

**ODE**<sup>®</sup> 35.YIL  
INSULATES THE FUTURE

EYLÜL 2020 SAYI: 73

**PUSULA**

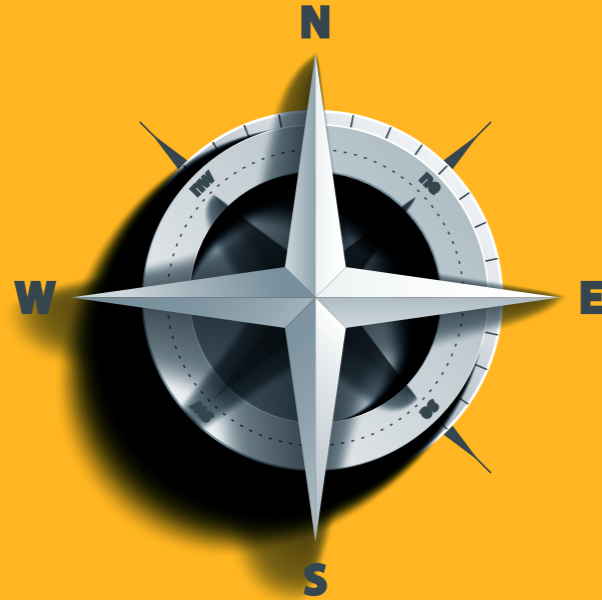
35 yıldır olduğu gibi sonsuza dek  
"Geleceği Yalıtıma" devam edeceğiz



**ODE 35. YILINI  
KUTLUYOR**

# PUSULA<sup>21.Yıl</sup>

## YALITIM SEKTÖRÜNE YOL GÖSTEREN DERGİ



OCAK 2020 SAYI: 71  
PUSULA

ODE<sup>®</sup>  
INSULATES THE FUTURE  
MAYIS 2020 SAYI: 72  
PUSULA

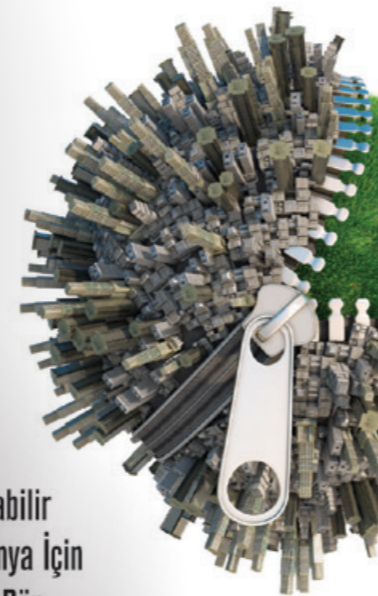
**K** KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİK  
**O** OPERASYONEL MÜKEMMELLİK  
**D** DİJİTAL DÖNÜŞÜM



LIMITED EDITION

kod  
2020

ODE<sup>®</sup>  
INSULATES THE FUTURE  
EYLÜL 2020  
PUS



Yaşanabilir  
Bir Dünya İçin  
Yeşile Dön...

ODE'nin otuz beşinci yılını idrak ederken bugün geldiğimiz yerden geriye bakıyorum. Bunca yıl sonra en güçlü şekilde hatırladığım şey, daha başlarken kendime koyduğum ilkeler.

Başarmak elbette önceliğimdi ancak hayallerim bu uzun yıllar boyunca inancıma yoldaşlık etti.

Olanakları kısıtlı bir Anadolu çocuğu olarak bugün geldiğim yerin farkında ve umutluyum. TÜSİAD'ta birlikte çalışmaktan onur duyduğum Erol Bilecik'in, "Geride kalan 35 yıl boyunca, özellikle dünyanın ve ülkemizin yaşadığı çeşitli ekonomik kriz ortamlarında ODE Yalıtım'ın asla pes etmediğini, daima zorluklarla mücadele ettiğini gayet iyi biliyorum." dediği gibi, zorlukları bir meydan okuma olarak alıyorum.

Bir dünya markası olma hayalimin gerçekleşeceği inancındayım. ODE'nin küresel vizyonuyla bulunduğu yerden ileriye gideceğini biliyor ve tüm gücümle bunun için çalışıyorum dediğimde, bu söylemimi en iyi özümseyen dostum Muharrem Yılmaz olmuş, "Gerçek bir yurtsever tarafından yüksek bir sosyal sorumluluk bilinciyle yönetilen ODE'nin, sağlam temelleri üzerinde hızla yükselerek uluslararası bir marka olacağına, kültürü ve iş anlayışıyla da örnek bir kurum olarak gelişeceğine yürekten inanıyorum."

Şükrü Ünlütürk'ün, "Yoğun bir rekabete sahne olan ülkemiz yalıtım sektöründe ODE, tartışmasız bir biçimde, cesur, girişimci, inovatif ve güçlü kurumsal yönetişim özellikleriyle sanayimizin ve ülkemizin çok başarılı örnek şirketlerinden biridir." söylemi ODE'den beklentileri de tanımlıyor.

İşte bu nedenle iş dünyasında henüz yola çıkmış olanların umutlarını çoğalttığı yerdeyim. Bunu bir sorumluluk olarak alıyorum.

Değerli dostum Hasan Önder, "Şirketlerin başlangıçlarında her zaman iyi fikirler olur, ama bu fikirleri hayata geçirecek liderlere ve bu liderlerin vizyonlarına bağlı olarak aksiyonları da çok önemlidir." diyerek başlangıçtan bu yana yürüdüğü

müz yolu doğru tanımlamış.

Kalite tutkumuzu, başarılarıyla anılan mimar Ziya Canbazoğlu, uzun yıllar öncesinden söz ederek hatırlıyor, "ODE'nin üretici olma kararı sonrasında pek çok meslektaşım ve ben hem yurtiçi, hem yurtdışı projelerimizde ODE yalıtım ürünlerini kullanır olduk." kelimeleriyle dile getirmiş. Ne mutlu bize!

ODE'de kurumsallık ve sürdürülebilirlik her zaman önemli oldu! Dostum Dündar Yetişener bu anlayışımızı, "ODE'yi 20 yılı aşkın yakından takip eden sektör dostu olarak; uzun yıllardır ikinci kuşağını yönetime hazırladı, kurumsallık ilkelerine bağlı çalıştı, geliştiriciliği ve kalitesiyle sektörde Türkiye'nin lider kuruluşu ODE bugün hak ettiği yerde" diyerek düşüncesini paylaşmış. Bu yapmayı arzuladığımızı başardığımızın da göstergesi.

Fatih Öktem, "ODE, Orhan Bey'in liderliğinde sürekli gelişime açık, yenilikçi kimliği ile sektöre yön veren markalardan biri oldu." derken söyleminin gerisinde derin bir sorumluluk da yüklemiş.

"Başarı tanımı herkese göre değişebilir. Beşiktaş'taki küçücük bir apartman dairedesinden global oyuncu seviyesine yükselmek 'başarı' olarak değerlendirilecektir. En azından bu olguya 'saygı' göstermemek mümkün değildir." diyen Barbaros Demiralp'e ve "Ufku çok açık olan Orhan Bey, edindiği bilgileri çevresine aktarmayı önemser, sürekli araştırır." diyen Ecvet Binyıldız'a görüşleri için teşekkür ederim.

Ferruh Kuduğlu ODE'nin otuz beş yılını bir seyahate benzetmiş, "Bu seyahat hangi bedelleri ödetti, yaşamından hangi fedakarlıkları yaptırdı?" diye sormuş ve kişisel olarak mutlaka bir bedeli olmalı demiş. Ferruh Kuduğlu'nun sorusunu yanıtlayayım; otuz beş yıl önce inançla başladığım yerdeyim ve bugün olsa yine aynı yola çıkarım.

Hayatta bıraktığımız izlerle birbirimizi bulduğumuz dostlara düşünceleri için teşekkür ederim. Nice otuz beş yıl dileğimi paylaşırken, ODE'ye emek veren tüm paydaşlarımıza bir kez daha teşekkür ederim.



Orhan Turan

ODE Yönetim Kurulu Başkanı

**BAŞLANGICI  
VARDIR HAYATIN,  
KENDİNİZE BİR  
YOL SEÇER VE  
GERİDE İZLER  
BIRAKIRSINIZ.  
SİZE BENZEYENLER  
O İZLERDEN GELİP  
SİZİ BULUR...**

**İmtiyaz Sahibi**

ODE Yalıtım Sanayi ve Ticaret A.Ş. Adına  
Orhan Turan  
Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza  
Kat: 12 34384 Okmeydanı Şişli / İstanbul

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**

Ceylin Akdemir

**Yayın Kurulu**

Orhan Turan  
Erhan Özdemir  
Ceylin Akdemir

**Yönetim Adresi**

Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza  
Kat: 12 34384 Okmeydanı Şişli / İstanbul  
Tel: 0 212 210 49 06 Faks: 0 212 210 49 07  
Web: ode.com.tr  
E-posta: ode@ode.com.tr

**Yayın Türü**

Yaygın Süreli Yayın

**Yapım**

Rota Yayınları Yapım, Tanıtım Tic. Ltd. Şti.  
Ortaklar Caddesi, Murat Ap. 29/A  
Şişli Mecidiyeköy / İstanbul  
Tel: 0212 211 11 12  
Faks: 0212 211 17 87  
Web: rotaline.com  
E-posta: rota@rotayayin.com.tr

**Yazı İşleri**

Duygu Su Ocakoğlu, Funda Demirci

**Görsel Yönetmen**

Murat Genç

**Baskı Tarihi**

Eylül 2020

**Baskı ve Cilt**

Ömerli Mah. Hadımköy-İstanbul Cad.  
No.159 Hadımköy/Arnavutköy 34555  
İstanbul/Turkey  
Tel: +90 (212) 798 28 40



## Merhaba,

Kuruluşundan bu yana başarı öyküsü yazan ODE Yalıtım'ın 35. yılını kutlamanın gururunu ve mutluluğunu yaşıyoruz. Ülkemizde yalıtım sektörünün en büyük oyunlarından biri olarak, global marka hedefimize kararlılıkla ilerlerken, iş dünyası ve girişimciler için ufuk açan bir yol haritası niteliğindeki öykümüzü bu sayımızda sizlerle paylaşmak istedik. ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan ilk gününden bu yana ODE'yi anlatırken, eski çalışanlarımız ve geçmişten bugüne gönül bağı koparmadığımız ODE dostları da bizleri yalnız bırakmadı.

Bu sayıda yer alan bir başka dosya konumuz da yıllar boyunca ayakta kalan markalar ve bunu nasıl başardıkları üzerine odaklanıyor. İş, akademi, sivil toplum dünyasından uzmanlar ve yetkin isimler, konuya yenilikçi bir bakış açısıyla ışık tutuyor.

Tüm dünya pandemi nedeniyle olağanüstü günlerden geçiyor. Bu salgını ve geçmiş yıllarda tüm kriz dönemlerini sakinlikle karşılayıp, kriz sonrasına her zaman hazırlıklı olan ODE Yalıtım'ın yeni dönem yatırım planlarını, şirketimizdeki yenilikleri, ailemize katılan yeni iş arkadaşlarımızı ve pandemi dolayısıyla çevrim içi platformlarda gerçekleştirdiğimiz etkinlikleri de sayfalarımıza taşıdık.

Tıpkı salgınlar gibi her zaman gündemimizde olması gereken bir konu da doğal afetler. Biz de nüfusun yüzde 95'inin deprem kuşağında yaşadığı ülkemizde, binaların ömrünü uzatan su yalıtımının önemine bir kez daha dikkat çektiğimiz. Bununla birlikte gelecek kuşaklar için enerjinin tasarruflu kullanımı da büyük önem taşıyor. Enerji tasarrufunda en hızlı hareketin binalarda başlamasının gerekliliğine odaklanan ve 23- 27 Eylül tarihlerinde sanal olarak düzenlenecek olan Zerobuild Forum'20'de "Sıfır enerji binalar" gündeme taşınacak. ODE Yalıtım olarak bu önemli forumun destekçileri arasında yer aldık. Genel Sekreter Özgür Kaan Alioğlu da sıfır enerji binaları ve yalıtım sektörünün süreçteki önemini Pusula'ya anlattı.

Dünyada ve ülkemizde yaşanan gelişmelerin nabzını tuttuğumuz Gündemin İçinden sayfalarında, yöneticilerimiz ve paydaşlarımız, salgını farklı boyutlarıyla ele aldı. Bayilerimiz sayfasında ise ODE'nin yenilikçi ürün-hizmetleri ve marka algısı sayesinde rekabette öne çıkan iş ortaklarımızla bir araya geldik.

Bu özel sayımızda yer alan makalelerimizi, konunun uzmanları tarafından kaleme alınmış köşe yazılarımızı ve farklı konulardaki söyleşilerimizi her zaman olduğu gibi keyifle okuyacağınızı umuyoruz.

Yeni bir Pusula'da görüşmek dileğiyle...

**Ceylin Akdemir**

ODE Yalıtım Sanayi ve Ticaret A.Ş.  
Pazarlama Direktörü

# İÇİNDEKİLER

EYLÜL 2020

## Haberler

### 6 - 14



ODE Yalıtım'ın yeni İnsan Kaynakları Müdürü Gizem Özgüney oldu.....	8
ODE Yalıtım Olcay Yultay'ı kadrosuna kattı.....	8
ODE yöneticilerinden Çorlu ve Eskişehir'deki çalışanlarına moral ziyareti.....	9
ODE, Okan Üniversitesi öğrencileriyle buluştu İşveren markası ve yetenek kazanım çalışmaları "Online Kariyer Günleri" ile devam ediyor.....	10
ODE 35. yılında başansında payı olan eski çalışanlarını unutmadı.....	11
Projeler için su yalıtım çözümü bulmak artık çok kolay.....	12
Teknolojik liderliğimizi yeni ürünlerimiz ile ortaya koyuyoruz.....	14

## Köşe Yazarları

Derya Gürbüz Ilgaz: İşletmelerde Kalite Maliyetleri.....	16
Onur Yıldırım: Dünya sınıfı şirket olma yolunda "ODE Best Practice" uygulamaları ...	18
Kemal Direk: Beklenmedik krizler ve nakit akışının önemi.....	84
Ayça Gürkol Yavuz: Bildiğimiz iletişimin sonu mu? Pandemi iletişimi nasıl dönüştürdü ...	88



## Kapak

### 38 - 62



ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan: "ODE'nin ve benim sorumluluğum, rol model olmak".....	38
ODE Yalıtım İhracat Direktörü Ozan Turan: YAŞ 35... Daha yolun başındayız... 46	46
Eski çalışanlarının anlatımıyla "ODE'li" olmak.....	50
ODE Yalıtım 35 yaşında.....	62

## Söyleşiler



Engin Tuncer: "Yerine konulamayacak tek şey itibar".....	22
Serdar Aslan: Ego, ortak aklın önüne geçerse zarar verir.....	26
Prof. Dr. Mehmet Melemen: Şirketler için kritik eşik; ilk beş yıl.....	30
Ali Çiçekli: "DNA kodlarının, kuşaklar arası taşınması finansal başarı kadar önemli"....	34
Özgür Kaan Alioğlu: Hedefimiz sıfır enerji binalara geçişi hızlandırmak.....	76
Hamdi İlhan: ODE Yalıtım'ın marka algısı bizi avantajlı kılıyor.....	80
Emre Düşmez: "ODE, bayiliğini aldığımız ilk firmalardan".....	82

## İstanbul'a hızlı metro geliyor

İstanbul'da ulaşımı kolaylaştıracak yeni bir proje için düğmeye basıldı. İstanbul'da 12 ilçeyi geçerek havalimanlarını birbirine bağlayacak, Halkalı ile Sabiha Gökçen Havalimanı arasında 114 dakikadan 55 dakikaya düşürecek Hızray için çalışmalarına başlandı. İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ekrem İmamoğlu, 5 milyar dolara mal olacak projeyi 2021 yılının ilk altı ayında Cumhurbaşkanlığı ve Meclis izinlerini aldıktan sonra, "Yap - işlet - Devret" modeliyle dört yıl içinde bitirmeyi planladıklarını söyledi.

Projeye göre 62.8 kilometre uzunluğundaki hatta, saatte tek yöne 55 bin, günde ise 750 bin kişi taşınacak. İstasyon sayısının az olması hızı artıracak. 5'li ve 10'lu tren dizisi olarak, maksimum sefer sıklığı üç dakika olacak.

Saatte 160 kilometreye kadar sürat yapabilecek Hızray, saatte ortalama 80 kilometre yol alabilecek. Hızray, Yüksek Hızlı Tren'le entegre olarak Otogar ve Finans Merkezi'ne hızlı erişim sağlayacak.



## Not almayan şirket kredi kullanamayacak

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurulu (BDDK), borcu 500 milyon TL'yi aşan şirketlerin kredi kullanabilmesi için Kurulca yetkilendirilmiş bir derecelendirme kuruluşundan derecelendirme notu alma zorunluluğu getirdi.

Ayrıca, daha önce alınmış olan derecelendirme notunun geçerlilik süresinin kredi başvuru tarihi itibarıyla henüz sona ermemiş olması şart koşuldu. 500 milyon TL ve üzeri kredisi bulunan şirketler, 30 Haziran 2021 tarihine kadar yetkili bir derecelendirme kuruluşundan not almazlar ise bankalardan kredi kullanamayacak.

Kararlar; mali şeffaflığın ve finansal yönetim kalitesinin artırılması, kurumsal yönetim standartlarının yükseltilmesi, derecelendirme faaliyetlerinin yaygınlaştırılarak riskin doğru ölçülmesi amaçlanıyor.



## Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu açıklandı

ODE Yalıtım'ın da yer aldığı Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu belli oldu. İstanbul Sanayi Odası (İSO), sanayi kuruluşlarının 2019 yılı verileri üzerinden yaptığı "İSO Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu 2019" araştırmasının sonuçlarını açıkladı.

2019 yılında İSO İkinci 500'ün üretimden satışları yüzde 14,2 artarak 137,5 milyar TL'den 157 milyar TL'ye yükseldi. Dünya ticaretinde korumacılık ve yavaşlamanın, KOBİ'lerin küresel değer ve tedarik zincirlerine katılımını zorlaştırdığı bir yıl olan 2019'daki bu artış, 2017'deki yüzde 30,9 ve 2018'deki yüzde 27,8'lik artışlarla kıyaslandığında, üretimden satışlardaki büyüme performansının yavaşladığına işaret etti. Söz konusu oran, aynı zamanda son üç yılın en düşük artışı olarak dikkati çekti. İSO İkinci 500'deki 463 şirket, üretimlerinin önemli bir kısmını dış pazarlara yaparken söz konusu düşüşte, iç pazar kadar yurt dışı taleplerdeki bozulma da etkili oldu.

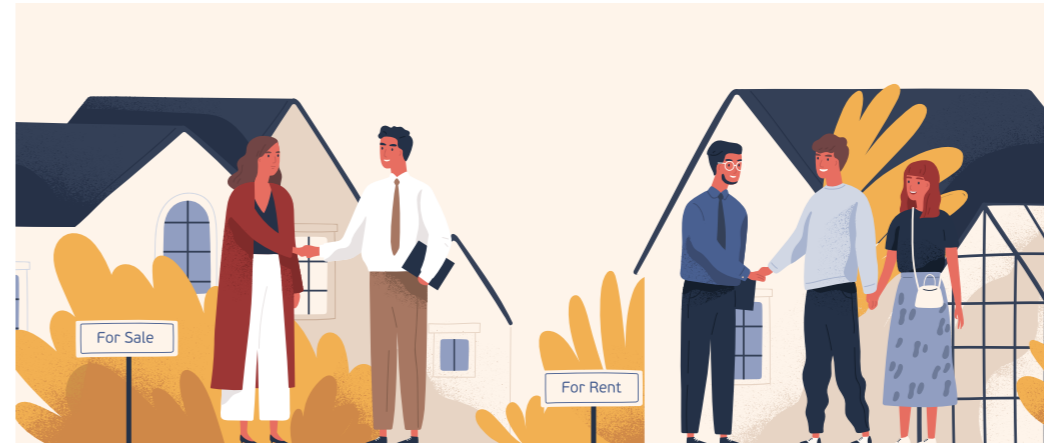
2019 yılı Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Sanayi Kuruluşu araştırmasında üretimden satış büyüklüğüne göre en büyük kuruluş 482 milyon 130 bin lira ile Panasonic Life Solutions oldu. 482 milyon 54 bin liralık satışlarıyla Kervan Gıda ikinciliği alırken, 481 milyon 440 lira ile AKA Otomotiv üçüncü sırada yer aldı.

## Markalı konut stokları eriyor

'REIDIN-GYODER Yeni Konut Fiyat Endeksi' Temmuz 2020 sonuçlarına göre, temmuz ayında stok erime hızı son 10 yılın en hızlı ikinci artışını gördü. Temmuz ayında fiyatlar, bir önceki aya göre yüzde 1.06, geçen yılın aynı dönemine göre ise yüzde 7.13 oranında yükseldi. Konut alımında banka kredisi kullanımının yüzde 44.16 oranında olduğu temmuz ayında, yüzde 11.78 seviyesi ile endeksin başlangıcı 2010 yılından bu yana en yüksek ikinci stok erime hızı gerçekleşti.

Temmuz ayında satışı gerçekleştirilen markalı konutların yüzde 66.87'si bitmiş konut stoklarından, yüzde 33.13'ü bitmemiş konut stoklarından oluştu.

Temmuz ayında markalı konut projeleri kapsamında gerçekleştirilen satışların yüzde 5.88'lik (son 6 aylık ortalama yüzde 7) kısmının yabancı yatırımcılara yapıldığı gözlemlendi. Bu satışlarda yüzde 44.12 oranında 2+1 özellikteki konutlar tercih edildi.



## İnşaat maliyetleri artıyor

Türkiye İstatistik Kurumu, temmuz ayına ilişkin inşaat maliyet endeksi verilerine göre, endeks temmuzda bir önceki aya göre yüzde 0,95, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 9,17 yükseldi.

Aylık bazda malzeme endeksi yüzde 1,35, işçilik endeksi yüzde 0,12 arttı. Temmuz 2019'a göre ise malzeme endeksinde yüzde 6,66, işçilik endeksinde yüzde 14,67 artış gerçekleşti.

Bina inşaatı maliyet endeksi, temmuzda bir önceki aya göre yüzde 0,75, geçen yılın aynı ayına göre de yüzde 9,59 artış gösterdi. Temmuzda, haziran ayına göre malzeme endeksinde yüzde 1,09 ve işçilik endeksinde yüzde 0,08 artış görüldü. Yıllık bazda bakıldığında ise malzeme endeksi yüzde 7,10 ve işçilik endeksi yüzde



14,87 yükseldi.

Bina dışı yapılar için inşaat maliyet endeksi, temmuzda bir önceki aya göre yüzde 1,62, geçen yılın aynı ayına göre yüzde 7,79 arttı. Temmuzda bir önceki aya göre malzeme endeksi yüzde 2,22 ve işçilik endeksi yüzde 0,27 artış gösterdi.



## Konut satışında yüzde 23,5'lik artış yaşandı

Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı Derneği'nin (GYODER), gayrimenkul sektörünün alt segmentlerini üçer aylık dönemler halinde irdelediği "GYODER Gösterge" Türkiye Gayrimenkul Sektörü 2020-2. Çeyrek Raporu'nu yayımladı. Rapora göre, 2019 yılının ilk yarısında toplam 505 bin olan konut satışı, 2020 yılının aynı döneminde 624 bin adede ulaşarak yüzde 23,5'lik bir artış sağlandı. Salgın sürecinde başta Hazine ve Maliye Bakanlığı ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca alınan önlemler ve proaktif yaklaşımlar sektöre can suyu olarak toparlanma eğilimini güçlendirdi.

İnşaat sektöründe yüzde 1,5 seviyesinde yaşanan gerileme ise hızlı yaşanan küçülmelerden sonra eğilim değişiminin ilk işareti olarak görüldü. Alınan tedbirlerle özellikle ikinci çeyreğin sonu itibarıyla sektörde gözle görülür bir toparlanma yaşandı. Söz konusu toparlanma konut satış rakamlarına da yansdı.

Salgın nedeniyle yaşanan kapanma sürecinin bitmesi, özellikle kredi faizlerinde kamu bankaları önderliğinde sağlanan keskin düşüş ve ertelenen talep, artışı tetikleyen önemli unsurlar oldu. Son birkaç yıldır yeni konut arzının giderek düşmesi de talebi yükseltti.

## ODE Yalıtım'ın yeni İnsan Kaynakları Müdürü Gizem Özgüney oldu



ODE Yalıtım  
İnsan Kaynakları Müdürü  
Gizem Özgüney

**Yalıtım** sektöründe çalışanına verdiği değer ile istikrarlı büyümesini sürdüren ODE Yalıtım'ın yeni İnsan Kaynakları Müdürü Gizem Özgüney oldu. İnsan kaynakları alanında çeşitli sektörlerde ve pozisyonlarda görev alan Özgüney, 8 Haziran 2020 itibarıyla ODE Yalıtım'daki çalışmalarına başladı.

### Gizem Özgüney kimdir?

Kocaeli Üniversitesi Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü'nden mezun olan Gizem Özgüney, yüksek lisansını ise Marmara Üniversitesi Yönetim ve Çalışma Psikolojisi alanında tamamladı. Profesyonel kariyerine Doruk İnsan Kaynakları'nda İK Danışmanı olarak başlayan Özgüney; MG Danışmanlık'ta İK Danışmanı, Adecco'da Kıdemli İK Danışmanı, RDC Partner'da İnsan Kaynakları Sorumlusu, OMSAN Lojistik'te Kıdemli İnsan Kaynakları Uzmanı, Taksan Jeneratör'de ise sırasıyla İnsan Kaynakları Şefi ve İnsan Kaynakları Müdürü olarak çalıştı.



Çorlu ve Eskişehir fabrikalarındaki çalışanlar, ODE yöneticileri ile samimi bir ortamda bir araya geldi.



ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Kemal Direk, Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Erhan Özdemir, Teknik Genel Müdür Yardımcısı Tarık Uslu, Pazarlama Direktörü Ceylin Akdemir, Satış Direktörü Uğur Yılmazel ve İhracat Direktörü Ozan Turan

## ODE yöneticilerinden Çorlu ve Eskişehir'deki çalışanlarına moral ziyareti

Koronavirüs salgınına karşı çalışanlarının sağlığı için gerekli önlemleri hızla hayata geçiren ODE Yalıtım, bu süreçte çalışanlarının motivasyonunu en üst düzeyde tutmak için çalışmalarına devam ediyor.

Tüm dünyanın ve Türkiye'nin yaşadığı zorlu süreçte işinin başında durarak üretimini sürdüren ODE Yalıtım, karantina döneminde Çorlu ve Eskişehir fabrikalarına gerçekleştirilen moral, motivasyon gezileriyle çalışanlarının yanında yer aldı. Bu ziyaretlerin dışında çalışanlarla online görüşmeler de yapıldı.

Çorlu ve Eskişehir fabrikalarına gerçekleştirilen moral gezileri, ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, Mali İşler Genel Müdür Yardımcısı Kemal Direk, Satış ve Pazarlama Genel Müdür Yardımcısı Erhan Özdemir, Teknik Genel Müdür Yardımcısı Tarık Uslu, Pazarlama Direktörü Ceylin Akdemir, Satış Direktörü Uğur Yılmazel ve İhracat Direktörü Ozan Turan'ın katılımıyla düzenlendi.

ODE Yalıtım üst yönetiminin gerçekleştirdiği ziyaretlerde; çalışanlarla toplantılar yapıldı, sohbetler edildi. Fabrika çalışanlarına baklava ikramında bulunuldu.



Fabrikalara gerçekleştirilen moral ziyaretlerinde, hijyen kurallarına büyük özen gösterildi.

## ODE Yalıtım Olcay Yultay'ı kadrosuna kattı

**Yalıtım** sektörünün öncü şirketi ODE Yalıtım, kadrosuna kattığı yeni isimlerle gücüne güç katmaya devam ediyor. ODE Yalıtım, yalıtım sektörünün deneyimli ismi Olcay Yultay'ı ekibine dahil etti.

ODE Yalıtım Çorlu Fabrikası'nda Üretim Direktörü olarak şirketin gelişim sürecine katkıda bulunacak olan Olcay Yultay, 3 Mart 2020 tarihi itibarıyla yeni görevine başladı.

Olcay Yultay, ODE Ailesi'ne katılmadan önce İzocam'da sırasıyla; Taşyünü Vardiya Mühendisi, Proses Mühendisi, Üretim Müdürü, Fabrika Müdürü (Mersin Camyünü) olarak görev yaptı.

1973 yılında doğan ve evli olan Yultay, Yıldız Teknik Üniversitesi Elektrik Mühendisliği Bölümü'nde lisans eğitimini tamamladı.



## ODE, Okan Üniversitesi öğrencileriyle buluştu

### İşveren markası ve yetenek kazanım çalışmaları “Online Kariyer Günleri” ile devam ediyor

**Koronavirüsün** ülkemizde ve dünya da etkisini göstermesiyle birlikte tüm organizasyonlar yeni bir değişim dönüşüm sürecine girdi. Pandeminin ve sosyal mesafe kuralının hayatımıza girmesi ile birlikte toplu olarak düzenlenen birçok büyük organizasyon da iptal edildi. “Yeni düzen”in getirdiği yeni süreçler ile değişim herkesin hayatına girmeye başladı ve artık şirketler ve organizasyonlar için değişim zorunlu hale geldi.

Geçtiğimiz yıllarda ilgili üniversitelerin yerinde düzenlenen ve öğrenciler ile yüzyüze görüşme fırsatı sağlanan kariyer günlerinin yerini ise online kariyer günleri aldı.

Üniversiteler de öğrencilerini bu yeni dünyadaki değişim ve dönüşüme hazırlamak, onlara kariyer yolculuklarında destek olmak adına üniversite-sanayi iş birlikleri kurarak online kariyer günleri düzenlemeye ve ilgili şirketlerdeki insan kaynakları ekipleri ile öğrenci ve mezunları online platformda buluşturarak canlı görüşme yapma fırsatı tanıyor.

ODE İnsan Kaynakları ekibi de 11 Haziran 2020 tarihinde Okan Üniversitesi Online Kariyer Günlerine katılarak öğrenci ve



mezunlar ile bir araya geldi. Öğrenci ve yeni mezunlara, ODE'yi anlatarak kariyer fırsatları ve staj başvuruları hakkında detaylı bilgiler verildi. Kariyer yolculuğunda merak ettikleri sorulara yanıt verilerek iş hayatına dair konularda geri bildirimler sağlandı.

Online Kariyer Günü etkinliğine, 2020

Yılında Okan Üniversitesi iş birliği ile O'CO-OP kapsamında (İş Yerinde Eğitim Programı) ODE İhracat ve Pazarlama Bölümü'nde uzun dönemli staj yapan Berk Şar da katıldı. Berk Şar, canlı yayında okul arkadaşlarına ODE'de yaşadığı staj deneyimini anlatma fırsatı buldu.

## Bana stajyerden çok çalışan sorumluluğu verildi



ODE Yalıtım stajyeri  
Berk Şar

**ODE Yalıtım**, global büyümesini hala sürdürmekte olan bir şirket. Ben de böyle kurumsal bir şirkette uzun dönem stajımı tamamladığım için çok memnunum. İhracat ve pazarlama departmanında bütün iş süreçlerinin muhakkak belli bir noktada sürece dahil edildim. Sorumluluğum dahilindeki işler için öncesinde uygulamalı olarak işe dair bilgiler verildi ve destek olundu. Çalıştığım süre boyunca bana hep stajyerden ziyade çalışan gözüyle bakıldı ve öyle davranıldı. Verilen sorumluluklar ve öğretilen işler gerçekten bana tecrübe katacak nitelikte oldu. Ben de aynı şekilde her zaman sorumluluklarımı bilerek ve bir çalışandan fark olmaksızın aynı disiplinde ve saygıda çalıştığımı düşünüyorum. Benim için bu staj programı üniversite hayatım ve atılacağım iş hayatı için çok değerli bir deneyim oldu. Staj süre-

cim boyunca her gün kendime yeni bir şey kattığımı ve kendimi her gün biraz daha geliştirdiğimi düşünüyorum. Müşteri bulma sürecinde B2B e-ticaret sitelerinin yönetimi kısmında bana sorumluluk verdikleri zaman başta tedirgin hissetmeme rağmen sonrasında kararlarımın daha net ve analizlerimin daha iyi olmaya başladığını gördüm. Gerektiği zaman sorgulayıcı, her zaman öğrenmeye ve yeni fikirlere açık oldum. İyi fırsatlar sunan bir iş süreciydi ve bana çok fazla tecrübe kattı. Verilen işler sayesinde ürünler hakkında bilgi sahibi oldum. Bu yüzden yapılan işler kafamda daha çok oturdu.

Gerektiği zaman sorgulayıcı oldum ve bundan çekinmedim, her zaman öğrenmeye ve yeni fikirlere açık oldum. Benim için iyi fırsatlar sunan bir iş süreci için deydirdim ve bana çok fazla tecrübe kattı.



## ODE 35. yılında başarısında payı olan eski çalışanlarını unutmadı

ODE YALITIM YÖNETİM KURULU BAŞKANI ORHAN TURAN, YILLARDIR BİRLİKTE ÇALIŞTIĞI ÇALIŞANLARIYLA SAMİMİ BİR SANAL TOPLANTIDA BULUŞTU.



**ODE Yalıtım** 35. yılını kutlarken, bugün elde edilen başarıda büyük katkıları bulunan eski çalışanlarını unutmadı ve Zoom üzerinden bir buluşma gerçekleştirdi.

ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan'ın da hazır bulunduğu görüşmede, geçmişte beş yılı aşkın süre ile ODE bünyesinde çalışanlar online platformda bir araya gelme fırsatını buldu.

Sohbet toplantısında ODE'nin geçmiş-

ten bugüne kat ettiği yolda büyük emeği olan katılımcılar, mevcut ODE çalışanlarına şirkette çalıştıkları süre zarfında yaşadıkları anıları, deneyimlerini aktardı.

Oldukça samimi ve keyifli bir ortamda gerçekleştirilen online buluşmada, ODE'nin kendilerine sağladığı katkıları anlatan eski çalışanlar ile bugünün çalışanları için ilham kaynağı olabilecek verimli bir sohbet gerçekleştirildi.

# Projeler için su yalıtım çözümü bulmak artık çok kolay

**NÜFUS YOĞUNLUĞUNUN YÜZDE 95'İ DEPREM KUŞAĞINDA BULUNAN ÜLKEMİZDE, YAPIYI SUYUN ZARARLARINDAN ETKİN BİR BİÇİMDE KORUMAK VE YAPININ ÖMRÜNÜ UZATMAK İÇİN SU YALITIMI UYGULAMASI HAYATİ ÖNEM TAŞIYOR. SU YALITIMI UYGULARKEN YAPILAN İŞİN HAYAT KURTARABİLECEĞİNİ HER ZAMAN GÖZ ÖNÜNDE BULUNDURMALI, UYGULAMADA EN DOĞRU VE GÜVENİLİR MALZEMELERİ KULLANMALIYIZ.**

Ev alırken veya yaptırırken ilk neye bakarız? Mutfak dolapları mı? Otopark sayısı mı? Balkonlar mı? Yoksa banyo seramikleri mi?

Bir yatırımcı kolay satış yapabilmek için yapısını hangi özelliklerle donatmak ister?

Günümüzde cevapların su yalıtımı olmadığı kesin.

Siz hiçbir rezidans reklamında 'temelde garantili su yalıtımı' sloganı duydunuz mu? 'Güvenli çatılar' diye pazarlanıyor mu yapılar?

Oysaki suyun, etki ettiği yapı elemanlarına ve kullanıcılarının sağlığına büyük zararları var. Suyu maruz kalan yapı elemanlarında fiziksel ve kimyasal bozulmalar başlar. Nem, küf, korozyon, çürüme, kabarma, akma gibi sonuçlar iç hava kalitesini de bozarak insan sağlığına ve konforuna zarar verir. Nem ve su sorunu nedeniyle çatı katından taşınmak zorunda kalanların sayısı azımsanmayacak kadar çok.

Bunun yanında Türkiye'nin bir de deprem geçiği var. Betonarme yapılardan uzaklaştırılmayan suyun taşıyıcı sisteme onarılamaz zarar verdiğini biliyoruz. Binaların statik hesapları deprem risklerine göre yapılmış olsa bile, temel ve perdelerle nüfuz eden su nedeniyle 10 yıl sonunda taşıyıcı donatı, baştaki taşıma kapasitesinin yüzde 66'sını kaybediyor.

Bu nedenle, nüfus yoğunluğu olarak yüzde 95'i deprem kuşağında bulunan ülkemizde, yapıyı suyun zararlarından etkin bir biçimde korumak ve yapının ömrünü uzatmak için su yalıtımı uygulaması hayati önem taşıyor. Su yalıtımı uygularken yapılan işin hayat kurtarabileceğini her zaman göz önünde bulundurmalı, uygulamada en doğru ve güvenilir

malzemeleri kullanmalıyız.

Binanın dayanıklılığını artıracak en uygun ve güvenilir malzemenin bitümlü membran örtüleri olduğunu biliyoruz. Bununla birlikte, konutumuzun veya iş yerimizin yalıtımını yaptırmak istediğimizde pek çok seçenekle karşılaşılıyor. Bu noktada projenin bulunduğu bölgeden zemin özelliklerine, çatı eğimine kadar pek çok kriter devreye giriyor ve bu da en doğru sistem seçimini zorlaştırabiliyor. Biz de ODE Yalıtım olarak buradan yola çıktık ve yenilikçi bir hizmet olan ODE Select'i geliştirdik. Türkiye'de ilk, dünyada da sayılı örneklerden biri olan online sistem seçim aracı ODE Select, inşaat projeleri için en uygun çözümleri ve teknik dokümanları dakikalar içinde bir araya getiriyor. Uygulama ile çatılar, temel ve perdeler için yalıtım çözümleri, proje kriterlerine uygun sistemler, 2D detaylar, şartnameler ve teknik dokümanlar tek bir dosya halinde ve tamamen ücretsiz olarak bilgisayara indirilebiliyor. Sistem ayrıca, ihtiyaç duyulduğu takdirde satış temsilcilerimizden teklif veya uzmanlarımızdan teknik destek almaya da olanak tanıyor.

## Neden ODE Select?

Türkiye'de yalıtım sektörünün lider firması ODE Yalıtım olarak, binalarda sağlıklı su yalıtımı çözümlerini yaygınlaştırmayı önemsiyoruz. Yapılarda uzun ömürlü ve güvenli su yalıtımı uygulamaları için öncelikle doğru ürün ve doğru sistem seçiminin yapılmasının



ODE Yalıtım  
Teknik Ofis Yöneticisi  
Ayşe Miray Şen



önemini biliyoruz. Doğru su yalıtım malzemesi seçerken; temel ve perdelerde zemin durumu, geçirgenliği, malzemenin üzerine gelecek yükler, yer altı su seviyesi ve su basıncı etki türü gibi parametreler ön plana çıkarken, çatılar için iklim koşullarını, altyapı özelliklerini, eğimi, kullanım amacını, bitiş malzemesini ve ara katmanları bilmek önem kazanıyor. Bu kriterleri iyi analiz edip en doğru detayları ona göre uygulamak gerekiyor. Her mimari proje kendine özgüdür ve hepsi için aynı çözümü sunamazsınız. Projenin ihtiyaçlarına uygun çözümlerin üretilmesi ve bu çözümlerin mimarlara, tasarımcılara, yapı sahiplerine kolay ve pratik bir şekilde sunulması gerektiğini düşünüyoruz. Lider bir üretici olarak, proje yapıcılar ile üretici uzmanlığı arasında güçlü bir bilgi ağı kurmanın ve sektördeki bilgi kirliliğinin önüne geçmenin sorumluluklarımızdan biri olduğuna inanıyoruz.

## Yapı sektörüne katma değer yaratmaya devam ediyoruz

Günümüzde artık dijitalleşme her alana girmiş durumda ve hayatımızı kolaylaştıran bir araç. ODE Yalıtım olarak, bu sene başında lanse ettiğimiz KOD 2020 ile Dijital Dönüşüm'ü önceliklerimiz arasına almıştık. Bu doğrultuda, su yalıtımı alanındaki tecrübe ve bilgi birikimimizi dijitalleşmeyle birleştirip Türkiye'nin ilk online sistem seçim aracını yarattık. Yalıtım sektörüne katkı yaratacak bir sistem olan ODE Select ile projelerinde çözüme ihtiyaç duyan tüm paydaşların

Türkiye'de ilk, dünyada da sayılı örneklerden biri olan online sistem seçim aracı ODE Select, inşaat projeleri için en uygun çözümleri ve teknik dokümanları dakikalar içinde bir araya getiriyor. Uygulama ile çatılar, temel ve perdeler için yalıtım çözümleri, proje kriterlerine uygun sistemler, 2D detaylar, şartnameler ve teknik dokümanlar tek bir dosya halinde ve tamamen ücretsiz olarak bilgisayara indirilebiliyor.

işini kolaylaştırıyoruz.

Teras çatılar, eğimli çatılar, yeşil çatılar, temel/perdeler için tüm su ve ısı yalıtımı sistem çözümlerini karmaşık bir algorithmda birleştirdik. Basit bir ara yüze sahip sistem, öncelikle projenin bulunduğu bölgeyi, sonrasında yapının hangi alanı için sistem seçimi yapılmak istendiğini soruyor. Örneğin çatı yalıtımı seçildiğinde; çatının eğimi, altyapısı, kullanım tipi, ısı yalıtımı olup olmadığı varsa malzeme tipi gibi parametreleri sorduktan sonra, kullanıcının karşısına bu parametrelere uygun hesapladığı sistemi ve alternatiflerini çıkartıyor. Seçilen sistem ve ürüne özel şartname metinlerine, detay çizimlerine ve tüm teknik föylere bir arada ulaşabilen kullanıcı, bu belge setini bir tıkla bilgisayara indirebiliyor veya başka bir proje paydaşına mail gönderebiliyor. Daha fazla bilgiye ihtiyaç duyulması durumunda sistem, projelerle ODE teknik uzmanlarını hızla buluşturuyor. Araç üzerinden aynı zamanda seçilen sisteme fiyat teklifi alınabiliyor.

Mevcut standartlar ve yeni su yalıtımı yönetmeliği ile uyumlu olan ODE Select'te, yaklaşık 500 doküman, 42 farklı ürün grubu, 218 farklı sistem çözümü ve 5 farklı uygulama alanı mevcut.

Başta mimarlar, tasarımcılar, danışmanlar ve uygulamacılar olmak üzere, inşaat projelerinde faaliyet gösteren tüm paydaşlarımızın oturdukları yerden tüm çözümlere ulaşabildikleri ODE Select'i geliştirirken hızının yanı sıra kolay bir kullanıma sahip olmasına da özen gösterdik. Paydaşlarımız, www.odeselect.com.tr internet sitesi üzerinden dakikalar içinde ihtiyaç duydukları tüm bilgilere son derece pratik bir şekilde ulaşabiliyor.

ODE Yalıtım olarak, yenilikçi ürün, uygulama ve hizmetlerle yapı sektörüne katma değer yaratmaya bundan sonra da devam edeceğiz.

# Teknolojik liderliğimizi yeni ürünlerimiz ile ortaya koyuyoruz

**POLİMER BİTÜMLÜ MEMBRANA YAPTIĞIMIZ BÜYÜK YATIRIMLARIN KARŞILIĞINI, YARATTIĞIMIZ YENİ ÜRÜNLERLE ALIYORUZ.**

Epikon bitümlü membran ürünlerini 2019 yılının son aylarında lanse ettik. Epikon bitümlü membranları; geleneksel bitümlü membranların çok ötesinde, üst kaliteli, muadili olmayan ürünleri bünyesinde barındıran çok geniş bir ürün yelpazesine sahip. Epikon ailesine yeni ürünler eklemeye devam ediyoruz. Üst kaliteli dört yeni Epikon bitümlü membranı farklı detaylar için tasarladık.

- Epikon Eternal
- Epikon Aflame
- Epikon Cool
- Epikon Stick-it

Bu üstün kaliteli dört ürün ile geleneksel bitümlü membran özelliklerinin çok ilerisinde, uzun ömürlü su yalıtımı, hızlı uygulama imkânı ve kalite sunmaktayız.

