



YENİLİKÇİ MARKA OLABİLMENİN DAYANILMAZ AĞIRLIĞI

INEVITABILITY OF BEING
INNOVATIVE BRAND

“Aktaş Konuşuyor” Projesi
Hayata Geçti

“Aktas is Talking” Project
is Live Now

► ► ► s 8

Aktaş Holding, 42. Yapı Fuarı’nda
‘Çevreci’ Ürünleriyle Yerini Aldı

Aktaş Holding Showcases Its
‘Environmental’ Products At
The 42nd Building Fair

► ► ► s 14

Aktaş Holding Çalışanları,
Huzurevi Sakinleriyle Gönül
Köprüsü Kurdu

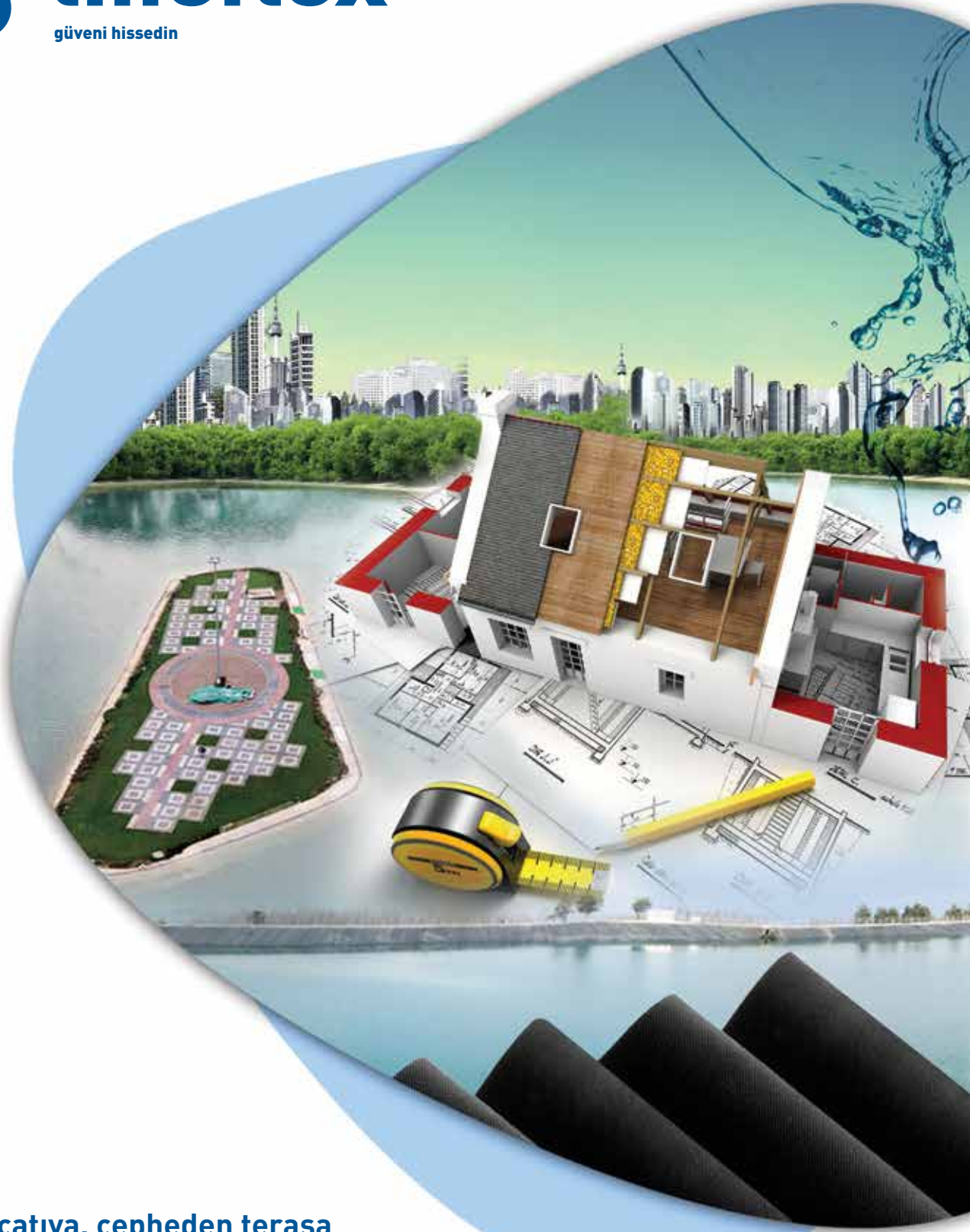
Aktas Holding Employees
Established The Bridge Of Heart
With Nursing Home Residents

► ► ► s 25



lineflex

güveni hissedin



**Temelden çatıya, cepheden terasa
su yalıtımı çözümlerinizde
EPDM membran sistemleri sunuyoruz**

TEKNOLOJİ VE KALİTE TUTKUSU İLE TÜRKİYE’NİN LİDER MARKASI

Kauçuk alanındaki engin tecrübesiyle,
sayısız patent ve ödülleriyle
sektörüne yön vermeye devam ediyor.



İÇİNDEKİLER / CONTENTS

10



**AKTAŞ'IN MİNİK RESSAMLARI
HAYALLERİNDEKİ ÇEVREYİ
RESMETTİ**

**AKTAŞ'S LITTLE PAINTERS PAINTS
THEIR DREAMS ENVIRONMENT**

22



TECHNO AKTAŞ'TA 11. YIL COŞKUSU

**11. ANNIVERSARY EXCITEMENT IN
TECHNO AKTAS**

29



SAĞLIK BULUŞMALARI TAM GAZ

HEALTH MEETINGS AT FULL STEAM

40



ÇEVİRİMİÇİ OLMAK

BEING ONLINE

İmtiyaz Sahibi
Aktaş Holding Adına:
İskender ULUSAY

Editör:
Berna SEVİNÇ

Yönetim Yeri:
OSB Ali Osman
Sönmez Bulvarı
No:13/1A Nilüfer
Bursa 16140 TÜRKİYE

Temmuz-Ağustos-Eylül
2019
19. Sayı
Tel: 0224 300 00 00
www.aktasholding.com

Konsept - Grafik:
medyapark



İlknur AKTAŞ

Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman Of The Board

YENİLİKÇİ TARZIMIZLA SEKTÖRE DEĞER KATIYORUZ

Çok değerli Aktaş Holding paydaşlarımız,

Şirketimizin hizmet verdiği sektörde 80 yıl gibi çok köklü bir geçmişi bulunuyor. Geriye dönüp baktığımızda, bu 80 yıla birbirinden başarılı çalışmalar sığdırılarak şirketimizin bugünlere ulaşması sağlandı.

Tabii bu süreç kolay bir iş değil. Altında çok ciddi bir emek ve tecrübe yatıyor; ayrıca her zaman ve her koşulda, daima geleceğe dokunan bir anlayış...

Ve Aktaş Holding için ilk günden bu yana aslanan tek bir hedef vardı: Sürdürülebilir başarı ve yenilikçi yaklaşım...

Bizler de şirketimizin yeni nesil yöneticileri olarak, Aktaş Holding'i geleceğe taşıırken bu hususlara özellikle öncelik vermeye devam ediyoruz.

Çünkü 'Aktaş' demek yenilik demek, güven demek. 'Küresel güven, yerel samimiyet' mottosuyla, dünyanın dört bir yanındaki müşterilerimiz ve paydaşlarımız için değer üretmeye devam ederek, markamızı emin adımlarla hedeflerine doğru taşıyoruz.

Biliyoruz ki Aktaş'ın hedefi ilk günden beri zirvedir. Biz de bu bilinçle, mevcut kalitemizden asla ödün vermeden, hızla değişen müşteri taleplerine en hızlı ve etkin şekilde yanıt verebilmek için yoğun çaba gösteriyoruz.

Bunu yaparken de içerisinde bulunduğumuz toplumla bütünleşerek, sosyal sorumluluk anlamındaki üzerimize düşen sorumlulukları da yerine getirme gayretindeyiz.

Dolayısıyla global marka olma yolculuğumuza kararlı bir şekilde devam ederken, tüm amacımız sunduğumuz ürün ve hizmetlerle 'yeniliklerin öncüsü' olma misyonumuza sadık kalıp, Aktaş markasını adım adım zirveye ulaştırmaktır.

Buradan hareketle, sektörün ihtiyaç duyduğu yenilik ne varsa, bunu ilk hayata geçiren marka olma yolunda AR-GE'ye ve teknolojiye yatırımlarımız da tüm hızıyla devam edecek.

Özetle Aktaş Holding olarak, bugüne kadar olduğu gibi gelecekte de yenilikçi yaklaşımımızdan ödün vermeden, gerçekleştireceğimiz tüm çalışmalarda ülkemize ve sektöre katkı sağlamaya odaklanacağız.

Bunun için de sorumluluk almaya ve sektöre rol model olacak işler yapmaya devam etme hedefindeyiz.

Sevgilerimle,

WE ADD VALUE TO THE SECTOR WITH OUR INNOVATIVE STYLE

Our esteemed Aktaş Holding stakeholders,

Our company has a long-established history of 80 years in its respective sector. When we look back, we have managed to achieve a lot and made a name for ourselves.

Of course, this process is not an easy task. Success entails very serious efforts and experience; also an understanding that always touches the future at all times and under all circumstances...

And there was only one goal for Aktaş Holding since the first day: Sustainable success and innovative approach...

We, as the new generation managers of our company, continue to give priority to these issues while moving Aktaş Holding to the future.

Because "Aktaş" means innovation and trust. With the motto of "global trust, local sincerity", we continue to produce value for our customers and stakeholders around the world and we are moving our brand towards its targets with confidence.

We know that Aktaş's goal has always been to be the best since the first day. With this awareness, we strive to respond to the rapidly changing customer demands in the fastest and most effective way without compromising our current quality.

In doing so, we strive to integrate with the society we live in and fulfill our responsibilities in terms of social responsibility.

Therefore, while continuing our journey to become a global brand, our aim is to remain faithful to our mission of being the pioneer of innovations with the products and services we offer and to bring the Aktaş brand to the top step by step.

Therefore, whatever the innovation needed by the sector, our investments in R&D and technology will continue in full swing towards becoming the first brand to implement it.

In summary, as Aktaş Holding, we will focus on contributing to our country and sector in all our works without compromising our innovative approach, as it has done so far.

For this, we aim to take responsibility and continue to be a role model for the sector.

Best regards,



powertech
esnek teknoloji



ENDÜSTRİYEL HORTUM ÜRETİMİNDE YEPYENİ BİR TEKNOLOJİ

Powertech, kauçuk alanındaki uzmanlığı ile endüstriyel hortum üretimine yüksek bir standart getiriyor.





İskender ULUSAY
İcra Kurulu Başkanı
Chief Executive Officer

ODAK NOKTAMIZ DAİMA 'GELECEK' OLACAK

Herkese merhaba,

21. yüzyıl dünyasında markaların kalıcı hale gelmesi için yenilikçiliği ve sürdürülebilir başarıyı işinin merkezine koyması gerekiyor.

Özellikle küresel rekabet kavramı ortaya çıktığından beri firmalar açısından ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik alanlarda ortaya çıkan rekabet düzeyleri, dünya pazarlarındaki rekabetin yapısal ve boyutsal olarak da değişimine yol açmıştır.

Dolayısıyla bu yoğun rekabet ortamında, markalar da oluşturdukları marka değeriyle ayakta kalmaya çalışarak, bulundukları pazardan pay alma çabasına girmektedir.

Bu bakımdan, markalar için yapılan işte farklılık ortaya koymak ve mevcut başarıyı sürdürülebilir kılmak, üzerinde çok ciddi emek gerektiren bir süreç haline gelmiş durumda.

Yani içinde bulunduğumuz çağda, rakiplerle rekabet edebilmek için sadece üretmek yetmiyor; müşteriye daima yeni bir şeyler sunmak ve bunu da sürekli hale getirmek, başarının en önemli anahtarlarından biri...

Bu bağlamda şirketimizin kurulduğu günden bu yana benimsediği yenilikçi bakış açısının ve sürdürülebilirliği olan başarılarının, uluslararası düzeyde ne kadar önemli olduğunu bir kez daha görmekteyiz.

Nitekim Aktaş Holding, yeniliğe ve teknolojiye yaptığı yatırımlarla değişen pazar dinamiklerine en doğru çözümleri sunarak, dünyanın dört bir yanındaki güçlü marka algısını bugünlere taşımayı başarmıştır.

Bizler de bu güçlü marka algısını koruyup geliştirmek için AR-GE'ye ve ileri teknolojiye yatırımlara son sürat devam ediyor, Aktaş Holding'i en büyük hedefi olan sektörün zirvesine taşımak için elimizden gelen çabayı gösteriyoruz.

Şunu çok iyi biliyoruz ki Aktaş Holding, inovatif ve gelecek odaklı anlayışı sayesinde bugünlere geldi. Bundan sonra da Aktaş Holding için hedef daima gelecek olacaktır.

Neticede 80 yıllık geçmişi bulunan bu köklü markanın her bir kilometre taşında da geleceğin izlerine rastlamak mümkün...

Saygılarımla,

OUR FOCUS WILL ALWAYS BE THE 'FUTURE'

Hi everybody!

In order to become a permanent brand in the world of the 21st century, companies must put innovation and sustainable success at the center of their business.

Especially since the emergence of the concept of global competition; economic, social, cultural and technological competitiveness levels for firms have led to structural and dimensional changes in competition in the global markets.

Therefore, in this intense competitive environment, brands are trying to survive with the brand value they create and getting a share from the market.

In this respect, brands' making a difference in their respective works and making the current success sustainable has become a process that requires very serious effort.

In this age, it is not enough to just produce in order to compete with competitors; always presenting something new to the customer and making it sustainable is one of the most important keys to success...

In this context, we see once again how important the innovative perspective and sustainability achievements that our company has adopted since the day it was founded is internationally important.

As a matter of fact, Aktaş Holding has succeeded in carrying its strong brand perception to the present day by offering the most accurate solutions to the changing market dynamics through its investments in innovation and technology.

We continue to invest in R&D and advanced technology in order to maintain and develop this strong brand perception, and we do our best to move Aktaş Holding to the top of the sector, which is our biggest target.

We know that Aktaş Holding has come to these days thanks to its innovative and future-oriented approach. The target for Aktaş Holding will always be the future.

It is possible to see traces of the future in every milestone of this long-established brand with 80 years of history.

Best regards,

“AKTAŞ KONUŞUYOR” PROJESİ HAYATA GEÇTİ

Aktaş Holding, ileriye dönük hedeflerine doğru emin adımlarla ilerlemeye devam ederken, ‘en değerli kaynağı’ olarak gördüğü çalışanlarının fikirlerini doğrudan yönetimle paylaşabilmeleri hedefiyle, ‘Aktaş Konuşuyor’ projesini devreye aldı.



Aktaş Holding, geleceğe dönük hedeflerine doğru emin adımlarla ilerlemeye devam ederken, şirket bünyesinde yenilikçi projeleri hayata geçirmeyi de sürdürüyor.

Aktaş Holding, ‘en değerli kaynağı’ olarak gördüğü çalışanlarının fikirlerini doğrudan yönetimle paylaşabilmeleri hedefiyle, ‘Aktaş Konuşuyor’ projesini devreye aldı.

Proje kapsamında çalışanlar, Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay ile gruplar halinde bir araya geliyor.

Farklı zamanlarda gerçekleşen buluşmalar son derece verimli ilerlerken, çalışanlar da Ulusay’la birebir görüşüp önerilerini paylaşma fırsatı bulmaktan dolayı son derece memnun olduklarını ifade etti.



“AKTAS IS TALKING” PROJECT IS LIVE NOW

Aktas Holding has launched the ‘Aktas is Talking’ project with the aim of ensuring that its employees, whom it considers to be its most valuable source, can share their ideas directly with the management, while continuing to proceed with their forward-looking goals with confidence.



Aktas Holding continues to carry out innovative projects within the company, while continuing to take firm steps towards its future goals.

Aktas Holding has launched the project ‘Aktas is Talking’ with the aim of ensuring that its employees, whom it considers to be its ‘most valuable resource’, can share their ideas directly with the management. Within the scope of the project, the employees meet in groups with Iskender Ulusay, the Chief Executive Officer of Aktas Holding.

While the meetings that took place at different times were very productive, the employees expressed that they were very pleased to have the opportunity to meet with Ulusay one-on-one and share their suggestions.



AKTAŞ'IN MİNİK RESSAMLARI HAYALLERİNDEKİ ÇEVREYİ RESMETTİ

Aktaş Holding tarafından, çalışanların çocuklarına yönelik geleneksel olarak düzenlenen Görsel Sanatlar Yarışması sonuçlandı. "Hayalimdeki Çevre" temasıyla düzenlenen yarışmada yine birbirinden özel eserler ortaya çıkarken, yarışmanın ödül töreni ailelerin de katılımıyla düzenlendi.



Aktaş Holding tarafından, çalışanların çocuklarının katılımıyla geleneksel olarak düzenlenen Görsel Sanatlar Yarışması sona erdi.

Bu yıl, 5 Haziran Dünya Çevre Günü kapsamında "Hayalimdeki Çevre" temasıyla düzenlenen yarışmada yine birbirinden özel eserler ortaya çıktı. Yarışmaya ilkokul, ortaokul ve lisede eğitim gören 6-18 yaş aralığındaki çocuklar katıldı.

Yarışmanın değerlendirme süreci; (Yaratıcılık/Alıntı/Özgünlük), (Boyama/Teknik/Temizlik), (Ebata/Boyuta Uyum), (Renk Uyumu/Perspektif) ve (Kâğıdın Kullanımı/Kompozisyon) gibi 5 puanlama kriterine göre yapıldı.

Jüri üyeliğini BTSO Baha Cemal Zağra Özel Uygulama Merkezi resim öğretmenlerinden Melek Köse Çelebi

ve İnci Topçu'nun yaptığı yarışmada dereceye giren resimler, ailelerin de katılımıyla düzenlenen ödül töreninde katılımcılarla paylaşılırken, özellikle çocukların yaşadığı heyecan görülmeye değerdi.

Ödüller sahiplerini buldu

Düzenlenen yarışmada İrem Çulha (10) birinciliği elde ederken, ikinci Yağmur İçgüleç (13), üçüncü ise Elif Özgür (7) oldu.

Yarışmaya katılan tüm çocuklara da ayrıca ödülleri verildi.

Yarışmanın kazananları ödülleri, Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay'ın elinden teslim alırken, yarışma kapsamında 1.'ye bisiklet, 2.'ye tablet, 3.'ye ise saat hediye edildi.

Çocuklarımıza sanat sevgisi aşılamak önceliğimiz

Törenin ardından kısa bir açıklama yapan Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, Aktaş Holding olarak 'aydınlık geleceğimiz' olan çocuklara her koşulda destek olmaya devam edeceklerini belirtti.

