karacoğlan'ın, Yunus Emre'nin, Mevlana'nın, Hacı Bektaş-ı Veli'nin ve diğer bütün gönül sultanlarının mesajları Musa Dede'nin sazından nağme nağme dökülüyor sanki...

Sahnede bir göçmen

Kalıpların dışına taşanlar sınır tanımıyorlar. Fatih Akın'ların, Feridun Zaimoğlu'ların veya Mehmet Kurtuluş'ların buluştuğu kavşaktan şimdi de tiyatro oyuncusu **Hülya Karahan** geçiyor... Bize tiyatro jargonuyla çok önemli bir şeyi öğretiyor: "İnanırsanız her rolü oynarsınız."

Sibel Özgün



foto: iklim

"Rolumü önce Türkçe'ye çeviriyorum. Sonra Anadolu'da Ayşe, Fatma veya Züleyha'yı oynasam nasıl olurdu diye düşünüyorum. Tekrar Almanca'ya geri dönüp Türk sıcaklığı ile Alman tiyatrosunu birleştiriyorum."

Alman sahnelerinde bir Türk kızı olmanın nasıl bir şey olduğu sorulduğunda bu sözler dökülüyor Hülya Karahan'ın ağzından. **"Aslında"** diyor, **"Türkçem belki çok çok iyi değil, ama rolümü Türkçe'ye tercüme edince daha severek oynuyorum."** Ama öyle dediğine bakmayın Türkçesi de Almancası kadar iyi. Ama daha iyi bir şeyi var ki o da oyunculuğu. İşte Hülya Karahan'ın serüveni.

Önce okulunu bitirdikten sonra oynadığı ilk ciddi oyunu ve rolünü konuşuyoruz. Oyunun adı "Bilge Nathan" (Nathan der Weise). Alman edebiyatının klasik isimlerinden **Gotthold Ephraim Lessing**'in yazdığı rejisör **Hans Hollmann**'ın yönettiği oyun, klasik dönemi sevmese de Hülya Karahan'ı bile etkilemiş. **"Almanya'da çokkültürlü bir toplumda yaşıyoruz. Oyunda üç tek Tanrılı dinin buluştuğunu gördüm. Yahudi bilgesi Nathan'ın kızını oynamak bana çok şey de öğretti. Ama gerçek hayatta ne yazık ki bu hep böyle olmuyor."** Karahan her ne kadar mütevazılığı elden bırakmasa da oyun Frankfurt'taki **Fritz Rémond Tiyarosu**'nda sahnelendikten sonra Alman basınında gerçekten bir alkış tufanının koptuğu söylenebilir. Oyunda Bilge Nathan'ın kızı Recha'yı (Reşa) oynayan Hülya Karahan, başta **Frankfurter Neue Presse** olmak üzere birçok Alman gazetesinin dikkatini çekmeyi başardı. **Lessing** belki 1779 yılında, 2004'e gelindiğinde oyununda bir Türk kızının rol alacağını tahmin edemezdi ama görse sevinirdi herhalde. Çünkü zaten amaçladığı da, günün birinde insanların kavgasız gürültüsüz aynı yeryüzünü paylaşmalarıydı.

Peki Hülya Karahan nereden çıktı? **"27 yaşındayım"** diyor ve devam ediyor; **"Aslında atletizmde başarılı bir sporcu olmak istiyordum ama ailem çok olumlu bakmadı bu isteğime. Hiperaktif bir çocukluk dönemi geçirdim. Ama ruhumu sahnede serbest bırakma imkanı bulabileceğimi görünce tiyatro okumaya**



karar verdim." Karahan, tiyatro okumaya karar vermiş ama **"olacaksa da en iyi okul olmalı"** diye düşünmüş. Sonuçta da Frankfurt'taki Müzik ve Sahne Yüksekokulu'nun **(Hochschule für Musik und Darstellende Kunst)** sınavlarına girmiş. Bu arada bu okulu bir yerden daha hatırlayabileceğimizi belirtmek gerekiyor. Şu anda dünyanın en tanınmış piyanist Türk ikizleri arasında ilk sırada gelen **Güher ve Süher Pekinel Kardeşler** de Frankfurt Müzik ve Sahne Yüksekokulu'ndan mezun. Hülya Karahan okulun bu anlamda bir uğuru da olabileceğine inanıyor. **"Çok zor ve sıkı bir eğitimden geçtik. Provalarımız abartısız geceyarılarına kadar sürerdi ve ben akşam oynadığım roldeki kişi olarak uyanırdım sabahları."** Böyle anlatıyor Karahan zorlu okul yıllarını. Ama buna değdiğini de eklemeden edemiyor. Çünkü Almanya'da hem Türklerin hem de Almanların gurur duyabileceği şekilde, birincilikle bitirmiş okulunu.

Hülya Karahan okul yılları boyunca, **"Kara kaşlı kara gözlü Türk oyuncu ancak rengine uygun roller oynayabilir"** şeklindeki klişeyi de yıkmış. **"İnanırsanız her rolü oynayabilirsiniz."** diyor ve hocaları ile zaman zaman önyargılarından ötürü ciddi çatışmalar ve anlaşmazlıklar yaşadığını da ekliyor. Karahan ilk ciddi oyununda Alman eleştirmenlerden iyi not almasını ise şöyle açıklıyor: **"Ben rolümü bir Türk gibi oynuyorum. Batılı bir karakterin rolüne Anadolu sıcaklığını katmaya çalışıyorum. Almanlar buna alışık olmadıkları için ister istemez seyirci ile de bir sıcaklık doğuyor."** Ne tür roller, ne tür oyunları sevdiğini sorduğumuzda bizi yine şaşırtıyor. Antik Yunan tiyatrosunu çok sevdiğini, oradaki kurgusal ve büyülü havanın daha çok ilgisini çektiğini; an-

foto: iklim

tik tiyatroyu, klasik Alman tiyatrosunun bunaltıcı yaklaşımından çok daha eğlenceli bulduğunu söylüyor.

Belki **"Bilge Nathan"** Hülya Karahan'ın ilk ciddi rolü ama daha önce de takip edilen bir oyuncuymuş. Karahan, yönetmenliğini Hamburglu Türk yönetmen **Fatih Akın**'ın **"Altın Ayı"** ödüllü **"Duvara Karşı"** filminde Sibel Kekilli'nin oynadığı rol için yapılan elemelerde ilk altıya kalmış. Ancak elemeleri geçen Karahan senaryodaki açık ve müstehcen sahnelerden dolayı teklifi geri çevirmiş. Karahan, **"Buradan Fatih Akın'ı geri çevirdiğim anlamı çıkarılmasın. Ben oyundaki bazı sahnelerden dolayı rol almayı tercih etmedim. Bir başka filminde ilkelerime uyduktan sonra neden olmasın."** diyor. İlkeleri deyince sormadan edemiyoruz tabii, Türkan Şoray ilkeleri gibi mi bunlar diye. Gülümsüyor önce ama sonra, **"Belki de..."** diyor.

Hülya'nın hedefleri çok büyük. Orta halli bir oyuncu olmak istemediğini belirtiyor. **"İlkelerimden taviz vermeden inşaallah en yüksek seviyeye çıkacağım. Türkiye'den teklif gelirse tiyatro veya sinemada oynamak isterim."** diyor. En çok Sinan Çetin, Osman Yağmurdereli, Nuri Bilge Ceylan gibi yönetmenlerle çalışmayı arzu ettiğini söylüyor ve devam ediyor: **"Ama gönlümde asıl yatan aslan elbette tiyatro. Keşke imkanlar elverse de sahneden aşağı inmek gerekmese. Türk tiyatro ustalarıyla aynı sahneyi paylaşmak benim çocukluğumdan beri hayalini kurduğum bir şey."** Hayal kurarken boş da durmuyor Hülya Karahan; bu yılın sonunda başlayacak bir başka tiyatro oyunu projesinde başrol oynamak için şimdiden anlaşma imzalamış. Alman halk kahramanı bir haydutun hayatını anlatan "Hotzenplot" isimli çocuk oyunda başrol oynayacak.

Ya sonrası, yani bundan belki yirmi hatta otuz yıl sonra? Sonrasını pek konuşmak istemiyor Hülya Karahan.

Ama gözlerini kocaman kocaman açıp, **"Hayalleri çok anlatmamak lazım. Uçup gidiverirler sonra, tutamazsınız."** diyor. Fakat şu belli ki Almanyalı Türkler hayalleri ile, sürekli yakınıp durduğumuz **"Türk"** kalıplarını ve klişelerini yıkmış tam yol hızla ilerliyor. Hülya Karahan sanat limanından demir almış, izlemesi ise seyirciye kalmış.

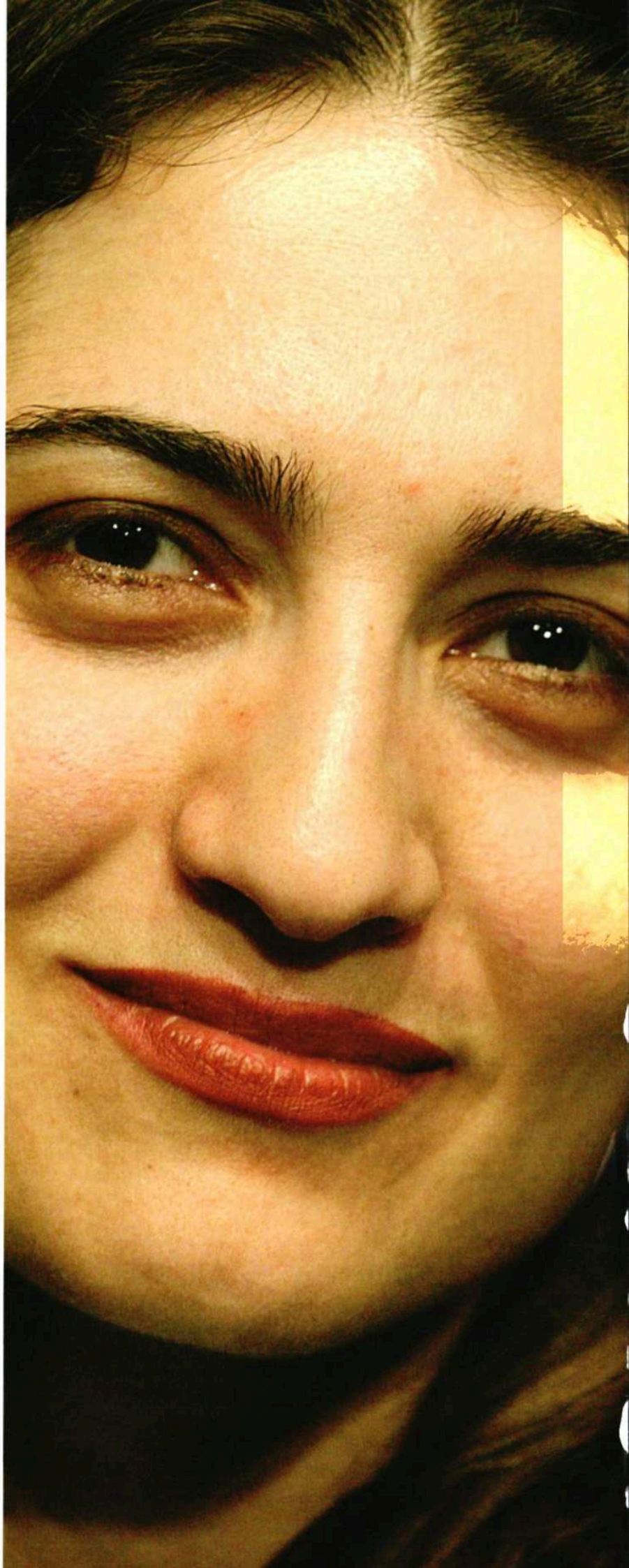




foto: iklim

Platform Ailesi toplandı

Dergimizin genç ve dinamik ekibi, 2 Mayıs'ta, Mörfelden-Walldorf'ta bulunan Albatros Oteli'nde düzenlenen kahvaltılı toplantıda, biraraya gelerek, dergimizin daha da yaygınlaştırılması ve dağıtım ağının genişletilmesine ilişkin görüş alışverişinde bulundu.