## Epikon Eternal

Epikon Eternal, üzeri açık gri renk arduaz taşlı, yoğun SBS katkılı, dolgu malzemesi içermeyen, 5 mm kalınlığında, -30°C soğukta bükülme değeri olan yüksek gramajlı keçesi ve 1000/800 N/50 mm çekme mukavemeti özellikleriyle bitümlü membran çizgisini ileriye taşıyor. Epikon Eternal, her türlü iklimde ve zorlu koşullarda bulunan teraslarda sadece tek kat uygulamayla hızlı ve uzun ömürlü su yalıtımı sağlar.

Üzerindeki açık gri renkli arduaz taşı ile UV'ye karşı dayanıklıdır. Açık rengi sayesinde yapıda yüzey sıcaklığını düşürür.

Teras detaylarında nitelikli bir ürün kullanılarak hızlı uygulama istenen su yalıtımı uygulamalarında, Epikon Eternal net 5

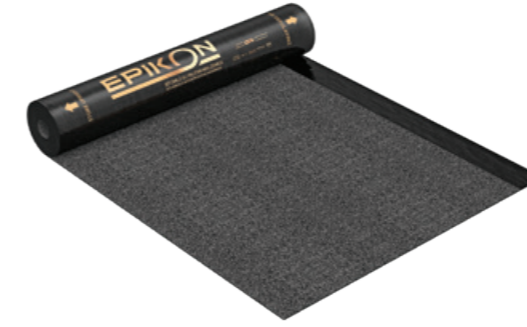


ODE Yalıtım  
Ürün Yöneticisi  
İlter Kahraman

mm kalınlığı ile geleneksel membranların iki kat uygulama ile sağladığı çözümü tek katta sağlar. Reçetesi yüksek oranda kauçuk esaslı katkılar içerir. Eternal, şalümo ateşiyle bulunduğu adeta likit bitümlü malzeme gibi sıvılaşır. Yapıştırma işlemi sonrası anında soğur ve yüzeye veya membran bindirme yerine sökülemeyecek bir güçle yapışır. Sakız etkisi şeklinde tabir edilen davranışı sergiler.

Aynı zamanda otopark üstü detaylarında, Epikon Eternal'in üzerine asfalt dö-

külebilir. Sahip olduğu mekanik özellikleri sayesinde araçların yaratacağı yüklerle dayanıklıdır.



## Epikon Aflame

Epikon Aflame, üzeri silis kumu kaplı, yoğun SBS katkılı, dolgu malzemesi içermeyen, 5 mm kalınlığında, -30°C soğukta bükülme değeri ve yüksek gramajlı keçeye sahip, 1000/800 N/50 mm çekme mukavemetiyle temel ve perde detaylarında yüksek su basıncına dayanıklı elastomerik bitümlü membrandır. Geleneksel temel bohçalama su yalıtımında çift kat membran kullanılırken, Epikon Aflame ile tek katta, hem temel hem perdede uzun ömürlü su yalıtımı çözümü sunuyoruz. Reçetesi %1000 elastikiyete sahiptir. Epikon Aflame, bitümlü membranda sakız etkisi göstererek bina hareketlerine tam uyum sağlar, uzun ömürlü ve güvenli bir su yalıtımı yaratır. Yapıştırma safhasında likit membran gibi yüzeye yayılır ve aniden soğuyarak yüzeye tam yapışma sağlar.

**“ÜLKEMİZDE YAYGIN KULLANILAN KOYU RENKLİ ÇATI KAPLAMALARI NEDENİYLE ISI, ÇABUK ISINAN ÇATIDAN İÇ MEKANA TAŞINIR VE KONFORSUZLUK YARATMASININ YANI SIRA İKLİMLENDİRME ENERJİLERİ TÜKETİMİNİ DE ARTTIRIR.”**

## Epikon Cool

Epikon Cool, TÜBİTAK onaylı, Türkiye'nin ilk patentli "Cool Roof" bitümlü membrandır. Yüzeyindeki açık renkli özel reflektif mineraller ile geleneksel malzemelere göre, güneş ışığını yüksek yansıtma kapasitesine sahiptir. Bina kabuğunun yansıtıcılık değerini 30-40 kata kadar artırır. Böylece çatı altı alanlarda ısı konfor sağlar. 2-3°C daha serin iç mekân sıcaklığı yaratır ve soğutma kaynaklı enerji tüketimini düşürür. Geleneksel minerali bitümlü membranlara göre yüzde 15 enerji tasarrufu sağlar. Tüm bu özellikleriyle Epikon Cool, kentlerdeki ısı adaları etkisini düşürmeye yardımcı olur. Epikon Cool, Best, Lead ve Bream sürdürülebilir yeşil bina sertifikalarında ek puan almanızı sağlar.

Çatı yüzeyleri, bina kabuğunun güneş ışınımına en çok maruz kalan bölümleridir. Ülkemizde yaygın kullanılan koyu renkli çatı kaplama malzemeleri

nedeniyle ısı hızla çatı yüzeyinden iç mekâna taşınır ve sıcaklıkları artırarak konforsuzluk yaratır. Bu durum iklimlendirme amaçlı kullanılan enerji tüketimlerini de artırır.



Epikon Cool dört farklı soğukta bükülme performanslı ürün ile pazara sunulmuştur.

Epikon Cool EP 400-30 Beyaz  
Epikon Cool EP 400-20 Beyaz  
Epikon Cool EP 400-10 Beyaz  
Epikon Cool EP 400-5 Beyaz

Başarı Ölçütü	Kırmızı Arduaz Kaplı Membran	Epikon Cool Membran
Güneş Işını Yansıtma Oranı	%8,6	%67
Isı Salım Oranı	%82,5	%86
SRI (Güneş Işığını Yansıtma Katsayısı) (Beyaz reflektif taş)	%2,9	%80,6

## Epikon Stick-It

Kendinden yapışkanlı dolgu-suz özel reçetesiyle yeni Epikon Stick-it, perde duvarlarda mükemmel yapışma sağlarken, cross-lamine teknolojiyle üretilmiş polietilen kaplamasıyla yırtılma ve delinmelere karşı yüksek dayanım sağlar. Yoğun SBS'li formülüyle tüm iklimlerde esnek ve kolay uygulanabilen, üstün kaliteli ve uzun ömürlü su yalıtım çözümüdür. Kendinden yapışkanlı özelliği ve 20 metre rulo boyu ile alevsiz ve hızlı uygulama imkânı sunar. Aynı zamanda cross lamine kaplaması Epikon Stick-it'e kök itici özellik kazandırır. Perde duvarları bitki veya ağaç köklerinden zarar görmez.

Bu yeni ürünlerimizle hedefimiz geleneksel membranlar ile çözilemeyecek

farklı detaylara çözüm olabilecek yüksek kaliteli Epikon ürünleri bitümlü membran pazarını yukarıya taşımaktır. Polimer bitümlü membrana yaptığımız büyük yatırımların karşılığını, yarattığımız yeni ürünlerle alıyoruz. İlerleyen dönemde de, yepyeni ürünlerle karşınızdan olacağız.





**Derya Gürbüz Ilgaz**

ODE Kalite Güvence  
Yöneticisi

# İşletmelerde Kalite Maliyetleri

**HATALI ÜRETİM NEDENİYLE YAPILAN MÜŞTERİ ZİYARETLERİNDE ORTAYA ÇIKAN YOL VE HARCIRAH GİBİ MALİYETLER İŞLETMELER TARAFINDAN HESAPLANABİLİR; FAKAT MÜŞTERİ MEMNUNİYETSİZLİĞİNDEN KAYNAKLI OLARAK MARKA DEĞERİNDEKİ AZALMALAR HESAPLANABİLEN KALEMLER ARASINDA YER ALMAZ.**

**Kalite**, "ilk seferinde doğru yapılmasını" hedefler. Hem bu hedefi gerçekleştirmek için, hem de ilgili hedef gerçekleşmediğinde bazı kalite maliyetleri ortaya çıkar.

Günümüzün küreselleşen pazar koşulları ve üretim faktörlerinin sınır tanımayan işleyişi kalite olgusunu her zamankinden daha fazla ön plana çıkarmıştır. Yakın zamana kadar kalite sadece ürün için konuşulurken, günümüzde her boyutta günlük yaşantımızın bir parçası haline gelmiştir. Ürün kalitesi, hizmet kalitesi, sistem kalitesi, yaşam kalitesi vb...

Değer katmayan faaliyetler neticesinde düşük maliyet ve yüksek tatmin sağlamak için kalite maliyetlerinin hesaplanması gerekir.

Günümüz işletmelerinin rekabet güçlerini koruyabilmeleri kalite, hız, esneklik, sürekli gelişim ve üründe çeşitlilik faktörlerine daha fazla önem vermeleri sayesinde sağlanır.

Kalite maliyetlerinin ölçülmesi, raporlanması ve muhasebeleştirilmesi kalite sisteminin etkinliği için gereklidir.

Yaygın olarak ortaya çıkan hesaplanabilir kalite maliyetlerine örnekler verebiliriz.

- Müşteri beklentilerini karşılamadığı için açığa çıkan maliyetler; bu maliyetler üretim esnasında ortaya çıkabildiği gibi üretimin/

hizmetin müşteriye sunumundan sonra da ortaya çıkabilir.

- Proses esnasında üründe bir hata çıkması ve işletmenin bu ürünü düzeltme kararı alması. Burada düzeltmeden kaynaklı olarak maliyetler ortaya çıkar.
- Ürünün hurdaya ayrılmasında hurda maliyetleri çıkar.
- Ürün müşteriye ulaşır fakat üründe hatalar vardır. Müşteri bu ürünün iadesini veya garantiden değişimini isteyebileceği gibi sahaya servis organizasyonu yapılmasını ve ürünün kendi sahasında düzeltilmesini talep edebilir.
- Hatalı üretim nedeniyle yapılan müşteri ziyaretleri için yol ve harcırah gibi maliyetler ortaya çıkar. Bu maliyetler işletmeler tarafından hesaplanabilir; fakat müşteri memnuniyetsizliğinden kaynaklı olarak marka değerindeki azalmalar hesaplanabilen kalemler arasında yer almaz.

## Kaliteyi sağlamak üretimden önce başlar

İşletmeler kötü kalite maliyetlerinin oluşmasının önüne geçebilmek ve kalitenin sağlanması için harcamalar yapar. Bunlardan en yaygın ola-



rak bilinenleri kalibrasyonlar, ürün testleri ve sistem denetimleridir.

Kalite Maliyeti Kategorileri'ni aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz.

### 1. ÖNLEME MALİYETLERİ:

Üretilen ürün ve hizmetlerin müşteri istek ve ihtiyaçlarına uygunluğunu önlemek amacıyla özel olarak tasarlanmış tüm faaliyetlerin maliyetidir.

Yeni ürün incelemesi, kalite planlama, tedarikçi yeterliliği araştırmaları/anketleri, proses yeterliliği ölçümleri, kaliteyi geliştirmeye yönelik takımların toplantıları, kalite geliştirme projeleri, kalite eğitim ve öğretimleri önleme maliyetleri kategorisinde yer alır.

Açık bir şekilde önleme masrafı olmayan hatalı ürünün müşteriye ulaşmasını engellemek için düzeltme ve gözetimlerin eklenmesi de bu kategoride yer alır. Problemi çözmek için yapılan masraflar sorun maliyetlerinin bir parçası olarak veya gelecekte sorunun önlenmesi için katlanılan maliyetin bir parçası olarak görülebilir. Bu maliyet kategorisine örnek olarak pazarlama maliyeti ve kalite denetleme maliyetini verebiliriz.

**KALİTE MALİYETLERİNİN OLUŞTUĞU NOKTALAR İŞLETMELERDE İYİLEŞTİRMEYE AÇIK OLAN ALANLARDIR.**

### 2. DEĞERLENDİRME MALİYETLERİ

Değerlendirme maliyetleri firmada ürünü istenilen spesifikasyonlarda ve toleranslarda tutmak için yapılan tüm muayene, ölçme ve değerlendirme maliyetleridir. Yani ürünün kaliteli olma koşullarının sağlanması için yapılan çalışmaların maliyetidir. Bu aşamada yapılan Kabul Muayenesi, Üretim Öncesi Doğrulamalar ve Laboratuvar Kabul Testleri bu çalışmalardan birkaçıdır.

### 3. İÇ BAŞARISIZLIK MALİYETLERİ

İç başarısızlık maliyetleri, üretim aşamasında dış müşteriye ulaşmadan fark edilen yeterliliklerin ve hataların doğurduğu maliyetlerdir.

Bu maliyetler, müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalacak ürün veya hizmetin müşteriye ulaşmadan önce saptanarak, eksikliklerinin giderilmesi, düzeltilmesi, iyileştirilmesi ve fark edilmesi ile ilgilidir. Ayrıca bu maliyetler süreç etkinsizlik maliyeti olarak da incelenebilir.

İç başarısızlık maliyetlerini oluşturan örnekler olarak, hurda ürünler, iskartalar, fireler, ürünler arası kalite farkları, üründe yapılan düzeltmeler ve tamirler sıralanabilir.

### 4. DIŞ BAŞARISIZLIK MALİYETLERİ

Ürün veya hizmetin tasarım ya da üretim kısmında oluşan, ancak müşteriye ulaştıktan sonra fark edilerek, müşterinin haberdar olduğu başarısızlık maliyetleridir. Önleme çalışmalarının doğru yapıldığı yerde, hem iç hem dış başarısızlık sayısında düşüş olacaktır. Müşteriye ulaşan hatalı ürünler, dış başarısızlık maliyetine neden olmalarının yanı sıra, marka imajını zedeler ve müşteri güvenini azaltır. Dış başarısızlık maliyetleri arasında şikayetler, garanti istekleri, reddedilerek geri dönen ürünler, taşıma masrafları ve satış kaybı gibi örnekler bulunur.

Kalite maliyetlerinin oluştuğu noktalar işletmelerde iyileştirmeye açık olan alanlardır. Para kayıplarının bu noktalarda olması nedeniyle ve kalite maliyetlerinin minimum düzeyde tutulabilmesi için, tüm işlerin her seferinde ilk üretim sürecinde doğru yapılması esastır.

**Referanslar:** Jack Campanella, "Principles of Quality Costs"



**Onur Yıldırım**

ODE Ar-Ge ve İnovasyon  
Direktörü

## Dünya sınıfı şirket olma yolunda “ODE Best Practice” uygulamaları

**YENİ BİR UYGULAMANIN DÜŞÜNÜLMESİ, PLANLANMASI VE HAYAT GEÇİRİLMESİ OLDUKÇA YOĞUN İŞGÜCÜ, ENERJİ VE KARARLILIK GEREKTİRİR. ANCAK EN AZ BUNUN KADAR ÖNEMLİ BİR BAŞKA UNSUR DA BU UYGULAMALARIN DİĞER TESİSLERE VE BİRİMLERE YAYGINLAŞTIRILMASIDIR.**

**Şirketlerin** karlı büyümesinde etkili iki yol vardır. Müşterilere rakiplerden farklı bir ürün/hizmet sunmak ya da yaptığınız işi en mükemmel şekilde gerçekleştirmek. Dünya sınıfı olarak adlandırılan başarılı ve büyüyen şirketler, kendi içlerinde geliştirdikleri mükemmel süreçler ve tekniklerle diğer tesislere ve firmalara örnek olur. “Best Practice” olarak adlandırılan bu başarılı uygulamalar, makalelere ve birçok bilimsel çalışmada kaynak olarak kullanılır.

Günümüzde dünya sınıfı şirketi olma yolunda ilerleyen birçok firma bulunuyor. Özellikle Otomotiv ve Savunma Sanayi gibi teknolojiye gelişimin öncülüğünü yapan sektörlerde, yükselen bir değer olarak sıkça karşımıza çıkan “Best Practice” uygulamaları, şirketlere büyük ölçüde katkıda bulunmaya devam ediyor.

“Best Practice”; bir kurumun bulunduğu bağlamda daha iyi performansla sahip olmasına katkı sağlayan, üstün metot veya yenilikçi uygulama olarak tanımlanır. Genellikle diğer eşdeğer kuruluşlar tarafından “en iyi” olarak nitelendirilir. Birçok şirket, Amerika’yı yeniden keşfetmek yerine, olası başarılı uygulamaları kendilerine örnek alarak dünya sınıfı şirketlerle aralarındaki açığı hızla kapatıyor. Dünya sınıfı şirketler düzeyinde bir şirket olma yolunda ilerlemek eksiklikleri en iyi örneklerle karşılaştırarak bilmek kadar, bunları en

kısa zamanda kapatarak da mümkün. Süreçlerin ve ana departmanların görevleri ve işlevlerini uygulayan bu teknikler, şirketin geliştirmesi gereken yönlerini ortaya çıkarır.

Özellikle son 5 yıllık süreçte şirketimizde birçok alanda bu uygulamaları hayata geçirmeye başladık. Yeni bir uygulamanın düşünülmesi, planlanması ve hayat geçirilmesi oldukça yoğun işgücü, enerji ve kararlılık gerektirir. Ancak en az bunun kadar önemli bir başka unsur da bu uygulamaların diğer tesislere ve birimlere yaygınlaştırılmasıdır. Bu nedenlerle aşağıda detaylarını aktaracağım uygulamaları hayata geçirmemizin yanı sıra diğer tüm tesislerimizde de yaygınlaştırma çalışmalarımız devam ediyor.

### Polivalans uygulaması

Polivalans tanım olarak olarak bir çalışanın bir iş üzerinde sahip olduğu yetkinliği anlamına gelir ve 3 ana başlık altında değerlendirilebilir;

1. Çalışanlardan beklenen davranışların tanımlanacağı temel/yönetimsel yetkinliklerin belirlenmesi
2. Yetkinlik bazlı performansın değerlendirilmesi ve geliştirilme sisteminin kurulması ve uygulanması
3. Eğitim ve gelişim ihtiyaç analizlerinin yapılması, gelişimin takibi



**SAĞLIKLI BİR YAPIYA VE İŞLEYİŞE SAHİP OLAN, DEĞERLERE DAYALI BİR VİZYON GELİŞTİREN VE YÜKSEK PERFORMANSLI BİR ÇALIŞMA ANLAYIŞIYLA DEĞERLER YARATAN HER ORGANİZASYON BAŞARILI VE KALICI OLUR.**

Bir organizasyonun amaçlarını gerçekleştirebilmesi için her şeyden önce sağlıklı bir yapıya ve işleyişe sahip olması gerekir. Böyle bir yapıya ve

işleyişe sahip olan, değerlere dayalı bir vizyon geliştiren ve yüksek performanslı bir çalışma anlayışıyla değerler yaratan her organizasyon başarılı ve kalıcı olur.

İş analizi, farklı pozisyonlara ait görevlerin ve bu görevleri yerine getirmek için ne tür çalışan özelliklerine ihtiyaç duyulduğunun tanımlanması sürecidir. İş analizi neredeyse tüm insan kaynakları uygulamalarının ve stratejilerinin temelini oluşturur.

Günümüz çalışanları artık zekaya oranla daha çok yetkinlikleri kullanıyor. Bu sebepten ötürü performans değerlendirme sistemleri, eğitim planlama ve çalışanı geliştirme, yetkinlik modelleri temel alınarak oluşturulmalıdır.

Yetkinlik Bazlı Performans Değerlendirme iş hedeflerinin, hem stratejilerin hem de çalışanların

yetkinlikleri göz önüne alınarak belirlenmesi, akabinde gözlemlenebilir ve ölçülebilir davranış göstergeleri kullanılarak değerlendirilmesidir.

- Çalışanların motivasyonlarını artırmak
- Çalışanlara, onları kurumun gelişimine yönlendirecek şekilde geribildirim sağlamak
- Kariyer gelişimi için bilgi kaynağı oluşturmak
- Çalışanlarla yöneticiler arasında performans üzerine sistemli bir iletişim şekli oluşturmak
- Çalışanlara gelişimlerine yön gösterecek bilgi ve kişisel farkındalık sağlamak
- Hem birey hem de kurum eğitim gelişim ihtiyaçlarını belirlemek
- Düşük performans ve nedenlerini belirlemek
- Başarısız çalışanları daha çabuk bir şekilde belirlemek
- Çalışanlar için beklentileri netleştirmek
- Kurumda var olan insan kaynağının en etkin şekilde kullanılmasını sağlamak
- Ücret, ödüllendirme gibi sistemler için veri sağlamak

Temelini bireysel ve kurumsal potansiyelden almayan, alışkanlığa ve davranışa dönüşmemiş hiçbir bilgi öğrenilmiş değildir.

Polivalans uygulaması, Eskişehir tesisimizde 2 yıldır, Çorlu tesislerimizde de başlangıcı bu sene olmak üzere “best practice” olarak uygulanıyor. Oldukça yoğun ve zaman alıcı bir hazırlık

dönemine ihtiyaç duyan uygulama, tüm çalışanlarımızın katılım ve desteği sayesinde başarıyla tamamlandı.

### T-Kart Uygulaması

T-Kart Uygulaması proseslerde iş güvenliği, kalite, maliyet, teslimat, motivasyon ve çevre hedeflerine ulaşabilmek için yürütülen çalışmaların etkinliğinin kontrol edildiği bir denetim sistemidir. Sorunlara büyümeden müdahale edebilmenizi ve problemleri anlık olarak yakalayabilmenizi sağlar.

T-kart denetimi, yöneticilerin çalışanlarla prosesin olduğu yerde (Genchi Genbutsu'nun "yerinde gör, anla, çöz" felsefesinde olduğu gibi) birebir iletişim kurabilmelerini ve belirlenen problemlerin çözüm sürecinin hızla başlamasını sağlar. Eğitimde T-kart denetimi sisteminin işletmelerde kurularak mevcut standartların uygulanıp uygulanmadığının yanı sıra sürekli geliştirildiğinin de nasıl kontrol edileceği anlatılır.

Rekabetçi olabilmek için ihtiyacımız olan sürekli gelişimdir. Gelişimi sürekli hale getirmekse, ancak sürekli takip ve devriye sistemiyle mümkündür. Hiç kimse bilmediği bir şeyi isteyemez; yani varlığından haberdar olmadığı bir problem hakkında çözüm isteyemez, üretemez. "Hangi hatlarda sorun var?" ya da "Uygulamaya başladığımız yeni metot/standart uygun mudur?" gibi soruların

cevabını ancak görsel denetim sistemiyle bulabiliriz.

Görsel Denetim Sistematiği aynı zamanda iş güvenliği, kalite, maliyet, teslimat, motivasyon, çevre hedeflerine ulaşabilmek, mevcut proseslerin doğru uygulandığının kontrolünü yapmak ve geliştirmek için en iyi sistemdir.

T-Kart Uygulaması, Eskişehir tesisimizde 2 yıldır "best practice" olarak uygulanıyor. Çorlu tesislerimizde de yaygınlaştırılması düşünülüyor.

### Otonom Bakım

Toplam Üretken/Verimli Yönetim (TPM) araçlarının en temellerinden olan bu uygulamalar, özellikle üretim yapan şirketlerin vazgeçilmezleri.

Otonom bakım, Yalın Üretim yapan ve/veya Toplam Üretken Yönetim (TPM) uygulayan işletmelerde bakım faaliyetlerinin bir kısmını operatörün yapmasını sağlayarak toplam ekipman etkinliğini artırmada kullanılan önemli bir bakım yöntemi olarak tanımlanır.



7 adımdan oluşan Otonom Bakım faaliyetleri, operatörün makinasını sahiplenerek birtakım bakım faaliyetlerini bakımçıların üzerinden alıp operatöre aktarılmasını sağlar. Otonom Bakım'da makinasını sahiplenmeye başlayan operatör önce birtakım basit işler ile makinasını sahiplenerek hataların farkında olmaya başlar; sonrasında ise teknik eğitimlerle daha ileri seviyedeki işleri devralarak bakım ekibinin daha teknik işlere angaje olmasını sağlar.

Otonom Bakım faaliyetlerinin bilinmediği ya da uygulanmadığı yerlerde basit arızalarla karşılaşıldığında operatörün onarabileceği seviyedeki küçük problemlere ancak bakım ekibi müdahale edebildiğinden; ilgili personelinin makinaya müdahale etmesinin beklenmesi gerekir. Bu da üretimde ciddi kayıplara sebep olabilir. Otonom Bakım faaliyetleri, ne operatörün tüm zamanını bakıma ayırması demektir; ne de bakım ekibinin işsiz kalacağı anlamına gelir. Otonom Bakım, operatörlerin makinasını sahiplenerek küçük duraklamaların önlenmesini; makinaya müdahale edemediği ileri seviye konularda ise arıza vuku bulmadan bakım ekibine haber vererek ciddi problemler yaşamadan makinanın onarılmasını sağlar.

Eskişehir Tesisimiz Otonom Bakım'da 4. adıma

geldi. Diğer tesislerimize de Otonom bakım uygulamaları yaygınlaştırılıyor.

### 5S Uygulama ve Denetimleri

İlk olarak Japonya'da kullanılmış 5 aşamalı bir işyeri organizasyonu olan 5S; işyerinde tertip, düzen, temizlik ve disiplini sağlamak için kullanılan basit ve kolay uygulanabilen bir yöntemdir. 5S iyileştirme çalışmalarının ve görsel işyerinin temelini oluşturur. Adını 5 Japonca kelimenin ilk harflerinden alır;

Seiri	:	Ayıklama
Seiton	:	Düzenleme
Seiso	:	Temizleme
Seiketsu	:	Standartlaştırma
Shitsuke	:	Disiplin

Ekip Lideri kendi bölgesinde 5S uygulamalarının operatörler tarafından uygulanıp uygulanmadığını denetler. Bölüm Sorumlusu sorumlu olduğu 5S alanında haftalık kontrolleri yapar ve 5S uygulamalarının yaygınlaşmasını sağlar. Sorumlu olduğu alanda Ekip Lideri'yle 5S uygulamalarının operatör düzeyinde anlaşıldığından ve uygulandığından emin olur. 5S kurulu aylık plana göre takımlar bazındaki tarafsız denetimlerin yapılmasını ve raporlanmasını sağlar. Yönetim, aylık denetim raporlarının sonuçlarını değerlendirir, kaynakları sağlar ve düzeltici faaliyet gerektiren konuları/alanları belirler. İyi uygulamaların yaygınlaştırılması için tavsiyelerde bulunur, tanıma ve ödüllendirme yapar.

**REKABETÇİ OLABİLMEK İÇİN İHTİYACIMIZ OLAN SÜREKLİ GELİŞİMDİR. GELİŞİMİ SÜREKLİ HALE GETİRMEK, ANCAK SÜREKLİ TAKİP VE DEVRIYE SİSTEMİYLE MÜMKÜNDÜR. Hiç KİMSE BİLMEDİĞİ BİR ŞEYİ İSTEYEMEZ; YANI VARLIĞINDAN HABERDAR OLMADIĞI BİR PROBLEM HAKKINDA ÇÖZÜM İSTEYEMEZ, ÜRETEMEZ.**

5S uygulamaları ve denetimleri 2 yıldır tüm tesislerimizde sürdürülmeye devam ediyor.

### A3 Uygulamaları ve Denetimleri

A3 düşünme veya raporlama; planla, uygula, kontrol et ve önlem al (PUKÖ) olarak bildiğimiz sürekli iyileştirme döngüsünü temel almaktadır. A3 düşünce denemesinin sebebi ekibin iyileştirme sürecindeyken A3 boyutunda bir kâğıt kullanmasından kaynaklanır. Bu kâğıt belli bölümlere ayrılarak kullanılır ve her bir bölüm bir adımı ifade eder.

A3 raporlama, temel olarak problem çözme için kullanılırken aynı zamanda önerilerin anlatılmasında ve tüm sürecin ifade edilmesinde de önemli bir rol oynar. PUKÖ döngüsünde olduğu üzere A3 düşünce, belli adımları takip eder. A3 düşünce adımlarında sınırsız sayıda problem çözme ve analizi araçlarını kullanabileceğimizi de unutmamalıyız.

A3 uygulamaları ve denetimleri 2 yıldır tüm tesislerimizde sürdürülmeye devam ediyor.

Sürekli gelişimin temeli olan eğitim ve akılcı uygulamalar, öğrenen organizasyon olma yolunda vazgeçilmez yapı taşları olmuştur. Sözlerimi B. Franklin'in aşağıdaki deyişiyle tamamlamak istiyorum: "Eğitilmemiş deha, işlenmemiş gümüşe benzer..."

Yüzyıllık Markalar Derneği Yönetim Kurulu Başkanı Engin Tuncer

**“YERİNE KONULAMAYACAK TEK ŞEY**

# İTİBAR

TÜRKİYE'DE  
HER YIL  
BİNLERCE ŞİRKET  
KURULURKEN,  
BİNLERCESİNİN DE  
DEĞİŞİK SEBEPLERDEN

YAŞAM DÖNGÜSÜ SONA ERİYOR.

TÜRKİYE'DEKİ ŞİRKETLERİN YÜZDE 95'İNİ  
OLUŞTURAN AİLE ŞİRKETLERİNİN ORTALAMA  
ÖMRÜ 25 YIL. BUNA KARŞILIK BAZI ÇINAR MARKALAR  
İSE HER TÜRLÜ FIRTINAYI GÖĞÜSLEYEREK YILLARA  
MEYDAN OKUYOR. BU MARKALAR DEĞERLERİNİ  
KUŞAKTAN KUŞAĞA AKTARIP, KENDİLERİNİ  
DÖNÜŞTÜRÜP GELİŞTİRME BECERİSİ GÖSTEREREK  
KÖKLERİNİ SAĞLAMLAŞTIRIYOR. YÜZYILLIK  
MARKALAR DERNEĞİ YÖNETİM KURULU BAŞKANI  
ENGİN TUNCER, BAŞARI HİKAYELERİYLE FARK  
YARATAN ASIRLIK MARKALARDA İTİBAR YÖNETİM  
SÜRECİNİN ÖNEMİNE DİKKAT ÇEKİYOR.



Yüzyıllık Markalar  
Derneği Yönetim  
Kurulu Başkanı  
Engin Tuncer

## 100 yıllık markaların başarılarında etkili olan belirleyici faktörler nedir?

Kabul etmek gerekir ki bu kadar uzun zamandır varlık göstermek çok fazla faktöre bağlı. Bulduğunuz coğrafyanın siyasi, iktisadi ve ekonomik değişkenleri ile birlikte, markaların yönetim şekilleri, nesiller arası geçiş, dönüşme-gelişme becerisi ve belki de biraz şans.

Fakat en temelde, köklü markaların değerlerine bağlı olduklarını, itibar kavramını önceliklediklerini, uzun soluklu bir bakış açısına sahip oldukları kadar hızlı karar verme yeteneklerinin de son derece gelişmiş olduğunu görüyoruz. Değerlerini, geleneklerini hem koruyor hem de geliştiriyorlar, dönüşüm olmadan uzun yıllara meydan okumak imkânlı değil ve tabii ki her zaman itibar.

## Günümüzde rekabet çok daha yoğun, ekonomik kriz ortamları, yaşamakta olduğumuz salgın gibi pek çok tehdit şirketler üzerinde büyük bir baskı unsuru oluşturuyor. Bu koşullarda markalar gelecek asırlara nasıl taşınacak? Bunun için nasıl yol haritaları hazırlanmalı?

Köklü markaların temel bakış açısı rekabet unsurlarını değerlendirmekten çok, işini en iyi şekilde yapmak ve geliştirmek yönündedir. Bizler aynı sektördeki kurumları-markaları rakip değil meslektaş olarak değerlendiririz. Elbette içinde bulunduğumuz dönem ve zaman içinde yaşanan farklı kriz dönemleri her zaman risk olmuştur ve olmaktadır. Markanızı geleceğe taşımak için hem uzun vadeli stratejileriniz, planlarınız olmalı hem de zamana

## YÜZYILLIK MARKALAR DERNEĞİ FARKINDALIK YARATMAK İÇİN ÇALIŞIYOR

100 yıllık markaların bir araya gelerek kurduğu Yüzyıllık Markalar Derneği'nde köklü markaların değerlerini geleceğe taşımak için çalışıyoruz. Dernek çatısı altında temel amacımız tarihi ve kültürel mirasımızın birer parçası olan köklü markalar ile ilgili, devlet ve kamuoyu nezdinde bir farkındalık yaratmak, bu farkındalığın yayılmasını sağlamak ve bu vesile ile markalaşmanın ve 100 yıllık marka olmanın kıymetine dikkat çekerek, yüzyıllardır edindiğimiz deneyimi paylaşmak, rol model olmak.

**“HER YAPI KENDİ ÇÖZÜMLERİNİ ÜRETİP MARKASINI GELECEĞE TAŞIMIŞTIR. DAVANIZDAN VAZGEÇMEMEK, İTİBARINIZI YÖNETMEK, KRİTİK ZAMANLARDA DÖNÜŞEBİLMEK, YILMAMAK, ÇÖZÜM ÜRETEBİLMEK EN ÖNCELİKLİ KONULAR. BAZEN KÜÇÜLMEK, BAZEN YENİ ÜRÜN GELİŞTİRMEK FAKAT HER ZAMAN İTİBARINIZI KORUMAK.**

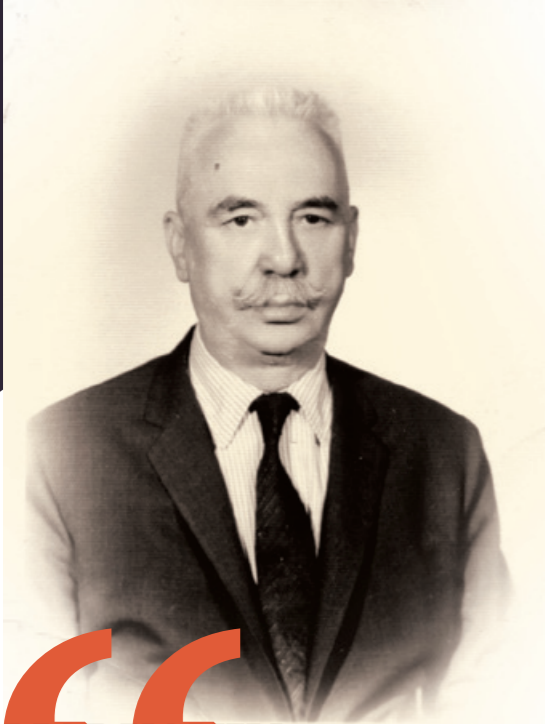
ayak uydurmalı ve gelişime -hatta anlık dönüşüme açık olmalısınız. Her daim yenilenebilmek olmazsa olmaz. Değerlerinizden taviz vermeden güncellenebilir yol haritaları hazırlamak ve uygulamak konusunda hazırlıklı olmalısınız. Bu da paydaşlarınız, tedarikçileriniz ve en önemlisi ekibiniz ile uyum içinde olmanız gerektirir ve tabii ki müşterilerinizle.

## Köklü şirketler için kriz yönetimi yabancı olmayan bir konu. Hem başarısını yıllar boyunca sürdüren markalardan birinin temsilcilerinden biri olarak hem de 100 Yıllık Markalar Derneği'ndeki pozisyonunuzu göz önünde bulundurarak; sürdürülebilir başarıya ulaşan markalar kriz dönemlerine hangi özellikleriyle kalıcı oldular, bu krizlerle nasıl başa çıktılar?

Haklısınız, 100 yılı aşan süreçte, bazen savaşlar, bazen siyasi ve ekonomik krizler köklü markaların baş etmesi gereken unsurlar oldu. Bu unsurların yansımalarını her marka için ayrı ayrı değerlendirmek gerekir. Her yapı kendi çözümlerini üretip markasını geleceğe taşımıştır. Davanızdan vazgeçmemek, itibarınızı yönetmek, kritik zamanlarda dönüşebilmek, yılmamak, çözüm üretebilmek en öncelikli konular. Bazen küçülmek, bazen yeni ürün geliştirmek fakat her zaman itibarınızı korumak. Yerine konulamayacak tek şey itibar, onu kaybetmeyi hiçbir köklü marka göze alamaz, aksi durumda 100 yılı aşamaz zaten.

## Türkiye'de 100 yıllık şirketlere baktığımızda aile şirketlerinin hâkimiyeti var. Aile şirketlerinde sürdürülebilirlik nasıl sağlanabilir?

Aslında dünyada da biraz böyle. En azından kuruluş aşamasında, daha sonra el değiştirebiliyor tabii ki. Aile şirketlerinde nesil geçişlerini çok önemsemek ▶



**MARKANIN DEVAMI İÇİN AİLEDEN YETİŞEN KİŞİLERİN İLGİLERİ, YETENEKLERİ VE HEYECANLARI NE KADAR ÖNEMLİYSE, TÜM ÇALIŞANLARIN KIYMETİNİN DE ÇOK ÖNEMLİ OLDUĞUNUN FARKINDA OLMAK GEREK. MARKAYI ANCAK HEP BİRLİKTE GELECEĞE TAŞIMAK MÜMKÜN, DEĞERLERİNİZİ YÜREĞİNDE HİSSEDEN KADROLARINIZ OLMALI.**

gerekiyor. Süreçleri öngörmek, doğru planlamak ve esas konunun "marka"nın devamlılığı olduğunu asla unutmamak... Eğer ortak konu "marka" olursa, doğru stratejiler ile bu süreçleri yönetmek mümkün. Markanın devamı için aileden yetişen kişilerin ilgileri, yetenekleri ve heyecanları ne kadar önemliyse, sadece aile değil tüm çalışanların kıymetinin de çok önemli olduğunun farkında olmak gerek. Markayı ancak hep birlikte geleceğe taşımak mümkün, değerlerinizi yüreğinde hisseden kadrolarınız olmalı.

**Osmanlı'dan bu yana gelen markaların birçoğu küçük işletmeler. Günümüz koşullarında bu markaların ayakta kalabilmesi için ne gibi destekler yapılabilir?**

Köklü markaların biriktirdikleri tarihi, kültürel, sosyolojik, ticari vb. çok yönlü muhteviyatı geleceğe taşıırken, 100 yılı aşmış bir zamandır devletine vergi ödeyen itibarlı bir kurum ile yeni kurulan bir şirket arasında –elbette adil bir yaklaşım ile- bazı uygulama ve teşvik farkları olmalı. Yüzyıllık Markalar Derneği çatısı altında devlet nezdinde görüşmelerimiz devam ediyor, farklı projelerimiz de var, en azından özel bir teşvik olmasa bile, kolaylaştırıcı bazı unsurlar düşünülmeli. Bizler zaten uzun yıllardır tüm iş ilişkilerimizi özenle koruyor ve geliştiriyoruz, bunun bir kıymeti olursa daha yeni markaları da teşvik edecektir.

**100 yıllık markalar, teknoloji ve dijital dünyanın ihtiyaçlarına yeterince uyum sağlayabiliyor mu?**

Köklü markalar ihtiyatlıdır, bu net. Yüzyıla dayanan bir içgüdüsel koruma yaklaşımı hakimdir. Bu yaklaşım aslında olumlu, tabii ki eğer doğru zamanda yenilenebiliyorsanız. Günün koşullarına uyum sağlamak göz ardı edilebilecek bir konu değil, eğer 100 yıldır varlığını sürdürüyorsa uyum sağlıyordur, başka ihtimal yok. Bakınca aynı geleneksellikte görünseler bile, emin olun mutlaka bir dönüşüm yaşıyorlar. Elbette dijital dönüşüm süregelen dönüşümlerden biraz daha farklı, biz dernek olarak üyelerimizle farkındalık yaratacak projeler geliştiriyoruz, fakat görüyoruz ki hepsinin zaten gündeminde.

**Türkiye markalarının küresel pazarlarda daha görünür olarak kalıcı olmaları nasıl sağlanabilir?**

Küresel pazarlar çok yönlü. Ürün, hizmet ve markanızın varlığı dışında siyasi faktörler de var. Küresel anlamda yaşanan her gelişme bütün iş süreçlerinize yansıyor. Bu bağlamda ülkemizin bilinirliği ve itibarının gün geçtikçe artması, ülkemizdeki markaların da önünü açacak. Konuya bütünsel bakmak gerekiyor, hem tarihi bağlamda hem süreçler bağlamında. Köklü markalarımızın bu konuda çalışmalarını var, ihracat ve dünyada var olmak bizler için önemli.

Örneğin bizim Eyüp Sabri Tuncer olarak 70 ülkeye



100 yılı aşkın süredir vergi ödeyen kurum ile yeni kurulan şirket arasında teşvik farkları olmalı.

İhracat ve dünyada var olmak bizler için önemli. Eyüp Sabri Tuncer olarak 70 ülkeye ihracatımız var.

**GÜNDEMDE "MARKA MÜZESİ" VAR**

Yayın projelerini çok önemsiyoruz, "Yüzyıllık Hikayeler" kitabımız, derin arşiv çalışmasına dayanan bir proje oldu. Araştırma projeleri yapıyoruz, gençlerle çok sık bir araya geliyoruz. Mayıs ayında Pera Müzesi'nde bir zirve organizasyonumuz olacaktı. Ertelemek durumunda kaldık, fakat mutlaka gerçekleştireceğiz. Önümüzdeki dönemde bir sergi projemiz var. Gençlerle bir araya gelip, dernek çatısı altında bir sertifikasyon sistemi ile eğitimler düzenleyeceğiz. Dernek üyelerimizde, gençlere staj imkanı yaratacağız. Üye kabul ederken derin tetkikler yapıyoruz. Bir markanın köklerini araştırması ve belgelemesi önemli, yani arşiv. Belgesiz üye kabul edemiyoruz. Üyelerimizin çok geniş bir arşivi var, bu konunun önemini de herkese anlatıyoruz. Çok yeni olmasına rağmen isminin yanına bir tarih ekleyen markaların sayısı artıyor. Bu konuda bilinç oluşturmak için çalışıyoruz. Uzun vadeli projelerimiz arasında "marka müzesi" var, köklü markaların arşivlerini ve biriktirdiklerini bir müze ile belgelemek ve geleceğe taşımak istiyoruz.

ihracatımız var. İhracat konusunda çok önemli çalışmaları olan markalarımız var. Elbette değişken ekonomik şartlar birçok konuyu birden etkiliyor, ama biz sabırlıyız, kolay vazgeçmiyoruz.

**Türkiye'de 100 yaşını aşmış şirket sayısının az olmasını hangi sebeplere bağlıyorsunuz?**

Bu biraz uzun bir konu, yaşadığınız coğrafya, değerleriniz, kültür, sosyolojik, ekonomik unsurlar gibi etkenler var. Bu bağlamda "neden az" sorusunu kendi içinde değerlendirmek anlamlı olsa da bizim arzumuz hem eldekileri korumak, hem de daha fazla olmasına imkan tanıyacak süreçlere katkı sağlamak, buna çalışıyoruz.

**100 Yıllık Markalar Derneği, markaların gelecek kuşaklara taşınabilmesi adına ne gibi faaliyetlerde bulunuyor?**

Köklü markaların varlığı sürdürülebilmeleri her ne kadar kendi yönetim şekilleri ile ilgili gibi görünse de, dünyadaki örneklerine baktığımız zaman, sahiplenme, devletin bazı koruma mekanizmaları, daha fazla farkındalık ve aslında sadece markaları değil genel olarak değerleri korumak ile ilgili faaliyetlerinin daha gelişmiş olduğunu görüyoruz. Biz de bu konuda başta devlet mercileri olmak üzere, bu gereklilikleri bazen özel görüşmelerle, bazen kendi içimizde yaptığımız etkinliklerle sürekli gündemimizde tutuyor, önceliyoruz. Burada farkında olmak, korumak ve geliştirmek çok önemli, yaptığımız tüm proje ve görüşmeler en temelde buna hizmet ediyor.

Ferdinand Bilstein TR Otomotiv Genel Müdürü Serdar Aslan

# Ego, ortak aklın önüne geçerse zarar verir

PAZARLAMA VE KURUMSAL DÜNYAYA ELEŞTİREL BİR BAKIŞ AÇISI GETİREN “SÖYLEYİNCE KIZIYORLAR” KİTABININ YAZARI, FERDINAND BILSTEIN TR OTOMOTİV GENEL MÜDÜRÜ SERDAR ASLAN’A, “KİMLER, NEYE KIZIYORLAR?” DİYE SORDUK. YÖNETİCİ VE ÇALIŞANLAR İÇİN YOL GÖSTERİCİ OLABİLECEK CEVAPLAR ALDIK. ASLAN’A GÖRE SÖYLEYİNCE KIZANLAR; DEĞİŞMEKTE ZORLUK ÇEKEN ORTAK AKLI EGOSUNUN ÖNÜNE KOYAMAYAN YÖNETİCİLER...

