



HAYATA DEĞER KATAN HER ŞEYİN ARTISI SITEPLUS

ARTI

BU DERGİ SITEPLUS A.Ş.'NİN ÜCRETSİZ YAYINIDIR. ARALIK 2022 SAYI 10

**BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİMİZ
HİZMETİNİZDE**
S.14

AİLE İÇİ
SAĞLIKLI İLETİŞİM
S.16

GÜVENLİK MANTIĞI İLE
BAKMAK
S.24

ALBERT GENAU
CAMBALKON SİSTEMLERİ
İLE 40 YILDA 83 ÜLKEDE
S.26



ŞANTİYEDEN İŞLETMEYE,
TÜM SÜREÇTE HİZMETLERİYLE
Özel Güvenlik • Şantiye Yönetimi • Entegre Tesis Yönetimi

SITEPLUS
TÜRKİYE'NİN ÇÖZÜM ARTISI

siteplus.com.tr



YAYINCI

Siteplus A.Ş.

İMTİYAZ SAHİBİ VE YAYIN YÖNETMENİ

Siteplus A.Ş. adına Emrah Şahin

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

Aysun Çelebi

KATKIDA BULUNANLAR

Çiğdem Akyaşar, Gamze Akyol Fırat, Aysun Çelebi, Mehmet Korkmaz, Serkan Piriyol, Ö. Deniz Yeşilbaş

HUKUK DANIŞMANI

AV. Lütfi Sarper Üstündağ

GÖRSEL SANAT YÖNETMENİ

Bilge Bostan

GRAFİK TASARIM

Cann Creative Works

YAYININ İDARE ADRESİ

Mutlukent Mah. 2065 Sok. No: 5
Ümitköy / ANKARA

BASKI

Karton Tanıtım

DAĞITIM

Siteplus A.Ş.

BASIM TARİHİ

Aralık2022

YAYIN TÜRÜ

Yerel Süreli

Artı Siteplus Dergi, basın meslek ilkelerine uymayı taahhüt eder. Artı Dergi'nin imtiyaz ve yayın hakkı Siteplus A.Ş.'ye aittir. Bu dergide yer alan yazı, fotoğraf ve illüstrasyonların elektronik ortamlar dahil olmak üzere çoğaltılma hakları Siteplus Özel Güvenlik A.Ş.'ye aittir. Yazılı ön izin olmaksızın hangi dilde ve hangi ortamda olursa olsun materyalin tamamının ya da bir bölümünün çoğaltılması yasaktır. Her hakkı saklıdır.



ARTI SITEPLUS DERGİ
ARALIK 2022 / SAYI 10

Bu dergi Siteplus A.Ş.'nin
ücretsiz yayınıdır.

@siteplusco



İLK İZLENİMDE BİR ARTI

Siteplus Danışma ve Refakat ekipleri ile ziyaretçilerinizde olumlu bir izlenimin temelini atın.



SITEPLUS
TÜRKİYE'NİN ÇÖZÜM ARTISI

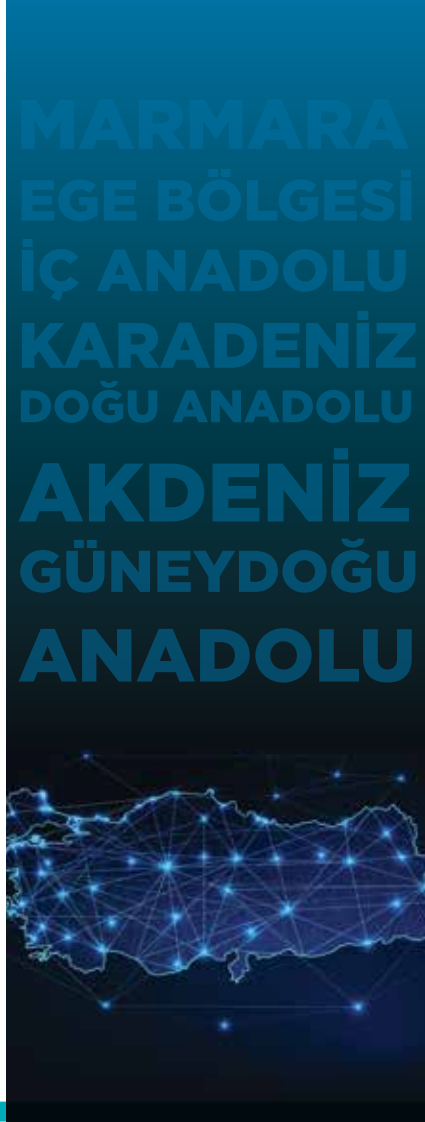
11



ARTI 6

**İLK YARDIM
HAYAT
KURTARIR**

14



**BÖLGE
MÜDÜRLÜKLERİMİZ
HİZMETİNİZDE**

16



**AİLE İÇİ SAĞLIKLI
İLETİŞİM**

22



**GÜVENLİK
MANTIĞI İLE
BAKMAK**

26



**ALBERT GENAU
CAMBALKON SİSTEMLERİ
İLE 40 YILDA 83 ÜLKEDE**

44



**YAPAY ZEKÂ RESİM
DERSİ ALDIĞINDA**

ARTI 7

+ 12. ŞİRKET KÜLTÜRÜNÜ PEKİŞTİREN PERİYODİK EĞİTİMLER + 20. SİTENİZDE
BU KIŞ NASIL GEÇECEK? + 34. TEK KAYNAK VE TEK MUHATAP

+ 36. ŞEHZADELER ŞEHİRİ MANİSA + 40. MAVİ KUŞ KAFESE Mİ GİRDİ?
YUVADAN MI UÇTU? + 48. KÜLTÜR - SANAT



MÜŞTERİLERİNİN GÜVENİ SITEPLUS'I GELECEĞE TAŞIYOR

Bu yazıya bir teşekkürle başlamalıyım.

2022'nin taşıdığı heyecan, dünyadaki siyasi atmosferin dönüşümü, küresel ve ülkesel ölçekteki ekonomi politikalarında meydana gelen değişimler, tüm sektörleri hızlı kararlar almak zorunda kaldıkları bir sürece maruz bıraktı. Siteplus'ın bu süreci, birlikte yol aldığı kıymetli müşterilerinin desteği ile en verimli şekilde değerlendirdiğini belirtmek isterim. Talepleri ile bizi geliştiren, hizmet çözümlerinde bize güvenen tüm müşterilerimize Siteplus adına teşekkürü bir borç bilirim.

Bu destek sayesinde özellikle personel istihdamında büyük bir atak yapan markamız, yüzde 50 büyüme oranını yakalamayı başardı. Oluşturduğumuz inovatif yapı ile ticari, sosyal ve organizasyonel hedeflerimizi gerçekleştir-meye yönelik yol haritamızda emin adımlar ile ilerlemeye bundan sonra da devam edeceğiz.

Başlanan her projede, tamamlanan her hedefte, geliştirilen her çözümde payı olan, merkez ve bölge müdürlüklerimizde, proje sahalarımızda ve masabaşında emekleriyle Siteplus farkını yaratan tüm personelimize de teşekkür ederim.

2023 yılının ülkemize ve geniş ailemize sağlık, huzur ve mutluluk getirmesini temenni ederim. +

EMRAH ŞAHİN
CEO



10 KASIM SAAT 9'U 5 GEÇE İZMİR

İzmir Optimum AVM'de 10 Kasım günü dış cephe temizlik görevi yapan Siteplus personeli Atasını unutmadı. Cumhuriyetimizin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ü her zaman saygıyla anıyoruz. +

SITEPLUS AİLESİ GENİŞLİYOR

Siteplus A.Ş., Türkiye'nin farklı illerinde çeşitli sektörlerde yer alan kurum, kuruluş ve şirketlere ihtiyaç duydukları hizmetleri tek kaynaktan sunmayı sürdürüyor. Ailemizin tüm yeni üyelerine hoş geldiniz diyor, proje ekiplerimize başarılar diliyoruz. +



İLK YARDIM HAYAT KURTARIR

Şirket içi eğitimleri mesleki ve teknik konular ile sınırlamayan Siteplus, kasım ayında merkez ofis personeli için ilk yardım eğitimi düzenledi. Önceki yıllarda da yapılan bu önemli eğitimde bu yıl da hem teorik bilgiler verildi hem de CPR mankenleri üzerinde kalp masajı ve OED cihazı kullanımı gösterildi. Katılımcılarımıza ve eğitmenlerimiz Seçil Uyanık ve Aslı Yolcu'ya teşekkür ederiz. +



ŞİRKET KÜLTÜRÜNÜ PEKİŞTİREN PERİYODİK EĞİTİMLER

Her sektörün hızlı bir değişim ve gelişim süreci yaşadığı 21. yüzyılda iş dünyasının temelini sürekli eğitim ve öğrenim oluşturuyor.

Dünyadaki ekonomik yavaşlamanın tersine hızlı bir teknolojik dönüşümün yaşandığı günümüzde ilerlemenin ve öne çıkmanın yolu eğitimden geçiyor. Yeniliklerden haberdar olmak, sektörel ve teknolojik gelişmelere hızla uyum sağlamak ve bu hızda bilgi birikimini koruyabilmek gerekiyor.

Siteplus, kurulduğu günden itibaren bünyesinde oluşturduğu Eğitim ve Denetim Birimi sayesinde, proje personelinin yanı sıra yönetim kadrosuna da verilen çevrim içi ve yüz yüze eğitimler ile şirket kültürünü pekiştirmeyi hedefliyor. Bu amaçla periyodik olarak düzenlediği kısa ve öz, hedef odaklı, nokta atışı eğitimlerle yönetim hatalarını minimize ediyor.



Öte yandan; proje alanlarında müşteri ve ziyaretçiler ile doğrudan iletişimdeki profesyonel temizlik, özel güvenlik, ikram ve danışma personeli için eğitimlerine de aralıksız devam ediyor. Bu kapsamda; entegre tesis personeline meslekî eğitimlerin yanı sıra, iş hayatında iletişim eğitimleri veriliyor.

Özel güvenlik ekiplerine ise kurumsal aidiyet ve sorumluluk, çevresel risklere karşı hareket tarzları, temel güvenlik, güvenlik mantığı ve gözü ile bakmak konularında eğitim çalışmaları ile hatırlatmalar yapılıyor ve bilgi pekiştirmeye yönelik eğitim faaliyetleri uygulanıyor. +

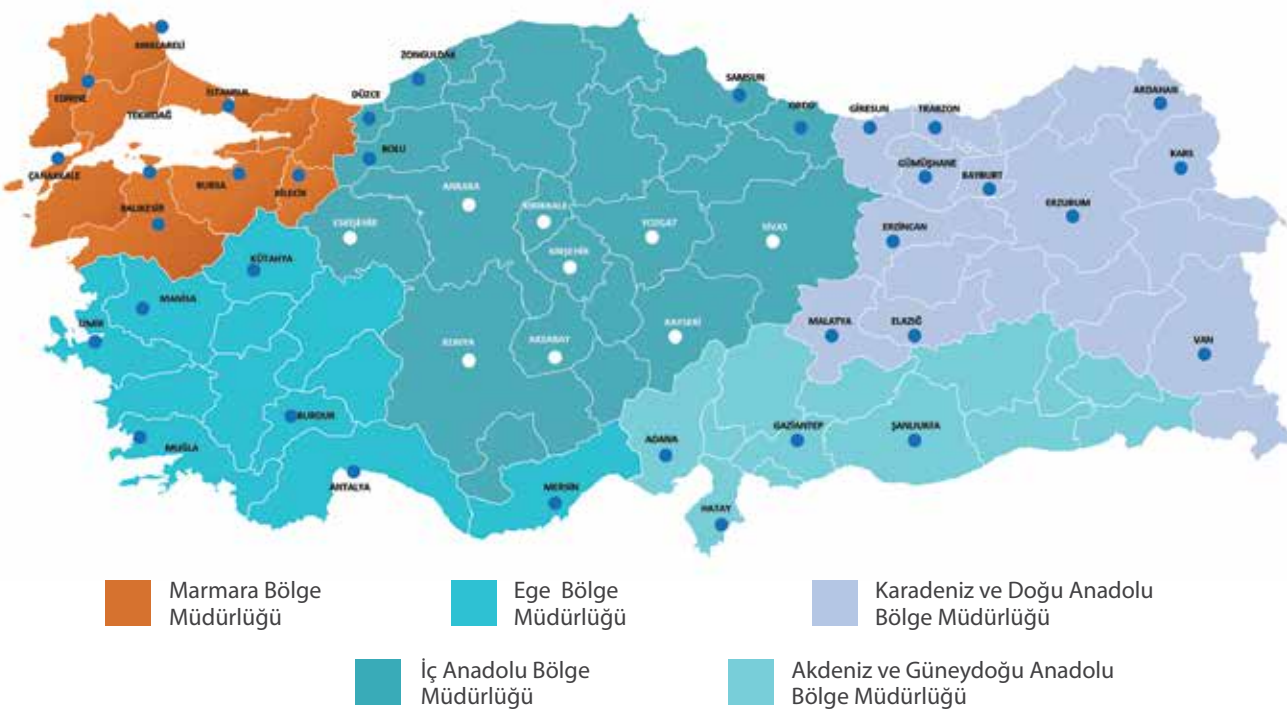


BÖLGE MÜDÜRLÜKLERİMİZ HİZMETİNİZDE

Türkiye yüzölçümü olarak büyük bir ülke olduğundan, ulusal düzeyde iyi işleyen bir hizmet ağı kurabilen markalar sektörlerinde öne geçme şansına sahiptir.

Ülkemiz yalnızca yüzölçümü ile değil, coğrafi, demografik, kültürel ve ekonomik açıdan yapısal farklılıkları ile de dikkat çekicidir. Bölge bir coğrafyada faaliyetlerini aksatmayan, çoklu hizmet ağı oluşturabilmek amacıyla Siteplus, kuruluş aşamasında planlamasını yapmıştır. İhtiyaç analizleri doğrultusunda belirlendiği bölge müdürlükleri sistemini düzenli aralıklarla gözden geçirerek yeniden yapılandırır. Böylece entegre tesis yönetimi ve özel güvenlik projelerinde her bölgenin istihdam koşullarını doğru biçimde değerlendirerek lojistik ve personel kaynaklarını düzenler.

