

Küresel Devlere Kafa Tutan Türk Markalar



YALITIMIN GELDİĞİ SON NOKTA!

ODE geldiği son noktada; son teknolojilerle donattığı toplam 35.000 m² kapalı, 120.000 m² açık alana sahip 5 modern üretim tesisiyle durmaksızın ilerlemeye devam ediyor.

Ayrıca 50'yi aşkın ülkeye yaptığı ihracatla, günlük 150 tur kapasitesiyle ve 150'den fazla bayi sayısı ile ODE, büyüdükçe büyüyor.

Diğer yandan sektörün gelişmesi için de büyük çaba sarfeden ODE, yaptığı araştırmalarla ve geliştirdiği ürünlerle de yalıtım sektörünün geleceğine ışık tutuyor.

Siz de yalıtımın geldiği son noktaya bakın...
Orada ODE'yi göreceksiniz.



• ISI YALITIMI • SES YALITIMI • SU YALITIMI • YANGIN YALITIMI

Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza Kat: 12 34384 Ökmezyanı - Şişli / İstanbul Tel: 0212 210 49 06 Faks: 0212 210 49 07

www.ode.com.tr

Başarıyı ulaşılmaz Kaf Dağı'nın ardında görenler arayışlarını sürdürürken, kendine inananlar aşacak yeni dağlar arıyor...

Yabancı hayranlığının hüküm sürdüğü yıllarda büyüyenler çok iyi bilirler. O günün gençleri çokuluslu şirketlere saygı duyar ama diğer yandan daha iyisini yapmak üzere bilenirlerdi.

Daha iyisini yapmak üzere koşulların olgunlaşması uzun bir zaman aldı ve o kuşak sabırla bugünlerin gelmesini beklemek durumunda kaldı. Oysaki bugünün işadamları olan o günün gençleri, geçmişte teknolojisini hayranlıkla izledikleri fabrikaların şimdi çok daha gelişmişine, ürünlerin çok daha kaliteli ve rekabetçisine sahipler. Ne mutlu ki inşaat sektörün yabancılarla rekabette at başı gidiyor.

Başarının gerisinde takımdaşlık duygusu var

Elbette başarıyı tek bir nedenle açıklamak doğru olmaz. Gerisinde sayısız etken varsa da olanakları ilkeler çerçevesinde uygulamak giderek öne çıkıyor.

ODE'de "yalın yönetim anlayışına" geçtiğimizi ve bu yaklaşımın gereği olarak da iç iletişime geçmişten çok daha fazla önem vereceğimizi duyurmuştuk. Öyle de yaptık, kenetlendik. 2012'nin ilk dört ayında ihracatımızı geçtiğimiz aynı döneme göre yüzde 55 oranında arttırmayı başardık. İçinde bulunduğumuz dönemi ve yakın coğrafyamızdaki krizi düşündüğümüzde normal piyasa koşullarında bile yüksek olan bu oran kanımca takdire şayandır. İhracatta gösterdiğimiz bu başarı bana umut veriyor.

Ekonomik göstergeler büyüme gösterirken hükümet ekonomik büyümeyi yüzde 4, inşaatteki beklentiyi de yüzde 8 ÷ 10 olarak işaret ediyor. ODE'nin hedefi ise çok daha büyük. Kendimizi agresif büyüme sürecine adapte ettik ve şirketimiz için yüzde 30'luk büyümeyi daha şimdiden öngördük. Beklentimiz ise bu oranı da aşacağımız yönünde.



Rakamlarla ifade edilen büyüme bana göre tatmin edici değil

Büyüme rakamlarla ifade edildiğinde bana mutluluk vermiyor. Ben ODE'nin büyüme rakamlarını, "paydaşlarımıza daha fazla katma değer yaratmak" olarak algılıyorum. ODE çalışanları bu inancımı yürekten destekliyor çünkü hepimiz biliyoruz ki büyük başarılar ortak bir çabanın sonunda geliyor.

ODE'nin kendine koyduğu hedef, sektörün yolunu açarken pazarın büyümesine de neden olacak. Dün olduğu gibi bugün de sektörün büyümesine, itibarının artmasına katkı sağlayacak ortak çabaların içinde olacağız. Bilinmelidir ki başarılı olmayı bireysel çıkışlar olarak değil sektörel bir sorumluluk olarak alıyoruz.

Geçtiğimiz günlerde büyüyerek bu günlere gelmemize katkı sağlayan İş Girişim'in ODE'deki varlığını iki tarafın da onayıyla nihayetlendirdik. Ne mutlu ki taraflar hem birlikte iş yapmaktan hem de bitirme sürecinde yaşananlardan keyif aldılar. Her bitişte alışlageldiği gibi gerginlikler yaşanmadı. Bu bile tek başına mutlu olmamızı sağlıyor. Daha önce de her vesile ile teşekkürlerimi dile getirmiştım ama sırası gelmişken bir kez daha ODE'ye güç katan İş Girişim'e ve yöneticilerine teşekkür etmek isterim.

Önümüzdeki sürecin zorlu olacağını farkındayız ancak hem kendimize hem de ülke ekonomisine katma değer yaratma konusunda verdiğimiz sözleri yerine getirme konusunda çabalarımız hiç durmadan devam edecek. Sektörümüzün de aynı düşüncelerle hedefine ulaşması dileğimizdir.

ODE Yönetim Kurulu Başkanı
Orhan Turan



Merhaba

Bitmek bilmeyen bir kışın ardından güneş nihayet yüzünü gösterdi. Bahar mevsimi bana yaz öncesi enerji depolamak, ruhen ve bedenlen yenilenmek için geçiş süreci gibi geliyor. Küresel ısınmanın da etkisiyle artık ara mevsimleri eskisi gibi doyasıya yaşayamadığımızı düşünecek olursak şu birkaç haftanın tadını çıkarın derim.

Tabii biz de bu arada durmadık, sizler için bahar sayımızda tadınıza tat katacak iki dosya konusunu sayfalarımıza taşıdık.

Bunlardan bir tanesi: “Global devlerle yarışan başarılı Türk markaları” Walt Disney: “Eğer hayal edebildiğin bir şey varsa, yapabilirsin. Onların peşinden gidecek cesaretin varsa, bütün rüyaların gerçek olabilir.” demiş. Bizde bu düşünceyle yola çıkmış ve firmalarını küresel alanda rekabet edebilecek düzeye taşımış 2 Türk şirketi ile sizler için görüştük, bu yolculukta nelerle karşılaştıklarını ve bu yola çıkacak kişilere neler önerebileceklerini sorduk.

İkinci dosya konumuz ise ODE olarak imza attığımız bir başarı daha... 2007 yılında İş Girişim ile yaptığımız ortaklıktan hisselerimizin tamamını alarak ortaklığımızı sonlandırdık. Budoğrultuda ODE'nin felsefesini de Walt Disney'in bir sözüyle özetlemek istiyorum: “İmkansız yapmak bir çeşit eğlencedir.” ODE başlangıçta imkansız olarak gördüğü pek çok şeyi başarmış bir firma. Konuyu işlediğimiz dosyamızda ise; Girişim sermayesi nedir?, Kimlere yatırım yapar?, ODE'ye neden yatırım yaptı?, Ortaklığımız neden sonlandı? Sorularına cevap bulacaksınız.

Sizlerde heyecan uyandıracak 2 konuyu ben sabırsızlanarak buradan duyurdum. Bu haberleri ve çok daha fazlasını okumak için sayfaları çevirmeye başlayabilirsiniz.

Keyifli okumalar dilerim...

Kurumsal İletişim Uzmanı
Müge Güney

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
Müge Güney

Yayın Kurulu
Orhan Turan - Işıl Arıdağ
Ali Türker
Müge Güney
Barış Demirdelen
Burak Serkan Çakır

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
http://www.ode.com.tr
e-mail: ode@ode.com.tr

Yayın Türü
Yaygın Süreli Yayın

Yapım
Rota Yayın, Yapım, Tanıtım Tic. Ltd. Şti.
Prof. N. Mazhar Ökten Sok. No.1
Rota Binası 34360
Şişli-İstanbul
Tel: 0212 224 01 44
Faks: 0212 233 72 43
rota@rotayayin.com.tr www.rotaline.com

Yazı İşleri
Fatma Kökcü

Fotoğraf
Savaş Batmaz

Görsel Uygulama
Merve Vural

Baskı Tarihi
Mayıs 2012

Baskı ve Cilt
Tor Ofset
Tor Ofset San. Tic. Ltd. Şti.
Hadımköy Yolu Akçaburgaz Mahallesi
4. Bölge 9. Cadde 116. Sokak No: 2
(Türk Telekom Binası Arkası)
Esenyurt-İstanbul
Tel : 0 212 886 34 74 (Pbx)
tor@torofset.com.tr



sektörden haberler >

6-11

- > Temiz Enerji Zirvesi, yenilenebilir enerjiye dikkat çekti
- > İmsad: 2011'i iyi kapattık, 2012 için beklentilerimiz pozitif
- > Binalarda sürdürülebilirlik, enerji verimliliğinden geçiyor
- > Binalarda yalıtım yoksa ruhsatta yok!

projelerimiz >

12-14

- > Yeni yaşam konsepti Buyaka, HVAC grubu yalıtımında ODE ürünleri tercih edildi
- > AB kalite ödüllü Avrupa Konutları'nda ODE Starflex prefabrik cam yünü kullanıldı

çevre >

16-18

- > Enerji Verimliliği Strateji Belgesi 2012-2023 yürürlüğe girdi

ODE haberler >

20-39

- > ODE ürünleri Rusya'yı fethetti
- > ODE'nin Rusya'daki Pazar payı AGS ile büyüyor
- > Bu yılda Interbuild Egypt Fuarı'ndayız

dosya >

40-61

- > Dünya ekonomik krizde, Türk markaları yükselişte
- > Girişim Sermayesi, girişimciler için ideal bir çözüm

uzman görüşü >

46-47

- > Başarıya ezberleyerek mi yoksa ezber bozarak mı ulaşabiliriz?
- > 'İş girişim sayesinde %170 büyüdük'

bayilerimiz >

62-63

- > Yalıtım sektörünün inşaat sektörü içindeki payı artacak

gezi >

64-66

- > Bulgaristan ticari fırsatları ile dikkat çekiyor

Temiz Enerji Zirvesi, yenilenebilir enerjiye dikkat çekti

Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA) ve Türkiye Sürdürülebilir Enerji Finansmanı Fonu (TURSEFF) işbirliğinde hazırlanan Temiz Enerji İşbirliği Zirvesi, 23-24 Mart 2012 tarihinde gerçekleştirildi.



Yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği alanında çalışma yapmak isteyen firmalar ile girişimcileri bir araya getirmeyi amaçlayan ve firmaların karşılıklı görüş alışverişinde bulabileceği Temiz Enerji İşbirliği Zirvesi'ne yoğun katılım oldu.

Emeks Otel'de düzenlenen zirveye; çok sayıda davetli ile sivil toplum kuruluşu ve KOBİ'ler katıldı.

87 firmanın katılım gerçekleştirdiği, iki gün süren zirve toplantısına 900 kişi katılım gösterdi, sektör profesyonelleriyle 1000'in üzerinde görüşme yapıldı.

Doğu Marmara sanayinin kalbi

Temiz Enerji İşbirliği Zirvesi'nde açılış konuşması yapan MARKA Genel Sekreteri Erkan Ayan; enerjinin günlük hayatımızı en fazla etkileyen faktörlerin başında geldiğini söyledi. Buna rağmen ülkemizin enerji konusunda dışa bağımlı olduğunu hatırlattı.

Enerji kaynaklarının kullanım kapasitesinin bir an önce artırılması gerektiğini deyişen Ayan: "Özellikle Doğu Marmara sanayinin kalbi durumundadır. Türkiye'nin toplam elektrik tüketimi içinde yüzde 7.3'lük bir paya sahibiz. Bu etkinliğin amacı Doğu Marmara ve enerji verimliliğiyle ilgili yatırımları bulanan firmaları bir araya getirmektir. Firmalarımız işbirliği yapma imkanı bulacaklardır" dedi.

Anadolu'ya 1 milyar euro kredi

Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası Türkiye Direktör Vekili Şevki Acuner de, zirvede bir konuşma yaptı. Acuner: "Bankamız yılda 9 milyar Euro kredi finansmanı sağlıyor. Sadece mali kaynak değil teknik destek de sağlıyoruz. Şu an Türkiye'de 1 milyar Euro kredi verebilecek duruma geldik.

Projelerimizi daha çok Anadolu'da kullanmak istiyoruz. Bu proje sayesinde 50 bin kişilik bir şehrin harcadığı kadar enerji tasarrufu sağlandı" şeklinde konuştu.

Türkiye önemli üretim merkezlerinden biridir Sakarya Ticaret ve Sanayi Odası Başkanı Mahmut Kösemusul da yaptığı konuşmada "Marmara Bölgesi malumunuz sadece Türkiye'nin değil Ortadoğu, Kafkaslar ve Balkanların en önemli üretim ve tüketim merkezlerinden biridir. Bundan 30-40 yıl sonrasını anlatan felaket filmlerinde ve romanlarda çizilen karanlık dünya tablosu belki bize inandırıcı gelmiyor ama çare bulmak gerekiyor.



Yenilenebilir enerji bizim için öncelikli bir çaredir. Marmara, Türkiye'nin enerji üretimi ve tüketimi açısından kalbidir. Bölge üreticilerinin enerji yatırımlarını ve taleplerini yenilenebilir kaynaklara yönleltecek tüm girişimlere desteğimiz sonsuz olacaktır" dedi.

Firmalara danışmanlık hizmeti verildi

Kocaeli Valisi Ercan Topaca da yaptığı konuşmada, sanayicilerin sık sık enerji maliyetlerinden şikayetçi olduklarını ancak bu kredi imkanları sayesinde maliyetlerin düşürülebileceğini söyledi. Kocaeli olarak projeye sonuna kadar destek vereceklerini belirten Topaca, emeği geçen herkese teşekkür etti. İki gün süren zirvede firmalara danışmanlık hizmeti de verildi.

Zirvenin amacı; yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği alanında çalışmalar yapan ve yapmak isteyen firmalar ile Doğu Marmara Kalkınma Ajansı (MARKA)'nın sorumlu olduğu beş (Kocaeli, Sakarya, Bolu, Düzce ve Yalova) ilde bulunan kamu kurum ve kuruluşla-



rı, büyükşehir ve ilçe belediyeleri, bölgede bulunan Organize Sanayi Bölgesi yetkilileri, enerji ve enerji verimliliğiyle ilgili yatırımları bulan ve yatırım yapmak isteyen firmaları ve girişimcileri işbirliği ortamında bir araya getirmekti.

Etkinlik süresince tedarikçilere ürün ve hizmetlerini tanıtmak ve birebir görüşme yapmak için stand tahsis de yapıldı ve paneller düzenlendi.

İMSAD: 2011'i iyi kapattık, 2012 için beklentilerimiz pozitif!

İnşaat Malzemesi Sanayicileri Derneği (İMSAD) 18 Nisan 2012 tarihinde yılın ilk Ekonomi Toplantısı'nı "Kentsel Dönüşüm" başlığıyla gerçekleştirdi.



İMSAD'ın, Türk ekonomisi ve inşaat sektöründeki son gelişmeleri değerlendirmek üzere düzenlediği toplantıda kentsel dönüşüm sürecinde inşaat malzemesi sanayisinin rolüne de değinildi. 2011 yılını %11.2 büyüme oranı ile sektörler arasında 2. sırada tamamlayan inşaat sektörü yılın ilk değerlendirme toplantısında biraraya geldi. Açılış konuşması İMSAD Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Bilmaç tarafından yapılan toplantıya Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı İstanbul Emlak Dairesi Başkanı Ali Seydi Karaoğlu ile İMSAD Ekonomi Danışmanı Prof. Dr. Kerem Alkin konuşmacı olarak katıldılar.

Toplantıda İMSAD Yönetim Kurulu Başkanı Hüseyin Bilmaç şunları söyledi: "2011 yılında sektörümüzün ihracatı 18 milyar 132 milyon dolar olarak gerçekleşti. Toplam ihracatta payımız %13 oldu. Ülkemiz inşaat malzemeleri ihracatı yapan ülkeler arasında dünyada 7. sırada. Sektörümüzün son beş yılda or-

talama büyüme hızı yüzde 15'ler civarında. Sektörümüzde örneğin çimentoda, seramik sağlık gereçlerinde Avrupa'da 1. , demir-çelik ve gaz betonda 2., seramik, plastik profil, hazır betonda 3. sıradayız. Artık ülkemiz inşaat malzemesinde dünyada rekabet edebilir bir kaliteye, güce ulaşmış durumda ve çeşitlilik, kalite, kapasitede de bölgemizdeki en güçlü oyuncuyuz. İMSAD olarak 2012 yılından beklentimiz %5-7 civarında bir sektörel büyüme."

İMSAD olarak ülkemizde başarılı bir ketsel dönüşüm süreci uygulamasını ve bu sürecin sorunlara çözüm getiren örnek bir uygulama olarak başarılı olabilmesini son derece önemsediklerini ifade eden Bilmaç: "Kentsel dönüşüm sürecinde inşaat malzemesi sanayisi olarak önemli bir rol üstleneceğiz. Ancak pek çok sektör örgütü ve STK gibi bizim de ilgili yasanın oluşum sürecine katkı koyabildiğimizi söyleyemem. Tek söyleyebildiğim Meclis'te müzakere edilen tam adıyla 'Afet

Riski Altındaki Alanların Dönüştürülmesi Hakkında Kanun' isimli önemli bir kanun tasarısı olduğu ve bu tasarı ile ilgili basına yansıyan konuları takip ettiğimiz" dedi.

2011'in iyi bir şekilde kapandığını ancak 2012 için dikkatli olunması gerektiğini vurgulayan ve inşaat sektöründe istihdamın arttığına dikkat çeken İMSAD Ekonomi Danışmanı Prof. Dr. Kerem Alkin: "Bina İnşaatı Sektörü İstihdam Endeksi yüzde 3,0 artarak 79,9'dan 82,3'e yükseldi. Türk ekonomi yönetimi, bu derece tempolu bir iç talep artışının ve Türk halkının bu derece hızlı ve bir anlamda ölçsüz bir tüketim ve borçlanma temposuna yönelmiş olmasının, Türk ekonomisinin orta vadeli riskleri açısından sağlıklı olmadığına farkında. Bu nedenle, gerek fiyat istikrarı, yani enflasyon riski, gerekse de finansal istikrar, yani cari açık riski için, yani Türk halkını 2012 yılı ve kısmen 2013 yılında daha tasarruflu olmaya teşvik etmek için, yurtiçi piyasayı bir miktar soğutmak, temposunu yavaşlatmak gerekiyor. Bu durumda, Türk sanayisi, Türk KOBİ'leri için bir kez daha ihracata yüklenmenin önem kazandığı bir sürece giriyoruz. Bu temel gerçeğin ışığında, Türk iş dünyası da ihracat hacminin gerilememesi, artışını sürdürmesi için tarihi bir mücadele ortaya koyuyor" şeklinde konuştu. Toplantıda konuşma yapan Başbakanlık Toplu Konut İdaresi Başkanlığı İstanbul Emlak Dairesi Başkanı Ali Seydi Karaoğlu; TOKİ'nin uluslararası arenada da bilinirliği ve güvenilirliğinin gün geçtikçe arttığını vurguladı.

19 milyon konutun 3.5 milyonu yalıtımlı

Yalıtımın, son zamanlarda ülkemizde de sıklıkla konuşulan bir konu olduğunu belirten Isı, Su, Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği (İZODER) Yönetim Kurulu Başkanı Ferdi Erdoğan, Türkiye'de 19 milyon mevcut konut stoğunun sadece 3 ila 3 buçuk milyonunun yalıtımlı olduğunu söyledi.



Türkiye'de yalıtım bilincinin tam olarak oturmadığını ifade eden Erdoğan, "Yalıtımlı binaların bir kısmında ise sorunlarla karşılaşabiliyoruz. Yalıtımın uzman kişiler tarafından yapılması şart. Kurulduğumuz günden bu

yana yalıtım bilincini arttırmaya çalışıyoruz" dedi.

Türkiye'de yalıtım pazarının büyüklüğünün 6 milyar lirayı bulduğunun altını çizen Erdoğan, şöyle devam etti:

"Yalıtım sektörü büyümeye ve gelişmeye açık bir sektördür. 2002'de 300 milyon dolarlık ciro yapan ısı yalıtım sektörü, yaklaşık 10 kat büyüyerek bugün 3 milyar doları aştı.

Bu rakamlar sektörün daha da büyüyeceğinin bir göstergesi. Ayrıca yalıtım pazarının durumunu bir önceki yıldan değerlendirmek gerekirse 2010 yılında özellikle ısı yalıtımı alanında yüzde 20'leri aşan büyümeler yaşandı. 2011 yılında da benzer rakamlara ula-

şıldı. Ürün grupları bazında bu rakam, yüzde 40'lara ulaştı.

Enerji kimlik belgesi alınmalı

2011 yılında ısı yalıtımı alanında yaklaşık 11,7 milyon metre küp malzeme kullanıldı ve sektör yüzde 26 büyüdü.

Bilindiği üzere yeni binalar için ısı yalıtımı zorunluluğu 14 Haziran 2000'den beri yürürlükte. Mevcut binalarda şu anda herhangi bir zorunluluk olmasa da 2017 yılına kadar Enerji Kimlik Belgesi alınması zorunluluğunun olmasına rağmen uygulamadaki eksiklikler, sektörde beklenen gelişmeyi bir türlü yaşatmıyor."

Kaynak: hurriyet.com.tr

Bina inşaatı maliyet endeksi yılın ilk çeyreğinde % 10,39 arttı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), bu yılın Ocak-Şubat-Mart aylarını kapsayan birinci dönemine ilişkin 'Bina İnşaatı Maliyet Endeksi' sonuçlarını açıkladı.

Buna göre, 2005=100 Temel Yıllı Bina İnşaatı Maliyet Endeksi, toplamda bir önceki döneme göre yüzde 1,25, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 10,39 ve dört dönem ortalamalarına göre ise yüzde 12,83 artış

gösterdi. Bu yılın ilk döneminde bir önceki döneme göre işçilik endeksi yüzde 1,87, malzeme endeksi ise yüzde 1,07 arttı. Söz konusu dönemde bir önceki yılın aynı dönemine göre işçilik endeksinde yüzde 5,44 ve malzeme endeksinde yüzde 11,89 artış gerçekleşti.

Geçen yılın birinci döneminde, maliyet endeksi toplamda bir önceki döneme göre yüz-

de 4,37, bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 8,44 ve dört dönem ortalamalarına göre ise yüzde 6,62 artış göstermişti.

Kaynak: yapi.com.tr



Binalarda sürdürülebilirlik, enerji verimliliğinden geçiyor

Yapı sektörünün bilgi merkezi Yapı-Endüstri Merkezi, mimarlık ve yapı sektöründe ekoloji, sürdürülebilirlik, çevre dostu binalar ve uygulamalar konularında başarıyla sürdürdüğü EKODesign Konferansı'nın beşincisini 12 Nisan 2012 Perşembe günü, YEM Etkinlik Alanı'nda düzenlendi.

EKODesign Konferansı 2012'nin açılışı, Çevre ve Şehircilik Bakanı Erdoğan Bayraktar'ın konuşmasıyla gerçekleştirildi. Mimarlıktan modaya, ürün tasarımından kentsel planlamaya, pazar araştırmalarından tüketici eğilimlerine kadar tasarımın birçok alanına değinilen konferans büyük ilgi gördü.

Sadece yapı ölçeğinde değil, tasarımın her alanında sürdürülebilirliği tartışmaya açan konferans, dünyaca ünlü konuşmacıları ve konu başlıkları ile "yeşil tasarımı" gündeme taşıdı. Bugüne kadar 40'tan fazla yüksek lisans, doktora, doktora sonrası araştırmacı ile çalışan, Özyeğin Üniversitesi Makine Mühendisliği Lisans Programı Kurucu Profesörü ve Enerji, Çevre ve Ekonomi Merkezi Akademik Direktörü Prof. Dr. Pinar Mengüç, konferansın moderatörlüğünü üstlendi.

Oturumda konuşan BES Enerji Danışmanlık Başkanı Mehmet Serkan Emin, sertifikalı yeşil binaların sağladığı enerji tasarrufuna ve ekonomik kazanımlara dikkat çekerek, özellikle izolasyon, ısıtma-soğutma ve aydınlatma sistemleri konusundaki uygulamaların önem taşıdığını söyledi. Sürdürülebilir Bina kapsamında olabilmek için önce yeşil bina olmanın önemine değinen Emin, bu binalarda enerji kullanımında %24'ten %50'ye varan oranlar yakalanabileceğini belirtti.



Enerji Verimliliği Dairesi Başkanı Murat Bayram, yeni binalarda 1 Ocak 2011'de zorunlu hale gelen enerji kimlik belgesinin enerji tüketimi ve karbon salımı konusunda bilinci yaygınlaştırdığını ifade etti. Bayram, böylelikle son kullanıcının binanın tükettiği enerji, kullandığı yenilenebilir enerji, karbon salımı gibi ölçüm bilgilerine sahip olduğunu ve mevcut binalarda iyileştirme için atılması gereken adımların belirlenebileceğini söyledi.

Soyak Holding CEO'su M.Emre Çamlıbel, gayrimenkulün dünyanın geleceğini çevre dostu uygulamalarla şekillendireceğini vurgulayarak, Sürdürülebilir Gayrimenkul için Enerji Verimliliği ve Enerji Tasarrufu uygulamalarının kilit rol oynadığını belirterek, Türkiye'de Binalarda Enerji Performansı Yönetmeliği'nin, mevcut binalarda uygulanabilmesi için en kritik noktanın sektöre yönelik verilecek teşvikler kapsamında olduğunu vurguladı.

İZODER Yönetim Kurulu Başkan Yardımcısı Ertuğrul Şen ise, binalarda kullanılan enerji-

nin yüzde 85'inin ısıtma ve soğutmadan kaynaklandığını belirterek, Türkiye'deki 18 milyon bina stoğunun yalıtımının büyük önem taşıdığını söyledi.