Ulusay, özellikle de çocukların yeteneklerini ortaya çıkarmasına katkı sağlamak ve onlara sanat sevgisini aşılayabilmek için bu tür organizasyonlara büyük önem verdiklerini ifade ederek, yarışmaya katılan tüm çocuklara teşekkür etti.

Öte yandan, yarışmanın ödül töreninde aileler de büyük gurur yaşadı.

AKTAŞ'S LITTLE PAINTERS PAINTS THEIR DREAMS ENVIRONMENT

The Visual Arts Competition, organized by Aktaş Holding for the children of the employees, was concluded. In the competition organized under the theme of "My Dream Environment", the little painters created special works again and the award ceremony was held with the participation of families.

The Visual Arts Competition, organized by Aktaş Holding for the children of the employees, was concluded.

This year, in the competition held under the theme of "My Dream Environment" as part of 5 June World Environment Day, the little painters created special works again.

Primary, secondary and high school children aged 6-18 participated in the competition.

The evaluation process of the competition was made according to 5 scoring criteria: (Creativity / Quote / Originality), (Painting / Technique / Cleaning), (Size / Dimensional Harmony), (Color Harmony / Perspective) and (Use of Paper / Composition).

The jurors of the competition were BTSO Baha Cemal Zağra Special Application Center's art teachers Köse Çelebi and İnci Topçu and the winning paintings were shared with the participants at the award ceremony organized with the participation of the families, and the excitement of the children was especially worth seeing.

Winners awarded

In the competition, İrem Çulha (10) came in first, Yağmur İçgüleç (13) second and Elif Özgür (7) third.

All children participating in the competition were also awarded prizes.

The winners of the competition received their prizes from Aktaş Holding's Chief Executive Officer İskender Ulusay; the winner of the competition was awarded with a bicycle, the second placed one with a tablet and the third placed one with a watch.







To instill love of art into our children is our priority

In his short speech after the ceremony, Aktaş Holding's Chief Executive Officer İskender Ulusay stated that as Aktaş Holding, they will, under all circumstances, continue to support the children who represent the bright future of our country.

Ulusay especially thanked all the children who participated in the competition and added that they attach great importance to such organizations in order to contribute to discovering children's talents and instill love of art into them.

Families also took great pride in the award ceremony.



AKTAŞ HOLDİNG, 42. YAPI FUARI'NDA 'ÇEVRECİ' ÜRÜNLERİYLE YERİNİ ALDI

Aktaş Holding'in Yapı Grubu'nda bulunan ve EPDM membran üretiminde ülkemizin ilk ve lider üreticisi olan Ak-İzo Yalıtım Sistemleri, İstanbul'un ev sahipliğinde bu yıl 42'ncisi düzenlenen ve bölgenin en büyük yapı malzemeleri fuarı özelliğindeki Turkeybuild İstanbul Fuarı'na katıldı. Ak-İzo fuar süresince, 'yeni nesil' su yalıtım çözümleri sunan Lineflex markalı çevre dostu ve son teknolojlili ürünlerini, dünyanın dört bir yanından gelecek ziyaretçilerin beğenisine sundu.



Aktaş Holding, Türkiye'de yapı sektörünün en uzun süredir düzenlenen fuarı olan ve bu yıl 42. yaşını kutlayan "Turkeybuild İstanbul 2019" fuarında yenilikçi ürünleriyle ses getirdi.

Holding bünyesinde Yapı Grubu'nda bulunan ve EPDM membran üretiminde ülkemizin ilk & lider üreticisi olan Ak-İzo Yalıtım Sistemleri ile fuarda yer alan olan Aktaş Holding, fuar süresince; Lineflex markalı, çevre dostu ve ileri teknolojlili ürünlerini sergiledi.

Bölgenin en büyük yapı malzemeleri fuarı özelliğindeki Turkeybuild İstanbul Fuarı'nda, Salon 3, 3B112 no'lu stantta ziyaretçilerini ağırlayan Ak-İzo, su yalıtım çözümleri konusunda geliştirdiği nitelikli

ürünleriyle, ülkemizi en iyi şekilde temsil etti.

Çevre dostu ürünler

Uluslararası Kyoto Ekoloji Anlaşması'nın (The International Kyoto Ecology Agreement), EPDM membranları mevcut membranlar içerisinde en uzun kullanım ömürlü, çevre dostu çatı malzemesi olarak kabul ettiğini ve önerdiğini ifade eden Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, "Mükemmel bir izolasyon malzemesi olan EPDM, çatı izolasyonlarında istenen yalıtım özelliklerine de sahiptir. Evin içindeki ısıнын korunmasına yardımcı olur, bu da ısıtma faturalarında tasarruf imkânı sağlar. Ak-İzo'nun ürettiği ürünlerin

üretim ve kullanımında da sınırlı çevresel etkisi vardır ve membranlar, kullanımdan sonra %100 geri dönüştürülebilir. İster siyah renk olsun ister renkli, Lineflex membran kullanımının izolasyon termal performansı, enerji tüketimini azaltmaktadır" dedi.

Yağmur suları geri kazanılabilir ve kullanılabilir

"EPDM polimerinin özellikleri ve Lineflex membran formülasyonları nedeniyle, yüzeyine temas eden yağmur sularını kirlilemez ve bünyesinden herhangi bir migrasyon oluşturmaz" diyen Ulusay, "Bu nedenle, yağmur suyunu toplamaya ve geri dönüştürmeye olanak tanır. Hatta su toplama drenajlarında kullanılabilecek

AKTAŞ HOLDING SHOWCASES ITS 'ENVIRONMENTALIST' PRODUCTS AT THE 42ND BUILDING FAIR

Ak-İzo Yalıtım Sistemleri, a subsidiary of Aktaş Holding active in the Building Sector and the pioneer and leader in the production of EPDM membrane in our country, participated in the Turkeybuild İstanbul Fair, organized for the 42th time this year, which is the biggest building materials fair of the region, hosted by İstanbul. Ak-İzo showcased at the fair for its visitors from all over the world its Lineflex branded and environment-friendly products offering new generation waterproofing solutions.



Aktaş Holding attracted a great attention with its innovative products at the "Turkeybuild İstanbul 2019" fair which is the oldest fair on the building sector in Turkey and which marked its 42th anniversary this year.

Ak-İzo Yalıtım Sistemleri, a subsidiary of Aktaş Holding active in Construction and the pioneer and leader in the production of EPDM membrane in our country, showcased at the fair its Lineflex branded, environment-friendly and state-of-art products.

Welcoming its visitors on the stand No. 3B112 on the Saloon 3, at the Turkeybuild İstanbul Fair, the biggest building materials fair in the region, Ak-İzo

represented our country in the best way with its qualified products developed for waterproofing solutions.

Environmentally friendly products

Stating that the International Kyoto Ecology Agreement agrees and suggests the EPDM membrane as the most eco-friendly roofing material with the longest lifetime of all the existing membranes, Aktaş Holding CEO İskender Ulusay underlined: "the EPDM, which is an excellent insulation material, also has the required insulation properties in roof insulation. The environmental impact of the products produced by Ak-İzo is quite limited and membranes are 100% recyclable after use. Insulation thermal

performance of Lineflex membrane use, whether black or colored, reduces energy consumption."

Rain water can be recovered and reused

Expressing that thanks to the properties of EPDM polymer and Lineflex membrane formulations, it does not pollute the rainwater coming into contact with its surface and does not create any migration from its structure, Ulusay said: "Therefore, it allows collecting and recycling rainwater. In fact, it is the only product that can be used in water collection drainages. You can step into a more sustainable life with Lineflex. Lineflex EPDM membranes are chemically stable and do not contain

yegâne üründür. Lineflex ile daha sürdürülebilir bir yaşam tarzına adım atabilirsiniz. Lineflex EPDM membranları kimyasal olarak stabildir ve tehlikeli katkı maddeleri veya plastikleştiriciler içermez. Sonuç olarak, ürünün kullanım ömrü boyunca ve geri dönüşümünde çevreye hiçbir kimyasal yayılmaz. Lineflex EPDM membran, LCA (Life Cycle Assessment) analizlerinde çok katmanlı ağır bitümlü veya klorlu membranlar ile karşılaştırıldığında uzun servis ömrü ile öne çıkar ve düşük ağırlık/hacim özellikleri ile birleştirildiğinde favori bir yalıtım malzemesidir. Avantaj, hammadde üretiminden başlamak üzere membran üretimi, kurulum ve montajı, sökülmesi ve elden çıkarılması veya yeniden kazanılmasını kapsar. Diğer membran ürünleri ile karşılaştırıldığında herhangi bir CFC, HCFC, phtalates, dioxine, düşük dereceli hidrokarbonlar veya diğer zararlı kimyasallar içermez. Bu ürünlerin, 50 yıldan fazla beklenen servis ömrü ve daha ince kalınlıklarda istenilen özelliklerde izolasyon gereksinimlerini sağlaması, dünyadaki doğal kaynakların kullanımında önemli bir tasarruf göstergesidir. Bu nedenle, LCA kriterlerine göre tercih edilmesi gereken Lineflex EPDM membrandır” diye konuştu.

Pazar payını her geçen yıl artırıyor

18-22 Haziran tarihleri arasında İstanbul Tüyap Fuar ve Kongre Merkezi ev sahipliğinde düzenlenen fuarın sektörün gelişimine önemli katkılar sağladığına değinen İskender Ulusay, Ak-İzo olarak sektördeki pazar payını her geçen yıl daha ileri seviyeye taşıdıklarını vurguladı.

Günümüzde, kaynakların etkin kullanımının her geçen gün daha da önemli hale geldiğinin altını çizen Ulusay, şirket olarak ülkemizdeki su kaynaklarının korunup geliştirilmesi noktasında önemli çalışmalara imza attıklarını belirterek, özellikle çevre dostu ve katma değerli ürünler geliştirdiklerini ifade etti.

Sektöre değer katıyor

Ak-İzo'nun; temelden çatıya, cepheden teras ve gölet tabanlarına kadar birçok farklı uygulama alanında su yalıtım çözümleri sunarak, ülkemize ve sektöre bu alanda önemli katma değer sağladığının altını çizen Ulusay, sektöründe bölgenin en önemli organizasyonu niteliği taşıyan fuarın kendileri açısından son derece verimli geçtiğini de sözlerine ekledi.



hazardous additives or plasticizers. As a result, no chemicals are released into the environment during the lifetime of the product and recycling processes. Lineflex EPDM membrane stands out with its long service life when compared to multilayer heavy bituminous or chlorinated membranes in LCA (Life Cycle Assessment) analyzes and is a favorite insulation material when combined with low weight / volume properties. The advantages include production, installation and assembly, dismantling and disposal or recovery, starting from raw material production. It does not contain any CFC, HCFC, phtalates, dioxine, low grade hydrocarbons or other harmful chemicals when compared to other membrane products. The fact that the expected service life of these products is more than 50 years and they require thinner isolation for the desired properties is an important saving indicator in the use of natural resources in the world. Therefore, Lineflex EPDM membrane should be preferred according to LCA criteria".

Increasing market share with each passing year

Stating that the fair, which was held between 18-22 June, hosted by Istanbul Tüyap Fair and Congress Center, contributed to the development of the sector, İskender Ulusay emphasized that as Ak-İzo, they continue to increase their market share in the sector with each passing year.

Underlining that the effective use of resources is becoming more and more important day by day, Ulusay stated that they undertook important works in terms of protection and development of water resources in our country and that they developed especially environment-friendly and value-added products.

Adding value to the sector

Underlining that Ak-İzo offers waterproofing solutions in many different application areas from foundation to roof, façade to terrace and pool floors and thus providing significant added value to our country and sector in this field, Ulusay added that the fair, which is the most important organization of the region in the sector, was highly productive for them.

AKTAŞ'TA TURQUALITY EĞİTİMİ

Aktaş Holding'in, küresel markası Airtech ile yer aldığı ve uluslararası pazarda Türk markalarının imajını güçlendirmek adına Ekonomi Bakanlığı'na yürütülen Turquality ile ilgili, şirket bünyesinde bilgilendirme eğitimi gerçekleştirildi.



Aktaş Holding bünyesinde, çalışanların kişisel ve mesleki gelişimini artırmaya yönelik gerçekleştirilen eğitim faaliyetleri tüm hızıyla devam ediyor. Aktaş Holding'in, küresel markası Airtech ile yer aldığı ve uluslararası pazarda Türk markalarının imajını güçlendirmek adına Ekonomi Bakanlığı'na yürütülen Turquality ile ilgili, şirket bünyesinde bilgilendirme eğitimi gerçekleştirildi.

Safir Yönetim Danışmanlık'tan Endüstri Mühendisi Ozan Deveci'nin verdiği eğitimlerde, çalışanlara Turquality'nin firmalara hangi alanlarda destek olduğu, sözleşme şartları ve yükümlülükleri hakkında detaylı bilgiler verildi. Aktaş çalışanlarının da merak ettikleri sorulara yanıt bulma fırsatı bulunduğu eğitimler, tüm katılımcılar açısından son derece verimli geçti.

Öte yandan bilindiği üzere Aktaş Holding, Airtech markasıyla Turquality'de ikinci 5 yıllık program kapsamında da yer alıyor.

TURQUALITY TRAINING AT AKTAŞ

The company held an informative training on the Turquality project in which Airtech, Aktaş's Holding global brand, is a stakeholder and which is carried out by the Ministry of Economy in order to strengthen the image of Turkish brands in the international market.

Aktaş Holding's training activities aimed at increasing the personal and professional development of its employees continue at full speed. The company held an informative training on the Turquality project in which Airtech, Aktaş's Holding global brand, is a stakeholder and which is carried out by the Ministry of Economy in order to strengthen the image of Turkish brands in the international market.

In the trainings given by Industrial Engineer Ozan Deveci from Safir Management Consultancy, the employees were given detailed information about the areas in which Turquality supports the companies, contract terms and obligations.

The trainings, during which Aktaş's employees had the opportunity to find answers to their questions, were highly productive for all participants. As it is known, Aktaş Holding is included in the second 5-year program in Turquality under the Airtech brand.



AKTAŞ EĞİTİM VAKFI - RÖPORTAJ

Öncelikle kendinizi tanıtabilir misiniz?

10/11/1995 Diyarbakır doğumluyum. Diyarbakır Cumhuriyet Fen Lisesi mezunuyum. Şu an Boğaziçi Üniversitesi Elektrik ve Elektronik Mühendisliği 4. sınıf öğrencisiyim.

Aktaş Eğitim Vakfı'ndan hangi tarihlerde burs desteği aldınız?

2014 Ekim ayından bu yana, Aktaş Eğitim Vakfı'ndan burs desteği alıyorum.

Aktaş Eğitim Vakfı burslarından nasıl haberdar oldunuz?

Aktaş Eğitim Vakfı burslarını, internette burslar hakkında araştırma yaparken keşfetmiştim.

Bugünkü konunuza ulaşma veya hayallerinizi gerçekleştirme noktasında, Aktaş Eğitim Vakfı'nın size ne gibi katkıları oldu?

Aktaş Eğitim Vakfı burslarının bana dolaylı bir şekilde katkısı oldu. Aldığım burs, öğrenim sırasındaki harcamalarımın bir kısmına yardımcı oldu. Bu burslar sayesinde okuma sürecimde çok fazla nakdi problemlerle uğraşmadım, bundan dolayı da kendimi geliştirmeye daha çok vakit ayırabildim.

Aktaş Eğitim Vakfı'nın hayatınızdaki önemini, 1 cümleyle bize özetleyebilir misiniz?

Öğrenim hayatımın güzel bir parçası.

Gelecek vizyonunuzu bizimle paylaşır mısınız? Kariyer hedefleriniz nelerdir?

Şu an net olarak hangi sektörde ve hangi pozisyonda çalışacağıma dair net bir düşüncem yok fakat sinyal/telekom alanına yönelmek istiyorum. İlk olarak, işleri iyi öğrenebileceğim bir şirkete girip kendimi geliştirmek istiyorum. Sonrasında ya kendi bölümüm üzerine ya da MBA yüksek lisans yapmayı düşünüyorum.

Aynı yollardan geçmiş olduğunuz öğrencilere destek olmak için geliştirilen projelere destek oluyor musunuz? Öğrencilere ne gibi tavsiyeleriniz olur?

Özel olarak tanıdığım birilerine ya da benden rica eden kişilere yardımcı oldum. Bu yardımı bir proje kapsamında yapmıyorum. Öğrencilere; derslerin her şey olmadığını, asıl amacın kendini geliştirmek olduğunu tavsiye ederim. Ayrıca öğrenciliğin her döneminde geniş vizyona sahip birilerinden yardım almalarının da faydalı olacağını söyleyebilirim.

Öğrenim hayatınızda ve iş hayatınızda, size gurur veren başarılarınız oldu mu? Varsa bu başarılarınızdan kısaca bahsetmenizi istesek?

İş hayatına henüz girmedğim için o konuda bir başarımla ilgili bir şey söyleyemem ama üniversiteye hazırlanma sınavında beklediğimden daha yüksek bir puan alarak, çok güzel bir üniversitenin güzel bir bölümünde kendimi geliştirme fırsatı yakaladım.

Son olarak ilave etmek istediğiniz bir şey var mı?

Öğrencilere destek amaçlı olabilecek birkaç öneride bulunmak istiyorum. Nakdi bursun yanında, vizyon açısından da öğrencilere çeşitli

imkân sağlanabilir. Düzenlenebilecek genel etkinliklere ya da şirkete öğrencilerin de çağrılıp, o sektördeki insanlarla birebir görüşülmesi ve vizyonlarının gelişmesine yardımcı olunabilir. Ayrıca staj vb. konularda da sektöre girmelerine yardımcı olunabilir. Teşekkürler.

Öğrenim hayatınızda bizleri tercih ettiğiniz için çok teşekkür ederiz...

ONUR ŞERO



AKTAS EDUCATION FOUNDATION - INTERVIEW

Can you introduce yourself?

My name is Onur ŞERO. I was born in 10/11/1995 in Diyarbakır. I am a graduate of Diyarbakır Cumhuriyet Science High School. I am now a fourth year student in Electrical and Electronics Engineering at Bogazici University

When did you get scholarship support from Aktas Education Foundation?

Since October 2014, I have been receiving scholarship support from Aktas Education Foundation.

How are you informed about Aktas Education Foundation scholarships?

I discovered Aktas Education Foundation scholarships while researching scholarships on the Internet.

What contribution has Aktas Education Foundation made to you in reaching your current position or realizing your dreams?

Aktas Education Foundation scholarships contributed to me in an indirect way. The scholarship I received helped me with some of my spending during my studies. Thanks to these scholarships, I did not deal with too many financial problems in my academic education, so I was able to spend more time developing myself.

Can you summarize the importance of Aktas Education Foundation in your life with one statement?

The most beautiful part of my education life.

Will you share your future vision with us? What are your career goals?