Siteplus, 5 bölge müdürlüğü ile müşterilerine hizmet vermektedir. Bunlar; Marmara Bölge Müdürlüğü, Ege Bölge Müdürlüğü, Karadeniz ve Doğu Anadolu Bölge Müdürlüğü, Akdeniz ve Güneydoğu Anadolu Bölge Müdürlüğü ile İç Anadolu Bölge Müdürlüğü'dür. Tüm bölge müdürlükleri, Ankara'daki merkez ofiste görev yapmakta olan Siteplus Yönetim Kurulu'na bağlıdır. Satın alma ve mali işler gibi idari konularda da Ankara ofisinden desteklenmektedir. Eğitim ve Denetim Birimi ile İş Sağlığı ve Güvenliği Birimi tarafından bölge müdürlüklerinin yürüttükleri projeler periyodik olarak ziyaret edilerek desteklenir ve denetlenir.



Oğuz Kaan Sırlan
yönetimindeki
Marmara Bölge
Müdürlüğü
ofisi İstanbul'da
çalışmalarını
yürütüyor.



Siteplus Ege Bölge Müdürü Özkan Yıldırım ve tüm Siteplus bölge müdürleri kendilerine bağlı projeleri ziyaret ederek personel ve müşteri değerlendirmelerini alarak hizmet kalitesini geliştirmeyi amaçlıyor.

Siteplus'ın kurumsal yapılanmasında bölge müdürlerine bağlı proje sorumluları görev yapmaktadır. Müşteriden gelen talepleri doğrudan proje sorumluları olarak değerlendirir. Çözülmesi gereken konular bölge müdürlerine bildirilir. Ayrıca bölge müdürleri tarafından projelerin sık ve düzenli aralıklarla takibi yapılarak ihtiyaçları ve sorunları değerlendirilir. Bu yapının avantajı çevik ve çözümçül bir bakış açısıyla müşterinin tek bir muhatap ile istek ve ihtiyaçlarının çözüme kavuşturulmasıdır.

Siteplus, entegre tesis yönetimi ve özel güvenlik hizmetlerinde Türkiye'nin ilk 3 markasından biri olmasını organizasyonunun işlevselliğine ve güçlü yapısına borçludur.+

Siteplus'ın 74 ilde 450'den fazla projeye yüksek kalitede hizmet sunmasında oluşturduğu bölge müdürlükleri yapısı etkili olmaktadır.

AİLE İÇİ SAĞLIKLI İLETİŞİM

Gamze Akyol Fırat

Aile ve İlişki Danışmanı

Çiftler ihanet, bağımlılıklar ve şiddet gibi konuları çözümleyip evliliklerine pozitif manada ivmelenmiş bir şekilde devam edebiliyorken, iletişim problemleri yüzünden ilişkilerini ve evliliklerini çıkmaza sokabiliyorlar.



Hayatımızın tüm alanlarını kapsayan iletişimin özellikle aile, eşler ve çocukla olan kombinasyonlarını iyi yönetmenin bir sanat olduğunu düşünüyorum.



İletişim nedir?

İletişim en basit tanımıyla; kişiler arasında, duygu, düşünce, bilgilerin çeşitli yollarla söz, yazı, görüntü, hareketler aracılığıyla aktarılmasıdır. İletişimin temel amacı verilen mesaj ile anlaşılmasıdır.

İletişimin sözlü ve sözsüz olmak üzere iki tip yöntemi vardır. Sözlü iletişimde; kullanılan sözcükler, ses tonu ve vurgular, sözsüz iletişimde ise beden dili, mimikler ve jestler esastır. İletişim araçlarını iyi kullanamayan kişiler yüksek tonla yani bağırarak konuşurlar. Bunun diğer sebepleri kültürel öğrenme yani bağırarak konuşulan bir ailede büyüme, değersizlik hissi ya da öfke kontrolsüzlüğü de olabilir. Gidilen yol doğru, yöntem yanlış olsa da yine burada verilmek istenen mesaj; "beni gör, beni duy, beni anla"dır.

Aile içi iletişimin önemi

Toplumun en küçük ama en değerli birimi ailedir. Aile kendi içinde ne kadar iyi yapılanırsa toplum da o denli sağlıklı nesillerle dolar. İletişim, bireyin ana rahmine düştüğü andan itibaren ebeveynler ile başlar. Ebeveyn tutumları gebelik, bebeklik ve çocukluk dönemlerinde şekillenen kimlik için temel referanstır. Bu nedenle eşler arası iletişimin çocuklar üzerindeki etkisi, çocuklukta aileden sosyal öğrenme ile kavranan davranışların gelecekteki eşle olan iletişime etkisi yadsınamayacak bir zincirlemedir. Burada var olan sıkıntıları düzeltmek, yani zinciri kırmak yetişkinlere düşer. Bunun için önce iyi bir iş birliği ile eşle olan iletişim kurulmalı, sonra da çocukla olan iletişimi düzenlemeye yönelik bilinçli adımlar atılmalıdır.



Ne yaşanırsa yaşansın; eşler arası iletişimi etkili ve sağlıklı hale getirmek mümkün.

Eşler arası etkili ve sağlıklı iletişim nasıl sağlanır?

Günümüzde çiftlerin başlıca boşanma ve ayrılma sebebi olan iletişim problemi meşakkatli gibi gözükse de aslında küçük ve istikrarlı adımlarla çözüme ulaştırılması en kolay alanlardan biridir. Çünkü tüm sihir bizim dilimizin ucundadır. Araştırmalar eşler arası iletişimin sağlıklı bir form kazanması halinde çatışma, cinsel yaşam sorunları, ihanet, bağımlılıklar, ruhsal, sosyal ve fiziksel açıdan sağlıklı çocuklar yetiştirme gibi başlıca problemlerin ortaya çıktığını göstermiştir. Tıpkı çok kilo alındığında vücudun sağlıklı formunu yitirip, genetik, kronik hastalıklara ev sahipliği yapması gibi. Bu söylediklerim gözünüzü korkutmasın! Ne yaşanırsa yaşansın; eşler arası iletişimi etkili ve sağlıklı hale getirmek mümkün. Bunun için derlediğim birkaç maddeden ilk ve en önemli olanı; iletişimde kullanılan sözcüklerin, ses tonunun ve beden dilinin yumuşak tutulmasıdır. Böylece ritim yükselmemiş, form baştan bozulmamış olur.

İkinci madde ise; sadece anlatmak üzere değil, anlamak üzere de iletişim kurulmasıdır. Yani karşılıklı anlaşmak için empati şarttır. Özellikle hassas konularda kendimizi karşı tarafın yerine koyabilmek, onun penceresinden nasıl gözüktüğünü görebilmek iletişimi daha duyarlı ve sağlıklı hale taşıyacaktır.

Üçüncü madde; örtülü iletişim yerine açık iletişim dilinin kullanılmasıdır. Küsmek yerine, kırgınlığı direkt olarak ifade etmek gibi.

Dördüncü madde; “sen dili” yerine “ben dili”ni kullanmaktır. Sen dili; suçlayıcı, eleştirel bir dilken, iletişimde uzlaşmacı sonuca ulaşmak için kendini sağlıklı ifade etmek ben dilini tanımlar. “Sen sürekli böyle davranıyorsun çünkü bencilsin” demek yerine “Bu davranışın beni çok üzüyor” demek çok şeyi değiştirebilir.

Beşinci madde; çiftler birbirine her gün iltifat etmelidir. Karşı taraftan beklemeden bu iletişimi başlatmak bağları güçlendirmek için oldukça önemlidir.

Son olarak; tartışmalarda yargılayarak, suçlayarak, küçümseyerek söze başlamak yerine pozitif eleştiri ve yaklaşımla temas kurmak dikkat etmemiz gereken bir diğer unsurdur.



Çocuklarla nitelikli iletişim kurmak

Bize emanet olan çocuklarımız geleceğimiz, bizim aynamız. Çocuk yetiştirmede onaylanmayan dört tutum vardır. Bunlar; aşırı baskıcı ve otoriter tutum, aşırı hoşgörülü tutum, dengesiz ve kararsız tutum ile aşırı koruyucu tutumdur. İletişimi sağlıklı hale getiren bu tutumların içeriklerini ve etkilerini birkaç örnekle anlatalım:

- Uyarma, tehdit etme: Hemen susmazsan, odana gidersin! Etkisi; çocukta kırgınlık ve isyankârlık.
- Ahlak dersi verme: Arkadaşlarına teşekkür etmeliydin! Etkisi; çocukta suçluluk duygusu yaratma.
- Öğüt verme, çözüm getirme: Ben olsam... yapardım. Etkisi; çocukta bağımlılık ve yetersizlik duygusu.
- Mantık yoluyla inandırma: Sana böyle davrandıklarını göre sen hatalısın. Etkisi; çocukta özgüven problemi.
- Yargılama, eleştiri, suçlama: Sen zaten bu işleri yapamazsın! Etkisi; çocuğun kendini yetersiz, değersiz, aşağılanmış hissetmesi.
- Etiketleme, alay etme, utandırma: Sen şımarık bir çocuksun. Etkisi; çocuğun kendini olumsuz algılayıp, sevilmediğini düşünmesi.
- Yorumlama, analiz etme, tanı koyma: Senin derdin uyumak. Etkisi; çocukta anlaşılamadığı düşüncesi.
- Konuyu saptırmak, oyalamak: Bu konuyu unut gitsin. Etkisi; çocuğun kendisiyle ilgilenilmediği, saygı duyulmadığı ve kabul edilmediği düşüncesi.
- İnceleme, araştırma, soruşturma: Bunu sana kim söyledi? Etkisi; çocuğa güvenmediği mesajı verme.

Peki, çocukla sağlıklı iletişim kurabilmek için neler yapılmalı? Öncelikle olumsuz ebeveyn tutumları bırakılmalıdır. Birey, önce kendini daha sonra eşini ve çocuklarını yakından tanımalıdır. Çocuğa duygularını sözlü ve sözsüz olarak yaşamasına izin vermeli, çocuğun yapamadıklarından çok yapabildiklerine odaklanarak; kendisini başarılı, iyi, değerli hissetmesini sağlamalıdır. Çocuğa bireysel olarak sorumluluk vermeli, çocukla ilgili beklentileri gerçekçi bir çizgiye çekmelidir.

Unutmayın; o bir çocuk ve onun için daha öğrenecek çok şey var. Onun sizin elinizde işlenmeye hazır bir elmas olduğunu aklınızdan çıkarmayın.

SİTENİZDE BU KIŞ NASIL GEÇECEK?

Sitelerde, kış başlamadan kışın telaşı başlar. Bu kış nasıl geçecek? Çok soğuk olursa aidatlar yeterli olacak mı? Isıtma sistemi kışın sorun çıkaracak mı? Aşırı yağış olursa rögarlar, kanalizasyon kapakları, yağmur olukları tıkanacak mı? Çatı, zorlu kış koşullarına hazır mı? Baca bakımı yeterli olacak mı?



Doğru bir site yönetimi ile bu soruların cevaplarından korkmaya gerek kalmaz. Zamanında ve periyodik bakımlarla zorlu hava koşullarına karşı önlemler alınarak, kış rahatça geçirilebilir.

Isıtma sistemi bakımında kazan, brülör, sirkülasyon pompaları ve baca gibi sisteme ait tüm parçaların mutlaka kontrol ettirilmesi ve kış ayarlarının yapılması bu hazırlıkların önemli bir kısmını oluşturur. Ayrıca, kat sakinlerine petek ve kombi bakımının önemini hatırlatılarak ısı maliyetinin azalmasına yardımcı olunacağı vurgulanmalıdır. Her ne kadar 2022 kış aylarında henüz kar, don ve aşırı yağışlar ile karşılaşılmasa da su tahliye sistemlerinin, yağmur oluklarının, çatı iniş borularının tıkanmalara karşı kontrol edilmesi yerinde bir uygulamadır. Yerdeki izgara ve mazgalların açık olup olmadığına baktırmak gerekir. Ne yazık ki iklim değişikliği ile birlikte ülkemizde, özellikle büyük şehirlerimizde 10 dakikalık yoğun bir yağış bile su baskınlarına yol açabilmektedir. Bu yüzden tıkanmış izgara ve mazgallar büyük sorunlara yol açabilir. Çatı ve terasların bakımı da ihmal edilmemelidir.

Site yönetiminde yalnızca kış aylarını düşünmek yetmez. İlkbahara ve yazı hazırlık yapılacağı da göz önüne alınmalıdır. Havuzu olan siteler için havuz bakımı şarttır. Havuz suyunun boşaltılması yerine suyun yüzeyden 30 cm kadar aşağıya indirilmesi doğru olur. Genleşmeyi önlemek için havuz içine buz yastıkları koydurulabilir. Böylece su basıncı korunarak havuz gövdesinde çatlama olması engellenir. Fiziksel olduğu kadar kimyasal olarak da havuzu hazırlamak gerekir. Havuz suyunun pH, alkali ve klor değerini kontrol ettirerek kış boyunca havuzun düzenli bakımının yaptırılması yaz için iyi bir hazırlık olacaktır.

Aynı şekilde temiz ve kışa uygun bir peyzaj ile kışa hazırlanan bahçeler, gri ve soğuk kış günlerinde site sakinlerinin içini ısıtır. Elbette ki, profesyonel bir bahçe bakımı ile ilkbaharda canlı ve renkli bahçeler için hazırlık da yapılır.

Kışın kat maliklerini ve site sakinlerini en çok huzursuz eden konu ise aidatların zamanında ve yeterli toplanıp toplanamayacağıdır. Siteplus Profesyonel Site Yönetimi, şeffaf aidat yönetimi ve %98 oranındaki tahsilat başarısı ile hizmet verdiği sitelerde bu sorunu çözümlenmiştir. +



SİTE YÖNETİMİNDE SORUMLULUKLARINIZ HAFİFLESİN

Siteleriniz, Siteplus'ın kurumsal ve güvenilir sistem anlayışı ile yönetilsin.