Toplantıda, geçtiğimiz sayıya ilişkin genel değerlendirmelerin yanısıra, gelecek sayının içeriği, yayın politikamız ve kriterlerimiz konusundaki duruşumuz da tartışıldı.

Genç ve konularının uzmanlarından oluşan ekibimiz, Platform'un geleceğe yönelik vizyonu noktasında da görüşlerini belirttiler.

Toplantımıza, Mehmet Koca, Öner Özcan, Şahismail Kaya, Tarik Gölezoğlu, Selim Serdar İz, Seyfi Alp, Cemil Kantar, Alev Özdemir, Yadigar Celep, Duygu Külahçı, Şükrü Uyanık, Erkan Çelik, Kamil Kellecioğlu, Garip Çelik ve Sebahattin Çelebi katıldı. Ekibimiz gönül birliği içinde "yola devam" dedi.

Eylül ayında yapmayı planladığımız yenilikler ve projelerle ilgili olarak görüşlerin dile getirildiği toplantıda, Mehmet Koca, Platform adlı televizyon programı konusunda acele edilmemesi gerektiğini, önümüzdeki aylarda dergimizle ilgili gelişmelerin ve arz-talep yansımalarının beklenmesinin faydalı olacağını hatırlattı.



"Dünya sandığınızdan daha küçük"

tv8



‘Sanatçı olmak istemezdim’

Müzik piyasasının duayeni Ali Paşa Akbaş, sanat-ticaret çizgisinde biri olarak, ilginç açıklamalarda bulundu. Akbaş, Platform’a verdiği içten yanıtlarda, bizi bir hayli şaşırttı: “Birçok sanatçının şöhret olmadan önceki halini biliyorum. Önce karşında el pençe durur, düğmesini ilikler. Efendim, efendim diye konuşurlar. İsimleri biraz duyulmaya başlayınca değişirler.”

Alev Özdemir

Ali Paşa Akbaş, müzik ekonomisinin Avrupa’daki en büyük ismi... Akbaş Müzik olarak, şu sıralar bir müzik kanalının da hazırlıkları içine giren Ali Paşa, Karadenizliliğin bütün özelliklerini üzerinde taşıyor... Girişken, proje üreten yapısıyla, Kanal Avrupa’nın kuruluşunu organize eden Ali Paşa Akbaş, müzik ekonomisinin bilinmeyen yönlerini ve sanatçı yüzlerini bizimle paylaştı...

Akbaş’ın sorularımıza verdiği yanıtlar şöyle:

Müzik bir sanat ve siz bu sanat dalının ticaretini yapıyorsunuz. Böyle bir işe başlamak nereden aklınıza geldi?

Biz sene 86-87’lerde ticaret yapmayı düşündük ve müziği de sevdiğimiz için bu işin ticaretini yapmayı uygun gördük. İlk önce bu işin Avrupa genelinde ticaretini yaparak başladık. İşe soyunmuşken bu işin en iyisini yapmaya çalıştık ve yavaş yavaş 93’lerde prodüksiyona başlamış olduk. O dönemler bu alanda bir boşluk vardı.

Şu an sayılı kaset firmalarından birisiniz. Bu işe yeni başladığınızda bu noktaya gelebileceğinizi hayal edebiliyor muydunuz?

Hayır öyle bir hayal kurmamıştık. Bizi bu noktaya getiren çok çalışmamız ve dürüst çalışmamızdır. Çalışmak bizden muvaffakiyet Allah’tan. Çalışınca başarı kendiliğinden geliyor.

Yaşanan ekonomik krizden etkilendiniz mi? Müzik piyasasının şu anki durumundan memnun musunuz?

Şu anki müzik piyasası tamamen can çekişiyor. Bu alanda Türkiye’de birçok şirket iflas etti. Ciddi manada şirket olmayınca ciddi yapımlar da olmadı. Sanatçılar kendi emeği ile birşeyler yapmaya çalıştılar. Onun da promosyon ortamı olmayınca iyi neticeler alınamadı. Kalitesiz yapıtlar ve sanattan anlamayan insanlar ortaya çıktı. Bazı sanatçılar firmalar tarafından dolandırıldı. Birçok firma da korsan kasetlerin kurbanı oldu. Derken birbirine zincirleme gelişen olaylar bu piyasada dengeleri altüst etti. Ve tüketimin durması ile üretimde azaldı. İnternet üzerinden yapılan kopyalarda bu sektörü olumsuz etkiliyor.

Peki krizden önce hangi tarz müziğe karşı talep vardı?

Bundan birkaç yıl öncesi toplumda bir batı özentisi hastalığı vardı. Tamam, batının teknolojisini, ilmini alalım da, bunları alırken de, kendi değerlerimizi koruyalım. Toplum kavalımızı, türkümüzü, sazımızı bir yere atmıştı. Oysa şimdi son dönemler Türk Halk Müziği’ne gençlik müthiş derecede sahip çıkıyor. Bu türkülerimiz adına çok sevindirici bir gelişme. Ayrıca önceleri dini kesim de türkülerimize soğuktu. Türkülere genelde Alevi kesim sahip çıkmıştır. Ama onlar da, belli bir şablon yapmışlardır. Dünyada bloklar da çökünce, her kesim artık Halk Müziği’ni sahiplenmeye başladı. Halk Müziği kasetleri 300-400 bin satabiliyor. Oysa önceleri Halk Müziği’ne klip çekmek bile yoktu.

Bu işte siz hancı, sanatçılar da yolcu. Biliyorum ki, bu hana birçok yolcu uğradı. Amatörü de, profesyoneli de geldi geçti bu handan. Siz de iz bırakan birkaç isim verebilir misiniz? Gerek sanat adabıyla gerek kişiliğiyle...

Türkiye'de sanat icra eden insanların yüzde 90'ı bana göre sanatçı değil. Medyanın desteği ile bir yerlere gelen isimler var bunlara sanatçı demek ne kadar doğru olur? Kimin gücü varsa, kim lanse ediliyorsa, onlar isim yapıyor ve bu isimler de sanatçıyım diye ortaya çıkıyor. Ama bunun yanında bu işe aşkla şevkle sarılan isimler de var. Mesela bir Orhan Hakalmaz, Güler Duman, Fatih Kısaparmak, Musa Eroğlu gibi gerçek sanatçıları diğerlerinden ayırt etmek lazım. Benim de bu konuda bazı ilkelerim var. Herkesin kasetini firmamdan çıkartmam.

Bir Banu Alkan gelse ve üste de para verse onun kasetini firmamdan çıkartmam. Herşeyin bir ölçüsü var ve sanat değeri taşıması lazım.

Peki bir sese yatırım yapmak için aradığınız kriterler neler?

Sade ses değil, bir sanatçıyı komple görmek lazım. Aynen bir saç ayağı gibi. Biri olmazsa olmuyor. Birinci derecede eser önemli. Eser sesin ve yorumun önüne geçiyor. Dikkat edin her sanatçıyı bir yerlere bir eser getirmiştir. Hit bir parça bulmadığınız sürece bir sanatçıyı ortaya çıkarmak mümkün değil.

Tahmin ediyorum birçok sanatçının hem amatör hem de profesyonel dönemlerine şahit oldunuz. İki dönem arasında nasıl bir evrim yaşıyorlar ve profesyonel olduktan sonra kişiliklerinde nasıl bir değişim oluyor. yani burun havaya kalkıyor mu?

Birçok sanatçının şöhret olmadan önceki halini biliyorum. Önce karşında el pençe durur, düğmesini ilikler. Efendim, efendim diye konuşurlar. İsimleri biraz duyulmaya başlayınca yavaş yavaş kasılmaya başlarlar, tam duyuluncu da önlerinden geçilmez olurlar ve kimseyi tanımazlar. Şöhretin şımartmadığı isim yok denecek kadar azdır. Oysa ilk kasetle iyi şöhret yakalamış, 2. ve 3. kasetlerde satmayıp eriyip yok olan sanatçılar da vardır. Zirveye çıkışın bir de inişi olduğunu unutmamaları lazım. Bodrum katında yatan bir sanatçının, şöhret olduktan sonra, otel beğenmediğini biliyorum.

Biliyorum ki, sanatla uğraşan insanlar hassas, ince ruhlu, alıngan oluyorlar. Bunlara karşı nasıl bir davranış modeli uyguluyorsunuz?

Ben nabza göre şerbet vermiyorum. Bilakis ben buyum dedim mi, onlar kendilerini buna göre ayarlıyorlar.

Bence hiçbir başarı tesadüf değildir. Başarılı olmak için ne yapmak lazım, formülü nedir sizce?

Bir defa çalışmanın yanında, dürüstlükten ayrılmamak lazım. Prensiplerimizden, ilkelerimizden taviz vermiyoruz.

Peki sanat emekçilerinin hep haklarının yenildiği, emeklerinin sömürüldüğü bir gerçektir. Siz Sezar'ın hakkı Sezar'a diyebiliyor musunuz?

Biz dürüstlüğü ilke edinmişiz. Bu dünyanın bir de öbür tarafı var ve o tarafa kul hakkı ile gitmeyi asla istemeyiz. Burada hep kaybeden sanatçılar değil. Çok sayıda kaybeden firma da var. Örneğin İbrahim Tatlıses bir kaset için 750 bin dolar ister, parasını alır ve gider. İster o kaset 1 tane satsın, isterse de 1 milyon satsın. Peki az sattığında da firma mağdur olmaz mı? Olur. O halde firmaların da hakları ihlal ediliyor. İbrahim Tatlıses de dahil birçok sanatçı ile çalıştık ve çalışmaktayız. Allah'a şükür hak, hukuk konusunda vicdanımız rahat.

Pop starımız Tarkan'ı bir dünya starı olarak görüyor musunuz?

Tabi ki Tarkan kendi dalında başarılı bir sanatçı. Ama Türk örf ve adetlerine yakışan bir sanatçı değil. Bir dünya sa-

Tarkan kendi dalında başarılı bir sanatçı. Ama Türk örf ve adetlerine yakışan bir sanatçı değil. Bir dünya sanatçısı olabilir ama önce bir Türk sanatçısı olmanın erdemlerini kavraması gerekirdi. Gençliğe iyi bir örnek olması gerekirdi.





foto: iklim

İbrahim Tatlıses bir kaset için 750 bin dolar ister, parasını alır ve gider. İster o kaset 1 tane satsın, isterse de 1 milyon satsın. Peki az sattığında da firma mağdur olmaz mı? Olur. O halde firmaların da hakları ihlal ediliyor. Allah'a şükür hak, hukuk konusunda vicdanımız rahat.

natçısı olabilir ama önce bir Türk sanatçısı olmanın erdemlerini kavraması gerekirdi. Topluma, gençliğe iyi bir örnek olması gerekirdi. Çocuklarımızı bu yanlış örneklerle yetiştirmemeliyiz.

Atatürk'ün çok anlamlı bir sözü vardır. "Herkes herşey olabilir ama, öğretmen, doktor, hatta cumhurbaşkanı olabilir. Ama herkes sanatçı olamaz" demiş diğer bir tabirle sanatçı olunmaz, sanatçı doğulur sözünü çok güzel ifade etmiş. Bu söze katılıyor musunuz?

Yetenek babında elbette katılıyorum. Çünkü özel yetenek gerektirir. Ama Atatürk zamanındaki sanatçılar ile şimdiki sanatçılar arasında dağlar kadar fark var. O dönemde gerçekten sanat icra edenler, sanat yaparmış ve şahsiyet sahibi saygın sanatçılar varmış. Oysa günümüz Türkiye'sinde sapla samanı ayırmak lazım.

Sanattaki bu yozlaşmayı, bu kirliliği nasıl değerlendiriyorsunuz? Bu yozlaşma nasıl aşılır?