Ayrıca yine EKODesign Konferansı kapsamında bu yıl 2.kez düzenlenen EKODesign Workshop 13 Nisan Cuma günü yine YEM'de düzenlendi. Sürdürülebilir tasarım konusuna ilgi duyan ve bu alanda kendilerine yol haritası oluşturmak isteyen sınırlı sayıda sektör profesyoneli Yeşi Bina Danışmanlık Firması Altensis yürütücülüğünde "Sürdürülebilir Cephe Sistemleri" başlıklı bir eğitim semineri ile; The Doors of Perception direktörü John Thackara yönetiminde "Büyüyen Biyo-Şehir" ve yenilikçi malzeme kütüphanesi ve danışmanlık merkezi Material ConneXion İstanbul işbirliğiyle OBR Open Building Research kurucu mimarlarından Paolo Brescia yönetiminde "Mimarlık ve Malzemede Sürdürülebilir Tasarım" başlıklarındaki iki atölye çalışmasında bir araya geldi.

Kaynak: ekodesign.com, yapı.com.tr

Binalarda yalıtım yoksa ruhsat da yok!

TTMD Başkanı Ünlü, inşaat ruhsatı alabilmek için projeye birlikte bina enerji kimlik belgesinin de zorunlu tutulmasına dikkat çekti.



Türk Tesisat Mühendisleri Derneği (TTMD) Yönetim Kurulu Başkanı Cafer Ünlü, "Eskiden binaların yalıtılması zorunluluk değildi. Ancak bugün 100 metrekaleden büyük her yapı, yalıtım yapmak zorundadır. Aksi takdirde inşaat yaptırma izni, ruhsatı alamaz" dedi.

Yalıtım yoksa ruhsat da yok

Artık tüm binalarda yalıtım yapma zorunluluğu olduğunu ifade eden Ünlü, "Eskiden binaların yalıtılması zorunluluk değildi. Ancak bugün, 100 metrekaleden büyük her yapı, yalıtım yapmak zorundadır. Aksi takdirde inşaat yaptırma izni, ruhsatı alamaz. Peki yalıtımın ne kadar faydası var? Binaların yapısına, konumuna, rüzgar alımına göre enerji tüketimi değiştirmektedir. Yalıtımlı ile yalıtımsız bina arasında yüzde 40 enerji tüketimi farkı tespit edildi" dedi.

İnşaat izni, ruhsatı alabilmek için projeye birlikte bina enerji kimlik belgesinin de bedeliye sunulması gerektiğini kaydeden

Ünlü, "O takdirde inşaat izni alabiliyorlar. Türkiye'de 8,5 milyon bina var. 18 milyon konut var. Bunların yalıtılmış olanı yüzde 10'un altındadır. Yani yüzde 90'ımızın sokağa nasıl enerji attığımız, havayı nasıl ısıttığımız ortaya çıkıyor" diye konuştu.

Bina enerji kimlik belgesi zorunlu

Söz konusu kimliğin yeni binalar için zorunluluk, mevcut bina sahiplerinin de 2017 yılının Mayıs ayına kadar bu belgeyi alması gerektiğini vurgulayan Ünlü, şöyle dedi: "Her bina sahibi, kimlik belgesi almak zorunda. Eğer alınmazsa, bina alımında, satımında, kiralınmasında, tapuda bu belge istenecek. Yoksa bu işlemlerin hiçbirini yaptıramayacak. Bu belgeleri, uzman mühendisler verecek. Ülkemizde bu işi yapan çok az mühendis var. 8,5 milyon bina var. Önümüzde 6 yıl kaldı. Her yıl 1 milyon binayı belgelendirsek yine yetmiyor. O zaman bizim yetişmiş insan gücüne, uzmanlara ihtiyacımız var. Bu belgeden vazgeçme lüksümüz de yok. Çünkü biz enerji

savurganıyız. Gerçekten bir an önce enerji faturalarını aşağı çekmeliyiz. Çünkü çok ciddi oranda dışarıya döviz ödüyoruz."

Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığının bu konuda çalışmaları olduğunu ve enerji ve danışmanlık şirketlerine yetkiler verdiğini anlatan Ünlü, sözlerini şöyle sürdürdü: "Ama sayıları çok az, yetersiz. Kolay değil bu iş. Süratle tüm ülkede, her şehirde seferberlik ilan edilmeli. İşte biz Erzurum'da bunun için varız. Bugün sadece binalarda çok küçük önlemler alınarak yılda 7 milyar dolar, sanayide de küçük önlemlerle 4 milyar dolar enerji tasarrufu yapılabiliyor. Ülkemizin yılda 11 milyar lira enerji tasarrufu edebilmesi mümkün. Enerjinin bu kadar önemli olması nedeniyle, Binalarda Enerji Verimliliği Konusunda Gençlerin Eğitimi ve İstihdam Edilebilirliğinin Sağlanması Projesi'ni (Yeşil Meslekler İçin Gençlerin Eğitimi Projesi) başlattık."

Kaynak: GazeteParc.com

Yeni yaşam konsepti Buyaka, HVAC grubu yalıtımında ODE ürünleri tercih edildi

İstanbul'un en büyük çekim merkezlerinden biri olması beklenen Buyaka, FSM Köprüsü Ümraniye çıkışında, Ikea'nın yanında yükselen yeni bir yaşam kompleksi olarak dikkat çekiyor. Buyaka projesi kapsamında boru izolasyonu olarak soğuk su sisteminde ODE R-Flex ST ve ODE R-Flex ST levha kullanılırken, sıcak su sisteminde alüminyum folyolu taş yünü boru izolasyonu kullanıldı.



42 bin 687 metrekare alan üzerinde, 3 adet 23 katlı rezidans kulesi, 150 mağazalı 106 bin metrekare kapalı alanlı bir alışveriş merkezi, 13 bin 500 metrekare kapalı alanlı spor kompleksi ve 22 katlı ofis kulesi ile arzulan hayalin gerçekleştiği maksimum bir yaşam deneyimi, benzersiz bir yatırım olarak sunulan Buyaka projesi ile ilgili detayları projenin mekanik uygulayıcısı Met Mühendislik'ten dinledik.

Bize biraz firmanızdan bahsedermisiniz?

2001 yılının Şubat ayında kurulan firmamız hem yurt içinde hem de uluslararası pazarda taahhüt edeceği işlerde, son teknoloji ve tasarım ile mekanik, elektrik ve genel mühendislik çözümlerinin bulunmasına olanak sağlamaktadır. Sektörün öncü ve yenilikçi firmalarından olan Met Mühendislik, sürekli gelişen sektördeki teknik yenilikleri, kalite-

li, uygulanabilir şekilde, üreticiden bağımsız çözümlerle, müşterilerinin güvenilir, güçlü teknik partneri ve çözüm ortağı olarak sunmaktadır.

Met Mühendislik, iş merkezi, otel, sanayi tesisleri, sosyal binalar gibi, bir çok fonksiyonel yapının mekanik ve elektrik tesisat müteahhitliğini bugüne kadar başarı ile gerçekleştirmiş olup uluslararası müteahhit firmalarla iş



ortaklığı yapmayı "sınırsız hizmet ve müşteri memnuniyeti" prensibi ile hedeflemektedir.

ODE ile tanışmanız ne şekilde oldu? Ne kadar süredir ODE ürünlerini kullanıyorsunuz?

ODE ile tanışmam 2010 yılında Libya'da yapımını üstlendiğimiz Omar-Al Muhktar Üniversitesi projesinde başladı. MET MÜHENDİSLİK olarak uzun yıllar kullanacağımız ODE ürünlerini iki yılı aşkın süredir kullanmaktayım.

Faaliyet gösterdiğiniz bölgelerde şu sıralar yürütmekte olduğunuz çalışmalar hakkında bilgi alabilir miyiz?

Rusya, Cezayir, Libya, Romanya, Ukrayna, Makedonya ve Türki Cumhuriyetleri (Özbekistan, Kazakistan, Türkmenistan) içeren oldukça geniş bir coğrafyada sayısız projeye imzasını atan Met Mühendislik, halen bu ülkelerin pek çoğunda aktif olarak faaliyetlerini sürdürmektedir.

Devam eden projelerimiz; Tushino Kaleidoscop Alışveriş Merkezi, Buyaka Konut ve Ofis Blokları, Buyaka Alışveriş Merkezi, Jabbal Omar Development Project - Phase1, Boryspil Uluslararası Havaalanı (BIA), Olimpik Kompleks Basın Merkezli 800 Kişilik Otel, Yanao Yönetim Binası-2, El Aurassi Otel Renovasyonu, Housing-25, Metarnity Hospital, CET Turceni Kükürt Giderme Tesisi, Rusya - Gubinsky'de havuz ve spor kompleksi, sanat okulu, 140 kreş, Romanya - Braila'da

atık su arıtma parkı, Rusya - Noyabrsk'te Spid Center, Denizli'de Dedeman Otel, Rusya - Salekhard'da Çocuk Evi ve Suriskari Okul, Katrovaj Yurt ve Çocuk Hastanesi, Georgia - Akhaltsikhe'de BSTNP Siemes, Rusya - Gubinsky'de 240 Kreş, Romanya - Ploiesti'de LIDL Supermarket'i sayabiliriz.

Proje detaylarınızı bizimle paylaşabilir misiniz?

Yapımı Artell-Koytür tarafından gerçekleştirilen, mekanik yüklenicisi olduğumuz Buyaka Projesi, Konut & Ofis Blokları ve Alışveriş Merkezi olmak üzere toplamda 236.000 m² alan ve 2 etaptan oluşmaktadır. Konut ve ofis blokları son moda tasarımı ve konfor imkanlarıyla lüks bir yaşam sunarken, çalışanlarını ve şirket müşterilerini mutlu edecek her türlü seçeneği bir arada barındırmaktadır. Buyaka AVM ise 1200 araç kapasiteli otoparkı 140 adet mağaza, teraslı gurme restoranlarıyla Anadolu Yakasına yeni bir yaşam tarzı getirmektedir.

Bu projede kullanılan malzemeler nelerdir? Malzemelerin özelliklerinden bahsedebilir misiniz? Bu projenin yalıtım uygulamaları hakkında detaylı bilgi verebilir misiniz? Tüketicilere ne tarz avantajlar sağlayacak?

Projemiz kapsamında boru izolasyonu olarak soğuk su sisteminde ODE R-Flex ST ve ODE R-Flex ST Levha kullanırken sıcak su sisteminde Alüminyum folyolu taş yünü boru izolasyonu kullandık. R-Flex malzemelerin düşük ısı iletkenlik katsayısı sayesinde enerjiden maksimum tasarruf ederken yangın anında zehirli gaz çıkarmayan çevre dostu yapısıyla müşterilere memnun kalacakları yapıyı sunduk. Havalandırma sisteminin tamamında Alüminyum folyo kaplı ODE Rockflex taşıyıcı levha tercih ettik. Taşıyıcı malzemelerin yangın durumunda "A" sınıfı yanmaz malzeme olması yangın güvenliği açısından çok önemlidir. Ayrıca kaplanan alüminyum folyo, buhar geçişine karşı en yüksek dirence sahiptir. Özellikle soğutma sistemlerinde, bu kaplamaya sahip olmayan yalıtım malzeme-

lerine oranla, zaman içinde buhar yoğunlaşması ve yalıtımın bozulması tehlikesine karşı kesin bir güvence sağlar. Isı yalıtımı yanında ses yalıtımı olarak görev yapması konfor açısından çok önemlidir. Projemizde uygulanmış olan yalıtım sayesinde binayı ısıtmak veya klimatize etmek için sarf edilen enerji azalacak, hacimlerde homojen bir sıcaklık dağılımı olacak, kondensasyon (terleme) ve küf oluşumu önlenirken rutubetsiz, sağlıklı ve rahat bir yaşam alanı tüketicilere sunulmuş olacak.

Bugüne kadar yer aldığınız projelere dair bilgi verebilir misiniz? Bu projelerde ODE'nin hangi ürünlerini ağırlıklı tercih ediyorsunuz?

Devam eden Buyaka Projesi başta olmak üzere, Corinthia Otel ve Alışveriş Merkezi, ST. Petersburg/Rusya (Enka) , Sığınak Binası, Hukuk Fakültesi, SJK-3 Konut Projesi, Yurtlar ve Üniversite Kompleksi Khanty Mansıyk/Rusya (Kontek İnşaat) projelerinde yer aldım. Tüm projelerimizde olduğu gibi yer aldığım projelerde de ağırlıklı olarak ODE HVAC yalıtım ürünlerinden Starflex, R-Flex ve NFAF malzemelerini tercih ettik.

Projeye dair eklemek istedikleriniz varmı?

Anadolu yakasına yeni bir soluk getireceğine inandığımız Buyaka Projesi'nin tüm çalışanlarına ve ziyaretçilerine sağlıklı, konforlu, güvenli ve rahat bir yaşam alanı olacağını düşünüyorum.



AB kalite ödüllü Avrupa Konutları'nda ODE Starflex prefabrik cam yünü kullanıldı

Artaş İnşaat tarafından İstanbul Halkalı'da hayata geçirilen Avrupa Konutları Atakent 3 projesinin yalıtım işlerini gerçekleştiren Koryap İnşaat, ODE ürünlerini tercih etti.



Artaş İnşaat'ın 193 bin 500 metrekarelik alan üzerinde inşa ettiği ve AB kalite ödülü alan Avrupa Konutları Atakent 3 projesi Halkalı'da konumlanıyor. Bahçeler, göletler ve şelalelerden oluşan site içi peyzajın yanı sıra, projenin hemen yanında 43 bin dönümlük bir koru yer alıyor. Atakent 3, mavi ve yeşilin bütün tonlarını bir araya getiriyor. Projenin 162 bin metrekarelik kısmı peyzaja, 17 bin metrekarelik kısmı göletler ve havuzlara ayrıldı. Avrupa Konutları Atakent 3 projesinin yalıtım işlerini yapan Koryap İnşaat'ın Genel Müdürü Korhan Baş'la proje detayları ve projede ODE'nin hangi ürünlerinin kullanılacağına dair bir sohbet gerçekleştirdik.

Bize biraz kendinizden ve firmanızdan bahseders misiniz?

Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği'ni bitirdim. 2007 yılında Koryap İnş. Tes. Mak. San. ve Tic. Ltd. Şti.'ni kurdum. Bugüne kadar inşaat sektöründe ağırlıklı olarak mekanik taahhüt işleri yapmaktayız.

ODE ile tanışmanız ne şekilde oldu? Ne kadar süredir ODE ürünlerini kullanıyorsunuz?

Daha önce çalıştığım firmalarda da ısı yalıtımı ile ilgili ODE ürünlerini kullanıyorduk. Yaklaşık olarak 6 senedir ODE ile çalışıyorum.

Yürütmekte olduğunuz çalışmalar hakkında bilgi alabilir miyiz?

Şu anda Mesa – Nurol Bahçeşehir 4. Etap'ta çalışıyoruz.

Proje detaylarınızı bizimle paylaşabilir misiniz?

%90'ın yeşil alana ayrıldığı Avrupa Konutları Atakent 3 projesi 2.300 konuttan ve 167 odalı bir otelden oluşuyor. 193 bin 500 metrekarelik alan üzerinde Halkalı'da inşa ediliyor. Isıtma merkezi sistem ve zone lara bölünmüş durumda. Sıcak kullanım suyu ise akümülayon tankı ile sağlanıyor.

Bu projede kullanılan malzemeler

nelerdir? Malzemelerin özelliklerinden bahsedebilir misiniz?

Merkezi sistemde ısı kayıpları çok önemli yer tuttuğu için ODE Starflex Alüminyum Folyo Kaplı Prefabrik Camyünü Boru kullandık. Avrupa Konutları'ndaki gibi 'Kaskad' sistemle ısıtılan binalarda sıcak su ve kalorifer tesisatındaki borularda, hidrofor çıkışlarının olduğu bölümdeki borularda yüksek sıcaklıktaki suyun ısısını kaybetmemesi için ODE Starflex prefabrik camyünü borular kullanılarak ısı tasarrufu yaptık. Böylece sistemdeki ısı kayıpları engellenerek, %75 verimlilikle çalışacak. Yönetmelikte geçen paylaşım kuralına göre, toplam yakıt giderinin belli bir kısmı ortak gider olarak daire sahiplerine paylaştırılıyor. Isı yalıtımı doğru bir şekilde yapılmadığı zaman kullanmasanız bile çok yüksek miktarda ortak gider bedeli ödenebilir. Bunun tersi ise tüketicinin avantajı olacaktır.

Bugüne kadar yer aldığınız projelere dair bilgi verebilir misiniz? Bu projelerde ODE'nin hangi ürünlerini ağırlıklı tercih ediyorsunuz?

Avrupa Konutları, Mesa Nurol, Güneşli Konutlar, Kemercity Apartments bunlardan bazıları. Ağırlıklı olarak camyünü ürününü kullanıyoruz.



YALITIM İÇİN
ODE YETER

YALITIMIN KİTABINI YAZDIK!



ODE, bina ve tesisatta ısı yalıtımıyla ilgili yazılmış en geniş kapsamlı ilk Türkçe kitabı sizlere sunuyor.

Isı yalıtımıyla ilgili A'dan Z'ye tüm soruların cevaplarını bu kitapta bulabilirsiniz.

Kurulduğu günden bu yana bir sivil toplum örgütü gibi çalışan ve pek çok ilke imza atan ODE, yeni çalışmalarla sektöre ışık tutmaya devam edecek.



• ISI YALITIMI • SES YALITIMI • SU YALITIMI • YANGIN YALITIMI

Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza Kat: 12 34384 Okmeydanı - Şişli / İstanbul Tel: (0212) 210 49 06 Faks: (0212) 210 49 07

www.ode.com.tr



Aşkımız Yalıtım

Enerji Verimliliği Strateji Belgesi 2012-2023 yürürlüğe girdi



Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı koordinatörlüğünde kamu, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının katılımları ile hazırlanan "Enerji Verimliliği Strateji Belgesi 2012-2023" ün kabulüne karar verildi ve belge 25 Şubat 2012 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak, yürürlüğe girdi.

"Enerji Verimliliği Strateji Belgesi 2012-2023"ün giriş bölümünde "Enerji verimliliği; enerjide arz güvenliğinin sağlanması, dışa bağımlılıktan kaynaklanan risklerin azaltılması, enerji maliyetlerinin sürdürülebilir kılınması, iklim değişikliği ile mücadelenin etkinliğinin artırılması ve çevrenin korunması gibi ulusal stratejik hedefleri tamamlayan ve bunları yatay kesen bir kavramdır. Sürdürülebilir kalkınmanın öneminin gittikçe daha

çok anlaşıldığı günümüzde, enerji verimliliğine yönelik çabaların değeri de aynı oranda artmaktadır. Bu çerçevede; enerji üretimi ve iletiminden nihai tüketime kadarki bütün aşamalarda enerji verimliliğinin geliştirilmesi, bilinçsiz kullanımın ve israfın önlenmesi, enerji yoğunluğunun gerek sektörler bazında gerekse makro düzeyde azaltılması ulusal enerji politikamızın öncelikli ve önemli bileşenlerindendir.

Bugüne kadar enerji verimliliği kapsamında yürütülmüş faaliyetlerin değerlendirilmesi sonucunda çıkarılan dersler, çeşitli uygulama noktalarında karşılaşılan güçlükler ve enerji sektöründeki küresel eğilimler ışığında, Türkiye'nin enerji verimliliği alanındaki yol haritasının stratejik ve dinamik bir bakış açısıyla hazırlanması kaçınılmaz hale gelmiştir. Kamu kesimi, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının katılımcı bir yaklaşımla ve işbirliği

çerçevesinde hareket etmesini sağlamak, sonuç odaklı ve somut hedeflerle desteklenmiş bir politika seti belirlemek, bu hedeflere ulaşmak için yapılması zorunlu eylemleri tespit etmek, ayrıca süreç içinde kuruluşların yüklenecileri sorumlulukları tanımlamak için işbu strateji belgesi hazırlanmıştır. Bu belgede tanımlanan faaliyetlerin gerçekleştirilmesinden, tedbirlerin uygulanmasından, sonuçların değerlendirilmesinden sorumlu olan kamu ve sivil toplum kuruluşları arasında yakın bir işbirliği kurulması amaçlanmaktadır olup, söz konusu koordinasyonu Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanlığı adına Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü sağlayacaktır" denilmektedir.

Koordinasyonun uygulanması ile ilgili izleme ve değerlendirme çalışmaları için kamu, özel sektör ve sivil toplum örgütleri işbirliği ile komisyonlar, komiteler veya çalışma grupları Yenilenebilir Enerji Genel Müdürlüğü tarafından oluşturulacaktır.

Belgede, ikinci bölümde yer alan durum analizinde ise şunlara değiniliyor: "Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH), yaratabilmek için tüketilen enerji miktarını ifade eden Türkiye'nin birincil enerji yoğunluğunun, 1998 Yılı GSYİH serisine göre 2000 yılı ABD Doları fiyatlarıyla 2008 yılında 1998 yılındaki değere göre %0,24 oranında azaldığı, 2007 sonrası enerji verimliliği alanında yaşanan radikal dönüşüm hareketinin de etkisiyle bu azalış eğiliminin son yıllarda daha da arttığı göze çarpmaktadır. Öte yandan ülkemizin elektrik enerjisi yoğunluğunda, 1998 yılı GSYİH serisine göre 2000 yılı ABD Doları fiyatlarıyla 1998-2008 döneminde yıllık bazda %1,83'lük artış olduğu görülmektedir. Bu durum, bir anlamda elektrik enerjisi tüketimindeki artışın büyük kısmının üretim dışı harcamalardan kaynaklandığını ve enerji verimliliği ile ilgili tedbirlerin geliştirilmesinde elektrik enerjisi talebinin azaltılmasına yönelik çalışmalara önem verilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

1998-2008 döneminde Türkiye'nin toplam nihai enerji tüketimindeki yıllık ortalama artış oranı %3,81'dir. Aynı dönem için yıllık ortalama artışların sanayi sektöründe %3,56; konut sektöründe %3,49; ulaştırma sektöründe %4,07 hizmet sektöründe ise %7,44 civarında olduğu görülmektedir. Bireysel araç kullanımının artmasından ve hizmet sektöründeki yatırımlardan dolayı son on yılda kaydedilen en büyük artışların bu iki sektörde olduğu dikkat çekmektedir.

Türkiye'de yıllardır gözlemlenen kalkınma ve nüfus artışı kaynaklı yüksek talep artışı son yıllarda da devam etmektedir. Son yıllarda doğalgaza dayalı tesislerin toplam kapasitesinin Türkiye'nin toplam kurulu güç kapasitesi içerisindeki payı hızla artarken, hidroliğin de içinde yer aldığı yenilenebilir enerji kaynaklarının ülkemiz toplam kurulu gücü içindeki payının düşmekte olduğu görülmektedir. Yeni yenilenebilirler olarak bilinen jeotermal, rüzgâr ve biyokütle santrallerinin sayısının ülkemizde son yıllarda hızla artmasına rağmen, bunların Türkiye'nin toplam kurulu gücü içindeki payları hala çok sınırlı kalmaktadır. Nihai tüketimin dışında elektrik üretiminde ve dağıtımında da önemli kayıplar mevcuttur.

Ülkemizin konutlarda elektrik enerjisi tüketim yapısı, konuttan konuta, ailenin geçim seviyesi ve cihaz altyapısına göre büyük değişiklikler göstermekle birlikte evlerde kullanılan elektriğin büyük kısmı elektrikli ve elektronik eşyalar tarafından tüketilmektedir ve ev içi elektrik tüketimdeki en yüksek pay buzdolaplarına aittir. Elektrikli ev aletlerinin enerji tüketiminde ciddi düşüşler gerçekleştirilmiş olup, bugünün en iyi buzdolabı 1990 yılına göre %75, çamaşır makinesi 1985'lerde çıkan modellere göre enerjide %44 ve suya %62 tasarruf sağlamaktadır. Elektrikli ev aletlerinde Türk pazarı son yıllarda A sınıfı ve üzerinde etiketli cihazlara dönüşmeye başlamıştır. Bununla birlikte, elektrikli cihazlardan kaynaklanan



enerji tüketimini azaltmak üzere özellikle kullanımda olan mevcut eski cihaz stoğunun yeni verimli cihazlarla değiştirilmesi üzerine yoğunlaşılması gerekmektedir.

Türkiye'de son zamanlarda ortaya çıkan diğer önemli enerji tüketim kaynakları da büyük ekran sıvı kristal LCD ve plazma TV setleri ile split klimalardır. Yaz sıcaklıklarının son yıllarda artmaya başlaması ile özellikle güney bölgelerde pencere tipi klima satışlarında görülen büyük artışlar yaz aylarında elektrik talebinin çok fazla artmasına ve talebin gündüz saatlerinde pik yapmasına sebep olmaktadır. Enerji sistemimiz için olumsuz ve yüksek maliyetli olan bu problemin çözülmesi de enerji verimliliğinde, özellikle talep tarafına yönelik atılacak adımlara bağlıdır.

Verimsiz elektrikli cihazların verimlilikle değiştirilmesindeki kilit unsur yapılan yatırımın kendisini geri ödeme süresidir ki; bu da elektrik fiyatları ile belirlenmektedir. Ayrıca verimli cihazlar verimsizlere göre %10-20 civarında daha pahalıdır ve bunların tercih edilmesi teşvik edilmedikçe, daha düşük verime sahip olan ucuz ürünlerle rekabet edebilmeleri zordur.



Ucuz ve etkin bir çözüm olması bakımından, enerji verimli lambalara olan talep hızlı artış göstermektedir. Kompakt floresan lamba satışları, 2004 yılındaki 4 milyon dolarlık seviyesinden 2007 yılında 20 milyon dolara ve 2008 yılında da 32 milyon dolara ulaşmıştır. Sanayide kullanılan elektrik enerjisi kullanan ekipmanlar içinde elektrik motorları en büyük paya sahiptir. Bu nedenle özellikle sanayide elektrik motor sistemlerinde verimliliğin iyileştirilmesi elektrik enerjisinin verimli kullanımı açısından büyük önem taşımaktadır. Halen ısı yalıtımı iç pazar cirosunun yaklaşık 1,25 milyar dolar olduğu ve bununla yılda yaklaşık 50 milyon metrekaarelik yalıtım yapılabildiği tahmin edilmektedir. Sektörün bu kapasitesi ile yılda en az 400.000 ortalama konutun yalıtılması mümkün görülmektedir. Binaların yetersiz yalıtımlarından dolayı ısıtma ve soğutma amaçlı enerji kullanımındaki tasarruf potansiyelinin ülkemiz ekonomisine kazandırılabilmesi için mevcut binaların kademeli olarak yalıtılması gerektiği değerlendirilmektedir.

