65026

PLATFORM

Avrupa Türklerinin İş Dünyası ve Kültür Dergisi | Yıl: 1 | Sayı: 1 | Nisan '04 | 3,50 EUR

Kadın patronlar

Dede Efendi'nin Alman torunu

Ich'inizin AG'ası olun

Yeni Fırsatlar Serisi

Almanya'daki İhaleler
Eki Platform'la birlikte



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...

editör
sebahattin çelebi

PLATFORM, düşlerin ardına düşme hikayesidir...

Değerli okurlar,

Yıllardır içimi kemiren bir arzuydu PLATFORM...

1991 senesinde İstanbul'da başlayan bir düştü aslında... Belki adı PLATFORM değildi o zamanlar. Hüzünlü bir eylül ayında ümitsizce noktalanmıştı dergi girişimimiz. Gerçi beraber başladığımız arkadaşlar çıkardı o dergiyi sonra ama, bu sefer ben başka şehirlerde, başka bir hayat üzereydim...

Bugün, aradan geçen onca yıldan sonra, bendenizin gerçekleşmiş bir düşüdür PLATFORM. O düşü, Rüzgarlar Şehri Bakü'de saçlarımı savuran rüzgarlarla paylaşmış, Alma Atı'da, Bişkek'te, Taşkent'te aramıştım... Tutkunun en büyük ifadesi; düşlemek, istemek olsa gerek... **Şimdi anlıyorum ki, düşlere giden bir yol varmış... Ve gittiğim yerler, beni düşlerime ulaştırmak içinmiş...**

Bugün, büyük bir sevinç içinde, yıllar evvelinin bir düşünün gerçekleşmiş olmasını tarif etmekte zorlanıyorum.

Elinize almış olduğunuz PLATFORM, bu ilk sayısıyla sizlerle buluşuncaya kadar, bir takım güçlüklerle karşılaştı... Ama içimizdeki mücadeleci ruhun etkisiyle olacak ki, yılmadık ve bu sayıyla sizlere merhaba dedik...

Sizlere sıradan ötesi birşeyler sunmaya çalıştık... Sayfaları çevirdikçe, PLATFORM'a not verecek olan sizlerin beğenisini kazanabildi ise emeklerimiz, ne mutlu bizlere...

Şu ana kadar gördüklerinizden tamamen farklı bir dergi tasarlamaya çalıştık... Herşeyiyle özgün olmalıydı PLATFORM... Nitekim geniş bir yayın kadrosunun inanılmaz özverili ve profesyonel çalışmaları, **İklim GmbH**'nın birikimiyle buluştu... Ve ortaya elinize aldığınız PLATFORM çıktı...

Evet...

Gururla, göğsümüz kabararak söylüyoruz... Özgün bir dergi çıkardık... Avrupa Türkünün hiç karşılaşmadığı kadar özgün... Okuduğunuz her satır, ekibimiz tarafından kaleme alındı. Hiçbir yerden alıntı yapılmadı. Fotoğraflar, haberler herşey ama herşey ekibimizin ürünü...

***

Vefasızlık etmek, bize yakışmaz. Bu derginin çıkmasında emeği geçen değerli dostlarım, arkadaşlarım **Şükrü Uyanık, Alev Özdemir, Kamil Kellecioğlu, Duygu Külahçı, Gürsel Köksal, Süleyman Kutsi, Nevzat Ağca, Ertan Yüce ve Ertuğrul Özgün**'e özellikle teşekkür etmek istiyorum. Onların büyük destekleri olmasa idi, elinize aldığınız bu dergi şekillenemezdi. Satırların arasına serpiştirdikleri büyük dostluk, yoldaşlık, arkadaşlık, güzellik ve vefa olmasaydı PLATFORM bu kadar güzel olamazdı. Hepsi yüreklerini ortaya koydular... PLATFORM bu ekibin aynaya yansımasıdır. Arkadaşımız Kamil'in dediği gibi, **"Paylaşılmayan hayatı yaşanmış saymayan"** bir ekibe sahibiz... Huzurlarınızda, hepsine tek tek teşekkür etmek istiyorum.

Ayrıca, başından beri inançla ve güvenle bizi destekleyen reklam müşterilerimize -ki onların bu ilk sayımızda **İklim**'e ve şahsıma duydukları sonsuz güven unutalamayacak kadar kıymetlidir- gönülden teşekkürlerimi arzetmek istiyorum.

Evet. Söz bitti... **Ama, düşler ve o düşler için doğan dostluklar, hiçbir zaman bitmesin...**

Dostçakalın...

celebi@platform-online.de

impressum

sahibi / herausgeber
iklim verlag- und werbestudio gmbh
yayın yönetmeni / chefredakteur
sebahattin çelebi

haber müdürü | **duygu külahçı**
redaktion@platform-online.de
yayın kurulu / redaktion
sebahattin çelebi, duygu külahçı, şükrü uyanık, alev özdemir, kamil kellecioğlu, nevzat ağca, süleyman kutsi, ertan yüce

kültür-sanat / kultur | **kamil kellecioğlu**
bilişim / technologie | **şükrü uyanık**
müzik dünyası | **alev özdemir**
reklam / anzeigen
christiane bechtel
nrw temsilcisi| **abdurrahman biçer**
isviçre temsilcisi | **ertan yüce**

adres / adress
lutherplatz 4 • 63225 langen
telefon **+49.6103732934**
telefax **+49.6103732930**
internet
www.platform-online.de
e-mail **info@platform-online.de**
grafik tasarım-baskı / grafik
iklim gmbh | www.iklim.de

5000 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. Dergimiz Basın Ahlak İlkeleri'ne uymayı taahhüd eder.

RENAULT

Vel Satis'ler yarı yarıya

Tasarımı, farklılığını dışa vuruyor. Kişilikli ön yüzü ve özenle tasarlanmış arka bölümüyle, gücünü ve zor zaptettiği enerjisini daha ilk bakışta hissettiriyor. Yeni Vel Satis'i keşfedin!



~~44.000~~ €

Şimdi **21.900 €** 'dan başlayan fiyatlarla.

Satış Danışmanımız **Erkan Çelik (069/401 002-67)**,
sizlere Leasing ve Finansman konularında yardımcı olacaktır.

RENAULT an der Hanauer
Niederlassung Frankfurt

Hanauer Landstraße 344
60314 Frankfurt am Main
Telefon: 0 69 / 40 10 02 - 0
www.renault-frankfurt.de

Die Weltwirtschaft im Zeichen des Terrors



aspekt

m. teyfik özcan

Die aktuellen Anschläge von Madrid und die letztjährigen von Istanbul könnten der Anfang einer neuen Terrorwelle sein. Durch die Verunsicherung droht ein Rückschlag für die Weltwirtschaft. In Deutschland ist der ohnehin wacklige Aufschwung gefährdet.

Otto Schily war der Ernst der Lage anzusehen: Mit den Bombenanschlägen von Madrid sei ein "weiterer Schub" des islamistischen Terrors in Europa angekommen, warnte der Bundesinnenminister. Die Sicherheitslage in Deutschland habe sich verändert, nachdem offensichtlich nicht die baskische Terrororganisation Eta maßgeblicher Drahtzieher der Attentate war: Die Bedrohung besitze jetzt "eine andere Qualität".

Auch bei Wirtschafts- und Finanzexperten wachsen die Sorgen. Sie fürchten nach den Terrorattacken einen neuen Rückschlag für die Konjunktur. "Der ohnehin fragile Aufschwung ist akut gefährdet", warnt Norbert Walter, Chefvolkswirt der Deutschen Bank. "Zumindest kurzfristig sinken durch die Anschläge Verbrauchervertrauen und Investitionsbereitschaft."

Thomas Straubhaar, Präsident des Hamburger Wirtschaftsinstituts HWWA, sieht neue Belastungen für den globalen Austausch von Gütern und Dienstleistungen: "Die Terroristen streuen Sand ins Getriebe des Welthandels"

Um bis zu drei Prozent könnten sich weltweit die Waren auf Grund der neuen Bedrohung verteuern, schätzt Tilmann Brück, der beim Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) in Berlin die ökonomischen Folgen von Terrorismus untersucht.

Eine noch unveröffentlichte OECD-Studie beziffert den globalen Wohlstandsverlust durch Terrorabwehrmaßnahmen auf jährlich 75 Milliarden US-Dollar. In der EU betragen die bisher angefallenen Folgekosten nach einer internen Untersuchung bereits pro Jahr 0,3 Prozent des europäischen Bruttoinlandprodukts.

Die Aufwendungen dürften angesichts der neuen Gefahr noch steigen. Falls die Anschläge auf die Zivilbevölkerung weitergehen, gibt es einen starken Dämpfer für die Konjunktur in Europa und weltweit in den betroffenen Regionen.

Daher sollte man neben der Bekämpfung des Terrorismus, auch die Ursachen recherchieren und darauf eine Antwort geben, um längerfristig den Weltfrieden und die Weltwirtschaft zu stabilisieren.

Jeder Euro, den man in der Bekämpfung von Terrorismus ausgibt, wäre mit einer weitsichtigeren Politik – vor allem der Amerikaner- viel effektiver in der Entwicklungshilfe aufgehoben.
Die Gleichung Entwicklungshilfe = Weltfrieden ist aktueller denn je.



Yıkılmadım ayaktayım!

Kurduğu kuaförde yaklaşık 10 yıldır müşterilerine hizmet veren ve baba mesleğini devam ettiren

Asiye Aşar

Türk rakiplerinden biraz şikayet etse de, aile desteğiyle firmasını büyütebildiğini söyledi. Aşar, 2 şubede toplam 11 personel çalıştırıyor.



foto: iklim

Duygu Külahçı

O, mücadele ederek, biryerlere gelmenin en güzel örneği. Baba mesleği olan kuaförlüğü meslek olarak seçen Asiye Aşar, bütün zorluklara göğüs gererek, patron kadın olma yolunda büyük mesafe almış bir girişimcimiz.

1969 yılında Giresun Bulancak doğumlu Aşar, 1982'de Almanya'ya gelmiş. 1982'den beri mesleğinin içinde olan Aşar, 3 sene meslek eğitimi (Ausbildung) yaptıktan sonra, çırak olarak çalışmaya başlamış. 93'te de Ustalık imtihana katılmak için girişimde bulunmuş. Büyük bir azimle başladığı yolda, 1993'te ustalık belgesini cebine koyarak, hayatını kurmaya başlayan Asiye Aşar, 95'ten beri serbest olarak çalışmaya başladığını söylüyor.

Serbest olarak çalışma konusunda birden bire karar vermediğini kaydeden Asiye Aşar, çalıştığı işyerinde ustasının temelli Türkiye'ye dönüş yapması kesinleşince böyle bir imkanın doğduğunu söylüyor:

"Ustam çok ısrar etmeseydi, burayı devralmazdım herhalde. Asiye sen devir al bu dükkanı, burası sana kısmet, dedi. Fırsat bu fırsat dedim, böylece yola başlamış olduk."

"Maddi yönden hep ailem arkamdaydı. O konuda çok bağlıyız birbirimize. Aile en büyük finans kaynağım oldu" diyen Asiye Aşar, zaten aile olmasa, biraz daha işinin zor olacağını ifade ediyor. Destek lazım geldiğini söyleyen Aşar, çevresinde çok erkek kuaför olmasının, rekabet ortamını iyice kızıştırdığını belirtiyor.

Asiye Aşar"ın sorularımıza verdiği yanıtlar şöyle:

Bayan olarak zorlandınız mı?

Evet. Her yerde inatla çalıştım. Dişimi göstermek zorundaydım. İsim duyurmak çok önemli. Zirvede kalmak için birşeyler yapmak lazım. Modayı takip etmek lazım. Seminerlere katılmak gerekli. Showlara çıktım. Ben bir ara, kuaförler derneği ile beraber, çeşitli organizasyonlara katıldım. O dönem çok yoğundum. Ki bazen yine öyle, özel hayat sıfıra iniyor.

Kuaförlük çok kolay gibi gözüküyor ama hiç de öyle değil. Belirli bir yere gelmek için bir hayli zorlanıyorsunuz. Sabah 8'den akşam 9'a, 10'a kadar bazen buradayım. Bu halen de böyle oluyor bazen.

Bu işyerini açmak için kredi kullandınız mı?

Az bir miktar kullandım. Ailem hep yanımda olduğu için finans yönüyle pek zorlandım diyemem.

Kaç kişi çalışıyorsunuz?

Benim bir dükkanım daha var. Oradaki personeli de sayarsam, 11 kişiyiz.

Patron alarak, hem müşteriyi, hem çalışanları hoş tutmak zordur herhalde?

E tabi. Neden saçlarım beyazlamış arkadaş şarkısını söylermişim! Elemanların sorunları, derdi farklı, karakterleri farklı. Herkesi biraz okşayacaksın.

Ben mesleğimi çok seviyorum. İnsanları güzelleştiriyorum. Memnun ediyorum. Seviniyorlar. Bazıları yaptığım saça hayran kalıp, sarılıp öyle ayrılıyor.

Türk ve Alman müşteri arasında çok büyük bir fark var mı?

Türklerde kapris biraz daha fazla. TV'de gördükleri bir saç modelini illa da istiyorlar. Sibel Can'ın saç modeli mesela. Kendilerinde hoş duracak mı, durmayacak mı, düşünmeden istiyorlar. Türk insanıyla çalışmak bu yönlerden bir hayli zor.

Sanki Türkler, modayı biraz daha fazla takip ediyorlarmış gibi, doğru mu?

Evet. Tamamen doğru. Boyama olsun, kesim konusunda olsun, Almanlar'dan daha fazla takip ediyorlar.

Moda demişken, şu an ne moda?

70'li, 80'li yılların modası yine revaçta...

Bu mesleğin keyifli yönleri de vardır mutlaka...

Ben mesleğimi çok seviyorum. İnsanları güzelleştiriyorum. Memnun ediyorum. Seviniyorlar. Bazıları yaptığım saça hayran kalıp, sarılıp öyle ayrılıyorlar.

Rekabet durumu nasıl?

Eskiden sayılı 3-4 kuaför vardı. Son-



foto: iklim

radan 5 seneden beri her meslekte olduğu gibi, bu meslekte de sayıları iyice çoğaldı. Benim zamanımda açtığımda, dükkanı olan bayan yoktu yanılmıyorsam bulunduğum çevrede. İlk açanlardan biri benim. Ayakta kalmak çok önemli.

Estetik duygunuzun olması lazım. Mesleğinizi sevmeniz lazım. Müşteri ile iyi diyaloğlar içinde olmanız lazım. Mesela bir müşteriyi geldiği zaman onu tanımanız lazım. Nasıl bir karakterde, nasıl bir saç model igider bu kişiye gibi...Bu arada Pedagog, Psikolog gibi oldum, insanların derdini dinlemekten.

Salonunuzun çok rahatlatıcı bir rengi var... Dizaynı siz mi yaptınız?

Eskiden sarıydı, bu mayısta yaptım. 1 sene oluyor. Kendimiz yaptık. Her açıdan yaratıcı olmaya çalışıyorum.

Modayı takip ediyorum, Showlara gidiyorum. Her firmanın değişik Showları oluyor. Birşeyler görüyor, öğreniyorum. Benim işim hep saç. Kişinin önce saç modeline bakıyorum, sonra kıyafetine...

Bu kadar yıllık tecrübe direncinizi artırmış olmalı...

Elbette. Yaşadığım bütün zorluklara rağmen, yıkılmadım, ayaktayım diyebiliyorum... Bu da az şey değil...

Klier gibi zincir olmayı düşünür müsün ilerde?

Niye olmasın, ama desteğin de çok iyi olması lazım. Manager lazım, iyi bir ekip lazım. Onların o yüz ifadelerindeki memnuniyet beni de mutlu ediyor.

Evli misiniz? Çoluk çocuk?

Hayır, şu 2 dükkan benim çocuklarım oldu. Kimse kuaförlüğü hafife almasın. Dışardan çok kolaymış gibi gözükebilir. 3 sene eğitimde ne ki diyenler var. Ama iç dünyası farklı. Serbest çalışmak daha da zor. Benim hafta sonlarım işten sonra bir de muhasebe işleriyle uğraşıyorum. Bir hayli yorucu oluyor.

Değişik değişik insanlarla karşılaşıyorsunuzdur...

Elbette. Bazen insanların negatif enerjisini aldığımız da oluyor. Geçenlerde bir bayan geldi. Deli etti beni. Herşeyden şikayet ediyor, yakınıyor.

Müşterimize biraz dışarı çıkıp bir kahve içmesini ve biraz rahatlamasını söyledim. Hava alıp tekrar geldi. O kadar negatifti ki, kendini çok eleştiriyordu.

foto: iklim



İşsizlikten günlük gazete patronluğuna

Çalıştığı günlük gazetenin kapanmasının ardından, "Ne yapabilirim" sorusuna cevap arayan **Sedat Kımıl**, girişimci yönünü kullanarak önce aylık gazete çıkardı. Şimdilerde ise, Almanya kökenli bir günlük gazetenin çalışmalarını yapıyor.

1970 yılında İstanbul'da doğan, eğitimini ve mesleki kariyerini yine bu şehirde tamamlayan Sedat Kımıl, aslen Giresun Alucralıdır. Gazeteciliğe oturduğu mahallede kurulan yerel bir gazete ile başlayan Kımıl, 1995 yılında geldiği Almanya'da Sabah Gazetesi'nde çalıştı. 19 yıldır aktif olarak sürdürdüğü meslek hayatına kendi yayınladığı gazete ile devam eden Sedat Kımıl, evli ve 1 çocuk babası.



Kaç yıldır gazetecilik yapıyorsunuz?

1985 yılından bu yana gazetecilik yapıyorum. Bu dönem içerisinde askerlik ve kısa aralarla toplam 2 yılı çıkarırsak, 17 yıldır aktif olarak mesleğimi yapıyorum. Bu mesleğe İstanbul'da yerel bir gazete ile başladım. Günlük gazetelerde bir süre çalıştım. Ve şimdi yine kendi adıma ayda bir yayın yapan gazete çıkartıyorum.

Günlük gazete ile aylık yerel gazete arasındaki zorluklar nelerdir?

Aslına bakılacak olursa günlük gazete çıkarmak, aylık gazete çıkarmaktan daha kolay bir iştir. Çok sayıda meslektaşım buna karşı çıkabilir ama işin mantığı budur. Çünkü günlük gazetede belli bir satışı yakaladığınızda, biraz da reklam geliriniz olduğu zaman kendi başına akar gider. Çünkü daha profesyonel ekiple yola çıkıyorsunuz.

Günlük gazete çalışanlarının yüzde 50'si o gün hastalandı veya başka nedenlerle işe gelmedi diyelim. Ama kalan yarısı ne yapar eder o gazeteyi ertesi gü-

foto: iklim



ne yine hazırlar. Süreli yayın yapan ve ücretsiz dağıtılan gazetelerde durum böyle değil. Genelde 2 veya 3 kişi ile hazırlanan bu gazetelerde bir kişi işten ayrıldı veya uzun süreli gelmedi. Veya reklam geliri beklendiği gibi değil. O zaman sıkıntılar başlıyor.

Almanya'da yerel bir gazete çıkarma fikri nasıl doğdu?