Cehalet aşılırsa bu yozlaşma da aşılır. Hiçbir millet gösteremezsiniz ki, tamamen kendini bırakmış, batı kültürü ile beslenmeye çalışıyor. Biz batıya özeneceğimize batıyı gerek sanatta, gerek edebiyatta, gerekse mutfakta kendimize özendirmeliyiz. Birçok alanda onlardan daha köklü, daha zengin değerlere sahibiz.

Peki dünyaya sanatçı olarak gelmek ister miydiniz?

Hayır. Sanatı seviyorum, mücadelesini veririm. Hatta türkülerimizi o kadar çok seviyorum ki, bağlama çalmayı hiçbir kurs almadan kendi kendime öğrendim. Ama buna rağmen sanatçı olmak istemem, zor bir meslek.

Sazlı sözlü bir patron

Öztürk Döner Produktion firmasının sahibi Mahmut Öztürk, müzikten para kazanacağını umarken, döner sektörüne girmek zorunda kalan bir işadamımız. Türkiye'den getirdiği bir saz, bir kilim ve bir döner makinası ile geçim sıkıntısına çözüm bulmaya çalışırken, kaderin kendisini birgün döner patronu yapacağını herhalde hiç hesaba katmamıştı...

Meslek eğitimi alanında maalesef bir boşluk var. Dönercilik bir meslek olarak henüz yerini almadı. Halihazırda varolan kasaplık mesleği ise, bu ihtiyacı karşılamıyor. IHK ile görüşmelerimiz oldu. Meslek eğitimi konusunda çalışmalarımız devam ediyor.

Almanya serüveniniz nasıl başladı, döner üretim işine girmeyi planlamış mıydınız?

1980 yılında işçi ailesi olarak Almanya'ya geldim. Bir yıl meslek eğitimine hazırlık ve 6 ay Almanca dil kursundan sonra hayat yükünün altına girmek zorunda kaldım. 1983 yılında babam kardeşlerimi de alarak Türkiye'ye kesin dönüş yaptı. Ailenin en büyük evladı olduğumdan üzerimde büyük bir sorumluluk vardı. 18 yaşındaydım ve Almanya'da yalnızdım. Geçim sıkıntısı beni ek gelir arayışına yöneltti. Bir izinde sırtıma bir saz, bir elime kilim ve bir elime de döner makinası alarak Almanya'ya döndüm. Bunların birinde bir çıkış yolu görüyordum. İşin garip tarafı döner tercihlerimin son sırasındaydı. Bu alanda üstelik hiçbir bilgiye de sahip değildim. Bağlama çalmayı seviyordum. Fakat bunu iş olarak değil de hobi olarak sürdürdüm. Getirdiğim kilimleri güç bela sattıysam da, birşey elime kalmadı. Kaderin bir cilvesi, kısmetimiz döner işindeymiş. 1987 yılında amatör olarak başlayan bu serüven 1993'e kadar ek iş olarak devam etti. 1993 yılında ilk lokantamı açtım ve iş hayatına atılmış oldum. Birlikten kuvvet doğar dedim ve aile bireylerini birer birer geri getirdim. Böylelikle hem vizyonumuzu büyüttük, hem de bu sektörde ayağımızı sağlamlaştırdık. Döner imalatı o zamanlar yaygın olmadığından kendi dönerimizi kendimiz yapıyorduk. Dönerimiz beğeniliyordu. Çevre lokantalardan döner talepleri gelmeye başladı. Gelen talepler karşısında 1995 yılında imalat sektörüne ilk adımımızı attık.

Firmanızın şu anki kapasitesi ne durumda?

Firmamız 6 bin metre kare arsa üzerine kurulu, 2 bin 400 metre kare kapalı alana sahip. Aylık 500 ton döner üretim kapasitesine sahibiz. Firmamızın tüm plan ve projesi kendimize aittir. En son teknolojik donanıma sahip makinalarla, hijyenik bir ortamda yaptığımız üretim hergün laboratuvarda incelenmektedir. Avrupa kalite belgesini de alan firmamız, şu anda 35 personeliyle, bünyemizde kadrolu çalıştırdığımız bir veterinerle, üretim yapmaktadır.

Bildiğimiz kadarıyla son derece modern bir entegre tesis kurdunuz. Üretimde ana felsefeniz nedir?

Ana felsefemiz kaliteli üretim. Kaliteli malın her zaman alıcısı vardır, buna inanıyoruz. Bu kaliteyi devamlı kılmak için de hem teknolojiye yatırım yapmak, hem kalifiye eleman çalıştırmak, kaliteli malzeme kullanmak, hem de temiz çalışmak gerekiyor. Kalitenin göstergesi, müşterinin memnuniyetidir.

Pazarda yerinizi sağlamlaştırmak adına neler yapıyorsunuz?

Bu sektörün beşiği Almanya ama henüz büyüme çağında, yani çok eskiye dayanmıyor. Şu an piyasada irili ufaklı birçok imalatçı var. Kimisi yola devam ederken, kimisi de elbette silinecek. Kalıcı olmak için kazancı tekrar yatırıma dönüştürmek gerekiyor. Yani gelişen teknolojiden istifade ederek işletmeyi büyütmek şart. İkinci bir adım olarak ise markalaşmayı hedefliyoruz. Bu yönde de reklam ve tanıtım çalışmalarımız belli bir program dahilinde devam etmektedir.

Avrupa'ya açılma konusunda ne gibi hamleler planlıyorsunuz?

Kesinlikle Avrupa'nın her köşesine ulaşmak istiyoruz.

Temsilciliklerimizi her geçen gün yaygınlaştırıyoruz. Bu hususta seçici olmya

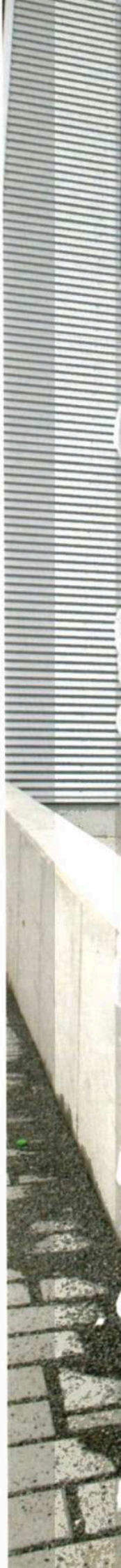




foto: iklim

gayret gösteriyoruz. Güvenilir ve saygın kişileri tercih ediyoruz, herkesle çalışmak bir düşüncemiz yok.

Öztürk Döner'in önümüzdeki 10 yıl için projeleri nelerdir?

Hedefimiz Avrupa'da ipi göğüslemek. İki numara değil, bir numara olmak istiyoruz. Bunun için de her gayreti sarfetmeye hazır, iyi ve genç bir kadromuz var. Önümüzdeki yıllarda ise kesim işine girip, hem kendi ihtiyacımızı karşılamayı, hem de Avrupa'ya et satmayı hedefliyoruz. Ayrıca Türkiye'de de bu sektörde yaptığımız proje ve çalışmalarımız var.

Meslek eğitimi konusunda gençlerimize imkan sağlıyor musunuz?

Bu alanda maalesef bir boşluk var. Dönercilik bir meslek olarak henüz yerini almadı. Halihazırda varolan kasaplık mesleği ise, bu ihtiyacı karşılamıyor. IHK ile görüşmelerimiz oldu. Meslek eğitimi konusunda çalışmalarımız devam ediyor. Bu işi gençlere de öğretmek istiyoruz. Genç nesle karşı borcumuz olarak gördüğümüz meslek eğitimi konusunda, firma düzeyinde elimizden geleni yapacağız. Bütün Türk firmalarına da, bu konuya ciddi olarak eğilmelerini ve kendi personellerini kendilerinin yetiştirmelerini öneriyorum. Yanınızda işi öğrenen, tanıdığınız, bildiğiniz bir personel, firma için büyük bir artı anlamını taşır. Gençlerimize mutlaka fırsat vermeliyiz...

Eğitim konusunda da bir takım çalışmalarınız olduğunu duyduk...

İş hayatının yanısıra eğitim faaliyetlerine de katkıda bulunmaya çalışıyoruz. Amacımız yetişen neslin eğitim düzeyini yükseltmek. Bu doğrultuda inşallah yeni dönemde bulunduğumuz bölgede eğitim merkezimizi açmış olacağız. Çocuklarımız aynı sorunları yaşasın istemiyoruz. İşçi olmak, bu milletin kaderi olmamalı. Onlara yeni bir vizyon verme noktasında, işadamı olarak elimden gelen desteği sağlamaya gayret gösteriyorum.

Ticari hayatta Türk olarak karşılaştığınız zorluklar var mı?

Birçok zorluktan sözedilebilir. Yabancı olmak gibi, dil sorunu gibi, kültür farklılığı gibi... Ama bir işadamı sorunlarını çözüp en hızlı şekilde yoluna devam etmelidir. Sorunlar sürekli olacaktır. Marifet onları dağ gibi büyütmek değil, parçalayarak çözmektir. Bizim de zorluklarımız oldu, ama üstesinden gelmeyi başardık.

Top yuvarlak, mızıkacılar dört köşe

Almanya'nın kuzeyinde kendi halinde bir şehir olan Bremen bu sezon Werder'in şampiyonluğu yakalamasıyla 70 milyon Euro tutarında katma değere kavuştu. Futbol Avrupa'daki genç Türk girişimciler için de para kazanabilecekleri önemli bir yatırım sektörü. Türk işadamları özellikle 2006 Dünya Kupası'ndaki fırsatları kaçırmamalı.

Zeynep Kaya


foto: ap

Almanya'da futbol ateşi, kuzey ekibi Bremen'in şampiyonluk ipini göğüslemesiyle söndü... Kasasına girecek 70 milyon euroluk bir sıcak para sözkonusu olunca, Bremen Mızıkacılarının keyfine diyecek yok elbette... Futbol, yeşil sahalarda doğan bir tutkunun, ekonomik boyutunu ve toplumu dalga dalga etkileyişinin belki de en güzel örneği...

Futbolun içinde olanlar plan ve programlarını iyi yaptıklarında, bu programların gerektirdiği çalışmayı sergilediklerinde yedi sülalelerine yetecek paraya kavuşabiliyor. Almanya'da şampiyon olan Werder Bremen'de futbolcu başına en az 100 bin Euro prim ödeneceği açıklanınca hiç kimse bunu yadırgamıyor. Türkiye'de Fenerbahçe'yi şampiyon yapan Christoph Daum'un cebine "500 bin Euro" prim koyalım diyen başkan Aziz Yıldırım'a kimse karşı çıkmıyor.

Werder Bremen'in futboldaki başarılarıyla Ağustos 2003'ten bugüne sürekli Almanya gündeminde olan Bremen kentinin daha önce en tanınmış simgesi "züğürt mızıkacıları" idi. Almanya'da Euro'ya geçişle birlikte yaşanan ekonomik kriz, kuzeyin sessiz sedasız kentini de etkilemişti. Ancak Ailton'un rakip fillere attığı her gol sonrası Bremen Almanya'daki gazete ve dergilerin manşetlerinden inmedi.

Bremen Belediyesi tarafından bir kamuoyu şirketine yaptırılan araştırmada futbolun bu kente geçen yıl Ağustos ayından buyana tam 70 milyon Euro katma değerde bulunduğu öğrenildi. Bunun an-



lamı şu: Bremen adını tanıtmak için 70 milyon Euro'luk bir bütçe ayrılsa, bu paranın tamamı kenti tanıtmak için kullanılsa, her hafta sonu yeşil beyazlı formalarını giyip çim sahaya çıkan 11 adam kadar ancak etkili olabilirdi.

"Futbol heyecanı' nedeniyle sokaktaki insanın moralinin son 10 yılın en üst seviyesinde olduğunu belirten gözlemciler, cebinde parası olan işadamlarının "bu şehirde hayat var" diye yatırıma yöneldiğini duyuruyor. Çalışanlar işlerine daha moralli başlıyor.