Türkiye’de gelir düzeyindeki büyümeyle beraber yük ve yolcu taşımasında büyük bir

artış olmuş; hatta taşımadaki bu artış gelir düzeyindeki büyümenin neredeyse iki katı oranında gerçekleşmiştir. Dolayısıyla, ulaştırmadan kaynaklı emisyon miktarı göreceli olarak düşük olsa da, emisyonlardaki artış hızı son derece yüksektir. Dolayısıyla Türkiye’de ulaştırmadan kaynaklanan CO2 emisyonu gelişmiş ülkelerdeki emisyon miktarının altında olmakla beraber; artış hızının çok yüksek olması nedeniyle mevcut gelişme eğilimleri değiştirilmezse Türkiye’de sera gazı emisyonunun ciddi boyutta artacağı ve ulaştırma sektörünün bu süreçte başlıca rolü oynayacağı açıktır. Taşımacılığın en ağırlıklı olarak gerçekleştiği tür olarak karayolları, ulaştırma sektöründen kaynaklı CO2 emisyonlarında en yüksek paya sahiptir.”

İkinci bölümde odaklanılacak sektörün ağırlıklı olarak resmi ve özel hizmet sektörüne yönelik yapılar ve işler olduğu ayrıca konutların da ön planda tutulduğu dikkat çekiyor. Bu belge ile 2023 yılında Türkiye’nin GSYİH başına tüketilen enerji miktarının (enerji yoğunluğunun) 2011 yılına göre en az yüzde 20 azaltılma hedeflendiği özellikle vurgulanıyor. Strateji belgesinin beşinci bölümündeki stra-

tejik amaçlar şunlar yer alıyor:

- Sanayi ve hizmetler sektöründe enerji yoğunluğunu ve enerji kayıplarını azaltmak,
- Binaların enerji taleplerini ve karbon emisyonlarını azaltmak; yenilenebilir enerji kaynakları kullanan sürdürülebilir çevre dostu binaları yaygınlaştırmak,
- Enerji verimli ürünlerin piyasa dönüşümünü sağlamak,
- Elektrik üretim, iletim ve dağıtımında verimliliği artırmak, enerji kayıplarını ve zararlı çevre emisyonlarını azaltmak,
- Motorlu taşıtların birim fosil yakıt tüketimini azaltmak, kara, deniz ve demir yollarında toplu taşıma payını artırmak ve şehir içi ulaşımda gereksiz yakıt sarfiyatını önlemek,
- Kamu kesiminde enerjiyi etkin ve verimli kullanmak,

Kurumsal yapıları, kapasiteleri ve işbirliklerini güçlendirmek, ileri teknoloji kullanımını ve bilinçlendirme etkinliklerini artırmak, kamu dışında finansman ortamları oluşturmak. Yalıtım sektörü açısından bu amaçlar içinden en dikkat çeken maddelerden biri: “Binaların enerji taleplerini ve karbon emisyonlarını azaltmak; yenilenebilir enerji kaynakları kullanan sürdürülebilir çevre dostu binaları yaygınlaştırmak” başlıklı olanıdır.

Belgenin yedinci bölümündeki eylemler kısmında bu amaç ile ilgili “2023 yılında, Kentsel Dönüşüm Kanunu ve Deprem Yönetmeliği kapsamında kullanılabilir niteliği haiz olan binalar arasında; büyük şehir mücavir alanlarında olup her yıl yürürlüğe konulan Yapı Yaklaşık Birim Maliyetleri Hakkındaki Tebliğ’de tanımlanan yapı grupları arasında; yapı grup sınıfı 3’üncü sınıf veya üzeri olan konutlar ile birlikte, toplam kullanım alanı 10 bin metrekaarenin üzerindeki ticari ve hizmet binalarının tamamında, yürürlükteki standartları sağlayan ısı yalıtımı ve enerji verimli ısıtma sistemleri bulunacaktır” ifadesi yer alıyor.

AL ÖDE AZ ÖDE

Çünkü ODE Sistem hem alırken hem kullanırken kazandırır!

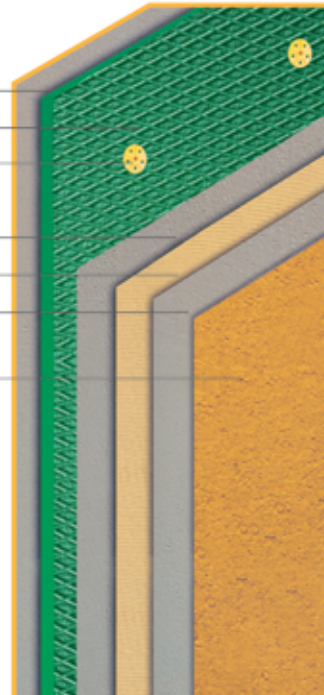
Yalıtımdan anlayanlar bilir; yalıtımda en önemli şey, kullanılan malzemelerin uyumudur. Üstün ODE kalitesiyle üretilen ODE Sistem, birbiriyle kusursuz uyum sergileyen malzemelerden oluşur. Yani ODE Sistem varsa, malzeme uyumsuzluğundan kaynaklanan sorunlar yaşanmaz, masraflar çıkmaz. Üstelik ODE Sistem, bina ömrü boyunca koruduğu performansıyla **%60'a varan enerji tasarrufu** sağlar. Uzun lafın kısısı; ODE Sistem her zaman kazandırır.



**YALITIM İÇİN
ODE YETER**

ODE SİSTEM YAPIŞTIRMA HARCİ
ODE ISIPAN BD
ODE SİSTEM DÜBEL

ODE SİSTEM SIVA HARCİ
ODE SİSTEM SIVAF
ODE SİSTEM SIVA HARCİ
ODE SİSTEM
DEKORATİF KAPLAMA



Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza Kat: 12 34384 Okmeydanı-Şişli / İstanbul
Tel: (0212) 210 49 06 Faks: (0212) 210 49 07 www.ode.com.tr ode@ode.com.tr

ODE ürünleri Rusya'yı fethetti



ODE Yalıtım, Rusya distribütörü AGS Group'un katılım sağladığı Architecture and Building Forum ve STROISIB Fuarları'nda ürünlerini sergiledi.



Rusya Federasyonu'nda faaliyet gösteren ODE Rusya distribütörü AGS Group, Novosibirsk'teki Yapı ve Yapı Malzemeleri, Mobilya Dekorasyon, Elektrik Sistemleri, İnşaat Makineleri, Kapı Pencere Fuarı'na ve Mimarlık ve Yapı Fuarı'na katılım sağladı. AGS Group, her iki fuarda da Türkiye'den getirdiği ürünleri sergileme imkanı buldu.

Rusya'daki fuarlarda ODE ürünleri sergilendi

31 Ocak - 3 Şubat 2012 tarihleri arasında Rusya'nın Novosibirsk şehrindeki Novosibirsk Expo Center'da düzenlenen Yapı ve Yapı Malzemeleri, Mobilya Dekorasyon, Elektrik Sistemleri, İnşaat Makineleri, Kapı



Pencere Fuarı'nda (STROISIB) ODE Yalıtım ürünleri dikkat çekti. Yapı ve inşaat malzemelerinin sergilendiği fuara sektörün önde gelen markalarının yanı sıra pazara yeni giren markalarda katılım sağladı.

AGS Group'un satışlarının özellikle yoğunluk gösterdiği Güney Bölgesi'nin en büyük yapı ve inşaat fuarı olan Mimarlık ve Yapı Fuarı'nda da (Architecture and Building Forum), ODE ürünleri katılımcılardan büyük ilgi gördü. Rusya'nın Krasnodar kentinde düzenlenen fuar, 29 Şubat ile 3 Mart 2012 tarihleri arasında Krasnodar Expo'da gerçekleşti.

Her iki fuarda da çalışılmakta olan müşterilerin yanı sıra pek çok yeni bağlantı sağlanarak, ürünlerin daha geniş bir yelpazeye ulaşması sağlandı. ODE'nin ürünleri tanıtması açısından oldukça başarılı geçen fuarlarda standı çok sayıda potansiyel müşteri ziyaret etti. Fuarlara katılım hem AGS'nin sektördeki yerini hem de ODE markasının pazardaki yerini sağlamlaştırdı.



ODE'nin Rusya'daki Pazar payı AGS ile büyüyor

ODE Yalıtım, Rusya'nın en büyük yapı ve inşaat fuarı olan Mosbuild 2012'de, müşteri portföyüne yenilerini ekledi.



Rusya'nın en büyük yapı ve inşaat fuarı olan Mosbuild 2012 Fuarı (Moscow International Building and Interior Exhibition), Moskova Expo Center'da dünyanın her yerinden gelen ziyaretçilerini ağırladı. 10-13 Nisan 2012 tarihleri arasında düzenlenen fuarda, ODE ürünlerinin sergilendiği AGS standı ziyaretçi akınına uğradı.

Fuarda yapılan görüşmeler neticesinde yeni bağlantılar saplandı ve ODE ürünlerinin daha geniş bir yelpazede sergilenme olanağı bulmuş oldu. Yurt dışındaki pazar payını her geçen gün artıran ODE, fuar sayesinde sahip olduğu müşteri potansiyeline yenilerini ekledi.

Uluslararası fuarlara katılarak uluslararası arenada marka bilinirliğini artıran ODE, fuarda oldukça ilgi gördü. Çok sayıda ürünün sergilendiği fuarda, ODE Starflex camyünü ürün tipleri, ODE R-Flex elastomerik kauçuk köpüğü ve ODE Ductflex esnek hava kanalları ürünleri AGS Group standında sergilendi. Rusya Federasyonu, İspanya, İtalya, Çin Halk Cumhuriyeti, Polonya, İngiltere, Almanya, Türkiye, Portekiz, Ukrayna, Çek Cumhuriyeti ve Finlandiya'dan 1500'ün üzerinde katılımcının yer aldığı Mosbuild Fuarı'nda, sektörün önde gelen başarılı firmaları bir araya geldi. Fuar ziyaretçilere son trenleri yansıtmakla kalmadı, pek çok profesyoneli de bir araya getirdi.

Bu yıl da Interbuild Egypt Fuarı'ndayız

30 kategoride 1500 katılımcısı ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın en büyük yapı fuarı olan Inter Build Egypt Fuarı'nda ODE Yalıtım'da bir kez daha yerini alıyor.



Uluslararası arenada başarı sağlayan faaliyetlerine her geçen gün yenisini ekleyen ODE Yalıtım, dış pazarlarda da büyümesini sürdürmek için fuar katılımlarına devam ediyor.

ODE, 21-25 Haziran 2012 tarihleri arasında Mısır'ın Kahire kentinde gerçekleştirilecek olan Uluslararası İnşaat&Yapı Malzemeleri ve İnşaat Makinaları Fuarı'na bir kez daha katılım sağlıyor.

ODE fuarda, ODE Starflex Camyünü ürün çeşitleri, ODE Isıpan Extrüde Polistren Köpük, ODE Membran Bitümlü Su Yalıtım Örtüleri ve ODE R-flex Elastomerik Kauçuk Köpüğü ürün gruplarını da sergileyecek.

ODE, Inter Build Egypt Fuarı'na yeni pazarlar bulma ve mevcut pazarlarını geliştirmek için katılacak olan ODE 3 Holde yerini alacak.

Türkiye'nin önemli ihracat pazarlarından biri olan Mısır, diğer sektörlerde olduğu gibi Yapı ve İnşaat Yapı sektöründe de alımlarının büyük bir kısmını Türk Firmalarından karşılıyor. Alanında isim yapmış bir fuar olan Inter Build Egypt fuarı, lokal pazarın yanı sıra çevre ülkelerden de büyük ölçüde ziyaretçi alıyor, fuarda bu sayede Türk firmaları Mısır pazarının yanı sıra çevre ülke pazarlarından da müşterilerle buluşma fırsatı yakalayıp bu pazarlardaki yatırım olanaklarından faydalanıp muhtemel ticaret bağlantıları yapıyor.

Fuar hakkında:

Bu yıl 19. su düzenlenecek olan Inter Build, 30 kategoride yaklaşık 1500 katılımcısı ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın en büyük yapı fuarı olarak dikkat çekiyor.



Türkiye'den her yıl ortalama 50 Türk firmasının yanı sıra 50 ülkeden 1560 firmanın katıldığı bölgenin en başarılı fuarı her geçen yıl gerek katılımcı sayısı ve gerekse sergi alanı olarak artan bir ivme ile büyümeye devam ediyor.

3. Holde yer alacak olan standımıza sizleri de bekleriz...



ODE, “Bir Zamanlar Osmanlı Kiyam” dizisine hizmet sponsoru oldu

Patrona Halil İsyani'nı konu alan başrollerini Türkan Şoray, Cemal Hünel, Aslı Tandoğan, Hazım Körmükçü, Tolga Karel'in oynadığı “Bir Zamanlar Osmanlı Kiyam” dizisine ODE Yalıtım, hizmet sponsoru oldu.



ODE Yalıtım, 12 Mart 2012 tarihi itibarıyla TRT 1 ekranlarında yayınlanmaya başlayan ve Patrona Halil İsyani'nı konu alan başrollerini Türkan Şoray, Cemal Hünel, Aslı Tandoğan, Hazım Körmükçü, Tolga Karel, Fırat Tanış ve Öykü Çelik'in paylaştığı “Bir Zamanlar Osmanlı Kiyam” dizisine hizmet sponsoru oldu. Bu kapsamda Kocaeli SEKA parkında kurulan, Osmanlı dönemine ait saray ve İstanbul'daki bazı semtlerin inşasında, ODE Yalıtım ürünleri kullanıldı.

TRT 1 ekranlarında seyircisiyle buluşan “Bir Zamanlar Osmanlı Kiyam” her Pazartesi saat 19:50'de yayınlanıyor.

ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan: “ODE Yalıtım olarak tarihimizi en doğru ve gerçek bir şekilde konu alan “Bir Zamanlar Osmanlı Kiyam” dizisine sponsor olmaktan gurur duyuyor ve dizinin başarılı olmasını yürekten temenni ediyoruz” dedi.

Orhan Turan, Etiler Rotary Club'te konuşmacıydı

Etiler Rotary Club'te 2 Nisan 2012 Pazartesi günü girişimcilik ve ODE hakkında sunum yapan ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, Türkiye'de her yüz kişiden 5'inin girişimci olduğunu, bu girişimcilerin yüzde 80'inin zorla girişimci olduğuna dikkat çekti.

Etiler Rotary Club tarafından 2 Nisan 2012 Pazartesi günü düzenlenen organizasyonda ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan 'Girişimcilik' konulu bir konuşma yaptı. Dünyada, girişimcilikte Türkiye'nin 4.sırada olduğunu söyleyen Orhan Turan, dünya üzerindeki kadın ve erkek girişimciler değerlendirdiğinde 29 ülkede erkeklerin kadınlarına göre 2 kat, Türkiye'de ise 29 kat daha girişimci olduğuna değindi. Turan, ayrıca Türkiye'de her yüz kişiden 5'inin girişimci olduğunu, bu girişimcilerin yüzde 80'inin zorla girişimci olduğuna dikkat çekti.

Kriz dönemlerinde bile ODE'nin yatırımları-

na devam ettiğini belirten Turan, ODE ile ilgili şunları değindi: “Ekonomik krize rağmen 1995'te fabrika kurduk. 1998'deki krizde İtalya ile ortaklık anlaşması yaptık ve ODE K-Flex yatırımı gerçekleştirdik. 1999 yılında İstanbul'da yaşanan depreme karşın Polietilen 2. hat yatırımımızı gerçekleştirdik. 11 Eylül 2001 olayları olduğunda ODE XPS üretimi yapılıyordu. Irak'a düzenlen sınır ötesi operasyonu döneminde ODE Ductflex yatırımı yaptık. 2008'de gerçekleştirilen ODE Starflex yatırımı esnasında ise Amerika'da dünya ölçeğinde kriz oldu. Tüm bu olumsuzluklara rağmen dinamizimizden bir şey kaybetmedik ve büyümeye devam ettik.”



“Enerji Verimliliği Paneli”nde yerimizi aldık

Yıldız Teknik Üniversitesi'nde düzenlenen “Enerji Verimliliği Paneli”nde ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, “Sektörün Enerji Verimliliğine Bakışı” konulu bir sunum yaptı.



Yıldız Teknik Üniversitesi (YTÜ) Makine Teknolojileri Kulübü ve Makine Fakültesi Termodinamik ve Anabilim Dalı işbirliğiyle düzenlenen “Enerji Verimliliği Paneli” 22 Mart 2012 Perşembe günü Oditoryum'da gerçekleşti. Panelde enerji sektörünün önde gelen firmalarının temsilcileri ile akademisyen ve öğrenciler bir araya geldiler. Oditoryum'da düzenlenen panel öncesinde sektörün önde gelen firmalarından bazıları, enerji verimliğinde örnek modellerini, bazıları da geleceğin teknolojisi olacak projelerini tanıttılar.

Açılış konuşmasını Yıldız Teknik Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. İsmail Yüksek'in yaptığı Enerji Verimliliği Paneli'nde çok sayıda konuşmacı yer aldı. Panel esnasında sektör temsilcileri tarafından “Sektörün Enerji Verimliliğine Bakışı”, “Sektör Derneklerinin Enerji Verimliliği Bilinçlendirme Çalışmaları”, “Enerji Verimliliği Uygulamaları” hakkında çeşitli sunumlar gerçekleştirildi.

Projeler konusunda sektör yetkililerinden bil-



gi alan Prof. Dr. İsmail Yüksek, konuşmasında üniversite ve sanayi işbirliğinin önemine değindi ve yıllardır iki kesimin birbirini anlamaması neticesinde birbirlerinden uzak kaldıklarını, fakat ülkenin daha hızlı kalkınması için beklentileri ortak noktada buluşturmak

gerektiğini söyledi. Paneldeki konuşmacılar arasında yalıtım sektörünün öncüleri arasında yer alan ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan'da vardı. Turan, “Sektörün Enerji Verimliliğine Bakışı” konulu bir sunum yaptı.

‘Yeni yüzümüzle marka algımız daha da güçlenecek’

2012 yılının başlangıcında yeni yapılanma sürecine giren ODE ailesinin pazarlama departmanına Yıldız Teknik Üniversitesi Makine Mühendisliği’nden mezun olduktan sonra Marmara Üniversitesi’nde İşletme Master’ını tamamlayan Burak Serkan Çakır katıldı.

ODE Yalıtım, bu yılın başlangıcında tüm kamelerinde düzenleme gerçekleştirmişti. Bu yapılanma sırasında ODE ailesine merhaba diyen ve pazarlama departmanında yeni görevine başlayan Burak Serkan Çakır, 2012’de ODE pazarlama departmanında nasıl bir değişim yaşanacağını, yeni yapılanma sürecinde ODE’yi nelerin beklediğini anlattı.

ODE ailesine yeni katıldınız, öncelikle sizi tanıyabilir miyiz?

ODE ailesine 2011 Aralık ayında katıldım. Yıldız Teknik Üniversitesi Makina Mühendisliği’nden mezun olduktan sonra Marmara Üniversitesi’nde İşletme Master’ımı tamamladım.

Takiben otomotiv, beyaz eşya, FMCG ve elektrik malzemeleri gibi farklı sektörlerde çalıştım. Yaklaşık 14 senelik yurtiçi ve yurtdışı pazarlama ağırlıklı bir iş geçmişine ve birikimine sahibim.

Sizinle birlikte ODE nasıl bir değişim yaşayacak? ODE’de ne tür projelere imza atmayı planlıyorsunuz?

Ode sürekli kendini yenileyen, dinamik bir yapıya sahip. Önümüzdeki yeni dönemde de ilk etapta doğru ürün gamı ile doğru hedef kitleye dolayısıyla doğru kanala hitap etmeyi istiyoruz. Buna bağlı olarak öncelikle yurt içinde membran ve R-Flex ürün gamımızı revize ettik, Isocel markamızı genişlettik, önümüzdeki günlerde de Starflex camyünü ürün gamımızdaki değişim ile devam edeceğiz. ODE Isipan ve ODE Sistem ürünlerinde ise

uygulayıcı ve kullanıcıyı hedefleyen yeni politikalar hayata geçireceğiz. Yurt dışında hedef pazarlarımız da markamız ile daha da aktif olacağız. Doğru iletişim kanalları kullanarak istediğimiz hedef kitleye ulaşım, istediğimiz ürün gruplarını öne çıkaracağız, dolayısıyla markamız daha fazla dikkat çekecek ve ilgili ülkelerdeki ivmemiz artacak, marka algımız daha da güçlenecek. Ayrıca yılın ikinci yarısında yurt içinde internette sosyal ağ, CRM, e-learning, bayi sadakat projelerimiz ile satış ortaklarımızla, kullanıcılarımızla, uygulayıcılarımız ve karar vericiler ile daha fazla iletişime geçeceğiz.

Katma değerli projeler ile marka algımızı daha da üst seviyelere çıkarıp, iş ortaklarımızın ve sektörün bizi daha fazla talep etmesini sağlayacağız.

ODE’nin girmeyi planladığı yeni kanallar hakkında bilgi verebilir misiniz?

Dünya markası olma hedefi ile yola çıkan ODE de ihracattaki hedefimiz; yeni pazarlara giriş ve bulunduğumuz pazarlarda daha aktif olmak ve yeni iletişim kanalları ile ODE markasını öne çıkarmak. Özellikle tesisat yalıtım grubu satış kanallarını hedefleyerek boru camyünü satışlarımızı arttırmak istiyoruz. Ayrıca farklı sektörlerdeki camyünü kullanımına bağlı olarak prefabrik, vagon, fırın vb. üreticiler ile daha yakın olarak farklı kanallardaki artan yalıtım potansiyelini değerlendirmek istiyoruz.

Yeni yapılanma döneminde ODE’nin yeni pazarlama stratejisi nasıl olacak?



Burak Serkan Çakır - Pazarlama Direktörü

Markamızı oluşturan ürün gruplarının her biri, farklı hedef kitleye, dolayısıyla farklı kanala, farklı karar vericiye ve farklı uygulayıcıya hitap ediyor. Doğru iletişim kanalları kullanarak her bir ürün grubunu doğru hedef kitle ile buluşturup, daha fazla bağ kuracağız. Bayilerimiz için hayata geçireceğimiz etkin ve katma değerli projelerle markamıza sadakati ve talebi arttırmak istiyoruz.

Rakiplerinizden ayrılmak için ne tür stratejiler uygulamayı planlıyorsunuz? Farklılaşmak için kendinize nasıl bir yol çizdiniz?

Pazarda ODE, yalıtımın uzmanı ve güvenilen markası olarak biliniyor. Farklılığı kuvvetli yönümüzde olan uzman marka kimliğimize daha fazla odaklanarak, hedef kanallarımızda, servislerimiz, projelerimiz ile yaratacağız.

Marka algımızı yukarıya taşıyarak daha fazla akılda kalacağız.

Ekleme istedikleriniz...

Son olarak altını çizmek istediğim, yapı ve mekanik tesisat sektöründe, ODE’yi ürünlerimiz, servislerimiz ve hizmetlerimiz ile sadece satılan değil, satılmak istenen, aranan, talep edilen bir marka haline getirmek olmalıdır.

ODE çalışanlarının Koç Üniversitesi Turquality yönetici geliştirme programı bitirme ödevi Barok Yapı oldu

Koç Üniversitesi’nde Executive MBA içrikli yönetici geliştirme programına katılan Teknik İşler Direktörü Ayhan Gökbağ ve Marmara Bölge Takım Lideri Semih Gönç, bitirme ödevi olarak İzmit bayisi Barok Yapı’nın stratejik yapısını incelediler. Program kapsamında bitirme ödevi olarak Barok

Yapı’nın stratejik yol haritasını inceleyen Gökbağ ve Gönç, geçtiğimiz günlerde bir sunum gerçekleştirdiler. Sunumda öncelikle Barok Yapı’nın genel durumu hakkında bilgi verildi ardından misyonu, vizyonu incelendikten sonra firmanın içsel analizi gerçekleştirildi.



Barok Yapı Genel Müdürü Bahri Yavuz, Marmara Bölge Takım Lideri Semih Gönç, Program Danışmanı Zehra Eliçin, Teknik İşler Direktörü Ayhan Gökbağ



Gökbağ ve Gönç’ün sunum yaptığı derse ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, Yönetim Kurulu Üyesi Seher Turan, Program Danışmanı Zehra Eliçin, Barok Yapı Genel Müdürü Bahri Yavuz katılım sağladı. Eğitimler insan kaynakları stratejisinin bir parçası olarak gören ODE, eğitime verdiği bu desteklerle gelecekte ihtiyaç duyacağı insan kaynağını oluşturmaya hedefliyor.

2012 yeni başlangıçların ve atılımların yılı olacak



Yeni yapılanma sürecini paylaşmak üzere çalışanlarıyla bir araya gelen ODE Yalıtım Satış Pazarlama Koordinatörü Ali Türker, "Bu yeni yapılanmayla ODE, daha esnek bir çalışma sistemine kavuşacak, çok daha agresif hedeflere ulaşmak üzere yeni bir başlangıç yapacaktır" dedi.

Sektörün öncülerinden ODE Yalıtım; çalışmalarına yeni bir ivme kazandırmak ve verimliliğini artırmak üzere yeniden konumlandığı kurumsal organizasyonunu paylaşmak üzere, satış ve pazarlama departmanı çalışanlarıyla 27-28 Ocak 2012 tarihinde Şile Best Garden Otel'de bir toplantı gerçekleştirdi.

İki gün süren toplantıda; 2011 değerlendirilmesi, 2012 yeni kurumsal organizasyon yapısı ve hedefleri paylaşıldı. Toplantının açılışında bir konuşma yapan ODE Yalıtım Satış Pazarlama Koordinatörü Ali Türker, şirketin geleceğine yön verecek olan yeni yapılanma ve atılımlarla 2012'nin ODE'nin yılı olacağını

belirterek şunları söyledi: "Bu yeni yapılanmayla ODE, daha esnek bir çalışma sistemine kavuşacak, çok daha agresif hedeflere ulaşmak üzere yeni bir başlangıç yapacaktır.