GÜVENLİK MANTIĞI İLE BAKMAK

Serkan Piryol

Eğitim ve Denetim Sorumlusu

Güvenlik riski göreceli bir kavramdır. Bir olayın güvenlik sorunu olarak kabul edilip edilmeyeceği değişkendir. Tehdit veya risk ortaya çıktığında, gelişen durumun yönetilebilmesiyle riskin tehdide dönüşmesi engellenebilir. Kolluk kuvvetlerinin ve özel güvenlik personelinin yanı sıra, sıradan kişiler de hayatın akışında güvenlik mantığı ile bakarak tehdit ve riskler ile ilgili farkındalık geliştirebilirler.

Kişi, kurum, sistem veya devlet; bireysel ya da kurumsal bilince sahip herhangi bir yapı, güvenliğe ihtiyaç duyar. Bu ihtiyaç, insanın var oluşuyla beraber başlamış olup, yaşamına devam ettiği süreçle de ilişkilendirilebilir. İnsan kazandığı değerleri korumak veya arttırmak için çalışmaya devam etmek zorundadır. Çalışma temposunda ve hayatın devam ettiği anlarda çevreden gelebilecek risk ve risklere karşı insanın algısının her zaman açık olması gereklidir. Günümüz Dünya'sında özellikle sosyal alanlarda kişi ya da kuruluşların karşı karşıya kaldığı tehditler artmaktadır. Kişinin gerek kendisine gerekse kurumuna yapılacak saldırılara karşı (sözlü ya da fiziksel eylem, provokasyon vb.) genel farkındalığını yüksek tutması elzemdir.



Güvenlikle ilgili konuların algılarla bağlantılı olduğu, algının ise içgüdü, yaşanan ortamın hafızalarda bıraktığı izler, geçmişteki hatıralar, kişilik özellikleri ile ilintili olduğu söylenebilir. Bu nedenle bir olayın hangi tahammül sınırından sonra bir güvenlik sorunu olarak kabul edilebileceği değişkendir. Çünkü güvenlik riski göreceli bir kavramdır.

Hangi konuların tehdit, hangi konuların güvenlik riski olacağına, yönetimi elinde bulunduranlar, kurumun imkân ve kabiliyetlerini dikkate alarak karar verirler. Bir olay veya olgunun güvenlik riski mi yoksa tehdit mi olacağı, güvenlik riski veya tehdidi oluşturan unsurlar ile yönetimin kazandığı yeni kabiliyetlerin mukayeseli olarak değerlendirilmesi neticesinde belirlenebilir.

Tehdit veya risk ortaya çıktığında, gelişen durumun yönetilebilmesiyle riskin tehdide dönüşmesi engellenebilir. Bireyler kendi güvenliklerini

sağlamak ve kendilerini emniyete almak için genel güvenlik bilincine sahip olmalıdırlar. Elbette ki devletin görevlerinden biri vatandaşlarının can ve mal güvenliğini sağlamaktır. Devletler bunu yerini getirirken kolluk güçlerinden faydalanır ve vatandaşlarının emniyetini sağlar. Ancak devletlerin kolluk güçlerinin her zaman her yerde her vatandaşın yanında olması imkânsızdır. Bunun için her birey kendi yaşamında çevresi ile ilgili olarak belli çerçevede şüpheli bir bakış açısında olmalıdır.

Şüpheli bakış açısı olarak kastedilen ise; parano-yak bir bakış açısı değildir elbette, burada kastedilen kalabalık yerlerde şüpheli şahıs (diğer insanlardan farklı veya normal insan davranışlarından farklı hareket eden), şüpheli paket (kalabalık bir yerde sahipsiz olduğu görülen ve belli bir süredir orada bulunan vb.) gibi durumları tespit etmek gibi konularda farkındalığın yüksek olmasıdır.



Güvenlik mantığı ile bakmak çevremizde oluşabilecek risk ve tehditleri fark etmemizde ya da önlem almamızda bize faydalı olacaktır. Tabi ki herkes kendi düşünce yapısına göre kendi güvenlik bakış açısıyla etrafa bakmaktadır. Ancak çevresel risk veya risklerin nasıl, ne zaman, nereden geleceğinin bir kuralı yoktur. Örneğin gün içinde ailesiyle dışarı çıkan bir birey, trafikte hata kendisinde olmamasına rağmen, karşı tarafta trafikte kusurlu olan ve buna rağmen kendisiyle tartışmaya başlayan hatta kendisine saldırarak seviyeye gelecek kadar ileri gidecek şahıslarla karşılaşabilir. Hayatın akışında gün içinde yaşanan bu tür olaylarda bile tartışmaya giren şahsın arabasının yapısı, plakasının eskilik-yenilik durumu, plakada mühür olup olmaması, aracın normal ağırlığına göre yere yakınlığı, camların komple filmli cam olup-olmaması gibi bakılacak bir sürü nokta bizim karşı tarafla ilgili fikir sahibi olmamızı sağlayabilir.

Başka bir örneğe bakalım olursak, herhangi bir alışveriş merkezinde bahar veya yaz aylarının başında genel olarak herkes kısa kollu, yazlık kıyafet giyinirken, üzerinde uzun pardösü veya kapüşonlu sweatshirt olan biriyle ilgili olarak, acaba üzerinde bir şey mi taşıyor ve görünmesini istemediği için mi bu havada bu kadar kalın ve bol giyindiği gibi bir şüphe ile kişilere bakmak, güvenlik gözüyle bakmanın tam karşılığıdır.

Sonuç olarak güvenlik gözü veya mantığı ile bakmak günlük yaşamımızda işimize yarayacak yaklaşımlardan biri olabilir. Oluşan tehdit veya riske göre nasıl bir davranış sergileyeceğimizi belirleyebilirsek ve bu yetiye sahip olursak herhangi bir tehdit veya güvenlik riski oluşturan konularda içinde bulunduğumuz ana göre hareket etme imkânını yakalamış oluruz. Hayatında "güvenlik mantığı ile bakma anlayışı" benimseyenler, oluşabilecek risk ve tehditlerin tespiti ve ayrımını da rahatlıkla yapacak güçlü bir hafıza ya da sahip olacaklardır. +

TESİS VE PROJE GÜVENLİĞİNDE BİR ARTI

Siteplus Özel Güvenlik ile üretim tesislerinizde ve proje yatırımlarınızda güvenlik risklerini en aza indirin.



ALBERT GENAU CAMBALKON SİSTEMLERİ İLE 40 YILDA 83 ÜLKEDE

Çiğdem Akyaşar

Uluslararası gelişmeleri yakından takip eden, aldığı patentler ve geliştirdiği ödüllü ürünler ile sektörüne yön veren Albert Genau markasının tasarım, üretim ve pazarlama yolculuğunu Yönetim Kurulu Başkanı Adil Işıldak ile konuştuk.

2023 yılında 40. yılını kutlayacak olan şirketinizin geçmişini ve markanız Albert Genau'nun hikâyesini okurlarımızla paylaşabilir misiniz?

Geçmiş deyince ne kadar geriden başlamak lazım, emin değilim. Babam emekli olduktan sonra bir halıcı dükkânı açtık. Ama açtığımız dükkân ancak 17 m²'ydi. Bir halının 6 m² olduğunu düşünürseniz, küçük bir dükkândı. Ben de hem ODTÜ İnşaat Mühendisliği bölümünde öğrenciydim hem de dersten sonra iş yerine geliyordum. Sonra işler gelişti, halı beyaz eşyaya dönüştü. Ankara'ya doğal gazın gelmesiyle içerisinde demir döküm bayiliği yer aldı. Bu arada benim de iki denemem oldu. Biri, proje bürosunda inşaat mühendisliğiydi. Orada 8 ay sabredebildim. Biri de şantiye tecrübesi: Ankara Hilton Otel'i'nin 17 kat betonunu döktüm. Fikirlerine değer verdiğim bir akrabam vardı. Ona sordum, beni tanıyorsunuz ne önerirsiniz diye. O da dedi ki "Oğlum, sen dükkâna geri dön. Babanın işlerini geliştirebilirsin". Benim de aklıma yattı.

ALBERT GENAU
SYSTEM



İnşaat işlerini bırakıp, beyaz eşyaya, halıya geri döndüm. Doğal gazın gelmesi, kombi yapmamızın ardından 1989 veya 1990 yılında PVC doğrama sektörünün hareketlenmesi ile PVC doğrama üretimine de girdik.

PVC doğrama üretimine girdiğimizde bayilik altyapısı gelişmeye başladı. Ürünlerimizi bayilerin bize verdiği ölçüye göre ürettiyorduk, onlara aktarıyorduk, onlar da montajını yapıyorlardı. Ankara'da bir anda 25 civarında bayimiz oldu. Bu arada onların ellerini güçlendirmek ve bize bağlılıklarını daha da artırabilmek üzere ilave ürünler neler olabilir diye düşündük. Arkasından çelik kapı ve yangın kapısı imalatı, parke ithalatı gündeme geldi. Fakat o dönemde sadece Ankara'daydık ve ürünler üst üste geldiğinde hangileriyle ilgileneneceğiz, hangileriyle ilgilenmeyeceğiz diye düşündüğümüz kaotik bir dönem yaşadık. Ne zaman ki 2000'li yıllara geldik, bir anda balkonlar camlanmaya başladı. Bu ürün başlarda ithal geliyordu. Dedik ki: "Bu ürün ithal olmaz, taşıma suyla değirmen döndürmeye benzer". Türkiye'de alüminyum ekstrüzyonu, alüminyum profilleri çeken fabrikalar artıyordu. Camda böyle bir ürün neden ithal gelsin? Biz de oturup ürünle ilgili çalışmaya başladık.

Tasarım benim en sevdiğim işti. Sevdiğiniz işte mi olmak, yoksa yaptığınız işi sevmek mi diye bir şey var. Ben, sevdiğim işte olmayı tercih ettim. Oturup tasarıma başladık. Yanlış hatırlamıyorsam, 2003 yılında katıldığımız bir fuarda 43 m² bir alanda 6 tane seriyle çıktık ki yabancıların sadece bir tane serisi vardı. O zamana kadar versiyonlar neler olabilir diye düşünerek biriktirmiştik. O fuar

bizim açımızdan bir dönüm noktasıdır. Fuar ile 1.300'ün üzerinde bayilik başvurusu geldi. Tabii bu başvuruların hem hepsini değerlendirme imkânına sahip değildik hem de değerlendirmek istemedik. Bayiliği oluştururken arkadaşlarımızla birlikte neler yapmalıyız, aynı zamanda da neleri yapmamalıyız konularını içeren 40 sayfalık bir el kitabı hazırladık. Yani aslında o el kitabı hazırlanırken ne ürün ne de oturmuş bir düzen vardı. Ama kendi içerisinde söylüyorum, siz anayasayı doğru hazırlarsanız ufak tefek madde değişiklikleri o perspektifin içerisinde yer alır ve bütünü bozmadan devam edebilirsiniz. Şimdiye kadar o kitapçığın 1-2 sayfasını, 3-5 paragrafını değiştirmiş olabiliriz. Ama oradaki doğrular hâlâ bizim doğrularımız olarak devam ediyor.

Kolay bir iş değildi. Çünkü ne marka ne böyle bir ürün grubu ne de bir piyasa vardı. Belki biz burada başı çekmiş olabiliriz. Daha sonra içimizde yer alan bazı meslek gruplarından arkadaşlar da bunları yapmaya çalıştılar. Başarılı olanları, olmayanları oldu. Çünkü bir marka sadece bir logo veya isimden ibaret değildir. Siz bir kişiyi ismen tanıyabilirsiniz ama ismi söylediğinizde o ismin altında birçok şey yatar. Marka da böyledir. Biz bu markanın altını doğru doldurmaya uğraştık. Bu marka ilk başta Almanya ve İsviçre'den tescil ettirilmişti. Tabii ki markanın yabancı olması sizin omzunuza da önemli yükler yüklüyor. Eğer bir hata yaparsanız bir anda yok olabilirsiniz, alay konusu olabilirsiniz. Onun için son derece dikkatli davranmaya özen gösterdik. Bu özeni de hâlâ ve hatta artırarak muhafaza ediyoruz.

Yani Albert Genau sizin oluşturduğunuz ve %100 Türk bir marka ve marka tescili de hem Almanya'da hem de İsviçre'de yaptırıldı.

Evet, onun da hikâyesi şöyle başlar: Bahsettiğim dönemlerde parke ithal edelim diye yola çıktığımızda bir firmadan distribütörlük istedik. Onlar da “Bir distribütörümüz var, ikincisi siz olabilirsiniz” dediler. Üzerinde anlaştık. Fakat firma sözünü tutmadı. Bunun nedeni de diğer distribütörün “Onların alacağı ürünü de bana verin. Onlara distribütörlük vermeyin” demesiymiş, sonradan anladık. Firmaya bize söz verdiklerini ve bayilerimize de bu sözü aktardığımızı söyledik. Onlar da “Biz size başka bir marka verelim” dediler. Ama yarın o markada da böyle bir durumla karşılaşmayacağımızı nasıl garanti edebileceklerini sorduğumuzda tatminkâr bir cevap alamadık. Bunun üzerine “Biz bir marka tescil ettirelim. Bu marka altında bize üretim yapar mısınız?” dediğimizde onu yapabileceklerini söylediler. Marka yapısı da oradan çıktı. Bu fabrika İsviçre'deydi. Almanların da dünyada kabul edilmiş bir kalite yapısı vardır. Belki 20'nin üzerinde isim soyisim çalıştık ve bu markayı tescil ettirdik. Gelin görün ki o firma yine sözünü tutmadı.

Balkon camlamanın başladığı dönemlerde endüstriyel bir ürün olduğu için ürünün ismi de bilinmiyordu. Müşteri size tanımlamayla geliyordu: “Bir arkadaşımda gördüm. Balkonunda camlar var, hareket ediyor, açılıyor, kapanıyor”. Bir paragraf anlatıyorsunuz karşıdaki kişiye. Bu ürünün bir ismi olması lazım, bu ürünün de bu isimle tanınması lazım dedik. Patent Enstitüsü'ne giderek cambalkon ismini tescil ettirmek istedik. Ancak jenerik bir isim olabileceğinden dolayı marka tescili veremeyeceklerini söylediler. Bir taraftan da işe başlamıştık. Bayiler oluşuyordu, ürün satılmaya başlamıştı. Ne yapalım diye konuşurken firmamızın ortağı Hikmet Bey, Albert Genau markasını burada kullanmayı önerdi. Ancak ben karşı çıktım. Çünkü Albert Genau markası daha yukarıda duran bir marka, bu ürün ise endüstriyel bir ürün. Ama başka bir çözüm yolu da kalmamıştı. Telaffuzu da zor bir markadır. Markayı yataylaştırmakta ve insanlara anlatmakta çok zorlanacağımızı düşündük. 2 tiyatro sanatçısına 3 saat “Albert Genau – Cambalkonun Adı Soyadı” dedirttik. Hâlâ da o seslendirme kullanılmaya devam ediyor.