Futboldan kazandığı paralarla imaj, prestij ve en önemlisi güç kazananların sayısı her geçen gün artıyor. Rus petrol milyarderinin İngiliz Chelsea kulübünü yüzmilyonlarca Euro harcayıp satın almasının ardından, şimdi de Tayland Başbakanı İngiltere'nin Liverpool takımına patron olmak istiyor. Bu amaçla kulübün yüzde 30 hissesine talip olan Tayland Başbakanı, "100 milyon Euro'yu bu iş için ayırdım. Benden daha fazla para istenirse, bunu ödeyecek gücüm var."diyor.

Adına futbol denilen bu sihirli oyundan kazandıklarını yatırıma dönüştüren ve çok az kişinin ulaşabileceği tanınmışlık ile karizmaya ulaşan isimlere Türkiye'den bir örnek Aziz Yıldırım. Fenerbahçe'nin önemli bir seyirci potansiyeline sahip olduğunu görüp önce stad projesine girişen Aziz Yıldırım, takımın bu sezon şampiyon olması ile elini rahatlıkla cebine atabilecek gibi görünüyor. Şampiyonlar Ligi'nde kazanılacak her maç sonrası kulüp kasasına girecek milyonlarca Euro, Aziz Yıldırım'ı heyecanlandırıyor. UEFA Kupası'nı kazanan Galatasaray'ın kasasına Avrupa Kupaları'nda oynadığı maçlar nedeniyle sadece UEFA tarafından 48 milyon Euro'ya yakın para ödendiğini hatırlarsak, futbolun gücü daha iyi anlaşılır.

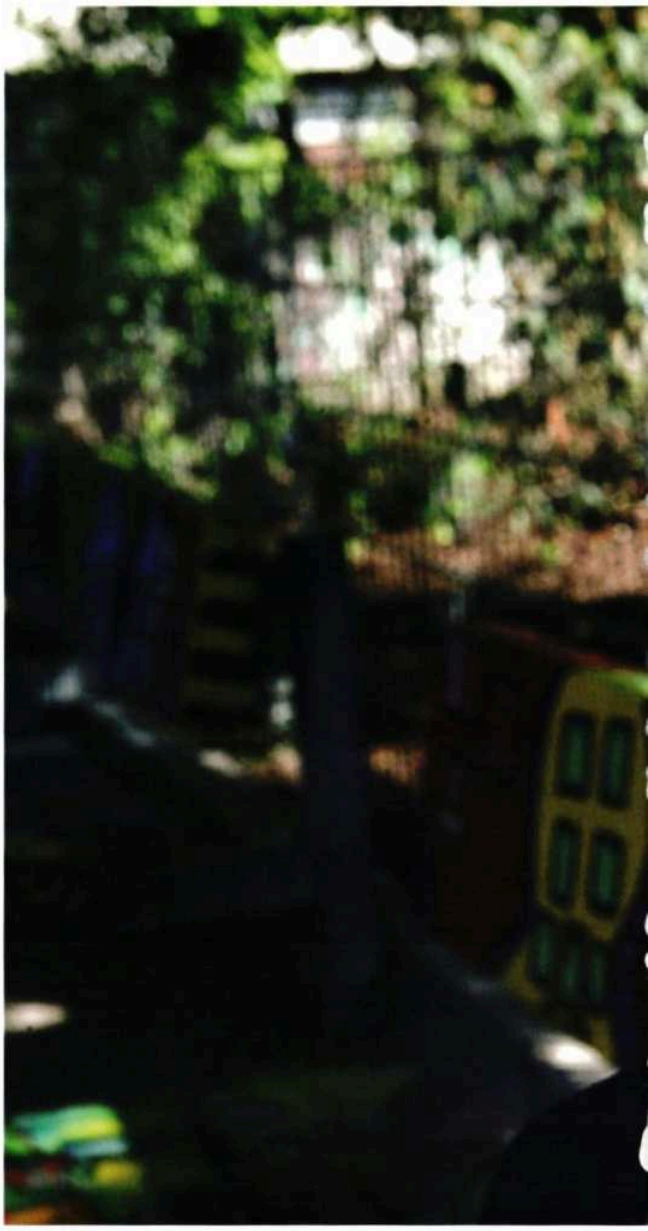
İngilizlerin dünyaca ünlü futbolcusu David Beckham'ın cebine futboldan yılda 22 milyon 400 bin Euro giriyor. Takım arkadaşı Brezilyalı Ronaldo yıllık 16 milyon 500 bin Euro'luk kazançla paraya para demiyor. Real Madrid'in Fransız yıldızı Zinedine Zidane de yıllık 14 milyon 500 bin Euro'luk kazancı ile futbolu paraya çevirenlerden.

20 yaşına kadar tren biletiyle antrenmanlara giden, anne babalarından haftalık 50 Euro harçlık alabilen futbolcu adayları İspanya, Fransa, İngiltere ya da Almanya'da daha 1. lig maçına çıkmadan banka hesaplarında en az 200 bin Euro'yu nasıl görüyor. Almanya'da 2006 yılında yapılacak Dünya Futbol Şampiyonası için sıfırdan inşa edilen stadyumlara 1 milyar 400 bin Euro kuru para harcanıyor. Açılış maçının yapılacağı Münih Olimpiyat Stadı'nın 150 milyon Euro'ya yakın maliyeti olacak. Final maçının oynanacağı Berlin Olimpiyat Stadı'nın maliyeti de en az 140 milyon Euro. Sezon başında sözleşmesini sağlam yapan, kritik maçlarda attıkları gollerle idolleşen futbolcular da 22 kişilik bu oyundan iyi paralar kazanıyor. Futbolcuların kazançlarını artıran etkenlerden biri saha içinde oynadıkları futbolu dışarda da iyi pazarlayabilmelerinden geçiyor.

Avrupalı sanatçı ve yazarlar birleşiyor

Avrupa Türk Yazarlar ve Sanatçılar Birliği Başkanı Öner Özcan, 7 yıldır Almanya'da yaşayan bir yazarımız. Çeşitli şiir kitapları bulunan Özcan, boş durmayıp, gelir gelmez kültürel faaliyetlere başladı. Şimdi kurduğu derneğin çatısı altına Avrupalı Türk yazar ve şairleri toplamaya çalışıyor... Özcan, **Platform**'a hedeflerini, projelerini anlattı...

Kamil Kellecioğlu



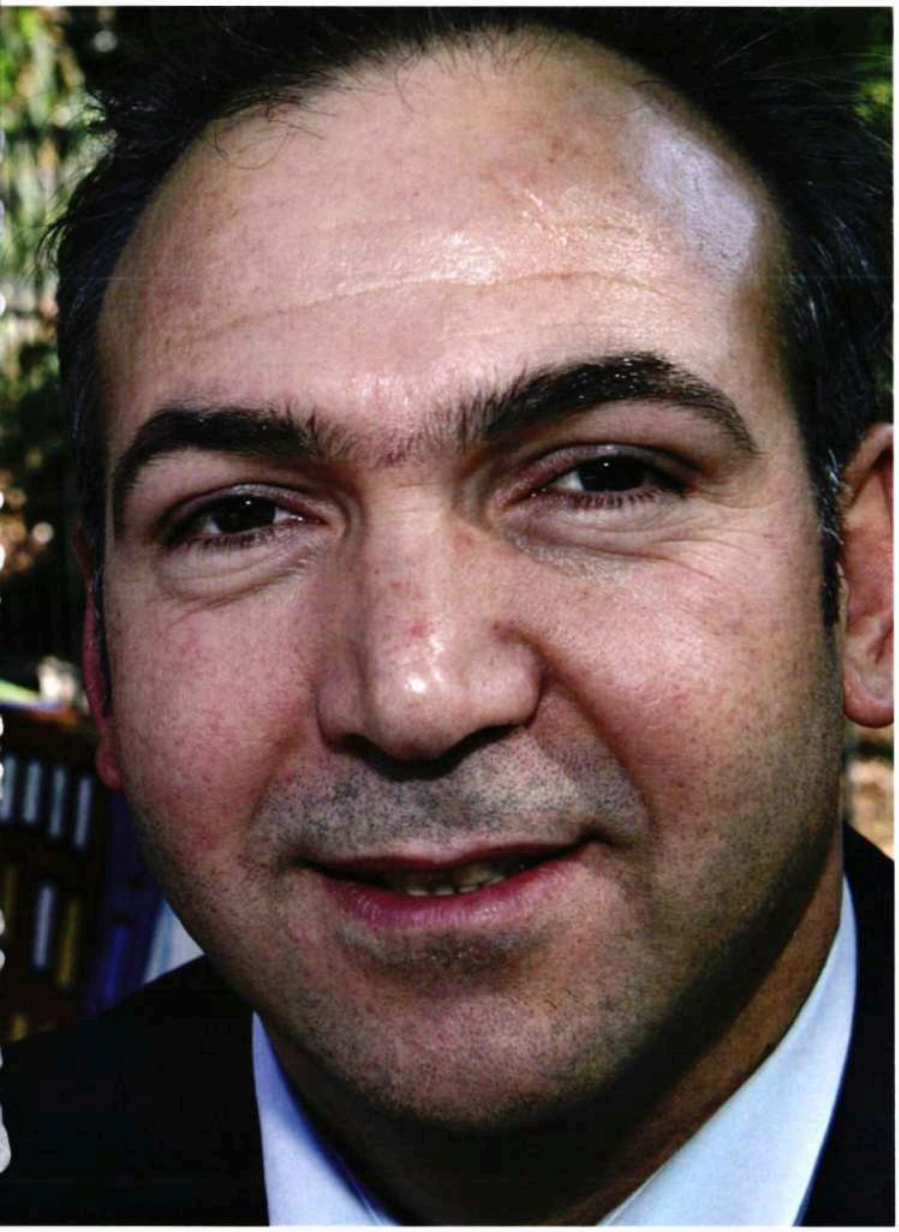
Sayın Özcan, kuruluş öncülüğünü ve şu anda da genel başkanlık görevini yaptığınız Avrupa Türk Yazarlar ve Sanatçılar Birliği projesi nasıl ortaya çıktı ?

Ben 7 yıldır Almanya'dayım. Bu yedi yıl içinde gerek Almanya gerekse diğer Avrupa ülkelerini gezme, görme ve oradaki insanlarımızla tanışma firsatlarım oldu. Doğal olarak tanıştığım arkadaş ve dostlarım Avrupa'da yaşayan uzaktan ya da yakından bir şekilde sanatsal uğraş içinde olan insanlarımız oldu. Avrupa'da yasayan insanlarımız içinde azımsanmayacak sayıda kültürel ve sanatsal uğraş içinde olan insanlarımızın olduğunu farkettim. Bunlardan özellikle yaşadığım bölge olan Mannheim, Heidelberg, Worms, Mainz, Darmstadt ve Frankfurt çevrelerinde oturan, sanatsal ve kültürel faaliyetler içinde bulunan arkadaşlarla görüşme imkanlarımız daha fazla oldu. Yaklaşık iki yıllık bir birliktelik ve kültürel – sanatsal çalışmalar sonunda bu görüştüğümüz arkadaşlarla çalışmalarımızı daha organizeli yapmak amacıyla dernekleşmeye karar verdik.

Avrupa'da yaşayan Türkler için böyle bir derneğin olmasını gerektiren koşullar oluştu mu sizce ?

Sevdiği kızla evlenmek için başlık parası ya da bir ev parası kazanıp bir kaç yıl içinde dönmeyi düşünen insanlarımız gencecik filinta gibi geldiği Avrupa'dan dönemediler. Şimdi de emeklilik ve sağlık sorunları yüzünden dönemiyorlar.

1960'lı yıllaradan beri insanlarımız Avrupa'da yaşıyor. Ve şimdide dördüncü nesil yani; çocuklarımız yetişiyor.