İşsizlik. O dönemlerde Sabah Gazetesi'nde çalışıyordum. Başka bir günlük gazetenin patronu ile bizim patronumuz oturmuşlar masaya, birbirlerine kıyak geçmişler. Bizim patronun maddi sıkıntılarına diğer gazetenin patronunun verdiği paralar ilaç olmuş. Vatandaşa, "Bak işte Türk medya patronu, en büyük rakibine destek oldu" diye bir imaj çizildi. Ama bu desteğin karşısında Avrupa'da yayın yapan Sabah Gazetesi'nin kapatılması istendi. Yaklaşık 60 arkadaşımız gazetenin kapanması ile işsiz kaldı. Ben de 3 ay işsiz kaldıktan sonra, bazı arkadaşların manevi desteği ile gazete çıkarma kararı aldım. Gördüğünüz gibi yaklaşık ikibuçuk yıldır yayın yapmaya devam ediyoruz. Yerel basının durumu daha da vahim. Belki Almanya genelinde düzenli düzensiz çıkan 70 kadar yerel gazete-dergi mevcut. Ancak bunlardan 3 bilemedin 4'ü bilinçli yayın yapıyor. Meslek dışından bir çok insan, gazete-dergi çıkartıyor ve hatta işi biraz daha abartmışlar, bir de televizyon kanallarına haber programı gibi birşey hazırlıyorlar. Tencere satıcıları, tabelacılar da medyaya el atmış durumda.

Aktüel Haber gazetesi sahibi Sedat Kımıl, "Yerel basının durumu daha da vahim. Belki Almanya genelinde düzenli düzensiz çıkan 70 kadar yerel gazete-dergi mevcut. Ancak bunlardan 3 bilemedin 4'ü bilinçli yayın yapıyor.

Türkçe yayın yaparak buradakilerin Türkçe okumasına katkıda bulunmuyorlar mı?

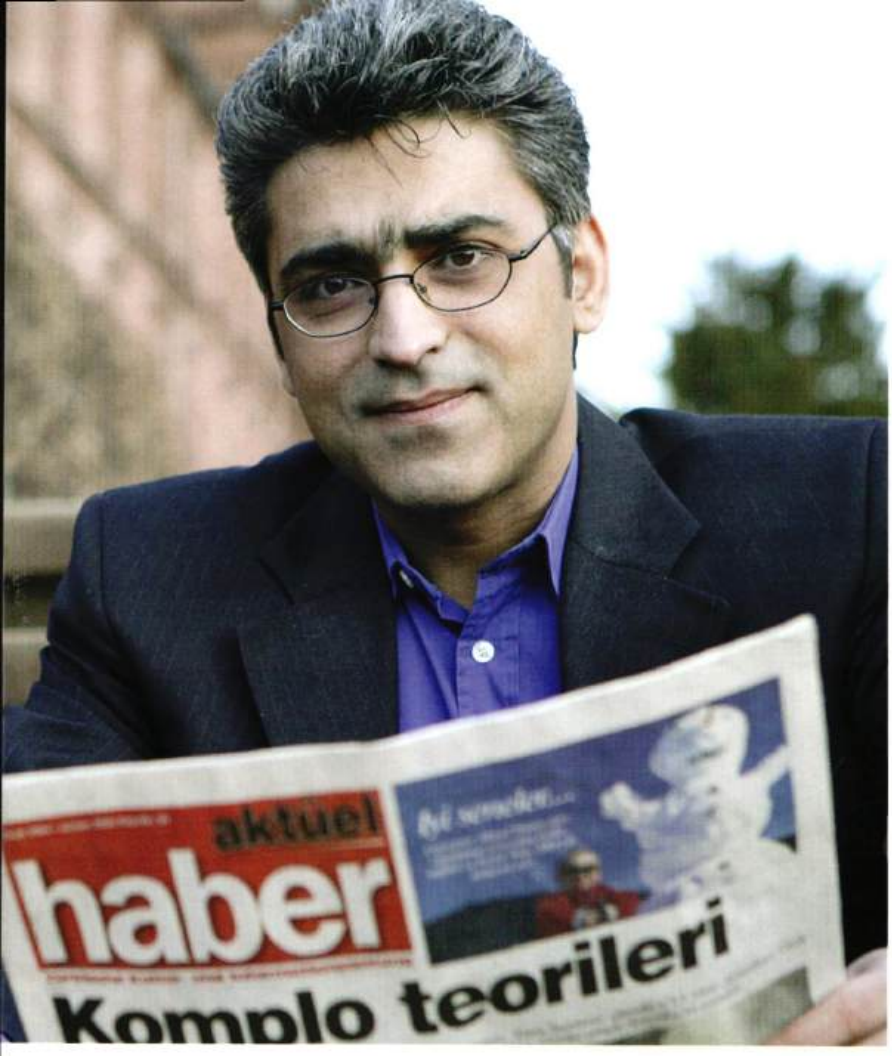
Avrupa'da yaşayan vatandaşlarımız bunları daha iyi görüyor. Türkçeyi yavaş veya eksik konuşuyor olabilirler. Ama hem çok kötü bir gazete çıkartacaksın, gazetede Türkçe imla kurallarının bir tanesi bile yerine getirilmeyecek, kelimeleri yanlış kullanacaksın. Ondan sonra kalkıp 'ben Türkçe okunmasına katkıda bulunuyorum' diye bir misyonun varmış gibi göstereceksin. Yok böyle birşey. Okuyucu, hakikaten çok akıllı. Kötüyü ayırt etmesini çok iyi biliyor. Nitekim, kötü gazeteyi protesto ediyor ve bedava dahi olsa alıp okumuyor.

Sık sık Alman medyasına da haber konusu oluyorsunuz? Kaç röportajınız yayınlandı?

Yaklaşık 10 röportaj yaptık. Bunlardan 2'si günlük gazete, 2'si radyo, diğerleri ise haftalık gazetelerdi.

Aktüel Haber'de hiç Almanca yayın yok? Neden sizi tercih ediyorlar?

Bulunduğumuz bölgede çıkan ve yaklaşık 150 bin satışı olan Main Echo adlı bir gazete var. Bu gazetenin en büyük özelliği, yazarlarının yorumları ve bakış açıları ile Berlin'de dahi gündem oluşturmasıdır. Ordan bir telefon geldi ve söyleşi yapmak istediklerini söylediler. Röportajımız yapıldı, yayınlandı ve büyük ses getirdi. Daha sonra bu gazetenin genel müdüründen davet aldım ve bira-



raya geldik. Senin bana sorduğun sorunun aynısını ben de ona sordum. Cevabı hem ilginç hem de çok güzeldi. Dedi ki; Gazete tesadüf ile elime geçti. Mizampajı ve resimleri ile her konuyu anlamıştım. Bizde çalışan Türk arkadaşımıza bir çok haberi tercüme ettirdim' dedi. Başka nedenler de var.

Biraz önceki konuya dönmek istiyorum. Gazetelerin halinin içler acısı olduğunu söylediniz. Yanılmıyorsam kısa dönem içinde günlük gazete çıkartmaya hazırlanıyorsunuz.

Almanya'da yayın yapan günlük gazeteler sürekli okur kaybediyor. Son 5 yıldır bunun nedenlerini araştırdım. Halkın içine karıştım. Para vererek alacakları ve okuyacakları gazete tipini yine halktan öğrendim. Bu gazetelerin neden okur kaybettiklerini belki de en iyi ben biliyorum. Çıkartacağım günlük gazete, Almanya'da yaşayan vatandaşlarımıza hitap edecek. Gazete yöneticilerine ve egolarına hitap edecek bir gazete yapmayacağız.

Son derece iddialı sözler bunlar. Nasıl başaracaksınız?

Başarmak için insanları çok iyi anlamanız gerekiyor. Kısaca şunu söyleyebilirim. Diğer gazetelerin yaptığı hataları biz yapmayacağız. Okurun medyaya olan güvenini bu gazete ile yeniden sağlayacağız. Gazetenin gerçek görevini yerine getireceğiz. Yani yalnızca haber vereceğiz.

Türk medyası arasında alışık olduğumuz sataşmalar olacak mı?

Eğer başka bir gazete ile kavgam olursa, mahkemede çözerim. Bu sorunlara okuyucuyu alet etmem. Ancak o gazete okuyucusunu ve reklamverenini kandırıyorsa bunu deşifre ederim. Örneğin, paralı hat konusu var. 0190 veya 0137 ön numarası ile başlayan telefon numaralarını vererek, okuyucundan para kazanmaya çalışıyorsun.

Hadi ona da sözüm yok. Ama delikanlı gibi bu hattın ne kadar tuttuğunu, dakika ücretini büyük puntolarla yazmıyorlar. Sayfanın en dip köşesinde, en küçük harflerle yazıyorlar. Bana göre bu okuyucuyu kandırmaktır.

Benim gazetemde bu tür reklamların dahi yayınlanmasına müsaade etmeyeceğim. Buradaki vatandaşımız para makinası değil. Parasını vererek aldığı gazete, onu kandırmamalı.

Günlük gazete aynı zamanda büyük maddiyat da gerektiyor. Finans sorunlarını nasıl aştınız?

Sevdiğim bir işadamı dostum ile sohbet esnasında projemi anlattım ve kredi yollarının kapalı olduğundan bahsettim. Benden projeyi detayları ile anlatmamı istedi.

Dinledikten sonra benimle ortak olabileceğini ve hissesi kadar ödemeyi yapabileceğini söyledi. Böylelikle ilk adımı atmış olduk.

Bildiğim kadarı ile işadamlarının medyaya girmelerini sürekli eleştiriyordunuz?

Halen eleştiriyorum. Ancak bu dostumla çok özel bir anlaşma yaptık. Kendisi yalnızca yatırımcı ortak. Gazetenin yönetimine ve işleyiş biçimine karışmayacak. Bunun aksi bir durum olsaydı zaten bu işe girişmezdim.

Günlük gazete şu anda ne aşamada? Adı belli oldu mu?

Adını reklam kampanyamız başlayana kadar gizli tutuyoruz.

Şu anda ekip kurmak için çalışmalarımız başladı. En geç 3 ay içinde yayına başlıyoruz.

Gürsel Köksal

Napolyon'u mat eden Baba Türk

Tarihin ilk satranç bilgisayarı "Türk", 18. ve 19. yüzyılda Avrupa ve Amerika'da 70 yıl boyunca Napolyon Bonapart dahil, karşısına çıkanların büyük kısmını mat etmişti. Almanlar'ın sırrını çözerek yeniden yaptıkları "Türk", şimdi Paderborn'da rakiplerini bekliyor...

İnsanlığa 234 yıl önce "Makineler insandan daha akıllı olabilir mi?" sorusunu sorduran ilk satranç bilgisayarı "Türk" adını taşıyordu.

1770 yılında Viyana'da Avusturya Kraliçesi'nin emrinde olan Macar soylusu Wolfgang von Kempelen tarafından geliştirilen ve 1854'te Amerika'da, Philedelphia'da korunduğu müzede çıkan yangına "mat" olan "Türk", başında oturan ve dönemin Türk giysilerini taşıyan "robot-oyuncusu" nedeniyle "Türk" adını almıştı.

Üstelik o dönemde Avrupa'da satrancın bir "Türk oyunu" olduğu inancı yaygındı. Ayrıca, bugünün Batı insanından çok daha farklı olarak, o günün Avrupalısı Osmanlı-Türk dünyasına zenginliği, ihtişamı ve gizemleri nedeniyle hayranlıkla bakıyordu. Bu sadece Osmanlı'nın yüzyıllardır süren askeri üstünlüğünden kaynaklanmıyordu. Avrupalılar, örneğin kendilerine o güne kadar yaşamadıkları hazları veren kahve ve tütünü Türkler sayesinde tanımışlardı.

Yani bu harika bilgisayarın oyuncusunu Türk gibi giydirmek ve ona "Türk" adını vermek yerinde bir karardı. Böylece günümüzde satranç oynayan bilgisayarların atası olan ilk makine "Türk" adıyla tarihe geçmişti.

Dünya satranç şampiyonlarından Garry Kaspapov'un bilgisayar rakibi "Deep Blue" adlı satranç programının ilk versiyonu olan bu makina, daha sonra yıllar süren Avrupa ve Amerika turnelerinde karşısına çıkanların büyük kısmını mat etmişti. Bunlar arasında Napolyon Bonapart, Amerikalı yazar Edgar Allan Poe gibi dönemin ünlüleri, hatta kendi buluşlarıyla başkalarını hayretlere düşüren Benjamin Franklin de yer alıyordu.

İşte bir dönem Batı'da "bir gün insan aklının yerini makineler alabilir mi?" sorusunu gündeme getiren bu "Türk"ü yeniden "yaratmak" Almanlar'a da nasip oldu.

Önce Avrupa, sonra Amerika

Yıl 1769... Avusturya Kraliçesi Maria Theresia'ın emrindeki Macar Baron Wolfgang von Kempelen (1734-1804), bir Fransız sihirbazın saraydaki gösterisini, diğer izleyenlerin aksine fazla çarpıcı bulmamıştı. Kraliçe'ye çok daha çarpıcı ve şaşırtıcı bir makine yapabileceğini açıkladı ve işe koyuldu.

Bir yıl sonra Kraliçe ve maiyetine "yarattığı" "Türk"ü takdim etti. "Türk"ün hamlelerini izleyenler hayran olmuştu.

Üstelik, Kempelen'in "Türk"ü, ustanın makinaın içine monte ettiği küçük bir mekanizma sayesinde konuşuyordu da.

Ama sadece "Almanca" ve birkaç kelime... Örneğin oyun kazanan son hamlesini yaparken "Schach" (bizdeki "şah mat" anlamına gelir) diyebiliyordu.

Kempelen daha sonra "Türk"le birlikte Avrupa turnesine çıktı. Londra, Paris, Alman kentlerinde sosyete çevrelerinin de hayranlığını kazandı.



Türk giysili robotun içinde oyuncu bir "cüce" bulunduğuna karar verip, kaftanın altına bakanlar çarklar ve mekanik aksamla karşılaşınca hayal kırıklığına uğruyorlardı. Sırrı çözemeyip, Türk'ün doğaüstü güçlerle çalıştığını düşünenler de vardı.

Baron'un ölümünden sonra "Türk"ü, Johann Nepomuk Maenzel adındaki makinist ve gezgin-gösterici satın aldı ve "profesyonel" dönem başladı.

Baron'un ölümünden sonra "Türk"ü, Johann Nepomuk Maenzel adındaki makinist ve gezgin-gösterici satın aldı ve "profesyonel" dönem başladı. Maenzel, Avrupa turnelerinden sonra, 1825'te "Türk"ü Amerika'ya götürdü. Yeni kıtadaki ilk gösteri Broadway'de oldu. "Türk", sahibi 1938'de ölene kadar ABD ve Küba'yı dolaştı. 1840'dan itibaren ise "Türk"ün iniş dönemi başladı. Artık onu izleyenler 1 dolar verip, işin sırrını öğrenebiliyorlardı. Daha sonra Philadelphia'daki Çin Müzesi'nde korumaya alındı ve 1854'te çıkan yangınla da tarih oldu.

Sırrı masanın içinde

Uzun yıllar boyunca nasıl çalıştığı bir türlü anlaşılmayan "satranç makinesi"nin sırrı elbette, oyuncu "Türk"ün kaftanının altında değil, masanın içindeydi.

Masanın içine giren bir gerçek satranç oyuncu, ki bu ilk dönemler Baron Kempelen'in kendisi, daha sonra yardımcısı Anthon'du, aşağıdan manyetik bir mekanizma yardımıyla karşı tarafın hamlelerini görebiliyor, yine başka bir mekanizma yardımıyla dışarıdaki "Türk"ün koluna ve eline hükmederek hamlesini yapıyordu. Böylece bizim "Türk", kafasını fazla yormaya gerek kalmadan, dolabın içinden gelen talimatlarla rakiplerini peş peşe mat ediyordu.

Gizli oyuncuyu, doğru yerde yani dolabın içinde arayanlar ise kapağı açarken, Kempelen ustanın buraya inşaa ettiği hareketli oturağın mekanizmasını çalıştırıyor ve böylece orada oturan oyuncuyu dolabın görünmeyen köşesine itiyordu, bu yüzden de hiçbirşey bulamıyorlardı. HNF Müzesi Basın Sözcüsü Stolte, bu "hile"nin "Türk"ün önemini azaltmadığını savunuyor ve haklı da. Sonuçta oyuncunun rakibin hamlelerini görmesi ve uygun bulduğu hamleleri "Türk"e yaptırması için gerekli olan teknik de o dönem için çok ileriydi. İşte bizim "Türk", zekice düşünülmüş ve geliştirilmiş bu "hile" sayesinde Napolyon'u, 1809'da Viyana'da mat etmiş.



foto: museum

fotos: iklim



Törkiş sallama çay piyasada

Tako Vertriebs GmbH tarafından Avrupa pazarlarına açılan öz be öz Türk buluşu Sympatea çayları büyük ilgi topluyor. Kaşık şeklinde tasarlandığı için, kullanım kolaylığı olan sallama çay tam bir Türk zeka ürünü. Almanya ve Avrupa'da, gastronomi sektörünün büyüklüğü dikkate alındığında büyük bir ihtiyaca cevap vermesi beklenen Sympatea çaylarının dağıtımı ve pazarlanması noktasında çalışmalar yapan Tako Vertriebs GmbH Genel Müdürü Taner Kocakaya, hedeflerinin ürünün Alman piyasasında iyi bir yer edinmesi olduğunu söyledi. Kocakaya, kaşık çayın yanısıra, yeni bir takım projelerin hazırlığı içinde olduklarını belirterek, ürün yelpazelerini her geçen gün artırmak için büyük bir çaba gösterdiklerini bildirdi. Kocakaya, Almanya genelinde iyi bir dağıtım ağı kurarak, vatandaşlara hizmeti hedeflediklerini belirtti.





Bu kutuda lezzet var

Bu kapağın altında özlemini çektiğiniz unutulmaz bir Türkiye lezzeti var.

PINAR

Etkin reklam ve tanıtım

"Yeniden dünyaya gelsem, kesinlikle reklam işine girerdim."
Franklyn D. Roosevelt.
ABD eski başkanı (1882-1945)



sektör

şükrü uyanık

İletişimin en etkin ve geçerli rekabet aracı olduğu, 21. yüzyılın en güçlü silahı hiç kuşkusuz reklam. Gelecekte de, firmaların pazar paylarını arttırmak için rekabet edeceklerini söylemek kehanet sayılmasa gerek.

Pek çok sektörde, firmalar reklamın belirleyici ve ayırt edici katkısına giderek daha çok ihtiyaç duyarken, Türk işadamlarının reklama bakış açısındaki çeşitli farklılıklar da kendini hemen belli ediyor. **İşler iyiye giderken reklama ihtiyacım yok, işler kötü giderken ise bütçem yok diyen bir mantığı anlamak mümkün değil.**

Firmaların yaşaması, büyüyüp gelişmesi için, etkin bir pazarlama ve tanıtım içinde olmaları, ticaretin olmazsa olmaz kurallarından biridir.