For the time being, I don't have a clear idea of which sector and which position I will be working in the future, but I want to move towards the signal/telecom area. First, I want to be a part of a company where I can learn things better and improve myself. Then I'm thinking about either getting my own department or getting an MBA degree.

Do you support projects developed to support students who have undergone the same road as you? What are your recommendations to students?

I've helped someone I know in person or people who have asked me. I'm not doing this assistance as part of a project. I advise students that courses are not everything and that the main goal is to improve oneself. I can also say that it would be beneficial for them to get help from someone with a wide vision in every period of being a student

Do you have any success stories that make you proud in your education and business life? Would you briefly mention your accomplishments?

I have not yet entered the business life so I don't have a work-related success, but I have had the opportunity to improve myself in a beautiful part of a very beautiful university by getting a higher score than I expected in the preparation for the university exam.

Is there anything that you would like to add?

I'd like to make some suggestions that might be helpful to students. Besides the monetary scholarship, a variety of opportunities can be provided to students in terms of vision. The students can be invited to the general events organized or to the company and with one-on-one meeting with the people in that sector, they can develop their vision. Also assistance can be provided for them on the subjects like internships etc. so that they can join the sector. Thank you.

Thank you very much for choosing us in your learning life...

YÜZME KURSU HEYECANI

Aktaş Holding, çalışanlarının çocuklarına yönelik her yıl düzenli olarak gerçekleştirdiği yaz okulu etkinlikleri kapsamında yüzme kurslarına start verdi. 6-14 yaşları arasındaki çocukların katılımıyla gerçekleşen ilk derste heyecan doruktaydı.



Aktaş Holding tarafından, çalışanların çocuklarına yönelik her yıl düzenli olarak gerçekleştirilen yaz okulu etkinlikleri, bu yıl da yüzme kursu ile başladı.

Yüzme kursları bu yıl, Bursa Yönder Okulları'nda bulunan yüzme havuzunda gerçekleştirildi.

6-14 yaşları arasındaki çalışan çocuklarının katılımıyla gerçekleşen ve

oldukça keyifli geçen ilk derste, Aktaş çalışanları da çocuklarının mutluluğuna ortak oldu.

55 çocuğun katıldığı yüzme kursu 1 ay boyunca, salı ve perşembe günleri haftada iki gün şeklinde gerçekleştirildi.

Yaz okulu faaliyetleri sürecektir

Aktaş Holding İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay yaptığı açıklamada,

yüzme kursuna katılan tüm çocuklara başarılar diledi.

Ulusay, hem Aktaş çocukları arasında iletişimi koparmamak hem de çocukların yaz tatillerinin keyfini çıkarmalarına destek olmak adına düzenledikleri yaz okulu faaliyetlerini, ilerleyen süreçlerde de sürdüreceklerini belirtti.

SWIMMING COURSE EXCITEMENT

Aktaş Holding started swimming courses within the scope of summer school activities organized annually for the children of its employees. The excitement was high in the first lesson with the participation of children aged 6-14.



The annual summer school activities organized annually by Aktaş Holding for the children of its employees started with a swimming course this year.

This year, swimming courses were held in the swimming pool in Bursa Yönder Schools.

In the lessons, which was held with the participation of its employees' children aged 6-14, Aktaş' employees shared their

children's happiness.

The swimming course participated by 55 children were held twice a week, Tuesday and Thursday, for a period of one month.

Summer school activities to continue

Aktaş Holding's CEO İskender Ulusay wished success to all the children attending the swimming course.

Ulusay stated that they will continue the summer school activities organized in order to keep the communication between Aktaş Holding's employees' children and to support them to enjoy their summer holidays.

TECHNO AKTAŞ'TA 11. YIL COŞKUSU

Aktaş Holding'in Bulgaristan'daki şirketi Techno Aktaş'ta, 11. kuruluş yıl dönümü coşkuyla kutlandı. Aktaş Holding üst yönetiminin de yer aldığı kutlamada, birlik ve beraberlik öne çıktı.



Aktaş Holding'in Bulgaristan'daki şirketi Techno Aktaş, bölge ekonomisine katkı sağlamaya devam ediyor.

2008 yılında devreye alınan Techno Aktaş'ta 11. kuruluş yıl dönümü coşkuyla kutlandı.

Şirket çalışanlarının yanı sıra, Aktaş Holding üst yönetiminin de yer aldığı kutlamada, birlik ve beraberlik öne çıktı. Kutlamaya Aktaş Holding adına Yönetim Kurulu Onursal Başkanı Şahap Aktaş, Yönetim Kurulu Başkan Vekili R. Serkan

Aktaş ve İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay katıldı.

Organizasyonda bir konuşma yapan İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay, Techno Aktaş'ın ilk günden bu yana ortaya koyduğu başarılı çalışmalarla adım adım büyüyerek, Aktaş Holding'in dünyadaki en önemli güçlerinden biri haline geldiğini söyledi.

Başarı tüm çalışanlarımıza ait

"Bulgaristan bizim çok önemseydiğimiz ve değer verdiğimiz bir bölge" diyen

Ulusay, "Burayla ilgili, geleceğe dönük çok ciddi hedeflerimiz ve planlamalarımız bulunuyor. Techno Aktaş'ın, ilk günden bu yana olduğu gibi gelecekte de bizleri her zaman gururlandırmaya devam edeceğine yürekten inanıyorum. Bu şirketin başarı yolculuğunda sizlere olan inancım ve güvenim sonsuz. Bu vesileyle, şirketimizin 11. yaş gününü kutluyorum" dedi.

11. ANNIVERSARY EXCITEMENT IN TECHNO AKTAS

Techno Aktas, the Aktas Holding company in Bulgaria, enthusiastically celebrated its 11. anniversary. Unity and togetherness came to fore front in the celebration, which was participated by the senior management of Aktas Holding.

Techno Aktas, the Aktas Holding company in Bulgaria, continues to contribute to the economy of the region.

Techno Aktas, commissioned in 2008, enthusiastically celebrated its 11. anniversary.

Unity and togetherness came to the fore front in the celebration, which was participated by the employees of the company as well as the senior management of Aktas Holding. Honorary Board Chairman Sahap Aktas, Deputy Board Chairman R. Serkan Aktad and Chief Executive Iskender Ulusay participated in the celebration on behalf of Aktas Holding.

Speaking at the Organization, Chief Executive Alexander Ulusay said that Techno Aktas has become one of the most important forces of Aktas Holding in the world by growing step by step with the successful works it has put forward since the first day.



Success belongs to all our employees

Stating that "Bulgaria is a region that we care about and value very much," Ulusay expressed: "We have very serious goals and plans for the future. I sincerely believe that Techno Aktas will continue to make us proud in the future as it has since its very first one. My faith and confidence in you in this company's journey to success is endless. On this occasion, I'm celebrating 11. anniversary of our Company."



GÖKÇEM TOKAY, DİJİTAL GELECEKTE İNSAN BULUŞMASI'NDA MODERATÖR OLDU

Aktaş Holding Bilgi Teknolojileri Yöneticisi Gökçem Tokay, PERYÖN Güney Marmara Şubesi tarafından düzenlenen İnsan Yönetimi Buluşması'nda, Dijital Gelecekte İnsan' başlıklı oturumun moderatörlüğünü üstlendi.

Aktaş Holding, Bursa ve ülkemizde düzenlenen çeşitli sektörel etkinliklerde adından başarıyla söz ettirmeye devam ediyor.

Aktaş Holding İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim Grup Yöneticisi Oylum Öztürk Erdem'in de yönetim kurulunda yer aldığı PERYÖN Güney Marmara Şubesi, 'Dijital Gelecekte İnsan' ana temalı İnsan Yönetimi Buluşması'na ev sahipliği yaptı.

Düzenlenen etkinlikte, konusunda uzman isimler dijitalleşen iş dünyası içerisindeki insanın rolünü tartışırken, Aktaş Holding Bilgi Teknolojileri Yöneticisi Gökçem Tokay da 'Dijital Gelecekte İnsan' başlıklı oturumun moderatörlüğünü üstlendi. Etkinlik sonunda, BTSO Yönetim Kurulu Üyesi Muhsin Koçaslan tarafından Tokay'a, organizasyonlara olan katkılarından dolayı plaket takdim edildi.



GÖKÇEM TOKAY MODERATES THE "HUMAN IN THE DIGITAL FUTURE"

Aktaş Holding's Information Technologies Manager Gökçem Tokay moderated the session titled "Human in the Digital Future" at the Human Management Meeting organized by PERYÖN South Marmara Branch.

Aktaş Holding continues to make a name for itself in various sectoral events organized in Bursa and across our country.

PERYÖN South Marmara Branch, a member of which is Aktaş Holding's Human Resources and Corporate Communications Group Manager Oylum Öztürk Erdem, hosted a session titled "Human in the Digital Future" at the Human Management Meeting.

In the event, experts discussed the role of human in the digitalized business world and Aktaş Holding's Information Technologies Manager Gökçem Tokay moderated the session titled the "Human in the Digital Future".

At the end of the event, BTSO Board Member Muhsin Koçaslan presented a plaque to Tokay for his contributions to the organizations.



AKTAŞ HOLDİNG ÇALIŞANLARI, HUZUREVİ SAKİNLERİYLE GÖNÜL KÖPRÜSÜ KURDU

Aktaş Holding çalışanları, Ramazan Bayramı dolasıyla Ali Osman Sönmez Huzurevi Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi'ni ziyaret ederek, huzurevi sakinlerinin bayram coşkusuyla ortak oldu.



Aktaş Holding, sosyal sorumluluk çalışmalarını tüm hızıyla sürdürüyor. Aktaş Holding çalışanları, her yıl olduğu gibi bu yıl da Ramazan Bayramı öncesinde huzurevi ziyareti gerçekleştirdi.

Ali Osman Sönmez Huzurevi Yaşlı Bakım ve Rehabilitasyon Merkezi Dikmen Ek Hizmet Binası'nda bulunan yaşlılara gönül ziyareti gerçekleştiren Aktaş çalışanları, yaşam tecrübelerini keyifle dinledi.

Aktaş çalışanları, huzurevi sakinleriyle bol bol sohbet edip hediyelerini de verirken, buluşmada duygusal anlar da eksik olmadı.

Huzurevi sakinleri de Aktaş Holding çalışanlarını tekrardan ağırlamaktan dolayı büyük mutluluk yaşarken, kendilerini unutmayan Aktaş ailesine teşekkür etti.

AKTAS HOLDING EMPLOYEES ESTABLISHED THE BRIDGE OF HEART WITH NURSING HOME RESIDENTS

Aktas Holding employees visited Ali Osman Sonmez Nursing Home Elderly Care and Rehabilitation Center in Eid al-Fitr and shared the bairam enthusiasm of nursing home residents.

Aktas Holding continues its social responsibility activities at full steam. Aktas Holding employees visited the nursing home before Eid al-Fitr this year as they do every year.

Aktas employees, who visited the elderly of Ali Osman Sonmez Nursing Home Elderly Care and Rehabilitation Center at Dikmen Annex, listened to their life experiences with pleasure.

Aktas employees chatted with the residents of the nursing home and presented plenty of gifts, while the atmosphere was full of emotional moments.

While the residents of the nursing home were happy to welcome back the employees of Aktas Holding, they thanked the Aktas family that always remembers them.

AKTAŞ HOLDİNG, 6. ULUSLARARASI YENİ NESİL DEMİRYOLU TEKNOLOJİLERİ KONFERANSI'NA KATILDI

Aktaş Holding, İstanbul'un ev sahipliğinde bu yıl 6'ncısı düzenlenen Uluslararası Yeni Nesil Demiryolu Teknolojileri Konferansı'na katıldı. Şirket, raylı sistemlerdeki süspansiyonlarını hem havalı hem de sönümleyici sistemler olarak tasarlayarak, üretmiş olduğu her bir ürünle bu önemli sektörün bir parçası haline gelmeyi hedefliyor.

Hava süspansiyon sistemi üretiminde dünyanın en büyük firmaları arasında yer alan Aktaş Holding, özellikle son dönemde ciddi yatırımlar yaptığı raylı sistemlere yönelik sektörün tek çatı altında bulunduğu organizasyonlarda yer almaya devam ediyor.

Raylı sistemlerde hem titreşim önleyici hem süspansiyon sistemlerindeki ürünleri hem de raylı sistemlerin yatırımlarında girdiler üreten Aktaş, İstanbul'un ev sahipliğinde bu yıl 6'ncısı düzenlenen Uluslararası Yeni Nesil Demiryolu Teknolojileri Konferansı'na katıldı.

Konferansta Aktaş Holding yetkilileri sektör temsilcileriyle bir araya gelerek, yeni iş bağlantılarını kurmayı başardı.

Geniş ürün gamına sahip

Ulaşım & Otomotiv, Yapı ve Endüstriyel gibi temel iş alanlarının yanı sıra, savunma sanayine yönelik özel üretimlerle de mevcut faaliyetlerini geliştirmeyi sürdüren Aktaş Holding, raylı sistemlere yönelik üretmiş olduğu her bir ürünle bu önemli sektörün bir parçası haline gelmeyi hedefliyor.

12 Eylül 2019 tarihinde Silence İstanbul Hotel & Convention Center ev sahipliğinde düzenlenen organizasyonda, demiryolu endüstrisine yönelik üst düzey yöneticiler, güncel sektörel gelişmeler hakkında bilgi paylaşımında bulundu.

Yatırımlar sürecek

Aktaş Holding CEO'su İskender Ulusay, şirket olarak raylı sistemlere yönelik yatırım çalışmalarının tüm hızıyla süreceğini belirtti.

Özellikle Hindistan pazarına yönelik önemli atılımlar içerisinde olduklarının altını çizen Ulusay, "Tren köprüğü sistemleriyle ilgili ilk çalışmamıza, 2008 yılında başlamıştık. 2011 yılının ortalarından itibaren ikincil süspansiyon sistemlerinin üretimi ve



testleri için profesyonel bir üretim yapılmasına girdik. Bu alana yönelik gerçekleştirdiğimiz yatırımla birlikte de şirket olarak, Türkiye'de tren köprügünü üreten ilk firma olduk. Yerli raylı sistem üreticileri ile çok yakın çalışmalarımız bulunuyor. Önümüzdeki süreçte daha fazla firmayla çalışmalarımız olacak. Şu an bazı dünya ölçeğindeki firmalarla, belli iş birliklerimiz proje bazında devam ediyor. Raylı sistemlerle ilgili ürünlerimizi bu yıla kadar ağırlıklı olarak Türkiye'deki müşterilerimiz için ürettik. İstanbul ve Bursa tren hatlarında Aktaş Holding ürünleri uzun yıllardır kullanılıyor.

Gelinen noktada Aktaş Holding olarak, raylı sistemler süspansiyon sistemleri sektöründe sadece yerel pazara odaklanmıyoruz; yurtdışında İtalya ve Hindistan pazarlarında da önemli çalışmalar yaptık. Raylı sistem kullanımı dünyada en yaygın 3 ülkesinden biri olan

Hindistan'da ve İtalya'da demir yollarının en önemli tedarikçilerinden birisi olma yolunda ilerliyoruz. Hindistan için özellikle raylı sistemlerdeki süspansiyon sistemlerini hem havalı süspansiyon hem de sönümleyici sistemler olarak tasarladık ve üretimine de başladık. Ayrıca şu anda Hindistan'daki 5 OEM'in süspansiyon sistemlerini de doğrudan Türkiye'de üretilip göndermekteyiz. Bununla birlikte, Çin'de faaliyetlerini sürdüren fabrikamız aracılığıyla Çin başta olmak üzere Güney Asya ve Kuzey Afrika bölgesine yönelik üretim hedeflerimiz de bulunuyor. Dolayısıyla bölge bizim için çok önemli ve oraya yönelik ciddi hedeflerimiz bulunuyor" ifadelerini kullandı.

AKTAŞ HOLDING ATTENDS 6TH INTERNATIONAL NEW GENERATION RAILWAY TECHNOLOGIES CONFERENCE

Aktaş Holding Attends 6th International New Generation Railway Technologies Conference hosted by Istanbul. The company aims to become a part of this important sector with every product it produces by designing its suspension in rail systems as both air and damping systems.



activities in its main business areas such as Transportation & Automotive, Construction and Industrial, as well as special productions for the defense industry, Aktaş Holding aims to become a part of this important sector with each product it produces for rail systems.

The executives of the railway industry exchanged information on current sectoral developments at the event held at the Silence Istanbul Hotel & Convention Center on September 12, 2019.

Investments to continue

Iskender Ulusay, Aktaş Holding's CEO, stated that the company's investment in rail systems will continue in full swing.

Underlining that they have launched important initiatives especially for the Indian market, Ulusay added: "We started our first work on train bellows systems in 2008. Since mid-2011, we have launched a professional production structure for the production and testing of secondary suspension systems. With the investment we made in this field, we became the first company to produce the train bellows in Turkey. We work closely with local rail system manufacturers. We will work with more companies in the coming future. At the moment, some of our collaborations with some world-class companies are



continuing on a project basis. We have produced our products related to the rail systems mainly for our customers in Turkey. Aktaş Holding products have been used for many years in Istanbul and Bursa train lines. As Aktaş Holding, we do not focus solely on the local market in the suspension systems in the rail systems sector; we have carried out significant works in the Italy and India markets. We are moving towards becoming one of the most important suppliers of railway systems in Italy and India, one of the three countries where the use of railway is the most prevalent. For India, we have designed suspension systems in rail systems as both air suspension and damping systems and started production. We are currently producing in Turkey and exporting to India 5 OEM suspension systems. In addition, we have production targets for North Africa and South Asia, especially China, through our factory in China. Therefore, the region is very important for us and we have serious targets."

Aktaş Holding, which is among the world's largest companies in the production of air suspension systems, continues to take part in organizations where the sector meets under one roof, especially for rail systems, where it has made significant investments recently.

Aktaş, which produces both vibration-damping and suspension systems in rail systems and inputs in rail systems, participated in the 6th International New Generation Railway Technologies Conference hosted by Istanbul this year.

At the conference, Aktaş Holding officials met with sector representatives to establish new business contacts.

Owning a wide range of products

Continuing to develop its existing



AKTAŞ HOLDİNG'DEN İZODER'E ZİYARET

Yalıtım konusunda kamuoyunu ve sektörü bilinçlendirmeyi amaç edinen bir sivil toplum örgütü olan İZODER'i (Isı Su Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği) ziyaret eden Aktaş Holding, dernek yetkilileriyle sektörel değerlendirme ve birlikte yapılabilecek iş birliklerini görüştü.



Aktaş Holding, paydaşlarıyla sürdürülebilir ilişkiler geliştirmeye devam ediyor.

Yalıtım konusunda kamuoyunu ve sektörü bilinçlendirmeyi amaç edinen bir sivil toplum örgütü olan İZODER'i (Isı Su Ses ve Yangın Yalıtımcıları Derneği) ziyaret eden Aktaş Holding, dernek yetkilileriyle sektörel değerlendirme ve birlikte yapılabilecek iş birliklerini görüştü. Gerçekleşen ziyarette Aktaş Holding adına İcra Kurulu Başkanı İskender Ulusay ve Endüstriyel Ürünler Satış ve Pazarlama Grup Yöneticisi Armağan Tışli yer aldı.