Aslında sizin gibi faaliyet gösteren yabancı sermayeli uluslararası markalar var, değil mi?

Doğru. Ancak, Özbekistan'da biri bana “Siz o markalardan daha iyisiniz” dedi. Ben de nedenini sordum. “Biz onlardan profili alıyoruz. Aksam

takımları değişiyor, tekrar gönderiyoruz, tekrar geliyor veya profilin bir tanesi değişiyor. Yeniden sipariş açıyoruz. 2-3 ay bekliyoruz. Oysa sizin profilleriniz elimizin altında.” diye cevap verdi. Birçok bayimiz yerinde ve hızlı cevap verebilmek için ham ve boyasız olarak profillerimizi istiyorlar. Aksam takımlarını da biz yapıyoruz ve kutular halinde veriyoruz. Diğer markaların çoğu aksamı dışarıdan alır veya yaptırır. Oysa bizim bütün ürünlerimizin komponentleri kendine özgüdür. Biz sadece alüminyum profil tasarlamıyoruz, ürün tasarlıyoruz. Bugün Ayşe Hanım gelip bir şey istiyor, ertesi gün Hans Bey geliyor başka bir şey istiyor. Bunlara her an stoklarımızdan cevap verme imkânına sahibiz. Yani bir nevi *franchise* diyebiliriz. hatta kendimizi gıda franchise'ına biraz daha yakın buluyoruz. Bayilik yapımız da öyle işliyor. Bir McDonald's franchise'ı olduğunuzu düşünün. Köfteyi de ekmeği de ketçabı da McDonald's'tan alıyorsunuz. Makineler onların kendi makineleri, iş yapma biçimleri, nasıl yapacakları, ne kadar süre köftenin kızaracağı bunların hepsi belli.

Bu sektörde bayiler sipariş alıp montaj yapıyorlar. Bizse bayilere “Böyle bir sistemimiz var, bayi olmak ister misiniz?” diye soruyoruz. İsteyenlerle de neler yapacağımızı, neler yapmayacağımızı, kırmızı çizgilerimizi, müşteri memnuniyet tarafını paylaşıyoruz. Bu ve maddi konularda anlaştıktan sonra onlara eğitim veriyoruz, ürünlerini gönderiyoruz. Gerektiğinde arkadaşlarımız gidip bayide eğitime devam ediyorlar. Ankara'da bayilerden gelen soruları cevaplayan, onlara yol ve yöntem gösteren 4 kişilik bir teknik masamız var. Böylece bayilerimiz ürünlerin yüzde 70'ini ilk aşamada çözebilecek durumda oluyorlar. Daha sonra takıldıkları yerler olursa buradan teknik destek ile devam ediyorlar. Birçoğu farklı renklerde işleme imkânı olması için bizden boyasız ürün alıyor, camı da yerelden tedarik ediyor. Sistem kendi içerisinde bu şekilde devam ediyor.

En önemli özelliklerimizden biri AR-GE. Tüm bu ürünleri kendimiz tasarlıyoruz. Sınai mülkiyet haklarına sahibiz. Diğeri de satış-pazarlama yapımız. Müşterilerle bire bir ilişkide olanlar ve uç noktalara ulaşanlar da bayilerimiz.

Bu sistemi bütün dünyada sağlayabiliyor musunuz?

15 yıl kadar Türkiye'de bu sistemi oturtmaya uğraştık. Çünkü içinde bulunduğumuz endüstride çok alışılmış bir sistem değildi. Belki biz silahşörleriydik böyle bir yapının. Yurt dışında da bu oluşturulabilir mi? Böyle bir yapının oluşmasında sadece gıda zinciri geliyor insanların aklına. Yurt dışında da oluşturmaya başladık. Şu anda ihracatta 80'in üzerinde ülkeye çıktık. Ama bunu büyüklük anlamında söylemiyorum. Nokta anlamında söylüyorum. Çünkü burada dikkate almamız gereken çok farklı meseleler var.



“ Biz bir yoldayız. Bir taraftan da bu ülkede birtakım şeyler yapılabileceğini ispat etmeye çalışıyoruz. Karamsar olmaya çok meyilliyiz veya iyimser olduğumuz zaman da abartılı iyimser oluyoruz. Biz de bir denge içerisinde gitmeye çalışıyoruz. Bir yabancından eksiğimizin olduğunu asla düşünmüyoruz. Hatta fazlalarımız olabilir.

Kendi yolumuzu kendimiz açmak zorunda olan bir ülkedeyiz. Dolayısıyla doğru yolu açarsanız o yol genişleyebiliyor. Bu ülkenin insanların birtakım şeyleri yapabileceğini ve yurt dışına, diğer ülkelere bunları kabul ettirebileceğini göstermeye uğraşıyoruz. Bir taraftan da böyle bir sorumluluk altında olduğumuzu da düşünüyorum. ”

Türkiye'ye baktığımız zaman balkonları görüyoruz. Dünyanın her yerinde sanki böyle bir akım varmış gibi hissediyoruz, ama dünyanın diğer yerleri böyle değil. Bazı yerlerde regülasyonlar var. Mesela Japonya'da balkonlar var, fakat balkonların kapatılması regülasyonla yasaklanmış. Bazı yerlerde de insanlar bu kültüre alışkın değiller. Dolayısıyla biz şu anda bu 80 ülkede tohumları serpiyoruz. Bunların hızlı yeşereceği alanlar varsa, oraları hareket ettirmeye çalışıyoruz. İklimin soğuk olduğu Kuzey Avrupa ülkeleri buna çok yatkınlar. Nitekim Rusya'da bir şirket kurduk. O coğrafyada Rusya'daki şirketimiz hareket etmeye başladı.

Cam teknolojisi de çalışıyor musunuz?

Cam teknolojisi ile ilgili Şişe Cam ile iş birliği içerisindeyiz. Hem piyasadaki gelişmeleri hem de bayilerimizin aracılığı ile olan cam tüketimini bize sorarlar. Diğer taraftan da onlarla bu camların nerelere evrilebileceğine yönelik görüşmelerimiz sürüyor. Ama ben cam teknolojisinin daha hızlı gelişmesini beklerdim. Demek ki bizim zihnimizdeki hızla o teknolojinin gelişim hızı birbirinden farklı işliyor.

Anlattıklarınız, modüler yapısı ile cephe sistemlerinizin Tiny house'larda kullanılmaya elverişli olduğunu düşündü.

El kitabımızı hazırlarken sorduğumuz önemli bir soru vardı: Bu bir moda mıdır? Gelip geçici bir trend

midir? Yoksa insanların gerçekten kullanabileceği, faydalanabileceği bir ürün müdür? Çünkü moda hızlı tüketilebilir. Bu *tiny house* meselesi de pandemiden sonra çıktı. Bizim de üzerinde ilgiyle durduğumuz bir mesele, hele de yazlıklardaki rakamlar bu kadar hızlı tırmanınca insanlar bir çözüm yolu olarak bunu düşünüyorlar ve gayet de haklılar. Bu taraflarda bizim de çalışmalarımız var. Şu anda serimiz 40'ın üzerine çıktı. Ama tabii bu 40 ayrı serinin hepsi birlikte gitmiyor. Belki 10-12 tane serimiz daha hızlı gidiyor. Ama diğer seriler de hareket ediyor.

Şimdi eğer siz cam ve alüminyum gibi güncel malzemeden bahsediyorsanız bunların kullanım alanları o kadar farklı yerlere evriliyor ki, duş kabininden tutun da giysi odasına, ofis bölmelerine kadar uçsuz bucaksız bir alan tanımlıyorsunuz kendinize. Ama şunu düşünmek durumundayız: Türkiye'de yönetmekte olduğumuz 300-380 bayi grubu var. Bir ürün grubuna bayiye alıştırdığınız zaman o taraf da hareket etmeye başlıyor. Diyorsunuz ki, bunu da yapabilirsin. Ama oradaki zihni o kadar hızlı çeviremiyorsunuz. Hatta orada şu anda iş gücü ile ilgili problemden, mavi yakalı gruplarımızın birçoğunun farklı ülkelere çalışmaya başladığından bahsediliyor. Burada çalışan mavi yakalılar “10 yıl Türkiye'de çalışacağıma bir yıl gider Venezuela'da veya Afganistan'da çalışırım” diyorlarmış. Türk inşaat firmaları yurt dışında hızlı gelişiıyorlar. Yani oralarda daha hızlı para kazanma imkânına sahipler. Dolayısıyla onlar da eleman bulmakla ilgili zorluk içerisinde. Bizim zihnimiz hızlı gidiyor, ama onun piyasada vücut bulması o kadar hızlı olamıyor.



Bayilerin size uyum hızı, taleplerin oluşması, insanî ve teknolojik altyapının gelişmesi şirketinizin ileriye yönelik planlarını nasıl yönlendirdi?

Yurt içi ile yurt dışı biraz paralel gidiyor, ama farklılaştığı yerler de var. Biraz önce Rusya'dan bahsettik. Oradaki projeler çok büyük projeler. Biz bir taraftan bayi yapısı ile hareket ederken diğer taraftan bu tür büyük projelerin ihtiyaçlarına da cevap verme imkânına sahibiz. Dolayısıyla proje taleplerinde farklı bir zihne evrilebiliriz. Yani bize dense ki "Bin daire için bir giyim odası tasarlamamızı istiyoruz", bunu çok hızlı üretebiliriz. Bizim en önemli gücümüz tasarım gücümüz, bu projeleri hayata geçirmekteki tasarım hızımız.

Bizim "her yıl 2 yeni ürün" mottomuz var. Bu bizi dinamik tutuyor, işimize de yarıyor. Bir firma, inşaat grubu veya bir proje "biz şöyle bir şey istiyoruz" dediği andan itibaren belki 3-4 ayda beklentiyi çıkarabilecek pozisyondayız. Tabii bu arada şunu da düşünürüz: Bu istenen çalışma sadece bir projelik midir? Yoksa bayilerimizin işine yarar mı? Bugün yaramayabilir, ama yarın bayilerimizin ihtiyacı olur mu? Hep böyle duyularımızı açık tutmaya çalışıyoruz.

Tasarım gücünüzü kazandığınız Red Dot gibi ödüllerle tescillediğinizi görüyoruz. O zaman en büyük gücünüz tasarım, en büyük yatırımınız da AR-GE ve insan kaynakları diyebilir miyiz?

Evet insan kaynakları, ama onda da sıkıntılarımız yok değil. Ankara'da olmamızın getirmiş olduğu avantajlar var. Ankara bir üniversite kentidir ve düzeyli bir kenttir. Anne, baba ve akrabalarından devlet hizmetinde çalışan çok kişi vardır. Çocuklar mezun oldukları zaman "aman oğlum



devlet hizmetine git," veya "savunma sanayine git, işin garanti olsun" derler. Ankara'da da AR-GE'de görevlendirebileceğimiz arkadaşlarımızın birçoğunu savunma sanayine kaptırıyoruz. Maaş-ücret politikası olarak söylemiyorum bunu, ama çevre etkisi ile böyle oluyor. Oradan da yurt dışına gidiyorlar. Ama biz şikâyetçi olamayız. Bu durumun içinde yaşıyoruz. Olduğu kadar devam edeceğiz. Yapacak bir şey yok.

Belki bursla ve daha erken dönemde onları entegre etmek mümkün olabilir mi?

Yeni mezun arkadaşlarımızı görevlendirdiğimiz zaman belirli bir süre sonra "Acaba daha cazip bir iş var mı? Acaba daha iyi bir yer var mı?" diye zihinlerinde kurgulamaya çalışıyorlar. Gidenlerden çok pişmanlık duyanlar var, ama onları niçin tekrar görevlendirmiyorsunuz dersiniz, bu da şirketin prensibi. Buradan ayrılıyorum diyen arkadaşla ben yaklaşık 45 dakika sohbet ediyorum. Giderse nelerle karşılaşabileceğini anlatıyorum. Ama tabii o kararını vermişse benim sohbetimin hiçbir etkisi olmuyor ve ona söylediğim son cümle de şu oluyor: Bir daha buraya dönmek isteyebilirsin ama böyle bir yol yok. Orası kapalı, bilmiş ol, diyorum. Çünkü o arkadaşımız gider ve geri dönerse o zaman burada çalışanların günahı ne? Onlar da istedikleri yerde gidip mutlu olabilirler, olamazlarsa tekrar geri gelirler. Böyle bir imkânı biz kalanlara sağlayabiliyor muyuz, hayır. Demek ki ben ayrılıyorum dedikten sonra yapacak bir şey yok. Peki, diyoruz arkadaşlara. El sıkışıp ayrılıyoruz.