Yeni işletme kurmak isteyen **girişimcilerin** temel giderleri arasında reklam bütçesini de eklemeleri tanıtım açısından mutlaka şart. **"Önce işyerimi açayım, para kazandıkça devamını yaparız"** veya **"bütün parayı makinelere yatırdım, reklam için sonra görüşürüz"** diyen insanların büyük hedeflere ulaşması tesadüf olur. Kendimizi kandırmayı bırakalım. İşyeri açarken birinci hedefimiz para kazanmak değil mi? O zaman kuracağımız işi derinlemesine inceleyip lazım olan sermayeyi hazırlarken işyeri, işçi, telefon, araba vs. giderlerinin arasına tanıtım ve reklam giderlerini de katmalıyız. Çünkü; **ürününüzü satabiliyorsanız varsınız, yoksa geçmiş olsun.**

Şirketlerin varlığı ve yaşama şansı, bu deyimi hayatın gerçeği olarak kabul ettikleri takdirde varolmalarını sağlıyor. Bu varoluşta en önemli etken ilk bakışta reklam gibi görünse de ürün pazarlamaları da ayakta kalmanın gereğidir.

Pazarlama ve reklam dünyasının içiçe yaşadığı günümüzde, hedef koymanın yanısıra, satış stratejilerinin oluşturulması ve değerlendirilmesi de gerekmektedir.

Kaliteli ürünler piyasaya sürmenin yanısıra, **marka oluşturma** ve **marka olma çabaları** da pazarlama sürecinin kilit noktaları olarak ortaya çıkmakta, şirketin veya işletmenin devamlılığını sağlamaktadır. İletişim çağını yaşadığımız bu yüzyılda, etkin bir tanıtım yapabilme becerisi gösteren şirketler yollarına büyüyerek devam ederken, reklam bütçesi ayırmayan işletmelerin, unutulmaya yüz tuttukları yadsınamaz. **Mobil telefonlarda kısa mesaj yoluyla bile reklam yapıldığını ve bu pazarın milyar dolarlarla ifade edildiğini söylemek sanırım yanlış olmasa gerek.** Küçük ve orta ölçekteki işletmelerin bütçelerine uygun bir reklam pazarında kendilerini göstermeleri, işyerlerini tanıtmaları, kazançlarından bir miktarı tanıtıma yatırmaları şart.

Bütçenize göre yapılacak bölgesel veya ulusal tanıtım atağı size mutlaka dönecektir. Bundan kuşkunuz olmasın.

Profesyonelce görüleceğiniz tek yer SEKTÖREL yayınlardır!

Türk Gastronomi Sektörü dergisine kavuşuyor.
Farklı bakış açısı, farklı yaklaşımı ile sektörün
lider dergisi olacak **gastrotürk** yakında sizlerle...

Sektörün buluştuğu nokta...



Bilgi:

İklim Verlags GmbH
06103 / 732934
www.iklim.de

Çin, piyasaları tehdit ediyor



gözlem

mehmet ali özkan

Çin mallarının halkın alım gücünü artırdığı bir gerçek. Daha iyi bir ürünü ucuza sattığınız da Türk insanını iki katı daha zenginleştiriyoruz.

2003 enflasyon rakamlarına bakıldığında sektörlerinde yüzde 15 fiyat düşüşü yaşandı. Bunun en önemli faktörlerinden birisi Çin. 2010 yılına kadar dünyada her yıl tekstil ürünleri fiyatlarının gitgide düşmesi bekleniyor. Bu durum bir çok dengeyi değiştirecek, sektörü verimli çalışmaya ve büyümeye zorlayacak.

2005'e çok az bir süre kaldı ve Çin'in önümüzdeki yıllarda büyüme yöntemini değiştirerek dünya pazarlarında etkinliğini artırması bekleniyor. Çin'i hep tehdit olarak gördük. Bu yöndeki tartışmalar halen devam ediyor. Ancak hükümetler, bu tip problemlere miyopca bakmayı tercih ederler. 70 milyon tüketici var sadece Türkiye'de. Siyasi ve zorlama tedbirlerle engellenebileceğini düşünmüyorum.

Bence bunun için yüksek katma değerli mal üretmek, markalaşmak gerekiyor. Ürettiğimiz bir ürünün markasına ve kalitesine dikkat etmezsek bu tabiki Çin'e kayar kopyalanır ve bize geri döner. Bu nedenle markalaşarak yapacağımız kalite doğrultusunda ister Çin'de, ister orta Asya'da isterseniz Türkiye'de üretebilirsiniz. Aslında Çin hepimizi daha farklı ve daha iyiyi yapmaya zorluyor. Çin'le mücadeleyi ancak fasonculuktan kurtularak başarabiliriz.

Türkiye'deki üreticilerin kendi markalarıyla ürünlerini Çin'de üretmelerini engelleyen hiç bir durum yok. Ayrıca bizim için önemli fırsatlar var. Örneğin Çin'in ciddi anlamda başta Amerika ve Avrupa'da olmak üzere kapanan fabrikalarda beyinler Çin'den teklif alıyor ve gidiyorlar. Çünkü üretim Çin'de. Bu nedenle Çin gücüne güç katmış oluyor.

Fiyat rekabetini güçlendirmenin yanısıra, işletmecilerin fiyat savaşına girmeden önce pazar pozisyonlarını belirlemeleri de önemli bir husus olarak ön plana çıkmaktadır. Bu durumda yüksek oranda karların elde edilebileceği yüksek kaliteli son teknolojiler pazarına odaklanan bir ürün ve hizmet stratejisi belirlemek gerekmektedir.

Dünyanın fabrikası diye adlandırılan Çin tüm teknolojisini Japonya, ABD ve Avrupa'dan öğrenmiştir. GSM alanına ek olarak diğer ülkelerin şirketlerin, sahip olduğu teknolojiyi farklı üretmesinin yanısıra başka endüstriyel alanlarda da Çin bulunmaktadır.

Yazılım sektörü ekonominin lokomotifi



software

sevgi kayabaşı
(Adobe-Türkiye)

Internet, teknolojik ve akademik olmaktan çıkarak dünya ekonomisinde motor güçlerden biri haline gelmiştir. Bir zamanlar sadece meraklıların ve akademisyenlerin kullandığı internet geniş bir piyasayı etkisi altına almış ve gelişmekte olan elektronik ticaretin etkin bir mekanizması haline gelmiştir. Elektronik ticaret sayesinde küçük firmalar bile tahmin edemeyecekleri piyasalara satış yapma imkanına kavuşmuşlardır. Şirketler internet ile dünya çapında pazarlara, müşterilere ulaşmışlardır.

İnternetin çoğunluğu yazılım olduğundan bu potansiyeli gerçeğe dönüştürmenin başlangıç noktası yazılım sanayidir. Yazılım sektörü halen dünyanın en hızlı büyüyen sanayilerinden biridir.

Türkiye'de ise yazılım sektörünün büyümesini incelediğimizde destekleyici güç olarak ilk sırada Finans sektörü yer almaktadır. Türk bankaları 1990'larda gerçekleştirdikleri teknolojik yartırımlarla gelişmiş ülkelerin standardını yakalamış ve Türk Yazılım sektörünün gelişmesine katkıda bulunmuşlardır.

Finansal kurumların, yoğun çalışmaları ve kaydi işlemleri nedeniyle gelir yaratmaları neticesinde iş yapma metodlarını mümkün olduğu kadar bilişim teknolojileriyle çözme yoluna gitmişlerdir. Yazılım sistemlerinin büyük bir çoğunluğu zaman içerisinde ve kurum dahilinde ihtiyaçlara göre geliştirilmiştir. Yazılımların entegrasyonu bir veri tabanı yapısı üzerinde stratejik yönetim raporlarının alınabilmesi için harcanan kaynaklar da tahminlerimizden de fazladır.

1998'de 17 ülkede 130 finans hizmeti şirketi üzerinde yapılan bir araştırmaya göre, müşteri hizmetlerinin %13'ü internet üzerinden gerçekleştirilmiş. Günümüzde bu oran sanırım % 50'lerinin üzerinde.24 saat hizmet veren online aracı kurumlar müşterilerine dünyanın hemen hemen tüm borsalarında ve gelişen pazarlarda alım/satım işlemlerinin gerçekleştirebilme imkanı veriyor. İnternetin finansal pazarlarda ve borsa işlemlerindeki zaman ve mekan sınırlarını kaldırması, Türkiye'de ki aracı kurumlara yeni fırsatlar sunuyor. 1996 yılından bu yana korsan yazılım kullanım oranının gerilemesi neticesinde Türkiye'de yazılım sektörü istikrarlı bir büyüme kaydetmiş ve ekonominin önemli bir parçası haline gelmiştir. Dolayısı ile bilgi toplumnun altyapısını oluşturan temel endüstrilerden biri olan yazılım sektörü Türkiye için gelecek vaadetmektedir.

Türkiye 2002'de korsan yazılım kullanımı %58 olarak gerçekleştiği ve 2006'ya kadar yazılım korsanlığında 10 puanlık bir gerileme sağlanırsa Türk BT sektörünün %100'den fazla büyüyeceği ve Türkiye ekonomisine 3,8 milyar dolarlık güçlü bir sektörün dahil olacağı belirtilmektedir. Sektörün bu ölçüde büyümesi, doğal olarak yeni yatırımların doğmasına, yeni iş olanağı yaratılmasına, yerli sektör gelirlerinin artmasına ve dolayısı ile devletin vergi gelirlerine ek katkı sağlayacaktır.

Yazılım korsanlığıyla mücadelenin daha ciddi şekilde ele alınması ve oranların aşağılara çekilmesi ile beraberinden yeni ekonomik fırsatların çıkacağı aşikardır.

Korsan yazılımla mücadele sonucunda dünya devlet gelirlerinin artması neticesinde sağlanan gelir ile, okullar için 30 milyondan fazla bilgisayar 32 milyon insan için sağlık hizmetleri, 7 milyon insan için üniversite eğitimi, 20 milyondan fazla insan için 4 yıllık internet bağlantısı ve 4 milyon cocuğa temel eğitim sağlanacaktır. Türkiye yazılım korsanlığı ile mücadelede başarı olup, oranı 58 'den yüzde 48'e indirebilirse ekonomiye 830 milyon dolar, vergi gelirlerine 59 milyon dolar katkı sağlanacaktır.



şükrü uyanık

Kalem kadar telefon



foto: siemens

CeBIT'te altı yeni cep telefonu modelini görücüye çıkaran Siemens'in standının gözdesi "PenPhone" oldu. "Penphone" Tri Band GSM teknolojisini kullanan, yani dünyanın her yerinde kullanılabilen ve bir kalem görüntüsünde olan bir cep telefonu. Ne yapıyor bu telefon? El yazınızı tanıyor. Yani numarayı ya da bir kısa mesajı tuşlamak için ufacık butonlara basmanıza gerek kalmıyor. Kalem şeklinde olan telefonu alıp boş bir kağıda numarayı ya da mesajınızı yazıyorsunuz ve telefon el yazınızı tanıyor. Oldukça basit!

CeBİT'te Siemens farkı

334.000 m2'lik bir alanda 6400 katılımcı firmaya evsahipliği yapan, dünyanın en büyük teknoloji fuarı CEBIT, 18-24 Mart tarihleri arasında Hannover'de yapıldı.

Bu yıl da en çok ilgiyi, mobil iletişim devlerinin sunduğu birbirinden ilginç telefonlar çekerken, Siemens'in önümüzdeki günlerde piyasaya sürmeye hazırladığı kalem telefon "PenPhone" ise ziyaretçilerden büyük bir beğeni gördü.

Teknolojiyi görsellikle buluşturarak pazar payını artırmayı hedefleyen Siemens, PenPhone'un yanısıra CEBIT'te tanıtımını yaptığı C65, CX65, CF62, M65 ve S65 modelleri ile de görücüye çıktı.

Siemens'in en ilginç modellerinden birisi, denize girerken bile elinizden düşüremeyeceğiniz su geçirmez C65. S65 ise şık tasarımı, kolay kullanım özelliği ve 32 MB'lik güçlü hafızasıyla işadamlarının daha çok ilgisini çekeceğe benziyor.



Siemens S65

132x176 Piksel resim sunan entegre kamerası, 65.536 renkli TFT ekranı, Video, MMS, JAVA uyumu, Organizer ve 32 MB'lık hafızasıyla telefon dünyasına farklı bir boyut sunan S65, Bluetooth, Infrarot ve USB bağlantı özellikleri sayesinde de bilgisayarınızla uyum içinde çalışıyor. Microsoft Outlook veya Lotus Notes programları ile dosya transferine olanak sağlayan S65 ile e-mail'lerinizi de her an kontrol edebileceksiniz.

foto: siemens

Özellikler:
Ebat: 109 x 48 x 18 mm
Konuşma süresi: 5 saat
Bağlantı: Bluetooth, USB, Infrarot
1.3 Mega-Pixel-Kamera, Digital-Zoom
Hafıza: 32 MB MultiMediaCard
Resim çözünürlüğü: 1.280 x 960
MPEG4 sesli Video kayıt
1000 adres hafızası

Touareg iyi yol arkadaşı

VW'nin Phaeton ile başlayan en tepeye oynama stratejisi, Touareg ile devam ediyor. İlk arazi VW'si, becerikli ve hızlı hareket kabiliyetiyle dikkatleri çekiyor. Mükemmel iç tasarımı, konfor, gelişmiş navigasyon sistemi ile iyi bir sürüş imkanı sunan Touareg, gerçekten iyi bir yol arkadaşı...Bu araç, gerçekten büyük, yüksek ve geniş.

Bütün üstün özelliklerine karşın Touareg, özellikle dar yollarda büyük hacmiyle sürücüyü daha dikkatli olmaya zorlayacak. Hatta alışılmadık boyutları için "tehditkar" yorumunu yapmak da mümkün. Toplam 15.82 metreküplük hacmi Touareg'e, T4'ten sonra VW'nin en büyük hacimli aracı unvanını kazandırıyor. VW'nin ilk SUV'u, belki de bu nedenle insanlara biraz alışılmadık geliyordur.



foto: vw

profesyoneller
az konuşur..

iklim
Werbestudio GmbH

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

İş dünyasında savaş stratejileri



vizyon

sebahattin çelebi

Savaş elbette çok çirkin birşey. Ancak dünya üzerinde son derece "etkili" ve "belirleyici" bir faktör olduğu da muhakkak. Özellikle piyasalar bazında değerlendirildiğinde, bu realite dikkat çekici bir şekilde göze çarpıyor.

Amerika'nın Irak'ı işgal etmesiyle sonuçlanan süreçte, ülke ekonomisinin içinde bulunduğu durumun önemli bir rol oynadığı kimse tarafından yadsınmıyor. Başkan Bush'un, adı büyük bir skandalla anılmasına karşın, popülaritesini artıran Clinton'un ardından, çizdiği başarısız "ekonomik" tabloyu değiştirme adına başlattığı Irak Savaşı'nın arkasındaki bu hesap, çok uzun süre tartışıldı. Ülke ekonomisindeki hareketlenmeyi artırmada "Irak Savaşı" hiç de küçümsenmeyecek önemde bir rol oynadı. **Doların Euro'yu boğma hareketi olarak da değerlendirilebilecek bu stratejik hamleler, petrol pazarlarında yeşil doların hakimiyetini sürdürme emelinin bir uzantısıydı elbette.** Amerika'nın Afganistan ve Irak askeri hareketleriyle aynı zamanda kendisine Ortadoğu'da yeni ve çok büyük bir pazar açtığı bugün daha net görülüyor...

Hele savaşın ardından AB'de Irak Savaşı'na karşı haklı olarak, soğuk çehrelerini gösteren ülkelere karşı ihaleler konusundaki takınılan tavır, oldukça düşündürücüydü...

Bütün bu anlattıklarımız, savaşın, ekonomiyle direkt bağlantısını ortaya koymak içindi. Konumuz Irak Savaşı veya Amerikan ekonomisi olmadığı için bu konuyu geçiyor ve iş dünyasındaki strateji geliştirme savaşları üzerinde yoğunlaşmak istiyorum.

İş dünyasının aslında silahların konuşmadığı adı konmamış bir savaş alanından ne farkı var ki!

İyi komutanlar kendi manevralarını, karşı tarafın muhtemel manevralarını hesaba katarak yaparlar.

Rekabet ortamında bulunduğumuz ve göstergelerin hiç de tebessüm etmediği şu günlerde, başarılı bir yönetici, iyi bir idareci veya vizyon sahibi bir patron, rakiplerinin hareketlerini de hesaba katmak zorunda. Bir satranç oyunundan farksız, rakibin bütün yapabileceği potansiyel hamle imkanlarını değerlendiren bir yönetici, kendi hareket alanını belirlemede bu vizyonu kullanır. İyi bir yönetici, ister üretim ister hizmet sektöründe faaliyet gösteriyor olsun, rakiplerin muhtemel manevralarını hesaba katmak durumundadır.

İş dünyasının bazen gaddarlaşan koşullarında, yönetici, kendi manevralarını, elbetteki piyasa koşullarını, pazar analizlerini, müşteri taleplerini, kredi faiz oranlarını, uluslararası borsalardaki dalgalanmaları, piyasaları etkileyecek önemli siyasi veya toplumsal hareketlilikleri dikkate alarak belirleyecektir. Aksi takdirde, **bulunduğu sokaktan, mahalleden, şehirden veya ülkeden ötesini göremeyen yönetici kaybetmeye mahkumdur. Her zaman, çekmecesinde, bir B Planı bulundurmayan yönetici, en ufak dalgalanmada veya negatif piyasa hareketlenmelerinde büyük bir sıkıntı yaşayabilir.**

Burada, bu stratejileri geliştirirken, **"hamle"** ve **"izleme"** ağırlıklı yönetim politikaları önemli faktörlerdendir. Rakiplerin önünüzü tıkamasını önleyecek hamle niteliğindeki yenilikçi işletme politikaları, onlar birşey yaptıktan sonra alınacak önlemlerden daha etkili olur. **"Yenilikçi adımlar"** ve **"ilk düşünen"**, **"ilk yapan"** olmak bu arenada elinizi güçlendirecektir. Yenilikçi düşünceler, farklı projeler üretemeyen bir yöneticinin ne kadar iyi personeli, ne kadar iyi maddi imkanları olursa olsun, başarıyı yakalaması zordur. İş dünyasının acımasız savaşlarını, **"iyi proje üreten"**lerin kazandığı ve kazanacağı bir gerçek...

TATSO'dan beklenenler



görüş

mehmet koca

1994'te İstanbul'da kurulan Alman-Türk Ticaret ve Sanayi Odası'nın kurulma protokolünde aynı kuruluşun Almanya'da da kurulması esasa bağlanmıştı. Aradan 10 yıl geçmesi ardından Almanya'da kurulan ve 27 Nisan tarihinde Başbakan Erdoğan ve Schröder'in katılımlarıyla açılışı gerçekleşecek. İşadamı Kemal Şahin'in başkanlığındaki TATSO'dan Almanya'daki iş adamlarımızın beklentilerinin oldukça yüksek olduğunu hemen belirtelim. Almanya'da faaliyet gösteren Türk iş adamlarının sayısı 60 bin civarında. Bu rakam her ne kadar sevindirici olsa da problemlerin de rakamla orantılı olduğunu düşünmekte yarar var. Almanya'da gerek yerel bazda gerekse federal bazda çok sayıda işadamı derneği bulunduğu gerçeği dikkate alınırsa TATSO'nun bunlardan çok daha farlı olması gerekiyor. Mevcut dernek ve kuruluşlar gibi olacaksa o zaman ortaya çıkmasına gerek yok. Dolayısıyla eğer büyük bir isimle ortaya çıkıyorsanız büyük büyük işler de yapmanız gerekiyor. Gerçektende iş adamlarımızın yılar yılı çözülemeyen sıkıntıları mevcut. Sıkıntıların bir kısmı Türkiye'den bir kısmı da Almanya'dan kaynaklanıyor. TATSO bu sıkıntıların çözümü için her iki ülkede de aktif olarak görev yapmalıdır. Bunun için ise her şeyi Kemal Şahin'den beklemek doğru olmaz. Eğer Almanya'daki iş adamlarımızın hepsi her iki ülke tarafından desteklenen TATSO etrafında kenetlenir güç birliği yaparlarsa ve aralarına aldıkları Alman işadamlarıyla da iyi bir performans gösterebilirlerse o zaman başarıya ulaşabilirler.