Ziyarette, Aktaş Holding'in Yapı Grubu'ndaki şirketi Ak-İzo'nun faaliyetleri hakkında dernek yetkililerine bilgiler aktarılırken, önümüzdeki süreçlerde dernekte daha aktif rol alma noktasında fikir alışverişi gerçekleştirildi.

Son derece verimli geçen ziyaretin ardından Ulusay ve Tışli, kendilerini en güzel şekilde ağırlayan İZODER Yönetim Kurulu Başkanı Levent Pelesen ve Genel Sekreter Timur Diz'e teşekkür etti.

AKTAŞ HOLDING VISITS İZODER

Paying a visit to İZODER (Thermal Insulation, Water Proofing, Sound Insulation and Fireproofing Association), a non-governmental organization aiming to raise public and sector awareness on insulation, Aktaş Holding's officials met with sector officials to discuss sectoral developments and potential collaborations.

Aktaş Holding continues to develop sustainable relations with its stakeholders.

Paying a visit to İZODER (Thermal Insulation, Water Proofing, Sound Insulation and Fireproofing Association), a non-governmental organization aiming to raise public and sector awareness on insulation, Aktaş Holding met with sector officials to discuss sectoral evaluations and potential collaborations.

On behalf of Aktaş Holding, the Chief Executive Officer İskender Ulusay and Industrial Products Sales and Marketing

Group Manager Armağan Tışli took part in the visit.

During the visit, information was given to the authorities of the association about the activities of Ak-İzo, Aktaş Holding's Building Group Company, and association's taking a more active role in the forthcoming processes was discussed.

After this extremely fruitful visit, Ulusay and Tışli thanked İZODER's Board Chairman Levent Pelesen and Secretary General Timur Diz.

SAĞLIK BULUŞMALARI TAM GAZ

Aktaş Holding tarafından, çalışanların sağlığının korunup geliştirilmesi amacıyla hayata geçirilen Sağlık Buluşmaları Projesi, olumlu sonuçlar vermeye devam ediyor. Diyetisyen Pınar Yaprak öncülüğünde, 12 Mart tarihinden bu yana 19 Aktaş çalışanı toplamda 77,4 kg vermeyi başardı.



Aktaş Holding tarafından, çalışanların sağlığının korunup geliştirilmesi amacıyla hayata geçirilen Sağlık Buluşmaları Projesi tüm hızıyla devam ediyor.

Özel Anadolu Hastanesi'nden Diyetisyen Pınar Yaprak öncülüğünde, 12 Mart tarihinden bu yana 19 Aktaş çalışanı toplamda 77,4 kg vermeyi başardı. Proje, Aktaş çalışanları açısından son derece faydalı ilerlerken, seanlara katılan çalışanlar da projenin başlangıcından bu yana kararlı bir duruş sergiliyor.

Aktaş çalışanları, gerçekleşen seanstarın ardından diyetisyen tarafından kendilerine verilen önerilere uygun bir yaşam biçimi benimsemeye gayret ediyor. Sağlık Buluşmaları projesinin, ilerleyen süreçlerde çok daha iyi sonuçlar vermesi bekleniyor.

HEALTH MEETINGS AT FULL STEAM

The health meetings project implemented by Aktas Holding with the aim of protecting and improving the health of the employees continues to yield positive results. Under the leadership of dietician Pınar Yaprak, 19 Aktas employees have managed to lose 77.4 kg in total since 12 March.

The health meetings project implemented by Aktas Holding with the aim of protecting and improving the health of the employees is continuing at full steam.

Under the leadership of dietician Pınar Yaprak from the Private Anadolu Hospital, 19 Aktas employees have managed to lose 77.4 kg in total since 12 March. While the project is extremely useful for Aktas employees, the employees participating in the sessions have been

taking a decisive stance since the beginning of the project.

Following the sessions, Aktas employees strive to adopt a lifestyle that is appropriate to the recommendations given to them by the dietician. The health meetings project is expected to deliver much better results in the process ahead.

OYLUM ÖZTÜRK ERDEM ULUDAĞ ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİYLE BULUŞTU

Aktaş Holding İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim Grup Yöneticisi Oylum Öztürk Erdem, Uludağ Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans Örgütsel Davranış dersine katılarak, öğrencilere destek verdi.



Aktaş Holding, eğitim-öğretim kurumlarıyla olan güçlü ilişkilerini sürdürmeye devam ediyor.

Aktaş Holding İnsan Kaynakları ve Kurumsal İletişim Grup Yöneticisi Oylum Öztürk Erdem, Uludağ Üniversitesi İşletme Yüksek Lisans Örgütsel Davranış dersine katılarak, öğrencilere destek verdi.

Oldukça verimli geçen derste öğrenciler, 'Yönetimsel Karar Alma' konusunun hayattaki karşılığını öğrenme fırsatı buldu.

Deneyimlerini paylaştı

Örgüt içindeki insan davranışlarını anlamak, çalışanı daha etkin ve başarılı kılmak amacı taşıyan Örgütsel Davranış dersinde Erdem, süreçle ilgili bilgi ve deneyimlerini öğrencilere aktardı. Öte yandan Örgütsel Davranış; işin etkin biçimde yapılması, iş için uygun insan seçimi, iş görenlerin yetenek ve becerilerinin ölçülmesi, iş başvurularının psikolojik açıdan değerlendirilmesi, mesleki eğitim ve çalışanların performanslarının değerlendirilmesi gibi çeşitli alanları kapsıyor.



OYLUM OZTURK ERDEM MET THE STUDENTS OF ULUDAG UNIVERSITY

Aktas Holding Human Resources and Corporate Communication Group Manager Oylum Ozturk Erdem attended the Business Administration Master's Program Organizational Behavior course and supported the students of Uludag University.



Aktas Holding continues to maintain its strong relations with educational institutions.

Aktas Holding Human Resources and Corporate Communication Group Manager Oylum Ozturk Erdem attended the Business Administration Master's Program Organizational Behavior course and supported the students of Uludag University. In a very productive course, students

had the opportunity to learn the value of 'Managerial Decision Making' in life.

She shared her experiences

In the course of Organizational Behavior, which aims to understand human behavior within the organization and to make the employee more effective and successful, Erdem conveyed her knowledge and experiences about the process to the students.

Organizational Behavior, on the other hand, covers various areas such as doing the job effectively, choosing appropriate people for the job, measuring the skills and talents of the employees, evaluating the job applications from a psychological perspective, vocational training and evaluating the performance of the employees.

ÇANAKKALE TİCARET VE SANAYİ ODASI'NDAN TECHNO AKTAŞ'A ÖVGÜ

Aktaş Holding'in Bulgaristan'daki yapılanması Techno Aktaş, Çanakkale Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu üyelerini ağırladı. Bulgaristan temaslari kapsamında şirketi ziyaret eden yetkililer, Techno Aktaş'ın bölgede gerçekleştirdiği başarılı çalışmaların kendilerini de gururlandırdığını söyledi.



Çanakkale Ticaret ve Sanayi Odası Yönetim Kurulu, Bulgaristan'ın Filibe (Plovdiv) kentine Dış Ticaret Heyeti düzenleyerek, bölgede çeşitli temaslarda bulundu.

Bulgaristan programı kapsamında, Çanakkale-Bulgaristan özelinde gerçekleştirilen dış ticaretin geliştirilmesi amacıyla yapılabilecek iş birliklerini görüşen yetkililer, Techno Aktaş'ı da ziyaret etti.

Techno Aktaş'ın kurulduğu günden bu yana bölgede gerçekleştirdiği başarılı faaliyetleri yakından takip ettiklerini belirten Çanakkale heyeti, başarı hikayelerinin kendilerini de gururlandırdığını söyledi. Çanakkale heyeti, Techno Aktaş'a övgü dolu sözlerle sarf etti.

Şirketi yakından tanıdılar

Heyet için fabrika turu da organize edilirken, yetkililer Techno Aktaş'ı yakından tanıma fırsatı buldu. Gerçekleşen ziyaret, her iki taraf açısından da oldukça verimli geçerken, bölgede birlikte yapılabilecek yeni işlerle alakalı çeşitli görüşmeler de yapıldı.

ÇANAKKALE CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY PRAISES TECHNO AKTAŞ

Aktaş Holding's affiliate in Bulgaria, Techno Aktaş welcomed the Board members of the Çanakkale Chamber of Commerce and Industry. Officials who visited the company as part of their Bulgarian contacts said that they are proud of the Techno Aktaş' successful works in the region.

The Board of Directors of the Çanakkale Chamber of Commerce and Industry organized a Foreign Trade Delegation to Plovdiv (Plovdiv), Bulgaria and held various contacts in the region. Within the scope of the Bulgarian program, officials who discussed the cooperation that could be made in order to improve the foreign trade between Çanakkale and Bulgaria also visited Techno Aktaş.

Stating that they have been closely following the successful activities of Techno Aktaş in the region since the day it was founded, Çanakkale delegation said

that the success stories also make them proud. The Çanakkale delegation praised Techno Aktaş.

They had the opportunity to get to know the company

A factory tour was also organized for the delegation and the authorities had the opportunity to get to know Techno Aktaş closely.

While the visit was very fruitful for both sides, several meetings were held regarding the new works that could be done together in the region.

AKTAŞ HOLDİNG KİYASLAMA ÇALIŞMASI'NA KATILDI

Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) Kıyaslama Grubu üyeleri arasında yer alan Aktaş Holding, bu yıl 18'incisi gerçekleştirilen Kıyaslama Çalışması'nda katılım sertifikası almaya hak kazandı.



Aktaş Holding, sektöre katkı sağlamak adına düzenlenen çeşitli organizasyonlara katılım sağlamayı sürdürüyor.

Taşıt Araçları Tedarik Sanayicileri Derneği (TAYSAD) Kıyaslama Grubu üyeleri arasında yer alan Aktaş Holding, bu yıl 18'incisi gerçekleştirilen Kıyaslama Çalışması'nda katılım sertifikası almaya hak kazandı.

10 Temmuz 2019 gerçekleştirilen toplantıda, Aktaş Holding adına sertifikayı Yönetim Sistemleri ve Kalite Yöneticisi Gülcan Argunhan teslim aldı.

Öte yandan, kıyaslama çalışmasında 36 adet performans göstergesi ele alınırken, 49 şirket de kıyaslamaya tabi tutuldu. Toplantı tüm katılımcılar açısından oldukça faydalı geçti.

AKTAŞ HOLDING PARTICIPATED IN THE BENCHMARKING STUDY

Aktaş Holding, one of the members of the Association of Automotive Parts & Components Manufacturers' (TAYSAD) Benchmarking Studies, was awarded the certificate of participation in the 18th Benchmarking Study this year.

Aktaş Holding continues to participate in various events organized to contribute to the sector.

Aktaş Holding, one of the members of the Association of Automotive Parts & Components Manufacturers' (TAYSAD) Benchmarking Studies, was awarded the certificate of participation in the 18th Benchmarking Study this year. At the meeting held on July 10, 2019,

Gülcan Argunhan, Management Systems and Quality Manager received the certificate on behalf of Aktaş Holding. 36 performance indicators were discussed in the benchmarking study and 49 companies were subjected to benchmarking.

The meeting was very beneficial for all participants.

YENİLİKÇİ MARKA OLABİLMENİN DAYANILMAZ AĞIRLIĞI

Rekabet ligine çıkmış markaların, görmezden geledikleri bir zorunluluk “yenilikçilik” Maliyeti yüksek; sürdürülebilirliği çetin ve yüzde yüz nitelikli insan kaynaklarıyla, kurumsal yönetim disiplinine bağlı. Oluşturduğu değer ise tartışılmaz! Yenilikçi Global Markalar araştırmasının ilk beşi, bu kavramın neden önemli olduğunun adeta kanıtı! Geleceğe uzanacak şirket olabilmenin yolu artık buradan geçiyor.



Inovasyon neredeyse sanayi devrimiyle eşdeğer bir kavram. Anlaşılan mananın ötesindeki boyutuysa, son 20 yıldır derinlik kazandı. 70’li yıllarda rakip markalar, günün ihtiyaçlarına dönük çözümler arayıp, arz ve talep ilişkisine göre hizmet veya üretim yaparken, 80’li yıllarda durum tüketici lehine değişti. Milenyumla birlikte ise yarının dünyasına üretme fikri ağırlık kazandı. Markaların, işletmelerin attığı her adım, tüketici beklentilerini yükseltirken, geleceğin markası olabilmek iddiası “yenilikçiliği” şirket kültürlerinin çekirdeği yaptı. Evet, iş dünyası, yaratıcılık ve yenilikçiliğin önemini artık çok daha iyi biliyor. Bu da nitelikli insan kaynakları ve kurumsal yönetim disiplinleri olmadan gerçekleştirilemiyor.

Öznesi insan kaynakları

Avrupa ve Amerika merkezli global şirketler dahilinde yapılan bir araştırma, fark oluşturmuş, yenilikçi şirket tanımının içine fazlasıyla uyumlu kurumların ilk yapılanmayı insan kaynaklarında başlattığını gösteriyor. Örneğin günümüzde IT teknolojilerinin bir numarası olarak kabul edilen bir marka, sistemli bir biçimde 30 yıldır insan kaynaklarına yatırım yapıyor. Üniversitelerin en iyileri sürekli bu markanın radarında. İşe alım süreçleri tamamlandıktan sonraysa, sonu gelmeyen “sürekli gelişim ve eğitim” perspektifinde kurum içi programlar yönetiliyor. Şirket anayasasına giren şu söz anlayışı kavramak için kafi: Bir kurumu “yenilikçi” yapan şey, onun insan kaynağının içindeki “yenilikçilik”

enerjisidir. Bu yüzden her geçen yıl inovasyon oluşturacak yenilikçi beyinlere olan ihtiyaç da artıyor. Bu da ciddi bir maliyet! Çünkü ayın sonunda nitelikli bir personele ödenecek maaştan öte, o personelin şirket içinde üretken yaşamasını sağlayacak imkanları da sürdürülebilir kılmak gerekiyor. İyi bir ofis, makul çalışma saatleri, geleceğe güven, tam özlük hakları, fikri beslenme kanallarına yönelik yatırımlar, şeffaflık, sistem içinde karar alma ve söz hakkı tanıma ilk öne çıkanlar!

Hem yenilikçi, hem de yaratıcı olmak

Başlıktan da anlaşılabilceği gibi iki kavram arasında fark var! Inovasyon ve yaratıcılık temelde birbirine yakın kavramlar gibi görünse de temel farklılık “aksiyon alma” noktasında kendini

INEVITABILITY OF BEING INNOVATIVE BRAND

"Innovation", an obligation that has to be adopted by the brands competitive in their respective field of activities, is costly and hard to sustain and based on a discipline of corporate governance with 100% qualified human resources. The value it creates is indisputable! The top five of the innovative Global Brands surveys is proof why this concept is important! The way to become a company that extends to the future is through this concept.

Innovation is almost equivalent to the industrial revolution. Its dimension beyond the classical meaning has gained depth in the last 20 years. While competing brands in the 70s were looking for solutions to the needs of the day and were producing services according to the relationship between the supply and demand, the situation changed in favor of consumers in the 80's. With the millennium, the idea of producing for the world of tomorrow gained traction. Every step taken by brands and businesses raised the expectations of consumers, while the claim of being the brand of the future made "innovation" the core of company cultures. Yes, the business world knows much better the importance of creativity and innovation. This cannot be achieved without qualified human resources and corporate governance disciplines.

Human resources play a central role

A survey of global companies based in Europe and the United States shows that organizations that have made a difference and are highly compatible with the definition of an innovative company have initiated the first structuring in human resources. For example, a brand that is now regarded as the number one in IT technologies has been investing in human resources for 30 years in a systematic manner. The best universities are constantly on the radar of this brand. After the recruitment process is completed, in-house programs are managed for the endless "continuous development and training". In order to grasp this understanding, the following principle of the companies' constitution tells a lot: What makes an organization innovative is its energy of innovation within its human resource. Therefore, the need for innovative minds that will create innovation is increasing every year. This has a heavy cost! Because it is more important to maintain the facilities that will make employees within the company more productive than the salary to be paid to qualified personnel at the end of the month. A good office, reasonable



Yenilikçi şirket kültüründe müşterileri gözlemlemek de esastır. Müşterilerin ürünleri nasıl kullandıkları görülmeli, buna göre geliştirme yapılmalıdır.

It is also essential to observe customers in the innovative company culture. How customers use the products must be observed and improvements must be made accordingly.



gösteriyor. Belki de bütün zamanların en ünlü mucidi diyebileceğimiz Thomas Edison'un şu sözünü arka arkaya birkaç kez okuyalım : "Ben başarısız olmadım. Ampulün çalışmayan 10 bin çeşidini buldum" İşte bu ifade, yenilikçilik yolunda hiç durmaksızın çalışmak gerektiğinin en kısa açıklaması. Günümüzün lider yenilikçi markalarının enerjisi de kendini burada ortaya koyuyor. Önce kendilerini, sonra içinde yer aldıkları işletmeyi, bir sonraki aşamada ise toplumu, hatta dünyayı değiştiriyorlar.

Peki yenilikçi marka olabilmenin diğer unsurları neler?

Global ölçekli yenilikçi şirket araştırmalarda sorgulanan noktalardan biri de ezber bozan markaların ne kadar

"cesur" oldukları! Detaylı bir irdilemede bu markaların mevcut kurallar dışına çıktıkları net biçimde gözlemlenebiliyor. Örneğin chip teknolojisinde, daha hızlı olanı üretmesi yeterliyken, kuantum sınırlarını zorlamaya odaklanmış bir markayı yalnızca "cesur" olarak tanımlamak kafi değil! Cüretkâr, çılgın, hadsiz tanımlarını da yanına eklemek gerekiyor. Evet, bu şirketler konforlu alandan çıkıp, değişim rüzgarını yakalamak için engin sulara açılıyor. Kendilerine, çevrelerine ve hatta rakiplerine ilham veriyor.

Ama nasıl ?

Araştırmalardan çıkan bir sonuç da "yenilikçi şirket" ya da onların çekirdeğini oluşturan "yenilikçi insan

gücü" doğuştan kazanılmış özelliklerle gelmiyor. Neredeyse tamamına yakını bu özelliklerini "sonradan" kazanıyor. Çünkü yenilikçilik, yaratıcılık; hiç bitmeyen bir öğrenme süreci, bir iş yapış biçimi demek. Geldiğimiz bu evrede yaratıcılık ve yenilikçilik arasındaki temel farklardan biri daha kendini gösteriyor: Ölçülebilirlik. Yaratıcılık hala sübjektif göstergelerle; " Çok yaratıcı, az yaratıcı" gibi değerlendirilirken, yenilikçilik son derece somut ve ölçülebilir parametrelerle yorumlanıyor ve sonradan öğreniliyor. İstemek, kararlı olmak, yatırım yapmak başlangıç noktası.