**“Söyleyince Kızıyorlar” ı yazmaya iten etkenler neler oldu? Kimler, neye, neden kızıyorlar?**

Beni kitap yazmaya iten iki neden oldu: Birincisi işletmelerin buna ihtiyacı olduğunu ancak bu ihtiyaçlarının farkında olmadıklarını gördüm. İkincisi ise eğitimlerde anlattıklarımın daha geniş kitleye ulaşmasını istedim. Türk insanı maalesef kitap okumayı pek sevmiyor, o nedenle kolay okunsun diye masa başı sohbeti gibi yazdım. Nitekim yazım tarzı çok beğenildi ve kısa zamanda altıncı baskıyı bitirdi şimdi İngilizcesi hazırlanıyor. Bu yıl içerisinde çıkmasını planlıyoruz.

Kimler neye kızıyor? Hepsini elbette kastedemem ama değişmekte zorluk çeken ortak akli egosunun önüne koyamayan bazı patron, işveren, genel müdür ve /veya müdürlerin kızıdığı doğrudur. Kendilerine göre haklı olabilirler ama ben hem doğru bildiğimi söylemekten hem de yaşanmış deneyimlerle bunu anlatmaktan geri durmayacağım. Hem de bir işveren olarak bunu yapacağım. Çünkü birilerinin bu yönetim yanlışlarını dile getirmesi lazım. Ayrıca onlara duymak istediklerini değil sağlıklı ve sürdürüle-

bilir bir başarı için ne yapmaları gerektiğini yazdım. Bu, bazılarında elindeki gücü kaybetme endişesi yaratıyor o nedenle kızıyorlar. Diğer yandan yanlış yapmadığını düşünüp eleştirilmeyi sevmeyenler de kızıyor.

**İşletmelerin kalıcı ve sağlıklı bir başarı için ihtiyacı nedir?**

Kalıcı ve sağlıklı bir başarı için öncelikle iyi bir stratejilerinin olması gerekir. Diğer bir deyişle “İşletme dün ne idi?,” “Bugün ne yapıyor?,” “Yarın ne yapacak?” sorularına vereceği cevap veya cevaplarının olması ve bunları üst yönetimin biliyor olması gerekir. Daha sonra bu stratejiye liderlik edecek ve işletmeye doğru işleri yaptıracak bir lider, bu liderin kuracağı bir ekip ve tüm ekibin harfiyen uyacağı sistem, süreçler ve kurallar silsilesi olması gerekir. Tüm bunlar başarı için yeterli mi? Evet, başarı için yeterli olabilir ama kalıcı olmasını istiyorsanız iç denetimlerle geri besleme fonksiyonunu çalıştırmamız ve sürekli kendinizi yenilemeniz şart.

Tüm bunları “Açık İletişim”, “Ortak Akıl” ve “Toplu Fayda” felsefesi ile kalıcı ve sürdürülebilir kılabilirsiniz. Genelde yapılan hatalar bu üç felsefeye uygun davranış sergilenmemesidir. Açık iletişim aynı zamanda şeffaflık ▶

**“YÖNETİCİLER, İŞ ORTAMINDA İÇ HUZURU SAĞLAMAK İLE MÜKELLEFTİR. BUNUN İÇİN ÇALIŞANLARINA HAKKANİYETLİ, TUTARLI VE GÜVEN VERECEK ŞEKİLDE HAREKET ETMELERİ GEREKİYOR Kİ ÇALIŞANLAR “SORUNSUZLUK” DİYEBİLECEĞİMİZ HUZUR ORTAMINDA ÇALIŞABİLSİNLER.”**

Ferdinand Bilstein  
TR Otomotiv  
Genel Müdürü  
Serdar Aslan



## Yolun başında olan yönetici adaylarına tavsiyeler

- Kendinize sevebileceğiniz doğru mecrayı seçin, bunu da kendinize doğru sorular sorarak yapabilirsiniz.
- Ne yapıyorsanız tutku ile yapın, işinizi sahiplenerek yapın.
- Tembellikten kaçının.
- Alıngan olmayın.
- Başarılarında şımarmayın.
- Bunlar öğrenmenizi engeller. Kendinizi sürekli güncelleyin. Mutlaka başaracaksınız.



demektir. İşletmeler kendi için ne kadar şeffaf olursa, olası hatalar daha kolay görünür ve çözüme kavuşur. Hatalar halı altına süpürülmemiş olur.

Ortak akıl ile hareket edilirse sadece patronun veya en üst düzey yöneticinin dediği değil şirket için en doğru en mantıklı karar ne ise o yönde karar verilir. Şirket kararlarına diğer yöneticiler katılmış olur, bu da aidiyet duygusunu yukarı taşır. Şirketin başarısının olası maddi veya manevi tüm kazanımları tüm şirket çalışanlarına sorumluluk oranında pay edilmeli ve bu konuda tutarlı ve hakkaniyetli davranılmalı diye düşünüyorum. O zaman kalıcı ve sürekli başarı kaçınılmaz olur.

**“İyi yönetim mutluluk getirir” diyorsunuz. Bu anlamda yöneticilere düşen görevler nedir? Yöneticiler, çalışanlarıyla empati yapabilme becerisine**

**ORTAK AKIL; PATRONUN BİR BAŞKASININ FİKİR VE TAVSİYESİNİ MANTIKLI BULDUĞU YERDE UYGULAMA ERDEMİDİR. MAALESEF BU ERDEM PEK ÇOK PATRONDA YOK, GENELDE İŞLETMELERDE YÜKSEK EGOLU YÖNETİCİLER VE PATRONLAR MEVCUT.”**

### sahip mi?

Yöneticiler, iş ortamında iç huzuru sağlamak ile mükelleftirler. Bunun için çalışanlarına hakkaniyetli, tutarlı ve güven verecek şekilde hareket etmeleri gerekiyor ki çalışanlar “sorunsuzluk” diyebileceğimiz huzur ortamında çalışsınlar. Bu sağlanmadığı takdirde üçüncü taraflar diyebileceğimiz müşteri veya tedarikçi ile gündelik işlerde karşılaşılan sorunları çözmekten aciz olurlar. Diğer bir deyişle iç işleri ile uğraşmaktan dış işlerine vakit ve güç bulamazlar. O nedenle iş ortamında motivasyonu en üst seviyede tutacak tutarlılıkta davranmaları ve diğer çalışanlarına ilham verebilmeliler yöneticiler. Hatta biraz daha ileri gidiyorum öğretici de olmalılar. Çalışanın motivasyonundan yönetim sorumludur ama performansından kişinin kendisi sorumludur. Kişi motivasyonu yükseldiğinde mutluluğu artar, mutlu kişi mutlaka başarılı. İşini keyifle yapar, öğrenir, araştırır, çözer ve övünür. Ama mutlu değilse maalesef başarı şansı zayıf kalır başarı yakalansa bile sağlıklı ve kalıcı olmaz.

**Şirketleri başarıya taşıyacak, uzun ömürlü olmasını sağlayacak sizin en çok üzerinde durduğunuz kavramlardan birisi “ortak akıl”. Türkiye’deki genel işleyişe baktığınızda takım ruhuyla, ortak akıl hareketine geçebiliyor mu?**

Ortak akıl; patronun bir başkasının fikir ve tavsiyesini mantıklı bulduğu yerde uygulama erdemidir. Maalesef bu erdem pek çok patronunda yok, genelde işletmelerde yüksek egolu yöneticiler ve patronlar mevcut. Ego güce ihtiyaç duyulmadığı yerlerde o gücün dışarıya gösterilmesidir. Yani patron kararına veya imzasına ihtiyaç duyulmadığı yerde bile patronluğunu göstermeye çalışıyorsa yüksek egodur. Bu da başarı için bir engeldir. Bunun tek çözümü patronun aynayı kendine çevirip, hatasından dönmesi ve kendini güncellemeye çalışmasıdır.

**Kitabınızda yer alan bir başlığı sorsak; “Sürekliliği masa başında olan çalışan, en iyi çalışan mıdır?”**

Kişinin masa başında olup olmaması yaptığı iş ile ilgilidir. Burada kastettiğim nokta verimlilik. Bana göre en iyi çalışan en verimli çalışandır. Verimlilik en az kaynakla en çok iş çıktısı alabilmektir. Bunu biraz açmak gerekirse kastım, fiziksel güç, zaman, para ve enerjidir. Bir iş verilen iş sürecinde tek seferde doğru yapabilmek verimliliğidir. Verimli çalışan kişi görece diğer çalışanlara göre öğrenmeye ve araştırmaya daha fazla vakit bulur, bu durumda kişinin kendisini geliştirmesine yardımcı olur. 2020 yılının başında etkisini gösteren ve hala aşısı bulunamamış olan Covid-19 salgını nedeniyle pek çalışan çalışma modelini esnek hale getirmiş olsa da insanla ilgili işlerde sosyalleşerek gelişen işlerde evden çalışma modeli bence çok sürdürülebilir değil. Siz insanla temas etmeyen, insanla konuşmayan bir iş



### SERDAR ASLAN HAKKINDA:

10 Ekim 1971 Nusaybin/MARDİN doğumluyum. 9 yaşında ailemle beraber İstanbul'a taşınmışız. Çalışmaya hayatına Galatasaray Lisesinde öğrenciyken Kapalıçarşı'da tezgâhtarlık ile başladım. 31 yıldır çalışıyorum, bunun 10 yılı kurumsal olmayan, son 21 yılı da kurumsal firmalarda. Hem alaylı hem mektepli sayılırım. Galatasaray Lisesi, Bilkent, İstanbul Üniversitesi gibi Türkiye'nin iyi okullarında okudum son olarak Sabancı Üniversitesi'nde 2008 yılında İşletme Yüksek Lisans programından mezun oldum. Halen otomotiv satış sonrası pazarında parça tedariki yapan 176 yıllık geçmişe sahip Alman aile şirketi Bilsteingroup'un Türkiye, Azerbaycan ve İran operasyonlarını yönetiyorum. 2012 yılından bugüne sektörün derneği konumundaki Otomotiv Satış Sonrası Ürün ve Hizmetleri Derneği Yönetim Kurulu Üyesi ve 2018'den itibaren de derneğin üyesi olduğu Belçika merkezli Otomotiv Parça Toptancıları Federasyonu'nun (FIGIEFA) seçilmiş Yönetim Kurulu üyesiyim. 2008' den bu yana hobi olarak pazarlama, satış ve yönetim, liderlik konularında işletmelere, derneklere ve okullara eğitimler veriyorum. Bu konularla ilgili İnkılap Yayınları'ndan 2019 yılında çıkan “Söyleyince Kızıyorlar “ isimli bir kitabım var. Evliyim 2 oğlum var, iki ana dilimin dışında İngilizce ve Fransızcanın yanında orta derecede İtalyanca ve İspanyolca biliyorum.

**“ÇALIŞMA ARKADAŞLARIM VE BEN İŞİMİZİ ÇOK SEVİYORUZ, MUTLUYUZ VE BU NEDENLE BAŞARIYORUZ. BENCE İŞ YERİNDE MUTLU OLMAK EN AZ SATIŞ YAPIP KAR ETMEK KADAR ÖNEMLİ. İŞYERİNDE MUTLU OLMAYI HEDEFLEYİN VE BU HEDEFİNİZ İÇİN NE GEREKİYORSA YAPIN.”**

ile ilgili çalışıyorsanız teknik, tasarım, yazılım, tercüme, yazmak AR-GE gibi o zaman düşünülebilir ama aksi halde çok faydalı olduğunu düşünmüyorum.

**Türkiye’de aile şirketlerinin ve KOBİ’lerin kurumsallaşması noktasında neredeyiz? Kurumsallaşma kavramı doğru bir şekilde algılanarak şirketler tarafından içselleştirilebiliyor mu?**

Kurumsallaşma tek kişiye ve onun keyfiyetine bağlı olmayıp sisteme ve kurallara bağlı olmaktadır.

Kurumsallaşmanın önündeki en büyük engel patronların ve genel müdürlerin ellerindeki gücü kaybedeceklerini düşünüp kurumsallaşmaktan korkmalarıdır. Diğer yandan “Her konuyu ben biliyorum” edasıyla egolarını ortak aklın önüne koymalarıdır. Ego, elbette belirli limitlerde olursa zararı yok ama “ortak akıl” denen olgunun önüne geçerse işte o zaman zararlı olur. Türkiye’de bir başka sorun kurumsallaşma kavramının yavaşlık ve bürokrasi olarak yanlış algılanmasıdır. Oysa yavaşlık tamamen kişiye bağlıdır. Kişi en kurumsal yerde bile işini yaparken yavaş olabilir. Bürokrasi ise süreçler ile ilgilidir. Siz süreci basit anlaşılır ve kolay uygulanabilir tasarlıyorsanız bürokrasinin önüne geçmiş olursunuz.

**Sizin bakış açınızdan değerlendirecek olursanız Türkiye’deki şirketler dünyadaki örnekleriyle karşılaştırıldığında neden daha kısa ömürlü?**

Çünkü ya planları yok ya da var olan planları çok kısa vadeli. O da genellikle şirketi kuranın ömrü kadar veya ikinci jenerasyonun ömrü kadar oluyor maalesef. Üç temel memnuniyet olan hissedar, müşteri ve çalışan memnuniyetinden kendisi için en önemli olanını hissedar memnuniyeti görenler maalesef bu kısa vadeli düşünme yanılığına düşebiliyor. Oysa en önemli memnuniyet çalışan memnuniyeti olmalıdır. Çalışan memnun ise müşteri memnun olur müşteri memnun ise hissedar memnun olur. Diğer yandan çok önemli eksiklik, Türkiye’de firma sahipleri maalesef entelektüel sermaye dediğim insan kaynaklarına para harcamayı pek sevmiyor. Türk işvereni dokunabildiği değerlere para harcıyor. Dokunamadığı insan kaynağı bilgi birikimi, deneyimli danışman, marka değerli yazılım, sistem gibi kavramlara maalesef para harcamayı gereksiz buluyor veya anlamsız sınırlamaları var. Bu durumda farkında olmadan gelişmesine engel oluyor. Dünyada danışmadan büyümüş tek bir şirket yoktur.

**Siz kendinizi nasıl bir yönetici olarak tanımlıyorsunuz?**

İş konusunda son derece objektif, tutarlı, disiplinli, doğru işleri yapmak için titizlenen, eğitimin önemini bilip çalışanlarını bu konuda destekleyen, çalışan memnuniyetini ön planda tutan, iletişimi kuvvetli, sürekli öğrenip kendisini güncellemesini becerebilen, işini tutkuyla yapan, duygusal zekası çok kuvvetli öğretici bir lider.



### Şirket ömürlerinin kısa olmasında temel sorun nerede başlıyor?

Özellikle ülkemizde ömrü 100 seneyi aşan şirket sayısı bir elin parmakları kadar. Peki, neden bizim de Amerika ve Avrupa ülkelerindeki gibi asırlık şirketlerimiz yok, şirket ömürleri neden kısa? En önemli nedenlerin başında bizdeki şirketlerin çoğunun aile şirketleri olması ve şirket yönetiminin ikinci, üçüncü nesillere aktarılamaması, diğer bir neden ise şirketlerin kurumsallaşmaya önem vermemeleri.

Temel sorun; etkin bir şirket yönetimi planlaması yapılmadan yola çıkılması, yerel bir tabir olan "Kervan yolda düzülür" mantığının şirket kuruluşlarında ve yönetiminde hâkim olmasıdır. Şirket yönetim kadrosunun net bir şekilde belirlenmeden üretim ve yatırım planlaması yapılıyor, başlangıç noktasında her ortak veya aile bireyi konunun uzmanı gibi her konuda fikir beyan edip yönetimde etkin olmaya çalışıyor. Ülkemizdeki şirketlerin büyük bir kısmının KOBİ (Küçük ve Orta Boy İşletme) olduğu düşünüldüğünde şirket yönetimi (management), finans ve muhasebe yönetimi (financing & accounting), personel yönetimi veya insan kaynakları (staff management / human resources) ve en önemlisi satış ve müşteri yönetimi (sales & CRM) nerede ise tamamen şirket sahibi veya kurucu kişi üzerinde toplanıyor. Şirket yaşam döngülerinin çok kısa olmasında tüm yönetim unsurlarının veya şirket departmanlarının bir veya iki kişi üzerinde toplanıp kurumsallaşmanın hiç gündeme gelmemesi de etkili oluyor.

**Türkiye'de kurulan yeni şirketlerin yüzde 80'inin ilk beş yıl içerisinde iflas ettiği ifade ediliyor. Bu sonucu doğu-**

### ran belirleyici unsurlar nedir?

Şirket kuruluşları veya ortaklıkları tıpkı evlilikler gibi ilk 5 yılı atlarsa ömrü biraz daha uzun veya kalıcı olabiliyor. Evliliklerde olduğu gibi şirketlerin en zorlandığı yıllar kuruluştan itibaren yoğun yatırım ve satış odaklandıkları, markalarını bilinir hale getirdikleri ve en önemlisi kurumsallaşmaya yöneldikleri ilk 5 yıldır. İlk 5 yıl içinde şirket ürün gamını, müşteri portföyünü oluşturur, artık kendi sektöründe bilinir hale gelmeye başladığı en önemli yıllar olup başarı veya başarısızlığın en yaygın yaşandığı dönemdir. Yine evlilik benzerinde yola çıkarsak, aile fertleri ilk 5 yılda hem aile içinde hem de dışında ciddi kariyer aşamalarını bu yıllarda göğüslemek zorunda kalırlar, şirketlere yeni müşteriler, aileye ise yeni üyeler dâhil oldukça hem şirket ömürleri uzarken hem de aile yapısı sağlamlaşıyor.

Şirket ömürlerini uzatan belirleyici unsurları şöyle sıralayabiliriz:

- Şirket ortakları veya sahiplerinin net bir şekilde görev dağılımlarının belli olması,
- Üretimden önce piyasa araştırması yapılması,
- Şirket hedeflerinin ve çalışma prensiplerinin gerekirse yazılı olarak hazırlanıp bir "şirket anayasası" hazırlanması. Her şeyin yazılması, yazılana bağlı kalınması.
- İflasa giden yolu açan etkenler ise;
- Sektör analizi yapılmadan yapılan yatırımlar,
- Sadece dış gözleme dayalı sektör seçimi yapılması,
- Çok kısa sürede büyük başarılar beklenilmesi,
- Sabırlı olunup çıkılan uzun bir yolun ▶



Marmara Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi  
Prof. Dr. Mehmet Melemen

# Şirketler için kritik eşik; ilk beş yıl

**"GELENEKLERİNİ VE DEĞERLERİNİ, GLOBAL DEĞERLERLE BULUŞTURAN ŞİRKETLERİN DAHA KALICI OLACAĞI BİR BİLGİ ÇAĞI YAŞIYORUZ" DİYEN MARMARA ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM GÖREVLİSİ PROF. DR. MEHMET MELEMEN İLE ŞİRKET ÖMÜRLERİ NEDEN KISA SORUSUNA CEVAP ARADIK. TİPKİ EVLİLİKLERDE OLDUĞU GİBİ İLK BEŞ YILI ATLATAN ŞİRKETLERİN UZUN ÖMÜRLÜ OLMA ŞANSININ ARTTIĞINI SÖYLEYEN MELEMEN, İŞLETMELERİ GELECEK KUŞAKLARA AKTARACAK BELİRLEYİCİ UNSURLARI VE İFLASA SÜRÜKLEYEN YANLIŞLARI ANLATTI.**

**BİRÇOK ŞİRKET GERÇEK FOTOĞRAF ORTAYA ÇIKACAK, KENDİ YETENEK VE ZAFİYETLERİ ORTAYA ÇIKACAK DİYE KURUMSALLAŞMAYA SOĞUK BAKARKEN KENDİ YAPTIKLARININ EŞSİZ VE BAŞKASI TARAFINDAN YAPILAMAYACAĞI VARSAYIMINA SARILIYOR.**



“ÇALIŞANLARI  
BİR ŞİRKETİN  
EN KIYMETLİ  
HAFIZASI, EN  
KIYMETLİ BİLGİ  
DEPOSUDUR.

**ŞİRKETİ SONRAKİ  
YILLARA GÜVENLE  
TAŞIYAN İNSAN  
KAYNAĞIDIR.  
BURADA ÖNEMLİ  
OLAN İSE  
ŞİRKETLE ÇALIŞAN  
ELEMANNIN  
KAYNAŞMASI,  
İNSAN KAYNAĞININ  
KENDİ ÇIKARLARI  
İLE ŞİRKET  
ÇIKARLARINI  
AYNI HAVUZDA  
TOPLAMASIDIR.**

- olduğunun unutulması,
- Kısa süreli yüksek satış ve başarı beklenilmesi,
- Krizlerin derinleşmeden çözülmemesi,
- Aile ilişkileriyle şirket işlerinin birbirine karıştırılması,
- En önemlisi yüksek kazançta paylaşım, zarar durumunda ise herkesin birbirini suçlama sorunu.

**Kurumsallaşmayan şirketler geleceğe taşınabilir mi? Kurumsal yapının sağlanması başarı için zorunluluk mu?**

Kurumsallaşma şirketlerin güçlü ve zayıf yönlerini ortaya çıkarmakla beraber, şirketi geleceğe taşıyacak yapının da ortaya çıkmasını sağlar. Kurumsal yapının inşası daha önce el yordamı ve varsayımlarla yapılan işlemlerin gerçek değerini ve sonucunu görme imkânı verir. Birçok şirket gerçek fotoğraf ortaya çıkacak, kendi yetenek ve zafiyetleri ortaya çıkacak diye kurumsallaşmaya soğuk bakarken kendi yaptıklarının eşsiz ve başkası tarafından yapılamayacağı varsayımına sarılıyor. Kurumsallaşma tarafsız bir gözle iş akışları-

nın şirketi yönetenlerin gözleri önüne serilmesidir. Her an ve her yerden şirketin verilerine bir tuşla ulaşılabilir.

**Şirketlerin yaşam döngüsünde insan kaynağının rolü nedir?**

Şirketlerin yaşam döngüsünde insan kaynağı hayati rol oynuyor. Sıklıkla duyarız batılı bir şirketin CEO’su veya elemanı şu hatayı yaptı, kaç yıllık şirketi batırdı veya verimli çalışan bir elemanın şirketine yaptığı katkı ve şirketindeki büyüme haberlerini aldığı ödüllerle sıklıkla duyarız. Bir şirketin çalışan elemanları o şirketin en kıymetli hafızası, en kıymetli bilgi deposudur. Şirketi sonraki yıllara güvenle taşıyan insan kaynağıdır. Burada önemli olan ise şirketle çalışan elemanın kaynaşması, insan kaynağının kendi çıkarları ile şirket çıkarlarını aynı havuzda toplamasıdır. Sürekli eleman değiştiren, insan kaynağı sürekli yenilenen şirketlerin vizyonu oturmaz, hataları ise hiç eksik olmayacağından müşteri kaybı ile beraber sonraki nesillere şirketlerin aktarılması mümkün olmaz. Tavsiye edilen “İyi elemanı ne yap et tut,” şirkete yenilik katsın, şirketin tüm

kodları ve değerleri ile yaşam döngüsünü devam ettirsin, yeni eleman şirkete dâhil olursa uyumu kısa sürede sağlansın. En azından kritik noktalardaki elemanlar tutulsun, tüm şirket bilgileri eleman kaybı veya değişimi ile kaybedilmesin.

**Büyük şirketlerin mi, değişimlere hızla adapte olmayı başaran şirketlerin mi kalıcı olma şansı daha yüksek?**

Değişime ayak uyduran, trendleri ve ihtiyaçları zamanında teşhis edip ona göre üretim ve ürün planlaması yapanların daha büyük ve kalıcı olduğu günümüzde daha açık görülmektedir. Bugün bir arama motorunun değeri Türkiye’nin bir yıllık GSMH’sı kadar ise anlatmaya gerek yoktur sanırım. Çok büyük üretici şirketlerin değişime ayak uydurmadığına da bir evin garajında kurulan şirketlerin bir yıllık karı kadar bile değere ulaşamaması tamamen değişimin takip edilmemesi, geleneksellikten vazgeçilememesinden dolayı. Geleneklerini ve değerlerini global



**“AYAKTA KALMAK İSTEYEN KOBİ ÖLÇEĞİNDEKİ AİLE ŞİRKETLERİNİN HER ŞEYİ BİZ BİLİRİZ İDDİASINDAN VAZGEÇİP, “BİZ OLMAZSAK BU ŞİRKET YÜRÜMEZ” TEORİSİNİ BİR KENARA BIRAKIP ŞİRKETLERİNİ DIŞ DENETİME, YANI KURUMSALLAŞMAYA AÇMALARI GEREKİR.**

değerlerle buluşturan şirketlerin daha kalıcı olacağı bir bilgi çağı yaşıyoruz.

**Türkiye’de aile şirketlerinin, KOBİ’lerin ekonomideki ağırlığının çok fazla olmasının şirketlerin ömürlerinin kısa olmasına etkisi var mı? Bu işletmelerin ayakta kalmasının öncelikli koşulları nedir?**

Daha önce belirttiğimiz gibi Türkiye’deki şirketlerin büyük bir kısmı KOBİ, çoğunluğu da aile şirketleri. Aile şirketi olması zorluklara karşı konulmasından bir avantaj gibi gözükse de aile bağlarının

şirket bağları ile karıştırılmasından dolayı bu şirketlerin çoğu kısa ömürlü oluyor. Kurumsallaşan aile şirketleri ise daha uzun ömürlü ve kalıcı. Aile fertlerin sağlığı, bilgisi, eğitim, tecrübesi ve öngörüsü maalesef ki KOBİ ölçeğindeki aile şirketlerin ömürlerini belirliyor. Ayakta kalmak isteyen KOBİ ölçeğindeki özellikle aile şirketlerinin her şeyi biz biliriz iddiasından vazgeçip, biz olmazsak bu şirket yürümez teorisini bir kenara bırakıp şirketlerini dış denetime, yani kurumsallaşmaya açmaları gerekir. Bu şirketlerin kısa ömürlü olmasından aile fertlerinin herhangi bir piyasa araştırması yapmadan girdikleri farklı sektörlerde uğradıkları zararları telafi edememeleriyle iflas etmeleri de gösterilebilir.

**Araştırmalar sadece Türkiye’de değil dünyada da şirket ömürlerinin kısaldığını gösteriyor? Bu durumu nasıl yorumluyorsunuz?**

Şirket ömürlerinin Türkiye’de ve dünyada kısa olmasından aslında benzer sebepler rol oynuyor. Yanlış sektör seçimi, seçilen sektörde güncelci yakalayamama, aile fertlerinin şirketleri yönetmesi, kurumsallaşmaya önem verilmemesi, küçük maliyet hesaplarından dolayı sürekli değişen çalışan profili, fizibilitesi ve analizi yapılmadan alınan kararlar maalesef her yerde aynı etkiyi yapıyor ve şirketleri üretim ve ekonomi sahasından hızlıca çekip alıyor. Şirketler havuç misali büyümeli, odak olarak seçilen sektöre hâkim olunmalı, büyüme seçilen sektör ve yan dallarında olmalı. Artık tüm şirketler kurumsallaşma ile beraber dijitalleşmeye de önem verip yatırım yapmalı. Özellikle pandemi döneminde dijitalleşmiş şirketlerin hiç durmadan çalıştığı görülürken geleneksel ve kurumsallaşmamış şirketlerin çalışanlarının patronları dâhil dışarı bile çıkamadıkları unutulmamalı.

Deloitte Private Türkiye Lideri Ali Çiçekli

# “DNA kodlarının, kuşaklar arası taşınması finansal başarı kadar önemli”

Aile şirketleri, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de ekonominin bel kemiğini oluşturuyor. Ancak artan rekabet, yabancı oyuncuların piyasadaki etkinliği, kurumsallaşamama, iyi yönetim uygulamalarının devreye girmemesi gibi nedenler şirket ömürlerini tehdit ediyor. Şirketleri başarılı kılan faktörleri konuştuğumuz Deloitte Private Türkiye Lideri Ali Çiçekli; hız, çeviklik ve cesur hamleler yapabilme becerisinin aile şirketlerini uluslararası rekabette farklı kıldığını söylüyor.

**Türkiye’de şirketlerin ortalama ömrü 25 yıl olarak hesaplanıyor. Türkiye’deki şirketler dünyadaki örnekleriyle karşılaştırıldığında neden daha kısa ömürlü?**

Ülkemizde aile şirketlerinin en büyük sorunu ucuz finansman kaynaklarına ulaşım. Kısa vadede bilanço yapılarına baktığımız zaman genellikle borçlanmaya dayalı bir büyüme modeli ile büyümüş aile şirketleriyle karşılaşıyoruz. Öz kaynak yapısının yeteri kadar güçlü olmadığı, borçlanma yapısının da dövize dayalı olduğu noktalarda satış tarafı da TL bazlı olduğunda, doğal olarak sürdürülebilir bir performans göstermeniz çok zor oluyor. Çünkü kur dalgalanmalarından çok etkileniyorsunuz.

İkincisi ise strateji konusu; yani firmaların ne zaman hangi aksiyonları almaları konusunda desteğe ihtiyaç duydukları gerçeği. Türkiye’de aile şirketlerinin ömrünün kısa olmasının en büyük nedenlerinden birisi bu. Bir diğer unsur ise; kuşaklar arasındaki geçişte yönetim mekanizmalarını yeniden yapılandıramıyor olmaları. Aile şirketlerinde yeniden yapılanma ve kurumsal dönüşüm sürecinin doğru yönetilmemesi, şirketler bünyesindeki kolektif bilgi birikiminin ve tecrübenin gelecek nesillere aktarılamaması, bu şirketlerin ticaret hayatında yok olup gitmesi ile sonuçlanabiliyor. Bu sorunu çarpıcı bir veri ile desteklemek mümkün: Türkiye’deki aile işletmelerinin yüzde 38’inin birinci, yüzde 47’sinin ikinci, yüzde 13’ünün üçüncü ve uluslararası istatistiklere benzer olarak sadece yüzde 2’sinin ▶

**FİRMALARIN;  
FİNANSMAN,  
NAKİT YÖNETİMİ,  
BİLANÇO YÖNETİMİ  
ÖZELLİKLE DE KUR  
YÖNETİMİNE DİKKAT  
ETMESİ GEREKİYOR.  
BUNUNLA BERABER  
AİLE ŞİRKETLERİNİN  
YÖNETİM  
MEKANİZMALARINA  
YATIRIM YAPMALARI,  
AR-GE, İNOVASYON  
VE TEKNOLOJİ  
KONULARINA  
ODAKLANMALARI  
KRİTİK ROL OYNUYOR.**

Ali Çiçekli  
Deloitte Private  
Türkiye Lideri

dördüncü ve daha sonraki nesillerden aile bireylerine ait olduğu çeşitli kaynaklarda ifade ediliyor.

#### Şirketlerin uzun ömürlü olması için hangi koşulların yerine getirilmesi gerekiyor?

Türkiye ekonomisi içerisinde milli gelirin yaklaşık yüzde 90'ını üreten aile şirketleri, yakın ve orta vadede uluslararası en iyi uygulamalar doğrultusunda yapılandırıldığında ve nesiller arası geçişler doğru ve başarılı bir biçimde yönetildiğinde, ülkemiz ekonomisinin geleceği için önemli fırsatlar sunuyor. Dolayısıyla aile şirketleri açısından kurumsallaşma süreci, önceliklendirilmesi gereken en önemli yeniden yapılandırma alanı olarak karşımıza çıkıyor.

Finansman, nakit yönetimi, bilanço yönetimi özellikle de kur yönetimi firmaların dikkat etmesi gereken konuların başında geliyor. Bununla beraber aile şirketlerinin yönetim mekanizmalarına yatırım yapmaları, AR-GE, inovasyon ve teknoloji konularına odaklanmaları da kritik rol oynuyor. Çünkü bu alanda gerçekleştirilen yatırımlar, şirketlere misliyle geri dönüş sağlıyor.

#### Dünyada başarılı örneklere bakıldığında uzun ömürlü olmayı başaramış şirketler hangi özellikleriyle öne çıkıyor? Bu anlamda nasıl fark yaratıyorlar?

Uzun ömürlü şirketleri inceleyen araştırmaların bulgularına baktığımızda; başarı faktörlerinin üç ana başlık altında toplandığını görüyoruz. Bu başlıklardan ilki, esneklik ve tutarlılık. Bu kapsamda şirketlerin ana faaliyet alanları üzerine derin bir bilgi birikimi ve deneyimi olması, ana işlerine tüm detaylarıyla hakim olmaları öncelikli özellik olarak karşımıza çıkıyor. Tutarlılığın; değişen koşullara, farklılık gösteren taleplere ve teknolojik gelişmelere adapte olabilmeye gücü, yani esneklik ve çeviklik ile desteklenmesi ise bu ilk koşulun tamamlayıcı unsuru.

Şirketlerin sürdürülebilirliği açısından kuşaklar arası bilgi ve deneyim aktarımının kaçınılmaz olması, bir başka başlık olan "ardıl planlama" konusunu gündeme getiriyor. Uygulanan yönetim mekanizmalarının, şirket kültürünün, bilgi birikiminin ve şirketin DNA kodlarının, kuşaklar arası taşınması en az finansal başarı kadar önemli bir unsur.

Karşılaştığımız bir diğer özellik de, değer bazlı yönetim. Dünya çapında prestij elde eden şirketler için finansal başarı tek başına yeterli gelmiyor. Y ve Z ku-

şağına yönelik yapılan araştırmalar da gençlerin, toplumun faydasını düşünen ve çalışanlarına önem veren, katma değer sağlamaya odaklanan şirketleri tercih ettiğini ortaya koyuyor. Bu doğrultuda global başarıyı elde eden şirketlerin, faaliyet alanı doğrultusunda değer katmaya odaklandıklarını görüyoruz.

#### İyi yönetim mekanizmalarının uygulanmasının şirket ömürlerini nasıl etkiliyor?

Aile şirketleri kendi itibarlarını kendi şirketleriyle özdeşleştirdikleri için şirketin başarısını, kendi ailelerinin dahi önüne koyuyorlar. Bu yüzden gözlemlediğimiz aile şirketlerinde, şirkete kendini adanmış ekiplerle karşılaşılıyor. Ülkemizdeki aile işletmeleri; operasyon, üretim, kapasite ve istihdam yaratma anlamında gerçekten çok başarılılar ancak iyi yönetim ve uluslararası en iyi uygulamaları şirketlerine entegre etme konusunda antrenman yapmaları gerekiyor. Çünkü bu prensipleri başarıyla uygulayabilen şirketler; ekonomik, siyasi ve teknolojik değişimler karşısında doğru strateji ve doğru yatırım uygulamalarını sürdürerek, büyümeye ve gelişim göstermeye devam edebiliyor. Bu durum da şirketlere dayanıklılık ve çeviklik sağlıyor.

#### Şirket evliliklerinin, satın almaların şirketlerin yaşam sürelerine etkisi nedir?

Stratejik ortaklıklar birçok aile işletmesine çok farklı alanlarda güç, destek ve avantaj sağlıyor. Bu olumlu katkı, iş birliğinin yapısına bağlı olarak, aile işletmelerinin hem ulusal pazardaki varlıklarını güçlendirmede hem de uluslararası pazarlardaki bilinirliklerini artırma-



da katkı sağlayabiliyor. Bu stratejik ortaklıklar sonucunda finans gücünün yanı sıra; know-how elde etmede, uluslararası bir yapıya sahip organizasyon yapısı kurmada ve uluslararası iletişim kanallarını kullanmada çok başarılı örneklerle karşılaşılıyor.

**“ ÜLKEMİZDEKİ AİLE İŞLETMELERİ; OPERASYON, ÜRETİM, KAPASİTE VE İSTİHDAM YARATMA ANLAMINDA GERÇEKTEN ÇOK BAŞARILILAR. ANCAK İYİ YÖNETİM VE ULUSLARARASI EN İYİ UYGULAMALARI ŞİRKETLERİNE ENTEGRE ETME KONUSUNDA ANTRENMAN YAPMALARI GEREKİYOR.**

#### Rekabet, uluslararası oyuncuların pazarlarda daha fazla yer alması şirketlerin geleceğe taşınmasını olumlu-olumsuz nasıl etkiliyor?

Türkiye'deki aile işletmelerinin, uluslararası şirketlerde ender rastladığımız en ayırt edici özelliklerinden birisi atiklik ve hızlı karar alma. Ülkemizdeki aile şirketlerinin risk alabilme yetkinlikleri oldukça gelişmiş ve cesur hamleler yapabiliyorlar. Ancak uluslararası sermayenin ve pazarın görmeye alışık olduğu bir yönetim performansı ve sistematiği var. Bu alanlarda uluslararası oyuncularla rekabet kızışıyor. Bu yoğun rekabet ortamında ise ulusal aile işletmelerinin rekabet güçlerini koruyabilmeleri için bahsetmiş olduğumuz kurumsallaşma adımlarını tamamlamaları, stratejik bir yaklaşım benimsemeleri ve her alanda iyi yönetim uygulamalarını gerçekleştirmeleri gerekiyor.

da katkı sağlayabiliyor. Bu stratejik ortaklıklar sonucunda finans gücünün yanı sıra; know-how elde etmede, uluslararası bir yapıya sahip organizasyon yapısı kurmada ve uluslararası iletişim kanallarını kullanmada çok başarılı örneklerle karşılaşılıyor.

#### Halka arzın şirketlerin uzun ömürlü olmasındaki rolü nedir?

Bir aile işletmesinin halka açılabilmesi; şeffaflığı, yönetim ve raporlama alanlarında gereken standartları sağlamayı, anlaşılabilir ve karşılaştırılabilir finansal tablolara sahip olmayı ve düzenleyici ve denetleyici kurumlara raporlanabilirliği beraberinde getiriyor. Bu bakımdan halka arz sürecinin, aile şirketlerinin en önemli gelişim alanlarından biri olan kurumsallaşma ve iyi yönetim mekanizmalarını uygulama alanlarında oldukça olumlu bir etkisi bulunuyor.

#### Inovasyon ve AR-GE şirketlerin uzun ömürlü olmasında nasıl bir önem taşıyor?

Teknoloji ve inovasyon, artık bir konsept olmanın ötesine geçerek şirketlerin kendilerini hızla adapte etmeleri gereken bir gerçeklik olarak karşımıza çıkıyor. Otomasyon, yapay zeka, nesnelerin İnterneti, akıllı makineler, analitik ve diğer gelişmiş teknolojiler, şirketlere daha önce hayal bile edemeyecekleri miktar ve kategoride bilgi aktarıyor. Rekabetin acımasız derecede yoğun ve hızlı olduğu günümüz iş dünyasında teknolojiye yatırım yalnızca bir gereksinimi değil, aynı zamanda bir zorunluluğu ifade ediyor. Şirketlerin bu koşullar altında hayatlarına devam edebilmeleri için de hayati öneme sahip. Bu nedenle aile işletmelerinin gelişmiş teknolojileri kullanarak elde edilen bulgulardan değer yaratmaya odaklanmaları ve düşünce sistemlerini bu yönde değiştirmeleri gerekiyor.

#### Best Managed Companies of Turkey (En İyi Yönetilen Şirketler) programı nedir? Programla şirketlerin kurumsal süreçlerine nasıl bir katkıda bulunuyorsunuz?

Best Managed Companies Türkiye programını; ülkemiz ekonomisinin omurgasını oluşturan ulusal firmalarımızın, uluslararası standartlarda iyi yönetim mekanizmaları üzerine farkındalıklarını artırmak, iyi yönetim konusunda gelişim alanlarını belirlemek ve bu alanları güçlendirme konusunda kendilerini desteklemek amacıyla geliştirdik. Bu program için özel olarak eğitilmiş Deloitte yöneticileri, katılımcı şirketleri 360 derece analizlerle inceliyor ve strateji, yetkinlik ve inovasyon, kültür ve adanmışlık ve yönetim ve finansallar olmak üzere 4 ana başlıkta kapsamlı bir yaklaşımla değerlendiriyor. Jüri değerlendirme sürecinde ise finalist şirketler, iş ve akademi dünyasının önde gelen temsilcilerinin değerlendirmesine sunuluyor. Programının, ödül kazandırmaktan öte, hem koçluk süreci hem de değerlendirme safhasında büyük bir değer kattığına inanıyoruz. Aynı zamanda ülkemiz ekonomisine katkı sağlayan, temsil ettiği değerlere sahip çıkan ve iyi yönetim prensiplerini şirketlerinde başarıyla uygulayan şirketler, dünya çapında bağımsız ve güvenilir bu unvan ile ulusal ve uluslararası platformlarda bilinirliklerini güçlendirme şansı elde ediyorlar.

Stratejik ortaklıklar birçok aile işletmesine çok farklı alanlarda güç, destek ve avantaj sağlıyor.

“ODE’nin ve benim sorumluluğum, rol model olmak”

ODE Yönetim Kurulu Başkanı

# ORHAN

# TURAN



Orhan Turan’ın hatıralarından bir kare. Genç Orhan Turan, aile fertleriyle birlikte...

ODE YALITIM SÜREKLİ YENİLENEN, DİNAMİK BİR ŞİRKET. KÜRESEL MARKA OLMA UZAK GÖRÜŞLÜLÜĞÜYLE HEDEFİNİ ORTAYA KOYUYOR. SÜREKLİ DAHA İYİYE ULAŞMA GAYRETİYLE İNSAN KAYNAĞINA, AR-GE’YE, İNOVASYONA, DİJİTALLEŞMEYE YATIRIM YAPIYOR. KRİZ DÖNEMLERİNDE İÇİNE KAPANMIYOR. YÖNETİM KURULU BAŞKANI ORHAN TURAN’IN LİDERLİĞİNDE SÜKÛNETİNİ KAYBETMEDEN FIRSATLARI KOLLUYOR, KRİZ SONRASINA HAZIRLANIYOR. BÖYLECE HER KRİZDEN BÜYÜYEREK ÇIKMA BAŞARISINI GÖSTERİYOR. ODE; İŞ YAPIŞ TARZIYLA, SEKTÖRDEKİ DURUŞUYLA ÖRNEK BİR MODEL OLUŞTURUYOR.

Söyleşi: Günseli Özen



Şirketin ikinci kuşak temsilcisi Ozan Turan, ODE Yalıtım İhracat Direktörü olarak görev yapıyor.

Bu yıl 35. yılını kutlayan ODE Yalıtım’ın dününden bugüne gelişimini kilometre taşları üzerinden Pusula’ya anlatan Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, tüm samimiyetiyle yılların muhasebesini yaparken, geçmişe değil geleceğe odaklanıyor. Orhan Turan, ODE’nin dönüm noktalarında aldığı cesur kararlardaki öngörüsünü ve ulaşmak istediği hedefi ortaya koyarken “Başarmak zorundayım!” diyor ve ekliyor:

“Ben de, ODE de bir rol modeliz, bunu biliyorum. Rakiplerimizin hepsi dünya markaları. Ben de sonuçta ilkokula köyde başlamış, Elazığ’ın bir köyünden buraya gelmişim. Türkiye’de yılın girişimcisi seçilmiş, global markalarla rekabet eden bir şirketin kurucusuyum. Ben bu toplum adına, benim kuşağım adına bir bedel ödüyorum. Çünkü vizyonumda Türkiye’den global bir oyuncu çıkarmak var. Ben başarayım ki,

benden sonrakiler de yapılabileceğini görsün. Onların geleceğe ilişkin hayallerini yıkmak istemiyorum. Türk toplumu başarıya susamış bir toplum. Bu örnekleri çoğaltmamız gerektiğini düşünüyorum çünkü ülkemizin buna ihtiyacı var.”

**ODE; 35 yılda 5 kıtada, 75 ülkeye ihracat gerçekleştiren yüzde yüz yerli sermayeli en büyük yalıtım şirketi haline geldi. ODE’nin bu başarı yolculuğunda kilometre taşları, kırılma noktaları neler oldu?**

Tamamen yalıtıma odaklanmaya karar verdiğim 1 Ocak 1988 tarihi bir kırılma noktasıdır. Daha öncesi müteahhlik yapıyorum; ısıtma, soğutma, klima ne olursa... Yalıtıma odaklanarak, mühendislik formasyonumla fark yaratmayı hedefledim.

1990 kırılması, ithalata başlamamdır. Türkiye’de ▶

zaten üç yalıtım firması vardı. Onların bayiliğini aldığımızda çok fazla katma değer yaratamayacağımı düşünerek, Türkiye’de olmayan ürünleri getirip, satmaya karar verdik.