Burada kırk yılı aşmış yaşanmışlıklar söz konusu. Yaklaşık yarım asıra sinen yaşanmışlıklar her alanda olduğu gibi kültür-sanat ve edebiyat alanında da kendini göstermeye başladı. Etrafımıza baktığımızda burada doğup büyümüş Almanca, Hollandaca, Fransızca, İngilizce konuşan – düşünen ve yazıp çizen insanlarımızın varlığını görüyoruz. Bu insanlarımız kendi alanlarında önemli yer teşkil ediyorlar. Yine Avrupa'da yaşayan ve Türkçe olarak birçok kültürel – sanatsal eserlere imza atmış değerli sanatçılarımız var.

Eksik olan şey kültürel ve sanatsal alanda hassasiyet taşıyan, düşünen, hisseden, eserler ortaya koyup başarılara imza atan insanlarımızın biraraya gelmesi–getirilmesi, biribirilerinden haberdar edilmesi idi. Ve bu alanda bir boşluk olduğunu gördüğümüz için bizde insanlarımıza – kültürümüze ve sanatımıza böyle bir hizmet yolunu seçtik.

Böyle bir oluşum için koşulların çoktan oluştuğunu hatta geç bile kalındığını söyleyebilirim.

Derneğinizin amacı ya da amaçları ne?

Derneğimizin amacı: Avrupa'da yaşayan insanlarımızın kültürel ve sanatsal alandaki kimliklerini, etkinliklerini, yapıtlarını ve ileriye yönelik tüm güzel çalışmalarını daha anlamlı ve güçlü bir şekilde muhafaza etmek, tanıtmak, katkıda bulunmak ve sanatsal çalışma içindeki insanlarımızın biribirileriyle tanışmalarını sağlamak.

Dernek olarak bugüne kadar neler yaptınız ?

Derneğimizin kurulduktan sonra E-mail listemizde bulunan yaklaşık 1000 den fazla kişiye derneğimizin kurulduğunu duyuran ve derneğimizi tanıtan bir yazı gönderdik.

Avrupa'da temsilciliği bulunan ulusal Türk gazetelerine, televizyon kanallarına ve genel merkez konumundaki bazı derneklere birer nezaket ziyaretinde bulunduk. Bu nezaket ziyaretlerimiz tamamlanmış değil hala devam ediyoruz.

Derneğimizin tanıtımıyla ilgili 16 Nisan 2004 Cuma akşamı Kanal 7 Int'de Sayın Bülent Över Bey'in Avrupa Gündemi adlı canlı yayın programına katıldık.

18 Nisan 2004 Pazar sabahı Mannheim'da Steubenhof Hotel'de Almanya'nın değişik bölgelerinden sanatçılarımızın, basınımızın, dernek yöneticilerimizin ve işadamlarımızın katıldığı yaklaşık 150 kişilik bir tanışma kahvaltısı verdik.

En son 16 Mayıs 2004 Pazar akşamı Türkiye'den Uğur Arslan'ı, Almanya'dan Grup Eskici, Aşık Aziz Yılmaz ve Aşık Yekdahi Köse'yi konuk ettiğimiz Türkü ve Şiir Akşamı programı yaptık.

Haziran, temmuz ve ağustos aylarında izin sezonu olduğu için herhangi bir etkinliğimiz yok. Etkinliklerimiz eylül ayı ile birlikte yeniden başlayacak. Her ay en az bir etkinliğimiz olacak.

Derneğinizin projeleri neler ?

Almanya ve Avrupa genelinde sosyal ve kültürel etkinlikler düzenlemek, sanat

ağırlıklı yarışmalar düzenleyerek genç yeteneklerin ortaya çıkmasını sağlamak, üyelerimizin çalışmalarını kalıcı hâle dönüştürebilmeleri için maddi yardımda bulunmak, kültürel - sanatsal ve edebi yayınlara parasal destekte bulunmak, bu alanlarda aktif diğer kurum, kuruluş ve derneklerle ilişkiler kurarak ortak etkinlikler düzenlemek

Avrupa Kültür ve Sanat Faaliyetleri Raporu adı altında her yılın sonunda bir döküman hazırlayıp, bu dökümanı (üyelerinin sanatsal aktivitelerini ve çalışmalarını Türkçe, Almanca ve diğer dillerde) arşiv haline getirmek, üyelerinin katılacağı seminerler dinleti günleri ve bu çizgide başka etkinlikler düzenlemek. Alman kültür sanat kurum - kuruluş ve dernekleriyle ortak kültürel ve sanatsal etkinlikler organizeetmek. ATYSB - Avrupa Türk Yayıncılar ve Türkçe Yayınlar Fuarı organize etmek ve ATYSB - Yılın Sanat ve Sanatçısı Ödülleri vermek düşündüğümüz güzel projelerimizden bazıları diyebilirim.

Ne kadar üyeniz var, yalnızca sanatçılar mı size üye olabiliyor ?

Şu ana kadar derneğimize üyelik için 130'a yakın başvuru var. Sadece sanatçılar değil sanatseverler ve sanatı destekleyenler de bizim üyemiz olabiliyor. Kısa bir süre sonra genel kurul toplantısı yapıp yeni üyemiz olan arkadaşların da katılımıyla yeni bir yönetim oluşturacağız.

Derneğinizin herhangi bir siyasal görüşü ya da herhangi bir siyasal görüşe yakınlığı var mı ?

Bu dernek kesinlikle bağımsız bir dernektir. Derneğimizin hiçbir siyasi parti ile ilişkisi yoktur. Bütün faaliyetlerimiz sadece sanatsal, kültürel ve edebidir.

Her insanın mutlaka bir siyasal görüşü, bir dünya görüşü vardır. Bu bağlamda benim de derneğimizi kuran diğer arkadaşlarımın da birer siyasal görüşü var. Ama dernek olarak kesinlikle bağımsız ve siyaset üstü bir kuruluşuz.

Derneğimizin kurucu üyeleri içinde çok değişik yapıya sahip arkadaşlarımız var. Yani her renk, her güzellik var. Bizim derneğimizde insanlar ; dillerine, renklerine, etnik kökenlerine, dinlerine, mezheplerine, cinsiyetlerine, siyasal görüşlerine göre ayırt edilmezler.

Biz ATYSB olarak her insana ve her türlü eleştiriye açığız ama tek bir şartla : yapıcı olmak şartıyla.

Herşeyin daha iyisini, daha güzelini, bize yakışırını yapmak için; eleştirilere, fikirlere, projelere açığız ve tüm sanatçılarımızı ve sanat dostlarını birlikte olmaya davet ediyoruz. İnanıyoruz ki birlikten güç doğar.

Dernek merkezi :
Mannheim / Almanya
Tel 0 170 662 31 25
Web atysb.com
E-Posta atysb@aol.com

Frankfurt'a hoşgeldiniz...



www.albatroshotel.de | info@albatroshotel.de

Yorucu Fuar temposu, toplantılar, iş bağlantıları,
gürültü, evinizden uzak kalmanın stresi...
Akşam olduğunda bütün bunları size unutturacak,
evinizdeki kadar huzur bulabileceğiniz bir otel...

★★★
ALBATROS
Airport Hotel

Nordenstr. 12 | 64546 Mörfelden-Walldorf | Tel.: 06105 70 100 | Fax: 06105 75 295



TUFAN
INTERNATIONAL

Intzestr. 26a, 60314 Frankfurt am Main Tel.: 069-94 94 35 02 • Fax: 069-94 94 35 03
www.tufan.be • info@tufan.be

Öcünü hep biz aldık, herşeyini kaptırdık!

Troyalı Paris'in, gönlünü Sparta Kralı'nın karısı güzel Helena'ya kaptırması 10 yıl süren bir savaşa yol açar. Bugün yaşanıp-yaşanmadığı bile tam olarak bilinemeyen Tahta At öyküsü, **Fatih Sultan Mehmet**'i ve **Atatürk**'ü bile etkilemişti... Fatih, "Troyalıların öcünü aldım", Atatürk de, "Hektor'un öcünü aldık" diyecekti... Anadolu uygarlığının en önemli efsanelerinden Troya'ya ait ne varsa, hatta hikayesini bile maalesef yabancılara kaptırdık...

Gürsel Köksal

Troya savaşları gerçekten oldu mu?

Bilim dünyası bu soruya yanıtı, 16 yıldır devam eden Troya kazılarında elde edilen bulguların eşliğinde aramaya devam ediyor ve bu arayış çok uzun zaman alabilir.

Ama aslında Homeros'un ünlü destanı İlyada'da anlattıkları yüzyıllardır öylesine çok sanatçıya ilham kaynağı oldu ki, Troya savaşı, bir hayal ürününden ibaret olsa bile, sadece sanat ve bilim dünyasında değil, siyasette çok derin izleri olan, insanı ve toplumları yakından ilgilendiren ve de bire bir bilimsel kanıtlar gerektirmeyen bir „gerçeklik" olarak görülebilir.

Bu **"gerçeklik"**, İstanbul'u fetheden **Sultan Mehmet**'e daha sonra Çanakkale'ye geldiğinde, **"Troyalıların öcünü aldım"**, **Mustafa Kemal Paşa**'ya da Sakarya muharebesinden sonra **"Hektor'un öcünü aldık"** dedirtmişti.

Bu yüzden Alman Yönetmen **Wolfgang Petersen**'in çektiği dünyanın en pahalı filmi **"Troy"**un gösterime girmesiyle, **"Troyalılar Türk müydü?"** tartışmasının gündeme gelmesi kimseyi şaşırtmadı. Bu tartışmayı başlatan **Haluk Şahin** yanıtını ararken, arkeolojinin **"Troya Anadolu'ya aittir"** sonucunu üstleniyor ve bir adım daha atıp, **"Günümüz Türkleri Troyalıdır"** tezini savunuyordu. Geçen yıl Türk vatandaşlığına geçerek **"Osman"** adını da alan Alman arkeolog **Prof. Dr. Manfred Korfmann**'ın yönetiminde 1988'den bu yana gerçekleştirilen Troya kazılarının sonuçları da bu doğrultuda yorumlanabilir.

Bunu en iyi Troya projesinde yer alan Arkeolog **Rüstem Arslan** şöyle dile getiriyor:

"Yeni dönem Troya kazıları hem Anadolu arkeolojisine, hem de Anadolu tarihine yeni bir boyut kazandırmıştır ve Troya'yı Anadolu'ya geri vermiştir. Aslında Atatürk'ün kurduğu genç cumhuriyetin yerleştirmek istediği yeni tarih anlayışı tüm Anadolu'yu, buna bağlı olarak Troya'yı sahiplenen bir tarih anlayışıdır. Bu tarih anlayışında Anadolu'nun eski kültürlerine sahip çıkılmıştır. İşte bu tarih anlayışı ve amacı doğrultusunda, Anadolu topraklarındaki arkeolojik kazılar da yeni bir boyut kazanmıştır. Bununla birlikte Türk aydınları, tasarladıkları güzel geleceği gerçekleştirecek özü bulmak için geçmişe bakmaya başlamışlardır. İşte bu ortamda birkaç cumhuriyet aydını yeni bir kimlik önerisinde bulunmuşlardır: Bütün tarihiyle Anadolulu olmak."

Troya, son olarak **"Troy"** filmiyle yeniden gündeme geldi. Ancak Troya kazılarının bulguları uzun süredir bilim dünyasının gündemindeydi ve zaman zaman genel gündemi de meşgul ediyordu.

Troya'yla ilgili en önemli gelişme, **Homeros**'un sözünü ettiği Troya'nın Yunan uygarlığının Anadolu'daki bir uzantısı değil, bir başka Anadolu uygarlığı olan Hititlerle yoğun ilişki içindeki farklı bir uygarlık olduğunu gösteren bulgular oldu.

Troya mı, Truva mı?