Nereden başlamalı?

"Yenilikçilik kültürü" yaratmamanın ilk aşaması önce; kalıplardan, ezberlerden

**Yalınlaştırmak,
kolaylaştırmak, yenilikçiliğin
en kolay halidir ve etkilidir.**

**Simplifying and facilitating
is the easiest state of
innovation and effective.**



working hours, confidence in the future, full personal rights, investments in intellectual channels, transparency, having a say in the decision-making processes within the system are prerequisites of this process.

Being innovative and creative

As the title suggests, there is a difference between the two concepts! Although innovation and creativity seem to be basically similar concepts, the main difference is in "taking action". Let's read several times in a row the following statement of Thomas Edison, who is perhaps the most famous inventor of all time: "I did not fail. I found 10 thousand kinds of light bulbs that don't work". This is the shortest explanation of the need to work ceaselessly towards innovation. The energy of today's leading and innovative brands lies here. First they change themselves, then they change their businesses, and in the next stage they change the society, even the world.

What are the other elements of being an innovative brand?

One of the points questioned in the global innovative company researches is how "brave" the groundbreaking brands are. In a detailed examination, it can

be clearly observed that these brands have gone beyond the existing rules. For example, think of company in chip technology; while it is enough to produce the faster chips, it is not enough to define a brand that is focused on pushing the quantum limits as "brave"! The definition must also include such adjectives as bold, crazy and limitless. Yes, these companies leave the comfort zone and open to vast waters to catch the wind of change. They inspire themselves, their environment and even their rivals.

But how ?

Another conclusion from the researches is that the features of innovative companies or the innovative manpower that forms the backbones of such companies is not innate. Almost all of them acquire these features "afterwards.. Because innovation and creativity mean a never-ending learning process and a way of doing business. In this phase, one of the main differences between creativity and innovation is manifest: Measurability. Creativity is still subject to subjective indicators like "very creative or little creative, innovation is interpreted with highly concrete and measurable parameters and can be subsequently learned. Willingness, determination, investing is the starting point.

Müşterilere, ürün veya hizmetlerin nasıl geliştirebileceği net biçimde sorulduğunda, arz ve talep ilişkisi ekseninde birçok fikir oluşacaktır. Bu istekleri dinlemek ve geri dönüş sağlamak önemlidir.

When customers are clearly asked how products or services can improve, many ideas will emerge on the axis of supply and demand. It is important to listen to these requests and provide feedback.



kurtulmak. Başka bir ifadeyle sınırların dışına çıkmak. Bunu başarabilmek oldukça zor gibi görünse de zafere giden ilk adım "konfor alanını" terk etmekten geçiyor. Yenilikçi marka olma yolunda asla akıldan çıkartılmaması gereken; hizmeti, ürünü, üretim süreçlerini, rekabet anlayışını geliştirmekten daha da öteye taşımak yani "icat eden marka" olabilmek. Yenilikçilik, bir marka için artan müşteri talebinin yanında, farkındalık körlüğünü de kaldırmayı sağlıyor.

Mesela; çevre dostu yeni bir ürün grubu oluşturmak, şirket için anında yüksek geri dönüş sağlamasa da; orta veya uzun vadede, oluşturacağı duygusal bağ ile karlılık sağlar.

Yeni bir kategori oluşturmak, yenilikçi markanın başka bir rolüdür.

Stratejik plan oluşturma

Başarılı olmak için, inovasyonun stratejik bir plan yapısı dahilinde özenle yetiştirilmesi gerekir. Güçlü, iyi yazılmış stratejik plana sahip olmak, markalara kurumsal kimliklerini korumak için gerekli çerçeveyi de sağlar. Stratejik bir planın oluşturulması, aynı zamanda şirket değerinde kısa vadeli kar riskini de azaltır. Şirketin pazar payını artırmak, karını yükseltmek için uzun vadeli bir planda inovasyonu bir araç olarak kullanmasının önünü açar.

Kurumsal kimliğe uyum sağlama

Bir markaya, yenilikçi fikirler eklenmeden önce, markanın kimliğini bilmek son derece önemlidir. Hedef kitlenin marka üzerindeki izlenimi, müşterilerin markayı nasıl gördükleri, markaya kurumsal bakış açısı gibi sorular yanıtlanmış, tanımlanmış olmalıdır. Bir şirket markasının kimliğini net tanımladığında, yenilikçi fikirleri, buna uyumlu stratejik planları uygulaması kolaylaşır. En önemlisi; marka kimliğine uymayan fikirler, baştan elenir.

İnovasyonu doğru kullanma

İnovasyonu şirket içinde uygun bir yerde tutmak esastır; inovasyon, alternatif bir büyüme yolu değildir. Markayı destekler ve geliştirir. Yenilikçi fikirler ve ürünler kullanarak, şirketler güçlenebilir ve ürün yelpazesini veya pazar payını artırabilir. Doğru kullanıldığında, yenilikçilik yeni pazarları ve yeni müşterileri çekebilir. Yanlış kullanıldığında ise yenilik, mevcut bir markayı kolayca öldürebilir ve dünya çapında işe yaramaz hale getirebilir.



Personel, bir ürün veya hizmetin, hedef kitleye ulaşma noktasında birer elçidir. Aksiyonun merkezinde yer alırlar, daha iyi gözlem yapabilirler. İyi fikirleri ortaya koyabilmek için cesaretlendirilmeleri gereklidir.

Duygusal bağlantılar kurma

İnovasyon, basitçe bir problem çözmekten daha fazlasını hedeflemeli. Günümüzün rekabetçi pazarı benzer ürünlerle dolu. Yenilikçi bir ürün veya çözüm sunulduğunda, pazar hızla kopyalarla dolur. Müşterileriyle sıkı ilişkilerini korumak isteyen markaların bu yüzden, hedef kitleyle duygusal bağlar kurması gereklidir. Satın alma kararında duyguların büyük bir rol oynadığı unutulmamalıdır. Hedef gruplar her zaman daha büyük bir işletmeye bağlıymış gibi hissetmek isterler.

Tutarlı olmak

Bir markanın yenilikçiliği, başarıyla bütünleştirilmesi için tutarlı olması da şarttır. Yenilikçi fikirler markaya uymuyorsa, müşterilerin marka kimliği hakkında kafaları karışacak ve şirket itibar kaybedecektir. Yeni ürünler veya hizmetler, pazara sunulurken, marka kimliğinde genelinde tutarlılığın

sürdürülmesi oldukça kıymetlidir. Paketleme, etiketleme, reklam birbiriyle uyumlu, net ve tutarlı olmalıdır.

Alakalı kalmak

Yenilikçilik, asla gelir geçer trendlerin arkasına yerleştirilmemelidir. Elbette, trendlere uyum sağlamak önemlidir. Fakat trende dayalı bir marka yenilikçiliği oluşturmak, trend bittiğinde şirketi başarısızlığa uğratar. Şirketler sadece havalı değil, konuyla ilgili ve dikkatli de olmalıdır.

İnovasyon, müşterilere beklemedikleri bir şeyi sunmak, hedef kitleyi şaşırtmak demektir. Müşterilere yeni bir şey vermek, heyecan ve ilgi yaratır. Fakat sadece yeniliğe odaklanan bir şirket, müşterileri ile bağlantı kurmakta zorlanabilir. Bu yüzden, hedef kitlenin düşünceleri dinlenmeli, duygularına dokunacak ataklar yapılmalıdır.

Where to start?

The first stage of creating a “culture of innovation” is to get rid of patterns and clichés. In other words, it requires going beyond the limits. Although it seems difficult to achieve, the first step towards victory is to leave the “comfort zone”. It must be noted that to be an innovative brand; service, product, production processes and understanding of competition must not only be developed but they must also push the limits; in other words, a “brand inventing new things” must be designed. Innovation helps removal of awareness blindness as well as increasing customer demand for a brand. For instance, although creating a new environmentally friendly product line does not provide immediate high returns for the company, in the medium or long term, it provides profitability with the emotional bond it creates. Creating a new category is another role of the innovative brand.

Strategic planning

In order to be successful, innovation must be carefully cultivated within a strategic plan structure. Having a strong, well-written strategic plan provides brands with the necessary framework to protect their corporate identity. Establishing a strategic plan also reduces the risk of short-term profit in the value of the company. Increasing market share paves the way for the company to use innovation as a tool in a long-term plan to increase its profits.

Adapting to corporate identity

Before adding innovative ideas to a brand, it is important to know the brand’s identity. Questions such as the impression of the brand on the target audience, how customers see the brand, and the corporate perspective to the brand should be answered and defined. When a company clearly describes its brand identity, it becomes easier to implement innovative ideas and strategic plans that are aligned with it. Most importantly, ideas that do not fit the brand identity are eliminated from the beginning.

Using innovation correctly

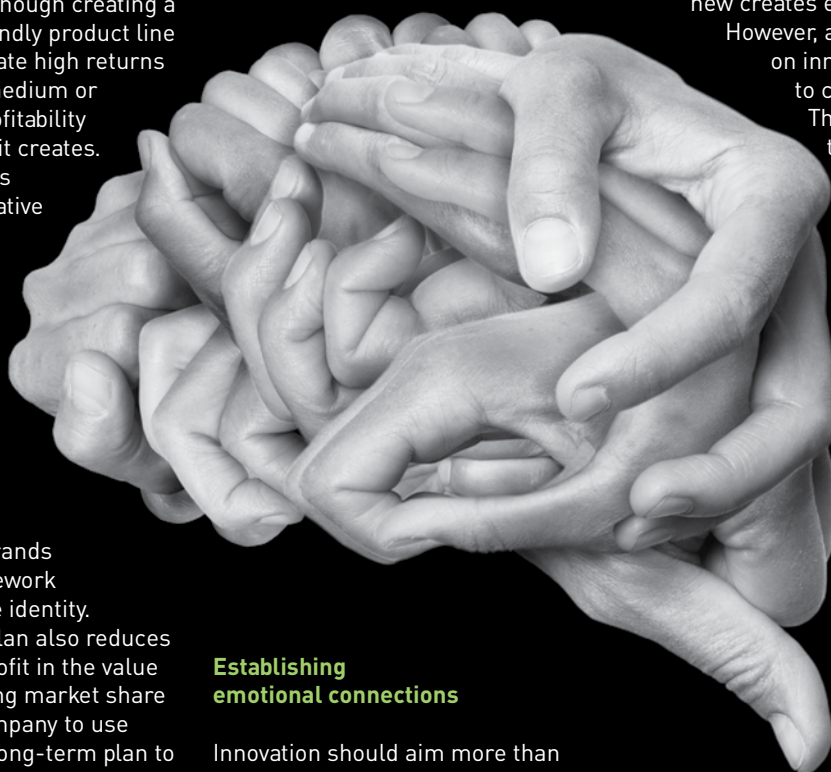
It is essential to use innovation within the company correctly; innovation is not an alternative way of growth. It supports and develops the brand. By using innovative ideas and products, companies can become empowered and increase their product range or market share. When used correctly, innovation can attract new markets and new customers. If used incorrectly, innovation can easily kill an existing brand and make it useless worldwide.

maintaining consistency across brand identity is highly valuable. Packaging, labeling, advertising should be compatible, clear and consistent.

Staying relevant

Innovation should never be placed behind temporary trends. Of course, it is important to adapt to trends. But creating a trend-based brand innovation will fail the company when the trend is over. Companies should be not only cool, but also relevant and careful. Innovation means offering customers something they don’t expect, surprising the target audience. Giving customers something new creates excitement and interest.

However, a company that focuses only on innovation may find it difficult to connect with its customers. Therefore, the thoughts of the target audience must be listened and moves must be made to touch their emotions.



Establishing emotional connections

Innovation should aim more than simply solving a problem. Today’s competitive market is full of similar products. When an innovative product or solution is offered, the market is quickly filled with copies. Brands that want to maintain close relationships with their customers should therefore establish emotional ties with their target audience. Emotions play a major role in the purchase decision. Target groups always want to feel connected to a larger business.

Being consistent

A brand must be consistent in order to integrate innovation with success. If innovative ideas do not fit the brand, customers will be confused about the brand identity and the company will lose reputation. While new products or services are introduced to the market,

Personnel are ambassadors of a product or service while reaching the target audience. They are at the center of the action, they can observe better. They need to be encouraged to put forward good ideas.

ÇEVİRİMİÇİ OLMAK

Satış kanallarında, sosyal medyada, müşteri ilişkilerinde, itibar yönetiminde ve gelecekte... On-line akımıyla başlayan “çevrimiçi konsepti” bir markanın alan adıyla oluşturulmuş internet sitesinden çok adım ötesi demek! Üstelik bu süreç birbiriyle bütünleşik yönetiliyor. Erişilebilir marka olma iddiası taşıyan her kurum birer ikişer çevrimiçi moda geçiyor.

Çevrimiçi olmak demek bir marka için e-ticaret sitesi kurmak, satış ağını dijital ağa da taşımak demek değil. Bir markayı veya bir şirketi, ihtiyaç duyduğu tüm dijital platformlarda yaşayan bir organizma haline getirmek demek. Özellikle 90’lı yılların ortalarından beri, dayanıklı tüketimden perakendeye, endüstriyel kuruluşlardan hizmet sektörlerine yüzbinlerce marka dijital ağlara uyum sağlamak adına dönüşüm geçiriyor, insan kaynaklarına ve teknolojiye yatırım yapıyor. Zira sektörü ne olursa olsun her marka erişilebilir, ulaşılabilir ve bilinir olmak istiyor. 90’lı yılların başında “internet sitesine ihtiyacımız yok ki!” diyen marka & işletme sahipleri, günümüzde artık yok. Bir anlamda çevrimiçi olmak demek, markayı dijital alem sınırlarında da koruma altına almak demek. En basitinden isim benzerliği sonucu açılmış, sosyal medya hesapları bile, markasını korumak isteyen işletmeleri rahatsız edebiliyor.

Çevrimiçi olmanın yol haritası

Markasını alan adıyla internete taşıyan birçok firma, web sitesi denilen yazılım kodlarından oluşturulmuş, görsellerle desteklenmiş elektronik tanıtım vitrinin, yaşayan, beslenen ve gelişen bir organizma olduğunu idrak edemiyor. Oysa bir internet sitesinin, düzenli güncellemeler, arama motorlarında yapılacak indekslemelerde ilk sıralarda çıkabilmesi için SEO uygulamalarına da ağırlık vermesi gerekiyor. Yol haritasının başlığını oluşturan internet sitesinin; güven veren, markayı iyi anlatan, kullanıcı dostu bir yazılıma sahip olması hayli kıymetli.

Anlaşılır ve görünür kılmak

Çevrimiçi olma yolunda izlenecek rotalarda, net ve fark edilir olmak da önemli. Kullanılacak tüm anlatılarda; şirketi farklı kılan değerleri, güçlü yanlarını, hizmet ve ürün sattığı



BEING ONLINE

Sales channels, social media, customer relations, reputation management and the future ... The “online concept” is well beyond a website created with the domain name of a brand! Moreover, this process is managed in an integrated manner. An increasing number of organizations that claim to be an accessible brand adopts the “online mode”.



Being online doesn't mean setting up an e-commerce site for a brand or moving the sales network to the digital network. It means transforming a brand or a company into a living organism on all the digital platforms it needs. Particularly since the mid-1990s, hundreds of thousands of brands from durable consumption to retail sectors, from industrial organizations to service sectors have been transforming to adapt to digital networks; invests in human resources and technology. Every brand, regardless of its sector, wants to be accessible, accessible and known. Today, there are no more brands and businesses that claim “we don't need internet sites!”, which was a widespread belief in the 1990's. In a sense, being online means protecting the brand within the limits of the digital world. Even simple social media accounts opened as a result of name resemblance can disturb businesses that want to protect their brand.

Roadmap to being online

Many companies carrying their brand name to the internet cannot comprehend that an electronic promotional display created from software codes called web sites and supported by visuals is a living, nurturing and developing organism. However, a web site must also focus through regular updates on the SEO applications in order to be among the top search results listings. It is very valuable that the website that is the base of the road map has user-friendly software that gives confidence and reflects the brand well.

Being clear and visible

It is also important to be clear and visible on the routes to be online. In all narratives to be used, it is essential to be concise in presenting the values that make the company different, its strengths, the customers that it sells services and



müşterileri, etik ve çevre eksenindeki şirket politikalarını, sosyal sorumluluk programlarını, çalışanlarına sunduğu ayrıcalıkları, kısa ve öz anlatmak şart. Örneğin, müşteri deneyimlerine dayalı yorumların, referansların, çevrimiçi projelerinde dev global markalarca ilk önemsenen nokta olması, değerli bir ipucu olsa gerek. Artı özgünlük. Her kelimenin, her fotoğrafın kusursuz ve

markaya özel olması da zaruri..

Sosyal ağlara dahil olmak

Bir markanın çevrimiçi olurken, özen göstermesi değer yaratacak bir husus da, bütünleşik sosyal medya yönetimi gerçekleştirmesi. İnternet sitesindeki İK sayfalarını, LinkedIn gibi iş profesyonellerinin bir arada olduğu

ağlarla desteklemeyen bir markanın beklentilerini karşılayabilmesi, dijital ayak izini büyütmesi çok kolay değil. Bu yüzden her platformu, varoluş sebebine uygun kullanmak çevrimiçi dönüşüme değer yüklüyor. Instagram'ın bir fotoğraf ve video paylaşım ağı olduğunu unutan markalar, burada daha çok sayıda ve daha dikkat çekici fotoğraflar paylaşmak yerine, tek fotoğraf altında uzun metinler paylaşarak, takip edilme cazibelerini yok ediyor. Kimi firmalar ise twitter gibi mikro bloglarda, kendi tuzaklarını kendileri kuruyor. İmalat alanı gereği insan sağlığı, çevre, çalışma koşulları konusunda, tutarlı özenli politikaları olması gereken bir marka, "Çevre Günü", "Dünya Kadınlar Günü" gibi kamuoyu hafızasında önemi olan konularda verdiği duyarlı mesajların aksine, yönetemediği bir krizle, trend topic konumuna yükselebiliyor. Sosyal medyada söylediğini yapmak, yapmadığını söylememek en temel kural. Tek bir nokta bile kayda geçiyor! Vakti gelince hatırlatacak olanlar sürekli çevrimiçi.



products, the company policies on the ethical and environmental axis, social responsibility programs and the privileges it offers to its employees. For example, comments and testimonials based on customer experiences and being the preferred choice of the giant global brands are valuable proofs. Originality is also highly significant. It is essential that every word and every photo is perfect and brand-specific.