ODE yeni dönemde ihracatta çok daha iddialı olacak, kalıcı dağıtım kanalları kurarak mev-

cut istikrarını sürdürürken pazarlarına yenilerini ekleyecektir. İç pazarda ise satış dağıtım kanallarını kasabalara kadar indirmek, en öncelikli hedefimizdir."

Konuşmasında daha dinamik bir yapıya kavuşacaklarının altını çizen Türker, ODE'nin en büyük zenginliğinin ekip ruhu olduğunu belirterek; 2012 yılında daha esnek, yalın ve hızlı kimliğiyle gerek Türkiye'de gerekse global pazarda rüzgar gibi esmeye devam edeceklerini vurguladı. ODE Yalıtım'da 2007 yılında Satış Pazarlama Direktörü olarak göreve başlayan, 2010- 2011 yılları arasında Strateji ve İş Geliştirme Direktörlüğü görevini yürüten ve 2012 itibarıyla Satış Pazarlama Koordinatörlüğü'ne atanan Ali Türker; yeni organizasyon yapısı kapsamında yeni prim sistemi ile portal ve sipariş üzerinde yapılan gelişmeleri ise şu sözlerle açıkladı: "Bu yıl, yeni organizasyon yapımız kapsamında satış kanallarımızın sistemlerini iyileştireceğiz. Konuyla ilgili olarak, İstanbul ve Ankara'da bayilere yönelik iki bayi toplantısı düzenleyeceğiz. Ayrıca, bayi portalında geliştirme ve iyileştirme çalışmaları yürüteceğiz."



ODE bayileri İstanbul ve Ankara'da bir aradaydı

Yalıtım sektörünün bilinen ismi ODE, hedeflerine ulaşmasında önem arz eden bayilerini bir araya topladı. Türkiye bazında hizmet veren bayilerini 15 Şubat'ta İstanbul'da, 28 Şubat'ta Ankara'da bir araya getirerek, yeni yapılanma sürecini ve 2012 hedeflerini anlattı



ODE Yalıtım, hedeflerine ulaşmasında önem arz eden bayilerini bir araya topladı. 15 Şubat 2012'de İstanbul'daki Ege ve Marmara Bölgesi'ndeki bayilere yönelik gerçekleştirilen toplantı The Plaza Hotel'de, Ankara'daki bayi toplantısı ise 28 Şubat 2012 Salı günü Hilton Otel'in Marco Polo

Salonu'nda düzenlendi. İstanbul'daki toplantıya 85, Ankara'daki toplantıya 75 bayi katılım sağladı.

Toplantılarda 2011 yılında gerçekleştirilen projeler, imalatı yapılan ürünler hakkında değerlendirmeler yapıldı, 2012 yılında firma-

nın hedefleri ve bayi organizasyonu çalışma prensipleri hakkında bilgi verildi.

Her iki toplantıda çeşitli konuşmacılar yer aldı. Sunumlar esnasında ODE Yalıtım'ın birçok ürünü kendi markası adı altında geliştirildiği, Türkiye'de kendi sektöründe geniş ürün



yelpazesi ile üretim yaptığına dikkat çekildi. ODE Yalıtım eğitime verdiği önemi; bayiler toplantısında gerçekleştirilen sunumlarla bir kez daha kanıtlamış oldu.

Ankara toplantısında Enerji Verimliliği Daire Başkanı Murat Bayram, Binalarda Enerji Verimliliği, Turseff Danışmanı Burak Kartal, Turseff Enerji Verimliliği Kredileri, TTGV Genel Sekreteri Mete Çakmakçı, Girişim Sermayesi ve ODE, Deloitte Vergi Ortağı Veysel Türkmen, Yeni Türk Ticaret Kanununun Getirdiği Yenilikleri, ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan 2012 Tehditler ve Fırsatları ile ilgili birer sunum gerçekleştirdiler. İstanbul toplantısında Orhan Turan ve Burak Kartal'ın yanı sıra İş Girişim Yönetim Kurulu Üyesi Emre İyibilir, Girişim Sermayesi ve ODE, DB



İstanbul'dan Uğur Şeker, İnteraktif Reklam ve Gelecek ile ilgili konuşma yaptılar.

Toplantıda; ODE çalışanlarından ODE Satış ve Pazarlama Koordinatörü Ali Türker, 'Değişim Yılı 2012', ODE Teknik Direktör Ayhan Gökbağ, 'Isı ve Su Yalıtım Standartları', Üretim ve Lojistik Direktörü Tayfun Balcı, '2012 Üretim', ODE Mali ve İdari İşler Direktörü Kemal Direk '2012 Finans Uygulamaları' hakkında bilgi verdiler.

Her iki toplantıya da ODE'den ODE yalıtım CEO'su Orhan Turan, Satış Pazarlama Koordinatörü Ali Türker, Satış Direktörü Murat Erenoğlu, Pazarlama Direktörü Burak Serkan Çakır, Teknik Eğitim Uzmanı Burcu Karalı ve bölge takım liderleri katıldılar.



ODE K-Flex Genel Müdürü Nezih Altınok: ‘Hedeflerimiz büyük’

2004 yılında alınan stratejik bir kararla ODE K-Flex kendi teknolojisini geliştirmeye başladı ve her yıl satış rekorları kıran ODE R-FLEX markasını yarattı. 2008 yılından itibaren ise bu marka adı ile kauçuk boru ve levha üretimi yapılmaya başlandı.

Üstün özellikleri sayesinde, sektörde en çok tercih edilen malzemelerden biri haline gelen ODE R-Flex'in bilinmeyen yönlerini ODE K-Flex Genel Müdürü Nezih Altınok'tan öğrendik. Ayrıca ODE bayilerine de R-Flex'i neden tercih ettiklerini sorduk.

Kauçuk köpüğü üretim tesisi ne zaman kuruldu? R-Flex üretimine geçilmesine nasıl karar verildi? Bu sürecin tarihçesinden kısaca bahseder misiniz?

Bilindiği gibi ODE ve L'ISOLANTE K-FLEX ortak girişimi olarak 1999 yılında kurulan firmamız üretimine 2000 yılında İtalyan ortaklığımızın markası K-FLEX ürünlerini üreterek başlamıştır. Kısa süre içerisinde kalitesini kabul ettirmiş, Avrupa ve ABD dahil dünyanın birçok ülkesine ürünlerini ihraç etme başarısını göstermiştir.

2004-2005 yıllarında ODE'de oluşmaya başlayan GLOBAL MARKA olma vizyonu benimsedikçe başka marka altında üretim yapmak bizleri rahatsız etmeye başlamıştı.

Ayrıca kabına sığmayan ODE ürettiğimiz kauçuk boru ve levhaları dünya pazarına sundukça bir çok ülkede yabancı ortağımız ile karşı karşıya gelme durumunda kalıyorduk.

Aldığımız stratejik bir kararla 2004 yılından itibaren adım adım ODE K-FLEX kendi teknolojisini geliştirmeye başladı ve nihayetinde 2008 yılında ODE R-FLEX markasını yarattı. Bizler için ne kadar sevindiriciydi ki, pazarın bize olan güveni nedeniyle hiç tereddütsüz ODE R-FLEX markası benimsendi ve 1 Ocak 2008 yılından itibaren biz her yıl satış rekorları kırarak, ODE R-FLEX üretimimizi katlayarak 2012'lere geldik.



ODE K-Flex Genel Müdürü Nezih Altınok

R-Flex elastomerik kauçuk köpüğü ürününün özellikleri nelerdir? Bu ürün hangi tip yalıtım uygulamalarında kullanılmaktadır?

R-FLEX kauçuk köpüğü ürünlerin bir çok kullanım alanı var. Ana kullanım alanı ısıyı ve sesi yalıtımdır. Dolayısıyla; HVAC (klimatize hava ve soğuk su üreten cihazların ve ürettikleri hava ve suyun dağıtımını yapan kanal ve boruların ısı ve ses yalıtımında), sıcak su ve sıhhi tesisat (sıcak su üreten cihazların, sıcak su tanklarının ve sıcak su borularının ısı ve ses yalıtımında), güneş kolektörleri (boruların ısı yalıtımında), kimya, petrokimya, ilaç sanayi, denizcilik, demiryolları (yüksek performanslı yalıtıma gereksiniminde), OEM'ler

ve akustik pazarlar, R-Flex'in satılacağı pazarlar olmaktadır.

Ürün tüketiciye ne tür avantajlar sağlıyor? Tüketici kauçuk köpüğü alırken nelere dikkat etmeli?

Cam yünü, taş yünü gibi geleneksel açık hücre yapısına göre kapalı hücre yapısına sahip olan R-Flex ürünlerinin bir çok üstünlükleri vardır. Sıralamak gerekirse;

- Isı geçirgenlik katsayısı çok düşüktür.
- Kapalı hücre yapısı nedeni ile buhar geçirgenliğini önlemek için ilave bir kaplamaya gerek yoktur. Bu yapısı sayesinde soğuk hatlarda kondansasyonu önlemekte bir numaradır. Diğer izolasyon malzeme-

- lerinde olduğu gibi delinme riskinde su buharını geçirme riski bulunmamaktadır.
- Bu yapı sayesinde ısı geçirgenlik katsayısı zaman içinde değişmez ve devamlı sabit kalır. Dolayısıyla termal stabilitesini her zaman korur. Halbuki açık hücreli yalıtım malzemelerinde termal stabilite zamanla bozulur ve yalıtım verimliliği düşüş gösterir.
- Bu yapı aynı zamanda uygulama yüzeyinde bakteri-küf gibi oluşumları engellemektedir.
- Tozutma-ufalanma-lifleşme gibi sorunları olmadığından özellikle kalabalık mekanlarda solunan havanın kötüleşmesinde ilave bir etkisi yoktur.
- Isı yalıtımı yapılan yüzeylerde aynı zamanda çok iyi ses yalıtımı görevini görür.
- Mekanik dayanımı ve özellikleri çok iyidir, çok flexible ve hafiftir.



ikisini sağlayabilmektedir; çünkü kauçuk köpük üretimi gerçekte büyük bir bilgi birikimi ve teknoloji istemektedir. İlkel makinelerde ilkel şartlarda kauçuk köpüğü üretilip piyasaya sunulabilirsiniz. Bunun alıcısını da bulabilirsiniz.

Ama dediğim gibi olması gereken özelliklerin bir kısmını ancak sağlarsınız.

Yalıtım malzemeleri tesisatlarda ve yapılarda kendilerini, dolayısıyla fonksiyonlarını zaman içerisinde hissettirirler.

Ucuz fiyatın cazibesine kapılan uygulayıcı ve kullanıcı zaman içinde tavan arasına tatbik ettiği kauçuk köpüğünün kalitesizliğinden dolayı su damlalarını görmeye başladığında yaptığı tasarrufun kat be katını tamirat ve yalıtımın yenilenmesine harcar veya doğru ve kaliteli yalıtım malzemesi kullanmaması nedeni ile doğru yalıtım yapılmamasının sonucu olarak enerji giderleri fazla olur ve bunu normalmiş gibi görür. Alırken tasarruf ettiğini düşündüğü miktarın kat be katını zaman içinde öder.

Ürünü en çok hangi ülkeler / pazarlara ihraç ediyorsunuz?

R-Flex ürünlerimiz ODE vasıtasıyla bütün komşu ülkelere, Kuzey Avrupa ülkeleri hariç bütün Avrupa ülkelerine, Türkiye Cumhuriyetine, Kuzey Afrika ülkelerine, Orta Doğu ülkelerine, Uzak Asya'ya, kısacası Güney Amerika hariç dünyanın tüm ülkelerine gönderiliyor. Ama en çok hangi ülkeler dersanız; Balkan ülkeleri, Türkiye Cumhuriyetleri, Arap ülkeleri ve Kuzey Afrika ülkeleri başta olmak üzere Türk müteahhitlerinin iş yaptığı tüm ülkeler diyebilirim. Bizim için sevindirici olan ürünlerimizi kullanan tüm uygulayıcılardan

hep olumlu dönüşler almamız. Uygulama hatlarında doğabilecek bir takım olumsuzlukları da, kauçuk köpüğü uygulaması yeni olan alıcı veya uygulayıcıları yayınlarmızla bilgilendirerek önliyoruz.

Ekleme istedikleriniz...

Bu süre içerisinde yaptığımız gerek insan gerekse makine yatırımları ile hem üretim kapasitemizi hem de kendi teknolojimizi geliştirdik ve gözlerimizi yurt içi ve yurt dışında yatırım yapabileceğimiz yeni yerlere çevirdik.

Bugün geldiğimiz noktada istediğimiz standartlarda kauçuk köpüğü yalıtım malzemesi yapmak bizim için sorun olmamaktadır.

Ne kadar sevindiricidir ki son zamanlarda piyasada görülen kalitesiz malların yarattığı haksız rekabetle başa çıkmak için ve piyasayı bu mallara mahkum etmemek için alt kalitede üretmeye başladığımız ISOCEL markası bile piyasada ummadığımız derecede olumlu tep-



ki aldı ve istesek de kalitesiz mal üretemeyeceğimizi anlamamıza neden oldu.

Öte yandan gene kendi teknolojimiz ile özellikle güneş kolektörlerinin boru tesisatında kullanılması için yüksek ısıya dayanıklı ODE R-Flex HT kauçuk borular ürettik.

Avrupa'da çok yaygın kullanılan bu özellikli boruların bir süre sonra yurdumuzda da talep edileceğinden emin olduğumuz için şu an bu pazarın gelişmesini beklemekteyiz.

Şantiyelerde boru ve kanal izolasyonunu koruma amaçlı yapmak zorunda kalınan alü-

minyum ve/veya galvaniz saç kaplama işçiliğinin ne kadar zahmetli ve masraflı olduğunu bildiğimizden, yüklenicileri bu zor işten kurtarmak için kendinden kaplamalı levha ve borular ürettik.

Ürettiğimiz kauçuk köpüğü yalıtım malzemeleri teknik yalıtımda kullanılan ürünlerdir. Yani ağırlıklı kullanım yerleri ısıtma-soğutma boru ve kanal tesisatlarıdır. Ama bunun yanında tank yalıtımlarında ve ses yalıtımında da kullanım alanlarıdır.

Soğutma tesisatlarında bence rakipsiz bir ürün olan kauçuk köpüğü ısıtma tesisatla-

rında 150°C'lere kadar kullanılabilir. Nihai kullanıcının tatbik alanını bilmesi ve buna göre kauçuk tipi seçmesi çok önemlidir. Biz koşulların değişkenliğini göz önünde bulundurarak nihai kullanıcının kullanım alanına en uygun tipi seçmesine olanak sağlayacak değişik tiplerde mamul üretmekteyiz. Kullanıcılarımızın seçimlerinde yardımcı olmak için özel bir yalıtım programı olan ODE CALC yaratıldı ve CD halinde getirildi.

Başta belirttiğim gibi artık kendi teknoloji-mizle yurt içindeki liderliğimizi yurt dışına taşıma aşamasındayız ve bunun çalışmaları içerisindeyiz.

Kauçuk köpüğünde ODE en güvenilir marka

Taşkın Işık - Doruk Yapı Yalıtım

2004 yılından beri ODE K-Flex satışı yaptıklarını belirten Doruk Yapı'nın sahibi Taşkın Işık, ürünün tüketicieye sağladığı avantajlarla ilgili şunları söyledi: "Tesisat yalıtımında, özellikle soğuk hatlarda ve fan coil hatlarda, yalıtım verimliliğiyle yıllarca süren dayanımı anlamında şu an en karlı ürün. Elastik olması, yırtılmaması, buhar difüzyon direnç katsayısı, yangına destek vermemesi ve uygulama kolaylığı diğer artılarından diyebiliriz. Bunların yanı sıra tesisatların onarımında, yenilenmesinde kolaylıkla çıkarılabilen, uygulanabilen bir üründür."

R-Flex'in benzerlerinden farklılıkları ile ön plana çıktığına dikkat çeken Işık, "Sonuçta, Türkiye'de bu ürünün ciddi anlamdaki üreticisi 2 firma. Ürünün özelliklerinden çok, o ürünün arkasındaki firmanın, bu ürün için sektörde verdiği mücadeleye ve ürüne yapılan katma değerler gözönüne alındığında, bu üründe ODE

en büyük ve güvenilir marka. Ürünün deklare edilen değerleri taşıması, yüzeyinde ondülasyon olmaması, ürün çeşitliliği (boru, levha, kendinden yapışkanlı levha, alüminyum folyo kaplı levha, kendinden yapışkanlı levhalar, özel alüminyum kaplı levhalar, yanmaz camtülü kaplı levhalar gibi) sektördeki en ciddi avantajlarımızdan birkaçı. Et kalınlıklarının tam net gelmesi de bir avantajdır. Ayrıca gıda sektöründe de kullanılabilmesi ODE'nin avantajlı olduğu noktalardan bir tanesidir diyebiliriz" dedi.

R-Flex'i taahhüt firmalarına, havalandırmacılara, soğutmacılara, ısıtmacılara, klimacılara, projeye ve projecilere v.s. gruplara verdiklerini söyleyen Işık, Zincirlikuyu Zorlu Center, Bursa Hilton, Özyeğin Üniversitesi, Kağıthane Callpex binası, Çerkezköy Pharmactive ve daha pek çok projede bu ürünün kullanıldığına dikkat çekti.

TÜRKİYE'NİN REFLEKSİ ÇOK KUVVETLİ

Bütün dünya için,
ısı yalıtımında hızlı ve dayanıklı çözüm;
ODE R-FLEX

Kalite yolculuğunun 10. yılında, 30'dan fazla ülkeye ihraç edilen ODE R-Flex; yılda 5.000 ton üretim kapasitesi ve ODE farkıyla dünya markası olma yolunda ilerliyor. Uluslararası yangın yönetmeliği "EN 13501" in "B" sınıfında yer alması, mükemmel ısı iletkenlik değeri ve yüksek su buharı difüzyon direnç katsayısıyla ODE R-Flex; dış etkenlere, iklim şartlarına, UV ışınlarına karşı son derece dayanıklı. ODE R-Flex; zengin ürün çeşitliliği, esnekliği ve uygulama kolaylığıyla da fark yaratmaya devam ediyor.



Aşkımız Yalıtım

Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza Kat: 12 34384 Okmeydanı - Şişli / İstanbul
Tel: 0212 210 49 06 Faks: 0212 210 49 07 www.ode.com.tr / ode@ode.com.tr



Kauçuk köpüğünde test raporları mutlaka sorgulanmalı

Fatih Özbatur – Aday İnşaat



2005 yılından beri yalıtım sektöründe hizmet verdiklerini belirten Aday İnşaat yetkilisi Fatih Özbatur, R-Flex'in sağladığı en büyük avantajın; doğru kalınlıkta ürünün seçilmesi halinde, ısı kayıplarını minimuma indirilerek enerji tasarrufu sağlaması olduğunu belirtti.

Özbatur: "Tüketici satın alacağı kauçuk köpüğünün, ısı iletkenlik kat sayısına, su buharı difüzyon katsayısına, yangın sınıfına, yoğunluğuna, sağlığa olabilecek etkilerine, gözenek yapısına, sıcaklık dayanımına, boyutlara uygunluğuna ve ekonomikliğine dikkat etmeli ve sıralanan maddelerin çoğu için verilen test raporlarını mutlaka sorgulamalıdır" dedi.

ODE R-Flex'in, üretim kalitesi, ürün gamı, boyutlara uygunluğu ve fiyat avantajı ile benzerlerinden ayrıldığını ifade eden Fatih Özbatur, bu ürünü sanayi tesislerine, turistik tesislere, iş merkezlerine, konutlara, kısaca ısıtma, soğutma ve havalandırma tesisatının bulunduğu bütün projelere ve rebildiklerini belirtti.

R-Flex, esnek olmasından dolayı uygulama kolaylığı sağlıyor

Meryem Arıbuğa – Öncü Yalıtım

ODE'nin R-Flex ürününü piyasaya sunulduğu ilk günden beri sattıklarını söyleyen Öncü Yalıtım Satış ve Pazarlama Sorumlusu Meryem Arıbuğa, ürünün avantajlarıyla ilgili şunlara değindi: "ODE R-Flex malzemesi sıcak borularda ısı kaybını, soğuk borularda ise ısı kazancını önemli miktarda azaltıyor. Esnek bir malzeme olduğu için uygulama kolaylığı sağlıyor."

Tüketicinin kauçuk köpüğü alırken ısı iletkenlik kat sayısına, su buharı geçirgenlik direnci katsayısına, sıcaklık dayanımına ve yanma durumuna dikkat etmesi gerektiğine değ-

nen Arıbuğa, R-Flex'in; ürün çeşitliliği bakımından müşterilerinin taleplerine rahatlıkla çözüm üretebildiğini, projelerde istenen değerleri (ısı iletkenlik katsayısı, su buharı difüzyon direnç katsayısı v.s.) karşıladığını ve gerektiğinde ulaşabilecekleri test raporlarına sahip olduğuna dikkat çekti.

ODE R-Flex ürününü, AVM, adliye binaları, hastaneler, oteller gibi birçok projeye sattıklarını belirten Arıbuğa: "ODE R-Flex ürünü piyasada yerleşmiş güvenilir bir marka. Tedarik ederken ve müşteriye sunarken hiç sorun yaşamadığımız bir ürün" dedi.

R-Flex büyük oranda enerji tasarrufu sağlıyor

Taner Şenkardeş – Mespa Endüstri Yatırım



2002 yılından beri kauçuk köpüğü ürün satışı gerçekleştiren Mespa Endüstri Yatırım yetkilisi Taner Şenkardeş, piyasaya çıktığı günden beri ODE R-Flex'in satışını yaptıklarını dile getirdi.

Ürünün tüketiciye ciddi anlamda enerji tasarrufu sağladığını ifade eden Şenkardeş, tüketicinin kauçuk köpüğü alırken malzemenin yoğunluğuna ve ısı geçirgenlik katsayısına dikkat etmesi gerektiğine dikkat çekti. R-Flex, benzerlerinden farklılıkları hakkında bilgi veren Şenkardeş şunları söyledi: "Yoğunluğu ve ürün kalitesi iyi.

ODE'nin ürün teslim süresi kısa. ODE'de üretim kapasitesi yükseldi. Daha çabuk ürün çıkıyor. Biz bu ürünü genellikle alışveriş merkezlerinin ve büyük rezidans projelerinin klima tesisatı izolasyonuna satıyoruz."

Yalıtımcının başucu programı ODE'den!

YALITIM İÇİN
ODE YETER

Kurulduğu günden bu yana pek çok ilke imza atan ODE durmadan çalıştı, araştırdı ve kendi uzmanlığını Avrupalı uzmanların bilgileriyle birleştirerek özel bir YALITIM PROGRAMI olan ODE Calc'ı yarattı.

Üstelik bu programı, mekanik tesisat projecileri, mekanik tesisat uygulamacıları, kontrol mühendisleri ve diğer HVAC sektörü çalışanları yararlanabilsin diye CD haline getirdi.

"Hangi proje için hangi malzemeler kullanılmalı, proje için doğru teknik özelliklerde malzeme seçimi" gibi konulara yardımcı olacak bu YALITIM PROGRAMI CD'si sektöre ışık tutacak.

ODE, yeni çalışmalarıyla tekrar karşınıza çıkacak.



• ISI YALITIMI • SES YALITIMI • SU YALITIMI • YANGIN YALITIMI

Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza Kat: 12 34384 Okmeydanı - Şişli / İstanbul Tel: 0212 210 49 06 Faks: 0212 210 49 07

www.ode.com.tr

ODE
Aşkımız Yalıtım



YTÜ öğrencilerine “Enerji Verimliliği” dersi verdik

ODE Yalıtım Teknik Eğitim Uzmanı Burcu Karalı, Yıldız Teknik Üniversitesi öğrencilerine “Enerji Verimliliği” hakkında detaylı bir sunum yaptı.

Yıldız Teknik Üniversitesi (YTÜ) tarafından düzenlenen “Enerji Verimliliği” haftasında 22-23 Mart 2012 tarihinde Makine Mühendisliği son sınıf öğrencilerine Yrd. Doç. Dr. Handan Çubuk tarafından verilen “Enerji Yönetimi” dersinde ODE Yalıtım Teknik Eğitim Uzmanı Burcu Karalı “Enerji Verimliliği” konulu bir sunum yaptı. Karalı’nın sunum yaptığı derse ilgi oldukça yüksekti.

Enerji verimliliği denildiğinde akla öncelikle ısı yalıtımının geldiğine değinen Karalı, ODE’nin bu alanda yaptığı çalışmaları da anlattı. Türkiye’nin bu konuda nerede olduğuna dikkat çekerek, Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında ortaya çıkan sonuçları değerlendiren Karalı, yalıtım sektörünün enerji verimliliği açısından bakıldığında son derece önü açık bir sektör olduğunu da sözlerine ekledi. Teorik bilgiler dışında enerji tasarrufuna katkıda bulunabilmek için günlük hayatımızda uygulayabileceğimiz pratik bilgiler de veren Karalı, genç meslektaşlarıyla bir araya gelip, onlarla bilgi paylaşmanın son derece keyifli olduğunu söyledi.

Öğrenciler, derslerde genellikle teoriye dayalı bilgiler edindiklerini, Karalı’nın anlatım yaptığı bu dersin hepsinden farklı olduğunu belirttiler. Derste günlük hayatta kullanabilecekleri birçok şeyi öğrendiklerini, mezun olmak üzere olduklarından verilen bu bilgilerin iş hayatlarında da faydası olacağını söyleyerek memnuniyetlerini dile getirdiler.