Yunanca'da "Troia" olarak yazılır, bu Türkçe'ye "Troya" olarak geçmiştir. Ancak Fransızca'da "Troje" yazıldığı ve "Truva" olarak okunduğu için "Truva"yı tercih edenler de bulunuyor. Bilim dünyasında yaygın olarak Troya tercih ediyor.

foto: Warner Bros, kolaj: iklim



Bunlar öylesine güçlüydü ki, kaybolan uygarlık Atlantis'in aslında Troya olduğunu ileri sürenlere bile dayanak oldu. Troya projesini yürütenler bulduklarının öneminin farkındaydılar, ancak **"Atlantis=Troya"** tezine itibar etmediler, sonunda bu konu da gündemden çekildi. Bu arada çeşitli disiplinlerden çok sayıda bilim adamının yer aldığı bir ekiple Troya projesini yürüten **Prof. Korfmann**'ın vardığı sonuçlar, arkeoloji dünyasını sarsıyordu. **Bild der Wissenschaft** dergisi bunları **"Kültürümüzün beşiği üzerine yeni tartışma"** ve **"Anadolu korkusu"** başlıklarıyla duyurdu. Bu arada bazı meslektaşları **Prof. Korfman**'a karşı çıkmaya başladılar. Özellikle Türk ve Alman cumhurbaşkanlarının 17 Mart 2001'de Stuttgart'ta birlikte açtıkları görkemli **"Troya-Düşler ve Gerçek"** sergisiyle birlikte bu tartışmalar yoğunlaştı. Daha sonra Braunschweig ve Bonn'da da tekrarlanan sergi, 900 bini aşkın kişi tarafından ziyaret edilirken, Korfmann karşıtları Troya'da gelişmiş bir Anadolu uygarlığı olmayacağını ileri sürürek, onun tezlerini çürütmeye çalışıyorlardı. Hatta onu Troya'nın Anadolu'lu olduğu tezini Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyeliğine olması gerektiğinin gerekçesi olarak göstererek, **"arkeolojiyi siyasi amaçla istismar etmek"**le suçlayanlar bile çıktı. Ancak, **Korfmann** ve ekibinin yeni bulguları hep **"Troja'nın Yunan uygarlığının Anadolu'daki uzantısı olmayıp, kendi başına önemli bir uygarlık merkezi olduğu, Batı'dan çok Doğu'yla, Hitit uygarlığıyla kültürel alışveriş içinde olduğu"** tezlerini güçlendiriyor.



foto: Warner Bros

Troya savaşının kahramanları (efsaneye göre)

Aşil (Akhilleus):
Annesi Tanrıça Thetis sayesinde önünde iki yol olduğunu biliyordu: Ya Troya'da savaşacak ve adı tarihe geçecek, ancak orada ölecekti ya da evinde kalıp, uzun ancak şöhretsiz bir yaşam sürecekti. Aşil'in vücuduna, topuğu hariç, hiç bir silah işlemiyordu. Yunan savaşçısı Aşil, Troya Prensi Paris'in attığı okun topuğuna saplanması sonucu öldü.

Priamos:
Troya Kralı. Savaşta 50 oğlunun hepsini kaybetti. Aşil'le mücadeleyi kaybedip ölen en sevdiği oğlu Hektor'un cesedini alıp, kahramanlara layık bir törenle vedalaşabilmek için oğlunun katiline yalvardı. Kendisi de kentin ele geçirilmesi sırasında öldürüldü.

Hektor:
Priamos'un en büyük oğlu, Troya'nın en cesur savaşçısı. Öleceğini bilmesine rağmen kaçmadı ve Aşil'le yaptıkları kavgayı kaybetti. Bazı tarihçiler,. Türklerin kökenini Hektor'un oğlu Troilus'tan torunu Turkos'a dayandırıyorlar. Bunlara göre Turkos, Troya'nın düşmesinden sonra yandaşlarının bir kısmıyla doğuya çekilip, Kafkas dağlarının arkasına sığınmış.

Paris:
Priamos'un oğullarından. Helena'yı kaçırarak savaşın başlamasına neden oldu. Korkak ve çapkın kişiliğiyle, ağabeyi Hektor'un tam tersi.

Troya'nın Anadolu uygarlığı olması, Troya savaşının önemini artırıyor. Böylece sadece Yunan uygarlığı içinde, bir kadın yüzünden çıkan bir savaş olarak değil, Doğu'yla Batı, Anadolu'yla Avrupa arasındaki bir savaş niteliğini kazanıyor. Üstelik Batı'nın daha uygar ve zengin olan Doğu'ya saldırmasıyla başlayan, Doğu'nun uzun süre direndiği, sonunda hileye yenilip, yerle bir edilmesiyle sonuçlanan bir savaş.

Homeros'un anlattığı Troya savaşı gerçekten olmuşsa M.Ö. 1700 ile 1200 arasına tekabül ediyor. Efsaneye göre Troya kralı Priamos'un oğullarından Paris, Sparta Kralı Menelaos'un karısı güzel Helena'yı kaçırır. Bunun üzerine Menelaos'un kardeşi Agamennon liderliğinde birleşen Akha orduları (o zaman Yunan kavramı yoktu) , Sparta Kralı'nın onurunu kurtarmak üzere Troya'ya saldırır. On binlerce askerin, binlerce geminin katıldığı savaşın asıl nedeni ise ekonomik ve stratejik açıdan çok önemli olan Troya'yı ele geçirmektir. Savaş 10 yıl sürer, Yunanlılar Troya'nın direnişini kıramazlar, sonunda ittifak içindeki krallardan Odysseus'un **"tahta at"** kurnazlığıyla kentin içine girmeyi ve ardından ele geçirip, yerle bir etmeyi başarırlar.

Homeros, Batı dünyasının ilk yazılı sanat eseri olan **"İlyada"**sında 10 yıl süren savaşın 51 günlük bir bölümünü anlatıyor: Aşil'in Yunan ittifak ordularının komutanı Kral Agamennon'a kızıp, savaştan başlar, daha sonra yine Aşil'in savaşa dönüp, Troya'nın cesur prensi Hektor'u öldürmesi ve cesedini de babası Priamos'a vermesine kadar sürer.

Homeros, savaşı anlatırken Troya'daki gözkamaştırıcı hazinelerden de bahseder.

İşte bu savaşla savaşın **Aşil, Hektor, Helena, Agamennon, Odysseus, Kassandra, Paris** gibi kahramanlarının öyküleri, yüzyıllar boyunca çok sayıda yazara, şaire, ressama, müzisyene ve sinemacılara, hazine söylentileri de define avcılarına ilham kaynağı olur.

Bunlardan biri de Alman amatör arkeolog, işadamı **Heinrich Schliemann**'dı. Troya'daki ilk kazıları 1871'de o başlattı. Hazinelerin peşindeki Schliemann, bölgeye daha sonraki kazılar açısından ağır zararlar vererek gerçekleştirdiği kazılarda bulduğu ve **"Priamos'un Hazinesi"** adını verdiği değerli eserleri önce Yunanistan'a, sonra da Almanya'ya kaçırdı.

Dönemin Osmanlı hükümeti tüm girişimlerine rağmen hazineyi geri almayı başaramadı, Shliemann ise **"sergilenmesi"** koşuluyla Alman halkına bağışladı. Bir süre Berlin'de sergilenen hazine, II. Dünya Savaşı'nın sonunda kenti işgal eden Sovyet ordusu tarafından el konularak, Moskova'ya götürüldü. Tam 260 paha biçilemez parçadan oluşan bu hazine halen Moskova'da, zaman zaman sergileniyor. Türkiye ve Almanya'nın bu eserlerin teslim edilmesini hedefleyen hukuk savaşında ise Rusların **"savaş ganimeti"** nden vazgeçmeme kararlılığı nedeniyle hiç bir ilerleme sağlanamadı.

Türkiye'nin yabancılara kaptırdığı sadece Troya'nın hazineleri değil. Öyküsünü de kaptırmış durumda. Türkiye topraklarında gerçekleşmiş, Türkiye'nin dünü ve bugününü çok ilgilendiren bu efsaneyi konu alan sanat eserleri hep yabancıların imzasını taşıyor.

Platform istek formu

Adı Soyadı

Firma

Adres

PLZ

Şehir

Telefon

Fax

E-Mail

Platform Dergisi'ni 2 sayı ücretsiz okumak istiyorum. Lütfen yukardaki adresime dergiyi gönderiniz...

Platform istek formu

Adı Soyadı

Firma

Adres

PLZ

Şehir

Telefon

Fax

E-Mail

Platform Dergisi'ni 2 sayı ücretsiz okumak istiyorum. Lütfen yukardaki adresime dergiyi gönderiniz...

Değerli okurlarımız,

Platform'a abone olmak yönünde taleplerinize Ocak 2005 itibariyle cevap verebileceğiz. Yılbaşından itibaren aylık yapmayı planladığımız dergimizi bu yıl sonuna kadar 2 aylık periyodlarla yayınlayacağız. Yıl sonuna kadar çıkacak olan 2 sayıyı ücretsiz takip edebilmek için yukardaki formları doldurmanız gerekmektedir. Gelecek sayımızdan itibaren yayınlayacağımız abone kuponunu doldurduğunuz takdirde, Platform Ocak 2005 tarihinden itibaren her ay adresinize düzenli olarak gönderilecektir.

"Çorbada bizim de tuzumuz olsun" diyor ve Platform'u okumak istiyorsanız, abone olarak bize destek olun... Sizlere özgün bir dergi çıkartabilmek için elimizden gelen bütün gayreti göstereceğimizden şüpheniz olmasın... Geçen sayımızla gönderdiğimiz abone kuponlarını dolduran ve bize ulaştıran okurlarımızın hesabından para çekilmemiştir... Ancak dergimiz, Ocak 2005'ten itibaren sadece abonelere gönderilecektir. Bu konuda engin hoşgörünüze sığınıyoruz. Zira sunduğumuz kaliteyi muhafaza edebilmek, ancak gerekli finansmanı sağlayabilirsek mümkündür...

Saygılarımızla...

abone@platform-online.de



İstanbullu Don Kişot!

Erdoğan Karayel, bir karikatür sanatçısı... Eserleri, birçok yerli ve yabancı yayın organında yayınlanan Karayel, yel değirmenlerine aldırmadan, kendisi gibi idealist Sançoları da peşine takarak, Türkçe-Almanca bir mizah dergisiyle yola çıktı...