Being active on social networks

While being online, another issue that a brand must focus on and that will create added value is the integrated social media management. It is not easy for a brand that doesn't support its HR pages with networks bringing together business professionals like LinkedIn to meet the expectations and to increase the digital footprint. Therefore, using every platform in accordance with the brand's raison d'être adds value to online transformation. Forgetting that Instagram is a photo and video sharing network, brands here miss the chance of being followed by sharing long texts under one photo, rather than sharing more and more remarkable photos. Some companies are setting up their own traps on micro blogs like Twitter. A brand that should have consistent careful policies regarding human health, environment and working conditions as a necessity of its manufacturing field, contrary to the



sensitive messages it gives on issues such as "Environment Day" and "International Women's Day", it can become a trend topic due to a crisis not handled properly. The basic rule on the social media is to do what you say and not to say what you don't do. Even a simple point may be brought to our attention one day. The social media is rife with those who will remind that point in due course.

Creating content

One of the rules of being online is to produce good and understandable content that will touch people and their mind. The first stage of this perspective is to determine the strategy; codifying what to tell and not to tell. For example, a message by a brand producing saws,

Sektörü ne olursa olsun her marka erişilebilir, ulaşılabilir ve bilinir olmak istiyor. Bir anlamda çevrimiçi olmak demek, markayı dijital alem sınırlarında da koruma altına almak demek.

Every brand, regardless of its sector, wants to be accessible, accessible and known. In a sense, being online means protecting the brand within the limits of the digital world.





İçerik oluşturmak

Çevrimiçi olmanın kurallarından biri de iyi, anlaşılabilir, insana, akla zihne dokunacak içerikler üretmek. Bu perspektifin ilk aşaması ise strateji belirlemek; neyi anlatıp, neyi anlatmayacağını yazılı hale getirmek. Örneğin; testere, balta, pala gibi orman ürünlerinin kesilmesinde kullanılan aletleri üreten bir markanın orman haftasında mesaj vermesi, pusuda bekleyen, haylaz takipçiler için ironik bir malzeme olabilir. Keza 23 Nisan'ı kutlayan, Dünya Çocuk Hakları Evrensel Beyannamesi için mesaj veren bir markanın, çocuk işçi çalıştırdığının ortaya çıkması da kabul edilebilir değildir. Üretim kalitesi, üretilen bir ürünün yaşama kattığı değer, alınan ödüller, şirketin

çevreye ve insana bakış açısı, toplumun üzerinde ortak hislere sahip olduğu özel günler, çocuk ve kadına yönelik pozitif ayrımcı mesajlar, çevrimiçi tüketimin arz ve talep ilişkisinde oldukça değerlidir.

Hızlı ve tatminkar yanıt vermek

Dijital dünyada işler hızlı ilerler! Küçük bir kartopu, kontrol edilmediğinde çığa dönüşebilir. Çevrimiçi olurken, kolay ulaşılabilir olmanın yanında ulaşana, soru sorana hızlı ve tatminkar yanıtlar da vermek önemlidir. Bir sebepten dolayı, şikayetini, bir talebini veya bir izlemine paylaşan herhangi bir takipçi, önemsenmediği hissine kapılırsa hırçınlaşma eğilimi sergileyebilir.

Hangi platform nasıl?

Google Map: Fabrika ya da mağaza, hiç fark etmez; kolayca bulunabilir olmak isteyen her marka tarafından kontrol edilir, yönetilir hale getirilmelidir. Bu platform üzerinden yapılan yorumlar, yönetilmediği takdirde zaman zaman markalar için can yakıcı olabilmektedir.

Foursquare: Tıpkı Google Map'te olduğu gibi, konum tabanlı çalışan bir platformdur. Yönetilmediği durumlarda yorumlar, sonradan fark edildiğinde rahatsız edici olabilmektedir.

Instagram: Kısa metin, çok fotoğraf, çok video, yüksek enerji. Gülümseyen, insanın duygularına dokunan görsel mesajlar için kullanılmalıdır.

Twitter: İş kazası, çevre koruma programları ya da toplum nezdinde yüksek bilinirliği olan her markanın, nasıl kullanılacağı markaya göre planlanmakla birlikte, olumsuz durumlarda, özellikle kriz yönetimi için mutlaka twitter hesabı bulunmalıdır.

Facebook: Kullanıcı yaş ortalamasının yükseldiği saviyla, kimi markaların gözden çıkarttıkları bu platform, yazı ve görsel mesaj kullanımlarının en kolay yapıldığı, en yoğun tüketildiği dijital sahadır. Üstelik yoğun ve uzun metin kullanımı takipçiler tarafından da tercih edilmektedir.

Pinterest: Özellikle inovatif ve tasarıma dayalı çalışmalar yöneten markaların tercih etmeleri gereken bir platform. Bu yöndeki farklılaşmalar için etkili bir çevrimiçi kaynağı

LinkedIn: Sadece İK ve bu doğrultuda kurgulanmış stratejiler için kullanılmalıdır. Şirketin bir bal kavanozu, LinkedIn ağının ise serbestçe dolaşan arılarla dolu bir vadi olduğu düşünülmelidir.

YouTube: Küresel internet ağının tüm veri akışının yüzde 80'nini videolar oluşturuyor. Özetle dünya video izliyor, görsel hikayeler izlemek istiyor. Gelecek iddiası olan her markanın gözden geçirmesi gereken bir platform

Herhangi bir internet sitesinin, düzenli güncellemeler, arama motorlarında yapılacak indekslemelerde ilk sıralarda çıkabilmesi için SEO uygulamalarına da ağırlık vermesi gerekiyor.

A web site must also focus through regular updates on the SEO applications in order to be among the top search results listings.

axes and machetes used to cut forest products will be an ironic material for lurking and mischievous followers. It is also unacceptable that a brand that celebrates April 23 and sends a message for the Universal Declaration of the Rights of the Child is found to be employing child labor. The production quality, the value of a product to life, awards received, the company's perspective on the environment and people, special days in which society has common feelings, positive discriminatory messages for children and women are highly valuable in the relationship between supply and demand of online consumption.

Responding quickly and satisfactorily

Things go fast in the digital world! A small snowball can turn into an avalanche if not controlled. While being online, it is important to provide quick and satisfactory answers to the person who asks questions, as well as being easily accessible. For this reason, any follower who shares a complaint, a request or a follow-up may tend to be agitated if he feels disregarded.

What to do on which platform?

Google Map: Regardless of the type of business, whether a factory or store, it must be managed and controlled by every brand that wants to be easily accessible. Comments made through this platform can be painful for brands from time to time unless they are managed.

Foursquare: It's a location-based platform, just like Google Map. Unless managed properly, comments can be annoying when discovered later.

Instagram : Short texts, lots of photos and videos and high energy. It must be used for visual messages that touch human emotions.

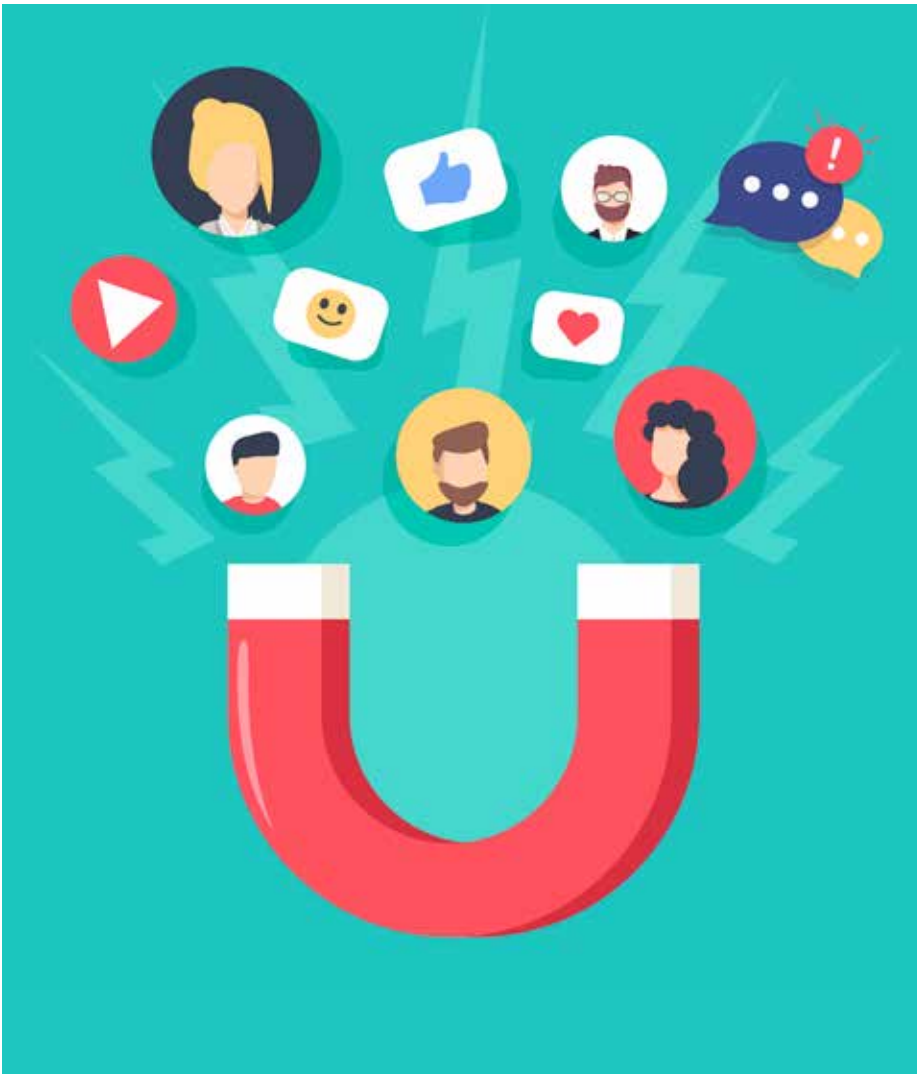
Twitter : Although the usage of this platform is managed in accordance with the type of activity the brand is active, it is a must for businesses to have a Twitter account particularly in cases of environmental protection programs and crises such as work-related accidents and other negative developments.

Facebook: With the claim that the average age of the user has risen, this platform, which is discarded by some brands, is the digital platform where text and visual message usage is made easier and consumed the most. Moreover, intensive and long text usage is preferred by followers.

Pinterest : It is a platform that must be preferred by brands that manage innovative and design-based works. An effective online resource for diversification in this direction.

LinkedIn : It must only be used for HR and strategies designed accordingly. It should be considered that the company is a honey jar and the LinkedIn network is a valley full of freely circulating bees.

YouTube : Video accounts for 80 percent of the global Internet network's entire data stream. In short, the world is watching videos and wants to watch visual stories. A platform that every brand with a future claim has to review.



ŞİRKETLERDE MUTLULUK YÖNETİMİ

Verimliliği yüksek, rekabetçi ve sürdürülebilir işletme oluşturma arayışları, çalışan mutluluğu üzerinde yoğunlaştı. Hatta mutluluk departmanı kuran firmalar dahi var.

Danimarka'dan dünyaya yayılan "Arbedjsglæde Kavramı", yani bir iş yaparken, çalışırken duyulan mutluluk hali, işletmelerin zarar maliyetlerini de düşürmede son derece etkili.

Yıllar yıllar önce geleneksel yaklaşımlara sahip şirketler, "çalışan mutluluğu" gibi kavramı uygulamak bir yana, duymaya dahi tahammül edemezdi. Farklı şirketlerin çalışanları arasında yapılan araştırmalar ise bu kavramın gerekliliğini ispatlıyor. Aynı tesis standartlarına, teknolojik altyapıya sahip iki şirket karşılaştırıldığında; çalışanları mutlu olanın, yüzde 12 ila 20 arasında daha verimli olduğu görülüyor. Peki neden? Çünkü tüm işletme ve personel analizleri, pozitif yani mutlu bireylerin birleşmesi ve yani aynı iş ortamını paylaşmaları durumunda, uzun vadede finansal olarak kazanmanın ve gelişmenin daha olası olduğunu ortaya koyuyor.

Personel değişim hızı düşük!

Yapılan araştırmalardan çıkan bir başka dikkat çekici sonuç da; mutlu çalışanların yer aldığı şirketlerdeki personel değişim hızı ve personel sayısı. Çalışanlarını mutlu kılmayı başaran şirketler, sayısı artan yeni çalışanlara gereksiz yatırımdan uzak dururken, sürekli işe alım süreçleriyle oluşan maliyetleri de saf dışı bırakıyor. Bir başka ilginç saptama, mutlu çalışanların bulunduğu işletmelerde örneğin 70 personelle yakalanan performans, mutsuz çalışanların olduğu kuruluşlarda ise 80-90 personelle oluşturulmuyor. Çalışan mutluluğu, aynı zamanda şirket karlılığı demek.

Pek yakın zamanda mutluluk departmanı olmayan şirket kalmayacak

Şirketlerdeki genel değişim bir yana, şirketlerin insan kaynaklarında ve kuşaklarında süren bir değişim var! Y kuşağının beklentileriyle, yakın zamanın iş profesyonelleri haline gelecek olan Z kuşağının istekleri birbirinden çok farklı. Onlar taleplerinin dinlenmesini, önemsendiklerinin gösterilmesini, klasik iş tanımları dışında da çalışabileceklerinin anlaşılmasını öncelikli kabul ediyor. Büyüyen şirketlerin, şirket içi iletişimlerinde ise gün geçtikçe mesafeler artıyor. Bu da çalışan yönünden dezavantajlar oluşturuyor. Bu riski gören şirketler ise "Mutluluk Müdürü" unvanına sahip müdürleri göreve getiriyor. Hedef; çalışanın motivasyon gücünü artırmak



ve daha verimli bir çalışma ortamı geliştirmek. Böylece kişilerin kolaylıkla şirket değerlerini benimsemesi, işini sahiplenmesi ve duygusal bir bağ kurması amaçlanıyor. Aynı zamanda, birçok araştırmanın sonuçlarında da görüldüğü üzere yüksek motivasyona sahip bireyler işine daha kolay adapte oluyor. Şirket içi iletişimin gücü, ay sonunda hazırlanan raporlara da damgasını vuruyor.

Yüksek maaş tek başına yeterli değil!

Bir işyerindeki toplam mutluluğu büyütmenin, verimliliği arttırmanın, mutlu çalışanları hakim kılmmanın çıkar yolu yüksek maaş politikası uygulamak

Global ölçekli onlarca iş yeri ve çalışan araştırması, huzur ortamının yüksek, mutluluğun fark edilir olduğu kurumlarda verimlilik ve karlılık yükseliyor. Örneğin dünyanın en büyük satış kanallarından bir marka bu sayede satış getirilerini ikiye katlamış.

HAPPINESS MANAGEMENT IN COMPANIES

Searches to create a highly productive, competitive and sustainable business are focused on employee happiness. There are even companies that set up a happiness department. The concept of Arbed-jsglæde, which originates in Denmark, that is, deriving the happiness at work, is extremely effective in reducing the costs of businesses.



Dozens of workplaces and employee surveys show that productivity and profitability increase in organizations where peace is high and happiness is noticeable. For example, a brand that is one of the biggest sales channels in the world has doubled its sales returns thanks to this approach.

Years ago, companies with traditional approaches could not tolerate hearing, let alone applying the concept of "employee happiness". Research among employees of different companies proves the necessity of this concept. Comparing two companies with the same plant standards and technological infrastructure, it is seen that those who are happy are 12 to 20 percent more productive. But why? Because, all business and personnel analyzes reveal that if happy individuals come together and share the same workplace, the companies are more likely to earn and develop financially in the long run.

Rate of Personnel Turnover is Low!

Another remarkable result of the researches is related to the rate of personnel turnover and the number of personnel in companies with happy employees. Companies that manage to keep their employees happy, avoid unnecessary investment in the growing number of new employees, while eliminating the costs of continuous recruitment processes. Another interesting finding is that the performance captured with 70 employees in enterprises with happy employees cannot be formed with 80-90 employees in organizations with unhappy employees. Employee happiness also means company profitability.

Very soon there will be no company without happiness department

Aside from the overall change in companies, there is a continuing change in the human resources of companies and different expectations of the different generations! The expectations of Generation Y and those of Generation Z, who will soon become business professionals, are very different. They want their demands to be listened to, they are cared for and they can work outside of the classic job descriptions. The in-house communications of the growing companies are increasing distances day by day. This creates disadvantages for employees. Companies that see this risk assign "Happiness Manager" managers. The goal is to increase employee motivation and develop a more productive working environment. Thus, it is aimed for people to easily adopt company values, embrace their business and establish an emotional bond. At the same time, as shown in the results of many studies, highly motivated individuals are more easily adapted to their work. The strength of internal communication is also marked by reports prepared at the end of the month.

High salary alone is not enough!

High salary policy is not the best way to increase total happiness in a workplace, increase productivity and make



Mutluluk ve memnuniyet subjektif kavramlardır, hele iş yerinde... Kimileri için maddi kazanımlar önemliyken, kimileri için de insana dokunan çalışma koşulları değer arz edip, motivasyon kaynağı olabiliyor

değil. Yan haklar, hediye ürün veya iyi prim dağıtmak da değil. Bu tarz politikalar her ne kadar önemli olsa da, araştırmalar, aslında çalışanların kendilerini değerli hissetmelerinin ve ortamda pozitif olmalarının sağlanması gibi faktörlerin daha önemli ve uzun

vadede değişim yarattığı öne sürüyor. Söz hakkı verilmesi, personel gelişimini amaçlayan eğitim programlarının uygulanması, iyi standartlarda yaşama saygılı iş ortamları oluşturulması bunlardan bazıları.

Ve bir kavram

Danimarka'dan tüm dünyaya yayılan "Arbedjsglæde", bir iş yaparken ve üretirken duyduğumuz mutluluk anlamını taşıyor. Bu motivasyon sağlayıcı genel bir mutluluk hissinin yanında, yaptığımız iş hakkında iyi hissettiğimizde ortaya çıkan bir duygu, bir iyilik hissini de tanımlıyor. Çalışanlar hangi koşullar sağlandığında "Arbedjsglæde" hissini yaşıyor?

- İş yerinde kendisine saygı duyulduğunu düşünen, hisseden, gelecek için şirketine güven duyan
 - Karar alma süreçlerine tam dahil edilmese bile fikirleri dinlenen
 - Yaratıcı fikirleri için önü açılan
 - Kabiliyetlerine ve bilgisine yatırım yapılan
 - İş yerinde insanca, imrenilecek yaşam koşulları sunulan,
 - Şeffaflık ilkelerini uygulayarak çalışanlarını bilgilendiren
 - Hiyerarşiyi her katmanda uygulayan
 - Terfide performansı ve liyakati değerli kılan, ölçüt kabul eden
 - Çalışma adaletine değer veren
 - Çalışana hakkı olan ücreti ve ödülleri sunan
 - Çalışanına hedef koyan
 - Öncü uygulamalarıyla gündem oluşturan
 - Takım olmayı, birlikte başarmayı öğreten atölyeler ve etkinlikler düzenleyen
- Şirketlerin çalışanları, iş yerlerinde kendilerini daha mutlu hissediyor.