Tasarım konusuna gelince; Türkiye'de tasarımla ilgili okul olduğuna inanmıyorum. Belki İstanbul'da moda tasarımı ile ilgili okul vardır, bilmiyorum. Burada kendi okulumdan mezun 2 endüstri ürünleri tasarımcısı arkadaşımızı görevlendirdim. Sonunda da ikisini çağırarak işten ayırdım. Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümünden Solidworks programı öğretilmeden öğrenci mezun edilir mi ya da bizim öğrenciler mi bilmiyordu emin değilim. Endüstriyel tasarım dendiği zaman koltuk tasarladım, bardak tasarladım, fincan tasarladım. Bu mu? Bu kadar mı? Ben endüstri ürünleri tasarımcısının bir mühendislik altyapı birikimine sahip olmasını arzu ederim. En azından statik, dinamik, bu tür kinematik yapıyı anlatan birtakım şeyleri bilmesi lazım ki bu kişiler mezun olduktan sonra tasarımı sadece dilsel değil, teknik anlamda da birleştirerek yapabilsinler. Hakikaten çok zorlanıyorum ve endüstri ürünleri tasarımcısı almaya da tövbe etmiş durumdayım. Yani makine mühendisi alıp oradan evirmeye çalışıyorum. Tabii orada da bu çocukların görsel tarafı eksik oluyor ama hepsini de bir bütün olarak bulmak mümkün değil. Bir de demin söylediğim gibi makine mühendislerini de hep savunma sanayine kaptırıyoruz. Gençler de hasbelkader giriyorlar okullara. Benim mesleğim bu olmalı diye giren çok az var. Neresi tutarsa oraya giriyorlar. Belki çocuğun yeteneği başka yerlerde. Biz artık kuyuyu kazıp dipten bir şeyler bulmaya çalışıyoruz..Bu çocuklara eğitim bir bütün olarak verilmiyor. Yani tasarımdaki yapıda da bir bütünlük olması gerekiyor. Eğitimde mühendislik bilgilerini de, görsel dili de, estetiği de oluşturacaksınız. Tasarım bunların bir bütünüdür. Siz dişli parçaları gibi her şeyi tasarlamak zorunda değilsiniz. Ama bir yere kadar getirirseniz ondan sonra diğer taraflar yapmaya devam edebilir. Ama bunlar bir bütün olarak içselleştirilememişse o zaman her şey böyle parça parça havada kalır.

Bizim belki de, tırnak içinde söylüyorum, başarılı yanımız biraz imalatın içerisinden gelen bir yapıya sahip olmamız. Mühendislik zihniyle birleştirip, estetik bir yapıyla olgunlaştırmamız. Tasarım sürecinde diyelim ki bir bayi bir ürün yapacak, 15 profil cinsiyle yapılabilir. Biz bu 15'i nasıl 7'ye düşüreceğiz diye çalışırız. Hatta bunda çok net bir örneğimiz var: Bir firmanın 33 tane profile yaptığı bir seriyi biz 14 profile düşürdük. Stok maliyetleri açısından bu çok önemli. Dünyanın öbür tarafında biz ürün gönderiyoruz. Gönderdiğimiz ürünün bir profili eksik olsa oradaki kişi o imalatı yapamaz. Hatta bırakın ürün yapmayı, aksamı yapmayı, biz o ürünü işlemek için küçük presler, makineler yaptırmak durumunda kaldık. Bu neye yarıyor? Bayinin hem hızlı hem de hatasız üretmesine yarıyor. Bizim bir makinemiz var -yanlış hatırlamıyorsam- 9 ayrı operasyonu bu küçük makine üzerinde barındırıyor. Bu makineleri yarı bedelle bayilere satıyoruz. Yani yarısını biz karşılıyoruz, yarısını bayiden alıyoruz. Memnunlar mı? Memnunlar. Çünkü orada bir birim iş yapabilecekken belki bu makine ile iş yapabilme kabiliyetleri 7-8, hatta 10 birime çıkıyor. Bu makinenin kullanımını bir gün birine anlatsa o kişi ayrılırsa ertesi gün başka birine bir günde anlatır. O kişi de hemen çalışmaya başlayabilir.

Tasarım yaparken buraya kadar gelmek zorunda mısınız? Biri der ki, bana ne ben bu ürünü doğru tasarlamışım, anlatmışım, çizimlerini yapmışım. Halbuki siz ne yaparsanız yapın eğer 100 üzerinden 100 hedefliyorsanız, 99'a geldiğinizde oradaki 1 tane küçük eksiklik sizin mutsuzluğunuza neden olur.

Nitelikli insan gücünü yine istediğiniz ölçüde sağlayabilmeniz umarız mümkün olur.

Kurum kültürü diye bir şey var ya, kurum kültürü okunan kitaplarla veya birilerinin gelip enjekte etmesiyle olmuyor. Kurum, sizin içinde yaşadığınız ortam, yapay olamaz. Ben buna inanıyorum. Biz aslında kendi çalışmak istediğimiz şirketi kurgulamaya çalışıyoruz. Dolayısıyla burada çalışan arkadaşımızın mutlu olması lazım. Bizim çalışanlarımızın önemli bir kısmını daha önce başka yerlerde çalışmış, mutsuzluklar yaşamış, oradaki problemleri görmüş, başarıları başkalarının sahiplendiği, başarısızlıkların kendi üzerine yıkıldığı yerlerden gelmiş biraz yaralı arkadaşlarımız oluşturuyor. Onlarla çok iyi anlaşabiliyoruz, çünkü o ortamı yaşamış ve belirli bir sorumluluk sahibi olmuşlar. Yani burada elimizden geldiğince, hepimizin ortak çalışmak istediği bir ortamı kurgulamaya çalışıyoruz. Bizde fikir hiyerarşisi ile ilgili her şey yataydır. İnsanlar her şeyi söyleyebilirler. Her yıl, senede bir kez yaptığımız sessiz toplantılarımız vardır. Şirketin çalışanları bir masada bir araya gelir. Her biri tek başına gelip, şirket hakkındaki tüm o yılki eleştirilerini, düşüncelerini şirketin beyaz yakalı yönetim kadrosuna aktarırlar. Aktardıklarından yapılabilecek olanlar vardır, yapılamayacak olanlar vardır. Hiç ses çıkarmadan arkadaşları dinleriz, karşı bir argüman da sunmayız. O içini boşaltır. Belki haklıdır, belki eksik olduğu yerler vardır. Şirketimizin bu yapısını korumaya özen gösteriyoruz.

Şirket yapısını ve yurt içini konuştuk. Yurt dışına geçerse, yaklaşık 80 ülkeye ihracatımız var dediniz. Bu ülkeler farklı regülasyonlara, farklı kalite standartlarına sahipler. Bütün bunlara uygun olarak ürünlerinizi tasarlarken karşılaştığınız güçlükler, avantajlar nelerdir? Nasıl ilerlediniz?

Bizim ihracatımızın çoğu Avrupa Birliği ülkelerine. Avrupa normunda, pencere standardından evrilmiş bir standart var. Aslında mecburi bir standart da değil. Bir pencere sistemini balkon camlama sistemine evirip, burada da böyle olsa iyi olur dedikleri bir yapı. Biz o standartlara sahibiz. O testleri yaptırarak ve Avrupa normlarını elde ettik. Ama biraz önce bahsettiğiniz gibi, bu yetiyor mu? Hayır. Rusya'da benzeri bir standart için tekrar başvurmak durumundayız. ABD'ye gidersek, orada da farklı bir standart karşımıza çıkacaktır. Dolayısıyla her ülkenin veya ülke gruplarının kendilerine has standartları var. Belki biraz da gelir elde etmek için bunları yapıyor olabilirler. Ama bazılarında haksız değerler. Mesela Amerika'nın belirli bir bölgesinde kasırga standardı var. O bir gerçeklik, yani o iklim koşullarına dayanıklı ürün üretmek durumundasınız. Ama mesela zamanında yangın kapısı yapıyorduk. Avrupa normu vardı, İngiliz, Fransız, İtalyan normu vardı. Eh şimdi İtalya'da çıkan ile İngiltere'de veya Fransa'da çıkan yangın farklı mı? Yani bir yandan gerçekliğe dayalı standart yapısı varken bir yandan da ülkelerin kendilerini korumak veya ticari altyapılarını oluşturmak için koşulları zorlaştırdıkları standartlar var.

Galiba 60'ın üzerindeki ülkede markamız tescilli. Tabii bu da size şöyle bir yük getiriyor: Her yıl marka tescili için, testler için ücret ödüyorsunuz. Regülasyonlara uymaya çalışıyorsunuz. Bunların hepsi bir yerde sizin mali gücünüzle alakalı. Patent Enstitüsü veya devlet size patent için destek veriyor, ama patentlerin veya markaların da yenilenmeleri gerekiyor. Yenilemede ise bir destek yok, kendiniz yapacaksınız. Sadece başvuru ücreti için aldığınız bir destekle bunu sağlamaya çalıştığınız zaman eğer mali gücünüz yeterli değilse orada kalıyorsunuz.

Birkaç sene önceki bir röportajınızda Çin ve Hindistan'dan söz etmiştiniz. Şu anda o bölgelerdeki piyasa nasıl?

Hindistan'da bayilerimiz var. Çin'de de bayilerimiz var, ama Çin'deki organizasyonumuz biraz daha uzun sürecek gibi. Çin'de bir ürünü kabul ettirebilmeniz çok kolay değil. Çin yavaş gidiyor, Hindistan daha hızlı gitmeye başladı.

Neredeyse dünyanın dört bir yanına ulaşmış durumdasınız diyebilir miyiz?

Atlasta yerini gösterin deseniz gösteremeyeceğim, benim bile bilmediğim ülkeler var. Benim için önemli bir gösterge Şili. Türkiye'den 13.300 km ötedeki Şili'de bizim 7-8 tane bayimiz var. Uzak coğrafyaya ürün göndermek farklı bir durum. Oralarda da farklı regülasyonlar çıkıyor. Brezilya'dan örnek vereyim. Brezilya, alüminyum metalinin cevheri olan boksitin çıktığı coğrafyalardan biri. Brezilya diyor ki, benim ülkemde bu cevher çıkıyor, sen ta Türkiye'den çıkıp bunu profil olarak ülkeme getiriyorsun. Getireceğine bunun üretimini neden Brezilya'da yaptırıyorsun? Madem Türkiye'den getiriyorsun o zaman yüzde 20 gümrük vergisi vereceksin. Bir tarafta yerel pazarın oyuncuları, bir taraftan da bizden ithal etmek isteyen firmalar var ve bizimle çalışacak olanlar yüzde 20 gümrük vergisi ödeyecekler.



Dünyanın her yeri farklı bir coğrafya, kültür, alışveriş tarzı, farklı ödeme alışkanlıkları içeriyor. Mesela Türkiye'deki bayilerimize ödeme araçları vasıtasıyla 12 ay vade yapabiliyoruz. Ama İspanya'ya 20.000-30.000 Euro'luk malzeme gönderiyorum. Oradaki firma malzemelerin bir kısmı eksildiğinde, tekrar almak zorunda kaldığı zaman tekrar ithalat yapacak ve yeniden 20.000-30.000 Euro'luk malzeme alacak. Bu firmalar da öyle çok güçlü firmalar değil. Gelin, Türkiye'deki kredi kartı yapısını uygulayabiliyorsak orada da uygulayalım. Siz şirkete kredi açın, bir limit belirleyin, o limit içerisinde ben mal sevk edeyim. Bana paramı 6 -8 ay sonra ödeyin, 8 ay sonra ödeyin. Bunu Türkiye'de yapabildiğimizi söyleyerek oradaki bankacılara önerdim. Hiçbir bankacılık sisteminde böyle bir şey olmadığı anlaşıldı.

Türkiye'de galiba bizim zihnimiz var olan yapıdan daha hızlı ilerliyor. Ama biz daha hızlı hareket edebilmekten mutluyuz. Çünkü yabancılar biraz daha konservatif yetişmişler. Biz ise kendi yolumuzu kendimiz açmak zorunda olan bir yapıdayız. Belki de sadece bizim şirketimiz değil Türk halkı olarak böyleyiz. Bizim bulunduğumuz meslek ve iş grubunda regülasyonlar sonradan geliyor. Dolayısıyla hız bizim açımızdan önemli. Bir taraftan da o ülkelerdeki çalıştığımız firmaların önlerini açmaya çalışıyoruz. Daha cesur alışveriş etmelerini sağlamaya çalışıyoruz.

İklim değişikliği ve barınma konusuna daha önce biraz değindik. Sektörünüze yönelik bu konulardaki öngörüleriniz nelerdir? Ne gibi değişimler bekliyorsunuz?

İklim değişikliği ile ilgili olarak yenilenebilir ürünler tarafında cam da, alüminyum da, bizim aksamlarımız da, yüzde 100 diyemem belki ama yüzde 99 diyebilirim -hani bir yerde bilmediğim yüzde birlik bir şey varsa bir hata payı bırakayım- geri dönüştürülebilir ürünlerdir. Aynı zamanda bu ürün grubu şeffaflığı, narinliği ve güncelliği dolayısıyla her şeyi tasarlayabildiğimiz, her zaman hoşumuza giden bir ürün grubu olmuştur. Biz zaman zaman ne iş yaptığımızı anlatmakta zorluk çekeriz. Siz ne iş yapıyorsunuz diye sorduklarında başlangıçta cambalkoncuyduk. Zamanla dış cepheden içeriye de girmeye başladık. Belki de artık şeffaf mimari diyebiliriz. Yalnız şeffaflık nereye kadar? Son 10-15 yıldır güzel cam binalar görüyoruz ama biz her şeyde olduğu gibi kantarın topuzunu çok hızlı kaçırmaya eğilimi olan bir ülkeyiz. Eğer gerekli malzemeyi gerekli yerde ve gerektiği kadar kullanmazsanız bu sefer başka sıkıntılar çıkar. Şimdi cam binaların soğutma sorunları çok ciddi probleme oldu. Dolayısıyla benim zihnimde hayatın tanımlı tek bir kelimesi var: Denge. O dengeyi doğru kurabilmek, uygulayabilmek, her şeyde tutturabilmek önemli. Biz biraz dengeyi tutturmakta zorlanıyoruz.



2017 yılından beri çözüm ortağınız olan Siteplus hakkında hizmet içeriği, işleyişi ve kalitesi açısından görüşlerinizi alabilir miyiz?

Siteplus'tan burada yemek, temizlik, çay hizmetlerimizi alıyoruz. Fabrikada da yine benzeri hizmetleri alıyoruz. 2. OSB'de yeni bir fabrika yapılanmamız var. Kısmet olursa orada da Siteplus ile daha yüksek adetli çalışma düşüncesindeyiz.