Dersin sonundaki soru-cevap bölümünde de öğrencilerin katılımının oldukça memnuniyet verici olduğunu belirten Karalı şunları söyledi: “Öncelikle şunu belirtmeliyim ki; Yıldız Teknik Üniversitesi gibi Türkiye’nin köklü üniversitelerinden birinde böyle bir görevi üstlenmek, çok değerli Yrd. Doç. Dr. Handan Çubuk hocamızın huzurunda ders vermek benim için ayrı bir gururdu. Bu sıralardan geçmiş biri olarak öğrencilerin bu konuya son derece ilgili olmaları açıkçası beni hem çok şaşırttı hem de çok mutlu etti. Biz firma olarak yalıtım sektörünün çok farklı iş gruplarına eğitimler düzenliyoruz, ancak üniversitelerde bu eğitimlere çok daha fazla talep olması çok bilinçli bir neslin yetiştiğini gösteriyor ve

bu da bizleri hem sevindiriyor hem de ODE Yalıtım olarak doğru yolda olduğumuzu bir kez daha anlamış bulunuyoruz.”

Ders bitiminde öğrencilerle birlikte Oditoryum’da düzenlenen Enerji Verimliliği Paneline geçildi. Panel’deki konuşmacılardan biri de ODE Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan’dı.



Burcu Karalı

ODE’de 8 dil konuşuluyor

ODE’de İngilizce, Arapça, Fransızca, Almanca, Rusça, Kazakça, Romanca ve Bulgarca olmak üzere 8 farklı dil kullanılıyor...



2012 yılının başında her anlamda kendisini yenileyen ODE, ihracat departmanında da yeni bir yapılanma içine girdi. ODE’de İngilizce, Arapça, Fransızca, Almanca, Rusça, Kazakça, Romanca ve Bulgarca dillerinin kullanıldığını söyleyen ODE İhracat Grup Takım Lideri Ersin Yıldız, ODE’de 8 farklı dilin kullanılmasının yurtdışında ODE’ye pek çok avantaj ve kolaylık sağladığını belirtti. Yıldız: “Aynı lisani konuşmak müşterilerimiz ile olan

ilişkilerimizi en üst seviyeye çıkarıyor. Ortak paylaşım arttıkça iş performansımıza olumlu yansımalarını yaşıyoruz. ODE gibi çok geniş coğrafyalara ve farklı dillere satış yapan bir kurum için 8 farklı dili konuşmak, kültürel zenginlik yanında, farklılıklara ulaşmakta kolaylık sağlıyor” dedi.

ODE olarak özellikle Rusya ve Türki Cumhuriyetler olmak üzere Kuzey Afrika, Balkanlar,

Ortadoğu Avrupa ülkeleri, Brezilya ve Pakistan gibi ülkelerin de aralarında bulunduğu 55’i aşkın ülkeye ihracat yaptıklarını belirten Yıldız, “İhracatta yayılmacı ve istikrarlı bir strateji ile büyümeye devam ediyoruz.

Potansiyelimizin, ulaştığımız durumdan daha ötede olduğu bilinci ile hem ülkemiz hem de firmamız için hiç durmadan çalışmaya devam ediyoruz” dedi.

Dünya ekonomik krizde, Türk markaları yükselişte

Başta Avrupa ülkeleri olmak üzere ekonomik kriz beklentilerinin yoğunluk kazandığı günümüzde dünya devlerine karşı üretim yapan Türk şirketleri global oyuncu olma yolunda hızla ilerliyor. Yurt dışında yatırım yapan Türkler, dünyaca bilinen markalarla kıyasıya rekabet ederek, şirketlerinin de değerlerini katlıyor.



Küresel krizin etkisinin hala devam ettiği ve yaraların sarılmaya çalışıldığı son dönemlerde politik ve ekonomik istikrarını sağlamış ülkeler arasında sayılan Türkiye'de yaşanan düzelme gerek özelleştirme kapsamındaki

gerekse özel sektörün elindeki şirketlerin değerini katladı. Pek çok Türk firmasının piyasa değeri yükselirken, marka bilinirliği arttı. Bazıları marka bilinirliğini artırmak için yurt dışı faaliyetlerine ağırlık vererek,

tanıtım çalışmaları gerçekleştirdi. Geçmişte dünya devlerine üretim yapan Türk yan sanayi şirketleri, bugün global oyuncu olma yolunda hızla ilerliyor. Türk şirketlerin küresel krizle birlikte hızlanan yurt dışı atağı sürerken, Çin, Rusya, Brezilya, Hindistan gibi yabancı ülkelerde Türklere ait tesislerin sayısı her geçen gün artıyor. Yurt dışı yatırımlar arasında önemli satın almalar da yer alırken, ağırlıklı yöntem ise doğrudan fabrika yatırımları olarak öne çıkıyor. Günümüzde yurt dışı yatırım trafiği açısından hareketli bir dönem yaşandığı belirtilirken, Türkiye'ye yatırım yaparak, Avrupa, Orta Doğu, Asya ve Afrika pazarlarını tek merkezden yönetmek yatırımcılar açısından son derece stratejik bir adım olarak görülüyor. Bu durum ülkenin yatırım çekmesini ve bir yatırım merkezi olmasını kolaylaştırıyor. Gelişmekte olan ülkeler arasında hızla yıldızı parlayan Türkiye'nin bu başarısını gören yabancı devletler de son yıllarda Türkiye'ye yatırım yapmaya başladı, pek çok bilinen marka Türkiye'yi bölgesel üs yaparak, Orta doğu ve çevresini Türkiye'den yönetiyor.

2006'da İMKB'de işlem gören Akbank ve İş Bankası'nın borsa değerleri 20 milyar dolar sınırına yaklaşırken, GM, Ford, Volkswagen, Xerox gibi dünya devlerini geride bırakmışlardı. Tıpkı iki banka gibi Türk şirketlerinin bir çoğu değerlerini bu dönemde artırdı. 2000 yılında değeri 18 milyar doları aşan Turkcell, devletler boy ölçüşür hale gelmişti. Bugün 9



farklı ülkede faaliyet gösteren ve bu anlamda Türkiye'nin en global şirketi hüviyetini taşıyan Turkcell, faaliyette bulunduğu dokuz ülkenin beşinde pazar lideri.

Türk markaları artık her yerde!

Son 10 yıldan beri hazır giyim başta olmak üzere, ev tekstilinden ayakkabıya, mobilyadan halıya, bankacılıktan kablosuz iletişime, ilaçtan teknolojiye kadar her alanda yayılmacı bir politika izleyen Türk markaları artık her yerde! Hızla ama yavaş yavaş oyuna katılan Abdi İbrahim, Adil Işık, Arçelik, Bilim İlaç, Bider, Casper, Damat&Tween, Efes Pilsen, İş Bankası, Kale Kilit, Koton, LCW, Opet, Sütaş, Turkcell, Ülker, Vatan Bilgisayar gibi pek çok marka "Global pazarda ben de varım" diyor. Hem yurt içinde hem de yurt dışındaki talepleri dikkate alarak, tüketicilerin istekleri doğrultusunda çalışmalarına ağırlık veren markalar, bugün itibarıyla global markalarla kıyasıya mücadele ederek, kendi sektörlerinde var olma savaşı veriyorlar ve her geçen gün marka bilinirliğini artırma yolunda çaba gösteriyorlar.

Dünyanın en büyük 10 ekonomisi içine girmeyi amaçlayan Türkiye için yeni bir rota çizen Birleşmiş Markalar Derneği, Ekonomi ve Strateji Danışmanlık Hizmetleri'ne hazırlatılan "Marka Ekonomi Raporu"nun detaylarını 12 Ocak 2012 tarihinde açıklamıştı. 50 yıl önce benzer ekonomik koşullara sahip olan İtalya-İspanya-Türkiye örneklemesinden

hareket edilerek hazırlanan Marka Ekonomi Raporu'nda, fason üretim ile markalı üretim ve ihracatın ülkelere sağladığı avantaj ve dezavantajlar gözler önüne serildi. Raporda şunlar yer aldı:

2030 yılına kadar markalı ihracat artacak

- Gıda dışı modern perakende pazarının payı 2011 yılında yüzde 57'den 2030 yılında yüzde 85'e çıkacak.
- Katma değer yaratan markalı yurtiçi satışlar 2011 yılında 116 milyar dolardan 2030 yılında 340 milyar dolara ulaşacak.
- Yurtiçi satışlarda yaratılan katma değer 2011 yılında 37 milyar dolardan 2030 yılında 191 milyar dolara yükselecek.
- Markalı ihracat, 2011 yılında 1 milyar dolardan 2030 yılında 30 milyar dolara çıkacak, böylece 0.4 milyar dolarlık katma değer 12 milyar dolar olacak. Yurt içi satışlar ve markalı ihracat toplam 203 milyar dolarlık katma değere ulaşacak.

2011 Forbes listesine giren Türk şirketleri ve piyasa değerleri şöyle:

- 324. sırada Garanti Bankası (20,1 milyar dolar)
- 329. sırada Türkiye İş Bankası (14,2 milyar dolar)
- 343. sırada Koç Holding (10,8 milyar dolar)
- 367. sırada Akbank (19,8 milyar dolar)
- 459. sırada Sabancı Holding (9,7 milyar dolar)
- 630. sırada Halkbank (9,8 milyar dolar)
- 674. sırada Türk Telekom (15,2 milyar dolar)
- 753. sırada Vakıfbank (6,1 milyar dolar)
- 770. sırada Turkcell (12,4 milyar dolar)
- 1222. sırada Enka (7,7 milyar dolar)
- 1896. sırada Türk Hava Yolları (2,9 milyar dolar)
- 1946. sırada Ford Otomotiv Sanayi (3 milyar dolar)

- Toplam yaratılacak ilave katma değer 2015'te 7.6 milyar, 2020'de 18.3 milyar, 2025'te 32.6 milyar, 2030 yılında ise 52.3 milyar dolara çıkacak.
- 2030 yılında 2.1 trilyon dolar olacak milli gelir, ilave katma değer artışının sağladığı yüzde 5 büyümeye 2.75 trilyon dolara yükselecek.
- Ekonomik büyümeye 2011-2030 arasında yıllık ortalama yüzde 1.0 ilave katkı sağlanacak.

Küçük Hong Kong'lar kuralıyız

- İstanbul, kendi bölgesinde bir moda merkezi ve moda perakendesinin alışveriş merkezi haline getirilmeli. İstanbul Alışveriş Festivali güçlendirilmeli ve benzer organizasyonların etkisiyle "Marka - Şehir" hedefine ulaşılmalı
- Türkiye bölgesinde piyasa yapıcı hale gelmeli ve yeni nesil serbest bölgelerle bir bakıma küçük Hong Kong'lar oluşturulmalı.
- Serbest ticaret ortamı yaratılmalı, ticaret önündeki engeller kaldırılmalı, küresel ticaret ve tedarik olanakları serbest bırakılmalı
- Tasarım faaliyetleri markalı ekonomiye destek verecek şekilde devlet tarafından desteklenmeli.

2011'de Forbes Dergisi'nin açıkladığı "Global 2000" listesinde 12 Türk şirketi yer aldı. Piyasa değeri 20,1 milyar dolar olan Garanti Bankası, listede 324. sırada yer aldı ve böylece piyasa değeri en yüksek Türk şirketi oldu. Garanti Bankası'nı, 14,2 milyar dolar piyasa değeriyle 329. sırada yer alan Türkiye İş Bankası takip etti. Koç Holding ise 10,8 milyar dolar piyasa değeriyle 343. sırada yer alırken, Akbank 19,8 milyar dolar piyasa değeriyle 367. sırada yer buldu.

Ford Otomotiv Sanayi, ilk kez 1946. sıradan listeye girdi. 2010'da listeye 1507. sıradan giren Türk Hava Yolları, 2011'de 1896. sıraya geriledi.

Turkcell Genel Müdür Yardımcısı Koray Öztürkler: 'New York borsasına kote olmuş tek şirket biziz'

Türkiye'ye ilk mobil "alo"yu getiren ve bugün dünya devleriyle kıyasıya mücadele eden Türkiye'nin lider iletişim ve teknoloji şirketi Turkcell, şu anda 15 ülkeye teknoloji satıyor.

World Finance Magazine tarafından belirlenen "10 Yılın Şirketleri" sıralamasında 2000-2010 yılları arasındaki performansı, 4 yıl üst üste "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketi" seçilen Turkcell'in Genel Müdür Yardımcısı Koray Öztürkler'e dünyaca bilinen bir isme nasıl sahip olduklarını, dünya markalarına karşı nasıl bir strateji izlediklerini sorduk.

Firmanız hakkında kısaca bilgi alabilir miyiz?

Turkcell, 1993'te Mecidiyeköy'de küçük bir ofiste doğdu. 18 yıl önce ilk mobil "alo"dan bugüne çok büyük bir mesafe kat edildi.

Teknoloji ve altyapıya 18 yılda yaptığımız 19.6 milyar TL'lik yatırımla Türkiye'nin teknoloji alanında kaydettiği mesafenin bir anlamda mimarı olduk. İlk günden bugüne sektörümüze liderlik ettik ve bugün 34.5 milyon kişi Turkcell kalitesini tercih ediyor.

Turkcell bugün Almanya'dan Kazakistan'a uzanan geniş bir coğrafyada faaliyetlerine devam ediyor. Almanya, Belarus, Moldova, Ukrayna, Gürcistan, Kazakistan, Azerbaycan ve KKTC'deki müşterilerimize en gelişmiş telekomünikasyon hizmetlerini sunan yurt dışı iştiraklerimizin yanında yurt içinde de Superonline, İnteltek, Turkcell Teknoloji, Global Bilgi ve Global Tower şirketlerimiz ile Türkiye için katma değerli hizmetler üretmeye devam ediyoruz.

Bir Türk markası olmanızın yanı sıra



dünya genelinde bilinen bir isme sahipsiniz. Bunu nasıl başardınız?

Türkiye'de 12 senedir New York borsasına kote olmuş tek şirket biziz. Oracle'ın CEO'su Turkcell'i tüm dünyaya örnek gösteriyor. Dünyanın önde gelen ekonomi dergilerinden Fortune, "Turkcell nasıl dünyanın en hızlı altyapılarından birini kurdu?" başlığı altında "Turkcell'in " 3G şebekesi, ABD dahil 53 gelişmiş ülke içinde en hızlısı" ifadesini kullanıyor. Turkcell Teknoloji, yalnızca Turkcell'in değil tüm Türkiye'nin teknoloji üssü haline

geldi. 440 mühendisimiz bugüne dek yüzlerce proje üretti. Şu anda 15 ülkeye teknoloji satıyor, 80 milyon insanın hayatına dokunuyoruz. Bu başarının ardında ülkemizi yurt dışında en iyi şekilde temsil etme isteği var. Turkcell kalitesini daha çok insana ulaştırma isteği var. Uyumlu bir şekilde, durmaksızın çalışan Turkcell ekibi var.

Rakiplerinizden önde olmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz? Onlara karşı nasıl bir strateji izliyorsunuz?



Centilmen bir rekabet her zaman pazarın ve müşterilerin lehine işleyen bir mekanizmadır. Fakat stratejilerimizi şekillendirirken rekabet odaklı değil müşteri memnuniyeti odaklı hareket ediyor, hep "nasıl daha iyi hizmet sunarız", "nasıl müşterilerimizin hayatlarını kolaylaştırırız" sorularını soruyor ve çitımızı buna göre belirliyoruz. Bugün Türkiye'nin lider teknoloji şirketi olarak kendimizle rekabet ediyoruz. Kurulduğumuz günden bu yana açık ara liderliğimizi koruyor olmamız, yolumuzda başarıyla ilerlediğimiz en önemli göstergesidir.

Sektörde kaçınıcı sıradasınız? Yurt içi ve yurtdışı satış rakamlarınız hakkında bilgi alabilir miyiz?

Sektörümüze yüzde 53'lük bir pazar payı

ile liderlik ediyoruz. 2011 yılında Turkcell Grup'un konsolide gelirleri yıllık bazda yüzde 4,1 artarak 9.370,1 milyon TL'ye yükseldi.

Dünya çapında bilinen bir marka olmak sektörünüzde ne tür avantajlar sağlıyor?

Tabii ki dünya çapında bir marka olmak sektörde avantajdır ama ilk önce Türkiye'de o beğeniyi kazanmış olmak önemlidir. Turkcell için en sevdiğimiz sıfat "Türkiye'nin Turkcell'i". Tam 5 senedir üst üste "Türkiye'nin en beğenilen şirketi" seçiliyoruz. Bugün Turkcell Grup bünyesinde ülkemizin doğusundan batısına 12bin çalışmamız var. Tüm ekosistemimizle birlikte 80 bin kişilik bir aileyiz. Kardelenler, Gönül Köprüsü ve Geleceğe Koşanlar'la bugüne kadar 200 bin çocuğu-



muza ulaştık. Van'da yaşanan depremler sonrası oluşan ihtiyaçlara kalıcı çözümler üretebilmek amacıyla "Van için Türkiye Kumbarası" hayata geçirdik. Türkiye'nin Turkcell'i olmak, bir avantajdan ziyade tüm Turkcell ailesinin çalışma ve fark yaratmak için en büyük motivasyonu...

Türkiye'de faaliyet gösteren markalara dünya çapında nasıl marka olabilecekleri yönünde vereceğiniz ipuçları nelerdir?

Bizim tavsiyemiz şu olabilir. İyi niyetle, büyük gayretle, ilimle, bilimle, teknolojiyle Türkiye için iyi işler yapmaya, ülkemizin gücüne katkıda bulunmak amacıyla hiç durmaksızın çalışmaya devam ettiğiniz sürece başarı mutlaka sizi bulur.

Türkiye tarihinde 1 asırlık çınar: Abdi İbrahim



Türkiye'deki sürdürülebilir liderlik rolünü devam ettirmek amacıyla Vizyon 2021 stratejisini hayata geçiren Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş., 20'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştiriyor. Bu yıl sektöre girişinin 100. yılını kutlayan marka, bu kapsamda Akılcı İlaç Kullanımı Kampanyası'nı başlattı ve Van Gogh Alive Digital Sanat Sergisi'ni açtı.

Günümüzde artık “ben bunu üreteyim nasıl olsa satarım” anlayışının geçerliliğini yitirdiğini, artık üretenin, neye ihtiyacı olduğunu dile getiren tüketicinin olduğuna değinen Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş. CEO'su Candan Karabağlı, marka olmanın maddi manevi yatırım gerektiren uzun bir süreç olduğunu, her şeyden önce markanın tüketicie vaat ettiklerini karşılaması gerektiğini belirtti. Karabağlı, dergimiz için Abdi İbrahim'in marka olma sürecini ve stratejilerini anlattı.

Firmanız hakkında kısaca bilgi alabilir miyiz?

Türkiye'nin en köklü şirketleri arasında yer alan firmamızın temelleri Eczacı Abdi İbrahim Bey'in 1912 yılında İstanbul'da açtığı ilk eczane ile atılmıştır. 1919 yılında Abdi İbrahim

Müstahzarat-ı İspençiyariye adıyla açılan fabrika, Abdi İbrahim İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.'nin çekirdeğini oluşturmaktadır. Halen Maslak'ta bulunan Abdi İbrahim Tower'da ve Esenyurt'ta yer alan Ar-Ge Merkezi'nde bulunan tarihi eczaneler ise, şirketimizin 100 yıllık mirasını gözler önüne sermektedir. Firmamız 2003 yılından bu yana, ciro ve toplam kutu satışında Türkiye ilaç sektörünün lideri konumundadır.

Portföyündeki 150 marka, 350 milyon kutu üretim kapasitesi, 14.500 paletlik lojistik işlem gücü ve 30'a yakın lisansör ile de sektörde önemli bir yere sahip olan Abdi İbrahim, başarısını uluslararası platformlara da taşıyarak 20'den fazla ülkeye ihracat gerçekleştirmektedir. 40 milyon dolar yatırımla Türkiye'nin akredite olmuş ilk Ar-Ge merke-

zini kuran firmamız, her yıl cirosunun %5'ini Ar-Ge'ye ayırmaktadır.

Bir Türk markası olmanızın yanı sıra dünya genelinde bilinen bir isme sahipsiniz. Bunu nasıl başardınız?

Abdi İbrahim olarak, dış pazarlarda önemli bir oyuncu ve ülkemizdeki sürdürülebilir liderlik rolümüzü devam ettirmek amacıyla Vizyon 2021 Stratejimizi hayata geçirdik. Bu kapsamda, Türkiye pazarından daha hızlı büyüyen lider şirket olma hedefiyle yeni tedavi alanlarında, OTC sürecine hazırlık aşamasında ve saha teşkilatının verimliliği konularında etkinliğimizi artırmak için çalışmalar yürütüyoruz. Öte yandan, operasyonel mükemmeliyetçiliği yaygınlaştırmayı, satış tahminlerinde doğruluğu sağlamayı, satın almada yeni tasarruf alanları yaratmayı

ve ortak pazarlama ve fason üretim noktalarında fırsatları etkin biçimde değerlendirmeyi rekabetçi anlayışımızın odak noktasına yerleştiriyoruz. Aynı zamanda lisansörler ile var olan ilişkileri de kuvvetlendirmenin önemini farkında olarak yeni iş ortakları ile ilişki tesis etmek üzere gelecek planlarımızı şekillendiriyoruz. Tüm bu ortaya koyduğumuz maddeler de, bizim başarımızı şekillendiren en önemli etmenler olarak yer almaktadır.

Rakiplerinizden önde olmak için ne tür çalışmalar yapıyorsunuz? Onlara karşı nasıl bir strateji izliyorsunuz?

Abdi İbrahim olarak, sektörde bizi farklılaştıran özellikler arasında cesaretimiz, yatırım iştahımız, öncü yaklaşımlarımıza bağlı olarak inovasyona ve Ar-Ge'ye verdiğimiz değer bulunuyor. Bu kapsamda, ülkemizden aldığımızı yine ülkemize verme misyonuyla hareket ederek, son 20 yılda toplam 274 milyon dolar tutarında yatırım gerçekleştirdik.

100 yıllık tarihimiz boyunca şirket olarak her zaman gücümüzü insana verdiğimiz değerden aldık. Nitekim 3300'e yakın nitelikli insan gücüyle sektördeki en yüksek istihdamı



yaratan ilaç şirketlerinden biriyiz. Kuruluşumuzdan bu yana sektörde yeniliklerin öncüsü olma misyonumuzdan da vazgeçmedik. Öte yandan 2012 yılında 100. yılımızı kutlamak kapsamında 2 önemli projeyi hayata geçirdik. Bunlardan ilki Akılcı İlaç Kullanımı Kampanyası. 100. yılımız vesilesiyle gündeme taşıdığımız bu proje ile bilinçli ilaç kullanımı konusunda bir seferberlik başlatarak, etkili reklam kampanyamızla kısa sürede toplumsal farkındalık sağlamayı, uzun sürede ise davranış değişikliği yaratmayı amaçlıyoruz. Projemize daha yüksek bir erişim sağlamak amacıyla 360° iletişim kampanyası yürütüyoruz. Özellikle TV reklamları, radyo spotları ve dergi ilanları yoluyla oldukça geniş bir kitleye ulaşmayı hedefledik. Tıbbi Satış Mümissillerimiz kanalıyla hekim ve eczane ziyaretlerinde Akılcı İlaç Kampanyası'na ilişkin yazılı ve görsel materyallerimizi halka ulaştırmak üzere hazırlıklarımızı yaptık. Akılcı İlaç Kullanımı kampanyamızın yanı sıra yıllardır süregelen sanata olan saygı ve ilginiz neticesinde Van Gogh Alive Digital Sanat Sergisi'ni Türk sanatseverlerle buluşturduk. Sergi, Abdi İbrahim'in iş yapış şekilleriyle birebir örtüşüyor ve bizim 100 yıllık bakış açımızı yansıtıyor. Sergimiz 15 Mayıs'a dek İstanbul'da Antrepo3'te; 15 Ekim - 30 Aralık tarihleri arasında ise Ankara Cer Modern'de sanatseverlerle buluşuyor olacak.

Dünya çapında bilinen bir marka olmak sektörünüzde ne tür avantajlar sağlıyor?

İlaçta yeni moleküller diğer sektörler gibi çok hızlı ortaya çıkarılmıyor. Ancak bu yönde devamlı yenilikler ortaya konulmaz ise geride kalma ihtimaliniz çok yüksek. Bu sebeple ciddi bir Ar-Ge yatırımla hem yenilikler takip edilmekte, hem de molekül farklılaştırmalar ve kombinasyonlar üzerinde ciddi çalışmalar yapılmaktadır. Aynı zamanda dünyadaki gelişmeleri takip ederek yenilikler ve farklı gelişimlerin olduğu ülke ve firmalarla yakın ilişki içinde olmaya çalışıyoruz. Bu tip yeniliklerin bir an önce Türk halkının hizmetine sunulması için gereğinde bu firmalarla or-

tak çalışmalar ve anlaşmalar yaparak ürünleri insanımızın hizmetine sunuyoruz. Şu anda 30'a yakın lisansörle anlaşmamız bulunuyor. Bu noktada dünya çapında bilinen ve güvenilen bir marka olmak her zaman avantajdır.

Türkiye'de faaliyet gösteren markalara dünya çapında nasıl marka olabilecekleri yönünde vereceğiniz ipuçları nelerdir?

Marka olmak bir süreçtir, maddi manevi yatırım gerektiren uzun bir süreç. Her şeyden önce markanızın tüketicie vaat ettiklerini karşılaması gerekiyor. Günümüzde artık “ben bunu üreteyim nasıl olsa satarım” anlayışı geçerliliğini yitirmiş durumda. Artık üreten, aslında tüketici. Tüketici neye ihtiyacını olduğunu dile getiriyor, bu noktada sosyal medyanın gücü yadsınamaz bir noktaya geldi. Hayatımıza “deneyimlemek” kelimesi girdi. Artık hedef kitlenize dokunan projelerde yer almak liderliği pekiştiren bir unsur haline geldi. Biz de bu yıl 100. yılımız onuruna iki büyük proje başlattık ve her ikisinde de amacımız tüketicimize dokunabilmektir.



“Bu dosya konusunu bir sonraki sayıda incelemeye devam edeceğiz.”

Başarıya EZBERLEYEREK Mİ yoksa EZBERLERİ BOZARAK Mİ ulaşabiliriz?

"İnsanlar nefes almadan yaşayabilirler mi? Peki insanların hayattaki amacı nefes almak mı? Firmalar para kazanmadan yaşayabilirler mi? Aynı şekilde firmaların tek amacı para kazanmak mı olmalı?"