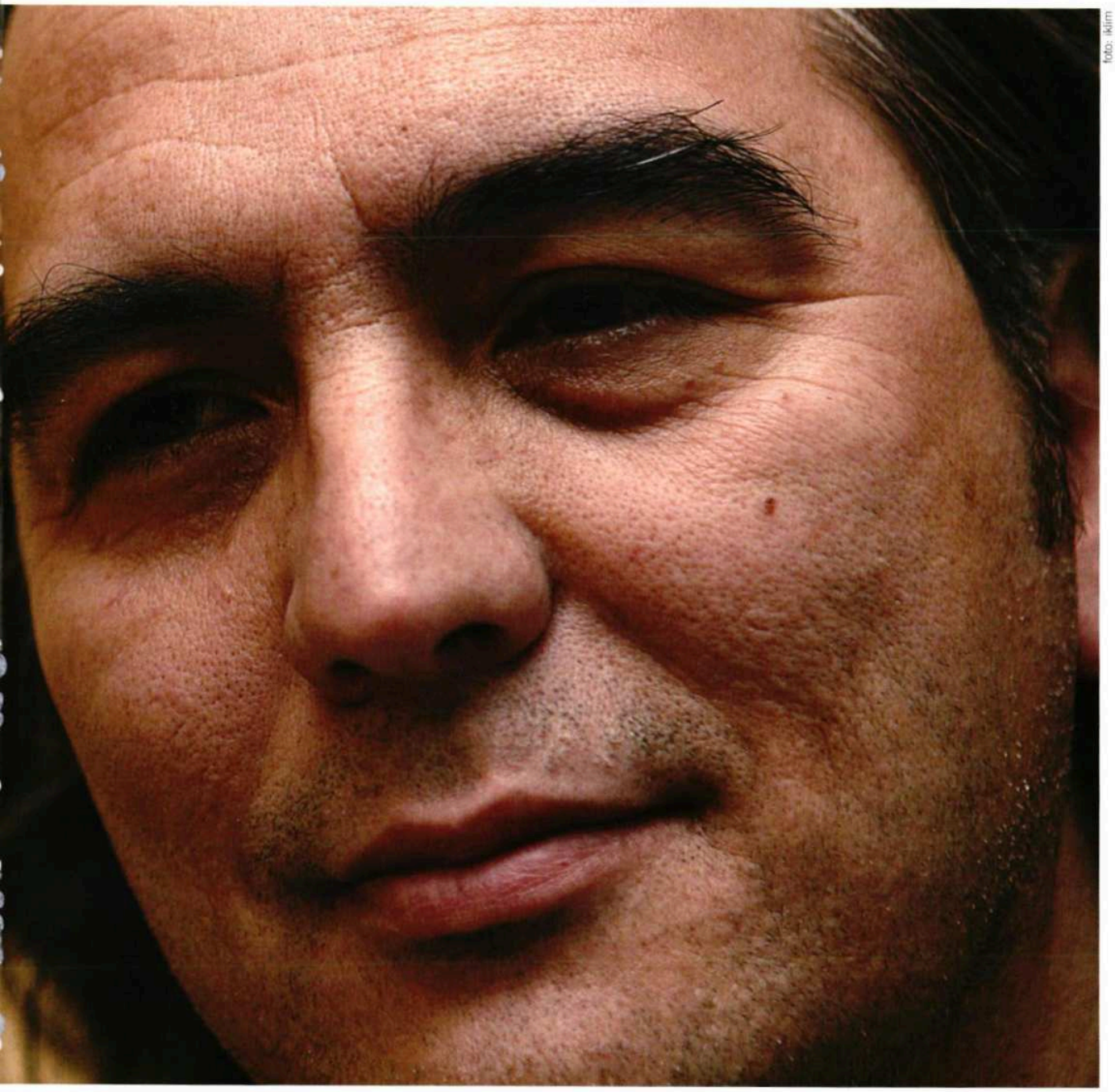


foto: iklim

Kamil Kellecioğlu

Erdoğan Karayel, mizahseverlerin yakından tanıdığı, yılların çizgilerini ve yüzünü (!) eskitemediği karikatür sanatçımız...Yaklaşık iki yıl süren gazete genel koordinatörlüğünün ardından, serbest grafiker olarak çalışmaya başlayan Karayel, çeşitli yerel medya organlarında görsel yönetmenlik görevini sürdürüyor. Artakalan zamanlarında ise gönül verdiği karikatür sanatını hayata geçirmeye çalışan sanatçı sonunda muradına erdi. Don Quichotte adında, Türkçe-Almanca bir mizah dergisini geçtiğimiz Nisan ayından itibaren yayınlamaya başlayan Erdoğan Karayel ile "Platform" olarak samimi bir söyleşi yaptık sizler için...

Sevgili Erdoğan... Karagöz, Hacivat, Nasreddin Hoca ve hele de Temel varken, daha birçok Türk mizah kahramanı dururken, çok mu aradın Don Quichotte'u? Nereden çıktı bu Don Quichotte? (Karşılıklı gülüşmeler)

Zaten ben de bekliyordum ilk soru olarak bunu.. Dergi daha çıkmadan di-

"Henüz çok erken ama, Almanların ilgisizliğinden dolayı şaşkınım diyebilirim. Şimdilik yoğun ilgi gösteren ve okullarında dergideki karikatürleri tartışmaya başlayan üniversiteli gençleri bir kenara bırakırsak, çok ilgisizler."

limde tüy bitti bunu açıklamaya çalışmaktan. Neyse, geleneği bozmayalım ve yine açıklayayım izninizle...

Efendim, bildiğiniz üzere Don Quichotte (okunuşu Don Kişot ama vatandaşlarımız: "Don Uichotte, Don Cotte, Don Kişotte" gibi değişik yorumlar da getiriyor, ünlü İspanyol yazar Cervantes'in 400 yıl önce yazdığı bir romanın kahramanı. Tüm dünyaca tanınan, delidolu, çok kitap okuduğu için azıcık fıttırık ama özünde saf, temiz ve dürüst kişiliği olan bir "Şövalye". İçinde bulunduğu koşullar ve sorunlar ne olursa olsun, kafasına koyduğunu yapan bir "yüce" insan..

Sanki, biraz kendini mi anlatıyorsun ne?

Kimbilir, belki de.. Sanatçılar biraz megaloman, biraz da narsist olurlar bilirsin.. Ne bileyim, mayamızda mı var ne?

İnsan merak ediyor, İstanbul gibi dünya harikası bir şehir dururken ve de üstelik orada gırtlağına kadar mizaha gömülüyken, buzdolabı ülkesinde ne işin var diye...

Onu ne sen sor, ne ben söyleyeyim.. Ama sana bir tüyo verebilirim. İstanbul'da üç ortak kurduğumuz reklam ajansının adı da önce "Don Kişot"tu, sonra "Şövalye"ye çevirdik. Ancak, günün koşulları ve özellikle de Cumhuriyet tarihinin yaşanan en büyük krizine fazla direnemediği için o da tarihteki yerini aldı.

Yani, atına atlayıp, kuşandın ve Deutschland yeldeğirmenlerine doğru yola çıktın..

Aynen öyle.. Bir süre sıkıntı çektikten sonra, nihayet amacıma ulaştım ve onlarca Sancho ile "Don Quichotte"u oluşturduk sonunda.

Peki, bize Don Quichotte'tan söz et azıcık. Neden böyle bir dergiye ihtiyaç duydun?

Almanya, gerçekten garip bir ülke.. İnsanlar ya gülmeyi bilmiyor, ya unutmuş, ya da gerek duymuyor. Bakmayın siz, günlük yaşamda az da olsa duyulan gülme seslerini.. Sahte hepsi.. Şöyle içten bir kahkaha atan, kıkırdayarak etrafa neşe saçan kaç insan gördünüz şimdiye kadar? Gördüyseniz eminim bir Türk'tür, ya da yabancı... Zaten hep düşünürüm. Almanya'da yaşayan yabancıların tümünün birden yokolduğunu... Geriye sadece sarı ve mavi renklerden oluşan sığ, tekdüze bir yaşam kalır inanın. Rahatlıkla



söyleyebilirim ki, yabancılar bu ülkenin rengarenk mozaiğini oluşturuyor.

Yani, bu ülkede mizah yok anlamına mı geliyor bu söylediklerin?

Bir anlamda evet.. Sakın aldanmayın siz, tv kanallarındaki güldürü ağırlıklı talk-show programlarına. Zaten onların yarısı da Türk sanatçılardan oluşuyor. Karikatüristleri soracak olursanız, onlar sadece marketing sistemiyle çalışıyorlar. Yani medyaya hizmet ediyorlar. Halen yayınlanmakta olan Titanic, Eulen Spiegel ve Pardon gibi mizah dergilerinde de yoğun olarak politika işleniyor zaten. Mizah, sadece günlük yaşamda ya da tv programlarında karşımıza çıkıyor neredeyse.. Oysa, sokaktaki insanın da anlayacağı, keyif alacağı bir mizah dergisi yok. İşte "Don Quichotte", bu eksikliği gidermek için çıktı. Daha önce yayınlanan GülüGülü ve Hallo dergilerinden aldığı bayrağı hedef kitlesi daha geniş bir platforma taşımak için.

Don Quichotte'un yazar-çizer kadrosunu kimler oluşturuyor? Bir de, diğer karikatür dergilerinde görmediğimiz ne gibi değişik ve özgün uygulamalar var?

Destekleyenler arasında Türkiye'den başta sevgili ustamız Oğuz Aral var öncelikle. "Gırgır senin. İstediğini kullanabilirsin" diyerek çok büyük bir jest yapan Oğuz Aral'ın sevimli çizgi-bantı "Avanak Avni" Mayıs ayından itibaren Don Quic-

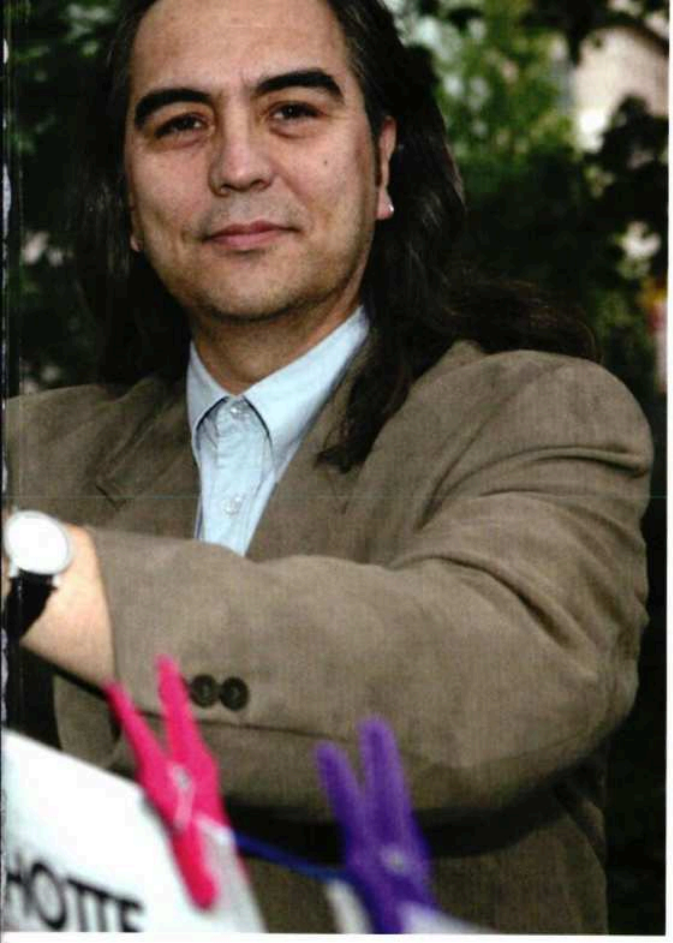


foto: iklim

Mizah, sadece günlük yaşamda ya da tv programlarında karşımıza çıkıyor neredeyse.. Oysa, sokaktaki insanın da anlayacağı, keyif alacağı bir mizah dergisi yok. İşte "Don Quichotte", bu eksikliği gidermek için çıktı.

hotte'un sayfalarını süsleyecek. Yine Gırgır dergisinin çizgi-kahramanlarından "En Kahraman RIdvan" da Mayıs'tan itibaren tam sayfa macerası "Entegra" ile Don Quichotte'ta.. Sayfalarımızda yer alacak Turhan Selçuk, Semih Balcıoğlu, Tan Oral, Nezih Danyal gibi karikatür ustalarının yanısıra yüzlerce çizerimizin en güzel çalışmalarını Don Quichotte'ta izleyebileceksiniz. Ayrıca, Don Quichotte'a Avrupa'dan da büyük bir çizgi desteği sözkonusu. Almanya'dan Selma Aykan Emiroğlu, Semiramis Aydınlık, Meray Ülgen, M.Ali Taşkoparan, Fevzi Kaşlı, Siyami Yozgat, Hayati Boyacıoğlu, Kemal Can, Morad Tienti (Cezayir); Hollanda'dan Yakup Karahan, Belçika'dan Gürcan Gürsel, İngiltere'den Ufuk Uyanık, İsviçre'den Mehmet Karaman güncel konuları işleyerek, Don Quichotte'un daha da ilgi görmesini ve Almanya genelinde adından söz ettirebilmesini sağlayabilecek yegane değerlerimiz.

Derginin ağır toplarından biri de "Hans ile Hasan". Mizahseverler hatırlayacaktır, bu ikili Milliyet gazetesinde günlük bant olarak, daha sonra da Merhaba gazetesinde, ardından da Mega Marktplatz gazetesinde yayınlanmıştı.