Net bir cümle söyleyeyim. Bizim mutlu olduğumuz ender firmalardan bir tanesi Siteplus. Biz, inandığımız şeyi söylüyoruz, inanmadığımız şeyler veya eleştirilerimiz varsa bunları da dile getiriyoruz. zaman zaman arkadaşlarıma da söylemişimdir; Bu kadar çok kişiyi çalıştırıp, bizim gibi sınırlı sayıda kişinin çalıştığı firmaya da hizmet edebilmek önemli bir meziyet. Normal şartlar altında siz kümülasyon neredeyse, öbek nerede biriktirse oraya daha fazla eğilmek durumunda kalırsınız, matematiksel doğru budur. Fakat bizim gibi sınırlı çalışan olan bir firmaya da bu özeni göstermeleri, bunu becerebilmeleri hakikaten benim çok hoşuma gidiyor. Burada da yönetim kadrosunun işi doğru kişilere delege ettiğini düşünüyorum. Bildiğim kadarıyla buradaki müdür, yönetici pozisyonunda olan arkadaşla bağlı firmalar var, onlar da kendi yönetebilecekleri kadar firmayı sahiplenmiş durumdalar ve gayet de başarılı olarak yönetiyorlar. Bizim şu ana kadar herhangi bir sorunumuz olmadı. Çok küçük, ufak tefek şeyler olduysa bile dile getirebildik ve anında cevaplarını da alabildik.

Adil Bey vakit ayırdığınız için çok teşekkür ederiz. Tasarıma bu kadar önem veren, geleceğe bu kadar açık bir Türk markasının olduğunu bilmek hepimiz için umut verici.

ÇÖZÜM KAYNAĞI KURUMSAL MUHATAP TEK

Mehmet Korkmaz

İş Geliştirme Sorumlusu

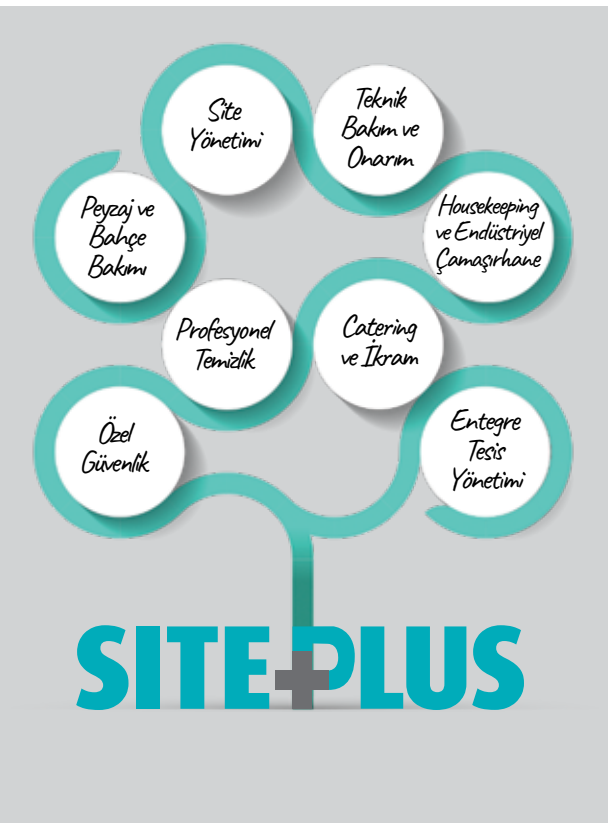
Siteplus, 1995'ten bu yana hizmet sektöründe, ulusal ve global müşterilerine ihtiyaç duyduğu alanlarda tek çözüm kapsamında destek sağlayan, ülkemizde geniş bir coğrafyada ve %100 yerli sermayesi hizmet veren bir şirkettir.

Hizmet alanları içerisinde, profesyonel temizlik, özel güvenlik, tesis yönetimi, site yönetimi gibi hizmetler yer almaktadır.

Müşterilerine "entegre hizmetler" kapsamında tüm olanakları ve gücü ile destek sağlamaktadır. Siteplus'ın çözüm sunduğu segmentler arasında, alışveriş merkezleri, enerji, inşaat, iş ve yaşam merkezleri, savunma sanayi, madencilik, sağlık, turizm, endüstri kuruluşları, şehir hastaneleri, büyükelçilikler ve uluslararası örgütler yer almaktadır.

Günümüzde global ve ulusal kurumlar ile kuruluşların ihtiyaç duyduğu tüm hizmetleri "tek kaynaktan çoklu hizmet" mottosu ile devam ettirmektedir. Organizasyonel yapısını da bu motto üzerinden oluşturarak, müşterileri ile uzun yıllara dayanan bir çözüm ortaklığı kurmaktadır.

Tek bir çatı altında hizmetlerin toplanması Siteplus müşterileri için önemli bir kolaylık sağlamaktadır. Kurum ve kuruluşlara her zaman kaliteli, hızlı ve verimli hizmet çözümleri sunmaya hazırdır.



Tek bir hizmet üzerinden Siteplus ailesine katılan kurum ve kuruluşlar, yüksek müşteri memnuniyeti politikası ile zaman içinde ihtiyaç duydukları diğer servis ve destek hizmetlerinde de markamız ile çalışmaya devam etmektedirler.



**BU YÜKÜN ALTINDA KALMAYIN.
HİZMETİ TEK KAYNAKTAN ALIN.**

SITEPLUS
TÜRKİYE'NİN ÇÖZÜM ARTISI

ŞEHZADELER ŞEHİRİ MANİSA

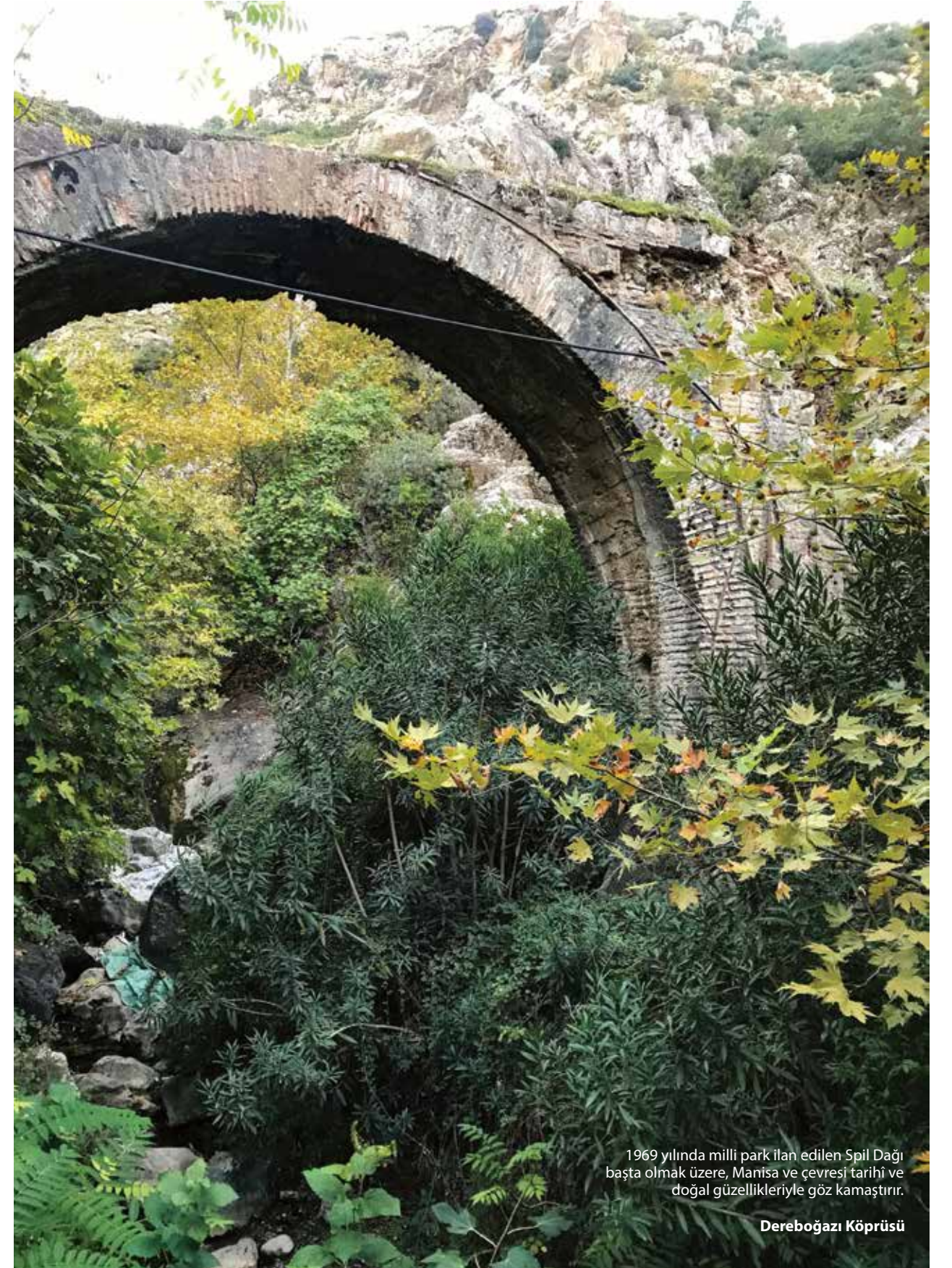
Ege Bölgemizin ortasında yer alan Manisa, Osmanlı padişahları II. Murat, Fatih Sultan Mehmet, Kanuni Sultan Süleyman, II. Selim, III. Murat, III. Mehmet ve I. Mustafa'nın da aralarında yer aldığı 16 şehzade için devlet tecrübesi edindikleri önemli bir sancaktı.

Gediz Nehri ve kollarının geçtiği, geçmişi Yontma Taş Devri'ne kadar uzanan, Ege Bölgesi'nin merkezinde yer alan bir şehirdir Manisa. Yunanistan'ın Teselya bölgesinde yaşayan Magnet halkının Batı Anadolu'ya göç ederek bu şehri kurduğu düşünülmektedir. Spil Dağları'nın eteklerinde kurulduğundan Roma dönemindeki adını da buradan almıştır: Magnesia ad Sipylum. Romalılardan önce Hititler, Frigler, İyonyalılar tarafından yönetilmiş, Lidya Devleti'ne başkentlik etmiş, Persler tarafından ele geçirilmiş, Osmanlılar'ın idaresine geçmeden önce ise Saruhanoğulları Beyliği'ne başkent olmuştur.

Peki nereden gelmektedir "Şehzadeler Şehri" adı? 1410'da Osmanlı Devleti'nin Saruhan sancağı olan Manisa, XVI. yüzyılın sonuna kadar Osmanlı şehzadelerinin devlet yönetimi için hazırlandığı, tecrübe kazandığı bir siyaset, eğitim ve kültür merkezi olmuştur. Bunların arasında ileride tahta çıkacak II. Murat, Fatih, Kanuni, II. Selim, III. Murat, III. Mehmet Saruhan Sancakbeyi olarak görev yapmıştır. XVII. yüzyılda bazı isyanlara ve saldırılara uğrayan, 1833'te kısa süre Kavalalı İbrahim Paşa ile Mısır egemenliğine giren Manisa, 1919'da Yunan ordusu tarafından işgal edilmiştir. İşgal kuvvetleri 1922 yılında çekilirken büyük bir yangın çıkartmış ve o zamanlar Saruhan adıyla bilinen şehir 8 Eylül'deki kurtuluşuna kadar 3 gün boyunca alevler içinde kalmıştır.



Lidya Devleti'nin başkenti Sardes, Manisa'nın Salihli ilçesindedir.



1969 yılında milli park ilan edilen Spil Dağı başta olmak üzere, Manisa ve çevresi tarihi ve doğal güzellikleriyle göz kamaştırır.

Dereboğazı Köprüsü

Tarihi, doğası, tarım, sanayi ve eğitime dayalı ekonomik yapısı ile Manisa şirketler, öğrenciler ve turistler için önemli bir kenttir.



1927'de Manisa adını alan şehir, günümüzde bir buçuk milyona yaklaşan bir nüfusa ev sahipliği yapmaktadır. Ege Bölgesi'nin en büyük 3 üniversitesinden biri olan ve 1992 yılında kurulan Manisa Celal Bayar Üniversitesi şehrin tarihten gelen eğitim merkezi köklerinin bir nevi devamıdır.

Modern Manisa'da sanayi büyük önem taşımaktadır. Liman ve demiryoluna yakınlığının katkısıyla yerli ve yabancı birçok markanın üretim tesisleri bu şehirde kurulmuş ve Manisa gelişmiş bir organize sanayi bölgesine dönüşmüştür. Hatta 2005 yılında uluslararası ekonomi dergisi Financial Times'ın "Avrupa'nın gelecekteki kentleri" yarışmasında Avrupa'daki 200 kenti geride bırakarak "En Uygun Yatırım Kenti" seçilmiştir.

Yanık Ülke Kula

Manisa'nın Kula ilçesinin çevresinde sönmüş genç volkanlar bulunmaktadır. Püskürme ve lav akıntılarıyla oluşan volkanik tepelerden dolayı tarihçi Strabon tarafından "yanık ülke" anlamına gelen Katakekaumene adı ile anılmıştır. Kapadokya'ya benzeyen oluşumları nedeniyle bölge "Kuladokya" olarak bilinmektedir.

Ne yazık ki Kurtuluş Savaşı'nın sonundaki "Büyük Manisa Yangını" sırasında pek çok tarihi eser yanıp yıkılmıştır. Yine de Şehzadeler döneminden kalan II.Beyazid'in eşi Hüsnüşah Sultan tarafından yaptırılan cami ve külliye ile Kanuni Sultan Süleyman'ın sancak beyi olarak görev yaptığı dönemde yanında bulunan annesi Hafsa Sultan'ın yaptırdığı cami ve külliyesinin bir kısmı ziyaret edilebilir. Ayrıca Saruhanoğulları Beyliği döneminden kalma Ulu Cami de önemli bir kültür hazinesidir.



Bereketli Topraklardan Gelen Şifa

Volkanik toprakların bereketi Manisa'nın çekirdeksiz sultani üzümü ve Kırkağaç kavunu ile sofralardaki yerini almaktadır. Türkiye'de en çok üzüm, pamuk, tütün ve zeytin yetiştiren şehrin bir başka ünlü ürünü de mesir macunudur.

41 çeşit baharat ve şifalı ottan oluşan mesir macunu ilk kez Kanuni'nin annesi Hafsa Sultan hastalanınca dönemin başarılı hekimi Merkez Efendi tarafından kullanılmıştır. Her yıl 21 Mart'ta karılmaya başlanan macun, takip eden haftada düzenlenen Mesir Şenlikleri sırasında halka dağıtılmaktadır ve UNESCO tarafından Somut Olmayan Dünya Kültürel Miras listesinde yer almaktadır. +

MAVİ KUŞ KAFESE Mİ GİRDİ? YUVADAN MI UÇTU?