Şahin'e büyük görev

Bir taraftan bir araya gelmek güçlü durmak gerekirken diğer taraftan ise TATSO Genel Başkanı Kemal Şahin'e de büyük görevler düştüğünü hemen belirtelim. Birkaç ünlü Alman işadamını üye yapmanın yeterli olmadığını bunun yanında Türk işadamlarının tamamını kucaklamasa başarılı olamayacağından endişe ediyoruz. Hatta TATSO öyle farklı olmalı ki her ticari sahanın özel bir bölümü ve o sahada uzman olan insanları istihdam ederek çalışma yapmalıdır. Kimsenin gelip de TATSO'ya üye olmasını beklemeden herkesi davet etmek lazım. Alman dostlarımızdan çok fazla beklentimiz olmasın. Bizim meselemizi ancak bizler çözebiliriz. Bunun için de birlikte hareket etmemiz gerekiyor. Çok konuşanı değil iş yapanı desteklemeliyiz. İsimlere takılıp kalmadan faaliyetlerimizi sürdürerek önce kendi sıkıntılarımızı çözecek daha sonra da iki ülke arasındaki münasebetlere katkı sağlayacağız.

AB unutulmamalı

TATSO büyük bir isim olduğu için yapacağı işler de büyük olacaktır. Bunların başında önümüzdeki aylarda gerçekleşecek Türkiye'nin AB müzakere tarihi alma konusu olacaktır.

Türkiye'nin AB'den müzakere tarihi alması Türkiye açısında çok önemli bir gelişme olacağı gibi Almanya'daki Türk işadamları için de bir çok sıkıntının sonu olacağı anlamını taşıyor. Zaten iş adamlarımızın çektiği sıkıntıların başında Türkiye'nin AB üye olmadığından kaynaklanmalıdır. Eğer Türkiye AB'ye üye olması halinde bir çok sıkıntımızda otomatikman kalkmış olacaktır. Bunun için TATSO ve üyelerinin en büyük görevlerinden biriside Türkiye'nin AB'ye girmesini desteklemek ve bu konuda faaliyet göstermek olacaktır. TATSO'yu desteklemek ne kadar görevimiz ise TATSO yöneticileri de herkesi kucaklamaları son derece önemlidir. Biz beklentileri dile getirdik.

Gelecekte gösterdikleri başarıları yazmak dileğiyle ...



foto: özel

Dünya İş Geliştirme Merkezi Ltd. Şti'nin ortaklarından Metin Erdoğdu, yeni pazarlar konusunda aydınlatıcı açıklamalarda bulundu.

Yeni pazarlar ve fırsatlar keşfedin!

Türk girişimcileriyle uluslararası kurumlardan nasıl iş alabileceğini, uluslararası iş fırsatının nasıl yakalanabileceğini eğitim ve seminerler yoluyla paylaştıklarını belirten Metin Erdoğdu, bu amaçla Mayıs ayında İstanbul 'da "Yeni Pazarlar ve Yeni İş Fırsatları Keşfetmek" konulu zirvenin bu yıl ikincisini düzenleyeceklerini söyledi.

156 Dünya Ülkesi, Avrupa Birliği Ülke İhaleleri, Avrupa Birliği Fonları İhaleleri, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ve diğer kalkınma bankaları'nın yılda trilyonlarca doları bulan ürün, mal, hizmet, iş taleplerinden haberdar olmak ve iş almak artık mümkün. Bu pazarı Türk girişimcilerine sunmak için Dünya Yayıncılık Grubu ortaklığı, Dünya Bankası ve Development Gateway Foundation'ın resmi desteği ile kurulan Dünya İş Geliştirme Merkezi Ltd. Şti. (DIGM) faaliyetlerine başladı.

Ana misyonu Türk girişimcisine yerel ve uluslararası ihale ve iş fırsatlarını duyurmak ve fırsatların kazanımı için gerekli danışmanlık desteğini vermek olan DIGM kurucu ortağı Metin Erdoğdu iş fırsatları hizmetlerinin sunulmasında Development Gateway Foundation ile işbirliği içinde kurduğumuz www.dunyaihale.com portalının girişimciler tarafından büyük bir ilgi ve takdirle karşılandığını söyledi.

Portalde 156 ülke için talep edilen ürün/mal/malzeme iş/hizmet talepleri yer almakta. Kullanıcılar, iş alanlarına uygun alarm yaratmaları suretiyle, istenirse yaşadıkları ülkede istenirse dünyanın hangi bir ülkesindeki uluslararası mal, hizmet ve iş taleplerinden mail adreslerine otomatik olarak gelecek e-posta ile haberdar olabilmekteler.

Dünyanın fırsatı kaçıyor!

Dünya pazarlarını 3 ana bölüme ayıran Erdoğdu, girişimcilerin büyük bir kısmının sadece Pazar 3'e konsantre olduğunu ancak Pazar 1 ve 2 de her girişimci için büyük iş fırsatlarının da olduğunun altını çiziyor. Rakamsal olarak Pazar 1 ve 2 nin değeri dünya gayrisafi milli hasılasının %15 ini oluşturması pazarın büyüklüğünü hakkında fikir verebilmekte.

Pazar 1: Ülke ve Topluluk Ülkeleri İhaleleri

Pazar 2: Kalkınma Bankası İhaleleri

Pazar 3: Özel Sektör – B2B, B2C

Yeni iş fırsatları zirvede anlatılacak

Türk girişimcileriyle uluslararası kurumlardan nasıl iş alabileceğini, uluslararası iş fırsatının nasıl yakalanabileceğini eğitim ve seminerler yoluyla paylaştıklarını belirten Erdoğdu, bu amaçla Mayıs ayında İstanbul 'da "Yeni Pazarlar ve Yeni İş Fırsatları Keşfetmek" konulu zirvenin bu yıl ikincisini düzenleyeceklerini söyledi. 2003 yı-

lındaki Zirvede yerli yabancı 21 üst düzey konuşmacının yer aldığını anlatan Erdoğdu, zirvede yer alan Workshop odalarında katılımcılara ücretsiz birebir iş geliştirme danışmanlık hizmetlerinin de sunulduğunu söyledi.

Portalın temel özellikleri:

* Haftada 2 milyar $ 'lık iş hacmi
* Her gün 1,000 uluslararası ihale ve iş fırsatı
* Firmanıza özel, ihale ve iş fırsatlarını ücretsiz otomatik e-posta ile alma imkanı
* Tüm sektörler için ürün ve hizmet talebi
* Yüksek teknolojik altyapı ve detaylı arama motorları ile ihtiyacınız olan bilgilere kolay ulaşım
* Dünya Bankası yönetimi ve desteğinin verdiği güven

Yeni İş Fırsatlarını Birlikte Kazanalım

Uluslar arası ihale fırsatlarını dunyaihale.com portalı atında toplayan Dünya İş Geliştirme Merkezi, hizmet ortağı PFD - Proje ve Finans Danışmanlık şirketi ile müşteriye özel hizmetler sunmakta.

Yeni iş fırsatlarını müşterilerine ulaştıran DIGM, PFD firmasının uzmanlığı ile işleri kazanmak isteyen firmaları mesleki danışmanlık hizmetleri ile sonuca ulaştırmayı hedeflemekte.

Kazançlarınızı Yeni Yatırımlara Dönüştürün

PFD, kurumsallaşmış yurtdışı ve yurtiçi stratejik ortakları sayesinde müşterilerinin ihtiyaçlarına özgü "tailor made" finansal çözümler de sunmakta. Yurtiçi ve yurtdışı ticari, yatırım ve kalkınma bankaları, ihracat kredi birlikleri, sigorta şirketleri, emekli sandıkları, yatırım fonları, finansman şirketleri, vergi/denetim şirketleri ve danışmanlık şirketleri ile sürekli bir işbirliği içersinde.

Müşteriye Özel Finansal Hizmetler:

PFD, Türk girişimcisinin finansal kaynak ihtiyacı olan Projelerini Uluslararası Yatırım Kurumlarına (Investment Funds), Girişim Sermayesi Kurumlarına (Venture Capital Funds), Hükümet Destekli Fonlara (Government-Sponsored Funds) ve Özel Yatırımcılara (Private Investors) sunulması hizmetlerini vermekte.

Projeye veya Kuruma Özel Finans Temin Hizmetleri :

* Finansman planını oluşturmak
* Projeye uygun finans kaynağı alternatiflerini belirlemek
* Yönetici özetlerini, İş Planlarını ve Başvuru Dosyalarını hazırlamak
* Proje sahibi adına belirlenen kaynaklara başvurmak ve görüşmeler yapmak
* Projeye Özgü Danışmanlık Hizmetleri
  - Proje konseptini oluşturmak
  - Pazar Araştırma ve Fizibilite Etütlerini yapmak
  - Yüklenici, tedarikçi, yasal, teknik ve danışmanlık teklif başvurularını değerlendirmek
  - Finansörler, Yükleniciler, Tedarikçiler vb ile temasları yürütmek
  - Proje iş planına bağlı olarak mühendislik, hukuk, ticari ve finansal faaliyetleri koordine etmek

PFD'den Yeni Yatırım Finansmanınız İçin 8 Altın Öneri

1. Uluslararası kaynak kullanımının avantajlarını kavrayınız ve bu kaynaklara nasıl ve nereden ulaşabileceğinizi belirleyiniz
2. Birden çok kaynaktan kullanılan kredi maliyeti salt bir kaynaktan kullanılabilecek krediden çok daha ekonomik olur. Bu itibarla projenize kaynak sağlayabileceğiniz en az 3 alternatif belirleyiniz
3. Sizce projeniz karlı ve uygulanabilir mi? Projenizin finansal ve yaşamsal başarısına üçüncü kişileri ikna edebilecek kadar inanıyor musunuz?
4. Ev ödevinizi doğru yapın. Finans kuruluşları ile yapacağınız görüşmelerde uluslararası standartlara sahip gerçekçi bilgi ve dokümantasyonun başarıya giden önemli bir aşama olduğunu biliniz
5. Ne istediğinizden emin misiniz? Her projenin ihtiyaç ve beklentilerine uygun olarak ihtiyaç duyduğu parasal kaynağın tipi, süresi, geri ödeme periyodu ve yöntemi, faiz ve/veya getiri ortaklığı farklı olacaktır.
6. Minimum risk, minimum faiz yükü ve maksimum kaynak kullanımı doğurur. Projenizin Pazar, Politik, Tedarik, İşletme, Satış riskleri nasıl minimize edilebilir?
7. Doru proje, doğru zamanda ve doğru yöntemlerle sunulmalıdır. Uluslararası finans pazarlarıyla ilk temas ve ilk başarı akabinde yeni projeler için yeni imkan ve başarıları fırsatları doğuracaktır. Ancak yapılan başvuruya gereken önem ve hassasiyet eksikliği nedeni ile alınabilecek olumsuz yanıtın bundan sonraki başvurulara da olumsuz referans olabileceği unutulmamalı.

Kullanıcılar, iş alanlarına uygun alarm yaratmaları suretiyle, istenirse yaşadıkları ülkede istenirse dünyanın hangi bir ülkesindeki uluslararası mal, hizmet ve iş taleplerinden mail adreslerine otomatik olarak gelecek e-posta ile haberdar olabilmekteler.

foto: nokia



Mobil telefon piyasasının devi Nokia'nın gösterdiği büyüme ve hedefler, Türk işadamlarımız için de aydınlatıcı birer rehber niteliğinde... Arkadaşımız **Ertuğrul Özgün**, bu büyüme serüvenini PLATFORM okurları için derledi...



Bir dünya devi böyle doğdu:

Nokia'nın öyküsü...

Cep telefonu günlük hayatımızın ayrılmaz bir parçası olduğundan bu yana Nokia markasını taşıyan cep telefonu kullanmayanlarımızın sayısı herhalde sınırlıdır. Halihazırda başka bir markayı kullananların bile gerekçeleri arasında, "Aslında daha önce kullandığım Nokia'nın şu özellikleri daha iyiydi..." şeklindeki bir neden sayması ender rastladığımız bir durum değildir.

Peki Nokia'yı günlük hayatımızın vazgeçilmez markalarından biri haline getiren ya da kıyaslamalarda kalitenin ölçüsü yapan süreç nasıl gelişti?

Aslında Nokia firması hiçbir zaman iletişim sektörünün dışında değildi. Ama tarihi 1865'lere kadar uzanan firmanın iletişimin en bildik ürünüyle, yani kağıt üretimiyle işe başlamış olması, sözkonusu detay biraz da Nokia'nın bugünkü durumundan uzak zamanlara dayandığı için gündemde olan konular arasında gelmez. Güney Batı Finlandiya'da maden mühendisi Fredrik Idestam tarafından bir orman sanayi işletmesi olarak kurulan ilk firma, Finnish Rubber Works

Ltd'nin katılımıyla sektörel etkinliğini genişleterek kauçuk üretimi ve bu üretimde kullanılan kimyasallarla tıpkı bugün olduğu gibi o dönemde de en ileri teknolojiyi kullanıyordu. Daha sonraki yıllarda fabrikalarda ve evlerde elektirik kullanımının yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte 1912 yılında şirket bünyesinde Finnish Cable Works'ü kuran Nokia telgraf hatları için tel üretimi yapmaya ve hatta 'yeni moda bir telefon aparatını'nın üretimini desteklemeye başladı.

alarak telekomünikasyon ve tüketici elektronik piyasasındaki konumunu güçlendirdi.

1987 yılında, German Standard Elektrik Lorenz'in tüketici elektronik işletmesini ve parça üretim işinin bir kısmını ve Fransız tüketici elektronik şirketi Oceanic şirket bünyeisne katıldı.

Nokia 1987 yılında İsviçreli kablo makine şirketi Maillefer'i de satın aldı. 1980'lerin sonlarında, Nokia, Ericsson'un veri sistemleri bölümünü satın

Kıta Avrupası'na ilk açılımını 1989 yılında, Hollandalı kablo şirketi NKF'yi satın alarak yapan Nokia, 1990'ların başından bu yana, bilgi teknolojisi ve temel sanayi faaliyetlerini ayırarak ana işi olan telekomünikasyon üzerinde yoğunlaşmaya başladı.

Nokia'nın gelişimini izlediğimizde yıllar geçtikçe ilerleyen teknolojinin şirketin de yeni ataklar yapmasını zorunlu kıldığını görebiliriz.

Tabii bu pasif bir gelişme değil aynı zamanda sektöre de öncülük eden bir gelişme olarak ivmesini arttırdı. Finnish Rubber Works Ltd ve Finnish Cable Works'ün ile Nokia'nın mülkiyeti yavaş yavaş birkaç kişinin eline geçti ve son olarak 1967 yılında üç şirket Nokia Corporation olarak birleşti.

Kesin birleşmeden önce 1960'ta Nokia bünyesinde bir elektronik departmanı açıldı ve telekomünikasyon yüzyılına hazırlanan dünyada Nokia iletişim sektöründeki ilk mevzisini aldı.

Nokia 1980'lerin başında İsveç'ten Mobira, Salora, Televa Luxor şirketlerini alarak İskandinavya'daki en büyük bilişim şirketi haline geldi. Kıta Avrupası'na ilk açılımını 1989 yılında, Hollandalı kablo şirketi NKF'yi satın alarak yapan Nokia, 1990'ların başından bu yana, bilgi teknolojisi ve temel sanayi faaliyetlerini ayırarak ana işi olan telekomünikasyon üzerinde yoğunlaşmaya başladı.

Renkli kauçuk üretti

Tasarım Nokia'nın üretim tarihinde hep en önde gelen maddeler arasında yer aldı. Ford'un, "Siyah olduğu sürece istediğiniz renge sahip olabilirsiniz!" düsturunu izlediği dönemde, Nokia parlak renkli kauçuk botlar yapmayı akıl etmişti. Bugün üretilen cep telefonları da aynı yaklaşımla rakip üreticilerin mirengi noktası olarak tasarlanmaktadır. Bunun en iyi örneklerini ise cep telefonlarını bir ge-

Nokia'nın dünya iletişimindeki ilkleri

1969 Nokia, Uluslararası Telgraf ve Telefon Danışma Komitesi Standartları'na (CCITT) uygun dünyanın ilk 30 kanallı transmisyon ekipmanını piyasaya çıkardı.

1981 Nokia'nın araç telefonlarını çıkarmasıyla dünyanın ilk uluslararası hücresel mobil telefon şebekesi NMT İskandinavya'da açıldı.

1982 Avrupa'nın ilk dijital telefon santrali, DX 200 üretildi.

1984 Dünyanın ilk portatif NMT araç telefonu, Nokia Talkman geliştirildi.

1987 NMT şebekesine uygun dünyanın ilk elde taşınır telefonu, Nokia Cityman üretildi.

1988 CCITT standartlarına uyan, Nokia tarafından imal edilmiş dünyanın ilk ISDN Finlandiya'da kullanıma açıldı.

1989 Dünyanın ilk fast-poll 14,400 modemi geliştirildi.

1991 Büyük ölçekli üretime hazır GSM telefonuna sahip ilk üretici. Nokia tarafından sağlanan Radiolinja şebekesini kullanarak, dünyanın ilk gerçek GSM çağrısı gerçekleştirildi.

1992 GSM şebekeleri için dünyanın ilk dijital elde taşınır telefonu Nokia 1011 üretildi.

1993 GSM 1800 standardına dayanan ilk Kişisel İletişim şebekesi, Nokia tarafından tamamlandı. Dünyanın ilk SMSC (Kısa Mesaj Servis Merkezi), Europolitan'ın Nokia şebekesinde ticari kullanıma açıldı.

1994 Çin Halk Cumhuriyeti'nde, ilk resmi GSM çağrısı, Nokia telefonu üzerinde, Nokia tarafından sağlanan Beijing TA4s şebekesi üzerinde gerçekleştirildi.

NOKIA

ce kıyafetlerinin tamamlayıcısı olacak şekilde üretilmesinde ya da eve girerken ışığa ihtiyaç duyulduğunda küçük bir el fenerine dönüşen cep telefonlarında görmek mümkün.

Nokia'nın telekomünikasyon piyasasına girişinin 60'lı yıllara denk gelmesi ayrıca önemliydi. Çünkü 1963'teki telsiz telefonlar ve ardından 1965'te veri modemleri, insanlar daha bu tür kalemleri duymadan çok önce geliştirimişti bile.