Üçüncü kırılma noktamız ise 1996 yılında ODE’nin üretici firma olmasına karar vermemiz oldu.

Teknik yalıtım ve tesisat yalıtımı alanında çalışırken, 2000 yılında bina yalıtımı üretimine girmemiz ODE için bir başka önemli karar noktasıydı.

2007 yılında İş Girişim Sermayesi’nin, ODE’ye yatırım yapması önemli bir kilometre taşıydı.

İhracatın sıçramasını 2008’de yaptık. Üretimin belirli bir kısmını ihraç etmemiz ve bu konuya odaklanmamız gerektiğine 2008’de karar verdik.

1 Ocak 2017’de Türkiye’de her şey süt liman ve de işler çok iyi gidiyorken değişim için düğmeye bastım.

#### Neydi onlar? Hangi alanlarda değişmeye karar verdiniz?

Organizasyonel değişiklik yapmam gerektiğini fark ettim. 2017’de Eskişehir fabrikamızın da devreye girmesiyle, ciddi bir değişimin arifesinde olduğumu anladım. Yaptığımız değişikliklerin sonuçlarını 2018’den itibaren alıyoruz.

Eskişehir kararımız bizim için önemli bir dönüm noktasıdır. Trakya’da büyüemeyeceğimiz ve Anadolu’ya ve pazara yakın olmak için İç Anadolu’daki tesisimizi Eskişehir’de kurduk. ODE olarak teknik yalıtım sektöründe Çin’den Avrupa’ya kadar en büyük kapalı alana sahibiz.

2017 Türkiye’si için bu karar belki bir lükstü ama aslında ODE’nin vizyonunu gösteriyor. Eskişehir tesisini gezen ODE’nin 2030 vizyonunu görür. Bize makine imalat ve tedarikini yapan bir firma yetkilisi “Polonya’da bir tesis görmüştüm ama herhalde dünyadaki en modern tesis sizin” demişti. Gelen Avrupalı ve Amerikalı büyük oyuncular da çok etkilendiler. Türkiye’de böyle bir tesis olmasına şaşırdılar. Şunu övünerek söyleyebilirim ki, bu fabrikanın her detayında emeğim var.

#### İnsan kaynağına yatırım yapmaya ne zaman başladınız?

2000 yılında. Ayda iki hafta sonu çocukları eğitime alırdım. Onların bazıları bayilerimiz oldu, bazıları başka şirketlerde yönetici oldu. Rekabetin en önemli unsurunun insan kaynağı olduğuna inanıyorum. İnsan kaynağımızı farklılaştırarak rekabette öne geçebileceğimizi düşündüm. Bu fikrim hala devam ediyor. Bugün mentee-mentor görüşmeleri, kariyer planlamaları, MBA yaptırılmamız, çalışanlarımızı eğitmeyi bazen abartmamız hep bunun için. Çünkü fiyat ve rekabette ürünü kopyalamak çok kolay. İnsan kaynağını kopyalamak için ise sekiz, on sene lazım.

#### Siz hep “Kültürü kopyalayamazlar” dersiniz...

Evet, strateji kopyalanabilir ama kültür kopyalanamaz. Bugün geldiğimizde rakiplerimizden ayrılan en önemli özelliğimize baktığımızda; iş yapış şeklimiz ve kültürümüz öne çıkıyor. Bunu da bu sene KOD2020 olarak ortaya koyduk. Kurum içi girişimciliği destekliyoruz. Operasyonel mükemmelliğe önem veriyoruz ve dijitalleşmeye çalışıyoruz. Ama eğitim, şirketi kurduğumdan beri hep önemsendiğim, kaynak ve zaman ayırdığım çok önemli bir şey. Aslında ODE’yi ODE yapan da eğitim ve kültür.

#### Turquality gibi sizi denetleyecek, güçlendirmeye açık alanlarınızı gösterecek işler de yaptınız.

2010 yılında “Türkiye’den global marka çıkar” vizyonu ile devlet destekli Turquality kapsamına girdik. Yalıtım sektöründe Turquality kapsamına giren ilk ve tek şirketiz.

Bunun gibi kilometre taşlarımıza geri dönecek olursak; 2007’de İstanbul Sanayi Odası İkinci 500’e girdik. Geçen sene rakiplerimizden iki, üç tanesi listeden düşmüş.

2008 yılında Ernst & Young Yılın Girişimcisi Ödülü’nü aldım.

2014’te Türkiye’nin En Rekabetçi Şirketi seçildik.

2019’da TAİDER Kuzey Yıldızı Sürdürülebilirlik Ödülleri’nde; kurumsal yönetimde gösterdiğimiz başarı ile büyük ölçekli şirketler kategorisinde birincilik ödülüne layık görüldük.

Ortak girişimler yapmamız da ODE için önemli atılımlardı. İtalyanlarla joint venture yapmam da bir kırılma noktasıdır. 1998’de ilk İtalyanlarla anlaşma yaptık. İkinci iş birliğimiz 2003 yılında Hollandalılarla, üçüncüsü de İş Girişim Sermayesi ile oldu. Üç ortak girişimde de hisselerimizi geri aldık. Genelde bu tip ortaklıklarda Türkler hisseleri verip, daha sonra tamamını satın çıkarlar.

1998 yılında Pusula dergisini yayınlamaya karar vermemiz de benim için önemli bir kilometre taşıdır.

**“REKABETİN EN ÖNEMLİ UNSURUNUN İNSAN KAYNAĞI OLDUĞUNA İNANIYORUM. İNSAN KAYNAĞIMIZI FARKLILAŞTIRARAK REKABETTE ÖNE GEÇEBİLİRİZ; ÇÜNKÜ FİYAT VE REKABETTE ÜRÜNÜ KOPYALAMAK ÇOK KOLAY. İNSAN KAYNAĞINI KOPYALAMAK İÇİN EN AZ SEKİZ, ON SENE LAZIM.”**



#### Yalıtım sektöründe Türkiye’nin en büyük yerli şirketi

ODE, 1985 yılında taahhüt faaliyetleriyle ticaret hayatına başladı. 1998 yılında Türkiye’nin en çok ihtiyaç duyduğu alanlardan birine yönelerek yalıtım sektöründe ilerleme kararı aldı. 1990 yılında ithalatçı, 1996 yılında ise üretici kimliğine kavuştu. Türkiye’nin yüzde yüz yerli sermayeli en büyük yalıtım firması olan ODE; Yapı ve HVAC olmak üzere iki ana kategoride üretim yapıyor. Bugün 5 modern üretim tesisinde, 4 binden fazla ürün çeşidi ve uzman personeliyle yalıtım sektörünün en büyük üreticileri arasında yer alıyor.

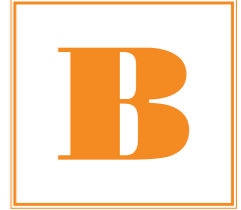
#### Kırılma noktalarını yaşarken duygusal yapınız nasıldı?

Önce bir tedirginlik duyuyorsun. Çünkü bu ülkede, coğrafyada iş yapmak kolay değil. Mesela; İş Girişim ile camyününde 40 milyon doları aşan bir yatırıma girdiğinizde... Bütün olay da mahcup olmamak, işten başarılı çıkmak. İş hayatımda artık sayamadığım kadar, o kadar çok kriz yaşadım ki! ODE tüm krizlerden güçlenerek çıktı. Önemli stratejik kararlar bir günde verilmiyor. Yaşanmışlıklar var. Bir karar verdikten sonra da genelde ona odaklandım.

#### ODE, mekânsal olarak nasıl bir büyüme yaşadı?

Bizim ilk fabrikamızın kapalı alanı 600 metrekareydi. Şu anda ODE’nin kapalı alanı 70 bin metrekareye ulaştı.

1995-1996’da üretime geçtiğimizde çocuklar benimle “Kim ODE’nin bayiliğini alır” diye alay ediyordu. Ben de, “Bir gün ODE’nin bayiliğini almak istiyorum, bana torpil yap diyecekler” diyordum. 10 sene sonra bu gerçekleşti.



#### Bayi olarak işe başladığınız ticarethane kaç metrekareydi?

Hikâyeye Laleli’de 20 metrekarelik bir ofisten başladık. Bir masamız vardı, kim erken gelirse o oturdu. Ben genelde geç kaldığım için oturamıyordum. Sonra Beşiktaş’ta bir mağaza açtık. Yolun altındaydı, geçen insanların ayaklarını görüyorduk. Beşiktaş’taki dükkanımız da 80-90 metrekareydi. Büyüyünce Fulya’da iki katlı bir yere geçtik. Orada çok sıkı bir showroom yapmıştık. Aslında bu da bizim için bir dönüm noktasıydı.

2004’te; 2010 vizyonunu çalıştığımızda Türkiye genelinde 10 tane depomuz, 1.500 müşterimiz vardı. “Üretimde büyüyeceğiz, dağıtımda büyümeyeceğiz” diyerek bütün depolarımızı özelleştirdik ve bayilere verdik. Ama önce arkadaşları ikna etmeye çalıştık. Çünkü biliyorsunuz değişim yapınca direnci önce içeride, şirkette görüyordunuz. Onları ikna etmem bir yıl kadar sürdü. Bütün depoları kapattık.

600 metrekarelik fabrikadan bugün geldiğimiz noktada beş kıtada 75 ülkeye ihracat yapıyoruz. 2019 yılı itibarıyla da toplam ciromuz içerisinde yüzde 40 ihracat gelirimiz var. ▶



## Orhan Turan'ın 30 yıllık STK geçmişi

Orhan Turan, 1981'de Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği Bölümünden mezun oldu. Marmara Üniversitesi'nde İşletme Yüksek Lisansı'nı tamamladı. Orhan Turan, İZODER'in kurulması ve kurumsallaşmasında aktif rol aldı. 1997-1999 döneminde İZODER'in yönetim kurulu başkanlığını yaptı.

2007-2011 yılları arasında; iki dönem Türkiye İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği Yönetim Kurulu Başkanlığı ile TÜRKONFED Yönetim Kurulu Başkan Yardımcılığı görevlerinde bulundu.

Bugüne kadar birçok STK'da Yönetim Kurulu üyeliği, üçünde başkanlık, Tusiad Denetim Kurulu Başkanlığı ve Yönetim Kurulu Üyeliği, TKYD Başkan yardımcılığı yaptı. Turan; Sabancı Üniversitesi, Koç Üniversitesi, Marmara Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi'nde lisansüstü seviyesinde dersler verdi. 2008'de Milliyet Gazetesi ve Ernst & Young iş birliğiyle yapılan "Yılın Girişimcisi" yarışmasında "Yılın Girişimcisi" ödülünü alan Orhan Turan, "Dünya Yılın Girişimcisi" yarışmasında Türkiye'yi temsil etti.

### Her büyüme kararı aldığınızda, her yatırım yaptığınızda neler hissettiniz?

Önce heyecan, sonra tedirginlik.

### Orhan Turan galiba önce fırsatı görüyor, inatlıyor, kararını veriyor ve sonra da dönüp ekibini ikna etmesi gerekiyor.

Önce eşim Seher'i ikna etmeye çalışıyorum. ODE'nin bugünlere gelmesindeki en büyük faktörlerden birisi de Seher'in 2007'ye kadar beni kontrol etmesi ve arkamı toparlaması. Pusula dergisinde Seher'in bir fotoğrafı ya da söz olamaz. Herkes beni biliyor, tanıyor. Ancak, belki tek başıma olsaydım bu noktada olamayabilirdim. Bugün de dahil Seher'in şirkete yaptığı katkı yadsınamaz.

1988 ile 2006 arasında; Seher'in topladığı verilerin karar alma süreçlerimde çok ciddi etkisi vardı. O zamanlar kimsede bilgisayar yoktu. Bugün diyoruz ya; "Verilere hakim olun, bunları analiz edin, katma değere dönüştürün." Biz bunu o dönemde Seher'in verileriyle gerçekleştirdik. Seher, ODE'nin her ay gerçekleşen rakamlarına hakimdi. Şu anda bile birçok şirket maliyetlerini bilmiyor. Fiyatlandırma stratejisini ortaya koyamıyor. O nedenle Seher'in topladığı veriler benim için önemli bir etkidir. Artık bugün çok yetkin arkadaşlarımız bu verileri anlamlaştırıyor.

2006'ya kadar ben şirkette satış ve pazarlamaya bakardım. Seher de; mali işler, idari işler, insan kaynakları ve satın almayla ilgilenirdi. Yani şirketi ikiye

bölmüştük. Üretim yapan bir şirkette aslında üç bacak vardır: Birincisi teknik, üretim, AR-GE. İkincisi; satış pazarlama. Üçüncüsü de mali ve idari işler. Şirketler bu üç bacak üzerine oturur. İT, lojistik destek birimleridir. Üretime geçene kadar hatta 2006'ya kadar bu iki kısmı Seher ile birlikte yönettik.



**Biliyoruz ki sizi siz yapan unsurlardan bir tanesi de krizler. Siz, kriz gelmeden hazırlanırsınız. İnsanlar daha çeviklikten söz etmezken siz planınızı hazırlar, düzenlersiniz. Bunu "çeviklik" tanımını ortaya konmadan yapmışsınız... ODE'de kriz yönetimi çok başarılı. Krizlere karşı nasıl tedbirler alıyorsunuz ve o krizlerden neler öğreniyorsunuz?**

1999 krizini kısmen hissettik. Asıl krizi ben 2001'de hissettim. Çünkü ciddi bir yatırım yapıyorduk. Öngörülmeyen bir kriz oldu. 2001'de bir miktar krizi yaşamamız, problemi çözmemiz ve kriz sonrasında hazırlanmamız bizi yetiştirdi. Aslında kriz, iyi yönetilen şirketler için bir fırsattır. Çünkü bir yığın oyuncu var ve kriz anında panik halinde kararlar alıp hayata



Rakiplerimizden ayrılan en önemli özelliğimiz; iş yapış şeklimiz ve kültürümüz. Bunu da bu sene KOD2020 olarak ortaya koyduk. Kurum içi girişimciliği destekliyoruz. Operasyonel mükemmelliğe önem veriyoruz ve dijitalleşmeye çalışıyoruz.

geçirmeye çalışıyorlar. Kriz esnasında panik, stres yapıp acele karar almayı çok sağlıklı bulmuyorum. Daha önce söylediğim gibi, 2017'de her şey güllük güllüştükten kendi kafamda değişimi kurmuştum. Kriz anında panik yapıp küçülmeye gitmek, budama yapmak, radikal şeyler yapmak bence o krizin iyi yönetilmediğini gösterir.

Bu sene de Türkiye'de kriz var. Çalışan sayımızı azaltmamışız. Hatta sayımız yedi kişi artmış. Şu anda da arayıştayız. Bu sayıyı yıl sonuna kadar daha da arttıracamız. Demek ki kriz öncesinde bir eksikimiz varsa o zaman önlemimizi almışız. Kriz zamanlarında tabii ki talep de düşebilir. Krizlerden çıkardığım en önemli sonuç: Bir kere liderin sakin olması, panik yapmaması. Çünkü lider hem kendini hem organizasyonu hem de ilişkileri yönetiyor. Lider, böyle bir dönemde soğukkanlı olmalı. Polyannacılık oynasın demiyorum ama sakin olmalı. Çünkü böyle dönemlerde herkes lidere bakıyor.

**Geçmişi konuştuk. Şimdi bugünü anlatıyoruz. İçinde bulunduğumuz dönemde liderin, şirketin, çalışanların, üretimin nasıl olması gerektiği konusunda görüşünüz nedir?**

Son iki yılda hatta pandemi sürecinde ODE'yi iyi yönettik. Rakiplerimize, aldıkları kararlara baktığımda son iki yılın ve 2020'nin ilk çıktıklarından krizi iyi yönettiğimiz sonucunu alıyorum. Hep şunu söylüyorum: şirketin bilançosu karne dir. Şirketi iyi yönetirseniz karneniz iyi gelir. Krizi kötü yönetirseniz, paydaşlara değer yaratamazsınız. İletişimi iyi kurmazsanız, hızlı olunması gereken yerde karar almazsanız, işi sürüncemeye bırakırsanız, çevik olmazsanız, hantal olursanız sonucu da kötü olur.

2018 Ağustos ayında gece on birden bire kadar arkadaşlarımla telefonda, "Ne yapalım? Pazartesi müşteriye ne diyeceğiz? Nasıl çıkış yapalım?" diye konuştuğumuzu hatırlıyorum. Fakat rakiplerimizden bazıları satışlarını durdurdu. Biz tam tersini yaptık. Hatta arkadaşlar gelip, "Orhan Bey, herkes panik yapıyor, şirkette en sakin sizsiniz" diyorlardı. Ben de onlara "Yaş ilerledikçe bağımsızlık kazanıyoruz" diyordum.

Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu'nda da (TÜRKONFED) "Bu krizi fırsata çevireceğiz" dedim. Kriz deneyimi, kriz yönetimi, kriz psikolojisi yönetimi, insanları odaklamak konularında mütevazı olmayayım, fena değilimdir. Süreci iyi yönettiğimi düşünüyorum. Fakat kendi içimde fırtınalar kopuyor o da ayrı bir olay!...

Bulduğum her yerde ortak akılla karar veririm. Herkesin görüşünü alırım. Kendi kararımı empoze etmemeye çalışıyorum. Çünkü öyle olduğu zaman insanlar; üretmiyor, yaratmıyor, fikir ileri sürmüyor.

**Kriz yönetiminde nelere dikkat edilmesi konusunda hem STK başkanlığınız hem de ODE'deki**

**başarılarınız ortadayken bir şeyler söyleme hakkınız var. Liderlere bir reçete vermenizi istesek neler söylersiniz?**

Krizde en önemli şeyin iletişim olduğuna inanıyorum. Birincisi; iletişim kanallarının mutlaka açılması lazım. Fikirlerin, alınan kararların en alta kadar inmesi gerekiyor. Bu kanalların sürekli açılması lazım ki krizlerde çok daha samimi ve şeffaf bir şekilde iletişim yapılabilsin. İkincisi; liderlerin kesinlikle sakin olup panik yapmadan, iç ve dış motivasyonu iyi yönetmesi lazım. Daha önce de ifade ettiğim gibi, liderler sadece kendilerini değil organizasyonları da yönetiyorlar. Sabırlı, hoşgörülü, tolerans sahibi olmalı. Çok hızlı karar alınması gerekiyorsa, bürokrasiye, hantallığa kriz döneminde yer yok. Bazen

sabah verdiğin karar, öğlen eskiyebiliyor.

**Esnek, çevik çalışmak hayatınızın bu noktasında çok daha fazla öne çıkıyor...**

Zaten Türk iş dünyasında öyle değil mi? Türk girişimciler ve profesyoneller dünyada bana göre krizi en iyi yönetenlerdir. Kriz bağımsızlığı iyidir. Zaten kötü yönetilenler birkaç krizde dökülüp gidiyor. Direnci artmış, öğrenmiş, mücadele etmiş olanlar ayakta kalıyor. Her kriz bir takım insanları, bir takım sektörleri, bir takım şirketleri sistemin dışına atıyor. Bu coğrafyada iş yapıyorsanız her gün kriz varmış gibi hareket etmek zorundasınız. ▶

**Önümüzdeki dönemleri yatırımlar, inovasyon, Ar-Ge ve vizyon açısından değerlendir misiniz?**

Türkiye'nin ikinci 500 şirketine baktım; toplam ciro içerisinde AR-GE yatırımına ayrılan toplam pay binde 46. Çok düşük. ODE'nin çıkışında; gelecekte daha kurumsal, daha karlı olabilmemiz ve daha büyük pazar payını elde edebilmemiz için üç unsurun önemli olduğuna inanıyorum. Birincisi; AR-GE ve inovasyona ciddi yatırım yapacağız. İkincisi; dijitalleşme. Üçüncüsü ise insan kaynağına yatırım.

**“ŞİRKETİN BİLANÇOSU KARNEDİR. ŞİRKETİ İYİ YÖNETİRSENİZ KARNENİZ İYİ GELİR. KRİZİ KÖTÜ YÖNETİRSENİZ, PAYDAŞLARA DEĞER YARATAMAZSANIZ, İLETİŞİMİ İYİ KURMAZSANIZ, HIZLI OLUNMASI GEREKEN YERDE KARAR ALMAZSANIZ, İŞİ SÜRÜNCEMEYE BIRAKIRSANIZ, ÇEVİK OLMAZSANIZ VE DE HANTAL OLURSANIZ SONUCU DA KÖTÜ OLUR.**

**ODE bunları yaparak büyüyecek mi, derinleşecek mi? Metrekarede mi, ürün çeşitliliğinde mi, inovasyonda mı büyüyeceksiniz?**

Günümüzde iş süreçlerini daha şeffaf, daha yalın hale getirip dijitalleşen öne çıkacak. Bakın pandemi dönemine Türkler hemen adapte oldu. Kimse ofise gelmiyor. Belki beş, altı sene sonra ulaşacağımız durum önceye çekildi. Bu nedenle bizim pazarlamamızı da, enerji takip sistemimizi de, üretimimizi de daha dijital ve anlık görüyor olmamız gerekiyor. Bu karar vermemiz için önemli. AR-GE ve inovasyon konusuna kaynak ayırmamız lazım. Hem ODE olarak hem Türk iş dünyası ve üreten şirketler için konuşuyorum. Maalesef Türkiye'de insan kaynağına yatırım konusunda biraz gerideyiz.

**İnsanların uzun yıllar boyunca kendilerini gerçekleştirirken kaldıkları ve buna özgürce bir ortam buldukları bir yer ODE. İyi bir iklimi var. ODE'deki kültür önemli.**

İnsan kaynağına yatırım yapmayan hiçbir şirketin başarılı olma şansı yok. Biliyorum ki ben de, ODE de bir rol modeliz.

Rakiplerimizin hepsi büyük oyuncular, uluslararası dünya markaları. Ben, eğitim hayatına Elazığ'ın bir köyünde başlamış, çok çalışarak buraya kadar gelmişim. Türkiye'de yılın girişimcisi seçilmiş, global markalarla rekabet eden bir şirketin kurucusuyum. Ben bu toplum adına, benim kuşağım adına bir bedel ödüyorum. Çünkü vizyonumda Türkiye'den global bir

**Türk girişimciler ve profesyoneller dünyada bana göre krizi en iyi yönetenlerdir. Her kriz bir takım insanları, bir takım sektörleri, bir takım şirketleri sistemin dışına atıyor. Bu coğrafyada iş yapıyorsanız her gün kriz varmış gibi hareket etmek zorundasınız.**



oyuncu çıkarmak var. Ben başarmalıyım ki, benden sonra gelenler bu işin başarılabilirliğini görsünler. Onların hayallerini yıkmak istemiyorum. Türk toplumu başarıya susamış bir toplum. Başarılı örnekleri çoğaltmamız gerektiğini düşünüyorum çünkü ülkemizin buna ihtiyacı var.

Sadece ODE'ye odaklansaydım belki bu kadar başarılı olamayabilirdim. Ülkemin sorununu dert edinip çözüm bulmaya çalışıyorum. Yalıtım sektörünün problemini dert edinip derneğini kuruyorum. İZODER'i kurduğumda 36 yaşındaydım. Ecvet Abi'yi (Binyıldız) bir numara kurucu yazdım. Ben dernekte iki numarayımdır. Bunda toplumsal düşünmemin de etkisi var. Aileden aldığım kültür, paylaşımcılık, herkese insanca davranmak. LinkedIn'den o kadar çok mesaj geliyor ki, hepsine yanıt veriyorum.

**39 yıl önce, bugünkü Orhan Turan bir yol ayrımında küçük Orhan Turan karşılaştı. Ne söylersiniz?**

Sarılıp öperdim. “Çok krizlerle karşılaşacaksın, temkinli ol” derdim. Her cumartesi Seher ile annemi ararız. Annemin standart söylemleri vardır: “Oğlum nasılsın?”, “Bir tane oğlun var yeter”, “Canına dikkat et”, “İşler nasıl?”, “Fazla açılma”.

**Vizyoner bir saptama. Bu ülkenin koşullarını bizden daha iyi hissediyor demektir. Büyük Orhan, Küçük Orhan'a “Krizler yaşayacaksınız dikkatli ol, sağlığına dikkat et” derdi. Ama sanırım bir şey daha söylerdi. Bunu ben sizi 20 yıldan daha uzun süredir tanıdığım için söyleyebilirim; “Güzel şeyler yaptın, bu yoldan devam et” derdi.**

# DÜNYA STANDARLARINDAKİ ÜRETİM TESİSLERİMİZDE DEVLER LİGİNDE ZİRVEYE OYNUYORUZ!

ÇORLU FABRİKA - ESKİŞEHİR FABRİKA



**ODE**  
INSULATES THE FUTURE

ODE Yatırım  
İhracat Direktörü

**Ozan  
Turan:**

**Yaş 35...  
Daha Yolun  
Başındayız...**



**ŞİMDİ BİR 35 YIL SONRASINI, YANİ ODE'NİN 70'İNCİ YILINI HAYAL EDİYORUM. O HAYALDE; ÜLKEMİZ DIŞINDA FARKLI COĞRAFYALARDA DA ÜRETİM TESİSLERİMİZİN OLDUĞU, BULUNDUĞUMUZ BÖLGELERDEKİ PAZARLARDA BELİRLEYİCİ OLDUĞUMUZ, PROFESYONEL YÖNETİM ANLAYIŞIMIZIN DAHA DA GELİŞTİĞİ VE PAYDAŞLARIMIZ İÇİN DEĞER YARATMAYA DEVAM ETTİĞİMİZ SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR ŞİRKET VAR.**

**Hepimizin** hayatında belli eşikler iz bırakır, çok kıymetli anlamlar taşır. Aslında bu durum şirketler için de geçerlidir. Böyle özel anlarda bir yandan büyük bir gurur ve mutlulukla geleceğe dair planlar yaparken diğer yandan geçmişe gidersiniz. 35'inci yıl özel sayımız için bir yazı talep edildiğinde ben de böyle bir yolculuğa çıktım.

ODE'nin benim ikinci evim olması aslında belli belirsiz hatırladığım yıllarda başladı. Annemin ve babamın birlikte çalışması dolayısıyla çok küçük yaşlarımdan itibaren şirkete gelir giderdim. İlk başlarda anlamasam da iş hakkında konuşulanları hep dinlerdim. Zamanla merakım arttı. Öyle ki daha ilkokul sıralarında EBITDA'nın ne olduğunu bilir hale geldim. Mahsup fişi kesme karşılığında eski parayla haftalık 5 milyon lira kazandığım dönem de yine bu yıllara denk düşüyor.

Benden dört yaş büyük ODE ile birlikte büyüdüm diyebilirim. Büyüdükçe de, bir zamanlar yalnızca para kazanılan bir yer olarak gördüğüm ODE'nin aslında çok kıymetli bir miras olduğunu fark ettim. Annem ve babamın yıllar içerisinde büyük özverilerde bulunarak emek sarf ettikleri, benim günümüzün hızla değişen farklı koşullarında onlardan teslim alıp hep hayal ettiğimiz gibi farklı yerlere götürebileceğim bir aile mirası...

İşte bu noktada belki de en büyük şansımız; aile şirketlerinin ömrünün 25 yıl ile sınırlı kaldığı, yine aile şirketlerinin yalnızca yüzde 30'unun ikinci kuşağa geçebildiği ülkemizde, ortak bir hayal ve amaç doğrultusunda ilerleyebilmemiz oldu. Türkiye'deki şirketlerin yaklaşık yüzde 95'ini oluşturan, dolayısıyla ekonomi ve istihdamın yanı sıra sosyal hayat için de önemli bir rol üstlenen aile şirketlerinin sürdürülebilirliği hiç kuşkusuz büyük önem taşıyor. Buradan yola çıkarak, ülkemizde bizim gibi

35. yılına erişen şirketlerin sayısının artması temennisiyle bu alandaki deneyim ve izlenimlerimi paylaşmak isterim.

#### **Kuşaklar arası çatışma aile şirketlerin sonunu getirebilir**

Kuruluş yıllarının sancılı süreçlerini atlatan aile şirketlerinin, kriz gibi durumları dikkate almazsak karşılaştıkları en ciddi sorunlardan biri kuşak çatışması. Özellikle birinci kuşağın değişime kapalı olması, ikinci kuşağın ise şirket değerleri hakkında yeterince bilgiye sahip olmaması veya bu değerleri benimsememesi ciddi kopukluklar yaşanmasına neden olabiliyor. Buna bir de ikinci kuşağın şirkete ne zaman ve hangi görevlerle başlayacağını, dahil olduğunda hangi görevleri üstleneceğinin belirlenmemesi gibi sıkıntılar eklendiyse şirketin gelecek kuşaklara devri gittikçe güçleşiyor.

Bir aile şirketi olarak, benim, yani ikinci kuşağın şirkete adapte oluş sürecini çok profesyonelce yönettiğimizi düşünüyorum. Öncelikle eğitim hayatım boyunca yatırım bankacılığından satış pazarlamaya, üretimden danışmanlığa kadar farklı sektörlerde staj yaparak, çalışarak deneyim kazandım. Üniversite son sınıftayken ODE'nin ihracat departmanında yarı zamanlı çalıştım. Eğitimim tamamlandığında da direkt ODE'de tam zamanlı çalışmak yerine önce Dubai'deki bir Alman şirketinde işe başladım. Bunu Rusya ve Uzak Doğu'daki farklı organizasyonlar ve projeler izledi. Ardından yönetim ve pazarlama alanında ABD'de yüksek lisans yaptım. Yurt dışında çalıştığım ve eğitimime devam ettiğim yıllar boyunca hem iş hayatını yakından deneyimledim hem de şu an görev aldığım ihracat alanında bana önemli katkı sağlayan yurt dışı pazarları yakından görmüş oldum. Aile olarak, ikinci ▶



**Ozan Turan:**

"Bizim ailemizde birinci kuşak, ikinci kuşakla çatışmadan, o kuşağa neler aktarabileceğine, işin geleceğine ve sürdürülebilirliğine odaklanır. Değişime en az ikinci kuşak kadar açıktır. Dolayısıyla şirkette çalışmaya başladığımda birinci kuşakla büyük bir uyum içinde çalışacağıma emin olsam da direkt olarak yönetimde, ailemin yanında bir görev üstlenmedim. Aradan üç yıl geçmiş olmasına rağmen halen birinci kuşak ile direkt çalışmıyorum."



kuşağın direkt olarak şirkete gelmesini hiçbir zaman doğru bulmadık. Ben de üniversite eğitimimi tamamladıktan tam beş yıl sonra ODE'de çalışmaya başladım.

**“AİLE ŞİRKETİNDE ÇALIŞMALARINI SÜRDÜREN BİR İKİNCİ KUŞAK OLARAK, BENİMLE AYNI DURUMDA OLANLARA NAÇİZANE ÖNERİM; ÖNCELİKLE KENDİLERİNİ KENDİLERİNE İSPATLAMALARI. BİRİNCİ KUŞAK VEYA BAŞKA KİMSEYE DEĞİL! ÖNCELİKLE İŞİ YAPABİLECEKLERİNE İNANMALARI LAZIM KI, TÜM ORGANİZASYONU İNANDIRABİLSİNLER.”**

#### ODE hem aileye hem de profesyonellere emanet

Bizim ailemizde birinci kuşak, ikinci kuşakla çatışmadan, o kuşağa neler aktarabileceğine, işin geleceğine ve sürdürülebilirliğine odaklanır. Değişime en az ikinci kuşak kadar açıktır. Dolayısıyla şirkette çalışmaya başladığımda birinci kuşakla büyük bir uyum içinde çalışacağıma emin olsam da direkt olarak yönetimde, ailemin yanında bir görev üstlenmedim. Aradan üç yıl geçmiş olmasına rağmen halen birinci kuşak ile direkt çalışmıyorum, Genel Müdür Yardımcımız Erhan Özdemir'e bağlı olarak çalışıyorum. Bir profesyonel ile çalışmak, iş hayatına bakışa ve mesleki gelişime farklı değerler katıyor. Ben de bunu deneyimleme fırsatı bulduğum için büyük memnuniyet duyuyorum.

Aynı zamanda bu durum, her ne kadar aile şirketi olsak da profesyonel bir şirket yönetimi prensibini benimsediğimiz en önemli göstergelerinden biridir. ODE'den bağımsız, genel olarak iş dünyasına baktığımızda, işin içine duyguların girmesinin, profesyonel bakılması gereken konularda aile ilişkilerinin bir tarafa konulmamasının, aile şirketlerine ciddi zarar verebileceğine şahit oluyoruz. Bu da aile şirketlerinde profesyonellerle birlikte çalışmanın önemini bir kez daha açık bir şekilde ortaya koyuyor.

#### İkinci kuşak önce kendini kendine ispatlamalı

Aile şirketinde çalışmalarını sürdüren bir ikinci kuşak olarak, benimle aynı durumda olanlara naçizane önerim, öncelikle kendilerini kendilerine ispatlamaları. Birinci kuşak veya başka kimseye değil! Öncelikle işi yapabileceklerine inanmaları lazım ki, tüm organizasyonu inandırabilsinler. Bir diğer önemli konu da kıyaslama hatasına

düşmek. İkinci veya üçüncü fark etmeksizin, sonraki kuşakların kendilerini kıyaslayacakları kişiler birinci kuşak olmamalı. Konuyu 'ailenin şirketini alıp büyütme' olarak değerlendirmek yerine, 'ben bu şirkete ne katabilirim' noktasına odaklanmaları çok daha önemli.

#### Yolun başındayız çünkü...

Peki, aile şirketlerinin ortalama ömrünün çeyrek asırla sınırlı kaldığı ülkemizde 35. yılını dolduran bir şirket olarak neden yolun başındayız diyorum? Öyleyiz çünkü bu 35 yılın neredeyse tamamında, birinci kuşak şirketi sağlam temeller üzerine oturttu ve büyüme adına önemli adımlar attı. İkinci kuşağın sorumlulukları ise yeni başlıyor. İlk kuşaktan farklı olarak, bu sağlam temelli binanın üst katlarına çıkmak benim sorumluluğum. Elbette bunun için en az gelecek kadar bugüne de odaklanıyorum. Özellikle global bir marka olma hedefimize katkı sunmak için halihazırda görev aldığım ihracat alanında ekip arkadaşlarımla birlikte canla başla çalışıyoruz. Ürettiğimiz tüm ürün gruplarını 5 kıtaya ihraç ederek ülkemizin adını yalıtım sektöründe dünyanın dört bir yanında duyurmanın gururunu yaşıyoruz.

Yazının başında da belirttiğim gibi böyle özel yıllarda geçmişe giderken geleceğe dair planlar da yaparız. Ben de şimdi bir 35 yıl sonrası, yani ODE'nin 70'inci yılını hayal ediyorum. O hayalde; ülkemiz dışında farklı coğrafyalarda da üretim tesislerimizin olduğu, bulunduğumuz bölgelerdeki pazarlarda belirleyici olduğumuz, profesyonel yönetim anlayışımızın daha da geliştiği ve paydaşlarımız için değer yaratmaya devam ettiğimiz sürdürülebilir bir şirket var. Bu zamana kadar olduğu gibi bundan sonra da ODE Ailesi olarak hayallerimize, hedeflerimize bir bir ulaşacağımıza tüm kalbimle inanıyorum.

Bu vesileyle ODE'yi var eden, bugünlere getiren, başta sevgili annem Seher Turan ve babam Orhan Turan olmak üzere 35 yıldır şirketimize emek veren herkese sonsuz teşekkür ediyorum. Hayatınızda olumlu izler bırakabildiysek ne mutlu bizlere...

Hep birlikte nice 35 yıllara...



# 35 YILDIR GELECEĞİ YALITIYORUZ

Sektörün öncü markası olarak 35 yıldır her gün iyi bir gelecek için çalışıyor, AR-GE yatırımlarımızı bu kapsamda planlıyoruz.





# Eski çalışanlarının anlatımıyla “ODE’li” olmak

**ODE YALITIM’I GELECEĞE TAŞIYACAK EN ÖNEMLİ DEĞERLERİNDEN BİRİSİ ÇALIŞANLARI. BUGÜN OLDUĞU GİBİ GEÇMİŞTEKİ ÇALIŞANLARININ DA ODE’NİN BAŞARISINDAKİ ROLÜ BÜYÜK. ODE KÜLTÜRÜYLE YOĞRULMUŞ, ŞİRKETİN GELİŞİMİNE ŞAHİTLİK EDEN, ZAMAN İÇERİSİNDE YOLLARI AYRILSA DA “ODE’LİYİM” DEMEKTEN HİÇ VAZGEÇMEYEN ESKİ EMEKÇİLERİ ODE’Yİ ANLATTI. ÇALIŞTIKLARI SÜRE ZARFINDA ODE’NİN KENDİLERİNE SAĞLADIĞI KATKIYI, ŞİRKETTE ÇALIŞMAK İSTEYENLERİ BEKLEYEN FIRSATLARI VE UNUTULMAZ ANILARINI PAYLAŞTI.**

## ODE çalışanlar için büyük bir okul



←  
**Ali Türker**  
KNAUF A.Ş.  
Genel Müdürü

ODE Yalıtım ile yolum 1995 Eylül ayında keşti. Büyük inşaat firmalarında bir tanıdığı var mı diye ziyaret ettiğim Orhan Bey’in teklifi ile iki hafta içerisinde işe başladım. Son dört buçuk yılı genel müdür olmak üzere çok çeşitli pozisyonlarda 22 yıldan uzun bir süre çalıştım.

ODE’ye sıfır tecrübe ile başladım. Beni geliştiren birçok şeyi ODE’de öğrendim diyebilirim. Aynı zamanda Orhan Bey ile uzunca bir süre bire bir çalışmak, onun vizyoner, bireysel ve iş gelişimine açık yönetim tarzının bana çok şey kattığının altını çizmek isterim.

Sürekli büyüyen, gelişen, rekabetçi ve vizyoner bir firmada çalışmak, şirketin ve kişisel gelişimi gözlemek, uzun çalışmamın ana nedenleri oldu.

ODE; bence profesyonelce yönetilen, güçlü bir vizyonu olan, bunları da sırasıyla hayata geçiren bir firma. Ama en önemlisi çalışanlar için çok büyük bir okul. Büyüyen bir firmada, çalışanları bireysel gelişime teşvik etmesi- bazen zorlaması, çalışanlarına sorumluluk vermesi, üst kadrolara içeriden aday yetiştirmesi en büyük artıları.

ODE’den yüzlerce anım var. Ama özellikle paylaşmak istediğim; Katıldığım 1995 yılında 20 kişi ile ticaret yapan bir firmadan, ayrıldığım güne kadar, 5 tane üretim tesisi olan, ürettiği tüm ürünlerde marka ve pazar payı olarak ilk üçte olan, büyük bir sanayi firması haline gelmesidir. Bu yükseliş ve gelişime tanık olmak, az da olsa katkı vermek ve bu harika ekibin bir parçası olmak hep gurur duyacağım unutulmaz bir anım olarak kalacak.

## ODE’de çalışmak insana değer katıyor

2006 yılında ODE’nin İnsan Kaynakları Departmanı’nı kurma kararı ile yollarımız keşti. Aralık 2006 – Mart 2020 yılları arasında yaklaşık 13,5 yıl İK Takım Lideri, İK Grup Takım Lideri ve son olarak İK Direktörü olarak daima heyecan ve gurur duyarak çalıştım. Şu an Biofarma İlaç’ta İnsan Kaynakları Direktörü olarak çalışıyorum.

The Marmara İstanbul Otel İnsan Kaynakları Departmanı’nda çalışıyordum ve üretim sektörünü tecrübe etmek istiyordum. ODE’yi seçmemde en büyük etken Orhan Bey’in vizyonu, ilham veren yapısı ve şirketin potansiyeliydi. Sektör ve ölçek fark etmeksizin her şirkette insanlar bir şeyler öğrenir ve az ya da çok gelişim gösterir. ODE’de çalışmak ise insana değer katıyor. Kurumsallığa önem veren, çok başarılı yönetilen ve aynı zamanda çok dinamik bir yapı.

### ODE’de başarının ve başarısızlığın asla tesadüf olmadığını gördüm

Öncelikle çalıştığım süre içerisinde bir şirket başarılı bir şekilde nasıl yönetilir bunu yakından izleme fırsatı oldu. Başarının ve başarısızlığın asla tesadüf olmadığını gördüm. Kriz dönemlerinde lidere bakıyorsanız, özellikle bu dönemlerde nasıl sakin kalınması gerektiğini gözlemledim. Yöneticiyseniz sağlıklı karar verebilmeniz çok önemli, bu konuda ODE’nin bana çok katkısı oldu. Yetenekli kişilerle çalışmanın ve şirkete bağlılıklarını sağlamanın şirketin başarısında ne kadar önemli olduğunu tecrübe ettim. İK departmanını sıfırdan kurarak başladığı-

mız için sistem kurma becerilerimin gelişmesini sağladı. Bunlarla birlikte icra kurulu üyeliği yaptığım için diğer departmanların çalışma şekli ve dinamikleri ile ilgili bilgi sahibi oldum. ODE’deki tüm departmanlardaki her kademedeki arkadaşlarımdan çok şey öğrendim.

ODE’nin global marka olma vizyonu, sürekli gelişmesi, büyümesi, kurumsallığa olan inancı, kararlarında insanı merkezde tutan yaklaşımı beni canlı tutan, motive eden unsurlar oldu. ODE’de çalışan kişi sadece yaptığı görevle sınırlı kalmaz, farklı birçok alanda gelişim fırsatı yakalar.

Bununla birlikte ODE şu an sektörde lider kurumlardan bir tanesi ve gelecekte de birçok başarı hikâyesi yazmaya devam edecek. Bu başarılarla katkı koyma ve parçası olma fırsatı çok kıymetli olsa gerek. Farkındalığı yüksek, başarıya azmi olan, değişime ve gelişime açık çalışanlar için ODE’de çalışmak bana göre büyük bir fırsat.

ODE’de temmuz ayında terfileri yayınladığımız gün her zaman beni mutlu etmiştir. Terfi duyurularını yaptıkça ofisten sesler yükselir, insanlar birbirini tebrik eder, güzel bir atmosfer olur. Terfi eden arkadaşlarımızın hak ettiğini alması ve diğer arkadaşlarımızda “Burada bu imkan var” duygusunu oluşturmaya adına önemliymiş di benim için.



←  
**Kenan Barış Demirdelen**  
Biofarma İlaç  
İnsan Kaynakları  
Direktörü

## ODE'nin genlerinde rekabetçilik hep en üst düzeyde oldu

1997 yılında üniversiteden mezun olduktan sonra iş arayışım sırasında ODE ile yollarımız keşişti. ODE Satış Mühendisi olarak göreve başladım ve yıllar içerisinde, Bursa Bölge Müdürlüğü, Lojistik Müdürlüğü, Marmara Bölge Müdürlüğü ve Satış Direktörlüğü gibi farklı pozisyonlarda 15 yıl boyunca görev yaptım.

ODE ile tanışmam ilginç bir tesadüf sonucu oldu. O dönem üniversiteden bir sınıf arkadaşımın iş arayışı mevcuttu. Başvurusu sonrası ODE'den iş görüşmesine davet etmişler. Birlikte bir yere gitmeden önce ODE'ye uğrayıp, görüşmesini yapıp devam edecektik. Bu nedenle birlikte gitmiştik. Görüşme için beklerken o dönemin Satış Müdürü olan rahmetli Levent Yaşmut benimde görüşmeye katılabileceğimi belirterek odaya davet etmişti. Görüşme sırasında ara ara bana da sorular soruyordu. Bir hafta sonra arkadaşımı arayıp benimle tekrar görüşmek istediklerini söylediler ve tekrar davet ettiler. ODE serüvenim bu tesadüfler zinciri sayesinde başlamış oldu.

ODE'de her zaman kendinizi yenilemeniz, her zaman değişimi yakında takip etmeniz gerekmektedir. Limitleri zorlayarak genç yaşlarda sorumluluk ve farklı görevler alma fırsatlarıyla birlikte kısa zamanda büyük tecrübeler kazanmama neden olmuştur. ODE tarihinde en genç bölge müdürü olmam bunun en büyük göstergesidir.

Genç, eğitilmiş ve sorumluk sahibi çalışanlar ODE'nin en belirgin yönlerindendi ve iyi bir takım olmuştuk, iş dışındaki sosyal hayatta da devam eden arkadaşlıklar sonrasında uzun süreli dostluklara dönüştü.