Dünyaya mikro habercilik kavramını yerleştiren Twitter, sonbaharda el değiştirmesiyle sosyal medyanın bir süre daha en çok konuşulan mecrası olacağı benziyor.

Dünyanın en zengin insanı unvanının sahibi Elon Musk'ın 44 milyar dolara satın aldığı Twitter'da taşlar yerinden oynadı. Gün geçmiyor ki bu sosyal mecra-ya yönelik yeni bir haber duymayalım. Satın alındı, satın alınacak, itiraz edildi, ne olacak derken, 2013 yılında 1,8 milyar dolara halka arz edilen Twitter yeniden bir kişinin hâkimiyetine geçti.

İşler Bu Noktaya Nasıl Geldi?

Noah Glass ve Evan Williams'ın podcast aracı Odeo'nun bir yan projesi olan Twitter, Biz Stone ve tabii ki Jack Dorsey'nin ekibe dahil olmasıyla Mart 2006'da ortaya çıktı. İlk tweet'i de Dorsey attı: "just setting up my twttr." (twtr'ımı kuruyorum.)



2017'de sağlanan 100.000 dolarlık fon ve South by Southwest Konferansı'ndaki yoğun reklamla teknoloji çevrelerinde tanınmaya başladı. Yönetim anlayışı ve üstünlük taslayan tavırları Jack Dorsey'nin CEO'luktan indirilmesine yol açarken, Oprah Winfrey'nin programında Ashton Kutcher'la yapılan bir yayının ardından Twitter'ın halk nezdinde popülaritesi artmaya başladı. 2011'deki Arap Baharı sırasında protestocuların gösterileri bu platform üzerinden organize etmesi ve son dakika haberlerinin ana akım medyadan önce buradan yayılması ile bir mikro haber ağına dönüştü. 2012'de 200 milyon kullanıcıya erişen mavi kuşumuz, 2013 yılında halka arz edildi. Her ne kadar gelirinin büyük kısmını reklamlardan sağlasa da Google, hatta Facebook kadar reklam pastasından pay alamaması ve büyümesinin yavaşlaması sorun oldu.

Dünya, 2016 yılında Donald Trump'ın ABD başkanı seçilmesiyle sosyal medyanın rolünü tartışmaya açtı. Birçok platform yöneticisi gibi -Twitter'a yeniden CEO olan- Jack Dorsey de ABD Senatosu İstihbarat Komitesi'ne ifade vermek zorunda kaldı. Bu sırada Trump'ın aktif ve sansasyonel tweet'leri platforma büyük hareket getirdi.

Pandemi döneminde sosyal medya ağlarını saran dezenformasyon virüsünden Twitter da nasibini aldı. Büyümede iyice zorlanan Twitter aynı yıl bir de Jeff Bezos ve Elon Musk gibi yüksek profilili hesaplarının hack'lenmesi sorunu ile karşılaştı.

Trump ile olan ilişki de 2021'deki ABD Senato binasına düzenlenen ayaklanma sırasında Trump'ın attığı mesajlar yüzünden yön değiştirdi ve hesabı askıya alındı. Bunun üzerine Trump da Twitter'ı "Demokratlar ve radikal sol ile koordineli bir şekilde hesabını kapatarak susturmaya çalışmak"la suçladı. Jack Dorsey ikinci kez çıktığı CEO pozisyonundan bir süre sonra yine ayrıldı.

Yeni Patron Musk

Tesla ve Space X'in CEO'su Elon Musk Nisan 2022'de Twitter'ı satın almak için 44 milyar dolar ödemeyi kabul etti, ancak sonra anlaşmayı fesh ettiğini açıkladı. Buna gerekçe olarak da sahte veya spam hesaplar hakkındaki bilgi talebinin karşılanmamasını gösterdi. Twitter fesih yüzünde Musk'a dava açtı. Uzun süren yasal mücadelenin ardından 26 Ekim'de Elon Musk, elinde lavaboyla San Francisco'daki Twitter ana binasına girerken görüntülediği bir video eşliğinde "Entering Twitter HQ – let that sink in!" mesajını paylaştı. İngilizcede hem lavabo anlamına gelen "sink" hem de "kafanıza sokun, anlayın" anlamındaki "sink in" fiiliyle espri yapan(!) Musk, aynı gün CEO, CFO ve hukuk müşavirini işten attı.



Elon Musk'ın Twitter'ın sahibi ve fiili CEO'su olarak görevi devralmasının hemen ardından özellikle nefret söylemi içeren tweet'lerdeki artış sivil toplum gruplarının ve reklamverenlerin tepkisini çekti.

Musk, Twitter İçin Ne Öngörüyor?

Twitter'ın yeni patronu, hesap profilini "Chief Twit" olarak değiştirdi. Kısa süreli teslim tarihleri belirleyerek personeli uzun saatler boyunca ofiste sabahlama zorunda bırakması ile birlikte çalışanların yüzde 50'sinden fazlasının işine son verdi. Yönetim kurulunu fesh eden Elon Musk'ın şirket içindeki uygulamalarını Twitter'dan duyurması, yani Twitter'ı Twitter üzerinden yönetmesi ve personelin de alınan kararlardan Musk'ın tweet'leri ile haberdar olması ortalığı iyice karıştırdı.

Musk, geçtiğimiz aylarda platformun içerik yönetimini eleştirmiş ve Trump'ın hesabının yasaklanmasını bir hata olarak değerlendirmişti. Twitter'ı satın aldıktan sonraki ilk açıklamalarından birinde moderasyona fazla müdahale etmeyi düşünmediğini, ifade özgürlüğünü önemseyeceğini belirtmişti. Bu yorumu özellikle ABD'deki sivil haklar savunucuları arasında büyük endişe yarattı. Çünkü daha az denetim, platformda radikal fikirlerin yükselmesi anlamına gelebilir. Ardından yaptığı bir açıklama ile Musk "çok çeşitli bakış açılarına sahip bir içerik moderasyon konseyi" oluşturacağını söyledi. "Bu konsey toplanmadan önce hiçbir önemli içerik kararı veya hesap iadesi gerçekleşmeyecek" diye yazdı. Donald Trump gibi hesapları askıya alınan bazı kullanıcıların hesaplarını yeniden aktive etti. Zira Trump gibi sansasyonel kullanıcılar, bir marka olarak Twitter'ın daha çok gündemde olması ve -eğer reklamverenleri kaçırmazlarsa- platformun daha çok para kazanması anlamını da taşıyor. Ancak bu satırlar yazıldığında henüz Trump bir tweet atmamıştı.

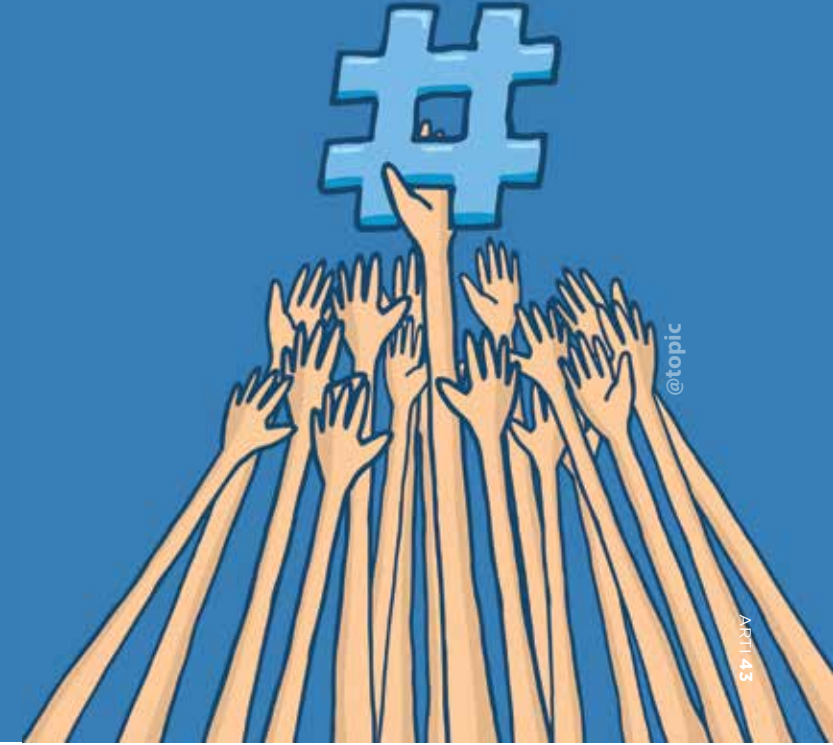
Ülkemizde ise bundan daha fazla ilgi gören gelişme, "mavi tik" in paralı olup olmayacağıydı. Sosyal medya platformlarında onaylanmış hesap anlamına gelen mavi tik rozeti, kamuya mal olmuş kişiler dışında kurum, kuruluş ve markaların da orijinal hesapları olduğu ve bu hesaplardaki yayınlara güvenileceği anlamını taşıyor. Twitter'da şimdiye kadar ücretsiz olan mavi tik başvuruları için 2 Kasım'da yine Musk tarafından yapılan açıklamada ABD'de aylık 8 dolar ücret alınacağı belirtildi. Halihazırda mavi tiki olan hesaplar abonelik teklifini kabul etmezlerse kısa süre içinde onaylarını kaybedecekler. Öte yandan, sıradan kişiler de bu hizmete para ödeyerek artık erişebilecekler. Bu açıklama üzerine Amerikalı bazı ünlüler Twitter'dan ayrıldıklarını duyurdular. Türkiye gibi dolar kurunun yüksek olduğu ülkeler için bu aylık ücret elbette fazla. Dolayısıyla ülkelere yönelik farklı fiyat uygulamaları bekleniyor. Ülkemizdeki ünlülerden de farklı tepkiler geldi. Yıldız Tilbe Twitter'dan Instagram'a geçtiğini açıklarken, Vedat Milor da para ödemeyeceğini ve "İnsanlara mavi tik olmadan da yaşanabileceğini" göstereceğini yazdı. Bu sırada konuya "gri tik" de dahil oldu. Bazı onaylı resmi hesaplara gri tik getirildi. Bu hesaplar arasında Twitter, Coca Cola ve ABD başkanının resmi hesabı yer alıyor. Ama örneğin NATO ve Birleşmiş Milletler'in hesaplarında gözüküyor.

Ya Üyelikler?

Bazı özel erişimler sunan aylık abonelik modeli olan Twitter Blue'nun kapsamının da genişletileceği belirtiliyor. Henüz ABD, Kanada, Avusturalya ve Yeni Zelanda'da mevcut olan bu üyeliğe sahip hesaplar daha az reklam görüyor ve daha uzun video ekleyebiliyor. Bu üyelik sisteminin dünyadaki tüm kullanıcılara açılması için çalışmalar sürdürülürken, uzun zamandır beklenen metin düzenleme düğmesi de bu üyeler için hayata geçirilecek.

#Hashtag

Bu işaret sosyal medyanın bir parçası olmadan uzun süre önce bilgi teknolojileri alanında belirli metin parçalarını vurgulamak amacıyla kullanılıyordu. 2007 yılının 23 Ağustos günü Chris Messina adlı Twitter kullanıcısının #barcamp etiketini oluşturması ile sosyal medyada konu veya içerik taramak kolaylaştı. Sembolün ilk yaygın kullanımı vatandaş gazeteciliği kapsamında oldu. Kaliforniya eyaletinin San Diego şehrindeki yangının otoyolların kapanmasına neden olması ve insanları eve hapsetmesi üzerine, San Diegolular #sandiegofire etiketiyle yangın hakkında anlık bilgi verdiler. 2009'da Twitter etiketlemeyi tamamen benimsedi ve etiketleme yapılan her şeyi hiper bir bağlantı haline getirdi. 2010'da da "trending topics" i oluşturarak bu sistem ile en popüler etiketleri sıralamaya başladı.



Kullanıcıların Çıkarını Kim Gözetecek?

Kullanıcılarının 140 karakterle ve akıllı olmayan cep telefonlarından mesaj atarak yaptıkları paylaşımların yerini artık daha uzun mesajlar, tweet dizileri (floods), resim ve video paylaşımları aldı.

Ancak değişmeyen veya değişmesinden endişe duyulan bazı şeyler var. YouTube, Twitch gibi sosyal medya platformları içerik üreticilerine ürettikleri materyalden para kazanma imkânı sağlarken, Twitter'dan şimdiye kadar böyle bir hamle gelmedi. Elon Musk bir ara Youtube'daki popüler bazı içerik üreticilerine özel bir anlaşma ile Youtube'dan daha fazla yüzde verebilecekleri yönünde bir açıklama yaptı. Ancak bu konu da henüz netlik kazanmadı. Twitter'ın şu andakigelgitli durumunda içerik üreticilerinin Youtube'dan Twitter'a yönelmeleri çoğu sosyal medya uzmanı tarafından riskli bir hamle olarak değerlendiriliyor.

Değişiminden en çok endişe duyulan konu ise yoğun işten çıkarmaların platformun işleyişini etkileyerek veri güvenliğini tehdit etmesi. Özellikle önemli sayıda mühendisin işten çıkarılmasının platformun güvenliğini azaltacağı, kullanıcıların trol saldırılarına ve bot hesaplara karşı daha savunmasız kalacağı ve çocuk pornografisi gibi sakıncalı içeriklerin filtrelenmesinde zorluklar yaşanacağı yönünde endişe yaratıyor.

Tabii siz bu yazıyı okurken belki bazı sorularımızın yanıtını almış olabilir veya yeni sürprizlerle karşılaşmış da olabiliriz. Elon Musk'ın kendisi bile bu süreçte çeşitli sürprizlerle karşılaştı. Twitter'la Tesla'dan daha çok ilgilenmesi hissedarlarını endişelendirdi ve Tesla hisseleri Twitter'ı alma haberleri yapıldığı andan itibaren önemli bir düşüş yaşadı. +

YAPAY ZEKÂ RESİM DERSİ ALDIĞINDA

Tarayıcı ve mobil uyumlu yapay zekâ resim çizim uygulamaları genel tüketicilerden sanatçılara çoğu kişinin dijitalde yeni merak ve uğraş alanı oldu.