Tüm bu sorular bile artık ezberlerin bozulması gerektiğini bize hatırlatmıyor mu? Küresel ekonomik krizin etkisiyle politikalarını değiştirmek zorunda kalan şirketler, bilançolarını dengelemek adına gerçekleştirdikleri yenilikçi önlemlerle ayakta kalmayı başardı. Kıscası eski yapılarını tekrarlayarak değil, ezber bozarak yaşamlarını sürdüreceklerini çok iyi biliyorlar.

Bunun en iyi örneği dünya elektronik devi Best Buy, Türkiye'de mağaza açmak için iki yıl uğraşırken, Vatan Bilgisayar iki yılda yaklaşık 40 mağaza açtı. Eski kurallara göre mağaza açmak için kriterleri zorlayan Best Buy iki yıl içinde açtığı iki mağaza 2 yıl sonra kapatıp Türkiye pazarından çekilirken, yerli bir marka olan Vatan Bilgisayar iki yıl içinde çalışan sayısını ikiye katlayıp, mağaza sayısını ise neredeyse 8'e katladı. Perakende sektöründe dünya devlerinin Türkiye'de ortalama turn over oranları yıllık % 120'lere kadar gelirken, aynı sektördeki Türk firmalarının turn over oranları % 25'e geçmemektedir.

Yabancılar yalnızca iyi Üniversite mezunlarını yönetici yaparken, Türk firmaları öğrenmeye açık ve kurumu sahiplenilen tüm çalışanlarına yönetici olma olanağı tanıyarak, kişilerin çalıştıkları kurumun bir parçası olmalarını rahatlıkla sağlamış ve böylece de büyük başarılara imza atmışlardır. Bu sayede kurumsallaşmanın önündeki en büyük engel olan "İnsan Kaynağını Bulmak ve Elinde Tutmak" ile ilgili sorunu tamamen çözmüşlerdir. Tüm bunlara rağmen, Brand Finance'in araştırmalarından yapılan hesaplama göre, Türkiye'nin en değerli markaları listesinde, listenin başını 2 milyar 389 milyon dolarla Türk Telekom çekiyor.

2 milyar 280 milyon dolarlık marka değeriyle İş Bankası ve 1 milyar 898 milyon dolarlık marka değeriyle Turkcell takip ediyor. Bunların dışında, 100 Türk şirketinin yer aldığı listenin ilk 10'unda Akbank, Garanti Bankası, Türk Hava Yolları, Efes Bira, Yapı Kredi Bankası, Arçelik ve BİM bulunuyor.

Söz konusu 100 şirketin toplam marka değeri 2011 yılında 32.9 milyar dolar seviyesindeyken, geçtiğimiz ay açıklanan ve dünyanın en değerli markaları listesinde bir yılda 7 sıradan yükselmesiyle piyasalarda büyük şaşkınlığa neden olan Apple'ın marka değeri, 70.6 milyar dolara ulaştı. Apple, bu performansıyla, dünyanın da en değerli markası oldu.

Türkiye'nin en değerli 100 şirketi, toplam mar-



ka değerleriyle, ancak General Electric'in marka değerine ulaşabildi. Maalesef Türkiye'nin en büyük 100 firmasının marka değerleri bir Apple'nin marka değerinin çok altında kalıyor.

Dünyanın En Değerli Markaları Listesi'nde 7. sırada olan General Electric'in marka değeri 33,2 milyar dolar seviyesinde bulunuyor.

Türkiye'nin marka değeri en yüksek 100 şirketine bakıldığında özellikle sektörel bir ayırım yapmak pek de mümkün gözüküyor. Yine de özellikle finans sektöründe (bankacılık) farklı uygulamalar, esneklik, müşteri memnuniyeti olarak güçlü bir konumdalar. Bu sektörde ve marka değeri yüksek diğer tüm firmalarda gördüğümüz ortak özellikler **kurumsallaşmayı, insan kaynağına** verilen değeri ve **değişime uyumu sayabiliriz**. Gelişen dünya, teknolojiye yeniilikler y kuşağı diye adlandırılan farklı nesil ve tüm bunları yönetecek olan liderlerleri olan yapılar global

Başarılı ve sürdürülebilir büyüme için ne gerekli?



Şubat 2010 Deloitte Aile Şirketleri Araştırması

pazarda yarışın içine girmiş durumdalar. Türkiye, krizlerin sıklıkla yaşandığı ve zorluklarla mücadelede sıkıntı yaşamayan bir toplumu barındırıyor. Dolayısıyla son dönemde global pazardaki olumsuzluklardan nispeten daha az etkilenmiş bir görüntü söz konusu. Bu durumu rekabet gücü olarak görüp avantaja çeviren firmalar da güçleniyor. Yurtdışından başlayan tersine beyin göçü oranları da en büyük kanıt.

İş Geliştirme, Proje Yönetimi ve benzeri pozisyonlarda tecrübe edinmiş orta kademe yöneticilerin istihdamlarını görüyoruz. Bu noktada yabancı çalışanların bilgi ve tecrübelerinden faydalanmak akıllıca. Diğer taraftan üst yönetimde Vodafone örneğinde olduğu gibi üst düzeyde göreve gelen Türk yöneticilerinin başarı hikayeleri de gurur verici olduğu kadar ders çıkartılması gereken öneme sahip.

Başarının sırrı sabit değil. Fazlasıyla insan odaklı. Cesur liderler önderliğinde sürekli gelişen, heyecanlı ekipler başarı hikayelerini yazıyor. Hikayeler ise ilham verici vizyonlar demek. Sistemler gereksiz değil önemli ama esnek yapılar kurabilmek ve hızlı hareket edebilmek daha mühim. Başarı ve sürdürü-

Önem verdiklerinizde gerçekleşmeler ne düzeyde?

Hedef ve performans arasındaki fark			
Strateji	Hedeflenen oran	Başarı oranı	Aradaki fark
Yönetim ekibinin becerilerini geliştirmek	71%	4%	-67
Ürün yeniliği	55%	15%	-40
Yatırımların daha verimli kullanılması	53%	9%	-44
Teknolojiden daha çok yararlanmak	51%	17%	-34
Ticari hacmin artırılması	49%	8%	-41
Ürün dağılımının değiştirilmesi	27%	7%	-20
Alacakların daha iyi yönetilmesi	24%	23%	-1
Banka ve/veya kreditorlere olan borçlarının azaltılması	20%	23%	3
Genel giderlerin kısımları	18%	13%	-5
Fiyatların artırılması	6%	2%	-4
Satış hacminin artırılması için fiyat indirimi	6%	7%	1

Şubat 2010 Deloitte Aile Şirketleri Araştırması

lebilir büyüme için aşağıdaki araştırmanın sonucu bize son derece çarpıcı sonuçlar vermektedir. Ürün yeniliğinden daha ziyade "Yönetici Ekibinin Becerilerini Geliştirme" çok daha önemli bir rol oynamaktadır ve ezberlerin bir tanesi olan "İş İnsandan Daha Önemlidir" ifadesi "İnsan Değerli Olduğu Yerde, İş İstenilen Gibi Yapar"a dönüşmüştür.

Aynen insanlar da olduğu gibi kurumlarda da güçlü yönleri doğru tespit ve o güçlü yöne odaklanmak gerekli. BİM ve Pegasus eğer "operasyonel maliyetleri en düşük seviyede tutarak kazanımlarını müşterilerine fiyat indirimi olarak yansıtmak" ilkesiyle öne çıktıysa ancak bunu en iyi şekilde yaparak bu marka değerini elde edebileceğinin farkında olup, bu şekilde ilerleyerek bu değeri elde etmiştir. Yahut Arçelik, servis çözümlerindeki kolaylık ile tüm kesimlere hitap eden bir markaya dönüşmüştür.

Kültürel özellikleri gözardı eden yabancı markaların, dünya pazarında çok öncül olsalar dahi kimi pazarlarda istenilen başarıyı elde edemedikleri de başka bir gerçek. Müşteri beklentilerini anlamak, onları tanımak ve bu doğrultuda satış stratejileri geliştirmenin önemini fark etmek, belki de başarıyı yakalamış Türk markalarının glo-

bal pazarda da yer almalarını sağlayacak en önemli faktörlerdendir. Açıkçası başarı, karlılık, büyüklük, bilinir marka değeri olmak kadar sürdürülebilirlik de önemli.

Aşağıda Türkiye'deki aile şirketleri ile ilgili bir takım araştırma sonuçları yer almaktadır. Hepsinin ifade ettiği sürdürülebilir başarıyı elde etmek güç. Üstelik bu sadece Türk şirketleri ile ilgili de değil. Yönetim Ekiplerinin becerileri, kalifiye insan gücü ile destekleyen ve içerdeki yetenekleri keşfedip onlara yatırım yapan, iletişimin gücüne inanan tüm şirketler lokal yahut yabancı lider konumuna gelip nesilden nesile geçebiliyor.

Her geçen gün patronların da profesyonel yönetici kadroları ile ilgili yaklaşımları değişmeye başladı, girişimcilikle yöneticiliğin çizgisini ayırmak gerektiğinin farkına vardılar. Yönetim Kurullarındaki bağımsız yöneticilerin sayısındaki artışla tablonun daha da iyileşeceğine içten inanıyorum. Aile şirketlerinde, kurumsallaşma için önem verdiklerinizde kriterleri gerçekleştirmeye baktığımız zaman karşımıza yine ezber bozan şirketlerin nereye odaklanması gerektiğini bizlere göstermektedir.

Yazan: Dr. Tayfun Çalkavur

Girişim Sermayesi, girişimciler için ideal bir çözüm

Yaratıcı fikirleri ve buluşları olan ama sermaye bulma sıkıntısı çeken küçük girişimciler için modern iş yaşamında ortaya çıkan girişim sermayesi, hızlı çözümler, buluşlar, yaratıcı fikirler, klasik sermaye-üretim ilişkisinden ayrı bir tür sermaye çeşidi olarak iş dünyasına girdi

Teknoloji ağırlıklı sanayileşme stratejisinin benimsendiği başta ABD, İngiltere, Fransa, Japonya, Hollanda ve Almanya gibi ülkelerde özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkan girişim sermayesi, yaratıcı fikirleri olan ama bunu yatırıma dönüştürecek finansal gücü olmayan girişimciler için ideal bir çözüm olarak iş yaşamına girdi.



Özellikle küçük-orta işletmeler ile yaratıcı fikirleri ve buluşları olan ama sermaye bulma sıkıntısı çeken küçük girişimciler için sermaye ve yatırım oluşturmak ciddi maddi külfet gerektirdiği için çok kısa sürede önem kazanan girişim sermayesi, modern iş yaşamında ihtiyaç olarak ortaya çıktı ve hızlı çözümler, buluşlar, yaratıcı fikirler, klasik sermaye-üretim ilişkisinden ayrı bir tür sermaye çeşidi olarak ekonomide yer edindi.

Girişim sermayesinde temel süreç, piyasa içinde boşluğu ve ihtiyacı hissedilen parlak bir fikir ya da buluşun araştırma geliştirme (Ar-Ge) aşamalarından başlayarak, pazarlama ve satışına kadar geçen dönemdeki sermaye ihtiyacının karşılanmasıdır. Sistemin işlerliği ise bu sermaye ihtiyacını karşılamak üzere, fon fazlası olan yatırımcıları ya da nakdini değerlendirme peşindeki girişimcilere bu süreci finansal olarak karşılama görevi veriyor.

Girişim Sermayesi, büyüme potansiyeli olan veya kapasitesinin altında performans gösteren şirketlere ortak olup değerini artırdıktan sonra hisselerini satarak ekonomik kar yaratmayı amaçlayan girişimler olarak biliniyor. Bir diğer değişle, girişim sermayesi şirketleri, geçici bir ortaklık yapıyorlar ve gelirleri yatırım yaptıkları şirketlerin başarılı performanslarına bağlı. Bu fonlar ellerindeki kaynak uzun

vadeli yatırım yapmak isteyen varlıklı kişi ve kuruluşların, özellikle emeklilik fonlarının sağladıkları sermaye ile oluşturuluyor. Uzman profesyoneller tarafından yönetilen fonlar, değerini artırabileceği şirketlere ortak oluyor, şirket idaresi ve stratejisinde gerekli değişiklikleri yapıyor ve şirketin değeri arttığında ise (genellikle 3 ya da 5 yıl sonra) hissesini satarak yatırımdan çıkıyor.

Dinamik bir sermaye akışının olduğu günümüz ekonomisinde küçük - orta ölçekli işletmeler ve yaratıcı fikirleri olan girişimciler bu tür dinamik gelişim içinde hep buluşları ve yaratıcı ürünleri ile ortaya çıkıyor. Söz konusu ürünlerin tasarımı, geliştirilmesi ve üretilmesi için ciddi bir Ar-Ge ve pazarlama finansmanına ihtiyaç duyuluyor. İşte burada girişim sermayesinin önemi ortaya çıkıyor. Bu sermaye, bu tür yaratıcı fikir ve buluşlara dayalı ürünleri araştırma-geliştirme aşamasından, pazarlamaya kadar olan tüm süreç için kullanılıyor, bu ürünlerin piyasada başarılı olması, tutulması halinde ise yüksek kar marjları ve o ürüne ait oldukça büyük piyasa payları yaratılabiliyor.

Girişim sermayesi yatırımda söz konusu olan risk durumu, yeni bir ürün yaratılması ve piyasada tutulup tutulmaması riskidir. Elbette ne kadar yüksek risk olursa o oranda yüksek kar ya da verim getireceği iş yaşamının



bilinen bir gerçeğidir. Alınan riskin başarıya dönüşmesi durumunda sağlanacak yüksek kar marjı ve satış hacminden kaynaklanan verimlilik artışı bu tür sermayeler ile çalışan ve üreten küçük girişimcilere ortak olan ve girişim sermayesi sunan yatırımcılar için çok önemli bir yatırım ve kar alanını oluşturuyor.

Türkiye’de Özel Sermaye Fonlarının Durumu Nedir?

Türkiye, özellikle son yıllarda gerek ekonomik açıdan yaşanan gelişme ve istikrar, gerekse global krizlere dayanıklılık testlerini başarıyla geçebilmiş olması açısından fonlar için ilginç bir pazar. Ancak şirketlerde mali tabloların ve mali yönetimin uluslararası standartlarda şeffaf olmaması, bağımsız mali denetimin yeterince yaygınlaşmaması, uluslararası muhasebe ilkelerinin henüz yeterince yaygın



kullanılmaması, şirket sahiplerinin şirketleri ile aralarındaki güçlü duygusal bağlar nedeniyle hisse satışında isteksizlik göstermesi bu tür Özel Sermaye Fonları yatırımlarının istenen hızda artmasına imkan vermiyor. Yine de Türkiye’de bir çok başarı hikayesinden söz etmek mümkün. Bunlara en canlı örnekler arasında Mey İçki, ODE Yalıtım, Aras Kargo, Golf Dondurma, Cinemars, Ortopro Tıbbi Aletler A.Ş., yemeksepeti.com gibi firmaları sayabiliriz.

Girişim sermayesi fonları Türkiye için üç önemli fayda sunuyor

1. Bu fonlar ortak oldukları şirketlere yeni yatırımlar yapmaları ve yurtdışına açılmaları için ihtiyaç duydukları büyüme sermayesini sağlıyorlar. İmalat sanayinde istihdamın %60’ını sağlayan KOBİ’le-

rin banka kredilerinin yalnızca %4’ünden yararlanabildikleri Türkiye’de, Girişim Sermayesi şirketleri finanse etmek için borçlanmaya ciddi bir alternatiftir.

2. Özellikle aile şirketlerinde, işe devam etmek istemeyen yeni kuşakların veya aile bireylerinin olması halinde Girişim Sermayesi Fonları bu hisseleri satın almak suretiyle hem şirketlerin yaşamasına hem de büyümesine yardımcı oluyorlar.
3. Girişim Sermayesi Fonları yönetim ilkeleri açısından yeterince gelişmemiş şirketlerde yönetimi iyileştirerek bu şirketlerin rekabetçi bir hüviyet kazanmasına ve sağlıklı biçimde ekonomik fayda üretmeye devam etmesine yardımcı oluyorlar.

İş Girişim Sermayesi'nden 13 yatırım 8 çıkış

Sermaye Piyasası Kurulu'nun 5 Ekim 2000 tarihli kararıyla girişim sermayesi faaliyetlerine başlayan İş Girişim Sermayesi, 12 yılda 13 yatırım 8 çıkış yaparak, iştirakleri için toplam 426,4 milyon ABD doları tutarında kaynak yarattı

İş Bankası grubu içerisinde bir girişim sermayesi fonunun kurulması fikri ilk kez 1999 yılında gündeme gelmiş, hazırlık çalışmalarının ardından Haziran 2000 tarihinde İş Girişim (Risk) Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. ünvanlı bir şirket kurulması amacıyla Sermaye Piyasası Kurulu'na başvurulmuştu. Kurulduğunda Dünya Bankası'ndan da destek alan ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun 5 Ekim 2000 tarihli kararıyla girişim sermayesi faaliyetlerine başlayan İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş. (İş Girişim Sermayesi, Reuters ISGSY.IS), 2004 yılı Eylül ayında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda işleme açılmıştı.

Yüksek büyüme sergileyen sektörlerde faaliyet gösteren ve şeffaf bir yönetim yaklaşımıyla rekabet avantajlarını yöneten firmalarla ilgilenen İş Girişim Sermayesi Aralık 2011 tarihi itibarı ile iştiraklerine toplam 81,5 milyon ABD Doları sermaye aktardı ve 344,9 milyon ABD doları tutarında borç plasmanını desteklemiş olup iştirakleri için toplam 426,4 milyon ABD doları tutarında kaynak yarattı. Böylece istihdam yaratılmasına da katkıda bulunan İş Girişim Sermayesi'nin iştiraklerindeki toplam çalışan sayısı, ortaklık sırasında 6.173 kişi (mevcut portföy şirketlerinde 2011 yılı sonu itibarı ile ve çıkış yapılan portföy şirketlerinde çıkış tarihi itibarı ile) artarak %42 oranında büyüdü. Gerçekleştirilen 8 çıkıştan ABD Doları bazında %22,61 yıllık bileşik getiri elde edildi.

İlk ortaklık Probil

Bir sistem entegratörü olarak 2000'li yıllarda, sektörde yol almaya başlayan Probil, o günlerde radikal bir karar aldı.

Dünyanın tanınan yazılım ya da iş çözümleri üreten şirketlerinin ürünlerini Türkiye'de şirketlere satan, entegre eden şirket, bu çalışmada sisteminden vazgeçti.

Tamamen kendi çözümlerini üretme, kendi hedef iş alanlarına yönelme kararı aldı ve İş Girişim'le ortaklık yaptı. İş Girişim, ortaklığının arasında ETI'nin de (EMEA Technology Investment Ltd.) bulunduğu Probil'e, sermaye artırımı yolu ile %10 oranında ortak olmuştu.

İş Girişim'in Probil'in hisselerini satın almasıyla, Türkiye'de yerli bir risk sermayesi kuruluşuyla bu alanda faaliyette bulunan yabancı bir kuruluş arasındaki ilk ortak yatırım gerçekleştirilmişti.

2009 yılında Probil'in iştiraklerinden Bizitek'in Ericsson'a satışı gerçekleştirildi, 2011'de de Probil'deki hisselerini Netaş'a satarak, çıkış yaptı.



İkinci ortaklık İletişim Teknolojileri



2002 yılında Türkiye'de yalnızca 2 tane risk sermayesi yatırımı gerçekleştiren İş Girişim Sermayesi, ikinci yatırımını bilişim sektörünün parlayan yıldızlarından İletişim Teknoloji Danışmanlık Ticaret A.Ş.'ye (ITD) yapmıştı. İş Girişim Sermayesi, bilişim sektörünün hızla gelişme potansiyeli olan şirketlerinden ITD'ye, yüzde 30.99 oranında ortak olmuştu. İş Girişim 2010 yılında ITD hisselerini Avrupa'nın en büyük 5. Yazılım şirketi olan Asseco South Europe'ye satışını yaparak, çıkışını tamamladı.

Üçüncü yatırımı CineMars'a

MARS SINEMA

İş Girişim, 2003 Ağustos ayında sinema sektörünün önde gelen şirketlerinden CineMars'a, sermaye artırımı yolu ile yüzde 50 oranında ortak oldu. CineMars'ın tercih edilmesindeki en önemli etken ise klasik sinema işletmeciliğinden ayrılarak, farklı bir konseptle konuya yaklaşılması,

müşteriye özel hizmet sunmaya yönelik farklılık yaratma temelinde bir yaklaşım sergilenmesi ve buna uygun profesyonel bir yönetim anlayışına sahip olmasıydı. İş Girişim ilk çıkışını 2006 yılında Cine Mars'taki hisselerini mevcut pay sahiplerine satarak gerçekleştirdi.

Ortaklık sırasında İstanbul The Ritz, Carlton Otel, İzmir Konak Pier ve Antalya Migros Alışveriş Merkezi'nde bulunan üç işletmesinde toplam 16 salonda sinemaseverlere hizmet sunan Cinemars'ın bu büyük adımla Türkiye'nin birçok ilinde pek çok yeni sinema salonu açarak daha fazla sinemasevere ulaşıldı.

Nevotek'in yarısına ortak olmuştu



31 Ekim 2003'de dördüncü yatırımını gerçekleştiren İş Girişim, yine bir Türk bilişim şirketi olan Nevotek'e ortak olmuştu. Sermaye artırımı yoluyla dünyanın önde gelen bilişim şirketlerinden Cisco'nun AVVID (Ses, veri ve görüntü mimarisi) iş ortaklarından Nevotek'in yüzde 50.1'ini alan İş Girişim, böylece bir Türk yazılım firmasının dünya pazarlarına açılmasını sağladı.

Yüksek teknoloji çözümleriyle uluslararası pazarlarda hizmet veren Nevotek, ses, veri ve görüntünün "IP telefon" aracılığıyla tek bir altyapı üzerinden taşınmasını sağlayan çözümler sunuyor.

Nevotek, 2002 yılında yaptığı çalışmalarla Cisco Systems'ın Doğu Avrupa, Afrika ve Ortadoğu bölgesinde "2002 Yılıın Stratejik İşbirliği" (Strategic Alliance of the Year) ödülünü almaya hak kazanmıştı.

İş girişim Step Halı'ya %33 ortak olmuştu



İş Girişim Sermayesi'nin bir soraki yatırımı Step Halı olmuştu. %33 ortaklık sonrasında yurtdışı pazarlarında da hedef büyüten Step, yurtdışı markası Stepevi ile Londra, New York, Du-

bai, Johannesburg gibi tasarım kalelerinde 20'den fazla satış noktasıyla yer aldı. Halı ve ev tekstili perakendeciliğinin yükselen yıldızı Step, bugün 50'den fazla ülkeye ihracat yapıyor. Stepevi markasıyla global bir marka olma doğrultusundaki emin adımlarına hız kazandıran bu ortaklık Türkiye ekonomisi dünyası ve Türk perakende sektörü açısından bir model olma özelliğiyle önem taşıyor. İş Girişim, Ağustos 2004'de giriş gerçekleştirdiği Step Halı'nın, 6,75 milyon ABD Doları karşılığında, yüzde 33,33 oranındaki hissesini 18 Temmuz 2008'de Kuzey Afrika ve Orta Doğu bölgesinin en saygın girişim sermayesi fonlarından Swicorp'a satarak çıkış yaptı.

Beyaz Filo ile 2008'de yollarını ayırdı



Operasyonel Filo Kiralama ve Yönetimi sektörünün lider firmalarından Beyaz Filo Kiralama A.Ş.'ye, 28 Kasım 2006'da ortaklık yolu ile 4 milyon ABD Doları tutarında işletme ve girişim sermayesi sağlayan İş Girişim Beyaz Filo'nun yüzde 15,68'ni satın almıştı. İş Girişim Sermayesi ortaklığıyla gücüne güç katan Beyaz Filo Kiralama'nın hedefi, şirket değerini maksimize ederek dünya standartlarında kurumsal bir şirket kimliği ile sektörün en karlı firmalarından biri haline gelmektir. 2008 yılından bu yana da İş Girişim Sermayesi'nden ayrı şekilde yoluna devam ediyor.

TÜYAP'la ortaklık 14 ayda sonlandırıldı



Türkiye Fuarçılık Sektörü'nün lideri TÜYAP ile İş Girişim Sermayesi arasında Aralık 2005 tarihinde başlayan işbirliği 14 ay gibi kısa bir sürede başarıya ulaştı. İş Girişim Sermayesi, TÜYAP'a proje kapsamında 7 milyon ABD Doları tutarında işletme ve yatırım sermayesi sağladı. Başarının kısa sürede gelmesi ile İş Girişim Sermayesi, 10,79 milyon Dolar karşılığında, yatırımdan çıkış gerçekleştirdi.

İş Girişim Sermayesi proje kapsamında verdiği destek ile TÜYAP'a dünya standartlarında kurumsal bir şirket olmak ve şirket değerini maksimize ederek sektörün en karlı firmalarından biri haline gelmek konusunda katma değer sağlarken; ABD Doları bazında % 45,75 yıllık bileşik getiri elde ederek "kazan kazan" temelinde bir başarı öyküsüne imza atmış oldu.

ODE'den 5.5 milyon kar elde etti



İş Bankası'nın dolaylı iştiraki İş Girişim Sermayesi Türkiye'de yalıtım sektörünün önde gelen firmalarından ODE Yalıtım ve Ticaret A.Ş.'ye 2007 yılında 5 milyon dolar sermaye desteğiyle ortak olmuştu. Ortaklık sonrasında Çorlu'da 35 milyon dolara yeni üretim tesisi kuran, yeni tesislerde, cam yününün tüm ürün tipleri (şilte, boru, levha) üreten ODE Yalıtım, yeni ürünleriyle Türkiye'yi uluslararası

sı yalıtım sektöründe güçlü bir marka haline getirdi.

Mart 2012'de ODE Yalıtım ve Ticaret A.Ş.'deki %17,24'lük payını, mevcut ortaklara 10,5 milyon dolara geri satarak çıkış kararı alan İş Girişim Sermayesi, böylece sekizinci çıkışını tamamlamış oldu.