### ODE'de rutin, kendini tekrarlayan işler yapılmaz

Benim genç bir mühendis olarak iş yaşamına adım attığım ODE' de yıllar boyunca yaşadığımız dinamizm, rekabet, bireysel gelişim fırsatları, başarıyı paylaşmak, takım çalışması ve sosyal ilişkilerin kalitesi beni yıllar boyunca motive eden ve bağlılık yaratan en önemli etmenler olarak gösterebilirim.

ODE'nin genlerinde rekabetçilik hep en üst düzeyde olmuştur, rekabet çalışanları her zaman dinç tutar ve fırsatlar yaratır. ODE'de hiçbir zaman rutin ve kendini tekrarlayan iş yapılmaz, buna izin verilmez. ODE'de hep sektörün ilkleri gerçekleştiren hızlı büyüyen, piyasa rekabetinin tam ortasında yer alan, aynı yarışma ruhunu da şirket içinde canlı tutarak çalışanlarını gelişmesine olanak sağlayan kurumsal olarak da eğitimlerle destekleyen bir yapı olduğundan her dönemde çalışanlarına yeni pozisyonlar ve sorumluluklar sunabilmekte.

2005 yılında şirketten ayrılıp yurt dışına gitmeye karar verdiğimde Orhan Bey ile yapmış olduğumuz görüşmenin benim için unutulmaz bir anı olduğunu söyleyebilirim. Beni kesinlikle gitmemem için ikna etmeye çalışmadı. Aksine bir yıllık bir ara vererek ve eğitimime de katkı sağlayarak kişisel gelişimimde çok büyük yeri

olan bu tecrübeyi yaşamama yardımcı oldu. Bir yıl sonra söz verdiğim gibi geri döndüğümde daha motive, farklı perspektiflerden bakabilmeyi öğrenmiş bir kişi olarak ODE'ye katkı vermeye devam ettim.

**Murat Erenoğlu**  
Azur Yalıtım A.Ş.  
Kurucu Ortak ve Genel Müdürü



**Meryem Arıbuğa**  
Öncü Yalıtım Sahibi

## Orhan Turan, iş disipliniyle benim için rol model oldu

1996 yılında ODE Ankara bölge ofisi açılmıştı, bir tanıdık aracılığıyla referansla işe başladım. Aslında üniversite sonrası akademik kariyer planlıyordum. Ancak tesadüfler bizi bir araya getirdi. Bölgede üç kişiydik, ofiste tek kalıyordum ve her işi yapıyordum (satış, depoculuk, muhasebe) dokuz ay bu şekilde devam etti. Sonra yeni arkadaşlar işe alındı ve ben satış ve pazarlamadaki görevime 2007 Haziran ayı sonuna kadar devam ettim.

ODE'de yaptığımız işi de zaman içerisinde öğrendim. İlk ve tek çalıştığım profesyonel firma ODE'ydi. O nedenle benim için en özel firma oldu. İlk çalıştığım iş yeri. Bugün olan Meryem'in tüm kazanımları bu birliklelik sürecinde oldu. Çocuktuk başladık, büyüdük. ODE'de eşimi tanıdım, evlendik ve olgunlaştık. ODE'de samimiyet, bilgi paylaşımı, iş sahiplenme ve aile ortamı süper birleştirici unsurlardı.

2002 yılında başlayan ve yaklaşık 2 yıl süren neredeyse 15 günde bir oldukça verimli görev bilinciyle çok sayıda seminerler aldık ve bunlar kişisel gelişimimize olumlu yönde katkı sağladı. Çalışmak isteyen arkadaşlar için ODE kendilerini geliştirebilecekleri bir okul gibi.

Yaklaşık 12 yılda pek çok güzel anılarımız oldu. ODE'de aldığımız eğitimlere Orhan Bey hepimizden önce gelir, sırasında bizi beklerdi. Onun iş disiplini benim için de bir rol model oldu. ODE her ne kadar Orhan Bey'in çocuğu olsa da ben de o çocuğu çok sevdim, çok sahiplendim, Şimdi de aramızdaki güçlü bağı sürdürmek için bir paydaş olarak yolumuza devam ediyoruz.

## Çividen (OPİM) global vizyona seyahat

**Bence** ODE'nin 35 yılının özeti budur. Başlıkta yazdığım bir cümlede özetlenen seyahat yazıldığı kadar kolay gerçekleştirilen bir seyahat değildir. Bu seyahatin içinde bulunduğum ve bulunmadığım tüm evrelerini (Orhan Turan'la kişisel dostluğumuz nedeniyle) biliyorum. O yüzden bu hikâyeyi sayfalarca yazabilirim. Sadece bana göre önemli bulduğum kilometre taşlarından bahsedeceğim.

Opim, Polietilen ve Flanş ile başlayan yan satıştan üretici kimliğine dönüşüm Elastomerik Kauçuk Fabrikası ile tesisat yalıtım sektöründe ciddiye alınmak zorunda olan bir oyuncu kimliğine dönüştü. Elastomerik kauçuk ODE'nin tesisat yalıtım sektöründe üretim markası olmasını sağlayan yatırımdır. Bu yatırım İtalyan ortaklığı ile birlikte çok önemli bir adımdı ve Türkiye'de ilk Kauçuk köpüğü üretimi yapan firma ODE olmuştur. İtalya ortağın bilgi birikimi ve deneyimleri ODE'ye çok büyük katkılar sağlamıştır. Daha sonra ODE Yalıtım İtalyan ortağın bütün hisselerini satın alarak %100 Türk sermayesi ile üretimi devam etmiştir.

2000 senesinde Orhan Turan'la bir akşam sohbetimizde yeni bir vizyonunu açıkladı. Tesisat izolasyon sektöründe daha fazla büyümenin yanı sıra inşaat izolasyon sektörüne gireceğini söyledi. Bitmiş gibi görünen seyahat yeniden ve daha büyük bir vizyonla yeniden başlıyordu. Birkaç ay sonra 2001 krizi patladı. Ben telaşlandım ve XPS üretimini bir sene ertelemesini tavsiye ettim. Orhan Turan'ın cevabı şu oldu: Krizler ortalama iki sene sürer. Kriz dönemlerinde ihtiyaçlar yok olmaz ertelenir. Krizden sonra birikmiş olan ihtiyaçlar talebe döner. Kriz içerisinde, hangi firma üretim gücünü artırırsa kriz sonrasında birikmiş talepleri o karşılar.

### Krizde kafasındaki vizyonu ertelememek her babayığidin harcı değil

Bu anekdotu şunun için yazdım. Y ve Z kuşağı o krizi yaşamadılar. Bankaların krize girdiği, gecelik faizlerin üç haneli rakamlara çıktığı dönemde, bütün firmaların günü kurtarmaya uğraştığı günlerde üç sene sonrasını düşünerek kafasındaki vizyonu ertelememek her babayığidin harcı değil. Çok kullanılan, krizden fırsat yaratmak mottosu budur.

Gerçekten de 2003 Mart'ında ODE yöne-



**Ferruh S. Kuduoglu**  
ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Üyesi ve Genel Müdür Muavini

tim ekibine dahil olduğumda (üretim, lojistik ve yatırım grupları bendeydi) XPS Tesisi 2006'nın sonuna kadar kapasite artırımları ve ilave hat yapmamıza rağmen hafta sonu ve bayramlar dahil üç vardiya çalıştı.

2003 yılına kadar ODE firması ısı ve ses yalıtımına odaklanmıştı. Ben geldiğimde vizyona su yalıtımı eklenmişti. Bu nedenle Bitümlü Membran üretim tesisini kurduk. Bu da çok kolay bir karar değildi. Piyasa ODE'yi

**“ODE'DEN BUNDAN SONRAKİ BEKLENTİM ‘WORLD WIDE (DÜNYA ÇAPINDA)’ OLMA HEDEFİNİ VİZYONUNA ALMASI. TÜRKİYE DIŞINDA ÜRETİM TESİSLERİ KURMASI.”**

ısı yalıtım firması olarak algılamış, satış su yalıtımı malzemesinde deneyimli değil, banyolarımızın yüzde 90'ı su yalıtımına yabancı. Bugün sektör lideri olana kadar çok ciddi mücadele verildi. Şimdi Eskişehir'de bir tesis daha kuruldu.

2003 senesinde dokuz ay uğraşır 2010 ODE vizyonunu oluşturduk. Herkesin bizimle dalga geçtiği bir olaydı. Biz aldığımız. 2006 senesindeki vizyon toplantımızda gördük ki 2010 için koyduğumuz vizyon hedeflerine 2008 senesinde ulaşıyoruz. 2010 senesi için planladığımız Camyünü tesisini 2008 senesine planladık.

Türkiye'de lifli malzemenin tamamlanması için sadece kaya yünü kaldı.

Yukarıda anlattığım yatırımların hepsi farklı kriz dönemlerinde gerçekleştirildi. Vazgeçmek için birçok reel neden vardı. Hepsini gerçekleştirildi. Eğer doğru bir vizyonunuz varsa, siz kendi koyduğunuz vizyona sahip çıkıyorsanız, o zaman çividen global marka üretebiliyorsunuz.

Genç arkadaşlarıma tavsiyem: İMKÂNSIZI DÜŞÜNÜN

O zaman bu yazıyı daha iyi anlayabilirsiniz. ODE'den bundan sonraki beklentim "World wide" olma hedefini vizyonuna alması. Türkiye dışında üretim tesisleri kurması.

## ODE'yi farklı kılan eleştirisi ve demokrasi kültürünün varlığı

**ODE'nin** 35 yıllık geçmişi içerisindeki 15 yıla, emeğini ortaya katkı koyarak şahitlik etmek. Şimdi de bunu birkaç cümle ile yazmak kolay olmayacak.

ODE ile yollarımız iki defa kesişti. 2004-2011 ve 2012- 2018 yılları arası. İlk defasında tercih nedenim evime yakın olmasıydı. İkinci tercihimde ise ODE'nin yeni bir challenge vaadiydi; değerliydi ve kabul ettim.

ODE'ye ilk başlamam 2004 yılıydı. Askerlik görevimin son bulmasının ardından gazetedeki bir iş ilanına başvurarak ODE ile yollarımızı kesiştirdik, desem hata etmiş olmam. Askerlik görevini yeni tamamlamış ve hayata bir an önce atılmak isteyen bir kimlikle ben, iş ve çalışma hayatında kendime yer bulmak isteğindedim.

O dönem ihracat birimi bünyesindeki bir pozisyona başvurmuşken, yaptığımız iş mülakatı sonrası kendimi bir anda ODE de yurt içi satış birimi bünyesinde 'bayi sorumlusu' görevinde buldum. Bu görevi sürdürdüğüm dört yıl içerisinde, İstanbul Bölge Müdürlüğü bünyesinde sahada aktif satış görevini üstlendim. Bu deneyim sayesinde; içinde yaşıyor olmama rağmen bu denli bilmediğim İstanbul ilini ve bir büyük ölçek olarak da Marmara Bölgesi'ni tanıma fırsatı buldum.

Esasen pek satış işiyle iştigal etmek istemeyen biri olarak ben bu dört yıllık dönemin sonunda cevval bir satışçı olmuştum. Ve şimdi şunu söylüyorum; hayatta herkesin yolu muhakkak satış işi ile kesişmeli...

Dört yıl sonunda terfi alarak ODE Satış Pazarlama Birimi bünyesinde, Ürün Yöneticisi olarak görev yaptım. Burada ürün, planlama, maliyet, tedarik gibi kendimce yeni kavramlar ile tanıştım. Üzerine birde tüm Türkiye pazarı ve ihracat pazarları konusunda aktif görevler alarak yeni tecrübeler elde ettiğim üç yıl geçirdim...

Akabinde sektörde başka bir firmaya yönetici olarak transfer oldum...

İkinci kesişme dönemimiz ise 2012 yılı. Henüz ODE'den ayrılalı bir yıl bile tam olarak dolmadan ODE yönetiminin nazik davetleri üzerine İhracat Grup Takım Lideri olarak geri döndüm.

### ODE'nin yeni bir vizyon oluşturmadaki katkısı

Açıkçası görevi kabul edene kadar bende ihracat ile ilgili bir plan yoktu. Bu söylediğim



➔  
**Ersin Yıldız**  
Pareto  
International İç  
ve Dış Ticaret  
Limited Şirketi  
Genel Müdürü

kariyerimin başlangıç noktasındaki ihracat birimine başvuru yapmamla çelişmesin. Çünkü geride bıraktığım dokuz yıllık çalışma hayatının ardından, sığ bir düşünce ile sanki artık bildiğimi düşündüğüm yurt içi satış ve pazarlama faaliyetlerini yürütmek daha kolay olur gibi geliyordu. Ama neticede yeni bir sorumluluk yeni bir misyon yüklenmek içimdeki ihracatçı canavarını ortaya çıkardı...

"ODE'li olmanın farkı nedir?" diye düşündüğümde gözünü ODE'de açanlar için zor bir soru. Bunun sıkıntısını yaşayan, durumu idrak edemeyen birçok arkadaşın hatalı ter-

cihlerine şahitlik ettiğimi söylemeliyim.

Başka firmalarda da görev yapıp hayatı deneyimleyenler için ODE'nin pozitif yönde ayrışacağını hemen söylemeliyim. ODE'nin sektördeki birçok firmaya göre pozitif yönlü niteliksel farklılıkları var. Hedefleri olan, girişimci masaları olan kendi ikliminde başarı odaklı bir öncü yapıdır bence ODE. ODE'den çok daha eski hatta yabancı sermayeli firmalarda çalışan bazı profesyonellerin zaman içerisinde nasıl inisiyatif kullanma gücünü kaybettiklerine de yine şahitlik ettim. Bunu da iki kelime ile özetlersek ODE'yi farklı kılan eleştirisi ve demokrasi kültürünün varlığıdır.

### ODE bir çiçek bahçesi gibiydi

Kendimi arıya benzetirim. Çok söylenen ama iyi bal yapan bir arı. Çalıştığım dönemde doğal aurası içerisinde ODE bir çiçek bahçesi gibiydi. Büyüyen ve gelişen organizasyon içerisinde, var olan ve yeni gelen yöneticiden her bireyden, bir şeyler öğrenme ve gözlemleme fırsatı elde ettim. Bu elde ettiğim yeni şeyler yani tecrübeler kazanımlar sadece iş yaşamıma değil, sosyal hayatımda da paha biçilemez katkılar oldular.

Çalıştığım dönem içerisinde başarı ve sonuç odaklı bir yapıda çalıştım. Hep kazanan armanın altında takımadaş olarak görev yaptım. Zannedersem bu gelişim ve hedef

birlikteliği bizi birbirimize bağlayan yegâne unsurdu.

Bence Türkiye gibi gelişmekte ülkelerde bireye sunulacak en büyük fırsat; fırsat eşitliğidir. Hele kariyerine yeni başlayanlar için bu çok önemli bir avantajdır. İkinci bir üniversitedir ODE üste para alırsınız...

Stajyerlikten başlayıp bölüm müdürlüğü, hatta genel müdürlüğe giden başarı hikayelerin yaşandığı yerdire ODE.

### Lider, seni cebindeki 20 lira ile firmasına ortak eder

ODE'de toplamda 15 yıl görev yapınca, doğal olarak birçok anı biriktirdim. Biriktirdiğim anıların parayla karşılığı yoktur diyebilirim. Bir tanesini paylaşayım:

ODE'de sınıf atlatan camyünü yatırımının tamamlandığı yıl 2008 sonuydu. Bu dönemde, globalde de bir ekonomik kriz yaşanmaktaydı. Bu global kriz bizi teğet geçmiş miydi? Ona yorum yapmayalım. ODE'de ise uzun bir süredir beklediğimiz, satış ve pazarlaması konusunda fikir yürüttüğümüz, gece gündüz hatta rüyada bile hazırlıklar yaptığımız ürün nihayet bizimleydi artık. Maçı oynamadan, planlar üzerinde birçok galibiyet almıştık. Ancak gerçek maç şimdi başlamıştı ve kriz ile birlikte çoktan gol yemiş ve maçta 1-0 geriye bile düşmüştük.

Hafta sonları seferberlik toplantıları adı altında Orhan Bey'in liderlik ettiği toplantılar düzenlenmeye başlandı. ODE'deki, o dönemin tüm üst düzey yöneticilerinde katılımı toplantılara bende yeni çıkan ürünün pazarlamadaki neferi olarak katılıyordum. Belirtmeliyim ki toplantıdaki en düşük rütbeyle belki de tecrübeye ben sahiptim. Heyecanımı siz düşünün...

Bir keresinde, katıldığım toplantıların etkisinden olacak herhalde ODE'nin sürecine o kadar ortak olmuşum ve kendimi kaptırmıştım ki, o dönem kendimi ODE'nin ortağı sanıyorum olmalıyım. Aşırı içselleştirilmiş bir geçici satış yapamama problemi adeta kara bulut gibi üzerimde dolaşarak beni mutsuz ediyordu. Büyük resimde bunlar cereyan ediyorken; küçük resimde ise ben, bir alışveriş merkezinde gezerken ceplerimi yokladım ve sadece 20 liram vardı. Ve bu kadar kayılanacak bir şeyim olmadığını fark etmiştim aniden; ama esas fark ettiğim neydi biliyor musunuz? Liderlik kavramıydı. İşte liderlik tam da buydu.

## ODE'de görev almanın kendisi dahi iyi bir fırsat



➔  
**Aynur Özcan**  
Nar Sanat  
İstanbul Eğitim  
ve Kültür Sanat  
Derneği Yönetim  
Kuruldu Üyesi

**ODE'ye** 1998 yılında bir gazeteyle vermiş olduğu personel alım ilanından hareketle iş başvurusunda bulundum ve muhasebe müdürü olarak ODE Ailesi'ne katıldım. ODE ile 2009 Kasım ayında yollarımızı ayırdık.

Gelişmeye açık bir sektörde çalışmak ve yapılanması devam eden bir firmada olmak bilgi birikimi ve deneyimimi daha iyi kullanacağım anlamını taşıyordu. Hele ki iş görüşmesinde Seher Hanım ve Orhan Bey'in algı, düşünce ve fikirleri oldukça etkilemişti. Görüşmemizden sonra kesinlikle ODE'de çalışma isteğim daha da artmıştı.

ODE'li olmak her şeyden önce firma ile gelişmek ve karşılıklı etkileşim içinde olmak bana mesleki anlamında çok şey kazandıracaktı ki tam da düşündüğüm gibi firma ile ben de birlikte geliştirdim.

Orhan Bey ve Seher Hanım yeniliklere açıktı, çalışanlarına değer veriyor ve önemsiyorlardı. Onlarla çalışmak zevkliydi. Her türlü bilgi anlamında konuya hakim birilerinin arkanızda oluşu elbette ki hem motivasyon hem de iş anlamında çok verimli ve güvenli iş yapılmasını sağladığı da

göz ardı edilemez.

### ODE'de işveren her konuda destek olur

Her şeyden önce işin süreğenliği, belirli bir disiplin ve düzen içerisinde ilerlemesi ve işverenlerimizin bize her konuda destek olması ODE ile bağımlı kuvvetlendirdi. İş gelişimi için her türlü maddi manevi destek vermeleri hem çalışma enerjisi hem de motivasyon anlamında gerçekten çok etkileyici olmuştu.

ODE'de öncelikle her iş yerinde bulunamayacak fırsatlar var. İlk fırsat işverenlerin personelin her daim yanında olması, çalışanların gelişmelerine açık olmaları durumunda her türlü maddi ve manevi desteği görmeleri. ODE'nin gelişime açık bir yapılanma olmasından dolayı fırsatların stabil değil daima yukarı yönlü olması gibi imkanlar düşünülünce ODE'de görev almanın kendisi dahi iyi bir fırsat.

Evet, 11 yıl dolu dolu ODE de geçen mutlu, yorucu ve güzel zamanlar. Isıpan üretim tesisine ilk düzenlenen piknik havasındaki gezi ve ağaç fidelelerinin ekimi, benim için önemli anılardan. ODE'de hatırlanıyor olmak güzel.

## ODE'de bir gün kendi hikâyenizi yazabileceğinizi bilirsiniz

1997 yılında askerden dönmüştüm. Askerlik öncesi üretim hatlarında çalışmıştım. Artık insan ilişkilerimi kullanabileceğim, satış ve pazarlama alanında daha vizyonel bir iş arayışındaydım. Gazete ilanı ile ODE'ye başvurduğum. Pazarlama Müdürümüz Sare Hanım ve Orhan Bey ile görüştüm ve ikisinden de çok etkilendim. 6,5 yıl yakın satış ve pazarlama departmanlarında faaliyet gösterdim.

Hem patronum hem de yöneticim mühendisti. Yalıtımın yükselen yeni bir sektör olması ilgimi çekmişti. Satış ve pazarlamanın da geleceğim için çok önemli olduğunu fark ettim. ODE'li olmak, o zamanlar uzman olmak anlamına geliyordu ve bu da gayet iyi hissettiriyordu.

ODE'den herkes başka bir şey olarak ayrılmıştır fakat benim için olağanüstü bir tecrübeydi. En önemlisi; 2 T'nin (teknik ve ticaret) nasıl birleşebileceğini öğrendim. Bunları birleştirdiğimizde kendimizi fiyat rekabetinin dışına çıkarabileceğimizi fark ettim. Bu katkı çok önemliydi. Bunu kendi firmamızda da motto edindik.

Mühendis arkadaşlarımızı direkt konumuz olmasa da yan konularda da disiplinler arası eğittik. Örneğin; bir makine mühendisine örnek olarak elektrik ve inşaat mühendisliğinin temel bilgilerini öğrettik. İnşaat mühendisine de tam tersi. Bu konulanma bizi farklı yerlere taşıdı.

Benim çalıştığım dönemdeki çekirdek kadro çok özeldi. İşe gider gibi gitmezdik.



←  
**Volkan Dikmen**  
DKM İnşaat ve  
Danışmanlık  
Genel Müdürü

Mesai saati mefhumumuz da yoktu. Seve rek kalır, çalışırdık. Herkes firma kendisinin gibi çalışırdı. Bu arkadaşlık ortamı etkileyiciydi. Ayrıca devamlı eğitimler alırdık. Bunlar sözde eğitimler değildi. Burada Ecvet BİNYILDIZ'ı saygıyla anmak isterim. Bize yalıtımla ilgili bildiğimiz şeylerin birçoğunu o öğretti.

Orhan Bey'in müthiş bir vizyonu vardır, eğitime çok önem verir. Sonrasında yalıtım hakkında kitap yazdık ve bu bilgi seviyesine

ulaştık.

ODE'den ayrılalı 17 yıl oldu. Bu dönemde ODE, Türkiye'nin en büyük üreticilerinden biri olurken dünyada da önemli bir yere geldi. Artık büyük bir sanayi kuruluşu.

### ODE'de çalışanları neler bekliyor?

Türkiye de birçok büyük kurumsal köklü firmada iyi imkânlarla çalışabilirsiniz. Burarlarda çalışan birçok arkadaşım da var. Huzurlular. Fakat bir süre sonra bir eksikliği fark ediyorlar hayatlarında. Orada sınırlarınız var ve yapabilecekleriniz bellidir. ODE'de bir başarı hikâyesi görür ve yaşarsınız. Eğer potansiyeliniz de varsa bir gün kendi hikâyenizi yazabileceğinizi de bilirsiniz.

Benim için eğlenceli ve keyifli olduğu için ODE'deki bir anımı anlatmak isterim. Başarılı işler yapmak büyük keyif veriyordu. Yurt dışında ENKA'nın güzel bir projesine oldukça karlı bir satış yapmıştım. Malzemeler de özeldi ve yoğun teknik çalışmalar gerektiriyordu.

Bir sabah Sevgili Emine Hanım beni çağırdı ve " Volkan, Özlem ile birlikte bir hafta yurt dışı, yurt içi bir yer seçin tüm masraflar ODE'ye ait, Orhan Bey sizi tatile gönderiyor" demişti. Çok hoş bir deneyimdi bizim için.

## ODE, sürekli büyüyen ve gelişen bir yapı

ODE ile 2003 Mayıs ayında çalışmaya başladım. Kız kardeşim de eski bir ODE çalışanı. O dönem ODE flexible hava kanalı üretimi tesisi olan Ductflex'i kurma çalışmalarına başlamıştı. Seher Hanım ile görüştüm ve ODE ortaklığı olan Ductflex'te Mali ve İdari İşler Sorumlusu olarak çalışmaya başladım. 2007 Ekim ayında ODE merkez ofiste Bütçe ve Raporlama Uzmanı olarak çalışmaya devam ettim. 2011 yılında ikinci çocuğumun doğumundan sonra ODE ile olan fiziki çalışma hayatım sonlandı. Ama ODE'ye olan gönül bağım her zaman devam ediyor.

ODE, sürekli büyüyen ve gelişen bir yapı. ODE'li olmanın farkını, çalışanın kişisel ve mesleki gelişimine katkıda bulunması şeklinde özetleyebilirim. ODE'de çalıştığım süre içerisinde aldığım eğitimlerle mesleki anlamda gelişim gösterdiğimi söyleyebilirim. Ayrıca üretim odaklı, ihracat ve ithalat yapan bir yapı olması sebebiyle de standardın dışındaki muhasebe kayıt ve raporlamalarını da görme şansım oldu.

### Seher Hanım'ın engin tecrübesi ve iş disiplini

Bire bir çalışma fırsatı bulduğum Seher



←  
**Serpil Güncysel**  
Biletix /  
Ticketmaster  
Türkiye  
Muhasebe  
Sorumlusu

Hanım'ın engin tecrübesi ve iş disiplininin her zaman faydalanabilmek benim için çok büyük bir şanstı. Sonrasında çalıştığım kurumlarda da almış olduğum bu iş disiplininin çok faydasını gördüm ve görmeye devam ediyorum. Bunun dışında ODE'nin çalışanına verdiği değer, en önemli motivasyon unsurlarından biridir. Seher Hanım ve Orhan Bey'in kapısı herkese her zaman açıktır, en ufak bir sorun ve sıkıntınızda beklemeden

gidip bire bir konuşabilirsiniz. Onlar da her konuda her zaman ellerinden gelen desteği verirler.

Her şeyden önce ODE çok iyi bir okul. Kendini geliştirmek, yeni şeyler öğrenmek isteyen biri satın almadan, üretime, dış ticaretten, yurt içi satışa, muhasebe, finansla kadar her aşamada rol oynayabilir ve kendine çok şey katarak her adımda gelişim gösterebilir.

### Hayatımda yaşadığım en stresli gün!

Tabii ki sekiz yılda yaşanan anılar oldukça fazla. Ancak en akılda kalıcı anım Ductflex'deki bir ihracat yüklemesiyle ilgili; gece vardiyasında çalışan üretim ekibi sabahki yüklemeye ürün yetiştirmeye çalışırken üretim hattındaki makine arıza meydana geliyor ve ekip sorumlusu arkadaş sorunu çözemiyor. Fabrika müdürü de yurt dışında olduğundan beni aradılar. Gece saat 00.30 gibi gündüz vardiyasında çalışan makine operatörü arkadaş evinden alarak makine tamiratı için fabrikaya götürmüştüm. Makina tamir edildi ve ürünler sabahki yüklemeye yetti. Fakat hayatımda yaşadığım en stresli gün olarak aklımda kaldı.

“ODE'DE BİR BAŞARI HİKÂYESİ GÖRÜR VE YAŞARSINIZ. EĞER POTANSİYELİNİZ VARSA BİR GÜN KENDİ HİKÂYENİZİ YAZABİLECEĞİNİZİ BİLİRSİNİZ.”



## ODE'nin sağladığı avantajlar hiç bir yalıtım firmasında olmadığı kadar fazladır

O zamanki adımız olan ODE Mühendislik ile yolum 1997 yılının 2 Nisan tarihinin Çarşamba gününde kesişti. İlk olarak pazarlama departmanında göreve başladım. O zamanki Pazarlama Müdürümüz Sare Hanım ile yaptığım iş görüşmesi neticesinde göreve kabul edilmişim. O zamanlar şimdiki gibi cep telefonları çok yok. İş görüşmesi esnasında ev telefon numaramı vererek mülakatın sonucunu evde telefonun başında bekleyerek geçirmiştim. Mesainin bitimine beş dakika kala tarafıma gelen müjdeli haber ile hayatımın yönü değişmiş oluyordu.

ODE'de 1997 – 2006 yılları arasında görev yaptım. Sırasıyla şu görevlerde bulundum: Pazarlama departmanı (1997 – 1998), bayi sorumlusu (1998 – 2000), Samsun Bölge Müdürü (2000 – 2005), İstanbul Anadolu Yakası Bölge Müdür Yardımcısı (2005-2006).

1997 yılında ODE'de görev yapan bir arkadaşımızın ayrılmak istemesi neticesinde bana ODE'de kapı açılmış ve fırsat doğmuştu. O yıllar isminde de yazdığı gibi ODE Mühendislik firmasına, mühendis olmayan arkadaşlar çok kabul edilmiyordu. Mutlak suretle teknik eleman olması tercih sebebiydi. Benim ODE'ye kabul edilme nedenim şuydu; bu bilgiyi de çok sevdiğim ve saydığım Pazarlama Müdürüm Sare Hanım bana şöyle aktarmıştı. "Pozitif enerjin ve teknik lise mezunu olman sebebi ile kabul edildin Ertan" demişti. Sare Hanım ilk olarak göreve kabul şerhini düşünüyor, son kararı verecek olan Orhan Bey de "Evet, teknik lise mezunudur, olabilir" diyor ve onaylıyor.

Her ikisine de çok şey borçluyum. 1997 yılından şu güne kadar yalıtım sektöründe devam ediyorum. Bu durumda Orhan Bey ve Sare Hanım en büyük etkindir.

ODE'li olmanın farkını hep yaşadım. Her zaman her kapı bize açık oldu ve ayrıcalığımızda hep oldu. Biz hem yapı – inşaat yalıtım grubu ürünlerinde hem de mekanik – tesisat yalıtım grubu ürünlerinde çok iyi eğitildik ve konulara hakim olmamız sağlandı. Tabii ki bu ODE'nin ürün gamının geniş olması sayesinde gerçekleşti. Yani biz yaz mevsimine de kış mevsimine de hep hazırlıklı olduk.

ODE, okul gibi kurumdur. Getirdiği ka-



← Ertan Civelek  
Duct Line  
Bağlantı  
Ekipmanları Satış  
ve Pazarlama  
Müdürü

zanımlar, sağladığı avantajlar hiç bir yalıtım firmasında olmadığı kadar fazladır. 23 yıldır ODE'ci kimliğim hep baskın geldi.

ODE'den ayrıldıktan sonra birçok değerli firmada görev aldım. ODE bayisi olsun veya olmasın fark etmeksizin ODE'ci kimliğim bana bu firmalarda hep yardımcı oldu. Güven telkin ettirdi, yetki verdirdi. Maddi- manevi imkan, fikirlerimize ve projelerimize saygı duyulmasını sağlattırdı.

Ben 23 yıldır aralıksız sektörde görev yapıyorum. Hiç bir zaman işsiz kalmadım! Tabii ki ODE'ci kimliğim kadar yalıtım sektörünü çok sevmemde etkindir. Bazen 1997 yılındaki heyecanımı yaşadığım anlar olabiliyor. Belki de bilinç altımda, şu günlere kadar hep mutlu, huzurlu ve özgüvenli gelmem etkindir diye düşünüyorum.

### Temelden ODE'ciyim

Beni ODE'ye bağlayan unsur temelden ODE'ci oluşumdur. Samsun Bölge Müdürlüğü görevimi devam ettirirken, 2000 doğumlu olan 4 - 5 yaşlarındaki oğlum Anıl bile Orhan Bey televizyona çıktığı zaman tanırdı.

**“ODE'LI OLMANIN FARKINI HEP YAŞADIM. HER ZAMAN, HER KAPI BİZE AÇIKTI. AYRICALIĞIMIZ HEP OLDU. BİZ HEM YAPI – İNŞA YALITIM GRUBU ÜRÜNLERİNDE HEM DE MEKANİK – TESİSAT YALITIM GRUBU ÜRÜNLERİNDE ÇOK İYİ EĞİTİLDİK.**

**“1997 YILINDAN 2020 YILINA KADAR ODE HEP BİR BÜYÜME VE İSTİKRAR İLE GELDİ. ODE'DE ÇALIŞMAK, BAYİLİĞİNİ YAPMAK FIRSATTIR.”**

Benim dönemim 1997 – 2006 yılları arasında kapsıyor. 1997 yılında bizim bir tek polietilen fabrikamız vardı. Benim dönemimin çok değerli çalışanları/emektarları da iyi bilirler ki bize sanki tek polietilen değil de dünyaları üretiyoruz gibi gelirdi. O yıllarda bile ülkenin dört bir yanına gitmiştik. Hemen hemen istisnasız her ilde bayiliğimiz vardı ve yedi bölgede en iyi otellerde seminerler veriyorduk.

Amatör bir ruh ile biz tam bir ekiptik. Yani lafı şuraya getireceğim; 1997 yılından 2020 yılına kadar ODE hep bir büyüme ve istikrar ile geldi. ODE ile çalışmak isteyenler şu zaman dilimine bakarak yol haritalarını çizebilirler. ODE'de çalışmak bir fırsattır, bayiliğini yapmaktaki fırsattır.

### Tayland'da unutulmaz bir tatil yaşattı

2002 yılının en başarılı Bölge Müdürü olmuştum. Samsun Bölge Müdürlüğü yaptığım yıllardı. O yıl Samsun Bölge Müdürü olarak ben ve Türkiye genelindeki en iyi 10 bayi ile Tayland'a tatile gitmiştik. Bir de o zaman Pazarlama Müdürü pozisyonundaki Ali Türker gelmişti. Rüya gibi bir tatildi.

Ama asıl benim için önemli olan bölgedeki üstün performans ile yakaladığım derecedi. Sadece yüksek ciro sebebi ile değil bu büyük ödül. Yüksek karlılık, sıfır batak, en iyi valör, bölgedeki etkin bayi ağı yapılanması gibi nedenler etken olmuştu. Bu 2002 yılı ve Tayland tatili benim için hep güzel bir anı olarak kalacak.

## ODE, dünya markalarına yerli sermaye ile neler yapılabileceğini kanıtladı



← Oral Korurlar  
YK Flowers  
Genel Müdürü

Orhan Bey ve ODE ile ilk tanışmam bir aile dostumuzun önerisi ile gerçekleşti. O zamanlar ODE Beşiktaş çarşı içerisindeydi. 1993 yılında Türkiye'nin ilk yalıtım ürünlerinin uygulamalı showroom'u olan mağazasına taşınması ile ODE ailesine dâhil olma fırsatını buldum.

Orhan Bey mutat toplantılarından birinde şöyle demişti; "Bir gün rakip bayilik yapanlar, bizim bayimiz olabilmek için bizlere aracı yollayacaklar" aynen de öyle oldu.

Büyümenin sinyallerini veren Orhan Bey, Ankara Bölge Müdürlüğü'nü faaliyete geçirip firma ağını yaymak amacıyla Türkiye çapında bayilikler vermeye başladı. Adana Yalıtım Danışma Merkezi gündeme geldiğini duyduğumda çok heyecanlandım, bu görev bana teklif edildiğinde hayata dair yeni başlangıçlarım olacağını nereden bilebilirdim.

Orhan Bey'in geleceğime dair fırsat kapılarını sonuna kadar açtığı teklifi ile 1997 yılında İstanbul'dan ayrılarak Adana Yalıtım Merkezi'nin kurulmasında aktif görev aldım. 2006 yılına kadar Adana Bölge Müdürü olarak devam ettim.

1996-2001 yılları arasında üretici sıfatını kazanan ODE, dünya markalarına yerli sermaye ile neler yapılabileceğini kanıtlaması ile kazanımlarımız fazlasıyla oldu. 2006 yılında ODE ile yollarımı ayırdım ama gönül bağımlı hiç ayırmadım. 14 yıl ODE'ye emek vermiş biri olarak gönül bağımlı nasıl ayırabilirim ki.

### Hayatımdaki yeni başlangıçları ODE'de yaşadım

2000 yılında ODE'de çalışırken evlendim, 2001'de kızım Yağmur dünyaya geldi. Adana Bölgede çalışan iş arkadaşlarım oldu. Bölgemizle birlikte 14 ilde bayilerim, dostlarım oldu, sivil toplum örgütü olan Rotary Kulübü'nde aktif görevler aldım ve iyi kötü birçok anılar biriktirdim, aklıma gelen bir tanesini kısaca anlatmak isterim; Beşiktaş Fulya da showroom'da çalışırken rahmet ile andığım satış müdürümüz Levent Bey'e 1 Nisan şakası yapalım dedik. Cumartesi günü işe biraz daha geç gelmesini fırsat bilip evinin otoparkında olan aracını, başka bir otoparka çekerek kendisinden gelecek telefonu bekledik. Saatler geçti ne arayan var, ne de soran, elbette bu sessizlik bizi de telaşlandırdı, olay anlaşılınca ne ile karşılaşacağımızı da bilmiyorduk. Cesaretimizi topladık ve eşi Sema Hanım'ı aradık. Yaptığımız şaka yerini bulmuştu. Levent abinin olgun tavrı bize iyi bir ders olmuştu, bizler gerçekten de kocaman bir aile olmuşuk.

Sevgili ODE Ailesi 35.yılıni kutlarken biz emek verenlere;

Fırsat verdiğiniz için,

İlham kaynağı olduğunuz için,

Vefa gösterdiğiniz için çok ama çok teşekkür ederim.

Fikirleriniz ilham, hayalleriniz gerçek olsun.

## ODE, pazarlamanın ve iletişimin gücüne inanan bir şirket

**ODE'ye** 2006 yılında Kurumsal İletişim Uzman Yardımcısı olarak başladım. 2008 yılında Kurumsal İletişim Uzmanı oldum ve 2012 yılına kadar bu pozisyonda çalışmaya devam ettim. 2012 yılında işten ayrıldım ama hala gönül bağımlıyım diyebilirim, haberlerini ve yaşanan gelişmeleri büyük bir sevinç, gurur ve heyecanla takip ediyorum.

İnşaat sektörü, meslek hayatına başladığım yıllarda hızlı bir yükseliş sergiliyordu hala da öyle. Bu nedenle iş başvurularında sektörel anlamda inşaat, benim için ön sıralarda yer alıyordu. Kariyer portallarından birinde ODE ile karşılaşınca ilana hemen başvurdum. Başvurduğumda firmayı elbette ki çok iyi tanı mıyordum ama ilk görüşmeden itibaren o ailenin parçası olmayı o kadar çok istedim ki bana geri dönemlerini bekleyemeden birkaç kez arayıp sonuçları sorduğumu hatırlıyorum.

ODE'li olmanın en büyük ayrıcalığı kendi büyürken sizi de geliştiriyor olması. Büyümenin sevincini tüm paydaşları ve çalışanları ile yaşıyor olması.

ODE, pazarlamanın ve iletişimin gücüne inanan bir şirket. Bu nedenle çalıştığım alanda çok şanslıydım. Çok az iş deneyimi olan bir iletişimci için pek çok işin gerçekte nasıl olacağını ODE'de öğrendim diyebilirim. Mesleki anlamda bana çok şey kattı. Bunun yanı sıra kişiliğimize de çok sağlam kazanımlar sağlıyorsunuz. Sınırlarınızı keşfediyorsunuz, stresle baş etmeyi, güçlü olmayı ve öğreniyorsunuz.

Bu tarafı biraz şans tabii ki ama bana çok sağlam dostluklar getirdi. ODE'den sonra da bana kalan çok güzel insanlar girdi hayatıma.

### ODE'de herkes kendi işinin patronu olabiliyor

ODE bilginin paylaşıldığı bir firma, sizden deneyim anlamında bir adım önde olanlar sizin de profesyonel gelişimimize katkı sağlamak için elinden geleni yapıyor. Hatta Orhan Bey (Orhan Turan) okuduğu kitapları bile bizlerle paylaşırdı. Bunun yanı sıra ODE'nin, kariyerinizi destekleyecek eğitimlere katılım için her zaman personelini destekleyen bir yapısı var. Bu sayede kendinizi kurumsal yapının bir parçası olarak görüyorsunuz, çünkü sizde yeni bilgileri heyecanla içeriye getiriyorsunuz.

Ayrıca herkes bir bakıma kendi işinin pat-



➔  
**Müge Turan**  
TEGV Kurumsal  
İletişim Uzmanı

ronu olabiliyor. Sert ve baskıcı bir anlayışla hiç bir zaman karşılaşmadım. Güven esasına dayalı olarak işinizle ilgili sorumlulukların tüm yükünü sahipleniyorsunuz. Ancak bir hata yaptığınızda herkes çözümün bir parçası oluyor. Bu nedenle de her zaman elinizden gelenin en iyisini yapmaya çalışıyorsunuz.

Burada hala sürdürmekte olduğum pek çok dostum oldu. Bulduğumuzda keyifle ODE'li günlerimize dönüş yapabiliyoruz.

ODE ile çalışmak isteyenler, çok dinamik bir yapının parçası olacaklar. Eğer meraklı bir kişilikleri varsa sadece kendi alanlarında değil pek çok alanda da fikir sahibi olabilirler. Böylelikle bir kurumda işler nasıl yürüyor öğ-

renme fırsatları olabilir.

### ODE'de kendinizi hiçbir zaman haksızlığa uğramış hissetmezsiniz

Gerçekten çalışanın ve çalışıyor gibi yapının çok iyi gözlemlendiği bir firma bu yüzden kendinizi hiçbir zaman haksızlığa uğramış hissetmiyorsunuz. Bu bence yeni iş hayatına girecekler ve bu tarz yorgunluklar yaşayanlar için önemli bir unsur.

Severek çalışacakları ve ayrıldıktan sonrada koparamayacakları bağlarının olacağı bir çalışma ortamı onları bekliyor. Bunu en son gerçekleştirdiğimiz Zoom toplantısında da çok net gördük. ODE'de pek çok güzel anım var ama Zoom toplantısında bana hatırlatılan bir anımı sizlerle paylaşmak isterim. ODE'de çalışmaya başladıktan iki yıl sonra evlendim ve soyadım tesadüfen "Turan" olarak değişti. O dönemde şirket dergisi Pusula'nın Yazı İşleri Müdürlüğü'nü de yapıyordum.

Merhaba sayfasında benim adımla (Müge Turan) bir sonraki sayfa ise Orhan Turan'ın giriş yazısını görenler tabii ki soyadı değişimine çok anlam veremedi ve Orhan Bey, "Baba- Kız dergi çıkartıyor gibi olmayalım sen eski soyadını kullansan daha sağlıklı olabilir" dedi. Nitekim dediği gibi de oldu. YEM'de bir etkinlikte açtığımız bir standta "Orhan Bey, kızınız olduğundan hiç bahsetmemiştiniz" diye yanımıza gelenler oldu.

## ODE'de güven ve takdir görmek motive ediciydi

**1996-2001** yılları arasında ODE'de çalıştım. Dış Ticaret Asistanı olarak başladığım kariyerime Lojistik Müdürü olarak devam ettim. ODE, benim ilk işimdi. Akademik kariyerimi yarıda bırakarak bana heyecan veren dış ticaret alanında çalışmak istemiştim. Tesadüfler sonucu karşıma ODE çıktı.

ODE, o dönemde sadece polietilen üretim tesisi olan bir firmaydı. Gelişimi birlikte yaşadık, büyümeye başladığı dönemleri tecrübe etme şansını yakalamış oldum. Bir aile firması olması, tüm çalışanlarıyla kurduğu yakın ilişki, bilgi ve tecrübe paylaşımı benim için çok kıymetliydi.

Dış ticaret tecrübesini ODE'de kazandım. Çok şey öğrendim. ODE, benim için okuldu. Çalıştığım dönemde ODE, tek üretim tesisi olan ve yoğun ithalat yapan bir firmaydı. İthalatını yaptığımız ürünlerin Türkiye'de üretilmesi konusunda atılan adımları birlikte yaşadık. Kauçuk üretim tesisi yatırım sürecini yaşadım. Farklı deneyimlerdi...

Çalıştığım departman, oldukça yoğun ve



➔  
**Özlem Dikmen**  
DKM İnşaat ve  
Danışmanlık  
Genel Müdür  
Yardımcısı

hareketliydi. Sanırım karakterim gereği benim en çok motive eden şey bu oldu. Sorumluluk verilmesi, bana duydukları güven ve takdir görmek motive ediciydi.

ODE; vizyon sahibi, geleceği planlayan, bilgi ve tecrübesiyle söz sahibi bir sanayici artık. Fırsat da bunun ta kendisi bence. ODE'de güzel anılarla dolu beş yılım geçti.