Don Quichotte'ta değerli tiyatro ve fotoğraf ustası Mehmet Ünal, her iki tiplemeyi de başarıyla canlandırarak Hans ve Hasan'a hayat verdi. Yine Güney Almanya'nın tanınmış Türk tiyatrosu Theater Ülüm, Familie Dasch ekibi olarak, her sayıda güncel konularla ilgili skeçler yapacaklar.

Bir de tüm Avrupa'dan hatta dünyadan amatör çizerlere açılan bir köşemiz var. Dergimizin tanınıp daha da geniş bir alana yayılmasıyla gelecekte bir "Karikatür Okulu" oluşturmayı, ve bu doğrultuda gençlere karikatür dersi vermeyi düşünüyoruz.

Gelirken çamaşır ipi ve mandallarla gelmişsin. Hayrola?

Ah, evet az daha unutuyordum. Biz Don Quichotte'ta "sulu mizah" yapmayacağız. "Kurutup" öyle sunacağız okurlarımıza. Yani, sulu espriler değil, sosyal konu ağırlıklı, Avrupa'da yaşayan insanlarımızın ve sınırları içinde yaşadığımız toplumun ortak sorunlarına değinen çalışmalar yer alacak sayfalarımızda. Dünyaya "Don Quichotte" gözlüğüyle bakacak, değerlendirecek ve aktaracak bir mizah anlayışımız olacak.

Yolunuz uzun ve meşakkatli.. Umarım uzun soluklu bir girişim olur ve gelecekte; yolda, trende, otobüste, işyerinde, sinemada, daha doğrusu yaşamın olduğu heryerde ellerinde "Don Quichotte" okuyan, "sağlıklı gülen" insanlar görürüz.

İnsanlar ne zaman ki, günlük yaşamın vücutlarında oluşturduğu toksinleri kahkahalarla gülerek atmayı öğrenecekler, işte o zaman Don Quichotte yeldeğirmenlerine karşı yaptığı savaşı kazanmış olacak.

Bu uzun ve zorlu savaşta, Don Quichotte'a ve ona gönül veren yüzlerce Sancho'ya yürekten başarılar diliyoruz.

Bizim gibi yayın hayatına yeni başlamış Platform'u, medya dünyasında görmekten biz de mutluyuz. İnanıyoruz ki, bu savaşın galibi "kesinlikle biz olacağız!"

bulmaca

yücel ergüneş

TCDD Genel Müdürü / Eskişehir'e has bir taş

Biricik, tek / Bir devre adını veren çiçek

Ankara'da bir barajımız / Madeni iplik

Ahiretteki keskin köprü

Küçük ilçe, ilçenin küçüğü / Bunama / Dini tören

Arnavutluk para birimi / Doldurulmuş kilim

Abdülhamit'in yaptığı demiryolu'nda bir belde

Lağ yelkeni donanımlı gemi / Cüneyt Arkın'ın bir filmi

Bir üzüm çeşidi / Hacda kesilen kurban

Diyarbakır'da türkülere konu olmuş tarihi bir köprü

Japon parası / Merhem

Kabiliyet / Topkapı Sarayının bir bölümü

Gözleri görmeyen / Eli açık, cömert

Allah'ın bir olması, teklik / Göz merceği

Dinin direği olarak tabir edilen ibadet

Angola'nın trafik sembolü / Kabul etmeme, reddetme

GS'li golcü bir futbolcu / Edebiyatta bir devre

Bir çeşit toprak

Elektrik pili kaşifi

Suçu bağışlama / Sinirli

Kastamonu'da bir ilçe / Bir çeşit et ürünü

Bir tür kalın kumaş / Tuna nehrinin bir kolu



Avrupa'da bir nehir / Madenci şapkası

Ayıplama, 'yazıklar olsun' ifadesi

Denizlerle çevrili kara parçası / Kul

İstanbul Ankara arasındaki bir ekspresimiz

Kale duvarı / Yasaklanan ak korunan

Güvenilir / İlham

Halk dilinde köpek

Hint soylusu

Brezilyalı dünyaca meşhur eski futbolcu

Buyruk / Uye

Paraguay'ın trafik remzi / Afrika'da bir nehir

Atın ayağına çakılan demir / Kısaca oksijen

İstanbul'un eski bir adı / İşaret, emare

Elektrik direnç birimi

Bulgaristan'ın uluslararası trafikteki remzi

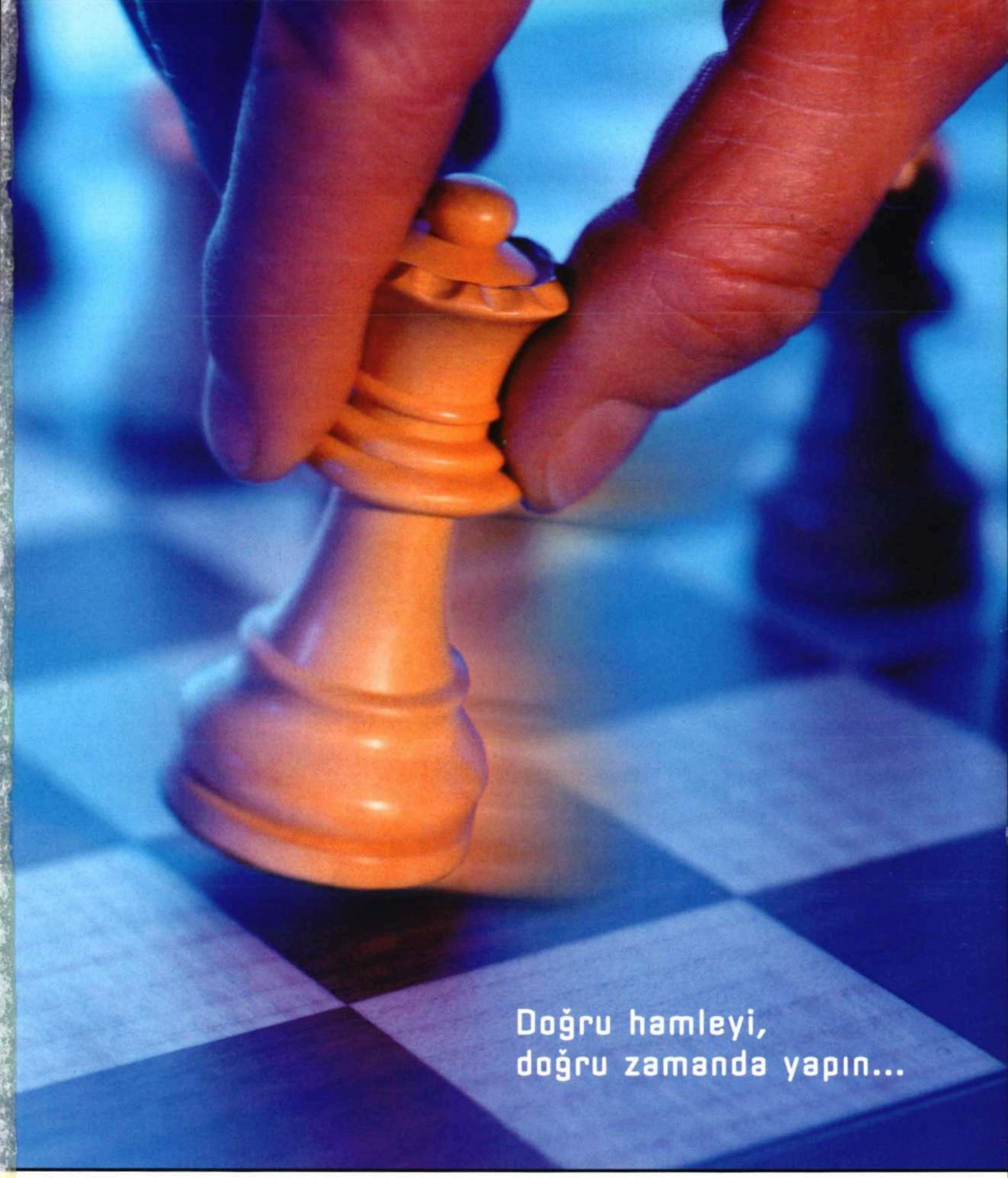
Müsaade

Bir dağımız

Trende oturarak yolculuk yapılan yer

Atasözünde kılıçtan keskin olan

ŞİFRE KELİME: 1 2 3 4 5 6 7 8



Kazançlı bir işe girmek istiyorsanız zamanlamanızı da, hamlenizi de iyi hesaplamalısınız.
Telekomünikasyon alanında güçlü bir kuruluşla çalışmak için "hamle zamanı".

DigitelShop
Digital und Telekommunikationswelt

Neue Grosse Berg Str. 15, 22767 Hamburg | Tel.: 040-38615921

World Of Wonders otellerinde yaz tatili bir başkadır!



World kiriş resort

kiriş · kemer

Ucuş Tarihleri	Fiyatlar
03.10-07.11	65,- €
26.09-02.10	70,- €
30.05-29.06 07.09-25.09	78,- €
30.06-15.07 20.08-06.09	86,- €
16.07-19.08	99,- €



World world palace

kiriş · kemer

Ucuş Tarihleri	Fiyatlar
01.10-02.11	70,- €
24.09-01.10	78,- €
31.05-28.06 10.09-24.09	90,- €
28.06-19.07 20.08-10.09	99,- €
19.07-20.08	111,- €



World kremlin palace

aksu · antalya

Ucuş Tarihleri	Fiyatlar
03.10-07.11	85,- €
26.09-02.10	91,- €
30.05-29.06 07.09-25.09	98,- €
30.06-15.07 20.08-06.09	106,- €
16.07-19.08	124,- €



World topkapi palace

aksu · antalya

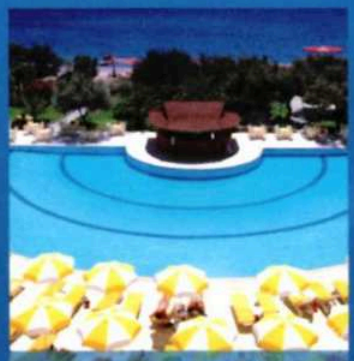
Ucuş Tarihleri	Fiyatlar
03.10-07.11	75,- €
26.09-02.10	79,- €
30.05-29.06 07.09-25.09	89,- €
30.06-15.07 20.08-06.09	98,- €
16.07-19.08	115,- €



World bodrum resort

gümbet · bodrum

Ucuş Tarihleri	Fiyatlar
07.09-20.09	75,- €
08.06-19.07 24.08-06.09	79,- €
20.07-23.08	101,- €
21.09-31.10	56,- €



World beach club

yalıçiftlik · bodrum

Ucuş Tarihleri	Fiyatlar
07.09-20.09	50,- €
08.06-19.07 24.08-06.09	61,- €
20.07-23.08	69,- €
21.09-31.10	50,- €

Yaz tatili için yerlerinizi şimdiden ayırtınız!

World Of Wonders
ALL INCLUSIVE RESORT HOTELS

Ücretsiz telefon hatlarımızı arayın

0800 100 58 00

ve bütün seyahat acentelerinde!

www.bentour.de www.worldofwonders.de

BENTOUR
INTERNATIONAL

tlarımız, 2 kişilik odada kişi başı Bedt dahildir. 'Maksimum Her Şey Dahil' konseptinde: 24 saat limitsiz yerli ve yabancı içkiler, sabah, öğle, akşam açık büfe yemekler, gece yemekleri, Türk, İtalyan, Meksika ve Balık a la carte restoranlar, her gün ücretsiz urulan mini bar, uydu yayınlı TV, müzik yayını, açık kapalı yüzme havuzlar , aqua park, su sporları: banana, wakeboard, su kayağı , sörf, katamaran, tüm kara sporları: okçuluk, atıcılık, aydınlatmalı tenis kortları, süper disko, PlayStation, internet cafe ve mini club. ka hatalara muvafiktir.