1980'lerde, herkes mikro bilgisayarlara geleceğin icadı olarak bakarken, Nokia büyük bir bilgisayar, monitör ve televizyon imalatçısı olarak istisna sayılmazdı. O günlerde Yüksek Tanımlı TV, uydu bağlantıları ve teletekst hizmetleri modaya düşkün ev sahiplerinin hayal gücünü ateşliyordu. Geri planda ise değişikliklerin eli kulağındaydı. Dünyanın ilk uluslararası hücresel mobil telefon şebekesi NMT, 1981 yılında İskandinavya'da hizmete girdi ve bu şebeke için ilk araba telefonlarını Nokia yaptı. Evet, 80'lerin başında 'taşınabilir' telefonlar vardı, ancak bunlar çok büyük ve ağırdı. Nokia, 87 yılında orijinal elle taşınabilir telefonu üretti ve bu tarihten sonra telefonlar, piyasasının gelişimiyle ters orantılı olarak küçülmeye başladı. İnsanların bugün giderek daha çok istedikleri kablodan bağımsız dünyayı oluşturabilmeleri için teknolojik bir devrim ve politik iklimde bir değişiklik gerekliydi. Bunun için de en uygun teknoloji, yüksek kalitede sese ek olarak veri taşıyabilen dijital standart GSM teknolojisiydi. 1987 yılından 1 Temmuz 1991 tarihine kadar Avrupa'da GSM'yi bir standart haline getirmek yerleştirmek politik bir amaç olarak benimsendi. Finlandiya, Nokia ve operatörleri sayesinde bu amaca zamanında ulaşabildi. Politika ve teknoloji, sanayiyi şekillendirmeye devam etti. 80'lerde ve 90'larda rekabeti ve müşteri beklentilerini karşılayan geniş bir yasal düzenleme yapıldı.

Nokia da değişti ve şirket 1992 yılında ana işi dışındaki bütün işlemleri bıraktı. Nokia dijital çağda telekomünikasyon işi üzerinde odaklanırken, daha 90'ların başında çok az insan 'dijitalleşmenin' her şeyi bu kadar değiştirebileceğini hayal ediyordu.

Yakın geleceğin göstergelerine göz atıldığında toplantı odalarının, ofislerin ve evlerin onları kullanan kişileri tanıyıp isteklerini dinleyerek, istediklerini onlara verecek kadar 'akıllı' olmasının beklendiğini görmek çok zor değil. 'Akıllı' mekanların ve aletlerin teknolojisinin üretilmesi gerektiğini görenlerin başında ise Nokia'nın geldiğini görmek herhalde çok zor değil. Daha şimdiden yazılım yatırımlarına ağırlık vermeye başlayan şirket emin adımlarla geleceğin yazıl(ıml)arını tarihe kaydetmeye başladı bile.

Nokia'nın patronu Jorma Ollila:

Microsoft'a karşı da rekabete hazırız

1992'den bu yana Nokia şirketlerinin başında bulunan Yönetim Kurulu Başkanı Jorma Ollila, bu yıl içerisinde değişik platformlarda şirket olarak hedeflerinin donanım ve tüketici elektronik piyasasına girmekten çok yazılım alanında çalışmak olduğunu dile getirdi. Zaten şirket de bunun en önemli sinyallerini Psion şirketinin mobil işletim sistemi şirketi Symbian'daki hisselerini ele geçirdikten sonra buraya yatırım yapacağını açıklayarak vermiş oldu.



foto: nokia

Ollila, Symbian evliliği ile ilgili olarak "Symbian'ın alanında dünyanın bir numarası olduğunu herkes biliyor." açıklamasını yaptı. Bir röportajında da Uluslararası Mobil Telekomünikasyon Standardı'nı (UMTS) önlerindeki en önemli hedeflerden biri olarak gördüklerini belirten Jorma Ollila, mobil iletişim sektörüne iddialı giren Microsoft'a da meydan okuyarak şöyle konuştu. "Gerçi rakipler ortaya çıkmadı ama biz rekabete hazırız. Rakibimiz Microsoft olsa bile."

1996 CeBIT fuarında tanıtımı yapılan, dünyanın ilk hepsi bir arada mobil iletişim aracı, Nokia 9000 geliştirildi.

1997 Standby ve konuşma süreleri için yeni standartlar, kullanıcıların çeşitli durumlara göre telefon ayarlarını ayarlamalarına imkan veren ses kalitesi ve tamamen yeni profil belirleme fonksiyonu gibi, bir dizi sanayi ilklerine sahip Nokia 6100 serisi geliştirildi.

1998 Nokia 5100 serisi, dünyanın ilk kullanıcı tarafından değiştirilebilir kapaklara sahip cep telefonları. Dünyanın ilk canlı Yüksek Hızlı Devre Anahtarlamalı Veri (HSCSD) şebekesi

1999 Nokia, kablosuz şebekelerde dünyanın ilk yüksek hızlı veri terminalini çıkardı.

2001 Nokia, mobil mesajlaşmanın gelecek kuşağı için yüksek kapasiteli platformu, sanayinin ilk multimedya mesajlaşma çözümü MMS (Multimedia Messaging Service) Center'ı tanıttı.

2003 Nokia dünyanın ilk cdma2000 1xEV-DV yüksek hızlı paket veri cep telefonu çağrısının Nokia'nın San Diego'daki CDMA ürün geliştirme merkezi'nde gerçekleştirildiğini açıkladı.

Parası olan düdüğü çalıyor

Formula 1 yarışları için Ferrari'nin 2004 bütçesi 500 milyon Euro. Tüm zamanların en pahalı futbol takımı Real Madrid'in ilk 18'inde yer alan futbolcuların piyasa fiyatı 500 milyon Euro. Beşiktaş'ı Şampiyonlar Ligi'nden eleyen Chelsea için Rus patron 400 milyon Euro harcadı.

Zeynep Kaya



foto: ap

Ferrari, Real Madrid ve Chelsea imajlarını ayakta tutabilmek için yüzlerce milyon Euro'yu tık para basmaya hazır. Çünkü yatırdıklarından daha fazlasını kazanıyorlar.

Beşiktaş ile Chelsea takımları arasında Şampiyonlar Ligi maçının İstanbul'daki terör olayları bahane edilerek Almanya'nın Gelsenkirchen kentine alınması Almanya'daki Türkleri çok sevindirmişti. Geçen sezonun şampiyon takımı Almanya'daki Türklerin ayaklarına kadar geliyordu. Hele Beşiktaş'ın Chelsea'yi deplasmanda 2-0 gibi net yenmesi umutları daha da artırıyordu. Schalke 04'e ait Arena Stadı'nı dolduran 60 bin Türk, "Bu atmosferde bu maçı alırız." Diyordu. Ancak küçük bir ayrıntı unutuldu. Beşiktaş'ın mücadele edeceği Chelsea takımı için Rus petrol milyarderi Roman Abramovich 400 milyon Euro harcamıştı. David Beckham'ı İngiltere'ye geri getirmeyi kafaya koyan Abramovich, Real Madrid'in istediği 200 milyon Euro bonservisi ciddi ciddi ödemenin hesaplarını yapıyor. Abramovich, "Bu çılgınlığı neden yapıyorsun?" diyenlere, "Daha fazla kazanacağım için."cevabını veriyor.

Real Madrid'de yedek kalan 5 futbolcu için 200 milyon Euro'ya yakın parayı harcamakta bir mahsur görmedi. Ve Beşiktaş Avrupa'nın en pahalı ikinci takımı Chelsea'ye elendi.

Türk futbolunda son 10 yıldır yaşanan olumlu gelişmeler bu spor dalına gönül vermiş Türkleri çok sevindiriyor. 1970 ve 80'li yıllarda Avrupa Futbolu karşısında ezilen Türkiye, Galatasaray'ın UEFA Kupası'nı alması ve Türkiye'nin 2002'de Dünya üçüncüsü olmasıyla biraz olsun kendine geldi. Ancak bu iki önemli başarıya rağmen "para gerçeği" Türkiye'nin önünde aşılması zor bir dağ gibi duruyor.

Son 10 yılda Şampiyonlar Ligi maçlarından kasasına 48 milyon Euro net para giren Galatasaray, UEFA Kupası'nı kazanmasının hemen ardından aylarca bazı futbolcularının alacaklarını ödeyemedi. Bu yüzden takıma küsen isimler başarılı 11'in dağılmasına neden oldu. Oysa tam o günlerde Almanya'nın Bayern Münih takımı futboldaki başarısını pazarlamanın hesapları için çalışmalarını artırdı. Almanya'da futbol konuşulduğunda Bayern Münih ve diğerleri gerçeğini oluşturan Bavyera ekibinin, 2003 rakamlarına göre kasasına reklamlardan ve sponsorlardan giren para tam 180 milyon Euro.

Bayern Münih menajeri Uli Hoeness, "Kasamızda 50 milyon Euro kuru para hazır olmadan, sezona başlamayız."diyerek rakiplerine göz dağı vere vere Bavyera ekibini maça çıkmadan 1-0 galip ilan ediyor.

Paraya sahip olmanın sefasını süren en başarılı kulüp ise Real Madrid. İlk 11'deki 6 futbolcusunun toplam değeri 300 milyon Euro'yu bulan Real Madrid, "Şayet yeni bir Ronaldo yada Zinade varsa, 100 milyon Euro'yu çıkarır sayarım."demekten çekinmiyor.

60 milyonluk Beckham'ın parasının yarısını forma satışlarından çıkaran Real Madrid'de, Raul, Ronaldo, Zidane, Ro-

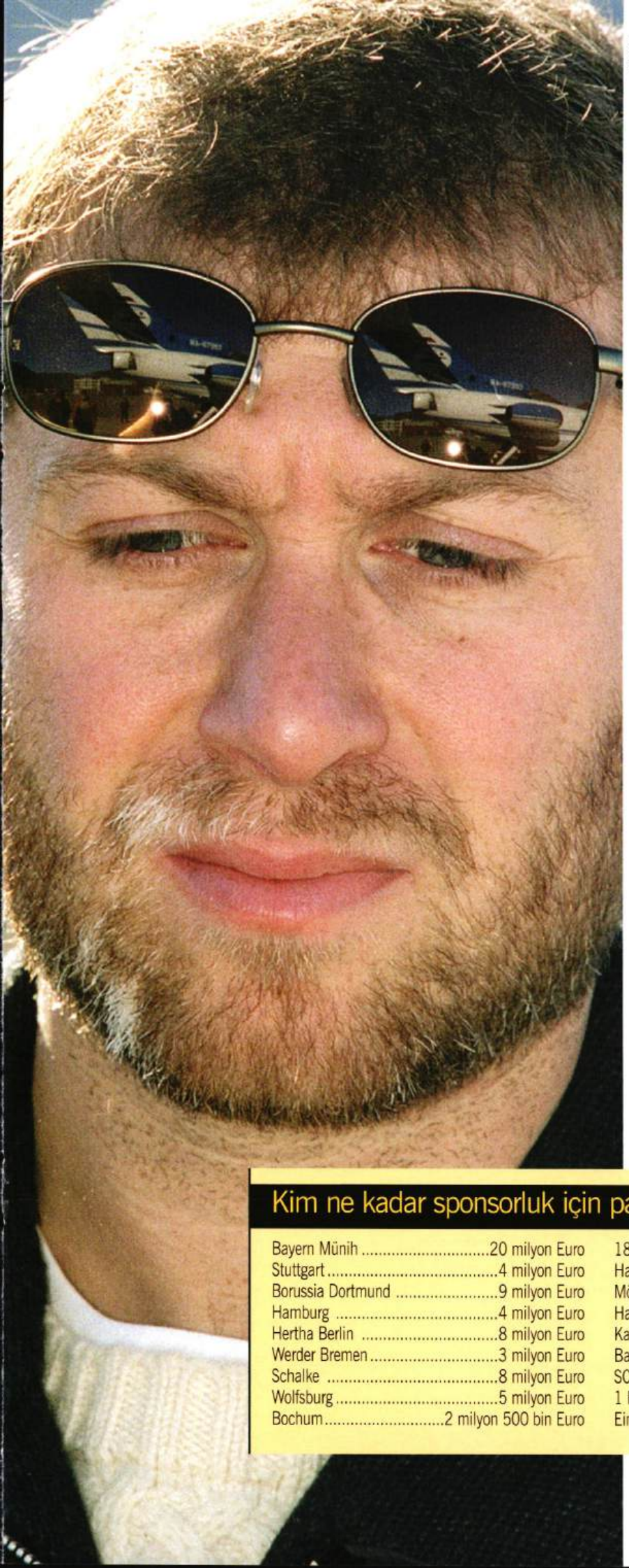


foto: ap

Rus milyoner Abramovich

David Beckham'ı İngiltere'ye geri getirmeyi kafaya koyan Abramovich, Real Madrid'in istediği 200 milyon Euro bonservisi ciddi ciddi ödemenin hesaplarını yapıyor. Abramovich, "Bu çılgınlığı neden yapıyorsun?" diyenlere, "Daha fazla kazanacağım için."cevabını veriyor.

berto Carlos ve Beckham'ın 2004 rakamlarına göre piyasa değeri 300 milyon Euro. Paranın su gibi aktığı spor dallarından biri de Formula 1 yarışları. Daha güçlü motorlar üretip, birbirlerini dünyanın çeşitli köşelerindeki pistlerinde ezmeye kalkışan, Ferrari, Mercedes, BMW ve Toyota gibi markalar ekipleri için yüz milyonlarca Euro'yu kenara ayırıyorlar.

Sezonun ilk iki yarışını kazanıp, üçüncünün de favorisi gösterilen Ferrari, Michael Schumacher ve arkadaşlarının başarısı için 500 milyon Euro'luk bütçe ayırdı. Formula 1 yarışlarında her sürücüsü için en az iki aracını hazır bekletmesi gereken otomobil markaları başarının elini cebe atmaktan geçtiğini biliyor. Formula 1 yarışında viraja hızlı girip, kaza yapan, yada aracını zorlayıp motoru yakan bir sürücü anında 8 milyon Euro'yu çöpe atıyor. Türkiye Süper Ligi'nde 2003-2004 sezonunda son viraja girilirken Fenerbahçe rakibi Beşiktaş'a göre avantajlı görünüyor. Fenerbahçe'nin toparlanmasında en önemli unsur evindeki maçlarda Şükrü Saraçoğlu'nu dolduran 50 bin taraftar. Ancak bu potansiyel iyi değerlendirilmez ise Fenerbahçe borçlardan belini doğrultamaz. Şampiyonlar Ligi'nde çeyrek final oynamak isteyen Fenerbahçe, Beşiktaş yada Galatasaray'ın unutmaması gereken bir gerçek var. Avrupa'da en az 10 futbol takımının yıllık reklam ve seyirci geliri 100 milyon Euro'ya yaklaşıyor.

Kim ne kadar sponsorluk için para alıyor?

Bayern Münih	20 milyon Euro	1860 Münih	3 milyon Euro
Stuttgart	4 milyon Euro	Hannover 96	2 milyon 500 bin Euro
Borussia Dortmund	9 milyon Euro	Mönchengladbach	3 milyon 500 bin Euro
Hamburg	4 milyon Euro	Hansa Rostock	2 milyon 300 bin Euro
Hertha Berlin	8 milyon Euro	Kaiserslautern	4 milyon 500 bin Euro
Werder Bremen	3 milyon Euro	Bayer Leverkusen	8 milyon Euro
Schalke	8 milyon Euro	SC Freiburg	1 milyon 500 bin Euro
Wolfsburg	5 milyon Euro	1 FC Köln	2 milyon Euro
Bochum	2 milyon 500 bin Euro	Eintracht Frankfurt	3 milyon Euro



Dede Efendi'nin Alman torunu

Bu hikaye sıradışı bir hikaye... İlk dinlediği andan itibaren Klasik Türk Müziği'ne hayran olan ve büyük bir özveriyle bu tutkusunu Türkçe öğrenmeyle pekiştiren

Wolfgang Schneider

adlı bir Alman müzisyenin Dede Efendi'den Cemal Reşit Rey'e kadar uzanan ilginç serüvenini sizler için derledik.


foto: iklim

Röportaj
Duygu Külahçı

O'nun ilginç bir öyküsü var...

Müziğe olan tutkusunu, Türk Klasik Sanat Müziği'ni keşfettikten sonra Dede Efendi ve Cemal Reşit Rey ile zenginleştiren Wolfgang Schneider'in öyküsü aslında hepimize amaçlar uğruna nelerin yapılabileceği konusunda fikir veriyor...

8 yaşında müziğe başladığını belirten Schneider, o gün bugündür kopamadığı bu sihirli dünyanın sırlarını Platform'la paylaştı. Piyanistliğinin yanısıra, müzik öğretmeni olarak da çalışan Schneider, küçük yaşta müzikle uğraşmayı "macera" diye niteleyecek kadar müziğe tutkun biri.

Yüreğini evrensel müziğin sonsuz dünyasına açan Wolfgang Schneider'le sizler için görüştük...

Küçük çocuklara müzik öğretmenleiği yapmak nasıl bir duygu senin için...

Ben çok seviyorum, 4 ya da 5 yaşındaki çocuklarla müzik çalışmayı. Onların müziği yaşamaları, keşfetmeleri beni çok sevindiriyor. Çocukların hiç tanımadığım taraflarını görüyorum böylelikle...

Boş bir sürahiyi doldurur gibi hissediyor musun kendini?

Yok pek değil. Her çocuk müziğe başka türde yaklaşıyor. Sen onu gözetebiliyorsun. Bu müthiş bir macera. Öte yandan yetişkin öğrenciler de var. Mesela müziği çok seven 50 yaşında bir öğrencim var. Onun için müzik tabi ki, biraz daha zor geliyor. Ama yine müzik onun için de bir macera...

Peki sendeki bu Türk Müziği sevgisi nereden geldi veya kim aşıladı? Bir Alman olarak egzotik gelmiyor mu sana?

Yok hayır. Ben egzotik olarak değerlendirmiyorum. Türkiye'de iki türk müzik var. Birisi geleneksel Sanat Müziği, öteki 20. yüzyılda ortaya çıkmış olan Batı tekniği ile yapılmış, yazılmış olan müzik. Geleneksel müziğe, alaturka müzik de deniyor. Geleneksel Türk Müziği'ne karşı büyük bir sevgim var. Bu sevgiden dolayı Türkçe öğrendim. Bu müziğe hayran oldum. Dinledikten sona içeriğini öğrenmek istedim ve böylece Türkçe'ye başladım. Ama benim eserlerini çaldığım Türk besteciler bence Avrupa genelinde mevcut olan bir dalganın bir parçası. Zaten onların Avrupa'daki çağdaş düşünceleri hep ilgimi çekmişti. Mesela Rusya'da ve Fransa'dan da ilgimi çeken müzisyenler var. Türkiye'ye ve Türk Müziği'ne ilgi duymaya başladığım vakit, Türk besteciler bana çok yakın geldi. Hiç egzotik, yani yabancı gelmedi.

Geleneksel müziğe, alaturka müzik de deniyor. Geleneksel Türk Müziği'ne karşı büyük bir sevgim var. Bu sevgiden dolayı Türkçe öğrendim. Bu müziğe hayran oldum.

Müziği bırakmak istediğin dönemler oldu mu?

Yani çocukluk yıllarında veya zor geldiği dönemlerde oldu. Aslında müzisyenler arasında zorluklar pek konuşulmaz. Siz de piyanistlerin özgeçmişlerini okuduğunuz da, hep başarılı bir tablo görürsünüz... Halbuki hayat böyle değil. Hep inişli çıkışlıdır... Eğer hayatımızda bir kriz yaşıyorsanız, tabii ki, bunu müziğe de yansıtıyorsunuz. Müziği bırakmayı ise asla düşünmedim... Asla...

İlk kez Türk Müziği'ne nerede dinledin? Ve o an dinler dinlemez beğendin mi? Yoksa sendeki bu ilginin oluşmasının bir süreci var mı?