Mutsuzluğun zarar maliyeti de yüksek

Sadece Türkiye'de, mutsuz şirket çalışanlarının ekonomiye zarar maliyeti 60 milyar TL. Bu olumsuz tablo kendini farklı boyutlarda gösteriyor. Çünkü mutsuz çalışanlar;

- Daha çok hata yapıyor, hatalar üretime yansıyor. Her hata müşteri, güven ve para kaybetmek demek.
- Özel yaşamlarında da mutsuz hale geldikleri için, problemler bir sarmala dönüşüyor.
- İş yerindeki dengeleri bozuyor, kutuplaşmalara yol açıyor.
- İş kazalarına açık hale geliyor. Bu ise yasal yaptırımları, tazminat yükünü artırıyor.
- Personel turn overını yükselterek, sürekli işe alım ve personel eğitim programlarıyla maliyetleri artırıyor.
- Mutlu çalışanlara göre, yıl genelinde hastalanma ve raporlu izin kullanma oranlarını yükseltiyor.

Sonuç olarak; mutlu insanların, mutsuzlara göre daha sağlıklı, daha başarılı, daha yaratıcı ve üretken olması klinik araştırmalarla da doğrulanmış durumda. Bu kişiler aynı zamanda iş yaşamında da başarılı; istikrarlı, verimli, kuralı yaşıyor. Yeni şirket kültürünün yeni değeri; Mutluluk Departmanları, sağlıklı ve mutlu bireylerden oluşan takımlar oluşturmayı amaçlıyor. Üstelik maliyeti daha düşük, karlılığı daha yüksek.



employees happy. They don't include benefits, gift items or good premiums, either. Although such policies are important, researches show that factors such as making employees feel valued and positive in the work environment are more important and make long-term changes. These include the right to have a say in the work environment, the implementation of training programs aimed at staff development, and the creation of work environments that promote good life standards.

Happiness and satisfaction are subjective concepts, especially at workplaces ... While financial gains are important for some, working conditions that touch human beings are valuable and can be a source of motivation for others.

And a concept!

The concept of "Arbedjsglæde", which originated in Denmark and spread to the whole world, means deriving happiness in doing and producing work. In addition to a general feeling of happiness promoting motivation, this also describes a feeling of happiness when we feel good when we produce work. Under what conditions do employees experience the "Arbedjsglæde" feeling?

Employees who

- thinks and feels that he is respected at work and trusts his company for the future,
- can freely express his ideas even if not fully involved in decision-making,
- has opportunities for creative ideas,
- is invested for his skills and knowledge,
- is offered humane and enviable living conditions at work,
- informs its staff by applying the principles of transparency,
- implements hierarchy in each level,
- promotes performance and merit in promotion,
- gives value to working justice,
- provides staff with the right wages and rewards,
- sets targets for his staff,
- sets the agenda with his pioneering practices,
- organizes workshops and activities to teach team-building and total success feel happier at work.

The cost of unhappiness is high

Only in Turkey, unhappy employees cost 60 billion TL in economic damage. This negative picture manifests itself in different dimension. Because unhappy employees;

- make more mistakes and the resulting errors are reflected in production. Every mistake means losing customers, trust and money.
- become unhappy in their private lives as problems are spiraled out of control.
- disrupt the balance in the workplace and cause polarization.
- become vulnerable to work accidents. This increases the legal sanctions and compensation burden.
- increase costs through continuous recruitment and personnel training programs by increasing staff turnover.
- have a higher rate of sick leave throughout the year when compared with happy employees.

As a result, clinical researches have also confirmed that happy people are healthier, more successful, more creative and productive than unhappy people. These people are also successful in business life and they are more stable, efficient and rule-abiding. Happiness Departments, the new value of the new corporate culture, aim to form teams of healthy and happy individuals. Moreover, the cost is lower, profitability is higher.



ALERJİK OLABİLİR MİSİNİZ?

Bahar geldi ve pikniğe gittiniz. Herkes neşe içinde, anın keyfini çıkartırken, önce hapşırmalar başladı sonra gözlerinizde ani bir yanma ve sulanma. Size o gün ikram edilen meyvenin, sabaha kadar kaşınmanıza yol açabilecek, reaksiyonlar serisini başlatabileceğini nereden bilebilirdiniz? “ Deden de aynı bu şekilde olurdu” diyen babanız, yoksa bir şeyler mi anlatmaya çalışıyor? Alerjik olabilir misiniz?

İrktan ırka, coğrafyadan coğrafyaya oran farkları bulunmakla birlikte, insan popülasyonun yüzde % 30'u alerjik sorunların, yaşam kalitesini düşürmesinden yakınıyor. Tuhaf yanı ise, tıptaki bunca gelişmeye karşın hala bir kapalı kutu olması. Ev tozları, akarlar, polenler, bazı gıda proteinleri, ev hayvanları bilinen en etkili alerjik ajanlar.

Neden ortaya çıkıyor?

Yukarıda çok yalın biçimde sıraladığımız, alerjen veya alerjik maddeler, vücudun bağışıklık sistemi tarafından bir tehdit gibi algılanıyor. Bir anda bağışıklık sisteminin hedefi haline gelerek, alerjik reaksiyonların ortaya çıkmasına yol açıyor. Masum gibi görünen veya popülasyonun ağırlıklı bölümünde herhangi bir olumsuzluğa yol açmayan yüzlerce madde, vücut tarafından enfeksiyon biçiminde değerlendiriliyor.

Alerjik eğilimi olan bir kişi, alerjene temas ettiğinde, alerjik reaksiyon çoğunlukla kendini göstermiyor. Bağışıklık sistemi ani tepki vermeden önce, alerjen maddeye karşı duyarlılık oluşturur. Yani strateji geliştiriyor. Ve sonra savaş başlıyor. Bu alerjen maddeye duyarlı hale gelen bağışıklık sistemi ona saldırmak için antikolar üretiyor.

Toz ve polen alerjisi hangi belirtilere sahip?

Burnunuz tıkanıyor, göz ve burunda kaşıntı hissi oluyor, gözleriniz akıp, şişiyor ve öksürük başlıyorsa; toz ve polen alerjiniz olabilir.

Ürtiker tarzı alerjide belirtiler nasıl?

Kişiden kişiye değişkenlik arz etmekle beraber; kızarıklık, kaşıntı, deride kabarmalar ve döküntüler çok karakteristik.

Gıda alerjisinde tablo değişir mi?

Kusma, çok ateşli tablolarda nefes yolunu kapatabilen şişmiş dil, ağızda karıncalanma, dudakların, yüzün ve boğazın şişmesi, karın krampları, nefes darlığı, özellikle çocuklarda dışkıda kanama, damakta kaşıntı ve ishal ağırlıklı olarak görülüyor.



Alerjinin en etkili tedavisi alerjenden kaçınmadır. Bununla birlikte, bazen alerjenlerden tamamen kaçınmak mümkün değildir. Örneğin polen, özellikle saman nezlesi mevsimi boyunca havada sürekli olarak bulunur.

Böcek sokmalarında reaksiyonlar tehdit edici mi?

Elbette, alerjik yatkınlığı olsun olmasın, örneğin arı sokması hemen hemen herkeste, şişme ile karakterize tablolara yol açar. Söz konusu alerjik kişiler olduğunda tablo daha ağır ve tehditkar olabilir. Hırıltı, ısırılan bölgede ağrılı şişlik, kan basıncında ani düşüş, kaşınan cilt, nefes darlığı, huzursuzluk, kurdeşen, vücuda yayılan kırmızı ve çok kaşıntılı bir döküntü, baş dönmesi, öksürük, göğüste sıkışma, kaygı bozukluğu ve olası anafilaksi durumu. Zaman kaybetmeden acil müdahale gerektirir.

Alerji mağdurlarının günahı ne?

Genetik faktörlerin belirleyici olduğu bilinen bir gerçek. Bu sorunları yaşayanların yüzde 89 gibi bir bölümünün soyağacında, alerjik problemlere sahip ebeveynler, aktarıcılar var. Bilim insanlarına göre hijyen koşullarının iyileşmesi de, beklenenin aksine olumsuz bir eğilim oluşturuyor. Çocuklar eskiye kıyasla daha az mikropla karşılaşılıyor. Bir diğer teori de, D vitaminin bağışıklık sisteminde, alerji olma ihtimalini azaltması. Lakin eve hapsedilmiş çocuklar ve bireyler, yeteri D vitamini alamıyor.

Belirtileri neler?

Alerjik reaksiyonun temel belirtileri arasında;

- Ciltte kızarıklık,
- Kaşıntı,
- Kabarma,
- Kusma,
- İshal,
- Nefes almakta zorlanma
- Çok ateşli seyreden tablolarda, yaşam seyrini tehdit eden anafilaktik şoklar şeklinde kendini gösteriyor.

Neler yapmalı?

Zaman kaybetmeden bir uzman doktora danışmak ve oluşturulacak tedavi programına sadık kalmak en ideal çözüm. Yapılacak testlerle, nelere alerjik tepki verildiği saptandıktan sonra, bu etkenlerden uzak durmak ve yaşam kalitesini artırıcı ilaçları almak gerekiyor.

ARE YOU ALLERGIC?

It is spring time and you go to a picnic. While everyone is enjoying the moment, you start to sneeze, followed by a sudden burning and watering in your eyes. How could you know that the fruit that was served to you that day would start a series of reactions that could cause you to itch until morning? Does your father who says that the "same thing used to happen to your granddad" know something? May you be developing an allergic reaction?

Although the rates differ from race to race and from geography to geography, 30% of the human population complains that allergic problems decrease the quality of their life. What's strange is that despite all the improvements in medicine, it's still a closed box. House dusts, mites, pollen, some food proteins and pets are the most effective known allergic agents.

Why do people develop allergies?

The allergen or allergic substances listed above are perceived as a threat by the body's immune system. Suddenly, they become the target of the immune system, causing allergic reactions. Hundreds of substances that appear to be innocent or do not cause any adverse effects on large portion of the population are evaluated as an infection by the body.

When a person with an allergic tendency comes into contact with the allergen, the allergic reaction often does not manifest. Before the immune system reacts abruptly, it creates sensitivity to the allergen substance. In other words, it develops a strategy. And then the war begins. The immune system, which becomes sensitive to this allergen substance, produces antibodies to attack it

What are the symptoms of dust and pollen allergy?

If your nose is clogged, itching occurs in your eyes and nose, if your eyes are watery or swells and if you start coughing, you may be allergic to dust and pollen.

What are the symptoms of urticaria-like allergy?

Although it varies from person to person, redness, itching, skin blisters and rashes are characteristic symptoms.

Are the symptoms different in food allergy?

The symptoms are generally Vomiting, swollen tongue that can block the airway in very feverish cases, tingling in the mouth, swelling of the lips, face and throat, abdominal cramps, shortness of



The most effective treatment of allergy is avoidance. However, it is sometimes not possible to avoid allergens altogether. For example, pollen is constantly present in the air, particularly during the hay fever season.

breath, bleeding in the feces, itching and diarrhea, especially in children.

Are reactions in insect stings threatening?

Of course, whether with or without allergic susceptibility, for example, bee sting is characterized by swelling in almost all cases. It can be more severe and threatening when allergic people are stung by bees. Wheezing, painful swelling in the stung area, sudden drop in blood pressure, itchy skin, shortness of breath, restlessness, hives, red and very itchy rash spreading to the body, dizziness, cough, chest tightness, anxiety disorder and possible anaphylaxis are common symptoms. It requires immediate intervention.

What is the sin of allergy victims?

Genetic factors are known to be decisive. 89% of those who have these problems have parents and transmitters with allergic problems in their genealogy. According to scientists, the improvement of hygiene conditions is a negative tendency contrary to expectations. Children face fewer germs than before. Another theory is that vitamin D reduces the likelihood of allergies in the immune system. However, children and individuals constrained at homes cannot get enough vitamin D.

What are the symptoms?

Basic symptoms of allergic reaction include;

- Redness of the skin,
- Itching,
- Swelling,
- Vomiting,
- Diarrhea,
- Difficulty in breathing,
- In very feverish cases, it manifests itself as anaphylactic shocks that threaten life.

What to do?

The ideal solution is to consult a specialist without losing time and to stick to the treatment program to be created. After the tests, it is necessary to stay away from these factors and to take medicines that improve the quality of life.

ZADAR'DA BİR GÜN, BİR GECE

Korku filmlerinin gelmiş geçmiş en büyük ustası Alfred Hitchcock'a göre, dünyanın en güzel gün batımı, ancak burada yaşanabilir. Dalmaçya kıyılarının en nazlisına yolculuğumuz! Biraz rönesans, biraz da gotik tarzıyla, tarihin ve doğanın iç içe olduğu Hırvatistan'ın liman kenti Zadar'a gidiyoruz. Az sonra görecekleinizin tamamı gerçek!

Hırvatistan'ın başkenti Zagreb'e onlarca tünelle bağlı bir kıyı kenti Zadar. Belki de güzelliğini saklamak için dağları, sert ve hırçın sıralamış çevresine. Pek çok Avrupa kentinde olduğu gibi, eski ve yeni şehir birbirinden keskin sınırlarla ayrılmış. Tarihi yarımada üzerinde kurulu "Old Town Zadar" yani; eski kent merkezi, zamanın durdurulduğu ve özenle korunduğu dokuya sahip. Bir liman kentinin kaçınılmaz kaderini yaşamış asırlar boyu. Akıncı medeniyetlerin ama özellikle Romalılıkların izleri hayli fazla. Örneğin Roma antik kenti "City Forum" bu tarihi mirasın en iddialısı. Tüm Adriyatik sahili boyunca bu yapıdan daha büyüğü yok! 1600'lü yılların başına kadar süren Osmanlı etkisi ise, fark edilmesi neredeyse imkansız biçimde silinmiş. Zadar'ın kapıları da oldukça meşhur. Bölgeyi ziyaret eden turistlerin sosyal medya hesaplarında yılda 1 milyona yakın fotoğraf Zadar kapılarında çekiliyor. "Gradska Vrata" bu kapıların en iyi korunmuş olanı, bir hayli de görkemli. Land Gate, Harbour Gate, Bridge Gate, ve St.Rocco kapıları da hala ayakta. Venedikli mimarlar tarafından yapılan City Sentinel, "Gradska Straza" adıyla da bilinen rönesans tarzı bir saat kulesi, Zadar'ın en sevilen simge yapılarından biri. Yapı günümüzde etnoğrafya müzesi

Avrupa'nın en popüler festivalleri arasında ilk sırada yer alan "Uluslararası Ortaçağ ve Rönesans Müzik Festivali", her yıl Temmuz ayında Zadar'da düzenleniyor.

olarak hizmet veriyor. Hemen yanında bulunan "City Lodge" ise yıllar önce mahkeme, kütüphane ve konserler için kullanılmış. Artıl bir sergi salonu. "St. Donatus Kilisesi", Zadarlılar için şehrin simgesi. 9.yy'da "Holly Trinity" adıyla yapılmış daha sonra ise Aziz ilan edilen Rahip Donatus'un ismi verilmiş.

Kıydan ve yarım adanın ana karaya bağlı bölümünden Zadar'ı çevreleyen surlar "City Walls" olarak biliniyor.



Venedik Krallığının en büyük surları. Bölgede yıllarca etkisi hissedilen Venedik hakimiyeti, korunma amaçlı bu yapılarda bile çok derin estetiği yansıtır. 12. Yüzyılın ortalarında inşa edilen "St. Anastasia'a Katedrali" bu bölgedeki en heybetli dini yapı. Dalmaçya bölgesindeki birçok klişe ve katedralde olduğu şekliyle çan kulesi ana küttleden ayrı inşa edilmiş. Yüz ölçüm yönüyle çok da büyük sayılamayacak Zadar'da 20'ye yakın kilise var.

Adriyatik'in dalgaları müziğe dönüşüyor

Israrla ve hararetle altını çizmek gerekirse, Zadar'da bulunan mimari tarihin bir eşi benzeri daha yok. UNESCO Tarihi Kentler koruma programında olan şehrin yarımadasının ucundaki "Sea Organ" dilimize Dalgaların Orgu adıyla çevirebileceği yapı, kıyıya, iskelenin altında kalacak bir org formunda tasarlanarak yerleştirilmiş. Orgun,

A DAY AND NIGHT IN ZADAR

According to Alfred Hitchcock, the greatest master of horror films ever, the most beautiful sunset in the world can only be experienced here. Our journey is to the best of the Dalmatian coast! We go to the port city of Zadar, Croatia, where history and nature are intertwined with a little renaissance and a gothic style. All you're about to see is real!



Zadar is a coastal city connected to the Croatian capital, Zagreb through dozens of tunnels. Perhaps the stiff and vicious mountains surround the city in order to hide its beauty. As in many European cities, the old and new cities are separated by sharp borders. Located on the historical peninsula, the center of the "Old Town Zadar" has the feature whereby time is stopped and carefully preserved. For centuries it has experienced the inevitable fate of a port

city. Traces of raider civilizations but especially Romans are quite high. For example, the Roman ancient city of City Forum sets the most ambitious example of this historical heritage. There is no bigger structure than this structure all along the Adriatic coast! The Ottoman influence, which lasted until the beginning of the 1600s, has been erased to such an extent that it is almost impossible to notice in Zadar. The gates of Zadar are also very famous. Tourists visiting the

region take nearly 1 million photos a year at the Zadar gates for their social media accounts. "Gradska Vrata" is the best preserved of these gates and it is quite spectacular. Land Gate, Harbor Gate, Bridge Gate, and St. Rocco gates are also still standing. Built by Venetian architects, City Sentinel is a renaissance-style clock tower, also known as Gradska Straza, and one of Zadar's most popular landmarks. The structure now serves as an ethnographic museum. The "City Lodge", right next to it, was used for courts, libraries and concerts as well as an exhibition hall many years ago. "St. Donatus Church" is a symbol of the city for

The "International Festival of Medieval Renaissance Music", which is one of the most popular festivals in Europe, is held every year in July in Zadar.

the Zadar people. It was named after the Holy Trinity in the 9th century and then after It was named after Rev. Donatus, who was declared a saint.

The city walls surrounding Zadar from the coast and the mainland part of the peninsula are known as "City Walls". They are the biggest walls of the Kingdom of Venice. The Venetian dominance, which has been felt for years in the region, has left a very deep aesthetic even in these buildings for protection purposes. Built in the middle of the 12th century, St. Anastasia Cathedral is the most imposing religious building in this region. As with many churches and cathedrals in the Dalmatian region, the bell tower was built separately from the main building. There are close to 20 churches in Zadar which is not such a big city.

The waves of the Adriatic turn into music

It is an undeniable fact that the architectural history in Zadar is unique.