# ODE YALITIM 35 YAŞINDA

KURULUŞUNUN 35. YILINDA DÜNYA MARKASI OLMA VİZYONUyla ÇALIŞMALARINI SÜRDÜREN ODE YALITIM, 2023'E KADAR 125 MİLYON TL'LİK YATIRIM YAPACAK. YALITIM SEKTÖRÜNÜN EN BÜYÜK ÜRETİCİLERİ ARASINDA YER ALAN ODE YALITIM, BAŞTA AR-GE, ÜRETİM VE İHRACAT OLMAK ÜZERE HER ALANDA YATIRIMLARINA HIZ KESMEDEN DEVAM EDİYOR. TÜM DÜNYAYI ETKİSİ ALTINA ALAN KORONAVİRÜS SALGINININ YATIRIM PLANLARINI ETKİLEMEDİĞİNİ SÖYLEYEN ODE YALITIM YÖNETİM KURULU BAŞKANI ORHAN TURAN, "2021 YILINDA ESKİŞEHİR ÜRETİM TESİSİMİZDE GERÇEKLEŞTİRMEYİ PLANLANDIĞIMIZ İLAVE YATIRIMLA BİRLİKTE TÜRKİYE'NİN YALITIM SEKTÖRÜNDEKİ EN BÜYÜK ÜRETİCİLERİNDEN BİRİ OLMA KONUMUMUZU DAHA DA GÜÇLENDİRECEĞİZ VE 150 KİŞİYE İSTİHDAM OLANAĞI SAĞLAYACAĞIZ." DEDİ.

**Türkiye'nin** yüzde yüz yerli sermayeli en büyük yalıtım şirketi ODE Yalıtım, 35. yaşını yeni yatırım hamleleriyle kutluyor. Eskişehir ve Çorlu'daki beş üretim tesisinde Ar-Ge'yi odağına alarak dört binden fazla ürün üreten ve bunları beş kıtada, 75'in üzerinde ülkeye ihraç eden ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, şirketin gelecek hedeflerini açıkladı.

Başta Ar-Ge, üretim ve ihracat olmak üzere her alanda hız kesmeden yatırımlarına devam ettiklerini anlatan Orhan Turan, pandemi sürecinin planlarını etkilemediğini belirterek, "Biz kuruluşumuzdan itibaren ODE'nin yolculuğunun uzun soluklu bir yolculuk olduğuna inandık ve bu tip zorlu dönemlerin bizi hedeflerimizden uzaklaştırmaması yönünde planlama yaptık. Bu sayede 2020 hedeflerimizi de güncelleme ihtiyacı duymadık. Yılsonu hedeflerimize ulaşmak için çalışmalarımıza devam ederken aynı zamanda yeni yatırım planlarımızı da hayata geçiriyoruz. Çorlu'daki membran tesislerimizin modernizasyon yatırımını mayıs ayında gerçekleştirdik. Kauçuk üretiminde ka-

pasitemizi artırırken aynı zamanda bir test laboratuvarı kurduk ve Ar-Ge yatırımlarımızı hızlandırdık. Yine mayıs ayı başında şirketimizin dijital dönüşümü açısından çok önemli bir yatırım yapıp ERP sistemimizi yeniledik" dedi.

Önümüzdeki yıl içinde de Eskişehir'deki üretim kapasitesini geliştirmek için ilave yatırım yapmayı planladıklarını belirten Turan, "Bu yatırımlarla birlikte yaklaşık 150 kişiye ilave istihdam sağlayacağız. Böylece Türkiye'nin yalıtım sektöründeki en büyük üreticileri arasındaki yerimizi daha da güçlendireceğiz ve global marka olma vizyonumuz adına çok önemli bir adım daha atmış olacağız" diye konuştu.

### 2023 yılında ODE cirosunu ikiye katlayacak

Yeni yatırım ile birlikte ihracata ağırlık vereceklerini ve global şirketlerle rekabet güçlerini daha da artıracıklarını belirten Turan, şunları söyledi:

"Ülkemizin adını yalıtım alanında da dünyanın dört bir yanında duyurmak istiyor, bu doğrultuda ihracata



yönelik çalışmalarımıza ağırlık veriyoruz. İhracatta, Türkiye yalıtım malzemeleri sektörünün 2019 şampiyonuyuz. İhracatımız içindeki en önemli payı MENA (Orta Doğu ve Kuzey Afrika), Doğu Avrupa, Batı Avrupa ve CIS (Bağımsız Devletler Topluluğu) bölgeleri oluşturuyor. Bu bölgelerdeki pek çok prestijli projenin yalıtımında ODE imzası var. Önümüzdeki dönemde, özellikle Batı Avrupa ve Güney Amerika pazarlarında daha da büyümeyi planlıyoruz. 2023 yılı hedeflerimizden biri de şu anda 350 milyon TL olan ciromuzu iki katına çıkarmak. Ciromuz içinde ihracatın payı 2019 yılında yüzde 40 iken 2023 yılında bu payı yüzde 50'ye ulaştırmak üzere çalışmalarımızı sürdürüyoruz."

**ORHAN TURAN: "YALITIM, DOĞASI GEREĞİ GELECEK NESİLLERE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR YAŞAM ALANI BIRAKMAKTA BÜYÜK BİR ÖNEME SAHİP VE İKLİM DEĞİŞİKLİĞİYLE MÜCADELEDE ATILMASI GEREKEN İLK ADIMLARDAN BİRİ. YALITIMLA HEM GELECEĞİMİZİ KORUYABİLİR HEM DE DIŞA BAĞIMLI ENERJİ TÜKETİMİMİZİ AZALTABİLİRİZ."**

**125 milyon TL'lik yeni yatırım planlanıyor**

Kapasite artışı, dijital dönüşüm ve Ar-Ge için 2023 yılına kadar 125 milyon TL yatırım planladıklarını söyleyen Orhan Turan, "Küresel yolculuğumuzda en önemli gücümüzü Ar-Ge çalışmalarımız oluşturuyor. Özellikle son birkaç yıldır tüm yatırım ve yapılanmamızı, yeni yönetmeliklerin ses, ısı ve su yalıtımında doğuracağı talep ile yeni ve mevcut pazarların ihtiyaçlarını karşılayabilmek üzerine kurguluyoruz. Önümüzdeki üç yıl içinde ciromuzun yüzde 2'sini Ar-Ge ve dijitalleşmeye ayıracağız. Bunun yanında her zaman değer yaratmayı hedeflediğimiz müşteri deneyimini daha ileriye taşımak adına operasyonel mükemmellik konusuna ağırlık veriyor ve projelerimizi hayata geçiriyoruz" açıklamasında bulundu.

**"Binaların yalıtımıyla ekonomiye 10 milyar dolar katkı sağlanabilir"**

Pandemi ile birlikte bir kez daha gündeme gelen küresel iklim değişikliğinde yalıtımın önemine dikkat çeken ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan şu değerlendirmeleri yaptı:

"Koronavirüs ve benzeri salgınlar ile iklim değişikliği sonucu ortaya çıkan afetler, geleceğin dünyasının değişmesi gerektiğini güçlü bir şekilde bizlere yeniden hatırlattı. Bu konuda hepimize düşen görevler var. Yalıtım, doğası gereği gelecek nesillere sürdürülebilir bir yaşam alanı bırakmakta son derece büyük bir öneme sahip ve iklim değişikliğiyle mücadelede atılması gereken ilk adımlardan biri. Türkiye'de yaklaşık 10 milyon civarında bina var. Bu 10 milyon civarında binanın yüzde 80'inde yalıtım yok. Bu binaların

## Rakamlarla ODE Yalıtım

**75** 1985 yılında kurulan ODE Yalıtım, 35'inci yılını kutladığı 2020 yılı itibarıyla 5 kıtada, 75'in üzerinde ülkeye ürünlerini ihraç ediyor.

**5**

Şirketin 4'ü Çorlu'da, 1'i Eskişehir'de olmak üzere toplam 5 üretim tesisi bulunuyor.

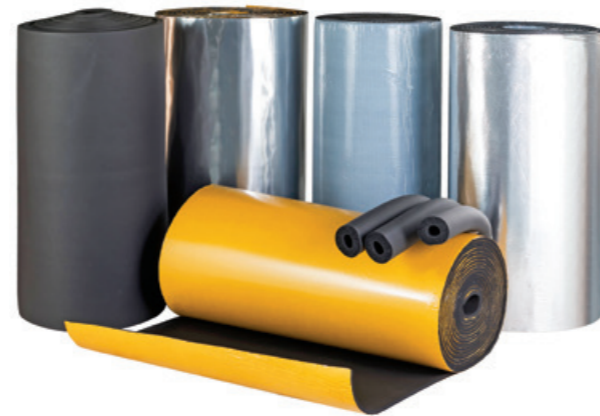
**4**

Tesislerde, "Yapı" ve "Tesisat Yalıtımı" olmak üzere 2 ana kategoride 4 binden fazla ürün üretiliyor.

**3**

"Tesisat Yalıtımı" alanında 3 ürün grubunu da üreten Türkiye'deki tek firma olan ODE Yalıtım, Avrupa'da ise ilk 3 şirket arasında yer alıyor.

yalıtımlarının yapılmasıyla hem geleceğimizi koruyabilir hem de dışa bağımlı enerji tüketimimizi azaltabilir, toplam enerji faturasını yüzde 50 oranında aşağıya çekebilir ve ekonomimize yılda yaklaşık 10 milyar dolar katkı ile cari açığın düşürülmesine destek sağlayabiliriz. Biz de ODE Yalıtım olarak tüm üretimimizi sürdürülebilirliği odağımıza alarak gerçekleştiriyor, yalıtım bilincinin gelişmesi için çeşitli çalışmalar yürütüyoruz. 2016 yılında sektörün ilk Kurumsal Sosyal Sorumluluk raporunu yayımlayarak bu alanda sektörümüze örnek teşkil ettik. Bu yıl yayımladığımız ikinci raporumuzla da çalışmalarımızı şeffaf bir şekilde ortaya koymaya devam ettik. Bununla birlikte pandemi dönemimde yayımladığımız çeşitli katalog, yayın ve kitapları sektör ile paylaşarak yalıtım sektörüne değer katmayı sürdürdük. Bu çalışmalarımıza önümüzdeki süreçte de devam edeceğiz."



# ODE dostlarının gözünden 35 yıl

**BİR HAYALLE YOLA ÇIKAN ODE YALITIM, 35 YILDA SEKTÖRÜNÜN EN İDDİALİ OYUNCULARINDAN BİRİ HALİNE GELDİ. 35 YILDA YAŞANAN KRİZ DÖNEMLERİNİ BAŞARIYLA YÖNETEREK, HER KOŞULDA İSTİKRARLI BÜYÜMESİNİ SÜRDÜREN ODE YALITIM, BUGÜN KÜRESEL ARENADA DÜNYA DEVLERİYLE REKABET EDEBİLECEK GÜCE ULAŞTI. ODE'NİN BU GELİŞİMİNE YAKINDAN TANIKLIK EDEN İŞ DÜNYASININ VE YALITIM SEKTÖRÜNÜN DUAYEN İSİMLERİ, KENDİ BAKIŞ AÇILARINDAN ODE'Yİ BUGÜNLERE GETİREN BAŞARI FAKTÖRLERİNİ ANLATTI.**



**Alaettin Aktay**  
İBB Meclis Eğitim  
Komisyonu Üyesi

## ODE, uzun vadeli hedeflerle ilerledi

Orhan Bey ve Seher Hanım ile tanışmam daha eskilere dayansa da ODE ile buluşmam 1988 yılında oldu. O yıllarda ODE, Beşiktaş'ta bodrum katta yarısı ofis, yarısı depo olarak kullanılan bir dükanda faaliyet gösteriyordu.

Orhan Turan'ın gençlik yıllarından edin-

diği dünyaya ve ekonomiye bakışın kazandırdığı vizyonu, araştırmacı kimliği, çevresindeki insanların eleştirilerini, önerilerini dikkate alan anlayışı 1988 yılından sonra ODE'ye hızlı bir büyüme ivmesi kazandı. Orhan Bey'in bu özelliklerine bir de planlama ve uzun vadeli hedefler koyarak ilerlemesi, ayrıca şirket içindeki görev dağılımlarında liyakat ve herkesin kendi görev alanında inisiyatif sahibi olmasının sağlanması bana göre ODE'yi bu noktaya getiren etkenler olmuştur.

Günümüzde ODE bir dünya markası olmanın yanında AR-GE çalışmaları ile ürün gamını sürekli artıran, sektöre yenilik getiren, sosyal sorumluluk ve sektörel eğitime de katkı sunan bir şirket olmuştur, olmaya da devam edecektir.

ODE'nin 35 yıllık gelişimini izlemek de bilmekten çok mutluyum.



**Barbaros Demiralp**  
Aday İnşaat  
Tesisat Genel  
Müdürü

## ODE "Global marka çıkaracağız" sloganını hayata geçirdi

ODE ile tanışıklığım tesisat sektöründe çalışmaya başladığım 1992-1993 yıllarına dayanır.

O vakitler Beşiktaş Fulya'da ikame eden ODE; henüz kendi markasını yaratmamış, bayilik yapan fakat teknik yaklaşımı ve mühendisçe çözümleriyle diğer sa-

## 2010

ODE Yalıtım, 2010 yılında TURQUALITY® Destek Programı'na katılan ilk yalıtım markası.

## 2016

ODE Yalıtım, 2016 yılında Kurumsal Sosyal Sorumluluk raporu yayımlayan ilk yalıtım firması.

## 2020

2020 yılında devreye alınan, inşaat projeleri için en uygun çözümleri ve teknik dokümanları dakikalar içinde bir araya getiren online seçim aracı ODE Select, Türkiye'deki yalıtım sektöründe bir ilk.

tıcılardan ayrışmaya başlayan bir firmaydı. Özellikle sürekli bir arayış içerisinde olmayı bir yaşam biçimi haline getiren vizyoner Orhan Turan'ın bitmek bilmez uğraşları sonucu kauçuk boru imalatı ile başlayan yolculuk bugün iki DEV fabrika ile taçlanmıştı.

Günümüzde başından beri ısrarla vurgulanan "Bu ülke topraklarından global marka çıkaracağız" sloganı artık hayata geçmiş durumdadır ki bu sloganı irdelediğimizde sırasıyla; vizyon, azim, çaba, özveri ve güven değerlerini içerdiğini kolaylıkla görebiliriz.

Başarı fikrimce son derece kişisel bir tanımdır. Herkese göre değişebilir, lakin üretim yaparak Beşiktaş'taki küçücük bir apartman dairesinden 35 yıl gibi insan ömrüne göre dahi çokça sayılamayacak bir süre dâhilinde global oyuncu seviyesine yükselmek kişisel kriterlere göre bile herkes için "başarı" olarak değerlendirilecektir. En azından bu olguya "saygı" göstermemek mümkün değildir.

Yolculuğun devamında ODE'nin yolunun hep açık olmasını ve bizim de bu yolculuğun bir paydaşı olarak koltuklardan birinde oturmamızı dilerim.

Nice yıllara ODE...



**Dündar Yetişener**  
Fibrobeton  
Yönetim Kurulu  
Başkanı

### Orhan Turan, iş adamları için önemli bir rol model

ODE ile tanışmam; 20 yıl önce 90'lı yılların sonunda oldu. Aynı bugün olduğu gibi Orhan Turan, girişimciliğini STK'larda ve sosyal platformlarda çalışarak, bilgiyi paylaşıp birikimini gençlere aktarıyordu. Devamlı açlığı olan öğrenme sürecinin stajlarını yaptığı, henüz 40'lı yaşların baş-



**Evcet Binyıldız**  
İZODER  
Kurucu Başkanı

### ODE, sektörün öncüsü oldu

Türkiye'de modern anlamda yalıtım, İzocam'ın 1967 yılında faaliyetlerine başlamasıyla ilk defa bilimsel bir şekilde gündeme geldi. Yönetici sıfatıyla 18 yıl çalıştığım İzocam'dan emekliliğimi istediğim günlerde, Beşiktaş'taki bayimiz olan "Orhan Turan" diye bir arkadaş beni sürekli arayarak yalıtım hakkında bilgi talep etmeye, diğer bayilerimizden gelmeyen soruları sormaya başladı. Orhan Bey ile ilk tanışmamız bu telefon görüşmeleriyle oldu. Sonrasında çalıştığı yere gittim, mütevazı bir dükkânda yalıtım malzemeleri ticareti yapıyordu. Kendisi de mühendis

unvanlı olduğu için işi bilerek yapıyordu ve çok daha iyi öğrenmek istiyordum.

Yapı fiziği bilim konusuna giren yalıtım, o yıllarda üniversitelerimizde okutulmadığından mühendislerimiz, mimarlarımız çok özel bir ilgi göstermediği sürece bu konular hakkında bilgi sahibi olmaktan mahrum kalırdı. İzocam, bu bilgi yoksunluğunu bildiği için benim başında olduğum çekirdek müşavirlik ekibiyle üniversitelerde yalıtımın önemini anlatan tanıtım konferansları gerçekleştiriyordu. Böylelikle Türkiye'de yalıtım mühendisler tarafından daha iyi bilinir oldu. Sonrasında konferanslarımızda sürekli vurguladığımız gibi yalıtım üniversitelerde ders olarak okutulmaya başlandı. Orhan Bey ile tanışmamız İzocam'daki Türkiye'de yalıtım tanıtımı görevimin son dönemlerine rastladı. Orhan Bey, kendi gayretleriyle edindiği bilgi zenginliğiyle müşterilerini çok rahat ikna ederek işlerini genişletti. Beşiktaş'taki mütevazı ticarethaneden imkânları daha geniş olan yerlere geçti. İşleri geliştiği için mühendisler istihdam etmeye başladı. Emekliliğim sonrası ODE'de teknik genel koordinatör olarak çalışmaya başladım.

larında TÜGİAD çatısı altında aynı başarılı yönetimde yer aldığımızda Orhan Turan ile birlikte ODE'yi de tanıdım.

Benim izlenimimde ODE'nin gelişimi; O günlerde hatırladığım kadarı ile tek fabrika çatısı altında, bugüne göre çok daha az çeşit ürün ile ama önce kaliteye önem vererek ihracat için komşu pazarlarda satış ağı kurmak, doğrudan inşaatlara ulaşmak için elde kataloglar ile birçok seyahatlerle -ki bir kısmını birlikte yaptık - Orhan Turan hedefi belirlemişti... Yine o genişleme ve büyüme döneminde doğru ortaklık ve birlikteliklerle, son teknolojinin kullanıldığı ikinci üçüncü fabrikalarda, sayısız ürün çeşidine ulaşıp pazar hedefini tüm dünyaya koymuştu. Tabii ki bir yandan da STK çalışmalarındaki mesaisine hiç ara vermeden hatta artırarak sektör (İZODER) ve sektör çatı örgütlerinde; İMSAD, SEDEFED gibi kurumlarda başkanlık ve TİM ve iş adamları derneklerinde

de faal/çalışkan/etkinlikçi yönetim kurulu üyelikleri ile topluma katkı sağlarken diğer yandan da ODE markasının sektör liderliği ile bilinirliğini duyurulmasını sağladı. Ülkemizde yılın girişimcisi olması ve ülkemizi dünya arenasında temsil etmesi ile Orhan Turan /ODE - ODE /Orhan Turan ilişkisinin çok doğru konumlandığını görüyorum, biz iş adamları için önemli bir rol model olduğunu düşünüyorum.

ODE'yi 20 yılı aşkın yakından takip eden sektör dostu olarak; uzun yıllardır ikinci kuşağını yönetime hazır etmiş, kurumsallık ilkelerine bağlı çalışan, geliştiriciliği ve kalitesi ile sektöründe Türkiye'de lider olmuş, Turquality bayrağında, dünyada rekabetçi olan, sağlam adımlarla markasını oturtmuş, sürdürülebilir başarıyı yakalamış, geleceği daim olan, gurur duyacağımız bir şirketimiz olarak görüyorum.

ODE'de işe alınan mühendisleri ben yetiştiriyordum. Mühendisler işe başladıktan sonra piyasaya çıkmadan önce iki üç ay boyunca kurslar yapardım. Dolayısıyla ODE'nin mühendisleri de piyasada iyi bilgi sahibi olan satıcılar oldular.

Ufku çok açık olan Orhan Bey, edindiği bilgileri çevresine aktarmayı önemser, sürekli araştırır. Birlikte kitaplar yazdık, konferanslar verdik. Dolayısıyla ODE'nin tanıtılmasında, ürettiği ve ithal ettiği ürünlerin uygulanmasında önemli çalışmalarımız oldu.

Yalıtım, özellikle ısı yalıtımı Türkiye için çok önemli. Çünkü kullandığımız enerjinin çoğunu ithal ederek başka ülkelere döviz ödüyoruz. Enerjinin tasarruflu tüketimi çok önemli. Tasarrufun en etkili yolu da yalıtımdan geçiyor. Bunun için tüm dünyada yalıtım sektörünün yolu açık. Yalıtımın önemini daha geniş bir şekilde hem topluma hem de kamuyu yönetenlere ulaştırabilmek için Orhan Bey ile birlikte sektördeki kuruluşları bir çatı altında toplamaya karar vererek İZODER'i kurduk. Derneğin ilk başkanı seçildim. Şirketlerin tek başına yapmasının çok güç olacağı resmi işlerde

dernek olarak kamu ile iletişime geçerek yalıtımının, enerji tasarrufunda ne kadar önemli olduğunu anlatma fırsatı bulduk. Böylelikle yalıtım uygulamasının artmasını sağladık, ülkemizin ithal ettiği enerji miktarları azaldı. İZODER'in kurulmasıyla Türkiye'de yalıtım sektöründe faaliyet gösteren şirketler de daha kaliteli ürün çıkarmaya gayret ettiler. Bunun için Türk Standartları Enstitüsü ile temasa geçerek gerekli standartların oluşturulmasına önayak olduk. Neticede Türkiye'de yalıtım yapılması mecburi hale geldi. Bunları ODE ve ardından İZODER'deki çalışmalarımızla sürdürdük.

Orhan Bey, fabrika kurmadan önce de ODE bazı konularda öncülük yaptı. Türkiye'de bulunmayan yalıtım malzemelerini ithal edip, tanıtımını yaparak uygulanmasını sağladı.

Bu süreçte ODE yurt içinde, yurt dışında sürekli büyüdü, gelişti Benim görev yaptığım yıllarda İzocam yalıtım sektörünün öncüsüydü. Şimdi sektörün öncüsü ODE demek lazım. Çünkü gördüğüm kadarıyla sektörde en büyük faaliyeti gerçekleştiren söz sahibi oldu.

ekonomik kriz ortamlarında ODE Yalıtım'ın asla pes etmediğini, daima zorluklarla mücadele ettiğini gayet iyi biliyorum. ODE Yalıtım'ın bugün gururla alkışladığımız başarısının arkasında şartlar ne olursa olsun her daim değişimi kucaklayan, yaratıcı ve açık fikirli, şeffaf ve dürüst, tutkulu, azimli, gücünü ilke ve değerlerinden alan, başarılarını tevazu ile taçlandıran ve adeta bir aile ruhuyla bir araya gelmiş güzel yürekli insanlar var.

Bu büyük ailenin, değerli dostum Orhan Turan'ın liderliği ve girişimci vizyonu sayesinde hız kesmeden aynı rotada ilerleyeceğine, ODE Yalıtım'ın yakın gelecekte sınırları aşip sektöründe bir dünya markası olacağına ve ülkemizin adını başarıyla duyuracağına canı gönülden inanıyorum.

ODE Yalıtım'ın 35. yaş kutlu; yolu hep açık olsun!

**Erol Bilecik**  
Index Grup  
Yönetim Kurulu  
Başkanı



### Hiçbir başarı tesadüf değildir

Türkiye'nin en değerli markalarından biri olan ODE Yalıtım'ın 35'inci yaşını gönülden kutlarız. ODE Yalıtım'ın büyüme öyküsüne tanık olmuş bir iş insanı olarak, şunu söylemek isterim ki hiçbir başarı tesadüf değildir.

Geride kalan 35 yıl boyunca, özellikle dünyanın ve ülkemizin yaşadığı çeşitli



**Ertuğrul Şen**  
İZODER  
Yönetim  
Kurulu Başkanı  
Yardımcısı

### Orhan Turan markası "ODE"

1992 veya 1993 yılı İNTERMAK AŞ'de (O tarihlerde HİLTİ Türkiye Temsilcisi) satış ve pazarlamadan sorumlu genel müdür yardımcısıyım. Bahar aylarından birinin akşam satış ekibi ofis toplantısında, İstanbul Avrupa Yakası başarılı satış sorumlusundan gelen ilginç bir talep oldu. Talep şu; Beşiktaş Fulya'da teknik inşaat malzemeleri satan mağaza "ODE" bizim ürünlerimizi satmak istiyor. Mağaza sahibi Orhan Turan, makine mühendisi iddialı ve ısrarlı... Bölge sorumlumuz da ısrarlı "Ne olursunuz telefonla bir görüşün, telefon bekliyor" dedi. Telefon ettik, ODE'yi ve Orhan Bey'i ilk defa tanıdık, bağlandık. Anlatmaya çalıştım; bizim satış ve pazarlama stratejimizde mağaza satışı yok, direkt satış vs... Orhan Turan'ın bizi Türkiye'yi tanımamakla ve bu yöntemin yanlış olduğunu ve eninde sonunda kendilerinin kapısını çalacağımız iddiası ile telefonu kapattık.

**EROL BİLECİK:  
"GERİDE KALAN  
35 YIL BOYUNCA,  
ÖZELLİKLE DÜNYANIN  
VE ÜLKEMİZİN KRİZ  
YAŞADIĞI ÇEŞİTLİ  
KRİZ ORTAMLARINDA  
ODE YALITIM'IN ASLA  
PES ETMEDİĞİNİ,  
DAİMA ZORLUKLARLA  
MÜCADELE ETTİĞİNİ  
GAYET İYİ BİLİYORUM."**

Yıl 2002 Mayıs ayı başları, İZODER'de profesyonel Genel Koordinatörlük görevini üstlenmişim. Orhan Turan yönetim kurulunda, kurucuları arasında ve 3. Dönem Başkanı olarak sektör duayenleri arasında en "AĞIR"larından. Üye, "ODE" yalıtım alanında karar kılmış ve marka olma iddiasıyla üretici statüsünde, Orhan Turan liderliğinde ışıdamaya başlamış. İZODER Yönetim Kurulu'nda iddialı fikirleri ile sektörü ve ODE'yi sürükliyor... ODE ve Orhan Turan bu süreçte birbirini besledi.

Orhan Turan, bir marka takıntılısı. Sektörlerde marka olmadan hangi ürün veya hizmet olursa olsun gelişmenin yaşanmayacağı iddiasında ve bunun içinde sektörün büyütülmesi gerektiğini ve sektör kuruluşlarının buna öncülük etmesine inanmış biri olarak görüyorum.

Bu manada İZODER ile başlayan STK yöneticiliği, İMSAD, TÜSİAD ve TÜRKONFED'e uzanan en üst düzeydeki başarılı çalışmaları zaten bunu gösteriyor. Öte yandan Orhan Turan inanılmaz bir enerji ile çalışan, tescilli başarılı "PROFESYONEL PATRON".

ODE Yalıtım A.Ş. ülkemizde yalıtım sektöründeki en önemli ve en büyük yerli sermayeli kuruluşlarımızdan biridir.

Nice 35 yıllara ODE...



**Ferdi Erdoğan**  
İMSAD Yönetim Kurulu Başkan Vekili

### ODE, sürdürülebilir büyüme ve kurumsallaşmanın en güzel örneklerinden

ODE ile 2000'li yılların ortasında, Kalekim Genel Müdürü iken tanıştım. Bu dönemde esas iş alanı olan ve sektörde markasını ürüne jenerik ad yaptığı sera-



**Fatih Öktem**  
Tosçelik Genel Müdürü

### Tanışma, gelişme, gelecek...

ODE ile ilk tanışmam sanırım 1987 yılında. O zaman Sevgili Orhan Turan İzocam A.Ş'de ciro olarak küçük ancak vizyon, sektörel bakış açısı, teknik yalıtımdaki mesleki bilgisi ve yeni şeyler yapma arzusu ile hızlı büyüyen İstanbul bayilerinden biri. Sanırım bir seminerde ilk tanışmamız gerçekleşti. Ben o zamanlar İzocam A.Ş'nin Adana bölge satış sorumlusuydum. Henüz bir yıllık bir çalışan iken gerçekleşen bu tanışıklık, ODE'nin Türkiye ilk üç arasında yer aldığı yıllarda tedarikçi firma - bayi ilişkisi ile gelişen birliktelik Orhan Bey'in 1998 yılında firmasını üretim tarafında da geliştirme iradesi ile İzocam Bayiliği'nden ayrılması sonrası benim İzocam A.Ş'den Satış ve Pazarlama Genel Müdür yardımcısı iken ayrıldığı 2017 yılına kadar rekabet koşullarında pazardaki en önemli rakiplerinden biri olarak devam etti. Türkiye' de aile şirketlerinin başarılı olma yüzdeleri oldukça düşük olmasına rağmen 35 yıldır süregelen bu varoluş hiç de yabana atılmayacak bir başarıdır.

mik harçlarına ilave olarak; hem su yalıtımı hem de ısı yalıtımı alanında ürün yelpazesini genişletmek istiyordum.

Şu anda Türkiye imalat sanayisi için öngörülen, sektör temsilcilerinin kapasitelerini birlikte kullanmak, tedarik zincirini güçlendirmek ve maliyetleri düşürmek suretiyle dış pazarlarda rekabetçi olmak viz-

ODE firması Orhan Bey'in liderliğinde sürekli gelişime açık, yenilikçi kimliği ile sektöre yön veren markalardan biri oldu. Türkiye yalıtım sektöründe özellikle HVAC tarafında sektörün en önemli oyuncularını ile kurulan iyi ilişkiler ve ilgili STK'lar bünyesinde yıllarca yönetim kademelerinde alınan görevler ile yalıtım sektörünün gelişimine oldukça önemli katkılar koyan bir firma olarak daha uzun yıllar varlığını sürdürecektir.

Günümüzde ve gelecekte sürekli yenilenen ODE ekipleri izlediğim kadarı ile müşteri odaklı, eğitime inanmış bir yapı ve yenilikçi yaklaşımlar ile hem üretimde hem de satış süreçlerinde müşteri memnuniyetine dönük yoğun çabalar ile bugüne kadar ki sürdürdüğü başarısını daha da yukarıya taşıyacaktır.

Orhan Bey,

Sektördeki 35. yılınızda böyle bir fırsatı bana verdiğiniz için teşekkür ediyor, yaklaşık 35 yıllık dostluğumuzun ne kadar önemli olduğunu vurgulamak istiyorum.

Sevgi ve saygılarımla.

yonu, 2000'li yıllarda yalıtım sektöründeki önemli şirketlerin yapmaya başladığı bir uygulama idi. Bu anlamda karşılıklı olarak birbirimizin güçlü olduğu ürünlerde üretim hatlarını doldurmaya başlamıştık. ODE'de, Kalekim markası ile bitümlü membran üretimi konusunda anlaşmıştık. Ortak paket oluşturmak ve pazarda ortak mar-

ka oluşturmak da hedeflerimiz içindeydi. İşini doğru yapan firmaların kaldırıcı etkisi ile sektörü büyütmek vizyonu, o tarihlerde hayata geçmişti.

Takiben sektörel derneklerde, İZODER ve İMSAD'da, Orhan Bey ile birlikte çalışma fırsatımız olmuştu. İMSAD Yönetim Kurulu'na, Sayın Orhan Turan İMSAD Yönetim Kurulu Başkanı iken davetiyle girmiştim. İnşaat malzemeleri sektörünü, özellikle 1999 depreminden sonra güçlendirmek en önemli hedefimizdi.

ODE, bir aile şirketi olarak Türkiye'de yalıtım sektörünün önemli bir markası olup üretiminden uygulamasına ve ürün performansına kadar tüm tedarik zinciri sürecinde uzmanlık gerektiren ürünler grubunda; yatay entegrasyonu başarıyla gerçekleştirebilen, sürdürülebilir büyümenin ve kurumsallaşmanın en güzel örneklerinden birisidir.

Özellikle Orhan Bey'in liderliğinde, yurt içi ve yurt dışı pazarlarda; işini en iyi yapmaya odaklanarak, mücadeleci kimliğini de şirketin kültürüne yansıtarak büyüyen bir şirkettir. Bir aile şirketini, kurumun menfaatini kişilerin menfaatinden üstün tutarak kurumsallaşmayı ve modern yönetim tarzını ilke edinmiş bir kurum imajı yaratmaktadır. Bu vesileyle, ODE'nin 35'inci kuruluş yılını samimi duygularıyla kutlar; kuşaklar boyu başarılı büyümesini sürdürmesini dilerim.



**Gürkan Arı**  
Arı Jeotermal Kurucu Ortak

### ODE, yalıtımın önemini anlamamızı sağladı

ODE ile tanışmamız 1994 yılında Tepe İnşaat'ta çalıştığım dönemlere rastlıyor. Orhan Turan, yalıtımın bilinmediği ve



**Hasan Önder**  
Daikin Türkiye CEO

### Orhan Turan, vizyoner-girişimci liderlik örneği sergiliyor

ODE ile tanışmam Orhan Bey ile olan eski dostluğumuza 2005 yıllarına dayanıyor. Orhan Bey de benim gibi bir girişimci olarak sektöre girdi. Şirketlerin başlangıçlarında her zaman iyi fikirler olur, ama bu fikirleri hayata geçirecek liderlere ve bu liderlerin vizyonlarına bağlı olarak aksiyonları da çok çok önemlidir. Bu nedenle ODE Yalıtım A.Ş'nin başarısı vizyoner-girişimci liderlik örneği sergileyen Orhan Bey'in de kişisel başarısıdır.

Birlikte o dönemlerde, "İşlerimizi nasıl geliştiririz?", "Trendler nelerdir?", "İşimizi nasıl yenilikler katabiliriz?" içerikli çok

uzun sohbetlerimiz olmuştur. ODE benim gözümde kurulduğu günden beri, yenilikçi ve vizyoner bir bakış açısı ile yönetilen ve geleceğe dair birçok hedefi olan bir şirkettir. ODE Yalıtım, gelecekte de birçok alanda yeni yatırım ve faaliyetleri ile dikkat çekmeye devam edecek bir şirket olacaktır. Ayrıca sadece kendi sektöründe değil, birçok sektörde de çalışmalarını olacağını ve çalışanları ile birlikte büyümeye devam edeceğini düşünüyorum.

Başta Orhan Bey olmak üzere tüm ODE Ailesi'nin 35. yıl dönümlerini kutluyor, başarılarının devamını diliyorum.

önemsenmediği o yıllarda bizlere yalıtımı anlatırdı. Çalışkan ve azimli kişiliği bu başarının tesadüf olmadığını zamanla gösterecekti.

ODE, o yıllardan bu yana istikrarlı bir şekilde hızlı, dolu dolu bir büyüme performansı gösteriyor.

ODE Yalıtım, şirket olarak gelişip önemli başarılarla imza atarken, aynı zamanda yalıtım sektörünün gelişmesine önemli katkılarda bulunuyor.

ODE'nin küresel pazarda bir Türk markası olarak dünya devlerine karşı dik duruşu, yıllar boyu ispatladığı kalitesi ile yarışması, topluma ve çevreye duyarlı bir firma olması ve içimizden çıkan bir değer olması bizlere GURUR veriyor.



**Hikmet Karakoç**  
Eskişehir Teknik Üniversitesi Direktör

### Yeni Yalıtım kitabı ODE'nin sektöre eğitim armağanı olacak

ODE'yi 25 yıla yakın zamandır tanıyorum. ODE'nin kurucusu Orhan Bey ile 1996 yılında Eskişehir'de yerel bir televizyon programında yalıtımın önemi ile ilgili

bir programda tanıştık. Buradaki çok keyifli programda Orhan Bey, yalıtımın öneminin yanı sıra o yıllardaki ODE'yi de anlattı.

Tabii ki ilk tanıdığımdan bugüne çok büyük bir gelişme kaydetti. Çorlu'daki tesislerin kuruluşu çok önemli bir atılımdır. Bir Türk markası olarak yalıtım sektörüne damgasını vurmuştur. Daha sonra Eskişehir'deki tesisler üretime başlamıştır. Tanıştığımızdan bugüne ODE, ürün gamında ve AR-GE çalışmalarında müthiş atılımlar ortaya koymuştur.

Benim gözümde ODE'nin gelişimi, ODE tarafından yayınladığımız YALITIM kitabı ile de kendini göstermiştir. 1999 yılında ilk çıkan "YALITIM" kitabımız sektörde "kırmızı kitap" diye de tanınmıştır. Kitap, o kadar çok ilgi gördü ki kısa zamanda tüken-di ve yoğun talep oldu. Daha sonra bunu geliştirerek 2011 yılında "İY Isı Yalıtımı" kitabını ODE renkleri ile çıkardık. Bu kitaba da yoğun talep oldu. Şimdi heyecanla, sürprizlerle dolu yeni YALITIM kitabını hazırlıyoruz. Bu kitabı, ODE'nin yalıtım sektörüne bir eğitim armağanı olarak sunacağız. Kitabın bu yılsonunda yalıtım sektörü ile buluşmasını öngörüyoruz.

ODE, ülkemizde, sahibi Türk sermayesi olan en büyük yalıtım firmasıdır. Dünya markası olma yolunda önemli bir mesafe katetmiştir. Genç ve dinamik kadroyla birlikte marka olarak da genç imajı vermektedir. Her tür yalıtım ihtiyacına karşılık veren genç ve dinamik ODE, yalıtım sektörünün global oyuncularında yerini almıştır.



**Hüseyin Bilmaç**  
Kim. Yük.  
Müh./HB Yön.  
Danışmanlık

### ODE, yenilikçi ürünleriyle çok etkileyici

İş dünyasında yıllar geçtikçe insan birçok kişi ve firma ile tanışıyor. Bunların kimi-

leri takvim yaprakları gibi birer birer düşüp, unutulup giderken, kimileri ise izler bırakıyor. İşte, Orhan Turan ve onun eseri olan ODE 'de benim için böyle önemli isimler.

Orhan Turan, başarılı bir girişimci, çok iyi bir yönetici ve liderlik vasfı olan bir iş adamıdır. Tanıştığımız ilk yıl ODE ve İMSAD'ın kendisi sayesinde çok önemli gelişmelerine imza attığına şahit olmuştum. 2006 yılından beri kâh dernek çatısı altında, kâh ofislerimizde iş geliştirme ve sektörel gelişmeler konularında özel sohbetlerimizi sürdürdük.

Özellikle, yüksek enerjisini yansıttığı ve çok fazla detaya hakim olduğu yalıtım sektöründe şahsının ve firması ODE'nin de yenilikçi ürünleri vasıtasıyla çok etkileyici bir profil çizdiğini söylemeliyim.

Geçmiş yıllarda zaman zaman, birlikte ofise kapanıp "Yalıtımda yeni ve inovatif neler yapılabilir?" konularında beyin jimnastiği toplantıları yaptığımız olmuştur. Benzer görüşmeleri iş dünyasından başka insanlar ile de yaptığını biliyorum. Yani, sürekli "Mevcut iş nasıl geliştirilir?" konusunda kafa patlatan ve araştıran bir kişidir Orhan Turan.

Şahsen ODE firmasının da bu nedenle sektörel bazda ürün geliştirme, yurt içi ve yurt dışı pazarlara sunma konusunda rakipleri arasında öncü konumda olduğunu düşünüyorum.

Analitik düşünen insanlar olarak fırsat buldukça yaptığımız bu gibi keyifli sohbetler sonucunda zaman zaman aynı noktada buluşmamış olsak bile, çoğunlukla "ortak aklı" bulabilmişizdir.

Isı yalıtımı ve su yalıtımı ürünlerinde hatırı sayılır büyüklükte bir pazar payına ulaşan ODE'nin mevcut ürün portföyündeki bitüm membranın yanı sıra özellikle su yalıtımında daha etkin bir pazar payı alması için yıllar önce önermiş olduğum portföy tamamlayıcı nitelikteki likit sürme ve püskürtme uygulamalı poliüretan ve poliürea benzeri yalıtım kimyasallarında da üretici / tedarikçi konumuna gelerek mevcut yurt içi ve yurt dışı bayi kanalında dağıtım ve teknik destek hizmeti vererek büyümesini arzu ettiğimi belirtmiştim.

Çünkü, o yıllarda Batı dünyasında ve Uzak Doğu'da büyük bir hızla büyüyen ve kapasite artıran hammadde üreticilerinin yönlendirmesi ile Avrupalı ve Amerikalı sürme ve püskürtme likit yalıtım malzemeleri üreticileri 2000'li yılların başından itibaren,

pazara bu gibi yenilikçi ürünleri sunmaya başlamışlardı.

Bence, ısı yalıtımı ve su yalıtımı ürünlerinde çok kaliteli ürünleri pazara sunan ODE'nin büyüme hikâyesinde mevcut ürün portföyünün yanı sıra bunlar gibi sektörel inovatif ürünler de olmalıydı.

Genellikle, şirketlerin gelişme yılları hep sancılı geçer. ODE bu süreçleri başarılı yönetim kadrosuyla, kaliteli ve sürekli gelişen ürün portföyü ve başarılı dağıtım kanalı yapılanması ile ara sıra ülkemizden hiç eksik olmayan ekonomik istikrarsızlıklara rağmen oldukça başarıyla geçmiştir.

Yüksek enerjisini birlikte çalıştığı herkese geçirmeyi başaran ender iş insanlarından biri olan Orhan Turan önderliğindeki ODE'nin hızlı fakat sağlıklı büyümesinin sürdürülebilir bir biçimde gelişmesini ve sadece ülkemizde değil, dünyada da yalıtım sektörünün liderlerinden birisi olmasını gönülden diliyorum.

Aramızdaki dostça tabirle;

"Yolun her zaman açık ve başarılarla dolu olsun PATRON ...!"



**İrfan Çelimli**  
Kim. Yük.  
Mühendislik  
Genel Müdürü

### ODE ile 35 yıl

ODE ve Orhan Turan ile tanışıklığım, 1988 yıllarına gider. Sanırım Balmumcu'daki ofisleriydi ve yalıtım ürünleri bayiliği yapıyorlardı. Başlangıçtan bugüne yalıtım alanındaki gelişmeleri ve yenilikleri sektörümüzle tanıştıran ODE'nin, ülkemiz ekonomisine yaptığı katkısı çok önemserim. ODE yalıtım sektöründeki destek eğitim konularına ek olarak, kurumsal yöneticilik alanlarına destek olmak açısından yaptığı uzmanların ve başarılı iş insanları ile sektör yöneticilerini buluşturarak ciddi çalışmalar



**Korhan Işikel**  
İZODER  
Başkanlar  
Kurulu Üyesi

### Global marka olma yolunda ODE 35. yılında

1984 yılında Beşiktaş'taki küçük ofislerinde Orhan Bey'le tanışma fırsatım oldu. Daha sonra İzocam'ın bölge satış müdürlüğünü yaptığım dönemde bayilik taleplerini belirttiler. Ofislerini ziyaretlerimde gördüğüm üstün çalışma performansları sonucunda bayilik talepleri uygun görüldü. Diğer yalıtım malzemeleri bayilikleri ile çok hızlı bir gelişme göstererek Fulya'daki büyük mağazaya taşındılar. Mağaza tam bir yalıtım sergi alanına dönüştürüldü. Zemin katın tamamı yalıtım malzemeleri demolarından oluşmaktaydı. Yalıtım sektöründe faaliyet gösteren diğer firmalar sadece bir ürün standı ile mağaza düzeninde çalışma yaparken, ODE'nin bu ileri görüşlülüğü sayesinde başarı hızla geldi. Orhan Bey ile sektörde ilk büyük adımımız, yalıtım sektörüne kimlik kazandıracak olan bir dernek kurmayı amaçla-

yapmaktadır. Önemli izlenimlerim;

- Bayilikten üreticiliğe geçişi ve yabancı sermayeyi ülkemize taşıması,
- Yabancı ortaklı olarak başladığı üreticiliği, tamamen yerli sermaye haline getirmesi çok dikkat çekicidir ve önemle altının çizilmesi gereken bir yaklaşımdır. Zira son yıllarda yerli üreticilerin bir bölümü maalesef hisseslerini yabancılara devrederek yerli üretimi bırakmışlardır.
- Ürünü pazarladığı büyük ulusal ve uluslararası firmalarla, sonradan rekabete girebilmesi,

mamız oldu. 1993 yılında 7 kurucu üye ile İZODER'i kurduk.