Şimdi doğrusunu söylemek gerekirse, daha önce bir ülkeye giderseniz, bu tür müziği ayırt edemiyorsunuz. Sadece genel bir ses algılıyorsunuz. Genel bir karakter, bir renk algılıyorsunuz sadece. Türkiye'ye ilk gittiğimde işte bu sesin içimde birşeyin canlandırdığını farkettim. Ve ondan sonra müzik CD'leri aldım ve geleneksel Türk Müziği'yle tanıştım. Ondan sonra da dil olayı gündeme geldi tabii ki.

Önce müzik, ardından Türkçe mi geldi yani?



foto: iklim

Müziğe bir ürün gibi bakmak, sadece Türkiye'ye has bir şey değil. Yani biz de buna benzer bir durum var. Bilemiyorum ama, müzik için terbiye lazım.

Evet. O dönem konservatuarda imtihanlarım vardı. Oldukça büyük bir stres içindeydim. Türk Müziği beni o dönem çok rahatlattı. Başka bir dünyaya girdim. O dönem provalardan eve döndüğüm zaman, elime Türkçe gramer kitabı alıp dinleniyordum. Çok iligim vardı. Türk Edebiyatı ile de ilgileniyordum. Mesela Cem Behar'ı çok okudum.

O zaman müzik tekniğiyle, Osmanlı Müziği'yle o sayede daha derinden tanışma imkanı buldum.

Türk Sanat Müziği çok ifadeli, manalı bir müzik. Osmanlığı Müziği'nde çoğu zaman yoğun bir ifade görüyorum.

Türk Milleti son yıllarda pop ve fantazi müziğin dışında, pek bir yöne yönelmiyor. Yani hep aynı tarz dinleniyor. Türk Sanat Müziği veya Batı Klasik Müziği sadece TRT'de yayınlanıyor. Onlar da olmasa belki hiç dinleyemeyeceğiz. Bunun sebebi sence ne olabilir?

Müziğe bir ürün gibi bakmak, sadece Türkiye'ye has bir şey değil. Yani biz de de korkunç bir şekilde buna benzer bir realite var.

Bilemiyorum ama, müzik için terbiye lazım. Sabır lazım ve çocukların ilgilerini uyandırmak lazım. Sadece Türkiye için bu geçerli değil. Bütün dünya için geçerli bence... Müzikte yozlaşmanın önüne geçmek için bu gerekli...

Şunu farkettim. Mesela resim sanatını ele alın. İnsanlar sergiye gidiyor. İzleyip yorum yapıyorlar.

Ama müzik için pek rastlanmıyor, daha çok müzik "bana huzur versin" düşüncesiyle dinleniyor. Halbuki müziğe merak ederek, irdeleyerek bakmak lazım. Bir merak uyandırmak ve bunu korumak lazım diye düşünüyorum.

foto: iklim



Tarık Çelen 1969 yılında Tekirdağ'da doğdu. İlk, orta ve lise eğitimini Türkiye'de tamamladı.
Dil eğitimi almak ve yüksek öğrenim için yurtdışına gitti.

Biz aksırsak, müşteri nezle olur

O genç kuşak yöneticilerden biri... Global-Line Tours GmbH'nın kısa sürede yakaladığı büyük başarıyı ve sektörde yerini sağlamlaştırma gayretlerini anlatan

Tarık Şevki Çelen

firma-müşteri ilişkilerinin önemi ve mahiyeti konusunda çarpıcı değerlendirmelerde bulundu.

Çok kısa bir süre önce kurulmasına karşın, büyük bir gelişme grafiği gösteren Global-Line Tours GmbH'nın genç ve dinamik yöneticisi Tarık Şevki Çelen, turizm sektöründeki en önemli sorunun "güven" kazanmak olduğunu dile getirdi. Çelen, amaçlarının sektörde daha da ileri noktalara ulaşmak olduğunu kaydederek, "Yüzde 100'lük bir müşteri memnuniyeti hemen hemen imkansız. Ancak bizim firma olarak hedefimiz bu noktya en yakın mesafeye ulaşmak." dedi.

Tarık Çelen'in Platform ekibinin sorularına verdiği yanıtlar şöyle:

Global-Line Tours'un kuruluş hedefleri konusunda bize bilgi verir misiniz?

Firmamazın kuruluş gayesi ve hedefi öncelikle güvenli ve kaliteli hizmet vermedir. Bunu bir müşteri mantığına değil, bize güvenen ve bizimle yola çıkan kişilere imkanlar dahilinde verebileceğimiz en güzel hizmeti sunmak amacıyla yola çıktık. Ancak elbette, her ticari faaliyet maddi bir takım beklentiler için yapılır. İşletmecilik noktasından yaklaşacak olursak,

foto: iklim



İşletme noktasında, müşteri memnuniyeti her zaman için kazanç demektir. Müşteriden para kazanmaktan ziyade, müşteriden müşteri kazanmayı tercih ederiz.

para kazanma gibi bir hedef için yola çıktık. Ancak bu yolda farklı bir hizmet anlayışı planladık. İlk başladığımızda sadece Türkiye ile çalışmalarımız vardı, şimdi ise bu olay Türkiye-Almanya sınırlarını aştı. Kendimize çizdiğimiz hedefi biraz daha genişletmek zorunda kaldık. Bugün sektördeki ciddi, güvenilir, her projesinde başarıya ulaşmış ve kurumsal kimliği olan bir şirket haline geldik. Bunlar çok kısa bir zaman diliminde gerçekleştiği için, küçümsenecek bir ilerleme değildir.

Turizm sektörü bölgesel gelişmelere ve olaylara paralel olarak dalgalama eğiliminde olan bir sektör. Bu sektörde Almanya'daki Türkler olarak bizlerin payı da oldukça büyüdü. Şirketinizin bu büyük pastadan beklentisi neydi? Beklentilerinize ulaşabildiniz mi?

Turizm sektörü dünyanın en nazlı işidir. Siz aksırsanız, müşteri nezle olur. Maalesef bu sektör böyle. Bu işe girenin ne gecesi, ne gündüzü, ne hastalığı ne de sağlığı olur. İstanbul gezileriyle başladı bizim programlarımız. İstanbul'un tarihi ve turistik yerlerine düzenlediğimiz gezilerin iyi bir başlangıç olduğunu düşünüyorum.

Şehir şehir düzenlediğimiz "Adım Adım Türkiye" turları, müşterilerimiz tarafından büyük ilgi gördü. İstanbul'da hepimizi üzen terör olaylarının arkasından tabii ki, turizm sektörü çok büyük yara aldı. Biz aynı gün 750 kişilik bir grupla İstanbul gezisi düzenledik. Bu müşterinizin size güvenini gösterir ki, çok önemlidir.

Profesyonel anlamda, müşteri firma diyaloğu bu açıdan son derece önemlidir bence. Zira siz, müşterilerinize netice itibariyle vaadlerde bulunuyorsunuz. Bu vaadlerinizin gerçekleşmesi, size olan güveni artıracak en önemli araçlardır.

Siz çok yönlü hizmet veriyorsunuz. Lisan turizmi, eğitim turizmi, sağlık turizmi, inanç turizmi konularda faalsiniz.

Kültür turizmi, eğitim turizmi, sağlık turizmi gibi konularda çalışan firma sayısı oldukça sınırlı. Biz fuar organizasyonları ve iş gezileri de düzenliyoruz.

Özellikle Türkiye'deki işadamlarımızın Avrupa pazarlarına açılması açısından son derece önemli olan fuar organizasyonları ve fuar gezileri, ekonomik açıdan büyük öneme sahip. İşadamlarımız, özellikle de yeni kuşak işadamlarımız, bunun bilincindeler ve uluslararası bazdaki bütün fuarları, seminerleri, konferansları kaçırmamaya büyük gayret gösteriyorlar.

İnanç turizmi konusunda ise 2 yıldır çalışmalar yapıyoruz. Belli bir ilerleme kaydettik. Her dalda uzmanlık gerektiren konular var. Uzmanlık, profesyonel düşünce başarıyı getirir. Bu nedenle, personel bizim için çok önemli. İşinin uzmanı, genç, dinamik bir personelle, çok kısa zamanda büyük başarılar elde edilebilir. Tabi burda vizyon da çok önemli...

Müşterileri memnuniyetinin yüzde 100 gibi rakamlara ulaşmasının neredeyse imkansız noktasında olduğunun bilincindeyiz. Ancak çıtayı sürekli yükseltmek ve müşteri memnuniyetini en yüksek seviyede tutmak için altyapı çalışmalarına



ca, İngilizce, Türkçe, Rusça, Arapça dil eğitimi alacak gençlere güvenilir şirketlerle anlaşarak, istek ve bütçelerine göre yönlendirme yapıyoruz. Yeni Zellanda'dan, Kanada'ya, Mısır'dan Rusya'ya uzanan bir çalışma alanımız var. Buradaki hedef kitle sadece Türk insanı değil. Global anlamda bir çalışma bu. Her ülke vatandaşına dil öğrenme konusunda yardımcı oluyoruz.

Gemi turizmi konusunda bazı çalışmalarınız var sanırım.

Bu konu bildiğiniz gibi Avrupa'da yaşayan Türklerin en çok muzdarip olduğu konulardan biri olarak süregeldi. Bu yıl gemiyle yolculuk konusunda müşterilerimize çok güzel bir ortam hazırladık. Bu yıl Birindisi-Çeşme hattını kullanacağız. Gemideki hizmet düşüncemiz yolcu-şirket ilişkisi değil. Yolcumuzu misafir olarak görüyor, en ufak bir kusur göstermeyi dahi kabullenemiyoruz. Bu sektörde 30 yıllık geçmişi ve tecrübesi olan KAPTAN ZAMAN'la çalışacağız. Gemi sektörüne "Herşey müşteri memnuniyeti" için sloga-

Uzmanlık, profesyonel düşünce başarıyı getirir. Bu nedenle ekip bizim için çok önemli. İşinin uzmanı, genç, dinamik bir ekiple çok kısa zamanda büyük başarılar elde edilebilir.

büyük önem veriyoruz. Ekibleşme bu noktada çok önemli.

Hac turizmi konusunda büyük ilerleme kaydettiniz sanıyorum. Geldiğiniz nokta konsunda bilgi verir misiniz?

Hac ve Umre organizasyonları gerçekten zor bir konu. Çok sık değişen bir sistemi sahip olunması çileden çıkarıyor insanı. Vize işlemlerinde olsunnn diğer yol problemleri olsun, çok geniş ve karışık bir prosedüre sahip. Ancak şunu da özellikle belirtmek istiyorum ki, bazı vatandaşlarımızın düşündüğü gibi illa bir cemiyete kayıt olunup Hacca gidilir diye birşey yok. Vatandaşlarımızın çoğu bu konuyu böyle zannediyor. Öyle bir mecburiyet yoktur. İmkanı olan kimse, her an dini vecibesini yerine getirebilir. Bunun için illa bir cemiyete üye olma zorunluluğu yoktur.

Öğrendiğim kadarıyla dil eğitimi konusunda bir takım organizasyon çalışmaları yapıyorsunuz?

Biz sadece Almanya'ya öğrenci getirmiyoruz. 26 ülkeyle çalışıyoruz. Almanyla çıktık. 3 yıldızlı her türlü konfora sahip olan gemimizin dar bütçeli müşterilerimiz için uygun olması en önemli ayrıcalığımız. Çocuklara, gençlere, ailelere, herkesin seveceği ve beğeneceği, kısacası bir tatil köyünde bulunabilecek her ayrıntıyı gemiye taşıdık. Kütüphanesinden çocuk odasına varıncaya kadar herşey mevcut.

Müşterilerinize ne vaad ediyorsunuz. Diğerlerinden farkınız nedir?

Biz müşterilerimize herşeyden önce hizmet vaadediyoruz. Bizim için müşteri yok, misafir var. Misafirlerimize ev sahipliği yapmaya çalışıyoruz. Misafire karşı duyulan sorumluluk, kültürümüzün de önemli bir parçasıdır. İşletme noktasında, müşteri memnuniyeti her zaman için kazanç demektir. Müşteriden para kazanmaktan ziyade, müşteriden müşteri kazanmayı tercih ederiz. Bizler bu felsefe çerçevesinde düşünüyor ve müşterilerimizin bizi tavsiye etmesinden, yeni müşteriler yönlendirmesinden büyük mutluluk ve keyif alıyoruz.

foto: iklim

5 ayrı projeyi Avrupa'ya taşıdı

Erdal İrfan, bugünlerde 4. kitabı çıkacak olan bir şairimiz. Aynı zamanda TV Avrupa'nın kurucularından olan

Erdal İrfan

Avrupa'ya kazandırdığı 5 ayrı proje hakkında da bilgi verdi.



Gazetecilik ve parti kuruculuğu geçmişinin ardından, Avrupalı Türklere yönelik yayın yapan TV Avrupa'nın yayına geçmesinde öncülük yapan Erdal İrfan, arkdaşımız **Alev Özdemir**'e hedeflerini anlattı.



Avrupa'da yaşayan Türklerin kendi kanallarının olması adına yola çıkan ve projenin mimarlığını yapan TV Avrupa Genel Müdürü Erdal İrfan, Platform okurlarına, kuruluş amaçlarını ve hedeflerini anlattı.

Erdal Bey, öncelikle sizi tanımak isteriz..

Çorum doğumluyum. Doğum tarihimi sakın sormayın. Üniversiteden sonra Ankara'da Parlamento Muhabiri olarak çalıştım. Hayatımın en önemli mesleki tecrübelerini rahmetli Uğur Mumcu'dan öğrendim. 89 yılında yurtdışına geldim. 90-95 yılları arası gazeteclik yaşamımı Milliyet'te sürdürdüm. 95'te ilk özel kanal olan Euro-Show'u getirdik. 96'da şifreli kanal Cine 5'i Avrupa'ya getirdik. 97 yılında da Show Pay'i Avrupa'ya taşıdım. Daha sonra aynı yıl Türkiye'de Barış Partisi'nin kuruluşunda yeraldım. 2001'de televizyonlarda ilk Tele Shop'un satışlarını başlattım. Kısacası Almanya'da 5 ayrı projeye imza attım.

TV Avrupa adlı bir kanal kurdunuz. Bu kanalın fikir mimarı sizsi-



foto: iklim

Bizim arkamızda, bankamız, holdingimiz yok. Ama halkımız var. Halkımızın ihtiyaçlarını saptadık. Onlara doğru, yerinde hizmetler sunuyoruz. Bu da çok büyük bir kabul gördü.

niz. Bu fikir nasıl oluştu ve nasıl gelişti?

Bir gazetecinin görevi halkın eksikliklerini halkın taleplerini görmektir. Bende Avrupa'da yaşayan Türklerin kendi kanallarının olmadığını gördüm. Bunun eksikliğini hissettim. Avrupa'da 4 milyon civarında Türk kökenli göçmen yaşamakta. Bunlar hala Türkiye'deki yayın yapan kanalların yayınlarını izliyorlar. Oysa burada yaşayan Türklerimiz Avrupa sağlık, hukuk, eğitim kanunlarına göre yaşıyorlar. Dolayısı ile buradaki gelişmelerden haberdar edilmeleri lazım ve buradaki insanların sorunları nelerdir, çözümleri nelerdir bunların ele alınması gerekiyor. Biz bu gereksinime cevap veriyoruz.

Bunun yanısıra burada yaşayan vatandaşlarımızın türkülerimize karşı yoğun ilgilerinin de farkındayız. Deyişlerimizi, semahlarımızı türkülerimizi vatandaşlarımızın bol bol dinleyebildikleri bir belki de tek kanalız. Hedef kitlemiz Avrupalı Türklerdi. Ama Türkiye'deki uydu üzerinden de çok yoğun bir şekilde izleniyoruz. Bu da bizi ayrıca çok mutlu ediyor.

Hedefleriniz neler?

Önce Avrupa'daki tüm Türkleri kucaklayabilmek, daha sonra da, kopamadığımız ve kopmayı da hiç düşünmediğimiz Türkiye'de en çok izlenen kanallar arasına girebilmek...

Burda ve Türkiye'de çok ciddi anlamda izlendiğimizi biliyoruz.

Özel televizyonların besin kaynağı, bel kemiği şüphesiz reklamlardır. Bu kadar çok özel televizyon varken, böyle bir girişimde bulunmak ve pastadan pay kapmak cesaret ister. Bu cesareti nereden aldınız?

Bizim arkamızda bankamız, holdingimiz yok. Ama halkımız var. Halkımızın ihtiyaçlarını saptadık. Onlara doğru, yerinde hizmetler sunuyoruz. Bu da çok büyük bir kabul gördü. Buradaki iş adamlarımızın, esnaflarımızın verdikleri verecekleri reklamlar onlara hizmet olarak geri dönüyor.

Ne zamandan beri yayına başladınız, yayın ilkeleriniz nelerdir?

10 Ocak 2004'ten itibaren yayına başladık. Yayın ilkelerimiz dürüstlük, şeffaflık ve kimsenin özeline, mahremine kamera açmamaktır. Şiddet sahnelerine yer vermemek, ekran kirliliğinden uzak, bir yayın politikamız var. Ve RTÜK kuralları çerçevesinde yayın yapıyoruz.

Siz çok yönlü bir insansınız bildiğimiz kadarıyla... Gazeteciliğinizin, televizyonculuğunuzun ve siyasi kimliğinizin yanısıra şiir de yazıyorsunuz. 4. kitabınızın çıkacağı duyumlarını aldık. Size iş hayatınızda şiir dünyanızda başarılar diliyoruz.

Teşekkür ediyor, başarılarınızın devamını diliyorum.

Erdal İrfan'dan bir şiir

Gecenin kirpikleri

Kalleş ve hayın gecelerin
Yalnızlığıma dokunduğu zaman
Düşler asarım yıllardır
gecenin kirpiklerine
özlemlerimi
güneşe sererek
her gece
sabahın kanadında
bir bulut bulmayı umarak
onca düşün ağırlığına
dayanamayıp dökülen
döküldükçe çirkinleşip
soysuzlaşan
gecenin kirpiklerine
inatla neden asardım
düşlerimi?



Evinizi aratmayacak...



Lezzet, konfor birarada

Hotel Aron'a ilk adımınızı atar atmaz büyüleyici atmosferi, seçkin ortamı ve kendine özgü dünyası sizi sarar. İçten, saygılı, sımsıcak bir konukseverlik, kusursuz bir konfor, sınırsız olanaklar ve doyumsuz tat'lar sunan Restaurantı size evinizi aratmayacak...

Hotel Aron

Bunsenstr. 3 • 64347 Griesheim
Tel: 06155 / 70 030 • Fax: 06155 / 76 895
www.HotelAron.de
info@HotelAron.de



Ich'inizin AG'ası olun

Almanya'da günden güne artan işsizlik, "Ich AG"ye gösterilen ilgiyi artırdı. Arkadaşımız **Selim Serdar İz**, sizler için Ich AG hakkında geniş bir dosya hazırladı...



Alman ekonomisinin dar bir boğazdan geçtiği hepimiz tarafından bilinen bir gerçek. Hartz Komisyonu tarafından hazırlanan ve 1 Ocak 2003 tarihinde yürürlüğe girerek, işsizlere kendi işyerlerini açmayı özendiren „Ich AG" programı işsizler için yeni bir „umut kapısı" oldu.