Zadar aynı zamanda Hırvatistan'ın Adriyatik kıyıları boyunca dizilen onlarca adasına da bir geçiş noktası. Yüzmek ve güneşin tadını çıkartmak isteyenler, bu adaları tercih ediyor.

dalgaların hareketine göre oluşturduğu melodiler ise muhteşem. Yaratıcı insan zekasının modernizimle doğaya dokunuşu gibi... Şimdi gün batımını, gözünüzün önünde uzanan Adriyatik panoramasını, içinde bulunduğunuz tarihi dokuyu ve arkadan yükselen müziği hayal edin! Yakın zamanda yapılan "Greeting to the Sun" adı verilen ve güneş enerjisi ile çalışan, çok katlı ve çok renkli ışıklı cam zemin de, hayli dikkat çekici ve huzur veren proje olarak tasarlanmış. Güneş battıktan sonra bu kez "Greeting to the Sun" renkli ışık oyunları ile dalgalara ve orga eşlik ediyor. Sahil, sürekli festival havasında. Zadar aynı zamanda Hırvatistan'ın Adriyatik kıyıları boyunca dizilen onlarca adasına da bir geçiş noktası. Yüzmek ve güneşin tadını çıkartmak isteyenler, bu adaları tercih ediyor. Kentte birçok konaklama alternatifi var. Ev kiralayabiliyor, otel, pansiyon ya da hostelleri tercih

edebiliyorsunuz. Avrupa'nın en popüler festivalleri arasında ilk sırada yer alan "Uluslararası Ortaçağ ve Rönesans Müzik Festivali", her yıl Temmuz ayında Zadar'da düzenleniyor.

Ne yenir, ne içilir?

Tam bir karma mutfağa sahip Zadar'da, Hırvat tarihinin bütün renkleri var. Antik Yunan, Roma, İtalyan, Fransız ve Osmanlı izleri, lezzetlerin ana bileşenleri! Akdeniz mutfağının vazgeçilmez olan deniz mahsulleri bölgede her daim taze ve iyi fiyatlı. Mevsiminde sunulan organik sebze ve meyveler, bunlarla hazırlanan lezzetler nefis. Hamur işleri de karma kültür izlerinin bir yansıması. Bunun dışında yahnı ve güveçler, kurutulmuş etle yapılan lezzetler de oldukça tanındık. Ve elbette şarap! Bu coğrafyaya özgü üzümlerden yapılan şaraplar, meraklılarını bekliyor.

Sakin tatmadan dönmeyin!

- Prsut : Kurutulmuş bir jambon, dana etiyle hazırlananları da bulunuyor. Oldukça lezzetli
- Paski Sir : Bir çeşit koyun peyniri. Ezineden daha yoğun ve az tuzlu. Özellikle salatalarda eşsiz bir lezzet harmanı oluşturuyor
- Ispod Peke : Güveç ama karma mutfak anlayışıyla yapılıyor .
- Pasticada : Dana yahnisi, farkı sosunun yoğunluğu
- Cimi Risot : Siyah pirinçle yapılan bir tür risotto. Üstünde deniz mahsulleri de kullanılıyor

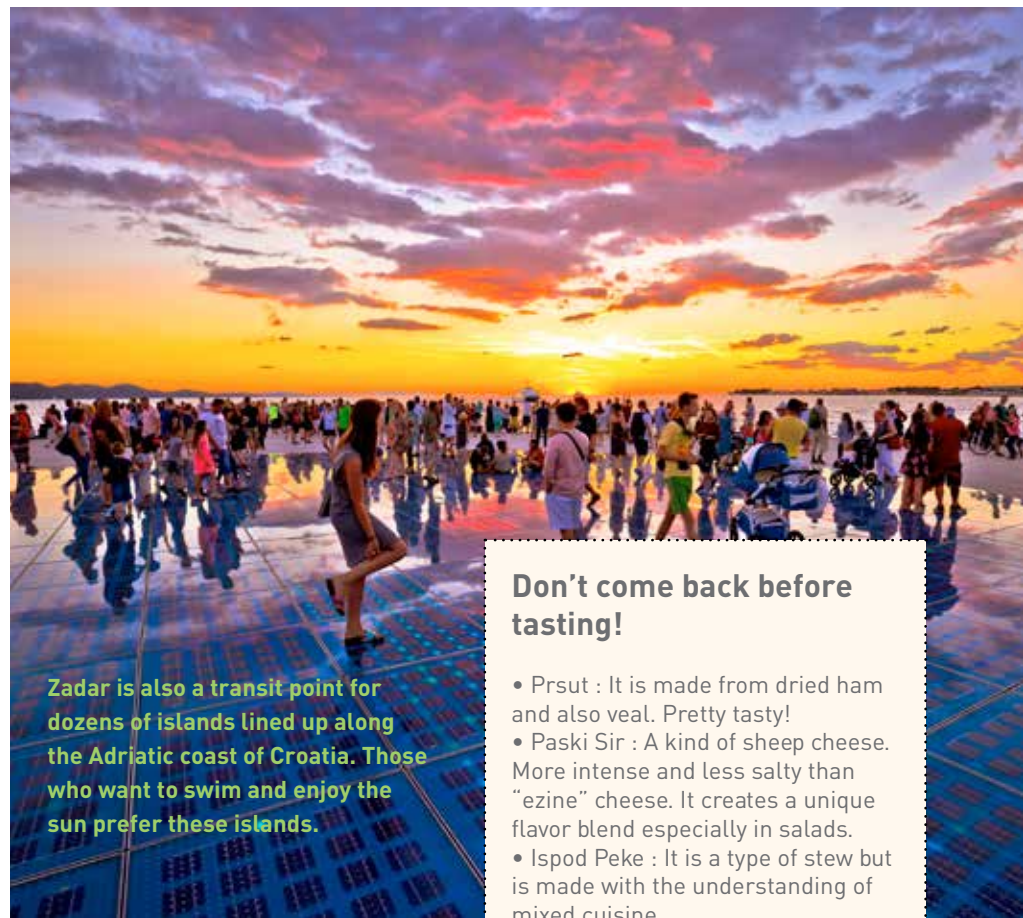
Sakin gezmeden dönmeyin!

- Zadar Kapıları : Gradska Vrata, Land Gate, Harbour Gate, Bridge Gate, ve St.Rocco
- City Forum : Roma antik şehri
- Saat Kulesi Gradska Straza: Kesinlikle bir selfie yapmaya değer. Açığı iyi ayarlayın.
- City Lodge : Tarihin içinde yaşayacaksınız. Üstelik çok eğlenceli.
- St.Donatus Kilisesi: Zadar halkının en simge dini ve anıtsal yapısı
- St.Anastasia'a Katedrali: Dalmaçya bölgesinin en büyük katedrali olarak biliniyor. Mimari ve süslemeler muhteşem.
- Sea Organ: Deniz org çalıyor, hemen sahilde
- Greeting to the Sun: Güneş enerjisi ile çalışan renkli sahil bandı zemini

The “Sea Organ” structure at the end of the peninsula, which is under the protection program of UNESCO Historic Cities, was designed and placed in the form of an organ under the pier on the shore. The melodies created by the organ through the waves’ movement are magnificent. It is like the touch of creative human intelligence to nature with modernism ... Now imagine the sunset, the Adriatic panorama lying right in front of you, the historical texture you are in and the music rising from behind! The recently designed “Greeting to the Sun”, a multi-storey, polychrome and illuminated glass floor that works with solar energy, is also designed as a remarkable and peaceful project. Once the sun goes down, “Greeting to the Sun” accompanies the waves and organ with colorful light games. The beach is constantly in the festive mood. Zadar is also a transit point for dozens of islands lined up along the Adriatic coast of Croatia. Those who want to swim and enjoy the sun prefer these islands. There are many accommodation alternatives in the city. You can rent a house and choose hotels, or hostels. The “International Festival of Medieval Renaissance Music”, which is one of the most popular festivals in Europe, is held every year in July in Zadar.

What to eat and drink?

In Zadar, which has a mixed cuisine, you can find all the colors of Croatian history. Ancient Greek, Roman, Italian, French and Ottoman traces are the main components of flavors! The seafood, which is indispensable for Mediterranean cuisine, is always fresh and affordable in the region. Organic vegetables and fruits served during the season and the delicacies prepared with them are



Zadar is also a transit point for dozens of islands lined up along the Adriatic coast of Croatia. Those who want to swim and enjoy the sun prefer these islands.

delicious. Pastries are also a reflection of the traces of mixed culture. In addition, stew and casseroles, delicacies made with dried meat are quite familiar. And of course the wine! Wines made from grapes unique to this geography are waiting for their enthusiasts.

Don't come back before tasting!

- Prsut : It is made from dried ham and also veal. Pretty tasty!
- Paski Sir : A kind of sheep cheese. More intense and less salty than “ezine” cheese. It creates a unique flavor blend especially in salads.
- Ispod Peke : It is a type of stew but is made with the understanding of mixed cuisine.
- Pasticada : It is a veal stew but what makes it different is the density of its sauce.
- Cimi Risot : It is a kind of risotto made with black rice. It can also be used on seafood.

Don't come back before visiting!

- Zadar Gates : Gradska Vrata, Land Gate, Harbour Gate, Bridge Gate, and St.Rocco
- City Forum : Roman ancient city
- Clock tower of Gradska Straza: Definitely worth a selfie. Adjust the angle well.
- City Lodge : You will live in history. What's more, it is really fun.
- St.Donatus Church: The most iconic religious and monumental structure for the people of Zadar
- St.Anastasia'a Cathedral: It is known as the largest cathedral in the Dalmatian region. The architecture and decorations are spectacular.
- Sea Organ: The sea plays the organ right on the beach.
- Greeting to the Sun: Solar-powered and colorful glass floor on the coast.



KARA KOMİK FİLMLER 1**Yönetmen : Cem Yılmaz****Oyuncular : Cem Yılmaz, Özkan Uğur, Zafer Alagöz, Necip Memili, Nilperi****Şahinkaya, Ozan Güven, Cem Davran****Türü : Komedi**

Türk sinema sektörünü derinden etkileyen, salon ve yapımcı krizi nedeniyle gösterimi iki kez ertelenen Kara Komik Filmler'in ilk ikisi "Kaçamak" ve "2 Arada" adlarını taşıyor. Kaçamak, 4 kafadarın çıktıkları detoks tatilinde başlarına gelen komik olayları anlatıyor. Bu filmin hemen arkasından izlenecek diğer film 2 Arada. Tüm hikaye arabalı vapurda geçiyor, Cem Yılmaz Aytek isimli bir çaycıyı oynuyor. Zafer Algöz, Ozan Güven, Cemre Ebuluziye, Cem Davran da filmde. Cem Yılmaz'ın bu hikayedeki dişleri, keli, yarattığı karakter gerçekten şaşırtacak. 'Kaçamak'tan daha dramatik öğelerle süslü, acı, kara bir komedi. İlk bölümde gülme, ikinci bölümde ise hüznün garantisi var. Film, Türkiye'nin en yaratıcı adamına ait olduğu için çok da tartışmaya gerek yok!

KARA KOMİK FİLMLER 1**Director : Cem Yılmaz****Cast : Cem Yılmaz, Özkan Uğur, Zafer Alagöz, Necip Memili, Nilperi Şahinkaya, Ozan Güven, Cem Davran****Type : Comedy**

The first two films of "Kara Komik Filmler" the release date of which were twice deferred due to the crisis which deeply influenced the Turkish cinema sector are called "Kaçamak" and "2 Arada". "Kaçamak" tells the funny story unfolding when 4 buddies take a detox holiday. The film you are advised to watch just after this film is "2 Arada". The whole story takes place on a car ferry and Cem Yılmaz plays a tea-maker named Aytek in this film. Among the cast of the film are Zafer Algöz, Ozan Güven, Cemre Ebuluziye and Cem Davran. Cem Yılmaz's teeth, bald head and the character he created will really surprise you. A bitter, dark comedy with more dramatic elements than "Kaçamak". It is guaranteed that you will laugh in the first part while having a feeling of melancholy in the second part of the film. That the film is directed and played by the funniest man in Turkey is proof that the film is arguably the funniest of its kind!

**STAR WARS – SKYWALKER'IN YÜKSELİŞİ****Yönetmen : J.J. Abrams****Oyuncular : Daisy Ridley, Adam Driver, Oscar Isaac, John Boyega, Mark Hamil , Carrie Fisher****Türü : Bilim& Kurgu**

Star Wars külliyatının artık herkes tarafından kabul edilen fazla damıtılmış hikayesinde soan geliyoruz. Skywalker'ın Yükselişi adıyla vizyona girecek olan yeni film, Star Wars devam filmi üçlemesinin üçüncü ve final filmi. Film, The Force Awakens'in ve 2017'de çıkan The Last Jedi'nin bir devamı niteliğinde. Yeni filmde The Force Awakens'in kullanılmamış görüntüleri de bulunuyor. Star Wars: Skywalker'ın Yükselişi, hayranlarına Skywalker destanını sonuçlandıracak ve önceki sekiz bölümü birbirine bağlayacak bir film izlettirecek. Filmin içeriğiyle ilgili çok fazla detay verilmezken, yönetmen, senarist ve yapımcıların kendi kafalarında kurguladıkları asıl Star Wars senaryosunu bu filmde yansıttıkları ön görülüyor. Ve müzikler; Jon Williams imzasını taşıyor. Şimdiden Oscar'a aday olduğu söylenebilir

STAR WARS – THE RISE OF SKYWALKER**Director : J.J. Abrams****Cast : Daisy Ridley, Adam Driver, Oscar Isaac, John Boyega, Mark Hamil , Carrie Fisher****Type : Science Fiction**

We are coming to the end of Star Wars sequel which is generally accepted to be more distilled. The new film, which is titled the Rise of Skywalker, is the third and final film of the Star Wars sequel. The film is a sequel to The Force Awakens and The Last Jedi released in 2017. The new film also features unused footage of The Force Awakens. Star Wars: the Rise of Skywalker will give fans a film that will conclude the Skywalker saga and link the previous eight films. While there is not much detail about the content of the film, it is foreseen that directors, screenwriters and producers will reflect the original Star Wars script that they have created in their minds. As for the film music, they have been composed by Jon Williams. He is highly likely to be nominated for an Oscar.



AŞKIMIZ ESKİ BİR ROMAN

Yazar: Ahmet Ümit **Yayın Evi:** Yapı Kredi Yayınları

Üç farklı hikaye, sürükleyici bir kurgu. Şöyle de anlatmak mümkün; “ Üç farklı başkomser Nevzat hikayesi. Birinde çok varlıklı insanların arasında geçen fantezi üzerine kurulu hikaye var. Birinde kansere çare bulan ve ardından da kaybolan Rus bilim insanının hikayesi. O bilim insanının aranma hikayesi. Diğerinde gece kondu bölgesinde overlokçu kızın öldürülme hikayesi. Hepsinde panoramik bir İstanbul, Türkiye sunuyor usta yazar.

AŞKIMIZ ESKİ BİR ROMAN

Writer : Ahmet Ümit **Publishing House :** Yapı Kredi Yayınları

Three different stories, immersive fiction. In other words, three different stories of superintendent Nevzat. One story is based on a fantasy world of the wealthy people. One is the story of a Russian scientist who cures cancer and then disappears. The other is the story of the overlocking girl being killed in the slums. The master writer presents a panoramic İstanbul, Turkey in all the stories.



İNSANIN ANLAM ARAYIŞI

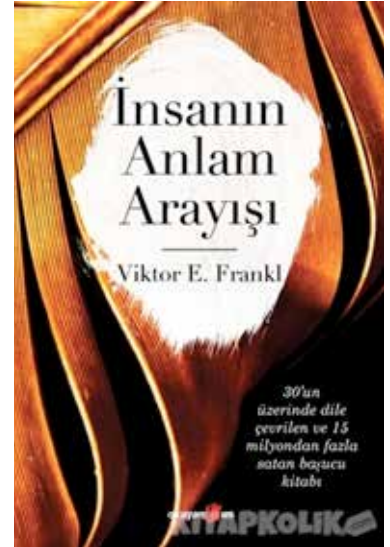
Yazar: Victor Emil Frankl **Yayın Evi:** OkuyanUS Yayınları

20. yüzyılın en önemli bilim insanlarından biri Dr. Victor Emil Frankl. “İnsanın Anlam Arayışı” adını taşıyan bu kitabı, otuzun üzerinde yabancı dile çevrildi ve bütün dünyada 12 milyondan fazla sattı. Logoterapi'nin kurucusu da olan ünlü psikiyatr, yaşam ilkelerini, İkinci Dünya Savaşı sırasında bir toplama kampındaki deneyimleri eşliğinde anlatıyor. Kimi okurlar, Frankl'ın tasvir ettiği toplama kampının, dünyayı daha büyük bir hapisane olarak kavramamızı sağlayacak parlak bir metafora dönüştüğünü de fark ediyor.

MAN'S SEARCH FOR MEANING

Writer : Victor Emil Frankl **Publishing House:** OkuyanUS Yayınları

Dr. Victor Emil Frankl is one of the most important scientists of the 20th century. This book called “Man's Search for Meaning” has been translated into over thirty foreign languages and has sold more than 12 million copies worldwide. The famous psychiatrist, who is also the founder of Logotherapy, describes his principles of life with his experiences in a concentration camp during the Second World War. Some readers realize that the concentration camp Frankl depicts has turned into a brilliant metaphor for us to grasp the world as a “big prison”.



► ► ► Konser / Concert



SERTAB ERENER
18 EKİM 2019
KÜLTÜRPARK AÇIKHAVA TİYATROSU
BURSA KÜLTÜRPARK OPEN AIR THEATER
OCTOBER 18, 2019



HALUK LEVENT
26 EKİM 2019
KÜLTÜRPARK AÇIKHAVA TİYATROSU
BURSA KÜLTÜRPARK OPEN AIR THEATER
OCTOBER 26, 2019



BÜYÜK EV ABLUKADA
11 KASIM 2019
JOLLY JOKER
JOLLY JOKER
NOVEMBER 11, 2019



powertech
esnek teknoloji

LOW PRESSURE

HAVA - 10

KUM - V

S

ENDÜSTRİYEL HORTUM ÜRETİMİNDE YEPYENİ BİR TEKNOLOJİ

Powertech, kauçuk alanındaki uzmanlığı ile endüstriyel hortum üretimine yüksek bir standart getiriyor.



www.powertechhoses.com
facebook.com/powertech

DIJİTAL
DÖNÜŞÜM

DRIVEN BY PASSION AND INNOVATION SINCE 1938



Airtech, guarantees perfect road-holding conditions with its high qualitative and long-lasting products.

Proudly being acknowledged as a global brand in more than 100 countries.





AKILCI, YENİLİKÇİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR YAKLAŞIMLARLA GELECEĞE



Aktaş Holding;

80 yıllık deneyimi, alanında en fazla patent üreten yenilikçi anlayışı ile faaliyet gösterdiği tüm alanlarda, dünyanın en saygın markalarını bünyesinde barındırıyor.

Dünyanın 6 kıtasında yaptığı yatırımlarda ve liderlik anlayışında da bu yenilikçi ve akılcı yaklaşımın izi var.