İZODER'in kuruluşundan sonra Orhan Bey ve diğer üyelerle birlikte büyük bir mücadele vererek yalıtım sektörünü kimliğe kavuşturduk. Bu çalışmalar bize sektörel dernek başkanlığını ve yöneticiliğini geliştirici bilgi birikimini sağladı.

ODE, 35 yıllık gelişim sürecinde teknik bilgiye öncelik vererek çalışanlarının eğitimini ön planda tutmuş, kaliteye yatırım yaparak yalıtımda marka olmayı başarmıştır.

Şimdi, yüzde yüz Türk sermayeli en büyük yalıtım firması olan ODE'yi global marka yapmak için, yapı ve HVAC olmak üzere iki ana kategoride, 5 modern üretim tesisinde, 4 binin üzerinde ürünü, yurt içi ve yurt dışı bayileri ile sektöre sunarak başaracaklarına gönülden inanıyorum.

başarılı çalışmaları,

- Ürün yelpazesini geliştirerek, istihdam sağlaması ve dünya pazarlarında kaliteli ve rekabetçi olabilmesi,
- Sivil toplum örgütlerindeki katılımcılık ile ülkemizdeki yalıtım potansiyelini genişletmesi ve ülke ekonomisine katkıları,
- Tasarımcımızdan, uygulamacılara eğitim ve teknik geziler sunarak, yurt dışındaki yenilikleri bizlere sağlaması. Orhan Turan ve ODE başarı hikâyesidir.



**Levent Pelesen**  
İZODER  
Başkanlar Kurulu  
Başkanı

### ODE, ikinci kuşağa yelken açtı

Sözlerime, ODE'nin 35. yılını kutlayarak ve bu sürede ülkemiz yalıtım sektörüne kazandırdıklarını takdir ve tebrik ederek başlamak isterim.

Ben de 32 yıllık meslek hayatımın 30 yılını yalıtım sektöründe geçirmiş bir "Yalıtım Gönüllüsü" olarak ODE ile 30 yılı aşkın süredir tanışmaktayım. Bu süreç ODE'nin Beşiktaş'taki ilk mağaza ve ofis günlerine kadar gider. Dow Chemical ve Marshall Boya iş birliği ile Türkiye pazarına sunduğumuz ve zamanının çok özel yenilikçi ısı yalıtım malzemesi XPS ailesinin mucidinin ürünü STYROFOAM köpüklerini ülkemizin yeniliklere açık özel yapıları ile pazarlamaya başladığımız yıllar. ODE, o yıllarda ülkemiz yalıtım sektörü seçkin sanayicilerinin bayiliğini yapmakta ve hemen hemen herkesin çalışmak istediği bir şirketti. Biz ODE ile önce bayimiz sonra iş ortağımız, onu takiben rakibimiz olarak çalışma fırsatını bulduk.

ODE denilince aklıma ilk gelen sevgili Orhan Turan oluyor. Sosyal ilişkilerinde güçlü, profesyonellerin fikirlerine değer veren, yeniliklere açık ve sektörel derneklerdeki aktif yaşamı ile Orhan Turan'ın karakter yansımalarını ODE'nin gelişim sürecinde görmekteyiz. ODE'nin en önemli hedefi ülkemizden global bir marka çıkarmak olmuştur. Tesisat uygulamaları, yalıtım malzemeleri bayiliği ve sonrasında birbirini takip eden yatırımlar ile bugün yalıtım sektörünün hem tesisat malzemeleri hem ısı hem de su yalıtımı ürünleri üretiminde önemli bir üreticisi konumundadır ODE. Tabii ki her başarılı iş insanının arkasında onu destekleyen eşi olmalıdır ki Seher'in buradaki rolü desteklemenin ötesine geçmiştir. Başarılı bir aile şirketi olan ODE; 2. kuşağa yelken açmış

durumda; Ozan, bugün kurumunda başarımlı işlere imza atıyor, dilerim o da bayrağı 3. kuşağa devredecektir.

**Metin Erün**  
ODE Yatırım  
Danışmanı



### 35 yıl el ele

35 yıllık ODE tarihinin her anını yaşamış bir insan olarak anılarımın bir bölümünü sizlerle paylaşmak istiyorum.

1986 yılında, gözlerinden zekâ fışkıran genç bir mühendis Orhan Turan, İzocam'da beni ziyaret ederek bayilik istediğini söyledi. Karşılıklı sohbet ettik. Esas idealinin sanayicilik olduğundan bahsetti. Kanım ısınmıştı kendisine. Hemen isteğini yerine getirdim. Bu Orhan Turan, 2 yıl içinde İzocam'ın 5 büyük bayisinden biri oldu. İnanılmaz bir başarıydı bu.

Yıllar akıp geçti, yeni ofisine taşındı ve ilk yatırımı olan strafor üretim tesislerini Çorlu'da kurdu.

Ben Toprak Grubu'na geçer geçmez ilk kendisiyle görüşüp, İzotoprak bayisi olmasını rica ettim, hiç tereddüt etmeden kabul etti. Uzun ve başarılı bir çalışma dönemini daha birlikte yaşadık. Ben tekaüt olduktan sonra kendisi benim ODE'nin danışmanı olmamı teklif etti. Birlikte çalışma dönemi devam ediyordu.

Bir yıl sonra bana bir soru sordu; "Abi, bir cam yünü fabrikası kurabilir miyiz?" Ben de "Paran varsa kurarız sen hiç merak etme" dedim. Bildiğiniz gibi, iki buçuk yıl gibi çok kısa bir sürede bu yatırımı tamamladık. Sonuç olarak, 1986 yılında tanıştığım bu genç mühendis beni yanıltmamış ve ülkemizin en büyük sanayicileri arasında yer almıştır.

Sevgili dostum ve kardeşim Orhan, ODE senin ve kıymetli çalışanların saye-

**Muharrem Yılmaz**  
Sütaş  
Yönetim Kurulu Başkanı



### ODE, inovasyon lideri

Sevgili Orhan Turan ile TÜGİAD çatısı altında tanıştım. 2000 – 2002 döneminde de yönetim kurulunda birlikte görev yaptık. Daha sonra Türkiye Kurumsal Yönetim Derneği, TÜSİAD ve TÜRKONFED'de de birbirimize destek olmaya devam ettik.

Tabii Orhan Turan ile tanışmam aynı zamanda ODE ile tanışmam demektir. İşleyle, markasıyla özdeşleşmiş bir iş adamı, cesur bir girişimci olan Orhan Turan eseri ODE'yi 35 yılda yalıtım sektörünün Türkiye'deki en büyük, en güçlü firmalarından biri haline getirdi. İnovasyon lideri ODE'yi sadece sektöründeki çalışmalarıyla ve alanındaki uzmanlığıyla değerlen-

sinde var oldu ve inanıyorum ki başarıların günden güne artarak devam edecektir.

Dualarım seninle.

**Murat Özgen**  
İş Girişim  
Sermayesi Yatırım  
Komitesi Üyesi



### ODE, bölgesel güce dönüştü

ODE'yle 2007 yılında tanıştık. 2007

dirmek doğru olmaz. ODE, aynı zamanda kuvvetli kurumsal yapısı, çağdaş yönetim uygulamaları ve sürdürülebilirlik anlayışıyla öne çıkan bir şirket; piyasada sevilen, güvenilen ve takdir edilen saygın bir markadır.

Gerçek bir yurtsever tarafından yüksek bir sosyal sorumluluk bilinciyle yönetilen ODE'nin, sağlam temelleri üzerinde hızla yükselerek uluslararası bir marka olacağına, kültürü ve iş anlayışıyla da örnek bir kurum olarak gelişeceğine yürekten inanıyorum. Orhan Turan'ı, ailesini, iş arkadaşlarını ve ODE camiasını tebrik ediyor, nice 35. yıllar başarılarının devamını diliyorum.

yılında ısı yalıtımı sektörü özellikle sağladığı yakıt tasarrufu etkisinin bilinirliğinin artmaya başlaması ile birlikte oldukça önemli bir büyüme potansiyeli sunmaktaydı. Ayrıca inşaat sektöründeki kuvvetli potansiyelin yalıtım sektörünün büyümesini destekleyeceği düşünülmekteydi. Sonuç olarak, hem sağladığı ekonomik ve sosyal katkı hem de yüksek büyüme potansiyelinden ötürü yapı yalıtımı sektörü, İş Girişim Sermayesi için cazip bir yatırım alanı olarak tanımlanmış ve sektörün önde gelen yerli oyuncularından ODE ise sektörde kuvvetli küresel oyuncuların varlığına rağmen rekabet içerisinde kendisine yer edinmeyi başaran ve hızlı bir büyüme potansiyeli vadeden bir şirket olarak dikkatimizi çekti. Ortaklık öncesi sürdürdüğümüz görüşmelerin olumlu şekilde sonuçlanmasıyla birlikte Temmuz 2007'de yüzde 17 oranında ortak olduk.

ODE'de ortaklığımızı sürdürdüğümüz yaklaşık 5 yıllık süreçte şirket yapmış olduğu yatırımlar ile birlikte üretimde modernizasyona gitmiş ve üretim kapasitesini artırarak yalıtım alanlarının hepsinde talebe cevap verebilecek bölgesel bir güce dönüşmüştür. ODE, bir yandan iç pazarda büyürken, bir yandan da hayata geçirdiği yatırımları ve artan üretim gücüyle ihracattaki başarısını ileriye taşımıştır. İş Girişim Sermayesi ile ortaklığımızın sürdürdüğü 2007 ile 2012 yılları arasında ciromuz yüzde 50'nin, ihracatımız yüzde 100'ün, istihdamımız ise yüzde 50'nin üzerinde artış göstermiştir.

Bugün ODE yatırımlarını tamamlayarak sektörün en büyük yerli oyuncusu olmayı başarmış, teknik yalıtımda Çin'in batısı ile Almanya'nın doğusu arasındaki geniş coğrafyanın en büyük üreticilerinden biri konumuna gelmiştir. Ulaşılmış bulunan bu konum, Sayın Orhan Turan'ın çizdiği vizyon, kurguladığı rasyonel yönetim anlayışı, doğru zamanda hayata geçirilen stratejik hamleler ve yatırımların bir sentezi ve sonucudur.

**Özhan Olcay**  
Pekintas Group  
CEO



### Orhan Turan'ın genç nesillere örnek olma çabasını alkışlıyoruz

"Orhan Turan" deyince "ODE"; "ODE" deyince "Orhan Turan" geliyor aklıma. Ful-ya'da başlayan ve ilk günden itibaren bildiğim, yakından takip ettiğim bu başarı dolu yolculuk, artık ülkemizin sınırlarını aşan bir marka olma yolunda hızla devam ediyor.

Eğitime ve bilgiyi sınırsızca paylaşmaya verdiği önem benim gözümde Orhan Başkan'ın en önemli özelliği. Bu konuda

okuduğu kitapların özetlerini dahi özenle hazırlayıp, dostları ile paylaşması ve onu ileriye taşıyan gelişmelerden herkesin faydalanmasını arzu etmesini çok değerli buluyorum. Sivil toplum örgütlerine ayırdığı vakti, verdiği emek ve mesaiyi de aynı kapsamda özellikle genç nesillere örnek olma, yol gösterme ve vizyon sunma çabası olarak hepimiz takdirle izliyoruz ve alkışlıyoruz.

Allah yolunu açık etsin değerli dostum, tüm hedeflerin gerçek olsun, ODE Ailesi'ne nice güzel yaşlar temenni ediyorum.

**Süleyman Onatça**  
Onatça Motorlu  
Araçlar Yönetim  
Kurulu Başkanı



### ODE dünya devleriyle rekabet ediyor

20 yıldır ODE'nin başarı yolculuğuna şahitlik eden ve elde edilen başarıdan gurur duyanlardayım. 38 yıldır ticaretle uğraşıyorum. Üretim yapmak için çabalarım her seferinde sonuçsuz kaldı ve hayallerim bir türlü gerçekleşmedi.

Ancak üretim yapan ve başarılı olan birkaç arkadaşım benim radarımdan hiç çıkmadı. Radarımda olan şirketlerin en başında ise ODE oldu.

Elbette marka yaratmak; sabır ister, emek ister, özveri ister, sevgi ister, zaman ister, sürdürülebilirlik ister, beşeri sermaye ister, profesyonellik ister, ekip ister, ister de ister. Ancak bütün bunlardan daha önemlisi vizyoner ve öngörülü bir lider ister. İşte bütün bu saydıklarımı, hatta daha fazlasını Orhan Bey'in liderliğinde gerçekleştiren ODE, sektöründe dünya devleriyle rekabet eden gururla baktığımız bir şirket olmuştur.

Bu meşakkatli yolda kendi doğruları ve mücadeleci ruhuyla, kendi iş yapış bi-

çimiyle rol model lider olarak tanıdığım, sivil toplum örgütlerinde kendisiyle çalışmaktan onur duyduğum, deneyimlerini paylaşan ve paylaşmaktan keyif alan, fayda sağlamayı kendisine görev edinen Orhan Turan kardeşimin liderliğinde, 35. yılını dolu dolu geçiren ODE'yi kutluyorum.

**Şükrü Ünlütürk**  
Sun Tekstil  
Kurucu Ortak



### ODE, ekonomimize ve ülkemize katma değer yaratmaya devam edecek

Beşiktaş'ta yaklaşık 25-30 metrekafe ofisten, yalıtım sektörünün yerli sermayeli lider markası olan ODE Yatırım'ın bugün geldiği noktayı gururla takip ediyorum. Bu topraklardan global bir markanın çıkacağına inanan, kriz dönemlerinde nitelikli insan kaynağının, yatırımın ve üretimin önemini bilen, hızlı ve cesur kararlarıyla ortak akla inanan Orhan Turan'ı sivil toplum çalışmalarımız sırasında tanıdım. TÜSİAD ve TÜRKONFED'de 6 yıl çok sayıda ortak projede birlikte çalışarak "aklımızın zekâtnı" verdik.

ODE ile tanışıklığım ise, Orhan Turan ile tanışmamla başladı. Yoğun bir rekabete sahne olan ülkemiz yalıtım sektöründe ODE, tartışmasız bir biçimde, cesur, girişimci, inovatif ve güçlü kurumsal yönetim özellikleriyle sanayimizin ve ülkemizin çok başarılı örnek şirketlerinden biridir.

Güçlü bir aile şirketi olma yolunda kurumsallaşmayı ön planda tutarken, yenilikçilik, esneklik ve çeviklik özelliklerine de sahip olan ODE'nin, sevgili dostum Orhan Turan'ın liderliğinde başarılı bir biçimde büyümeye devam edeceğini ve küresel bir marka olma yolculuğunun ilk etabı olarak, yakın zamanda çok güçlü bir

bölgesel marka olacağına inanıyorum.

ODE benim için bir markadan çok, dostluk, güven, sevgi ve paylaşmaktır. Tüm bu özellikleri ile patronunun ruhunun ve hayata bakışının yarattığı ODE markası, ekonomimize ve ülkemize katma değer yaratmaya devam edecektir.

ODE'nin 35'inci yılında geldiği nokta, Sevgili Orhan'ın deyimiyle; "Bilginin, tecrübenin ve zenginliğin paylaşıldıkça çoğaldığını" da göstermektedir. Nice 35 yıllara.



**Talip Yılmaz**  
Yeditepe  
Üniversitesi  
Öğretim Görevlisi

### Orhan Turan, yatırımcılık ruhunun ve cesaretin paradan önce geldiğini öğretti

Yanılmıyorsam 1997 başlıyordum. Eskişehir İztoprak tesisleri yeni devreye alınmıştı. Rakibimizin tanınmışlığını kalitemize rağmen kıramamıştık. Satışlar çok kötüydü. Tam bu ortamda Genel Müdürümüz Sayın Metin Erün, "ODE'nin sahibi Orhan Turan bizim 1000 tonluk boru cam yünümüzün tamamı için anlaşma talep ediyor" dedi. Ben Orhan Bey'in ismini ve ODE'yi o güne kadar hiç duymamıştım. Sonra bu ufaklık firma bu cesareti nereden alıyordu diye düşündüm. Vardığım sonuç: "FARKINDALIK YARATMAK" oldu. Orhan Bey, bunu başarmıştı. Diğer bayilerin aksine sadece "satıcı" değil aynı zamanda "uygulayıcı" olmuştu.

Orhan Bey ile telefon görüşmelerimiz olmasına rağmen hiç yüz yüze gelmedik. Ta ki camyünü tesisi kurmaya karar verinceye kadar.

Kuruluşun teknik sorumluluğunu üstlendiğimde işin sonunda fiili çalışma hayatımın sonlanacağını biliyordum. Tüm



**Ziya Canbazoglu**  
Meda Mimarlık Kurucu  
Şirket Ortağı

### ODE Yalıtım ve başarı öyküsü

İşverenlerimden ODE Yalıtım A.Ş.'ye dair düşüncemi kısaca paylaşmamın; gelecek kuşak mimarlara, kent planlarına, peyzaj mimarlarına, iç mimarlara, yapı fiziği, yalıtım, yapıların ortam sıcaklığı konforunu sağlayan mühendislere yararı olabilir.

ODE Yalıtım A.Ş.'yi, 35 yıl öncesinden ülkemizin saygın ısı yalıtım üretici şirketinin bayisi olduğu dönemden tanıyorum.

İşine çözüm üretim odaklı, pratik bakabilen Sayın Orhan Turan Bey'in kurucu ortak olduğu şirket. Üretici olma kararları ile çok kısa süre içinde pek çok meslektaşım ve ben ürünlerin nitelik test raporlarını taşıdığımız hem yurt içi hem yurt dışı projelerimizde ODE yalıtım ürünlerini kullanır olduk. Malzeme ve uygulanmasıyla ilgili

sonuçları ile ulusal ve uluslararası proje yönetim şirketlerinin de uygunluk raporlarını aldı. Malzemeler ile ilgili hiçbir hatalı sonuç görülmedi.

Süreç içinde Çorlu Camyünü Fabrikaları'nın projelerini Meda Mimarlık olarak hazırlamıştık.

Orhan Turan Bey'in sıfırdan bugüne sıra dışı başarısını, ofisine gittiğim ilk günden bugüne ODE'den İMSAD'a, bugün TÜRKONFED YKB olduğu günden bugüne dek izlemeyi sürdürmeye devam ediyorum.

Bir ricamız ile Büyükkada Şehit Murat Yüksel İlkokulu STEM LABORATUVARI "çok özel" çalışma masasını sağlamalarını Ada çocuklarımız hiç unutmadılar.



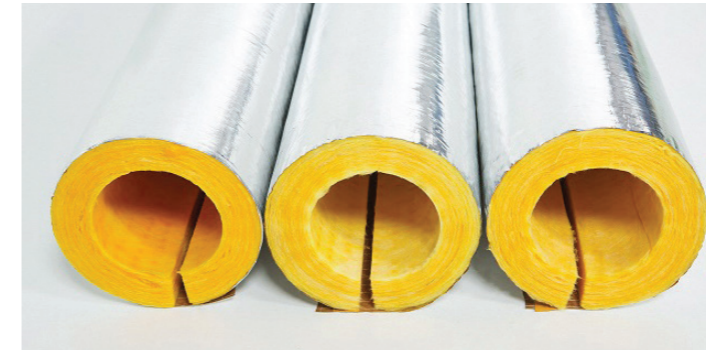
**F. Tuncay Ayhan**  
Unitem  
Mühendislik  
Genel Müdürü

### ODE ile 35 yıllık yolculuk

ODE denince benim için bir tarih akıma gelir. Dile kolay, ömrümüzün yarısından çoğuna tanıklık ettiğimiz iki dostun tarihi öncelikle, Orhan Turan ile Tuncay

Ayhan'ın 1977'den 2020'ye uzanan 43 yıllık tarihini anımsatır bana. Hem de kırılmadan dökülmeden her geçen yıl daha büyüyen bir dostluğun tarihi. İki dostun bu kadim dostluğu sürecinde ODE'nin bu topraklarda doğan bir dünya markası olmasına tanıklık etmek bambaşka bir zenginlik benim için. Öğrencilik yıllarımdan başlayan aktif bir süreçte Orhan Turan'ın vizyonerliği ile birlikte her adımında sevgili eşi Seher Turan'ın da emeği ve tüm çalışanlarının gönül birliği ile sektöre damgasını vuran üretici bir gücü insanlığın hizmetine sunmakla çok önemli bir misyonu yerine getiriyor ODE. 35 yılı geride bıraktığı 2020'nin, ODE içinde bir kilometre taşı olmasını diliyorum. Mühendislik çalışmalarındaki katkılarının yanı sıra üretimden gelen gücü ile ODE, daha güzel bir dünya için yeniliklerin peşinde koşuyor. Yolu her daim açık olsun.

Orhan Turan'ın yaşam gustosu ile sözlerimi bitirmek istiyorum; "Sevgi ve tecrübe paylaştıkça çoğalır." İyi ki varsın ODE.



**Sefa Targıt**  
Asray Genel  
Müdürü

### ODE, ulusal ekonominin bir numaralı ihtiyacına cevap veriyor

1980'ler, toplam dış ticaret hacmi 10 milyar dolar civarında ve imkânları fevkalade kısıtlı Türkiye'nin, zor 70'li yıllarda yetiştirmiş gençlerinin hayata atıldığı dönemdir. Sanayide acemilik dönemini geride bırakan ülke; Turgut Özal'ın dış açılma politikalarıyla motive olmuş genç girişimcileriyle, tüm dünyaya sınav ürünü satmayı amaç edinen müesseseler ortaya çıkarmıştır. ODE, bu kuşağın en başarılı örneklerinden biridir.

Ben, Orhan Turan dostumla ve ODE ile 2000'li yılların başında tanıştım. Makina eğitimi almış, dinamik, güler yüzlü, üretim

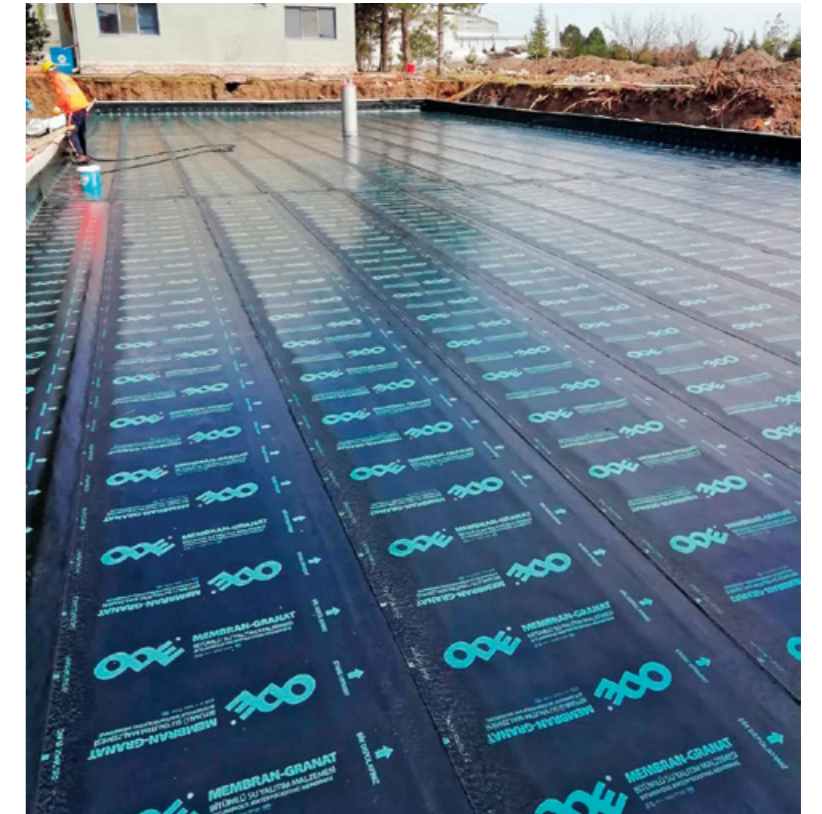
hattında ısı prosesi olan gerçek bir sanayici ve dostla yollarımızın kesişmesi, benim için büyük şanstır.

Çorlu fabrikasını ilk ziyaret ettiğimde, çok etkilenmişim. Enerjiyi kontrol altına alma konusunda böylesi bir yerel firmanın varlığı, Türkiye'de petrol bulmak kadar kıymetliydi.

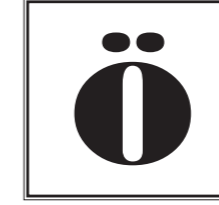
ODE, SEDEFED Başkanlığım döneminde, SEDEFED - TÜSİAD - Sabancı Üniversitesi Rekabet Forumu'nun düzenlediği "Rekabet Ödülü"ne aday oldu. Muazzam bir şeffaflıkla rekabet gücü göstergesi kabul ettiğimiz bilgileri, kayıtları, kalite sistemini jüriye açma cesaretini gösterdi ve 2013 yılında büyük şirketler kategorisinde, Bilim İlaç, Brisa ve İÇDAŞ'tan sonra birincilik ödülü alan firmalar kervanına katıldı.

Bunun ardından her yıl Türkiye'nin birkaç katı hızla büyüyen bir ODE izledik ve geçen yıl Eskişehir fabrikasını gururla gezdik.

Enerji gibi stratejik kaynağı muhafaza ederek, ulusal ekonominin bir numaralı ihtiyacına cevap veren ODE'ye nice 35 yıllar dilerim.



# Hedefimiz sıfır enerji binalara geçişi hızlandırmak



ülkemizin sahip olduğu mimarlık-mühendislik bilgisi ve üretim-sanayi kabiliyetleri ile Sıfır Enerji Binalar'a ulaşmanın aslında hiç de zor olmadığını ortaya koymak.

**23-27 Eylül 2020 tarihlerinde ZeroBuild Forum'u hayata geçiriyor olacaksınız. ODE Yalıtım'ın da destekçileri arasında bulunduğu bu forum kapsamında neler olacak?**

ZeroBuild Forum'20 (Uluslararası Sıfır Enerji Binalar Sanal Forumu) 23-27 Eylül 2020 tarihleri arasında online ortamda (www.zerobuild.org) ve Türkçe/İngilizce – İngilizce/Türkçe simultane tercüme ile gerçekleştirilecek.

Kamu, özel sektör, akademisyenler, inşaat malzemesi üreticileri, sivil toplum kuruluşları, üniversite öğrencileri, mimarlar, mühendisler, konut sakinleri, çevre gönüllüleri gibi birçok farklı kitleyi bir araya getirecek. 'Sıfır Enerji Binalar' hakkında bir iletişim ağı oluşturma fırsatı da sunan ZeroBuild Forum'20, yapı malzemeleri, yenilenebilir enerji, yalıtım, havalandırma, ısıtma, soğutma, ev otomasyonu, aydınlatma, ev aletleri, mimarlık ve müşavirlik hizmetleri gibi tüm ilgili alt disiplinleri ve tedarikçileri buluşturacak.

"Dünya çapında Sıfır Enerji Binalar", "Binalarda Enerji Verimliliği", "Pasif Binalar", "Enerji Yönetimi", "Yenilenebilir Enerji Sistemleri", "Enerjide Dijitalleşme" ve ilgili konular üzerine çalışan, ağırlıklı olarak bu projeleri farklı tip binalarda hayata geçirmiş ve bu sebeple yaşamış örnekleri kamuoyu ile paylaşabilecek uzmanlar forumda yer alacak.

Katılımcılar ZeroBuild Forum'20 kapsamında beş gün sürecek online sanal oturumlar ve sunumların yanı sıra Forum web sayfasında (www.zerobuild.org) bir portal niteliğinde tüm yıl boyunca 7/24, ülkemizin ve dünyanın önde gelen ve konusunda öncü, malzeme üreticisi, mimar, mühendis ve müşavirlik firmaları tarafından hazırlanan, Sıfır Enerji Binalar'ın dünyanın sorunlarına nasıl ve ne denli katkı sağladığını ve Sıfır Enerji Binalar'a ulaşmada ilgili alt disiplinlerin rollerini ve önemini anlatan poster bildiriler bulacaklar.

Bunun yanında, sektörel istihdama katkı sağlamak ve konu ile ilgili çalışan, çalışmak ya da staj yapmak isteyen öğrenciler ve profesyoneller ile işverenlerin buluşmasını sağlamak amacıyla, forum ile aynı periyotta, 23-27 Eylül 2020 tarihleri arasında düzenlenecek olan sanal Enerji Kariyer Fuarı'na da yine Forum web sayfasından erişebilecekler.

Ayrıca, Covid'19 süreci izin verirse, Türkiye'nin ilk ve tek pasif binası olan "Gaziantep Büyükşehir Belediyesi Ekolojik Bina"ya da bir teknik gezi düzenlemek istiyoruz.

**Siz özellikle ST Endüstri Radyo'daki programınız "Müdür Yollarda" ile de sürdürülebilirliğe dikkat çekiyorsunuz. "Müdür Yollarda"dan bahsediyoruz.**

**Öncelikle ZeroBuild'20 Turkey'den bahsedersiniz? Amacı, vizyonu, kuruluş hikâyesi ve gelecek planları nelerdir? Sizi bu projeyi düzenlemeye iten içgörü ne oldu?**

Sadece binalarda kullanmak için her sene yaklaşık 15 milyar dolar enerji ithal ediyoruz. Ülkemizin bir çok sorununa; konutlarda ve hizmet binalarında (ofisler, alışveriş merkezleri, hastaneler, okullar, vs..) enerji verimliliğinin artırılması, fosil yakıt kullanımının düşürülmesi ve aynı zamanda yenilenebilir enerji kaynaklarına odaklanılması ile büyük ölçüde katkı sağlanabilir.

Bu sebeple son dört yıldır Sıfır Enerji Binalar Gönüllüler Hareketi (Müdür Yollarda) olarak ülkemizde Sıfır Enerji Binalar ile ilgili kamuoyu oluşturabilmek için çalışıyoruz. Tüm diğer paydaşların da katkılarıyla bu konuda belirli bir farkındalık yaratılabildiğini düşünüyorum. Bizce bu noktada artık çalışmalarımızı bir adım öteye taşıyarak, kamuoyunu dünya örnekleriyle tanıştırmamız gerekiyor.

Kamuoyumuz artık "Sıfır Enerji Bina" ya da "Pasif Bina" dendiğinde gözünde birşey canlandırabiliyor. Yani "Almanya'da bir mumla ısınan evler varmış" ya da "Norveç'te ev halkının vücutlarından yayılan ısı ile ısıtılan evler varmış" gibi cümleleri sık duymaya başladık. Fakat bununla birlikte kamuoyu algısı, bu tür binaların çok ütöpik örnekler olduğu ya da yapılsa yapılsa ancak "NASA teknolojisi" ile yapılabileceği ve sadece müstakil evlerde veya villalarda uygulanabileceği yönünde. Daha da kötüsü, bu "ütöpiklik" önyargısı sebebiyle Türkiye'de sahip olduğumuz mühendislik, müşavirlik ve mimarlık bilgisi ya da ürün, üretim ve sanayi altyapısının bu tür binaların ülkemizde hayata geçirilmesine yeterli olmadığı veya olamayacağı yönünde.

Bu nedenle, dünyada birçok başarılı örneği bulunan, Avrupa Birliği'nde yeni inşa edilecek resmi binalarda 1 Ocak 2019'dan ve tüm binalarda 1 Ocak 2021'den itibaren zorunlu hale getirilen ve birçok ülkenin de eylem planlarında yer alan Sıfır Enerji Binalara dönüşüm konusunu, ZeroBuild Forum'20 'de her açıdan ve dünyanın dört bir köşesinden konunun uzmanları ile ele alacağız. Sanal ortamda beş gün sürecek etkinlikte, herkes istediği yerden online ve ücretsiz olarak oturumları takip edebilecek, sorularını konunun uzmanlarına iletebilecek.

Amacımız, dünya örneklerinin paylaşımı ile kamuoyuna bu işin "Kutup Yıldızı"ni göstermenin ötesinde

**TÜRKİYE'DE TÜKETİLEN ENERJİNİN YÜZDE 70'İ İTHAL EDİLİYOR; BU ENERJİNİN YÜZDE 30'UNDAN FAZLASIYSA BİNALARDA KULLANILYOR. ENERJİ TASARRUFU İÇİN EN HIZLI HAREKETİN BİNALARDAN BAŞLATILMASI GEREKTİĞİNİ MERKEZİNE ALAN ZEROBUILD FORUM'20'DE "SIFIR ENERJİ BİNALAR" MERCEK ALTINA ALINACAK. 23-27 EYLÜL'DE SANAL OLARAK GERÇEKLEŞECEK FORUMUN GENEL SEKRETERİ ÖZGÜR KAAN ALIOĞLU İLE SIFIR ENERJİ BİNALARI VE YALITIM SEKTÖRÜNÜN SÜREÇTEKİ ÖNEMİNİ KONUŞTUK.**

ZeroBuild Forum'20  
Genel Sekreteri  
Özgür Kaan Alioğlu

**misiniz, programın başlangıç hikâyesi nasıl gelişti? Müdür'ün bir sonraki durağı neresidir?**

Açık söylemek gerekirse "Sürdürülebilirliğe dikkat çekmek" bizim açımızdan çok iddialı bir cümle. Çünkü sürdürülebilirlik çok geniş bir kavram. Hatta bina özeline indirdiginizde dahi hala çok geniş bir kapsama alanı var. Biz ise, bu kapsama alanlarından sadece bir tanesine, yani binalarda enerji tüketimine ve bu tüketimin dünyanın kaynaklarına etkisinin en aza indirilmesine odaklanıyoruz. Dolayısıyla "sürdürülebilirlik" kavramının yüzlerce alt kırılımından sadece bir tanesi ile ilgili olarak kamuoyu farkındalığını artırmaya çalışıyoruz. Hem sürdürülebilirlik, hem de enerji verimliliği ile ilgili ülkemizde birçok kamu ve sivil toplum kuruluşu bulunuyor. Ancak ne yazık ki bu sivil toplum kuruluşlarımızda da yük sınırlı sayıda gönüllü kişinin omuzlarında kalıyor. Doğal olarak da sivil toplum kuruluşlarımızın hem maddi, hem de iş gücü anlamında bu kıt kaynakları, konuların ancak teknik boyutlarına eğilmesine yol açıyor. Daha açık söylemek gerekirse standartlar, teknik prosedürler, yönetmelikler, eğitimler ve mevzuat ile ilgili çalışmalardan, mevzuatı kamuoyuna anlatacak vakit ve kaynak kalmıyor.

İşte "Müdür Yollarda" da bu ihtiyaçtan ortaya çıkan bir hareket. Bilirsiniz, bizde bir şeyi bilen ya da iyi yapan kişiler için sık kullanılan bir kavramdır "Müdür". Yani, mahalle arasındaki bir büfenin sahibine bile sabah gazete alırken "Müdür günaydın" deriz. Yani "Müdür Yollarda"nın "müdür"ü kurumsal bir unvan olarak

## AMACIMIZ; DÜNYA ÖRNEKLERİNİN PAYLAŞIMI İLE KAMUOYUNA BU İŞİN 'KUTUP YILDIZI'NI GÖSTERMENİN ÖTESİNDE ÜLKEMİZİN SAHİP OLDUĞU MİMARLIK-MÜHENDİSLİK BİLGİSİ VE ÜRETİM-SANAYİ KABİLİYETLERİ İLE 'SIFIR ENERJİ BİNALAR'A ULAŞMANIN ASLINDA HIÇ DE ZOR OLMADIĞINI ORTAYA KOYMAK."

kaldık. Sağolsun bu süreçte ST Endüstri Radyo bizlere kapısını açtı. Başta radyonun kurucusu Recep Akbayrak ve Genel Müdürü Haydar İlk olmak üzere tüm çalışanlarına bizlere verdikleri destekten ötürü sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Bu vesileyle herkesi de ST Endüstri Radyo'yu takip etmeye davet ediyorum.

İnşallah, Covid'19 sonrası kaldığımız yerden devam edeceğiz. Memleket kalabalık, ülke büyük. İşimiz çok. Ama zor değil. Devam...

**Hem Zero Build hem de "Müdür Yollarda"yı göz önünde bulundurursak, özellikle yalıtım sektörünün sürdürülebilirlik çalışmaları dahilinde üstlenmeleri gereken sorumluluklar nelerdir?**

Biraz önce de bahsettiğim gibi "sürdürülebilirlik" kavramının yüzlerce alt kırılımından sadece bir tanesi "Sıfır Enerji Binalar." Sıfır Enerji Binalar'ı basitçe şöyle anlatalım. Önce binanın ihtiyacı olan enerji miktarını minimuma indireceğiz. Sonra bu minimuma indirdiğimiz enerji miktarını da yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılayacağız. Bildiğiniz gibi yenilenebilir enerji kaynakları, şu an için enerji depolama teknolojileri arzulan seviyede olmadığı için sürekliliği olmayan kaynaklar. Akşam güneş olmadığı için ya da rüzgâr esmediği zaman enerji temin edemediğimiz kaynaklar. Bu sebeple Sıfır Enerji Bina prensibi, iklim koşulları el vermediğinde, bina halen daha şebekeye bağlı olduğu

"müdür"ü değil, bir işi bilen anlamında "müdür"ü ifade etmekte. Doğal olarak "Müdür Yollarda" da aslında işi bilenlerin yollara düşüp bu teknik mevzuları herkesin anlayabileceği bir dille anlatmalarını sağlamaya, bunu yapmak isteyenleri motive ve teşvik etmeye ve mümkün olduğu kadar da desteklemeye çalışan bir hareket. Toplam kaç kişiye ulaşabildiğinden bağımsız olarak "Bir büyüktür Sıfır" felsefesiyle, hep bir fazla kişiye ulaşmayı hedefleyen bir hareket. Amacımız kamuda, özel sektörde ve STK'larda bu konuyla ilgili muazzam bir özveri ile çalışan meslektaşlarımıza olabildiğince kamuoyu desteği sağlamak, işlerini kolaylaştırabilmek ve onlara elimizden geldiğince moral desteği sağlayabilmek.

2018'de, "30 gün, 30 şehir, 30 bin kişi", 2019'daysa "40 gün, 40 şehir, 40 üniversite" sloganıyla yürüttüğümüz projemizde bu güne kadar hem birebir, hem de konvansiyonel, dijital ve sosyal medya kanalları vasıtasıyla yüz binlerce kişiye ulaştık. 2020'de de "50 gün, 50 şehir 50 STK" sloganıyla sivil toplum kuruluşlarına ulaşmayı planlamıştık ancak Covid'19 süreciyle bu seneki projeyi askıya almak durumunda

kaldık. Sağolsun bu süreçte ST Endüstri Radyo bizlere kapısını açtı. Başta radyonun kurucusu Recep Akbayrak ve Genel Müdürü Haydar İlk olmak üzere tüm çalışanlarına bizlere verdikleri destekten ötürü sonsuz teşekkürlerimi sunuyorum. Bu vesileyle herkesi de ST Endüstri Radyo'yu takip etmeye davet ediyorum.

İnşallah, Covid'19 sonrası kaldığımız yerden devam edeceğiz. Memleket kalabalık, ülke büyük. İşimiz çok. Ama zor değil. Devam...

**Hem Zero Build hem de "Müdür Yollarda"yı göz önünde bulundurursak, özellikle yalıtım sektörünün sürdürülebilirlik çalışmaları dahilinde üstlenmeleri gereken sorumluluklar nelerdir?**

Biraz önce de bahsettiğim gibi "sürdürülebilirlik" kavramının yüzlerce alt kırılımından sadece bir tanesi "Sıfır Enerji Binalar." Sıfır Enerji Binalar'ı basitçe şöyle anlatalım. Önce binanın ihtiyacı olan enerji miktarını minimuma indireceğiz. Sonra bu minimuma indirdiğimiz enerji miktarını da yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılayacağız. Bildiğiniz gibi yenilenebilir enerji kaynakları, şu an için enerji depolama teknolojileri arzulan seviyede olmadığı için sürekliliği olmayan kaynaklar. Akşam güneş olmadığı için ya da rüzgâr esmediği zaman enerji temin edemediğimiz kaynaklar. Bu sebeple Sıfır Enerji Bina prensibi, iklim koşulları el vermediğinde, bina halen daha şebekeye bağlı olduğu



için şebekeden borç enerji kullanımına izin vermekte. Ancak daha sonra, yani iklim koşulları el verdiğinde en az şebekeden aldığı borç kadar enerjiyi kendisinin yenilenebilir enerji kaynaklarından üreterek tekrar şebekeye vermesi kaydıyla. Yani "Sıfır Enerji Bina", bina hiç enerji kullanmayacak demek değil. Enerjiyi kullanacak, ancak en az dünyadan aldığı enerji miktarı kadar bir enerjiyi kendisi yenilenebilir enerji kaynaklarından üreterek tekrar dünyaya geri verecek. Bu sayede dünyadan aldığı ve verdiği denkleşecek ve dünyaya etkisi "Net Sıfır" olacak.

Yalıtım sektörü de, özellikle ısı ve su yalıtımı işte bu bahsettiğim birinci aşamada rol alıyor. Yani binanın ihtiyacı olan enerji miktarını minimuma indirme kısmında. Burada okuyucular belki şunu sorabilir "Binanın ihtiyacı olan enerji miktarını azaltmadan, kullanılan yenilenebilir enerji sistemini, yani elde edilen yenilenebilir

**'SIFIR ENERJİ BİNA', BİNA HIÇ ENERJİ KULLANMAYACAK ANLAMINA GELMİYOR. ENERJİYİ KULLANACAK, ANCAK EN AZ DÜNYADAN ALDIĞI ENERJİ MİKTARI KADAR BİR ENERJİYİ KENDİSİ YENİLENEBİLİR ENERJİ KAYNAKLARINDAN ÜRETEREK TEKRAR DÜNYAYA GERİ VERECEK. BU SAYEDE DÜNYADAN ALDIĞI VE VERDİĞİ DENKLEŞECEK VE DÜNYAYA ETKİSİ 'NET SIFIR' OLACAK.'**

↑  
"Yalıtım sektörü, hem binaların enerji talebini minimuma indirmede, hem de yenilenebilir enerji yatırımlarının maliyetlerini düşürerek ülkemizde bu yatırımların hızlanmasında çok önemli katalizör bir rol üstleniyor."

enerji miktarını artırarak Sıfır Enerji Bina'ya ulaşamıyor muyuz?". Cevap ne yazık ki "Hayır". Çünkü şu anda, sadece ülkemizde değil, tüm dünyada yenilenebilir enerji teknolojisi o seviyede değil. Mesela ülkemizde son yıllarda üzerinde çok durulan güneş enerjisi açısında konuyu ele alırsak, en yüksek performanslı güneş enerjisi PV panellerinin dahi verimliliği yüzde 25'ler seviyesinde. Yani binanın enerji talebini düşürmeden bu ihtiyacı yenilenebilir enerji kaynaklarından karşılamaya kalkarsak ya bu kadar güneş enerjisi panelini koyacak yer bulamıyoruz ya da çok yüksek yatırım maliyetleri ile karşılaşacağız.

Dolayısıyla yalıtım sektörü işte tam burada, yani hem binaların enerji talebini minimuma indirmede, hem de yenilenebilir enerji yatırımlarının maliyetlerini düşürerek ülkemizde bu yatırımların hızlanmasını sağlamak noktasında çok önemli ve katalizör bir rol üstlenmektedir.

Bu noktada sektörün, mutlaka yenilenebilir enerji sektörü ve yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilen enerjiyi en verimli şekilde binaya aktarması gereken mekanik tesisat sektörü paydaşları ile birlikte hareket etmesi gerektiği kanaatindeyim.