11 Haziran'da yayımlanan The Economist dergisinin kapağına "Yapay zekânın yeni sınırı" başlığı atıldı.. Kapak görseli olarak seçilen illüstrasyon ise yapay zekâ uygulaması ile oluşturuldu.

Koleksiyon eserlerinin dijital karşılığı haline gelen NFT (Non-Fungible Token - Takas Edilemez Jetonlar) ile birlikte sanat, sanata yatırım, sanat simsarlığı yeniden tanımlanıyor. Bu dijitalleşmenin açtığı alanlardan biri de yazıyı görselleştiren veya var olan görselleri yeniden düzenleyen yapay zekâ çizim yazılımları.

Hobi amacıyla sevdiği şiirin veya şarkının bir bölümü görselleştirmek isteyenlerden NFT üzerinden para kazanan illüstratörlere ve dijital içerik üreticilerine kadar farklı kitlelerin web tarayıcıları veya mobil cihazlar üzerinden kullanabileceği çeşitli uygulamalar bulunuyor.

Metin Yorumlamalı Uygulamalar

Bu uygulamaların temeli; bir metin kutucuğuna oluşturulmak istenen resmi açıklayan birkaç kelimenin yazılmasından ibaret. Ardından, kullanılan uygulamaya göre atmosfer veya teknik gibi başlıklar altından stil seçerek yazılımın birkaç saniye içinde size bir görsel oluşturmasını bekliyorsunuz. Çıkan görselden memnun kalmazsanız yeniden başlayabilirsiniz. Boya, tuval ve zamandan tasarruf edebilirsiniz.

Elde edeceğiniz görüntü, seçtiğiniz tarza ve girdiğiniz kelimelerin detayına, hatta tutarlılığına göre değişecektir. Kullandığınız yapay zekâ sistemi ne kadar gelişmişse görselin kalitesi de o kadar tatmin edici ve etkileyici olacaktır. Örneğin bazı uygulamalar tanımlayıcı metin için 100 karakter sınırlaması sunarken gelişmiş uygulamalar 700 karaktere kadar yazım olanağı



sağlıyor. Dolayısıyla iki uygulamanın birkaç saniye içinde oluşturduğu görselin ayrıntıları da buna göre değişiyor. Kısacası; Canva'nın uygulaması olan Text to Image'a verdiğiniz tanımlama ile Dall-E 2 veya Midjourney'e verdiğiniz tanımlama aynı olsa da sonuçtaki kalite farkı sizi şaşırtacaktır.

Yazılı tanımlamalı makine öğrenim sistemlerinde Türkçe yerine İngilizce metin kullanmak da büyük farklılıklar doğuruyor. Bu uygulamalarda İngilizce metin kullanmak daha verimli bir sonuç sağlıyor.

Her kullanıcı sayesinde "yeni şeyler" öğrenen bu yazılımların aynı kelime grubu için aynı resmi oluşturmaması da güzel bir özellik olarak karşımıza çıkıyor.

Metin yorumlamaya dayalı yazılımların yanı sıra, elinizdeki iki farklı görseli birleştiren veya varolan bir görseli farklı tarzlarda yorumlayan uygulamalar da bulunuyor.

Daha Düzgün Görselleştirme İçin

Windows işletim sisteminde çalışan NVIDIA Canvas veya web sitesi üzerinden kullanılan Autodraw gibi rastgele çizdiğiniz görselleri yapay zekâ sayesinde düzgün bir resme dönüştüren uygulamalar ile taslaktan yola çıkarak düzgün bir çizim elde edebilirsiniz. Bu tip uygulamalar genellikle eğitimlerde ve sunumlarda gereken piktogramlar gibi görsel anlatımlar için tercih ediliyor. Ama Google gibi bir yapının *Imagen* adını verdiği ve henüz araştırma aşamasında olan, çok daha profesyonel özellikler taşıyacağını şimdiden öngörebileceğimiz bir araç geliştirdiğini de buraya not edelim.

Tarayıcı ve Mobil Uyumlu Yapay Zekâ Çizim Uygulamalarına Örnekler

Midjourney
DALL-E 2
WOMBO Dream
Nightcafe
Deep Dream Generator
AI Painter
Deep AI
Starry AI
Fotor
Runway ML



DALL-E



Midjourney

Verilen metin: "A beautiful rococo painting of a Persian woman covered in peacock feathers standing before a red mosaic wall. ultra-detailed."

Disco Diffusion

Craiyon
(DALL-E Mini)

Türkçesi: "Kırmızı mozaik bir duvarın önünde duran tavus kuşu tüyleriyle kaplı İranlı bir kadının güzel bir rokoko tablosu. son derece ayrıntılı."

Kaynak: Ranzigen Danny adlı Reddit kullanıcısı, <https://i.redd.it/39qozhyfwcf91.jpg>

Uygulamalar Ücretli mi?

Yalnızca bir hesap oluşturarak, ücretsiz olarak kullanmak istediğinizde genellikle karşınıza kısıtlanmış veya demo seçenekleri çıkıyor. En iyi sonuçları belli bir üyelik ücreti ödeyeceğiniz yazılımlarla elde edebileceğiniz bir gerçek yani parayı veren düdüğü çalıyor. Ama para ödemek de yeterli değil. İsteddiğiniz görseli en iyi şekilde tarif edebilmek sizi diğer kullanıcılardan ayırt ediyor. Tabii yazdığınız metinler, yazılımcıların dışında uygulamanın kullanıcılarına da açık olacağından ne yazdığınıza dikkat etmeniz de fayda var. Siz en iyisi bu uygulamaları kullanmaya başlamadan önce kullanım koşullarını dikkatle inceleyin. İçerik yönetimi, risk ve sınırlamalarla ilgili verilen tüm bilgileri gözden geçirin. Bazı uygulamalar oluşturduğunuz görselleri yalnızca kişisel projelerde kullanmanıza izin verirken, bazıları ticari çalışmalar olarak değerlendirilmesine açık olabiliyor.

Örneğin DALL-E uygulaması web sitesinde, şiddet, nefret veya yetişkinlere yönelik görüntülerin üretilmesini engellemeye yönelik bir sınırlama yaptığını aktarıyor. Ayrıca, kamuya mal olmuş kişiler de dahil olmak üzere gerçek kişilerin yüzlerinin fotogerçekçi bir şekilde oluşturulmasını önlemek için gelişmiş teknikler kullanıldığını da belirtiyor.

Eserlerin Yasal Sahibi Kim?

Sanat nedir? Sanatçı kimdir? Sanat eseri neye denir? Bu soruların yanıtlarını uzmanlarına bırakalım. Ancak elimizde yeni bir araç olduğunu da unutmayalım. Yapay zekâ sanatı ele geçirir diye telaşlanmak da şu an için oldukça anlamsız. Çünkü bu yöntemle yapılan görselleştirmede kullanıcılar (veya editörler) yapay zekâ ile karşılıklı yazışarak bir sonuca ulaşıyorlar.

Bunun yanı sıra açık kaynak kodlu yapay zekâ modellerinden (örneğin Disco Diffusion) ücretsiz olarak kodları indirip, parametrelerini değiştirerek çalışmanızı oluşturabiliyorsunuz. Kim bilir, belki de geleceğin sanatçılarının teknik olarak iyi bir fırça darbesine değil, temiz bir kod yazabilme bilgisine ihtiyacı olacaktır.

Çıkan ürünün (eser demek şimdilik abartı olur) kime ait olduğu da uzun süre tartışılacağı benziyor. Örneğin, metin yorumlamalı uygulama sonucunda çıkan görselin sanatçısı(!) metni yazan kişi mi, yoksa metni görselleştiren yazılım mı? Eğer yazılım diyorsanız, bu kez farklı bir soru sormamız daha gerekmez mi? Bu yazılımı besleyen internetteki milyarlarca görsel, bu görselleri sağlayan milyonlarca kullanıcı, hatta

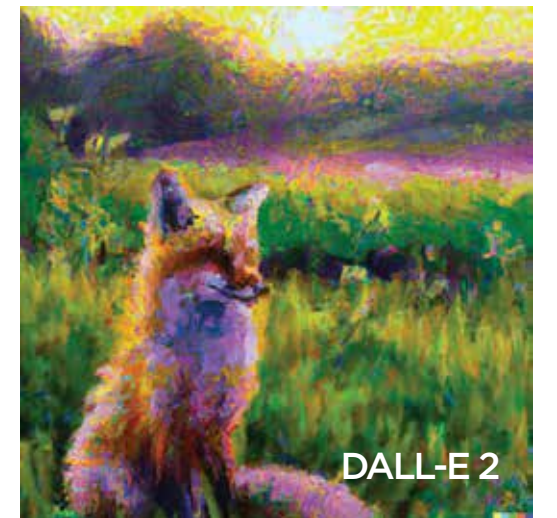
Ortaya çıkan görseller, örneklerde de görüldüğü gibi, uygulamadan uygulamaya farklılaşırken aynı uygulamanın versiyonları arasında da detay kalitesi ve çözünürlük gibi özelliklerde de iyileşme oluyor.

Monet (Evet yanlış duymadınız Monet, çünkü "Monet tarzı bir görsel üret" dediğinizde yapay zekâyı önce Monet'nin tüm eserleriyle beslemeniz gerekir.) bu eserin bir parçası değil midir?

Peki sizin sevdiğiniz bir şiir resme dökülseydi nasıl bir resim olurdu? En az çabayla, birkaç tuşa basarak resim yapmak istesiniz ne çizerdiniz? Rönesans ressamlığını mı, yoksa fantastik dünyaların illüstratörlüğünü mü seçerdiniz? +



DALL-E



DALL-E 2

Verilen metin: "A painting of a fox sitting in a field at sunrise in the style of Claude Monet"
Türkçesi: "Oturana bir tilki resmi gün doğumunda bir tarlada Claude Monet tarzı"

Kaynak: <https://openai.com/dall-e-2/>

TİYATRO

BİR DELİNİN HATIRA DEFTERİ
// 16 Aralık 2022 Congressium
Ankara Sahnesi

Erdal Beşikçioğlu'nun 15 yıldır beri sahnelediği Gogol'un ünlü eseri "Bir Delinin Hatıra Defteri" 16 Aralık'ta Ankara Congressium'da tiyatroseverler ile buluşuyor. 1842 yılında yazılan bu eser, çevresinde sürekli aşağılanıp alay edilen küçük bir devlet memurunun yaşadıklarıyla baş etmeye çalışmasını işliyor. Beşikçioğlu'nun, yaşadığımız yüzyılda sanayileşmenin insanı nasıl yalnızlaştırdığını gösteren bu oyunu kaçıranlar 10 Şubat 2023'te Konya Selçuklu Gösteri Merkezi'nde veya 24 Şubat 2023'te İstanbul Bostancı Gösteri Merkezi'nde de izleyebilirler.



MÜZE

KELİME MÜZESİ // Gözcü
Sokak, Ankara Kalesi

Ülkemizin ilk kelime müzesi Dil Bayramı olan 26 Eylül 2022'de hizmete girdi. "Deli Tarla" adlı kitabı ile 2021 Sait Faik Hikâye Armağanı'nı kazanan yazar Şermin Yaşar tarafından Ankara Kalesi bölgesindeki bu müze, eskiden tiftik ambarı olan 3 katlı bir binada kuruldu.

Türkçe kelimelerin, atasözlerinin ve deyimlerin anlamını çocuklara ve gençlere öğretmeyi amaçlayan Kelime Müzesi interaktif yapısı ile kısa sürede 7'den 70'e birçok ziyaretçi ağırladı. Pazartesi hariç haftanın her günü saat 10.00-17.00 saatleri arasında Türkçenin zenginliğini keşfetmek isteyenler için müzenin kapıları açık.



SERGI

STANLEY KUBRICK SERGİSİ //
İstanbul Sinema Müzesi

Pazartesi hariç her gün saat 11.00-19.00 saatleri arasında ziyarete açık olan bu sergi, 1928-1999 yılları arasında yaşamış sinema dehası New Yorklu yönetmen Stanley Kubrick'in sıradışı dünyasına tanıklık etmek isteyenleri bekliyor. Beyoğlu Kültür Yolu kapsamında. Kubrick'in çoğu yayınlanmamış belge, obje, senaryo, kamera, lens ve orijinal kostümlerinin görülebileceği sergide, yönetmenin çalışmaları kronolojik olarak aktarılmış. Stanley Kubrick ile ilgili bu geniş kapsamlı sergi İstanbul Sinema Müzesi'nde 1 Mart 2023 tarihine kadar açık kalacak.

KONSER

THERION // 14 Ocak 2023 KüçükÇiftlik Park

Türkiye'de geniş bir hayran kitlesi bulunan İsveçli senfonik rock grubu Therion, Leviathan II turnesi kapsamında İstanbul'a geliyor. Christofer Johnson'ın 1987 yılında kurduğu grup, şimdiye 18 albüm yayımladı. Büyük bir koro ve sahne şovuyla desteklenen konser için biletler satışta.



EDITORS // 5 Şubat 2023
Zorlu PSM Turkcell Sahnesi

Üyeleri yaklaşık 20 yıldır müzik sektöründe faal olan İngiliz indie rock grubu Editors, 5 Şubat akşamı saat 21.30'da Zorlu PSM Turkcell Sahnesi'nde sahneye çıkacak. 2005 yılında çıkardıkları "The Back Room" isimli ilk albümleriyle üne kavuşan grup, şimdiye kadar 2'si platin plak ödülü kazanan 7 albüm çıkardı. Son albümleri "EBM"i 2022'i sonbaharında çıkaran Editors'un bu konseri için biletler passo.com.tr üzerinden satışta sunuldu.

KURUMSAL TEMİZLİKTE BİR ARTI

Siteplus Profesyonel Temizlik ekipleri ofis ve tesislerin hijyen ve temizliğinde titizlikle görev yapar.



DAHA FAZLASI İÇİN...

@siteplusco



www.siteplus.com.tr

SITEPLUS
TÜRKİYE'NİN ÇÖZÜM ARTISI

SITEPLUS

sizi
DİNLİYORUZ

İHTİYAÇLARINIZI
DEĞERLENDİRİYORUZ

ÇÖZÜM
ÜRETİYORUZ

SİZİN İÇİN SİZİNLE BİRLİKTE
ÇALIŞIYORUZ