Türk girişim sermayesi tarihinde bir ilk 9. yatırımını ulusal ve küresel büyüme potansiyeline, geleceğine ve karlılığına inandığı sağlık sektöründe yapan İş Girişim Sermayesi, sağlıktaki ilk yatırımını ortopedik cerrahi pazarının önde gelen ORTOPRO ve WRIGHT MEDICAL markalarını çatısı altında bulunduran Orsem Orthopedics Grubu'na yaptı.

Aralık 2007 yılında ortak olduğu Ortopro Tıbbi Aletler A.Ş.'nin %20 hissesini 4,5 milyon dolar bedelle İş Girişim Sermayesi'nin yatırımlarından Frik İlaç'ın eski ana sermayedarı Erol Frik'e satıldı. Böylece 5 Mart 2012'de İş Girişim ve Erol Frik, eski ortaklıklarının elde ettiği başarı üzerine ikinci bir ortaklığa daha imza atarak, girişim sermayesi ve sağlık alanındaki tecrübelerini tekrar birleştirdiler ve Türk girişim sermayesi tarihinde bir ilke imza attılar.

Sağlık sektörüne ikinci yatırım



İş Girişim Sermayesi sağlık sektöründeki ikinci yatırımını diyaliz hizmetleri sektörünün önde gelen bağımsız yerli sermayeli kuruluşu TÜRKMED Diyaliz Kurumları'na ("TÜRKMED") yaptı. İş Girişim Sermayesi, hizmet kalitesine ve yenilikçiliğe dayalı rekabet anlayışı çerçes-

vesinde, kalıcı ve geniş kesimlere ulaşan bir marka ve kurum yaratma hedefi doğrultusunda TÜRKMED'e 17 Aralık 2008 tarihinde 2,5 milyon ABD Doları destek sağladı.

1997 yılında hizmet vermeye başlayan TÜRKMED Diyaliz Kurumları, her geçen gün gelişim göstererek, bugün itibarıyla bugün İstanbul'da Tuzla, Sultanbeyli ve Kartal'da hastaların bakımlarını gerçekleştiriyor. Ortaklık devam ediyor.

Frik İlaç'a, 2.14 bin TL yatırım



Türk ilaç sektörünün en istikrarlı büyüyen şirketleri Frik İlaç'a, 21.4 bin TL (21.4 milyon YTL) yatırım yapan İş Girişim Sermayesi, şirketin yüzde 17'sine ortak olmuştu. 17 Aralık 2008'de gerçekleştirilen bu yatırım, o güne dek 10 şirkete yatırım yapmış olan İş Girişim Sermayesi'nin en büyük yatırımydı.

IMS verilerine göre Türkiye'nin en hızlı büyüyen ilaç firmalarından biri olan Dr. F. Frik İlaç A.Ş.'deki (Frik İlaç) hisselerinin tamamını, 14 Eylül 2011'de 30,5 milyon ABD Doları karşılığında Recordati'ye sattı.

Havaş hisseleri 2012'nin son çeyreği veya 2013 yılında halka arz edilecek



İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.,

HAVAŞ'ın TAV Havalimanları Holding A.Ş., TAV İşletme Hizmetleri A.Ş., TAV Bilişim Hizmetleri A.Ş., HSBC Principal Investments ve kendisinin ortaklaşa kuracağı şirkete 180 milyon Euro'ya satılmasıyla 12'nci yatırımını yapmış oldu. 16 Ekim 2009 tarihinde imzalanan ortaklık anlaşması ile taraflar arasında sağlanan mutabakata göre nihai ortaklık yapısında TAV Havalimanları %65, İş Girişim % 6.7, HSBC Principal Investments ise %28.3 paya sahip olmuştu.

İş Girişim Sermayesi'nden yapılan açıklamaya göre Havaş'taki yatırımların 2012'nin son çeyreği veya 2013 yılında piyasaların uygun olması durumunda halka arz ile çıkış yapılacak.

Aras Kargo, 3 yıl içinde 1 milyar TL ciro hedefliyor



Türkiye'nin önde gelen kargo şirketlerinden Aras Kargo'ya yüzde 20 hisseyle ortak olan İş Girişim, ortaklık için 17.5 milyon lira ödedi.

Aras Kargo, ilk kez lojistik sektörüne adım atan İş Girişim'in desteğiyle 3 yıl içinde 1 milyar TL ciro hedefliyor. Türkiye genelinde 8.800 çalışan ile hizmet veren Aras Kargo, Türkiye'nin bütün il ve ilçelerinde 1.500'ü aşkın yerleşim birimine hizmet götürüyor.

Aras Kargo, ayrıca 800'e yakın yerleşim merkezinde faaliyet gösteren mobil servislerle, hizmet sınırlarını her geçen gün daha da genişleterek yolunda emin adımlarla ilerlemeye devam ediyor. 17 Aralık 2011'de imzalanan ortaklık anlaşması devam ediyor.

İş Girişim, ODE yatırımından çıktı

2007 yılında ortak olduğu Türk yalıtım sektörünün önde gelen firmalarından ODE Yalıtım ve Ticaret A.Ş.'deki payını 10,5 milyon dolara satan İş Girişim Sermayesi, böylece sekizinci çıkışını tamamlamış oldu.



Orhan Turan - Murat Özgen

ODE Yalıtım ve Ticaret A.Ş. tarafından 16 Nisan 2012 Pazartesi günü Conrad Otel'de geçtiğimiz günlerde yollarını ayırdığı İş Girişim Sermayesi ile işbirliği süresince ODE'de meydana gelen değişimin ve şirketin gelecek hedeflerinin anlatıldığı bir basın toplantısı düzenlendi. İş Girişim ile ayrılma kararı aldıklarını açıklayan ODE Yalıtım Yönetim Kurulu Başkanı Orhan Turan, son dönemde yurt içindeki iddiasını yurt dışına da taşıyan ODE'nin bölgesel bir oyuncu olmak hedefiyle önemli yatırımlara imza attığını söyledi.

Turan, geçen 4 yılda 40 milyon dolar yatırım gerçekleştirdiklerini belirterek, "Bu dönemde İş Girişim'in bilgi birikim desteğini her zaman yanımızda hissettik. Daha hızlı büyü-

me için gereken kurumsal ve mali altyapının oluşturulmasında; bize, farklı bir bakış açısıyla yön gösterdiler. Bizim için önemli bir değişim yılı olan 2007'de gerçekleştirdiğimiz ortaklığın hedefi, 2012 yılıydı. Geçtiğimiz dört yıl boyunca toplam % 170 oranında büyüdük.

Türkiye Yalıtım Pazarında, yerli sermaye olarak sektörün en fazla ciro gerçekleştiren ve aynı zamanda en fazla yatırım yapan şirketi olduk. Bugün de 2012 yılı itibarıyla İş Girişim'e hedeflerimize ulaşmamız için verdikleri büyük katkı için teşekkür ederek, yolumuza devam etme kararı aldık. Şimdiki hedefimiz, büyümemizi sürdürülebilir kılmak ve global pazardan aldığımız payı daha da artırmak" diye konuştu.

Özgen: "ODE ile birlikte sekizinci başarılı çıkışımızı gerçekleştirdik"

İş Girişim Sermayesi Genel Müdürü Murat Özgen de konuyla ilgili şu değerlendirmeyi yaptı: "2007 yılında ODE Yalıtım'a ortak olarak hayata geçirdiğimiz proje, bizim için çok büyük değer ifade ediyor. ODE, bizi inşaat sektörüyle tanıştırdı. O günlerde inşaat sektörünün taşıdığı büyük potansiyeli görmüş ve doğru bir şirketle bu alanda yatırım yapma kararı almıştık. Ortaklığımız süresince sektördeki dönüşümü izlemekle kalmadık, bu dönüşümü ODE ile birlikte kısmen de olsa yönlendirdik. Bu süreçte yalıtım konusunda artan bilinç ve farkındalık da ODE'nin ve sektörün gelişmesine katkıda bulundu.

İş Girişim Sermayesi olarak, bu dönem zarfında ODE Yalıtım'ın gücüne güç kattığımızı inanıyoruz. 4 yılda ODE'nin cirosu % 170, çalışan sayısı % 65 artarken, ihracatı %100 yükseldi. Dolayısıyla hedeflediğimiz büyüme planı -küresel ekonomik kriz yaşanan bir dönem de rayından sapmadan uygulandı.

Ortak olduğumuz şirketlerde sermaye desteğimizle, istikrarlı ve hızlı büyümeyi finanse ediyor, büyüme hedeflerine ulaşmalarını sağlayacak politikaları destekliyoruz. ODE, bizim bu misyonumuzu tamamlayarak çıkış yaptığımız sekizinci şirket oldu. Daha önceki 7 çıkışımızda olduğu gibi, ODE'den de karlı bir şekilde çıkıyoruz. ODE çıkışı özelindeki karımız 5,5 milyon dolar olup yatırım tutarımızın 2,1 katıdır, sağladığımız yıllık bileşik getiri ise dolar bazında yaklaşık %17,03'dür. Bugün ODE'den çıkışı gerçekleştirirken, çok önemli bir ortaklığı başarıyla tamamlamış olmanın gururunu yaşıyoruz."

İş Girişim ODE'den 5,5 milyon dolar net kar elde etti

Türkiye'nin en çok işlem gerçekleştiren girişim sermayesi fonu İş Girişim Sermayesi, 5 yıl önce 5 milyon dolar sermaye desteğiyle ortak olduğu ODE Yalıtım ve Ticaret A.Ş.'deki %17,27'lik payını, mevcut ortaklara satarak, çıkış yaptı.

Türkiye'de yüksek büyüme potansiyeli olan yalıtım sektöründe hizmet veren ODE Yalıtım ve Ticaret A.Ş.'ne 5 yıl önce 5 milyon dolar sermaye desteği veren İş Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklığı A.Ş.'de Kıdemli Direktör olarak görev yapan Y. Emre İyibilir'le İş Girişim Sermayesinin ne olduğunu, ODE'yi seçerken nelere dikkat ettiklerini ve ODE ile ortaklıktan neden ayrıldıklarını konuştuk.

Girişim sermayesinin ne olduğu ve İş Girişim Sermayesi hakkında bilgi alabilir miyiz?

Girişim sermayesi, gelişme potansiyeli taşıyan şirketlere, projelerini gerçekleştirmeleri için yapılan yatırım olarak özetlenebilir.

Bir İş Bankası Grubu kuruluşu olan, İş Girişim Sermayesi, Türkiye girişim sermayesi sektörünün Türkiye'deki öncüleri arasında yer almaktadır. 2000 yılında kurulan, 2002 yılında faaliyetlerine başlayan İş Girişim Sermayesi'nin misyonu; yüksek büyüme potansiyeli olan sektörlerde rekabet avantajına sahip şirketlerin, Türkiye ekonomisine katkı sağlayacak projelerini gerçekleştirmeleri için yönetim bilgisi ve sermaye katkısı sağlamaktır.

Girişim sermayesi şirketleri, şirketlere aktardıkları fon karşılığında genellikle şirketlerde pay sahibi olmaktadır. Yatırım yaptıkları şirketler, sağladıkları fon ile hedefledikleri projeleri gerçekleştirdikten sonra,

girişim sermayesi şirketleri şirketlerde sahip oldukları payları satarak gelir elde etmektedirler. Bir diğer deyişle, girişim sermayesi şirketleri geçici bir ortaklık yapmaktadırlar ve gelirleri yatırım yaptıkları şirketlerin başarılı performanslarına bağlıdır.

Ortak olduğunuz firmalarda aradığınız nitelikler nelerdir?

İş Girişim Sermayesi, analitik bir yatırım metodolojisi ile öncelikle hedef yatırım sektörleri belirlemektedir. Ardından ilgili sektörlerin değer zinciri analiz edilmekte, daha sonra ise girişim sermayesi yatırımları için uygun olan alanlardaki firmalar incelenmektedir.

İş Girişim Sermayesi'nin incelediği projeleri değerlendirme kriterleri arasında birinci öncelik doğru müteşebbisi seçmektir.

Şirketler incelenirken birçok kriter baz alınır. Öncelikli olarak seçilen firmanın yüksek büyüme potansiyeline sahip olması gerekiyor. Bunun yanı sıra, etkin bir yönetim kadrosu ile başarılı bir geçmiş performansı ve gelecekte büyümeyi devam ettirebilme kabiliyeti, sürdürülebilir rekabet avantajına sahip olması da diğer öncelikli kriterler arasında sayılabilir.

Bir de, doğası gereği yatırım yaptığı şirketlerden çıkmak zorunda olduğu için, yatırım yaptığı şirketlerin satılabilirliği de önemli bir kriterdir.

Bugüne kadar kaç firmaya yatırım yaptınız. Şu anda hangi firmalarla ortaklığınız sürüyor?

Sadece Türkiye'de yerleşik firmalar ile ilgilenen İş Girişim Sermayesi, kuruluşundan bugüne kadar alanlarında başarılı olan 13 şirkete yatırım yapmış, bu şirketlerin projelerini gerçekleştirebilmelere için toplam 81,5 milyon ABD Doları sermaye aktarmıştır.

İş Girişim Sermayesi yatırım yaptığı şirketlerden, ODE dahil, 8 tanesinden başarı ile çıkış gerçekleştirmiş, 5'i ise henüz portföyündedir. Şirketimiz, bugüne kadar gerçekleştirmiş olduğu toplam işlem sayısı açısından sektör lideridir. Çıkış gerçekleştirilmiş 8 şirkete aktarılmış olan 49,4 milyon ABD Doları karşılığında, bu yatırımlardan toplam 95,1 milyon ABD Doları gelir elde edilmiştir.

ODE'yi seçme nedeniniz nedir?

Binaları başta ısı olmak üzere her tür dış etkenden korumak için önemli miktarda yakıt kullanılmaktadır. Kullanılan yakıtların dünyada arzının azalmasına bağlı olarak fiyatlarının artmasının yanı sıra, yarattığı çevre kirliliği günümüzün küresel bazda çözüm aranan önemli sorunları arasına yer almaktadır. ODE'nin faaliyet gösterdiği yalıtım sektörü ise konutlara koruma sağlayarak yakıt kullanımını önemli oranlarda azaltabilmektedir. İş Girişim Sermayesi'nin yatırım tarihinde ODE, Türkiye'nin önde gelen yalıtım firmaları



Y. Emre İyibilir

arasında yer alıyordu. Sektörde küresel çaplı oyuncuların bulunmasına rağmen, ODE rekabet içinde kendine yer edinmeyi başarmış ve hızlı bir büyüme süreci gerçekleştirmişti. Sahip olduğu geniş ürün gamı, güçlü bayi ağı ve sektöründeki imajı, büyümesini sürdürebileceğine işaret etmekteydi.

Sayın Orhan Turan ve Sayın Seher Turan ile yapmış olduğumuz görüşmelerde şirketin bu başarısının vizyon sahibi ortaklara ve başarılı bir yönetime bağlı olduğunu gördük. Şirket ile beraber oluşturulan projenin de hem Türkiye ekonomisine katma değer sağlayacağını hem de mali açıdan tüm taraflar için karlı ola-

cağını değerlendirdik. Hedeflendiği şekilde başarılı olunduğu takdirde, ODE'nin yerel bir firma konumundan uluslararası rakipleri karşısında söz sahibi olacağını ve bölgesel bir oyuncu konumuna yükseleceğini gördük. Keza, ODE yatırımlarını rekor sürede tamamlayarak, kısa bir süre içinde Türkiye'nin en büyük yerel oyuncusu olmayı başarmış ve ihracatını da cam yünü yatırımını tamamladığı 2008 yılındaki seviyesine göre 2011 yılında 3,3 katına yükseltmeyi başarmıştır.

2007'de ortaklık gerçekleştirdiğiniz ODE ile geçtiğimiz günlerde ortaklığınız son buldu. Ortaklığınız süresince ODE'ye

hangi konularda destek verdiniz?

İş Girişim Sermayesi, bir finans kuruluşu olmakla birlikte yatırım yaptığı şirketlere sadece projelerini gerçekleştirmek için fon aktarmanın yanı sıra, söz konusu projelerini başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmeleri için gerekli altyapının kurulmasında destek sağlamaktadır. Böylelikle, şirketlerin yakaladıkları başarının istikrarlı bir şekilde sürdürülebilirliği amaçlanmaktadır.

İş Girişim Sermayesi, yatırım yaptığı şirketlerde finans yönetimi ve kurumsallığı geliştirmeye yönelik destek vermektedir. İş Girişim Sermayesi, uzman olduğu finansal işleyiş

Yatırım yapılmış olan şirketler (yatırım tarihine göre sıralanmış):

Şirket	Sektör
Probil Bilgi İşl. Des. ve Dan. San. ve Tic.A.Ş.	Sistem Entegratörü
İletişim Teknoloji Dan. ve Tic. A.Ş.	Sistem Entegratörü
Mars Sinema Tur. ve Sportif Tes. İşl. A.Ş.	Sinemacılık
Nevotek Bilişim Ses ve İletişim Sis. San. ve Tic. A.Ş.	Yazılım
Step Halıcılık ve Mağazacılık San.ve Tic. A.Ş.	Perakende
Tüyap Holding A.Ş.	Fuarcılık
Beyaz Filo Oto Kiralama A.Ş.	Filo Kiralama
ODE Yalıtım Sanayi ve Ticaret A.Ş.	Yalıtım Malzemesi Üretim ve Satışı
Ortopro Tıbbi Aletler Sanayi ve Ticaret A.Ş.	İmplant Üretim ve Satışı
Turkmed Diyaliz ve Böbrek Sağlığı Kurumları A.Ş.	Diyaliz Hizmetleri
Dr. F. Frik İlaç Sanayi ve Ticaret A.Ş.	İlaç Pazarlama ve Tanıtım
Havaş Yer Hizmetleri A.Ş.	Yer Hizmetleri
Aras Kargo Yurt İçi Yurt Dışı Taşımacılık A.Ş.	Kargo Taşımacılığı

Söz konusu şirketlerden Nevotek, Ortopro, Turkmed, Havaş ve Aras Kargo henüz çıkış yapılmamış şirketlerdir.

konusunda aktif rol almakta, diğer taraftan şirketin operasyonları ile ilgili sadece yönetimlerinin kurumsallaşması yönünde katkı sağlamaktadır.

ODE'de de bu şekilde bir destek sağlanmış- tır. Sayın Orhan Turan'ın, ODE için İş Girişim Sermayesi yatırımı öncesi çizdiği vizyon ve kurguladığı yönetim modelinin İş Girişim Sermayesi'nin hedefleri ile paralel olması, bu sürecin çok daha hızlı ve çok daha başarılı bir şekilde gerçekleşmesine imkan sağlamıştır.

Kurumsallaşma yönünde, öncelikle Yönetim Kurulu seviyesinden başlamak üzere, kurumsal karar mekanizmaların oluşturulması ve düzenli bir şekilde işleyişi için destek sağlanmıştır. Üst yönetim başta olmak üzere, profesyonel kadroların yetkileri ve buna bağlı olarak sorumluluk ve hedefleri netleştirilmiştir. Tüm şirket çalışanlarının, sorumlu

oldukları alanda doğru kararları verebilmesi için şirketin bilgi işlem sisteminin uluslararası seviyede kullanılan programlar ile yenilenmesine destek verilmiştir.

Finansal alanda ise, finans yönetim sisteminin baştan yapılandırılması, şirket yönetiminin stratejik kararlar verirken gerekli doğru verilere erişmesi için gerekli raporlama alt yapısı kurulması sağlanmıştır.

Girişte sermaye olarak ODE'ye ne kadar destek verdiniz? Ortaklık sonlandığında ne kadar kar ettiniz?

İş Girişim Sermayesi, ODE'ye Temmuz 2007'de 5 milyon ABD Doları sermaye aktarmıştır. Ardından, şirketin 40 milyon ABD Doları tutarındaki camyünü yatırımı için gereken ek kaynağın mali kuruluşlardan temin edilmesini desteklemiştir. Şirketin camyünü yatırımını 18 ay gibi rekor bir sürede tamam-

lamasının ardından, pazarda kayda değer bir başarı ve pazar payı elde etmesi sonrası, misyonunu tamamladığını düşünerek paylarını Sayın Orhan Turan ve Sayın Seher Turan'a Şubat 2012'de 10,5 milyon ABD Dolarına devir etmiştir. İş Girişim Sermayesi ODE yatırımdan, net 5,5 milyon ABD Doları kar elde etmiştir.

ODE'nin İş Girişim'e katkıları neler oldu?

ODE yatırımı ile İş Girişim Sermayesi, misyonunu gerçekleştirmede önemli bir başarıya daha imza atmıştır.

Dünyanın en büyük uluslararası oyuncuların rekabet ettiği bir alanda, bu firmalara oranla çok daha küçük olan bir yerli şirket olan ODE, sektöründe önemli bir başarı sağlamıştır. İş Girişim Sermayesi de bu başarıya önemli katkı sağlayarak, sonraki yatırımları için önemli bir örnek daha yaratmıştır.

ODE İş Girişim Sermayesi'nin yatırım yaptığı en büyük üretim şirkettir. Operasyonel olarak, geniş ürün yelpazesinde, yüksek üretim kapasiteleri ile gerçekleştirilen üretimin ve lojistiğinin oldukça zor süreçlerin başarı ile yönetiliyor olması İş Girişim Sermayesi'ne önemli tecrübeler kazandırmıştır. Sadece üretim açısından değil, geniş ürün gamının yurt içinde sağlıklı bir bayi ağı üzerinden yurt dışına da sürekli büyüyen hacimlerde satılmasına imkan veren yapı da İş Girişim Sermayesi'nin farklı sektörlerde yapacağı yatırımlar için önemli bir model oluşturmuştur.

İş girişim ve ODE ortaklığı ile ilgili eklemek istedikleriniz...

İş Girişim Sermayesi olarak, bu başarının yapı taşları olarak Sayın Orhan Turan ve Sayın Seher Turan'a, yatırımlarımız süresince göstermiş olduğu destek için teşekkür etmek isteriz.

Bizlerin de bu başarıda payımız olduğunu bilmek önemli bir gurur kaynağı. İnancımız odur ki, ODE, takip eden süreçte de başarılarını devam ettirecektir.

ODE'den bir başarı daha...



'İş Girişim sayesinde %170 büyüdük'

2007'de sonrasında her anlamda büyüme kaydeden ODE Yalıtım %170 civarında büyüme sağladı, personel sayısı 4 yılda % 65 oranında artış gösterdi ve ihracatı %100 arttı.



Orhan Turan

yüdü diyebiliriz. İş Girişim ODE'nin %17'lik hissesini satın almıştı ama daha fazlasını almak istiyordu. ODE olarak düşük hisse satma taraftarıydık, çünkü ortaklık sona erdiğinde hisseleri yeniden almak istiyorduk. Hatta bu konu nedeniyle başlangıçta ufak tefek pürüzler oluşmuştu.

İş Girişimin ODE'ye ne tür katkıları oldu? Ortaklık döneminde ne tür girişimler gerçekleştirdiniz?

İş Girişim, İş Bankası'nın iştiraki olması nedeniyle 85 yıllık bir tecrübeye sahip dolayısıyla iş yapış şekli, kurumsallaşma yapısı, raporlama ve denetim mekanizması, işe bakışı, yaklaşımı, paranın yönetimi gibi pek çok konuda bize artı değer kazandırdı. İş Girişim'in bilgi birikim desteğini her zaman yanımızda hissettik. Daha hızlı büyüme için gereken kurumsal ve mali altyapının oluşturulmasında bize, farklı bir bakış açısıyla yön gösterdiler. ODE adına İş Girişim Genel Müdürü Murat Özgen'e ve ODE'nin Yönetim Kurulu'nda 4,5 yıl görev yapan Emre İyibilir'e teşekkür ederim, çünkü ODE'nin bu sınavı da başarıyla geçmesine katkı sağladılar.

Türkiye'de yalıtım sektöründe hatta inşaat-ta ilklere, yeniliklere imza atan bir şirketiz; tek seferde 40 milyon dolarlık bir yatırımı ilk kez biz gerçekleştirdik, Girişim sermayesinin Türkiye'de duyulmaya başladığı ilk zamanlarda İş Girişim'le ortak olduk. Bugüne kadar ülkemizde girişim sermayesinin yatırım yaptığı büyük şirketlerde dahil yaklaşık 150 şirket var. ODE, bu şirketler arasında tahminen 60-70 sıralarda. Ayrıca girişim sermayesinin ortak olduğu ve şimdiye kadar mutlu ayrılan nadir şirketlerden biriyiz.

Girişim sermayesi nereye yatırım yapar diye sorulduğunda bunun cevabı 'ülkenin seçkin, büyüme potansiyeli olan, gelişime açık, kurumsal, profesyonel yönetimin olduğu, denetlenebilir firmalarına yatırım yapar' olur. Biz ODE'yi büyütmek ve sıçratmak istediğimiz için ortaklık yaptık. Agresif bir büyüme sağlamak için bu ortaklığa ihtiyacımız vardı. Zaten şirketinizin iyi bir hikayesi yoksa girişim sermayesi ortaklık yapmıyor. Ortaklık sayesinde şirketimizin değeri, bilinirliği, bilançosu arttı, şirketimize bakış açısı değişti.

Yurtdışı bağlantıları açısından İş Girişim destek oldu mu?

Bu anlamda baktığımızda İş Girişim'in bizim uzman olduğumuz konularda fikir yürütmesi mümkün değil, çünkü girişim sermayesi bizim işimizi, bizden daha iyi bilemez ama iş yapış şekilleri ve modelleri bize katkı sağladı. Maddi ve manevi olarak bizim yanımızda olması bize güç kattı, yol yordam öğretti. Onlar bize bunları sağlarken, bizde onlara farklı değerler kattık. Ortak oldukları firmalar arasında en prestijli ve kurumsal olanı bizdik, üretim yapan ilk firmaydık. Beraber bir kriz atlattık. O dönemde samimi ve içten bir diyalogumuz vardı. Karşılıklı güzel işlere imza attık, hatta kriz dönemlerinde yatırım yaptık.

Geçtiğimiz günlerde bildiğimiz kadarıyla İş Girişim ile ortaklığınızı sonlandırdınız, bunun nedeni nedir?