**Yalıtım sektöründe dünya markalarıyla rekabet eden bir Türk markası olarak ODE'nin bu yıl 35. yılını kutluyoruz. Sektörün içinden biri olarak değerlendirdiğinizde ODE hakkında neler söylemek istersiniz?**

Öncelikle samimi olarak bu cümleleri, Pusula dergisine röportaj verdiğim için söylemediğimi bilmenizi isterim. Birçok ortamda da aynı cümleleri defalarca kullanmışımdır. Sayın Orhan Turan ile tanışıklığım 22 yıl öncesine dayanmakta. Kendisi sektörden çok değer verdiğim bir büyüğüm olduğu için "Sayın Orhan Turan" diye hitap etmeye dilim dönmüyor. Benim için, Orhan Ağabey ile ODE'yi ayrı düşünmem mümkün de değil. Ben 24 yaşında yeni mezun genç bir mühendis olarak Türk Tesisat Mühendisleri Derneği'nde çalışmaya başladığımda Orhan Ağabey, Celal Okutan, Ömer Kantaroğlu, İhsan Önen, Hırant Kalataş, Rüknetin Küçükçalı, Engin Kenber, Hüseyin Erdem, Prof.Dr.Hikmet Karakoç, Orhan Gürson, Abdullah Bilgin, Filiz Pehlivan, Ayhan Razgat, Meriç Sapçı, Kevork Çilingiroğlu, Akdeniz Hiçsönmez ve beni başışlasınlar ismini saymadığım onlarca muazzam insanla birlikte derneğin kurullarında görev alıyordum. Şampiyonlar ligi gibi değil mi? O zamanlar bu insanların, hiçbir şahsi ihtiyaçları yokken mühendislik, meslek ve memleket için yaptıkları çalışmaları, gösterdikleri özveriye, katlandıkları fedakârlıkları ve mücadelelerini görmek genç bir mühendis olarak beni çok etkilemişti. Buradan tekrar hepsine şahsım, çocuklarım ve memleketim adına şükranlarımı sunuyorum. İyi ki varmışlar. İşte benim gözümde ODE, bu mücadelenin kurumsal hayatta vücut bulmuş halidir.



←  
Sıfır enerji binalar, "sürdürülebilirlik" kavramının yüzlerce alt kırılımından bir tanesi. Bu konudaki kamuoyu farkındalığını artırmaya çalışıyoruz.



# ODE Yalıtım'ın marka algısı bizi avantajlı kılıyor

KAŞ METAL, GÜMÜŞHANE'DE HAVALANDIRMA SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN HEMŞEHRİLERİN DAYANIŞMASIYLA ÇOK ORTAKLI BİR YAPIYLA KURULDU. ŞİRKET, GENİŞ MÜŞTERİ PORTFÖYÜNE SORUNSUZ BİR ŞEKİLDE HİZMET VEREBİLMEK İÇİN DOKUZ YIL ÖNCE SEKTÖRÜN VİZYONER MARKASI ODE İLE YOLUNU BİRLEŞTİRDİ. KAŞ METAL KURUCU ORTAĞI HAMDİ İLHAN, ODE İLE İŞ BİRLİĞİNİN REKABETTE ALLERİNİ GÜÇLENDİRDİĞİNİ SÖYLÜYOR.



**Öncelikle sizi tanımak isteriz. Kaş Metal'in kuruluşu ve ODE iş birliğine kadarki süreçten bahsedebilir misiniz?**

Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesinden mezun oldum. Bir dönem avukatlık mesleğini icra ettim. Memleketim olan Gümüşhane Kaş Beldesi insanların neredeyse tamamına yakını, havalandırma sektöründe faaliyet gösteriyordu. Hemşehrilerimin; havalandırma sektörünün üretim ve montajında kullanılan malzemelerin tedariki konusunda kooperatif tarzında, çok ortaklı kurumsal bir yapının kurulması fikri ortaya çıkınca, şahsımın da bu yapı dışında kalması elbette söz konusu olamazdı. Başta hemşehrilerimin gayretleriyle, kurduğumuz organizasyonumuz 13 yıl gibi şirketler için çok uzun bir zaman olmamasına rağmen, havalandırma sektörüne farklı bir ivme ve konsept kazandırmayı başardık.

Bizden önce havalandırma sektöründe faaliyet gösteren imalatçı firmalar; havalandırma kanalı üretiminde kullandıkları malzemelerini değişik onlarca firmadan tedarik ediyorlardı. İzolasyon ürünlerini, havalandırma sarf malzemelerini, kanal üretiminde kul-



← Kaş Metal Kurucu Ortağı Hamdi İlhan

lanılan paslanmaz sac, alüminyum sac, galvanizli sac gibi metal ürünlerini, flanş, köşe, flanş klipsi gibi sarf malzemelerini, montajda kullanılan flexible hava kanallarını farklı farklı firmalardan tedarik etmeye çalışıyorlardı. Bu durum havalandırma sektöründeki firmalarımızın maddi ve zaman kaybı dışında, firmalarımıza tedarik, takibat ve finansal sıkıntılar da doğurmaktaydı.

Biz, Kaş Metal olarak; tüm bu malzemeleri tek noktadan firmalara sunarak onları ciddi bir külfetten kurtarmış olduk. Aynı zamanda ilk defa bu konseptte malzeme satarak bizden sonra kurulan, bizden önce sadece daha önce saydığım kalemlerden birini veya birkaçını

satan firmalar da bu konseptte dönüşmüş oldular. Kaş Metal'in en büyük özelliği; müşterilerine en iyi malzemeyi, en uygun şartlarda tedarik ederek, zamanında ve güvenilir şekilde ulaştırması. Her ürün çeşidinin piyasadaki en kalitelisini tedarik etmeye başlayan Kaş Metal'in izolasyon malzemeleri sektörünün marka ismi ODE Yalıtım ile karşılaşması da kaçınılmaz oldu.

**Kaç senedir ODE bayisisiniz? ODE ile bir araya gelmeniz nasıl oldu? Sizi ODE bayisi olmak için motive eden faktörler nedir?**

Bu yıl itibarıyla Kaş Metal – ODE Yalıtım

iş birliği dokuzuncu yılına girdi. Havalandırma sektöründe hakim firmalara hitap eden Kaş Metal'in ciddi satış sirkülasyonuna sorunsuz şekilde hitap edecek, müşteri memnuniyeti açısından kabul ve onay görecektir bir markayla yola devam etmek firmamızın tercihi ve motivasyonu olacaktır. Bu yüzden ODE ile iş birliğimiz kaçınılmazdı.

**Kaş Metal olarak hangi ürün ve hizmetleri sunuyorsunuz? Gelecek planlarınız neler?**

Kaş Metal, her türlü metal ürünlerin ana bayi tedarikçisiyiz, aynı zamanda satışını yapmaktayız. Galvanizli rulo ve paket sac, paslanmaz rulo ve paket sac, alüminyum rulo ve gofrajlı sac, havalandırma kanal bağlantı ekipmanlarının parçalarından olan flanş, köşe, klips, kelepçe, perfore, civata, somun, pul, akıllı vida, U profil, C profil, L profil, boyalı ve galvanizli trapez, vs. Yine bu havalandırma kanal sınıfını destekleyen izoleli ve izolesiz olmak üzere flexible hava kanalı ürünlerinin ve fan grubunun ticaretini yapıyoruz.

Yalıtım ve izolasyon malzemelerinde de bölgemizin stoklu tedarikçilerindeniz. Kauçuk boru, kauçuk levha, cam yünü, taş yünü, folyolu boru ürünleri, klima levhaları, lifli sınıf ürünlerinden silteler, ses akustik yalıtım ürünleri, kauçuk bant, PVC bant, alüminyum bant, yapıştırıcı, askı pim, vs.

Ana satışımızın büyük kısmını bayisi olduğumuz üretici fabrikalardan müşterilerimizin imalathanelerine ve şantiyelerine doğrudan sevk etmekle birlikte; Zeytinburnu Demirci-

ler Sitesi 8.Yolda bulunan ofis ve depolarımızda ciddi bir stok seviyesi ile müşterilerimize hizmet etmekteyiz.

Kaş Metal'de gelecek vizyonumuzu; kapasite artırımı, ek yatırımlar, depolama ve sevkiyat alanlarını genişleterek müşteri portföyünü geliştirmek, ihracat kapasitesini artırmak, kalifiye ve profesyonel kadrolarla

**BAYRAĞINI TAŞIDIGIMIZ ODE YALITIM; KURUMSAL KİMLİK YAPISIYLA, GENİŞ ÜRÜN PORTFÖYÜYLE BAYİLER İÇİN KATMA DEĞERİ YÜKSEK ÜRETİCİ BİR FİRMA. BUNCA YILLIK SEKTÖREL TECRÜBESİ, İSTİKRARLI ÜRETİM AĞI VE ÜRÜN KALİTE ANLAYIŞIYLA, BİZLER İÇİN ROL MODEL.**

kurumsal bir yapı oluşturarak, gelecek yıllarımızı değer yaratmak prensibi üzerine inşa etmek arzusundayız.

Bunun yanında flanş ve bağlantı ekipmanları üreten imalatçı firmamız Ductline Bağlantı Ekipmanları ile de üç yıldır imalat sektörüne hizmet etmeye devam ediyoruz.

**ODE Yalıtım'ın 35. yılını kutluyoruz. Bu süreç boyunca ODE'nin sizin açınızdan önemli olduğunu düşündüğünüz kilometre taşları nelerdir?**

ODE Yalıtım kurumsal kimlik yapısıyla, geniş ürün portföyüyle bayrağını taşımaktan dolayı biz bayiler için katma değeri yüksek bir üretici. Bunca yıllık sektörel tecrübesi, istikrarlı üretim ağı ve ürün kalite anlayışıyla, bizler için rol model alınacak bir firma. Hem mekanik, hem de yapı gurubundaki ürün portföyü, Türkiye'nin lokomotif sektörü olan inşaat, ODE Yalıtım'ın marka algısının müşteri gruplarımızda çok daha yaygın olarak bilinmesine ve yaygınlaşmasına neden oluyor. Bu da çoğu projede veya alt bayilerimizde, rakiplerimize karşı bizleri daha avantajlı hale getiriyor.

35 yıllık mazisiyle sektörde haklı bir yer edinmiş olan ODE Yalıtım'a olan güven ve beklenti ODE Yalıtım'ın haklı gururu olmakla birlikte, ODE Yalıtım'a ve biz ODE Yalıtım bayilerine de bu güvene layık olmak anlamında ciddi sorumluluklar yüklemekte. Bu sorumluluk ve bilinçle ODE Yalıtım ve bayiler olarak ortak dili konuşarak, sektörde hep öncü olmaya devam edeceğimize inanıyoruz.

**ODE bayisi olmak işinize ne gibi katkılarda bulundu, avantaj olarak söyleyebilecekleriniz nelerdir?**

ODE Yalıtım'ın marka algısı, geniş ürün portföyü, kalitesindeki süreklilik, sevkiyat ve bilişim sistemleri, biz bayiler için hem elimizi güçlendiren hususlar, hem de kendi şirketlerimizde de ODE Yalıtım'ın vizyoner ve gelişimci modellerini uygulayabilmemiz açısından yol gösterici bir rol model olarak gözükmemekte. Eğitime verdiği önem, piyasalardaki gelişmiş öngörüler, vizyoner ve girişimci tarafları, hep bizler için sistemlerimizi ve bireysel olarak biz şirket çalışanlarımızı geliştirici yanları. ODE Yalıtım'ı takip etmek, bizlere sundukları hizmetlerden yararlanmak, bizi sektörde rakiplerimize karşı pozitif anlamda ayırttırmakta ve daha doğru, hızlı karar vermemize neden oluyor.

# “ODE, bayiliğini aldığımız ilk firmalardan”

YOLUNA 30 METREKARELİK BİR DÜKKAN VE BİR ÇALIŞANLA KURULAN BAŞLAYAN ED YAPI, BUGÜN 2000 m2 KAPALI, 7000 m2 AÇIK STOK ALANININ YANI SIRA GENİŞ ÜRÜN VE HİZMET YELPAZESİYLE HEM YURTIÇI HEM YURTDIŞI PAZARDA FAALİYETLERİNE DEVAM EDİYOR.



**Öncelikle sizi tanımak isteriz. Ed Yapı'nın kuruluşuna ve ODE işbirliğine kadarki süreçten bahsedebilir misiniz?**

Şirketimiz 2000 yılından beri sektörde faaliyet gösteriyor. Ürün portföyümüzde; ısı, ses, su ve yangın yalıtım ürünlerinin yanı sıra beton katkıları, zemin kaplamaları ve teknik ürünler bulunuyor. ODE Yalıtım ile tanışmamız yaklaşık 19 yıl oldu, bölgedeki ilk bayilerinden biriyiz. İlk cam yünü sevki yapılan bayilik ödülü almıştık. İsim benzerliğimizden kaynaklı genelde telefonda soranlar “ODE Yapı mı?” bile derler.



Ed Yapı Yönetim Kurulu Başkanı Emre Düşmez

**Ed Yapı nasıl kuruldu? Düünden bugüne nasıl gelişti?**

Ed Yapı 2000 yılında 30 metrekare bir dükkanı ve bir çalışanı olan bir şirket olarak kuruldu. 2007 yılında, şu anda da yerleşik bulunduğu adresine taşındı ve bu adreste 2000 m<sup>2</sup> kapalı, 7000 m<sup>2</sup> açık stok alanı bulunuyor. Ardından 2010 yılında Elazığ'daki ilk EPS fabrikası kuruldu. Daha sonra 2012'de Yapı Kimyasalları, 2014 XPS Üretimi ve 2016 yılında Boya Üretim Tesisi kuruldu. Şu an yaklaşık 150 personel ile yurti-

“ODE BAYİLİĞİ BİZİM İÇİN ÇOK AYRICALIKLI, BUNU AYRICALIKLI KILAN İKİ BÜYÜK UNSUR BULUNUYOR; ORHAN BEY'İN ELAZIĞLI OLMASI VE BAYİLİĞİNİ ALDIĞIMIZ İLK FİRMALARDAN OLMASI.”

çi ve yurtdışı pazarındaki yerini koruyor.

**ODE Yalıtım'ın 35. yılını kutluyoruz. ODE bayisi olmak işinize ne gibi katkılarda bulundu, avantaj olarak söyleyebileceğiniz nelerdir?**

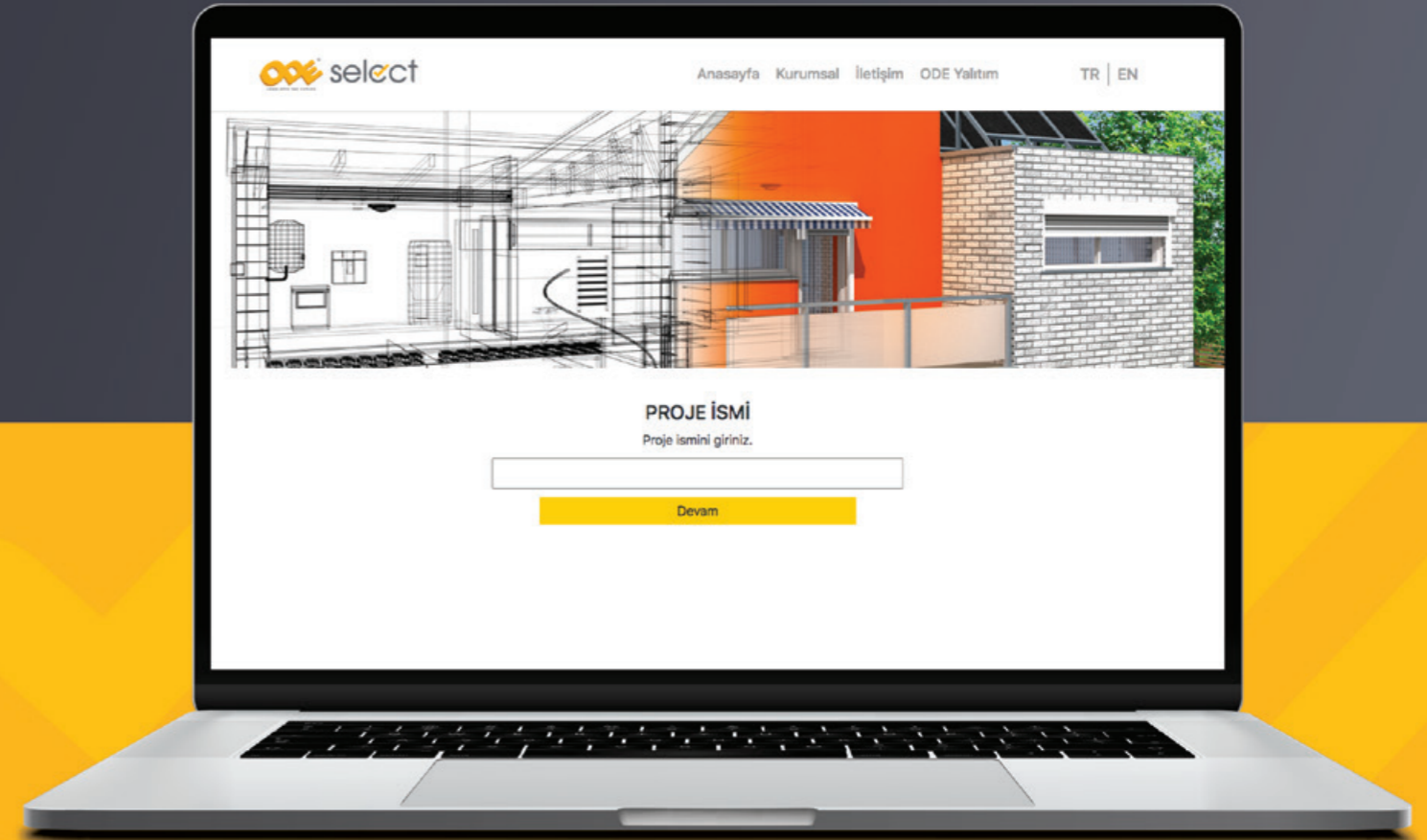
ODE Bayiliği bizim için çok ayrıcalıklı, bunu ayrıcalıklı kılan iki büyük unsur bulunuyor; Orhan Bey'in Elazığlı olması ve bayiliğini aldığımız ilk firmalardan olması.

Birlikte daha güzel yarınlara, saygılarımızı sunuyoruz.

SİZİN İÇİN SU YALITIMINI KOLAYLAŞTIRAN

**ODE** select  
ARTIK BURADA!

[www.odeselect.com.tr](http://www.odeselect.com.tr)



**odeselect.com.tr'ye girin.**  
Projenizin özelliklerini girin. Projenize uygun sistem seçeneklerini **anında görün.**

**ODE**  
INSULATES THE FUTURE

**İSİM BENZERLİĞİMİZDEN KAYNAKLI GENELDE TELEFONDA SORANLAR ‘ODE YAPI MI?’ BİLE DERLER.”**

# Beklenmedik krizler ve nakit akışının önemi

KRİZLERE GEREKLİ HAZIRLIKLARIN YAPILARAK GİRİLMİŞ OLMASI, BU DÖNEMDE KONTROLÜN ELDEN BIRAKILMASINA NEDEN OLMAMALI. BU DÖNEMDE DE KARDAN DAHA ÇOK NAKİT YARATAÇAK AKSİYONLARIN İKİNCİ PLANA İTİLMEMESİ VE İHTİYATLI OLUNMASI SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK AÇISINDAN ÖNEMLİ.



ODE Mali İşler  
Genel Müdür  
Yardımcısı  
Kemal Direk

## 2

2020 yılında tanık olduğumuz gelişmeler ekonominin küreselleşme sürecinin yaşandığı 20 ve 21. yüzyılda karşılaşılan tüm örneklerin dışında bir tablo ortaya koymuştur. Buna benzer dünya çapında krizlerin muhtemelen 20. yüzyılın ilk yarısında Birinci ve İkinci Dünya Savaşları sırasında yaşanmıştır. Ancak doğal olarak o dönemlerde ekonomik ilişkiler henüz bu derece karmaşık ve global değildi. İnsanların tüketim ve refah alışkanlıkları bu derece üst seviyede değildi. Buna rağmen o dönemlerde bile krizlerin toplumlar ve bireyler üzerindeki etkisi uzun yıllar sürmüş, ekonomik ve siyasi ilişkilerin yeniden belirlenmesi kaçınılmaz olmuştur.

Sonraki yıllarda ise küreselleşme ve ekonomik ilişkilerin daha karmaşık olduğu, yerkürenin birbirinden en uzak noktalarındaki faktörlerin tüm dünyayı etkileyeceği ve 'Kelebek Etkisi' tanımının yapılmasına neden olacak bir ekonomik ilişkiler ekosistemine evrilmiş durumdayız. Bu tabloya rağmen şu an henüz tam da hangi



aşamasında olduğumuza ilişkin tanımlamakta zorlandığımız PANDEMİ etkenli krizde ise olayın etkisi ile doğru orantılı bir hasar oluşmadığı gözlemlenmektedir.

Oysaki, bütün yerküre ve belli sektörler haricinde tüm sektörleri etkileyen bu devasa kırılma benzetmek gerekirse belki 9'un üstündeki bir depreme benzer bir durum yaratmıştır. Bir adım sonrası belki de insanlığı artık ilerlemeye değil, birkaç çağ önceki ekonomik ilişkilere taşıyacak hale gelecekti. Ancak henüz şu aşamada bu kırılmaya paralel bir hasar oluşmadığının not edilmesi, bunun gelecekte kriz süresinin uzaması veya takip eden başka artçı krizlerin oluşmasına zemin hazırladığı göz ardı edilmemelidir.

### Tüm insanlık ve ekonomik ilişkiler sarsıldı

Bu krizin yakın zamandaki büyük krizlerden en önemli farkı uluslararası ilişkilerden, iklimden veya ekonomik parametre veya siyasal dengelerden kaynaklanmamakta, kişilerin veya firmaların nispeten önceden satın alabilecekleri, hazırlık yapabilecekleri veya öngörülmüş bir risk olmamasıdır. Hiç hesapta yokken, kimsenin

beklemediği bir zamanda, kimsenin beklemediği bir etkide ve büyüklükteki bu kriz ile karşılaşıldı ve istisnasız tüm dünya etkilendi, tüm insanlık ve beraberinde tüm ekonomik ilişkiler sarsıldı, herkes çaresiz kaldı, çözüm üretmekte başarısız olundu, ne zaman sona ereceğine ilişkin ise şu günlerde bile tahmin yürütülmekte zorlanılmakta ve nerdeyse bu süreci "Yeni Normal" olarak tanımlamak suretiyle sanki hiç bitmeyecek bir süreç gibi algılanmaya başlandığı görülmektedir.

İşte risk ve kriz de tam da bu durum için geçerlidir... Her zaman bu olağanüstülükte ve her zaman bu etkide olmasa da, hiç beklenmeyecek şekilde bu durumlar var ve bunu öngörebilen veya bunu iyi yöneten işletmeler ve ülkeler süreç içinde veya sürecin sonunda karlı çıkacaktır.

Tüm bu olağanüstü büyüklük ve yıkıcılığa rağmen gerek ekonomi bileşenleri, gerekse ülkeler, şirketler ve bireyler bu durumdan az veya çok mutlaka etkilenseler de, henüz ▶

**“HER KRİZ MUTLAKA BİTECEK, DÜŞENLER VE KOŞANLAR OLACAKTIR. SİZ TEDBİRLERİNİZİ ZAMANINDA ALDIYSANIZ KOŞANLARDAN OLACAKSINIZ.”**

bu tablonun etkisiyle doğru orantılı bir şekilde üretim ve tüketim dengelerinde çok olumsuz durumlar ile karşılaşılması, kapanan veya iflas eden firma sayısı oldukça az ve herkes bu kriz döneminin bitimine endeksli bir iyileşmeyi satın alarak işlerini yürütmeye çalışmaktadır.

Zaman zaman kötü örnekleri olsa bile, mal ve hizmet üreten firmaların belli bir kapasitede iş yapmaya devam etme çabaları, çalışan-işveren ilişkilerinde hükümetlerin de aldığı rolle insanların hiç olmazsa asgari seviyede gelir elde etmelerine yönelik düzenlemeler bu global krizin muhtemel yıkıcı etkisini şu ana kadar asgari seviyede tutmuş görünüyor. Burada ülkelerin özellikle gelecek kazanımlarından da fedakarlık ederek firmaların likidite sorunlarını belli ölçüde aşmakla ilgili aldıkları yük tüm bu tablonun şu ana kadar daha kötü olmamasını sağlayan en önemli faktör olmuştur.

## Kriz içerisinde, yeni krizlere hazırlıklı olmak

Diğer taraftan bu tablonun daha ne kadar devam edeceği, firmaların likidite sorunlarını bu ek destekler bittiğinde aşım aşamayacakları muhtemelen firma ve sektörler göre değişkenlik arz edecektir. Ama bu sürecin herkes tarafından sorunsuz atlatılabileceği beklentisi ise yanlış bir beklenti olur. Normalleşme sürecinin seyri bu anlamda çok önemli olacaktır. Salgının devam süresiyle ilgili belirsizlik uzadıkça şu ana kadar oluşan hasarın daha fazlasını bu sürenin uzaması ile yaşamak kaçınılmaz olacaktır.

Şu şekliyle tüm şirketlerin aslında kriz içerisinde yeni krizlere göre plan yapmaları en doğru yaklaşım olacaktır. Bu yaklaşımın karşılık bulması da ancak bu ve benzeri tüm zamanlarda olduğu gibi firmaların tüm planlarını nakit akışı üzerine kurmaları ile mümkün olabilecektir. Gerek yatırımcıların, gerek ekonomi profesyonellerinin, gerek akademisyenlerin, gerekse ekonomi veya finansla en ilgisiz kişilerin artık yadsıyamayacağı bir gerçek var ki, o da şudur; firmalar çoğunlukla ciro veya kar nedeniyle değil, finans akışındaki dengesizlikler nedeniyle faaliyetlerini sürdürmez hale gelirler. Borç ve alacaklarınız bir dengede olmazsa veya borç ve alacakların vadeleri itibarıyla bir dengesizlik varsa... Başta stoklar ve alacaklar olmak üzere kaynaklarınızı iyi yönete-



miyorsanız veya ülkemizde çokça karşılaştığı üzere alacaklarınız TL, yükümlülükleriniz döviz ise veya yatırımlarınızı uzun vadeli döviz ile finanse edip bunu kısa vadeli döviz girişleriyle kapatmaya çalışıyorsanız, içinde bulunduğumuz kriz veya benzeri başka bir krizde darbe almamak veya faaliyetlerinizi sonlandırmamak için şans dilemek dışında bir seçeneğiniz olmayacaktır.

Bu sürecin şu anda bu ölçüde düşük hasarla ilerliyor olması yanıltıcı olmamalıdır. Tüm dünyada mal ve hizmet üretiminin durduğu, turizmin sıfırlandığı böyle bir sürecin tüm dünyayı fakirleştirmek dışında şu anda etkisine paralel bir hasar oluşturmadığını, ancak bu durumun korunmasının belli riskler içerdiğini unutmadan işlerin yürütülmesi en doğru hareket tarzı olacaktır. Bunun için de yeni bir riskle karşılaşmadan önce

↑  
Bu krizin diğerlerinden en önemli farkı uluslararası ilişkilerden, iklimden veya ekonomik parametre veya siyasal dengelerden kaynaklanmamakta, kişilerin veya firmaların nispeten önceden satın alabilecekleri, hazırlık yapabilecekleri veya öngörülmüş bir risk olmamasıdır.

“KRİZ DÖNEMİNDE FIRSAT GİBİ GÖRÜNEN BAZI TUZAKLARA DA DÜŞMEMEK GEREKİR. FİRMALAR, FİYATLARIN DÜŞMESİNİN CAZİBESİNE KAPILIP HIZLA PARAYA ÇEVİRİLEMeyecek ALIMLARDAN KAÇINMALIDIR.”

Bu nedenle muhtemel tüm hedefler için en az iki yol seçeneğiniz olmalıdır. Nakit akışı ve likidite ne kadar önemliyse, o kadar da basittir aslında, yaratıcı ve mucizevi çözüm yolları aramaya gerek yoktur. Ekonomi kitaplarının daha ilk sayfalarında yer alan temel prensiplere aykırı hareket etmemek yeterlidir. Krize ilişkin hazırlıklarınız tamamsa kriz anında size düşen savaş odasında kriz sürecini fırsata çevirmenin yollarını aramaktır. Her kriz mutlaka bitecek, düşenler ve koşanlar olacaktır. Siz tedbirlerinizi zamanında aldığınız koşanlardan olacaksınız. Herkesin krizle uğraştığı sıkıntılı kriz günlerinde ise alacak-borç-stok dengelerinin iyi yönetilmesi kadar bunun dışındaki kaynakların da iyi yönetilmesi, başta insan kaynağı, müşteri ve tedarikçiler olmak üzere tüm paydaşların korunmasına ve geliştirilmesine ve kriz sonrasındaki döneme hazırlanılmasında büyük fayda olacaktır.

Tabii söz konusu nakit akışı ve likidite olduğunda, kriz dönemlerinde fırsat gibi görünen bazı tuzaklara da düşmemek gerekir. Kriz süreçlerinde firmaların fiyatların düşmesinin cazibesine kapılıp hızla paraya çevrilemeyecek sabit kıymet tarzı alımlardan da kaçınması gereklidir. Krizlerin süresi ve çevremizdeki faktörlere ne derecede etki edeceğini kestirmek çoğunlukla belirsizlikler içermektedir. Krizlere gerekli hazırlıkların yapılarak girilmiş olması, bu dönemde kontrolün elden bırakılmasına neden olmamalıdır. Bu dönemde de kardan daha çok nakit yaratacak aksiyonların ikinci plana itilmemesi ve ihtiyatlı olunması sürdürülebilirlik açısından önemlidir. Özellikle ülkemizdeki şirketlerin yüzde 80'ninin beş yıl içerisinde ve çoğunlukla da nakit akışlarını iyi yönetmemelerinden ve mali borç yükleri nedeniyle sona erdiğini hiçbir zaman unutmamak gerekmektedir.

alınabilecek ne tedbir varsa bugün alınmalı, benzetmek gerekirse savaş öncesi hazırlık yapar gibi siperler hazırlanmalı, daha kötü senaryolarla karşılaşılması ihtimali yabana atılmamalıdır.

Savaş odasında kriz sürecini fırsata çevirmek

Krizlerle yüzleşildiğinde artık tedbir almak için çok geç kalınmıştır. Doğal olarak panik başlar. Tedbir alma şansınız ya hiç olmayacak ya da maliyeti yüksek tedbirler alınmasına razı olacaksınız.



**Ayça Gürkol Yavuz**  
İnsula İletişim  
Kurucu Ortağı

# Bildiğimiz iletişimin sonu mu? Pandemi iletişimi nasıl dönüştürdü

**EKONOMİK, PSİKOLOJİK, SOSYOLOJİK VE KÜLTÜREL KODLARIN YENİDEN YAZILACIĞI "POST KORONA" DÖNEMİ ARTIK YENİ GERÇEĞİMİZ. BU NEDENLE TÜM SEKTÖRLERDE OLDUĞU GİBİ İLETİŞİMDE DE "YENİ NORMAL" VEYA "YENİ GERÇEKLIK" DÖNEMİNE UYUM SAĞLAMAK, YENİ VE ÖZGÜN BİR YAKLAŞIM GEREKTİRECEK.**

**Dijitalleşme** ve globalleşme ile birlikte hem yaşam hem de çalışma alışkanlıklarımızın sürekli bir değişim halinde olması ve bu değişime adapte olmak için yapılanlar, uzun yıllardır neredeyse tüm sektörlerin kilit iletişim mesajı olmuştur. Buna rağmen, pandemi süreci ile yaşadığımız dönüşüm, tüm bu mesajların anlatmaya çalıştığı teorik içeriği hiç beklenmedik bir şekil ve hızda uygulamaya taşıdı.

Pandemi süreci gerçek anlamda sosyal ve mesleki yaşamımızı dönüştürdü. Pandemi süreci öncesi yaptığımız veya planladığımız her şeyin, artık daha farklı bir şekilde ele alınması gerektiği. Virüsün getirdiği olumsuzlukları bir kenara bırakırsak, pandemi sürecinin dijital bir iş yapma sistemine geçişi ciddi ölçüde hızlandırmasını bu sürecin en önemli olumlu sonuçlarından biri olarak görüyorum. İnsanlık tarihinde büyük krizler sonrası büyük gelişmeler olması tesadüf değil. Zira insan doğası gereği sorunu bizzat yaşamadan çözüme uyum sağlayamıyor.

Ekonomik, psikolojik, sosyolojik ve kültürel kodların yeniden yazılacağı "Post Korona" dönemi artık yeni gerçeğimiz. Bu nedenle tüm sektörlerde olduğu gibi iletişimde de "yeni normal" veya "yeni gerçeklik" dönemine uyum sağlamak, yeni ve özgün bir yaklaşım gerektirecek.

Bu yeni ve özgün yaklaşımın en önemli bileşeni, hiç tartışmasız "sosyal fayda" iletişimi olacak. Pandemi süreci yalnızca dijitalleşmeyi hızlandırmadı, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının da ciddi bir testten geçmesine neden oldu. Bugüne kadar sosyal bir amaçları olduğunu ve etik kodlarını duyuran, çalışanlarına ve diğer tüm paydaşlarına ne kadar değer verdiklerini anlatan özellikle büyük ölçekli pek çok şirket bu taahhütlerini ispatlama fırsatı buldu.

**Pandemi süreci, "dijitalleşme" ve "insaniyet" kavramlarını tek potada eritti**

Yurt dışında yapılan bir araştırmaya göre, çalışanlar şirketlerinin sosyal bir amacı ve net değerleri olduğuna, ancak üst yönetim kısa süreli karlılıktan bu değerler uğruna feragat ederse inanıyor. Ülkemizde de dünyada da birçok şirketin pandemi sürecinde toplumun faydası için iyi niyetli çeşitli adımlar attığını ve stratejik açıdan doğru bir bakış açısıyla iletişimlerini de bunun üzerine kurduklarını gözlemledik. Ancak herkesin konuşacağı asıl konu, şirketlerin post korona sürecinde toplum için yaratıkları faydanın ne kadar öncelikli bir ihtiyaç alanından ve ne kadar sürdürülebilir bir proje etrafında yü-



rütüldüğü olacak. Çünkü ilginç bir şekilde pandemi süreci, "dijitalleşme" ve "insaniyet" kavramlarını tek potada eritmeyi başardı. Dijitalleşmenin, insan ilişkileri üzerindeki olumsuzlukları bir tarafa; herkesin üzerinde konuşacağı ortak bir konu olması, tüm insanlığı adeta yeniden bağladı. Daha anlamlı ve daha derin konuşmalar yaptıkça, kendimizi konuştuğumuz kişilere daha yakın hissetmeye başladık. Dolayısıyla, markaların miraslarını yarına bıkabilmeleri için toplumsal yatırımları konusunda her zamankinden daha cesur ve daha yaratıcı olmaları gerekecek. Artık gerçek anlamda sözler değil, aksiyonlar konuşacak. Post korona döneminde Türkiye'de sosyal ve toplumsal yatırımlarda "işsizlik ve yoksulluk", "KOBİ'ler ve mikro işletmeler", "aile içi şiddet", "uzaktan eğitim ve eğitime erişim", "fiziksel ve mental sağlık", "doğa/çevre duyarlılığı" ve "yaşlı refahı" konularının öne çıkacağını öngörüyoruz.

Bu alanlarda, Türkiye gerçeklerine uyumlu ve ihtiyacı karşılamaya yönelik hayata geçirilecek projeler; marka ve liderlerin paydaşları nezdindeki konularını yeniden belirlemesini sağlayacak.

Post korona için kuşkusuz en önemli öngörülerden biri de dünyanın daha az global ve daha az şehirli olacağına dair güçlü beklenti. Bu öngörünün gerçekleşmesinin en fazla etkileyeceği alanlardan biri de 'maalesef' ve 'iyi ki' iletişim. Zira daha az global ve daha az şehirli bir dünyada, yerel içeriğin önemi çok ciddi bir şekilde artacak. Jenerik cümleler artık kurtarıcı olmayacak; işinizi ve markanızı samimi bir şekilde anlatan özgün bir dil ve mesaj setine ihtiyacınız olacak. İletişim tonunuzu ve mesajlarınızı kendi gerçekliğinize göre değil, içinde bulunduğunuz ülke ve toplumun gerçeklerine

**↑** Post korona döneminde Türkiye'de sosyal ve toplumsal yatırımlarda "işsizlik ve yoksulluk", "KOBİ'ler ve mikro işletmeler", "aile içi şiddet", "uzaktan eğitim ve eğitime erişim", "fiziksel ve mental sağlık", "doğa/çevre duyarlılığı" ve "yaşlı refahı" konuları öne çıkacak.

**DAHA AZ GLOBAL VE DAHA AZ ŞEHRİLİ BİR DÜNYADA, YEREL İÇERİĞİN ÖNEMİ ÇOK CİDDİ BİR ŞEKİLDE ARTACAK. JENERİK CÜMLELER ARTIK KURTARICI OLMAYACAK; İŞİNİZİ VE MARKANIZI SAMİMİ BİR ŞEKİLDE ANLATAN ÖZGÜN BİR DİL VE MESAJ SETİNE İHTİYACINIZ OLACAK.**

göre belirlemeniz artık yalnızca iletişim profesyonellerinin önerisi olmaktan çıkacak. Üst yönetimin içselleştirmesi ve bizzat dahil olup takip etmesi gereken bu konunun, post korona dönemi iletişiminin en önemli meydan okuması olacağına ve bunu hakıyla yapan liderlerin oyunun kazananları olacağına inanıyorum.

**İç iletişimin önemi artacak**

Post korona döneminin unutulmaması gereken en önemli iletişim disiplini ise hiç tartışmasız "iç iletişim" olacak. Korona süresince insan kaynakları ile birlikte ön saflarda yer alan iç iletişim ekiplerinin önemi, post korona döneminde artarak devam edecek. Etkili bir iç iletişim, artık tartışmaya açık bir konu değil. Post korona sonrası uzaktan çalışmanın kalıcı hale gelmesi ve çevik ekiplerin artmasıyla çalışanlarla nasıl daha etkili bir şekilde iletişim kurulacağını herkesin yeniden gözden geçirmesi gerekecek. İç iletişim araçları da çevik hale gelecek ve insanlara nerede olurlarsa olsun ulaşabilecek şekilde kendini yenileyecek. İçerik ve mesajların da insanlara evlerinde, yemek masalarında veya herhangi bir çalışma alanında ulaşacağı şekilde adapte edilmesi gerekecek. Şirketlerin çalışanlarının bütünsel iyi olma halini takip ettikleri kurumsal well-being trendi ise yükselmeye devam edecek.

Özetlemek gerekirse; korona sonrası dönemde iş sürekliliği için iç ve dış iletişim disiplinlerinin, teknoloji ve liderliğin doğru bir karışım ve çevik bir yaklaşım ile ele alınması yeni gerçekliğimiz olacak. Bu dönemde zorluklar yerine fırsatlara odaklanılarak geleceğin yeni iletişim yöntemlerinin keşfine şahit olacağımıza inanıyor ve iletişim ile fark yaratacağımız yeni bir dönem diliyorum.

# SUMMARY

Pusula Magazine, the reference publication of the insulation industry continues to guide the business and economic world with its distinctive journalism approach. Welcoming its readers with rich content in its 73rd issue, Pusula presents striking subjects and stories.

This year, ODE Insulation celebrates its 35th anniversary and a history of success it has been writing since the day of its founding. Today ODE Insulation is the largest player in the Turkish insulation sector with a hundred percent local capital and competes with world giants in the global arena. Our main subject features the significant breaking points in ODE Insulation's vision of becoming a "Global Brand". ODE's 35 year history is a roadmap that can broaden horizons for the business world and for entrepreneurs. As Orhan Turan, Chairman of the Board of Directors of ODE Insulation tells the story of ODE from its first days, and says, "It is ODE's responsibility and mine to be the role models." Orhan Turan asserts ODE's foresight in taking brave decisions at defining moments and the objectives the company aspires to reach.

35 years of ODE from a different perspective were reflected on the pages of Pusula from the account of former employees and friends of ODE who have maintained their bond of love with the company since the past. People who crossed paths with ODE from past to today as well as people who have not given up calling themselves a member of the ODE family told us about ODE and about the culture of being part of the ODE family.

Another subject featured in Pusula focuses on brands that have remained standing for many years and how they succeeded in doing this. Engin Tuncer, Chairman of the Century-old Brands Association points out the importance of the process of reputation management in long-established brands. Serdar Aslan, author of the book "Söyleyince Kızıyordur" ("They Get Angry When You Tell Them") and General Manager of Ferdinand Bilstein TR offers a new take on the world of business and explains the damage that will be wrought when the executive's ego takes precedence over common sense. Professor Mehmet Melemen, PhD, Lecturer At Marmara University sheds light on the question of "Why are companies so short lived?" while Ali Çiçekli, Leader at Deloitte Private Turkey says, "The transfer of DNA codes between generations is as important as financial success."

ODE maintains its dynamism through the hardships of 2020. The ODE News section where the developments and innovations in the company are presented, related the new assignments to the ODE team, including the assignment of Gizem Özgüney and Olcay Yultay to the company. As is the case in the whole world, Turkey is experiencing troubled times due to the pandemic. During this period, ODE managers, trying to keep the motivation of their employees at the highest level, made a morale visit to their employees in Çorlu and Eskişehir. As career days held at universities were moved to virtual platforms because of the pandemic, ODE met with students of Okan University. Students and fresh graduates were told of ODE and given detailed information regarding career opportunities and internship applications. ODE did not forget its former employees who have had a share in its success, as it celebrates its 35th anniversary. ODE News includes the story of how Orhan Turan, Chairman of ODE Insulation

met with his former employees online.

ODE Insulation, which welcomes the crisis periods calmly and is always prepared for the post-crisis period, does not give up investment plans during the ongoing epidemic process. Orhan Turan, Chairman of the Board of Directors of ODE Insulation states that they are continuing their investments in all areas led with R&D, manufacturing, and export without breaking speed. Another story featured on the ODE News pages is "35 years from the perspective of friends of ODE". The story features leaders of the business world and of the insulation sector who have closely witnessed the growth of ODE.

In Technical Insulation pages Ayşe Miray Şen, Technical Office Executive of ODE, penned an article underlining the significance of waterproofing in extending the life of buildings in Turkey where 95 percent of the population live on seismic bands. İlder Kahraman, Product Manager of ODE Insulation stated that ODE had asserted its technological leadership through new products, and related that the major investments made in bituminous membranes had paid off with the new products created.

Derya Gürbüz İlgaç, Quality Assurance Director at ODE stated that the reductions in brand value resulting from customer dissatisfaction was not included in the list of calculable items in the quality costs of enterprises. Onur Yıldırım, Director of R&D and Innovation at ODE shared information on ODE's "Best Practice" applications on the company's path of becoming a global company. Yıldırım spoke of how "Best Practice" was a rising value in sectors pioneering technological development said these practices had been implemented in many areas in ODE particularly during the last five years.

Energy saving is very significant for future generations. "Zero energy buildings" will be discussed during the Zerobuild Forum '20 that will be held virtually on 23-27 September with a focus on the necessity of starting the most rapid energy saving initiative in buildings. In advance of the forum of which ODE Insulation is a sponsor, General Secretary Özgür Kaan Alioğlu spoke to Pusula of zero energy buildings and of the significance of the insulation sector in the process.

In our From the Agenda pages where Pusula keeps its finger on the pulse of developments in the world and in Turkey; Kemal Direk, Deputy General Director of Financial Affairs at ODE assessed current affairs with an article titled "Unexpected crises and the significance of cash flow." Ayça Gürkol Yavuz, Founding Member of İnsula İletişim addressed the events experienced during the coronavirus epidemic from a communications perspective, stressing that adapting to period of "new normal" and "new reality" would require a new and unique approach, the most significant component of which would be "social benefit communication."

In our Dealers page; Hamdi İlhan, founder of Kaş Metal related how his company had distinguished itself from the competition thanks to ODE's brand perception as a result of the collaboration that had been initiated 9 years ago. Emre Düşmez, Founder of another ODE dealer Ed Yapı mentioned the business advantages he could avail himself of thanks to his collaboration with ODE.



## TÜRKİYE'NİN EN KAPSAMLI SU YALITIM SİSTEMLERİ BROŞÜRÜNÜ GÖRDÜNÜZ MÜ?

Talep etmek için:





# BAŞARIMIZ 35 YILLIK BİR YOLCULUK BİR VARİŞ NOKTASI DEĞİL

Sektörün öncü markası olarak 35 yıl boyunca hiçbir başarımla yetinmedik. Bu topraklardan aldığımız güçle elde ettiğimiz her başarı bizi daha iyisini yapmak için motive etti. Hep yenilikçi, hep güvenilir, hep çevreye duyarlı kaldık. Ve yine önümüzdeki parlak yıllarda ilklere imza atmak için çalışacak, bu ülkeye ve insanına kazandırmaya devam edeceğiz.