Kendi işyerlerini kurmak isteyen işsizlere 1986 yılından beri „geçiş dönemi parası" (Überbrückungsgeld) veriliyordu. Federal Çalışma Acentası (Bundesagentur für die Arbeit) tarafından desteklenen geçiş dönemi parası uygulamasından yararlananların sayısı 2002 yılında 100 bini aştı. İşsiz sayısının 4,5 milyonu bulduğu Almanya'da, bu kez Ich AG adı altındaki maddi destek programıyla işsizlere hem kendi işyerlerini kurmaları özendiriliyor, hem de ülkedeki işsiz sayısının azaltılması amaçlanıyor.

Geçiş dönemi parası uygulamasından faydalanmak isteyenlerden kuracakları işyerinin geleceği hakkında Sanayi ve Ticaret Odası'ndan (IHK), bir bankadan veya bir vergi uzmanından olumlu rapor getirmesi isteniyor. Alınan veya alınacak işsizlik parası düzeyinde olan geçiş dönemi parası uygulaması 6 ay sürüyor ve

İşletme noktasında, müşteri memnuniyeti her zaman için kazanç demektir. Müşteriden para kazanmaktan ziyade, müşteriden müşteri kazanmayı tercih ederiz.

sosyal sigorta şartı aranmıyor.

Görüldüğü gibi, „Geçiş dönemi parası" uygulamasında yer alan, kurulacak yeni işyeri hakkında Sanayi ve Ticaret Odası'ndan (IHK), bir bankadan veya bir vergi uzmanından olumlu rapor getirme şartı, Ich AG programında bulunmuyor.

Ich AG programının süresi ve maddi destek miktarı

İşsizlere yeni işyeri açmalarını özendiren bu program 3 yıl sürüyor ve yapılan maddi destek, alınan işsizlik parası veya yardımının yüksekliğine göre değil, ilk yıl ayda 600 Euro, ikinci yıl ayda 360 Euro ve üçüncü yıl ise ayda 240 Euro olarak gerçekleştiriliyor.

Süregelen işsizliğe son vermek veya doğabilecek işsizliği önlemek amacıyla 1 Ocak 2003'de hayata geçirilen Ich AG programında kişilerin kendi işyerlerini açmaları ve burada haftada en az 15 saat çalışmaları gerekiyor. Burada kişinin söz konusu işte gerçekten haftada en az 15 saat çalışması isteniyor ve çalışma acentası tarafından kişinin söz konusu yeni işyerinde çalışıp çalışmadığı kontrol ediliyor.

Yıllık gelir sınırı 25 bin Euro

Ich AG programından faydalananların yıllık gelirlerinin 25 bin Euro'yu aşmaması gerekiyor. Kurdukları yeni işyerinin yanısıra başka bir ek iş yapmalarına da izin verilirken, yıl sonunda her işten elde edilen gelirler toplanıyor. Yıllık toplam gelirin 25 bin Euro'yu aşması halinde Ich AG programı kapsamında verilen maddi destek kesiliyor. Birinci yıl sonunda yapılan hesaplar sonucu toplam gelir 25 bin Euro'yu aşmamışsa, ikinci yılın tahmini gelir hesapları örneğin ilk yılın gelir veya zarar hesabına dayanılarak veriliyor.

Eğer program süresi olan 3 yıl içinde elde edilen yıllık gelir 25 bin Euro'yu aşarsa yardım kesiliyor, fakat yapılan maddi yardımlar geri istenmiyor.

Nasıl ve nereye müracaat edilecek?

Ich AG programında öngörülen şartları yerine getiren ve bu programdan faydalanmak isteyenler Ticaret Dairesi'nden (Gewerbeamt) alacakları bir „İşletme Kaydı" (Gewerbeanmeldung) ile bulundukları bölgedeki Çalışma Acentası'na yazılı bir dilekçeyle başvuracaklar. Çalışma Acentası'ndan ilk yıl için alınacak müsaade sonrasında diğer iki yıl için de her yıl yeni bir dilekçe verilecek.

Ya işler yürümezse?

Yeni umutlarla kurulan işyerinde işler iyi gitmez ve bundan vazgeçmek istenirse, durum en kısa zamanda Çalışma Acentası'na bildirilecek.

İşsizlik sigortasına etkileri

Yasaya göre; Ich AG programına katılanların işsizliği sona eriyor. Maddi destek alarak kendi işyerlerini açtıklarından işsizlik sigortası (Arbeitslosenversicherung) yaptırma şartı aranmıyor. Fakat program çerçevesindeki işin dışında başka bir ek iş yapılması halinde işsizlik sigortası şartı getiriliyor.

Kullanılmamış işsizlik parası alma hakkı, bu hakkın başladığı tarihten itiberen 4 yıl, işsizlik yardımı parası alma hakkı da bu yardımın en son alındığı tarihten sonra 3 yıl boyunca saklı tutuluyor.

Hastalık ve bakım sigortasına etkileri

Bu programda yer alanlarda yasal hastalık sigortası yaptırma şartı aranmıyor. Hastalık rizikosuna karşılık ya özel ya da yasal sağlık sigortası kapsamındaki isteğe bağlı olarak hastalık sigortası yaptırılabilir.





Ich AG programından kimler ve nasıl faydalanabilir?

dipnot

Ich AG programından faydalanmak isteyenlerin şu şartları yerine getirmeleri isteniyor:

* En az 4 hafta işsizlik parası (Arbeitslosengeld) almaları veya işsizlik yardımı parası (Arbeitslosenhilfe) ya da geçim parası (Unterhaltsgeld) alıyor olmaları gerekiyor. Belirli bir süre sonra işsiz kalacak olanlar da bu programdan faydalanabiliyor.

* Yeni işyeri kuracak işsizlerin bulundukları bölgedeki Çalışma Acentası'na (Arbeitsagentur) yazılı dilekçe vermeleri gerekiyor.

* Kurulan yeni işyerinde yıllık gelirin 25 bin Euro'yu geçmemesi gerekiyor.

Örneğin söz konusu programda olanlar isteğe bağlı yasal sağlık sigortasında (freiwillige gesetzliche Krankenversicherung) kendi başlarına iş yapan veya geçiş dönemi parası alanlara nazaran daha ucuza sağlık sigortası yaptırabilirler. Hastalık kasalarına göre aylık aidat miktarı 150 – 170 Euro arasında değişiyor.

Özellikle diğer aile fertlerinin de ücretsiz sigortalanmaları şartıyla yasal hastalık sigortalarında yapılan isteğe bağlı sağlık sigortası ucuza geliyor.

Emeklilik sigortasına etkileri

Ich AG programına katılanlar otomatikman yasal emeklilik sigortası kapsamına alınıyor. Sadece ayda 400 Euro'ya kadar kazananlar bunun dışında bırakılıyor. Emeklilik sigortasına aidat ödeme zorunluluğu bulunduğu sürece ödeme yapılıyor.

Fakat kişiye tam veya yarım aidat ya da gelire göre aidat ödeme olmak üzere iki seçenek sunuluyor.

2003 yılında eski eyaletlerde emeklilik sigortasına ödenen tam aidatın miktarı ayda 464,10 Euro olurken, yarım aidatın miktarı da 232,10 Euro olarak gerçekleşti.

Gelire göre emeklilik sigortası aidatı-

nın belirlenmesi için de bir vergi uzmanının tasdikleyeceği gelir miktarının esas alınması gerekiyor. Aidatın 1.4.2003 tarihinden itibaren en az 400 Euro olması kararlaştırıldı.

Vergi ödeme durumu

Yeni işyeri kurmak için alınan maddi yardımlar vergi dışı bırakılırken, elde edilen gelirler normal vergi yasaları kapsamında değerlendiriliyor.

'Ich AG" mi yoksa „Geçiş dönemi parası" mı?

Aynı gruba, yani işsizlere yönelik olan maddi destek programlarından (Ich AG ve Geçiş dönemi parası) aynı anda her ikisinden faydalanılamıyor.

Birbirlerine alternatif olarak sunulan bu maddi yardım programlarından faydalanmak isteyenler iki programdan birini seçmek zorunda kalıyor. Sorun burada başlıyor.

Hangi programın daha faydalı olacağını tesbit etmek için şu dört noktaya dikkat etmek gerekiyor:

1. Alınacak olan işsizlik parasının miktarı
2. Maddi yardımın süresi
3. Sosyal sigortalara ödenecek aidatların miktarı
4. Maddi yardım almak için gerekli işlemler

İşsizlik parasının miktarı

Geçiş dönemi parasının (Überbrückungsgeld) miktarı kişinin alacağı veya en son aldığı işsizlik parası miktarına göre ayarlanıyor.

Bu paranın üzerine sosyal sigortalara ödenecek paralar da eklenerek kişiye 6 ay boyunca ödeme yapılıyor.

Ich AG programında ise 3 yıl boyunca ödenecek aylık maddi yardım miktarları ise ilk yıl 600 Euro, ikinci yıl 360 Euro ve üçüncü yıl da 240 Euro olarak tesbit edilmiş durumda.

Örnek:

Yeni işyeri kurmak için 3 yıl boyunca maddi destek alınacağı kabul edilirse, bu durumda ayda en azından 1.756 Euro işsizlik parası veya yardımı alınacaksa, 6 ay boyunca bu miktarı Geçiş Dönemi Parası olarak almak faydalı olabilir. Böyle bir durum 2002 yılında geçiş dönemi parası alanların ancak yüzde 2'sin-



İş dünyasının stresli ortamında, mücadele etmek ve başarı için çalışmak gerekiyor. Bazen ağırlaşan şartlara karşı dirençli olmak en önemli noktayı oluşturuyor.

foto: dup



Geçiş dönemi parası alacakların tüm rizikolara karşı kendilerini korumaları gerekiyor. Özellikle hastalık sigortası çok önemli.

de görüldü.

Ich AG programında 2 yıl maddi yardım alınacağı düşünülürse aylık geçiş dönemi parasının da en az 1.365 Euro olması gerekir. 2002 yılındaki geçiş dönemi parasının ortalama miktarı sadece 844 Euro olarak gerçekleşti.

Sadece 1 yıl maddi destek alınacağı düşünülürse en az 828 Euro'luk geçiş dönemi parasının daha mantıklı olacağı düşünülebilir.

Maddi yardımın süresi

Örnekte de görüldüğü gibi, kurulacak yeni iş yerinde işlerin nasıl gideceği ve 25 bin Euro'luk yıllık gelir sınırının ne zaman aşılacağına bağlı olarak da alınacak maddi yardımın süresi önem kazanıyor. Fakat bu geçiş dönemi parası alacaklarda 6 ay ile sınırlı kalıyor.

Sosyal sigortalara ödenecek aidatlar

Geçiş dönemi parası alacakların tüm rizikolara karşı kendilerini korumaları gerekiyor. Burada özellikle hastalık ve bakım sigortaları ile emeklilik sigortası veya işgücü kaybı sorunları ortaya çıkabilir.

Ich AG programından faydalanmak isteyenlerin de emeklilik sigortalarına ödemek zorunda kalacakları aidatların miktarını göz önüne almaları gerekiyor. Öte yandan, özellikle diğer aile fertlerinin de ücretsiz sigortalanmaları şartıyla yasal hastalık sigortalarında yapılan isteğe bağlı sağlık sigortasının ucuza gelmesi dikkat çekiyor.

Maddi yardım almak için gerekli işlemler

Görüldüğü gibi, geçiş dönemi parası alacakların daha çok bürokratik işlemlerle uğraşması gerekirken, Ich AG programından faydalanacak olanların yapmaları gereken işlemler daha az ve basitleştirilmiş. Kişilerin yapmak istedikleri işi iyi düşünüp ondan sonra karar vermeleri kendi yaralarına olacaktır.

Neden Ich AG tercihi?

Söz konusu Ich AG programından faydalanacak olan kişinin aldığı veya alacağı işsizlik parası miktarının az olması ve 1 yıldan fazla yıllık 25 bin Euro'luk gelir sınırını aşmaması halinde, bu programdan faydalanması daha olumlu olacaktır.

Kendi işyerini açmak isteyen kişinin bunun için bir işyeri kurma danışmanına başvurması, her iki programın kendisine sağlayacağı faydaları ve zararları anlatması ve buna göre hareket etmesi kendisine yeni ufuklar açacaktır.



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

mk
Martin Kasperzyk
Diplom-Kaufmann - Steuerberater

Finanzamt korkusuna son!

Türk elemanlarımızla Almanya genelinde Türk işadamlarına geniş hizmetler sunuyoruz.

- 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

Hedefimiz, sizlerin vergi kolaylıklarından faydalanmanızı sağlamak ve Vergi Daireleriyle sıkıntı yaşamamanızdır.

Bahnstr. 21 • 63225 Langen
Tel: 06103 / 90 31 53
Fax: 06103 / 90 31 80
www.kasperzyk.de • kasperzyk@freenet.de



Avrupalı Türkler'in

Haber Programı

tv8 Almanya Temsilcisi Kani Top'un hazırlayıp, Jale Yoldaş ile birlikte sunduğu Avrupa Aktüel; sosyal, siyasal, hukuki ve yol gösterici konular, her defasında bir dosya, uzmanlarla değerlendirmeler ve birbirinden ilginç haberlerle tv8'de...

tv8



Türküler onunla bir başka güzel

Türk Halk Müziği'nin sevilen sesi

Güler Duman

Platform'un sorularını yanıtladı...





Röportaj
Alev Özdemir

Türkülerle sevdalanma, ilk mızraba dokunuş kaç yılında ve nasıl başladı?

Babamın anlattığına göre ilk mızraba dokunuş 4 yaşımda benim aklımın erdiği ve ilk melodi çalışım 5 yaşında oldu. Belki klasik bir cevap oldu ama, benim ki gerçekten böyle. Ailenin tek çocuğu idim ve bağlamadan başka da oyuncağım olmadı. Ailemde bu konuda beni çok destekledi.

Türkiye'de bayan sanatçı olmanın zorlukları var mıdır ve siz bu zorluklara maruz kaldınız mı?

Benim albüm yapmaya başladığım dönemler henüz 11 yaşındaydım ve o dönemler dostluklar, ilişkiler çok çok başkaydı. O değerler belki günümüzde tam anlamı ile korunamıyor.

Henüz çok genç olmanıza rağmen, Türk Halk Müziği'nde önemli bir isimsiniz ve çok yönlü bir sanatçısınız. Aynı zamanda öğretmenlik yapıyorsunuz. Nasıl başladı bu?

Ben 17 yaşımda Arif Sağ Müzik Okulu'nda asistanlığa başladım. Daha sonrasında Çetin Akdeniz, Sinan Çelik ve benim birlikteliğimizle bir okul açtık ve daha sonra benim üniversite hayatım başladı. Benim ilk kazandığım bölüm Diş Hekimliği idi. 7 ay kadar gittim. Ama şunu gördüm ki, bu iş bana göre değildi. Öyle ki, yemek yiyemez hale gelmiştim. Tıp eğitimimi noktaladım ve direkt konservatuara geçiş yaptım. Orada çok değerli müzik hocaları ile tanıştım. Gülay Gürey hocamızdan ses eğitimi aldım. Başta kırmıştım ama sonra barıştık. İyi ki, öyle bir hocadan ders almışım. Şimdi birikimlerimi öğrencilerime daha kolay aktarabiliyorum. Bağlama olayına gelince bağlama düzenini ben kendi kendime öğrendim. Bana direkt hoca olarak birileri öğretmedi. Bildiklerimi, öğrendiklerimi başkaları ile paylaşmasını seven biriyim. Bu dalda doktoramı, doçentliğimi yaptım.

Uzun yıllardır Almanya'da yaşıyorsunuz. Türkiye'yi özlüyor musunuz?

Özlemez miyim... Sürekli gidip geliyorum. Ve ayda bir oradayım. Şu an yaşamımı burda sürdürmem keyfi bir tercih sebebi değil. Annemin rahatsızlığından dolayı tedavi amaçlı uzun süre kalmam icab etti. Burada doktoramı, doçentliğimi yaptım. Ve üniversitede hocalık yapıyordum ama bu memur tarzı çalışma beni pek açmadı. Akabinde kendi özel okulumu açtım. Çok da talep gördü. 9 bine yakın öğrenci yetiştirdim. Böylelikle de burda kalmış oldum.

Sanatçı hergün kendini aşan, yenileyen insandır. Sanatçı ben bugün bunu çok iyi biliyorum dediği zaman bitmiştir bana göre..

Türkülerimiz iyi bir tanıtımla dünya piyasasında yer bulabilir mi?

Tabii ki alabilir. Herşey sonuçta reklama dayanıyor.

Günümüzde 4-5 şarkı ya da türkü ezberleyenler sanatçıyım deyip ortaya çıkıyor. Sizce sanatçı kimdir?

Sanatçı hergün kendini aşan, yenileyen insandır. Sanatçı ben bugün bunu çok iyi biliyorum dediği zaman bitmiştir bana göre..

Örnek aldığınız üstadlar kimlerdir?

Ben bir Aşık Veysel hayranıyım. Bunun yanında Pir Sultan Abdal, Dadaloğlu, Köroğlu, Karacaoğlan şiirleri beni çok etkilemiştir. Burada saymakla bitiremeyeceğimiz o kadar çok değerlerimiz vardır...

Bir dönemler sağlık sorunları yaşadığınızı duymuştuk.

Ben ciddi bir kalp rahatsızlığı geçirdim. Annemin vefatı sırasında bir kalp krizi geçirdim. Hastaneye kaldırıldığımda doğuştan aut denilen bir damarında gelişmemiş olduğu ve tıkalı olduğu farkediliyor. İki anjiyo yapıldı. Kortizon tedavisi gördüm ve Allah'a şükür, dinleyenlerimin sevgisi ile de bunları atlattım.



Yöneticiliğin püf noktaları

Yöneticilik aynı zamanda liderlik gibi vasıflar gerektirdiği için oldukça önemli. Arkadaşımız **Ertan Yüce**, bu sahada yaptığı uzun araştırmaların neticesinde size yol verecek bir analiz hazırladı.



İyi yönetici olgun davranmalı, kendine güvenmeli ve başkalarına güven vermeli. Samimi, ilişki kurma ve empati (kisinin kendisini, karşındakinin yerine koyup, olaylara onun bakış açısından bakması ve hissetmesi çabası) yapma yeteneğine sahip olup, ileriyi görebilmelidir.

İyi yönetici:

"Yönettiği sistemin geçmişinden dersler çıkararak sistemi daha da büyütecek ve etkin kılacak şekilde kontrol etmesini becerebilen kişi olmalıdır."

Amaca ulaşmanın mutluluğunun bilincinde olması ve çalışanlar açısından da aynı şeyin geçerli olduğunu kavrayabilmesi gerekir.

Yönetimin bir bilim, sanat ve meslek olduğunu iyi bilmesi gerekir.

Yönetim faaliyetini bilimsel verilerle donatarak, becerisini en üst düzeye çıkarmalıdır.

Güçlü yöneticilik için liderlik özelliğinin de şarttır.

Duygusal olgunluk içinde açık sözlü, etkili konuşup, doğru, bilgili, inisiyatif sahibi, kararlı ve dürüst olmalıdır.

Çatışmaları da uygun yollarla çözüp, faydaya dönüştürerek, riskleri ve krizleri

en uygun şekilde yönetmesini bilmelidir.