Başlangıçta koyduğumuz hedefe ulaştığımız için ortaklığımızı sonlandırdık. Burada pek çok kimsenin anlayamadığı bir durum söz konusu; Girişim sermayesi bir firmada 10-15 yıl kalmaz. Büyüme potansiyeli istenilen seviyeye geldiğinde hisselerini ya halka arz eder, ya başkasına satar, ya da mevcut ortaklara satarak ortaklıktan çekilir. Girişim sermayesinin hedefleri oldukça yüksektir. Kriz olmasaydı ODE'den de 2 yıl önce çıkardı, çünkü firmaya giriş yaparken çıkış senaryoları hazır oluyor. ODE'nin 3 farklı çıkış senaryosu vardı, biz mevcut ortaklara olarak hisselerimizi geri alma opsiyonunu kullandık.

Bu 5 yıllık süreçte ODE ne kadar büyüdü? İş girişim olmasaydı ODE bu potansiyeli yakalayabilir miydi?

2007 sonunda %170 civarında büyüme sağladık. Yalıtım sektörü bile bu oranda büyümedi. Personel sayımız 4 yılda % 65 oranında artış gösterdi. İhracatımız %100 artmış durumda. Bu da gösteriyor ki bizim başlangıçtaki senaryomuza uygun ilerleme kaydetmişiz. Önümüzdeki günlerde bu büyümeyi sürdürülebilir olarak görmeyi arzu ediyoruz. ODE olarak sıçramak için ortak olduk, sıçradık, yarın başka bir sürpriz daha yapabiliriz. İş Girişim olmasaydı ODE bu oranda büyümezdi. Bizim amacımız yüzde 100 yerli sermaye ile hizmet veren şirketimizi uluslararası firmalarla rekabet edecek düzeye getirebilmektir. Bugün itibarıyla bu arzumuzu yerine getirdik.

ODE nereye gidiyor?

Şimdiki yeni hedefimiz, büyümemizi sürdürülebilir kılmak ve global pazardan aldığımız payı daha da artırmak. ODE olarak, Türkiye gibi gelişen ekonomilerin dünya ekonomisinin yönünü belirleyecek potansiyele sahip olduğunu ancak bu potansiyeli iyi kullanmaları gerektiğini savunuyoruz. Bu doğrultuda, 2012 yılında da önceki yıllarda olduğu gibi ülke ekonomisine destek vermek için çalışacağız. Kriz senaryolarına rağmen yurt dışı satış ve pazarlama faaliyetlerimize ara vermeden devam edeceğiz.

Ekonomideki cari açık ve işsizlik gibi yapısal sorunları göz önünde bulundurarak istihdamda artış sağlamak için projeler üreteceğiz. Rahat geçen 2011 yılının ardından 2012 yılına yeni bir yapılanma ve yeni stratejilerle temkinli bir başlangıç yaptık. Şirketin geleceğine yön verecek olan yeni yapılanmamızla daha esnek ve yalın bir çalışma sistemiyle agresif hedeflere ulaşacağımıza inanıyoruz. Yeni yapılanma stratejimizle birlikte ihracatta çok daha iddialı olacak ve kalıcı dağıtım kanalları kurarak mevcut istikrarı sürdürürken mevcut pazarlarımıza yenilerini ekleyeceğiz. İç pazarda ise öncelikli hedefimiz, satış dağıtım

kanallarını kasabalara kadar indirmek olacak. 2012 Değişimin ilk meyvelerini aldık bile; Mart ayında bu zamana kadarki en büyük ihracatı ve en büyük ciroyu yaptık bile. Krizlerde yatırım yaparak risk almayı seven bir yapımız var. Küresel krizin kendini göstermeye başlamasıyla birlikte ODE olarak önceden hazırladığımız acil eylem planını gerektiğinde devreye sokuyor ve sıkıntılı dönemlerden en az hasarla çıkıyoruz. Ancak bu yıl kriz yaşamayacağımızı; hem ODE, hem sektör hem de Türkiye ekonomisi için büyümenin süreceği, verimli bir yıl geçireceğimizi düşünüyoruz. Bu esnada 2011-2015 dönemine dair planladığımız 50 milyon dolarlık yatırım programı çerçevesinde çalışmalarımız devam edecek.

İş girişim ve ODE için bu ortaklık ne tür avantajlar sağladı?

İş Girişim biraz önce de dediğim gibi iş yapış şeklimizi değiştirmemize ve daha profesyonel davranmamıza yardımcı oldu. ODE'nin Türkiye'nin çeşitli bölgelerindeki çalışanları bile bugün patronların bile kullanmadığı finansal terimlerle konuşuyorlar. Sektör bizim girişim sermayesiyle ortaklığımızın gerçek sebebinin bir türlü anlayamadı.

Biz sadece sermaye anlamında değil, iş yapış şekillerinde de güçlenmek istiyorduk. Nitekim de öyle oldu.

Bugün dünyaya bakıldığında girişim sermayesiyle büyümüş pek çok firma var. Starbucks, Intel, Apple bunlara en güzel örneklerdir.

ODE olarak bizde, İş Girişime çok şey kattık. Bize gelene kadar perakende, bilişim, sinema sektöründe firmalara ortak olmuştu. Hem üretip hem de kendi dağıtım kanalıyla çalışan ve bayi teşkilatı olan bir tek biz vardık. Açıkçası büyümek ve firmasını zıplatmak isteyen firmalara İş Girişim'le ortak olmalarını kesinlikle tavsiye ediyorum. Kısacası markanızı ve firmanızı uluslararası boyutta bir firma yapmak istiyorsanız, girişim sermayesiyle ortak olmak çok doğru bir karar diyebilirim.

Yeni yapılanma sonucunda 2012'de ODE'yi bekleyenler

Global bir oyuncu olmak hedefine doğru emin adımlarla ilerleyen ODE Yalıtım, çalışmalarına yeni bir ivme kazandırmak ve verimliliğini artırmak üzere organizasyon yapısını yeniden konumlandırdı.

2012'in ilk günlerinde yeni bir yapılanma gerçekleştiren ODE Yalıtım'ın departman yöneticilerine 'ODE'yi önümüzdeki günlerde neler bekliyor? Departman olarak 2012 hedefleriniz nelerdir?' sorusunu yönelttik ve tüm departmanlardan ODE'de gelişimin ve değişimin devam edeceğine dair bilgi aldık. İşte ODE'yi bekleyenler:

Ali Türker Satış Pazarlama Koordinatörü



2012 yılında Türkiye'nin büyüme hedefi %4, inşaat sektörünün %10'dur. ODE'nin büyüme hedefi ise %30'dur. Ocak ve Şubat aylarındaki kötü hava koşullarına rağmen ODE'de ilk dört aydaki büyüme oranı yurtiçinde %20 ihracatta %50 olarak bekleniyor.

Ersin Yıldız - İhracat Grup Takım Lideri



ODE'de değişim ve gelişim bir gelenektir. Yeni süreçte de eski tecrübe ve başarılarının üstüne bina edilecek bir çok yeni başarılarla şahit olacağız. Departman olarak da kurum içerisindeki öncelikli hedefimiz firma vizyon ve hedefine uygun olarak belirlenmiş bir modelde, kuruma entegre sürdürülebilir başarıyı sağlamak olacaktır.

Burak Serkan Çakır Pazarlama Direktörü



2012'de sektörün büyüme beklentisi %8-10 oranında değişmekte iken biz, camyünü ve kauçuk köpük ürün gamlarında payımızı pazar ile orantılı olarak büyütmeyi planlıyoruz. Buna karşın XPS ve Membran ürünlerimizde 2010 yılı satış rakamlarımıza yakın büyümeler hedefliyoruz.

Turgut Macun Bilgi Sistemleri Takım Lideri



2012 iç müşteri ve iş ortaklarımızın işlerini kolaylaştırmaya yönelik çalışacağımız bir yıl olacak.

Hedeflerimizi şu şekil sıralayabilirim: Bayi Portalı'nın ihtiyaçlara cevap verecek biçimde revize edilmesine dair proje sonlandırıldı.

Axapta Maliyet ve Cari Sistem Yenileme Projesi'ne dair cari sistem bitti, maliyet sistemi test ediliyor. Pivot Tablo yapısının çözülmesi bitti.

İhracat Departmanı Axapta Uyarlaması için EUR ve USD fiyat listelerinin tanımlanması için yapı oluşturuldu. Satış & Sevkiyat Projesi'nin analiz ve fiyat çalışması sona erdi.

Tuğrul Tuncer Satınalma Takım Lideri



2012 yılı başında firmamızdaki yeniden yapılanma sonucu daha esnek ve daha hızlı bir karar alma mekanizması kuruldu.

Satın alma departmanı olarak ana hedefimiz ise tedarik ettiğimiz hammadde, hizmet ve diğer malzeme kalemlerinde kaliteden ödün vermeden mümkün olan en uygun koşullarla ve zamanında tedarik yapılmasını sağlamaktır. Buna bağlı olarak her ürün bazında mümkün olduğu kadar onaylı tedarikçi sayımızı arttırmayı hedefliyoruz.

2012 yılı ana hedeflerimizden bir tanesi de satın alma departmanından kaynaklanacak herhangi bir üretim planı değişikliğinin olmamasıdır. Bu yılda geçmiş yıllarda da yaptığımız gibi tedarikçilerimizle bir toplantı organize etmek ve karşılıklı olarak görüş alışverişinin yaşanmasını sağlamak istiyoruz.

Her yıl istikrarlı bir şekilde büyümeye devam eden ve ana rakiplerimize göre neredeyse Türk menşeli tek firma olan firmamızın 2012 yılında da büyümeye devam edeceği konusunda hepimiz aynı düşüncüyü paylaşıyoruz.

Barış Demirdelen İnsan Kaynakları Takım Lideri



ketimizin Global Marka Olma vizyonuna maksimum katkı koymak.

Günümüzde başarıyı korumak ve büyümeyi sürdürülebilir kılmak için artık olmazsa olmazlar var. Hız ve yenilikçilik gibi. Bu iki kavram ODE'nin sanki genetik kodlarına işlenmiş. Artık, büyük balık küçük balığı değil, hızlı balık yavaş balığı yutuyor. Hızlıyız, daha büyük ve hızlı olmak istiyoruz. Yenilikçiyiz, yenilikçiliği sürdürülebilir hale getirmek istiyoruz. Sektörde ilk kez yılın girişimcisi ödülünü aldık, 40 Milyon Dolarlık camyünü tesisini kurduk, Turquality kapsamına girdik, sektörde girişim sermayesinin yatırım yaptığı ilk firma olduk, yalıtımla ilgili en geniş kapsamlı kitabı sunduk, Bilgi Üniversitesi işbirliği ile Yüksek Lisans projemize başladık. Tüm bunları topladığımızda önümüzdeki günlerde Ode'yi neler bekliyor sorusunun yanıtı çok açık. Başarı.

Kemal Direk Mali ve İdari İşler Direktörü



hedeflerine ulaşmasında gerekli hizmet kalitesini sağlamaya yönelik bir felsefe oluşturmaya gayret edeceğiz.

Bilgi ve teknolojiyi kullanarak her anlamda fark yaratacak bir departman ile şirketimizin de zor rekabet koşullarında fark yaratan bir şirket olmasına katkı sağlayacağız. Çünkü fark edilecek bir değer ortaya koymadığınız takdirde piyasa koşullarında geride kalmanız kaçınılmazdır. Kaliteli iş gücü ve sistematik çalışma ile biz bu zorlu yarışta öne geçeceğiz. Tüm çabamız artık büyük bir şirket olan ODE'nin başta müşterileri olmak üzere, Bayi, Tedarikçi ve tüm çalışanlarıyla mutlu bir şirket yaratmaktır.

Yalıtım sektörünün inşaat sektörü içindeki payı artacak

Türkiye'nin deprem kuşağında yer alması ve enerjide dışa bağımlı bir ülke olması nedeniyle yalıtım sektörünün öneminin her geçen gün arttığını ifade eden Ray Mühendislik Genel Müdürü Yıldırım Acar, hizmet verdiği Ege Bölgesi'nde ODE'nin pazar payına büyük oranda katkı sağladığı söylüyor.



Yıldırım Acar

Aydın'da yalıtım sektörüne yönelik ihtiyaçlara cevap veren Ray Mühendislik Genel Müdürü Yıldırım Acar ile ODE'yle nasıl tanıştıklarını ve gerçekleştirdikleri projeleri konuştuk.

Sizi kısaca tanıyabilir miyiz?

1978 yılında Aydın'da doğdum. 2001 yılında Dokuz Eylül Üniversitesi inşaat mühendisliği bölümünden mezun oldum. 2003 yılından beri ticaretle uğraşmaktayım.

Şu anda yaptığınız meslek çocukluk hayallerinizle örtüşüyor mu? Başka bir meslek yapmak ister miydiniz?

Çocukluk yıllarımda hayalim inşaat mühendisi olmaktı. Fakat üniversiteye başladığımda, bölümüm dışında kafamda farklı projeler oluştu. Sonrasında üretim sektörüne olan ilgimi fark ettim.

Hayallerimi emek ve birikim ile birleştirerek

2012 yılının sonlarına doğru açmayı düşündüğüm beton kiremit üretim tesisi ile üretici olma yolunda ilk adımı atacağım.

Yalıtım sektörüne nasıl girdiniz ve bu sektörde ilerlemeye nasıl karar verdiniz? ODE'yle olan işbirliğiniz ne zaman ve nasıl başladı?

Yalıtım sektörüne su yalıtımı uygulamaları ile başladım. Sektörü tanıdıkça geleceğini parlak gördüğüm yalıtım malzemelerinin ürün yelpazesini sürekli genişletmeyi hedefledim. ODE Yalıtım ile çalışmaya 2009 yılında Alper Barutoğlu ile başladım. 4 yıldır süren işbirliği sürecinde bölgede büyük başarılarla imza attığımızı düşünüyorum. Bu başarının zamanla daha da artacağını gözlemlemekteyim.

Şu anda yalıtım sektörü önemi gittikçe artmaya başlayan sektörler arasında yer alıyor. Siz yalıtım sektörünün dününü, bugününü ve geleceğini nasıl değerlendiriyorsunuz?

Türkiye'nin deprem kuşağında yer alması ve enerjide dışa bağımlılık, dün olduğu gibi bugünde yalıtım sektörünün önemini ortaya çıkarmaktadır.

Geçmiş dönemde üretici sayısının az olması ve ithal edilen ürünlerin yüksek maliyetlerinden ötürü yalıtım sektörü inşaat sektörü ile paralel bir büyüme gösteremiyordu. Günümüzde ise yerli üreticilerin büyümeleri ve



yalıtım bilincinin giderek artması ile yalıtım sektörü inşaat sektörü ortalamasının üzerinde büyümektedir. Yakın gelecekte de yalıtım sektörünün inşaat sektörü içerisindeki pazar payının artmaya devam edeceğini umuyorum.

2011 yılında satışını gerçekleştirdiğiniz önemli projeler nelerdir? Bu projeler hakkında bilgi verebilir misiniz?

ODE Membran ve ODE Isıpan ürünleri 2011 yılında bölgenin önemli projelerinden biri olan Platin Park Konutları, Özel Söke Hastanesi, Kristal Park Konutları ve Özçelik Kardeşler fabrika inşaatlarında kullanılmıştır. Ayrıca bölgedeki perakende pazarındaki satışlarımızda da ODE'nin büyük pazar payına sahip olduğunu belirtmeliyim.

Evinize ısı yalıtımı yaptırdınız mı? Eğer yaptırdıysanız, bunun avantajları neler oldu?

Şu anda oturduğum evin inşaatını kendim gerçekleştirdim ve temel yalıtımında ODE membran, mantolamada da ODE Isıpan kullandım.

Binada henüz birkaç aydır oturmamıza rağmen yalıtımı bulunmayan eski evimizle kıyasladığımızda, yakıt tasarrufu ve ısı yalıtımındaki farkın belirgin şekilde olduğu görülmektedir.

Eklemek istedikleriniz...

Bölgedeki artan pazar payına sağladığı katkıdan dolayı ODE Yalıtım'a teşekkürlerimi sunuyorum.



Bulgaristan ticari fırsatları ile dikkat çekiyor



2007-2013 döneminde Bulgaristan'da sürdürülebilir sosyoekonomik büyüme ve AB'ye tam üyeliğe dayalı bir yüksek yaşam standardına ulaşılması amaçlanıyor.

1 Ocak 2007 yılında Avrupa Birliği'nin daimi üyelerinden biri olan Bulgaristan, dört bir yandan süren yatırım ve yapılaşma faaliyetleri ile dinamik bir dönemin içinden geçiyor. Kentlerin ve turistik alanların büyük bir bölümü yeni bir yüze kavuşma yolunda hızla ilerliyor. Ülke topraklarının yarısı görkemli dağlarla kaplı. Karadeniz sahili boyunca var olan tatil yöreleri ve altın plajlar, dünyanın dört bir yanından turistlerin akınına uğruyor. Bütün bu coğrafi cazibelerin yanı sıra Sofya'daki kiliseler ve ülke çapındaki manastırlar, Bulgaristan'ın en önemli değerleri arasında yer alıyor.

Ülkenin batısında yer alan Sofya, bulundurduğu tarihi eserler ile dikkatleri çekiyor. Dağlar ile çevrili bu güzel kentten 121 kilometre mesafedeki Rila Manastırı, ülkenin en önemli dini ve turistik değerini taşıyor. Saint George Katedrali, Bujuk Caii, Nevski Kilisesi ve Arkeoloji Müzesi, kentin mutlaka görülmesi gereken yerleri arasında bulunuyor.

M.Ö. 1500'lü yıllarda Yunanlılar tarafından kurulmuş olan Nesebar, 5. ve 6. yüzyıllardan kalma kiliselere ait kalıntıları barındıran tarihi bir kent olarak dikkatleri topluyor. Karadeniz'de kayalık bir yarım ada üzerinde kurulu bu yerleşim alanı, dar kıstaklarla ülkenin ana toprağına bağlanıyor.

Sofya'nın güneyinde yer alan Rila Dağları, uzun dağ yürüyüşlerini sevenler için rüya gibi bir yer özelliği taşıyor. Klisura ve Kazanlık arasında uzanan Güller Vadisi, dünyaca ünlü bir yer. Vadi, muhteşem manzaralara kaynaklık etmekle kalmıyor, aynı zamanda gül yağı ve güzel kokular gibi gülden ürün elde edilmesinde de kullanılıyor.

Bulgaristan'dan Avrupa Birliği'nin en yoksul ülkelerinden. Nüfusu 7.4 milyon olan ülkede işsizlik oranı yüzde 12 ile 14 arasında değişiyor. Avrupa Birliği'nde yaşanan büyük ekonomik kriz ülkeyi oldukça etkilemiş. Ancak özelleştirme sürecini tamamlayan ülkede



kamuda çalışan sayısı çok azaldığı için, sınırlar diğer AB ülkelerindeki gibi sokaklara taşmıyor. Özellikle inşaat sektöründe yoğun yatırımları olan ülkede hemen hemen her sektörde durgunluk var.

Gözde kayak merkezi: Borovets

Turizm sektöründe son dönemlerde ilerleme kaydeden Bulgaristan, Avrupa kayak merkezleri arasında yıldızı hızla parlayan ülkeler arasında yer alıyor.

Balkanlar'ın en güzel kayak merkezlerinden biri olan Borovets Bulgaristan'da Rila dağlarındaki çok eski çam ağaçları arasında ve denizden 1350 metre yükseklikte tertemiz bir havaya sahip. Ortalama sıcaklığın yıllık 5.5 derece olduğu Borovets'de kışlar ılık geçer ve burası Aralık ortasından Nisan ortasına kadar olmak üzere yılda yaklaşık 150 gün karla kaplıdır.

Borovets daha önce iki defa dünya kış sporları şampiyonalarına ev sahipliği yaptı. Borovets her seviyede kayakçıya hizmet vermekle birlikte özellikle yeni başlayanlar ve orta seviyedekiler için biçilmiş kaftan. Her derecedeki snowboard tutkunları, bu merkezin becerilerini geliştirmek için çok ideal olduğunu göreceklerdir. Daha maceracı ha-

rekete hazır kayakçılar içinse crosscountry ve biathlon pistleri 2 km mesafede. Atlayış ve karmobil tesisleri de burada hizmet veriyor. Burada hizmet veren kayak okulu en üst seviye eğitimcileriyle haklı bir üne sahip.

Ekonomi

20 yıl gibi oldukça kısa bir sürede büyük ve köklü değişimler geçiren, 1 Ocak 2007'de Avrupa Birliği'ne tam üye olan Bulgaristan'a Avrupa Komisyonu, "işlevsel pazar ekonomisi" statüsünü tanımıştı. Devlet, 2007-2013 dönemi için ülkenin sürdürülebilir sosyoekonomik büyümeye ve AB'ye tam üyeliğe dayalı bir yüksek yaşam standardına ulaşmasını amaçlıyor. Bu çerçevede öncelikler arasında; ekonominin rekabet gücünü artırması, insan kaynaklarının, altyapının ve sosyal altyapının geliştirilmesi, tarım alanlarının ve kırsal kesimin kalkındırılması ve bölgeler arası kalkınma farklarının azaltılarak sürdürülebilir bir büyümenin sağlanması yer alıyor.

Makroekonomik performans

Hükümeti ekonomi politikası olarak vergi oranlarını düşürüyor ve ülkeye daha fazla doğrudan yabancı yatırım çekmeye çalışıyor. Dış borç yapılandırılması ve menkul kıymetler borsasının geliştirilmesi yönünde çalışmalar yapılarak, özelleştirmeye ağırlık



ODE Yalıtım'ın Bulgaristan'a ihracatı 1990'da başladı. Bulgaristan'a ODE Starflex Camyünü ve ODE R-Flex Elastomerik Kauçuk Köpüğü başta olmak üzere üretimi yapılan tüm ürünlerin ihracatı gerçekleşiyor.

veriliyor. Son dönemlerde özel sektörün gelişimi ve ekonomi içerisindeki payını artırmış olması da dikkat çekiyor.

Ülkenin genel ekonomik çizgileri şu şekildedir; yatırım malları ithalatı yüzde 35 gibi bir oranda hızla büyüyor, ihracat satışları iç pazar satışlarından daha hızlı gelişiyor.

Ülkede Vidin, Ruse, Dragoman, Svilengrad, Filibe, Burgaz bölgeleri olmak üzere 6 serbest bölge bulunuyor. Bu bölgeler depolama, paketleme, markalama, dağıtım, re-eksport vb. genel ticari faaliyetler için elverişli ve uygun. Serbest bölgelerde genellikle KDV ve gümrük vergisi uygulaması bulunmuyor.

Bulgaristan, zaman zaman ciddi sorunlar yaşansa da, Türkiye'nin yakın komşularından biri ve Türkiye için çok önemli bir ülkedir. Tarihi yakınlığının yanı sıra iki ülke arasında ekonomik olarak da ciddi bir yatırım ilişkisi var ve Türk yatırımlarının ağırlıklı olduğu bir ülke.

Bulgaristan'a yatırım yapmak veya pazarına mal satmak, bu işi Türkiye'de yapmak kadar kolay. Ayrıca AB üyesi olduğu için Bulgaristan, üçüncü ülkelere açılım sağlıyor.

Bulgaristan'da Türkiye'den yatırım yapan şirket sayısı irili ufaklı 1250'yi buluyor. Bulgaristan yabancı yatırımcılar için uyguladığı vergi politikaları, nispeten ucuz olan işçilik ve yaşam standardıyla yabancı yatırımcıların ilgisini çekiyor.

Türk şirketlerin inşaat, enerji ve ilaç alanında yatırımları bulunuyor.

Avrupa Birliği Komisyonu'nun gerçekleştirmiş olduğu araştırma sonucunda, Bulgaristan, ekonomik büyüme açısından Avrupa Birliği'nin ikinci ülkesi çıktı. Güncel verilerin kullanıldığı Avrupa Birliği Komisyonu'nun analizinde Bulgar ekonomisi için 2012 bütçesinde GSYH'nda % 1'lik artış öngörülmüyordu.

İnşaat ve inşaat malzemeleri sektörü

- Sektörün yüzde 90'ına özel kesim tarafından hizmet veriliyor.
- İnşaat sektöründe büyüme yüzde 7,9.
- Hızlı konutlaşma ihtiyacına yönelik prefabrik sistemler, pvc kapı-pencere doğramalar, hazır mutfak, çimento, asma tavan, ısıtma-soğutma sistemleri alanları başta olmak üzere inşaat malzemeleri alanında talep büyük ölçüde ithalatla karşılanıyor.



DÜNYA YALITIM GÖRSÜN!

45 ülkede yalıtımın adı ODE.

"Türkiye'ye yatırım, dünyaya yalıtım" diyerek çıktığımız yolda gece-gündüz, yağmur-çamur dinlemedik, çalıştık. Hiç durmadan genişleyen ihracat ağımızla bugün yalıtım sektöründe 45 ülkeye yalıtım çözümleri sunan bir firma haline geldik.

Bu güzel haberi ısı yalıtımında kaliteye, ekonomiye ve son teknolojiye önem veren tüm dostlarımıza, değerli bayilerimize ve %60'a varan enerji tasarrufu sağlamak isteyen herkese iftiharla duyuruyoruz.

• ISI YALITIMI • SES YALITIMI • SU YALITIMI • YANGIN YALITIMI

Piyale Paşa Bulvarı Ortadoğu Plaza Kat: 12 34384 Okmeydanı - Şişli / İstanbul Tel: (0212) 210 49 06 Faks: (0212) 210 49 07

www.ode.com.tr



**YALITIM İÇİN
ODE YETER**



Aşkımız Yalıtım

%60'A VARAN ENERJİ TASARRUFUYLA PARA KAZANDIRAN CAMYÜNÜ: STARFLEX

YALITIM İÇİN
LODE YETER

Starflex, %60'a varan enerji tasarrufu sağlıyor.
Isı yalıtımında kullanıldığında, ısıtma ve soğutma giderlerinizin
neredeyse %60'ı cebinize kalıyor. Kısacası, size para kazandırıyor.

Üstelik Starflex, her ihtiyacınıza uygun olsun diye birbirinden farklı
laminasyon çeşitleriyle, şilte, levha ve boru şeklinde üretiliyor.

*Siz de Starflex'i tercih edin, %60'a varan enerji tasarrufuyla
para kazandıran camyünü ile tanışın.*