İyi yönetici olmak isteyen kişinin, kendisi ve başkaları için labirentler oluşturmaması, gücünü ve otoritesini en uygun durumlarda kullanması gerekir

İletişim gerçeğinin bir yönetici için ne kadar önemli olduğunu çok iyi kavrayıp, bunu astlarına da öğretmelidir. Ortak amaçlar belirleme, emrindekileri bu amaçlara yöneltmede maharetli, olumlu eleştirilere duyarlı olmalı ve astların da iş tatminini sağlamak için gereken her şeyi yapmalıdır.

Yöneticinin inanç ve tutumlara saygı gösterip, stratejik davranması gerekir.

"Bir yönetici aynı zamanda bir lider özelliği taşımalıdır."

Büyük bir şirketi yönetmek dünyanın en önemli işlerinden biri. Bu, önemli olduğu oranda bir o kadar da zor. Zamanla daha da zor hale geleceğe benziyor. Günümüzde tepe yöneticileri arasında eskiden olduğundan daha fazla rekabet var. Bu tür görevlerde bulunan çok az sayıdaki yetenekli insanlara teklif edilen ücretleri yargılamadan önce, işin gerektirdiği özelliklere sahip ciddi insan açığını göz önünde bulundurmakta yarar var. The Economist dergisinde yayınlanan bir araştırmaya göre, liderlik için gerekli 10 özellik aşağıda sıralanıyor.

Bu özelliklerin pek çoğu bir girişimi, özellikle herkese açık ticaret yapan bir organizasyonu yönetmede çok yararlı ve yardımcı özellikler. Şirketlerin yönetim şekilleri milletlerin başarısını, çalışanlarının ve müşterilerinin mutluluğunu belirler.

1- Sağlam ahlaki özellik: Eğer yöneticinin nitelikleri beklenilenin altındaysa, bu durum şirkete aynı şekilde yansıyacaktır. Bu şirketi belki iş dünyasının dışına itmeyebilir, fakat şirketin yetenekli insanlar için daha fazla para ödemek zorunda kalacağı anlamına gelir. Nitelikli insanlar niteliksiz yöneticilere sahip olan organizasyonlarda çalışmak istemez.

2- Hoş olmayan kararları alma yeteneği: Şirketlerde şüpheli, belirsiz konularda birçok kararın alınması gerekir. Liderler çoğu zaman gerçeklerin ne olduğundan tam emin olmadan, hızlı şekilde anlaşmazlıklarla ilgili taleplerle baş etmek zorundadır. Düşman edinme riskini istemeyen ya da karar vermeden önce çok sağlam kanıtlar isteyen kişiler bu tür görevlere başvurmamalıdır.

3- Açıklık ve odaklanma: Bu iki özellik anlaşılması zor kararları vermek için gereklidir. Büyük bir şirkete liderlik etmek, karışık ve çok taraflı konularla hızlı şekilde başa çıkmak, çok büyük bir meydan okuma anlamına gelir. Karışık konulardan çok önemli noktalar elde etmek, etkili stratejiler geliştirmek için çok gereklidir. Bir lider aynı zamanda şirket içinden gereksiz sesleri eleyebilmeli ve gerçekten soruna odaklanabilme yeteneğine sahip olmalıdır.

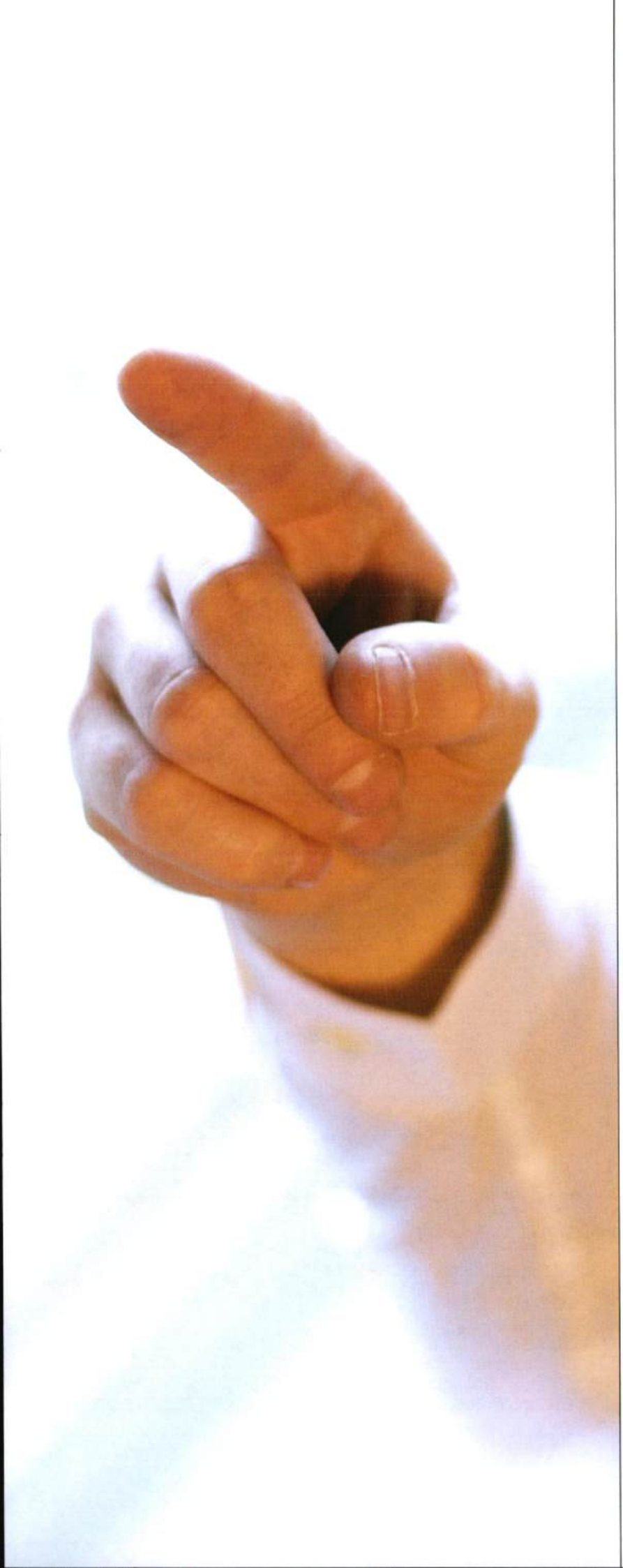
> "Eğer yöneticilikten önce görev odaklı bir iş yapıyorsanız, yöneticilikle beraber daha işlem ve vizyon odaklı olmalısınız."

4- Tutku: En iyi liderler kendilerinden daha uzun süre yaşayacak imparatorluklar kurmak isteyen kişilerdir. Bu durum egolarını tatmin eden kişisel tutkulardan farklıdır. İyi liderliğin gerektirdiği bileşenler olan mükemmeliyetçilik ve acımasızlık girişimini gerektirir.

5- Etkili iletişim yetenekleri: Bu özellikler medya, analistler, hisse senedi sahipleri gibi dış dünyanın talep ettiği göreceli olarak yeni olan ihtiyaçlardır. Şirket lideri inandırıcı konuşmalar yapmalıdır. Bu her zaman bütün doğruları söylemek anlamına gelmez. Kitlelerini motive etmede önem taşır. Güven duygusu uyandırmayan ve samimi olduğunu hissettiremeyen liderler yapacakları görevi zor bulacaklardır.

6- İnsanları değerlendirme yeteneği: İnsan kaynaklarının gerektirdiği bu özelliğin önceden gelmesi gerekir. Hangi bölümde kimin daha iyi çalışacağına karar vermek, liderliğin gerektirdiği ana görevlerden biridir. Tepe görevler pek çok açıdan tecrübe kadar önseziyi de gerektirir.

7- Yetenek geliştirme ustalığı: Geleceğin liderlerini yetiştirmek için bu özel-



lik gereklidir. İnsanlar liderlik sanatını kitaplardan değil, iyi bir akıl hocasından öğrenirler. Etkili liderler yalnızca yetenekli bireylerin nerelerde çalışacağına karar vermekle kalmamalı, aynı zamanda onların öğretmeni olmalılar. Bir organizasyonda bütün pozisyonlar için liderler yetiştirmenin yolu bundan geçer.

8- Duygusal olarak kendine güven: Yetenek havuzunu bir araya toplamak, kendi işlerinde sizin işinizde olduğunuzdan daha iyi olan insanlarla bir arada çalışma yeteneğini gerektirir. Ve bu insanları motive etmeniz ve onlara rehberlik etmeniz gerekir. Kendi peşlerinden gelenleri kıskanan liderler sadakat bulamazlar. Ayrıca kendine güven, insanların kendi zayıflıklarını kabul ederek, yetersizlik hissetmeden yardım isteyebilmelerini sağlar. Başarılı liderler meslektaşlarının saygısını kaybetmeksizin "Bundan sonra ne yapılması gerektiğini bilmiyorum" diyebilmelidir.

9- Adaptasyon: Bu özellik, işler kötü gittiğinde çok önemlidir. Aksiliklere karşı ayakta durma esnekliğine sahip olma anlamına gelir. Bu, pazarda, tüketici davranışlarında ya da politik ortamda bir değişiklik şeklinde karşınıza çıkabilir. Bu özellik liderin önceden ihtiraslı bir şekilde savunduğu bir fikrin hızla terk edilerek, tamamen farklı bir yaklaşımın planlanmasını gerektirir. Buradaki ana faktör, yeniden şekillendirme yeteneğidir. Bir sorunu yeniden şekillendirmek, değişik açılardan bakıldığında başarı olarak görünebilir.

10- Cazibe: Cazibe, kurslarda öğretilen bir nitelik değildir. Fakat çok az insan bu özellik olmadan zirveye tırmanabilir. Her ne kadar planlaması zor olsa da, biraz şans da yardım edebilir.

Yönetimin en büyük zorluklarından biri (tabii hayatın da) nereye gittiğinizi ve nedenini hatırlamaktır. Bunu unutursanız muhtemelen amaçlarınıza ulaşamaz ve etkin bir yönetici olamazsınız. Eğer bunu aklınızdan çıkarmazsanız başarı sizin için kaçınılmaz olur. Tabii kararlılık da başarı ile gelen bir hediyedir.

- Hedeflediğiniz yolda yürüyün Tepkili değil Etkili olun! Neyin önemli olduğu konusunda emin değilseniz, acil durumlara tepki gösterebilirsiniz. Ancak yangınlar çıkarmak, amaçlarınıza ulaşmak için etkili bir yol değildir.



kamil kellecioğlu

Genç tiyatrocuların "Töre" heyecanı

Turgut Özakman'ın yazdığı Kamil Kellecioğlu'nun yönettigi Türkiye'de geçen yıl yılın tiyatro oyunu seçilerek birincilik ödülü alan "Töre" adlı oyun Türk Alman Külubü'nün desteği ile sahnelendi. Büyük bir özveri ile yaklaşık dört aylık bir çalışma sonucu 28 Şubat 2004'de seyirciyle buluşan Töre adlı oyunla, genç tiyatrocularımız da, seyirciyle ve alkışlarla buluşmuş oldu.

Kan davası sonucu insanlıklarını unutmuş, bunun sonucu olarak da törelerin kıskacında hayatı ıskalamış insanların başkaldırısı anlatılıyor oyunda. İnsanoğlu bir yandan kuşu kafese kapatıp sıkışmasını bekliyor.

Diğer yandan hayatını korunaklı kılmak adına, koyduğu kurallar ve yaşattığı "TÖRELER" ile aslında kendi kafesini elleriyle yapıyor, içine giriyor; kapısını da yine kendi elleriyle kapatıyor. Ne yazık ki bunun farkına vardığı noktada olması beklenen ile gerçekler karşı karşıya geliyor.

Oyunda Mehtap Çicek, Nevzat Ağca, Seval Ekşi, Kamil Kellecioğlu, Yadigar Celep, Selvican Uçar, Şemse, Duygu Külahçı, Buchan Göze, Burhan Döndü rolleri paylaşıyorlar.

Kostüm tasarımılarını ünlü modacı dizayner Hülya Demir'in, Müzik-Efektlerini Utku Kulahçı hazırladı.

Emeğin bu kadar güzelliklere ulaşacağını geceye katılan herkes gördü. Gece-gündüz fedakarca bir arada çalışıp belki de Almanya'da ilk kez böylesine kalabalık bir toplulukla bir eser ortaya çıktı. O gece herkes sadece bir söz söyledi "muazzam"..

Tiyatro grubunu takip etmek isteyenler, www.tiyatrofrankfurt.com adlı internet adresinden ulaşabilirler.



Kitap okumayanlara duyrulur

Ünlü sanatçılara "Başucu kitaplarınız nelerdir?", "Sürekli olarak elinizin altında hangi kitaplar bulunur?" gibi sorular yönelttiğinizde çok çeşitli yanıtlar alırsınız.

Sanatçıların uğraşları doğrultusunda bu yanıtların çeşitliliği de artar. Ancak büyük çoğunluğunda ortak olan bir yapıt dikkatleri çeker; yazıldığı tarihten bu yana dünyada en çok basılan kitaplardan biri olan, Montaigne'in "Denemeler"i...

Çünkü bu yapıt bir kere okunup rafa kaldırılacak türden değildir.

Bu kitapta sizleri, tadına doyamayacağınız bir hoş sohbet bekliyor. Montaigne'in su gibi akan satırlarında 'yaşamak ve çalışmak, ruh ve beden, dostluk, ün, mutluluk, hüzün, korku, gülmek ve ağlamak, cinsellik, kendine acındırmak, yaşamak sanatı, bilgi ve inanç' gibi son derece önemli günlük yaşam konularına dalacaksınız. Montaigne sizi yaşarken düşünmeye, düşünürken yaşamaya, düşüncelerinizi aşmaya zorlayacak. Kendi ömrüne uyguladığı 'Kendini tanı' düsturuna, sizler de hak verecek, bazı satırlarda kendinizi görecesiniz.

sanat.. sanat...

Kamil Kellecioğlu

Demiştik ki; paylasacak, yaşanacak, konuşacak, çok şeyimiz var bildiklerimizi paylaşacaktık, unuttuklarımızı, hatırlayacaktık. Bunun için yola çıkmıştık. Biz üstümüze düşeni yapacağız, sizlere sanat ve kültür sayfasında ilk köşemizde SANAT'tan bahsetmek istiyorum.

Biliyor musunuz, yaşadığımız bu ülkede ne çok sanatçılarımız var işte bundan sonraki sayılarımızda bunların herbirini sizlere tanıtmak imkanı bulacağız ve inanın şaşırcaksınız.. Neyse şimdi biraz sanat sözcüğünden bahsedelim..

Atatürk diyor ki; "Sanatsız kalmış bir milletin hayat damarlarından biri kopmuş demektir." İnsan hayatında en önemli içgüdüsel kişilik buluşmasına, yardımcı olan güçlü duyguu akımıdır.. Maddeden sonra insanın manayla tanışmasıdır. Hayatın bir başka yönü ile, içimizdeki duyguların dış dünyaya açılan penceresi, bazen bir tuval üzerinde renk cümbüşü,bazen notaların arasında dünyaya kafa tutan melodiler, bazen, hattatın kaleminden çıkan ahenkli çizgilerdir. Bitmezki sanat dallarını anlatmak sürer gider.. Bu arada bir de gökten inerek herkesin imdadına yetişen mucize terim. çağdaş sanat, kavramsal sanat, avangard, modern sanat gibi terimlerle, tanıştık. Bu kadar kargaşa arasında birde "İyi yapılan her iş bir sanattır" diyen sözlüklere, okumadan kulaktan dolma inanan insanlarımız ne yazık ki anlamı sanattan hayli farklı olan güzel sanatlar ile henüz tanışamadı.. Sanatında okulunun olduğunu unutmamak gerek yeteneklerle birleşen güzelikler. Sanat eserini doğurur sanatı ve sanatçıyı destekleyelim ama olmazların olmalarını zorlamayalım..

Sanatı, sanatçıların yapması gerekmezmiş. Sosyal yaralarımızdan birilerini kullanıp, bunca insanı hayal dünyasına sürüklemek, ne kadar doğrudur bilinmez.. Üstelikte, kariyer sahibi bazı sanatçılarımızın desteklediği beyaz camdan sanatçı avına çıkmaya başladılar, yani POPSTAR aranıyor (bizde ses sanatçısı çoook) bu kadar ucuz mu? Gelin sanata ve sanatçıya sahip çıkıp destekleyelim. ama hemen yarını beklemeden ertelemeden..

Sanatsız kalamamanız dileği ile sanat dolu günler...

hiçbir şey yokken
hayaller vardı

iklim
Werbestudio GmbH

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

AKZENTA
UMSATZBETEILIGUNG

Kira mı ödüyorsunuz?
Ödediğiniz kirayı iade ediyoruz.
Almanya'da mülk mü aldınız?
Bedelini iade ediyoruz.
Kredi mi aldınız?
Aldığınız krediyi iade ediyoruz.
Türkiye'de yatırım mı yaptınız?
Yatırımınızı iade ediyoruz.
Yoksa emekli aylığı gibi maaş mı istiyorsunuz?

Akla gelmedik imkanlardan yararlanmak istiyorsanız, arayın görüşelim.

Hüseyin Serin E-Mail: serin.h@gmx.de
Tel.: 06165-38387 • Mobil: 0171-3550375
Mainstr.6 • 64747 Breuberg

A'dan Z'ye dört dörtlük hizmet



Misafir ağırlamak bizim işimiz

Yapacağınız bütün programlarda, mutfağı ve servisi hiç dert etmeyin. Birinci sınıf hizmet, üstün kalite standartlarıyla, titiz ekibiyle Anatolia yanınızda.

Türk Haftaları, özel günler
ve her türlü organizasyon hizmetleri

Anatolia
International Food Solution oHG

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

Yeni bir vizyon için
Platform'da buluşalım.

PLATFORM

Sizin de idealleriniz varsa...

Siz de başarıya inanıyorsanız...

Başarmak istediğiniz
birşeyler varsa...

Deneyimli, birikimli ve
uzak görüşlü bir ekiple
çalışmak istiyorsanız...

ve en önemlisi...

kendinize güveniyorsanız...

birlikte çalışabiliriz...

PLATFORM Dergisi
Lutherplatz 4 | 63225 Langen
Tel: 06103 732 934
Fax: 06103 732 930
basvuru@platform-online.de

Gazete | Dergi | Kitap | Katalog | Afiş | El ilanları | Grafik Tasarım | Reklam danışmanlığı
Kurumsal Kimlik | Logo Tasarımları | Medya Planlaması

iklim
Werbestudio GmbH

Rüyalarınızı izleyin...

Herşey rüya ile başlar...
İş dünyasında sizin de gerçekleştirmek istediğiniz rüyalarınız varsa, tanıtımınız ve reklam çalışmalarınız konusunda iyi bir partnere ihtiyacınız var demektir.

Bizi arayın,
başarınız için çalışalım...



Lutherplatz 4 - D-63225 Langen • Telefon : +49.6103 / 732 934 • Telefax : +49.6103 / 732 930
www.iklim.de • iklim@iklim.de

Hayat'tan beklentileriniz ne?



Beklediğiniz herşeyi değil ama,
iyi bir iş kurma fırsatını sunabiliriz.

Telekomünikasyon alanında bizimle çalışmak ister misiniz?

DigitelShop
Digital und Telekommunikationswelt

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



Güven vermek, hizmet vermekten zordur...

LINE

GLOBALLINE-TOURS GmbH

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

"Mutfağımı seviyorum"





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

Şafak Küche

Güzel dünyalar kurar

Merkez:
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
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