

İmparator'un
Girişimcileri: Wilhelm
Jungmann & Neffe ve
A. E. Köchert (sayfa 6)

Sosyal İş Yeri: Gabriela
Sonnleitner ve
Magda'nın Oteli
(sayfa 25)

Geleneksel marka
Almdudler tüm
krizlere meydan okuyor
(sayfa 34)

Western Union
CEO'su Hikmet Ersek
ile röportaj
(sayfa 41)

FORBES

DAILY

VIYANA EKONOMİSİ

FORBES.AT



Viyana; sanat ve kültür, tarih ve gelenek, kafe kültürü ve yaşam kalitesi kavramlarını yansıtıyor. Viyana ayrıca, küçük restoranlardan global şirketlere uzanan yaklaşık 130.000 işletmeye ev sahipliği yapıyor. Hüseyin Ünal da son derece renkli bu şehrin ekonomisini temsil ediyor: 1970'lerde Almanca bilgisi veya herhangi bir bağlantısı olmadan Viyana'ya gelen Etsan'ın kurucusu, çeşitli şirketleri ile şu anda yıllık yaklaşık 130 milyon € ciro elde ediyor. Ünal, şimdi de Almanya'yı fethetmek istiyor (sayfa 30).

Sevgili Okurlar,
Viyana kelimesini duyduğunuzda aklınıza pek çok şey gelir. Örneğin: İspanyol Binicilik Okulu’ndaki beyaz Lipizzaner’ler, K. u. K saray pastacısı Demel’deki hamur işleri, Aziz Stephan Katedrali ve Prater’deki Dönme Dolap, Devlet Operası veya Saray Tiyatrosu. Viyana’yı Viyana yapan monarşi ve tarih, kültür ve gelenektir. Ama bu dergi ile, Viyana’nın farklı çağrışımlarını uyandırmayı hedefliyoruz.

Viyanalıların ekonomik, girişimci ve genel başarı hikayelerini göstermek istiyoruz. Çünkü şehirdeki 130.000 girişimci, tüm arzu-larınızı karşılama kapasitesine sahip: mükemmel restoranlar (Reitbauer ailesi tarafından işletilen ve dünyanın en iyi restoranla-rından biri olan Steirereck gibi, s. 9), yenilikçi start-up’lar (Paul Klanschek ve Eric Demuth tarafından kurulan Fintech platformu Bitpanda, s. 12), Klein ailesi tarafından işletilen Almdudler şirketi gibi geleneksel markalar (s. 34) veya Magdas Hotel gibi sosyal işletmeler (s. 25).

Dergimizin kapağını süsleyen Hüseyin Ünal bir bakımdan Viyana ekonomisinin simgesi konumuda: 70’li yıllarda, Hollanda’dan dönüş yolculuğunda Viyana’ya gelen Ünal, burada kalmaya karar verdi. Almanca bilmiyordu, tanıdığı kimse yoktu ve tek maddi güvencesi aslında Anadolu’daki babasına traktör almak için yanında taşıdığı 5.000 euro idi. Bugün, süpermarket zinciri Etsan Viyanalılar için de şehirdeki en iyi kuzu etinin satılığı yer olmayı başardı. Çeşitli şirketleri ile Ünal’ın bugün toplam cirosu 130 milyon euro civarında. Bu, gerçekten inanılmaz bir hikâye.

Gördüğünüz gibi sevgili okurlar; Viyana, yalnızca gelenekten çok daha fazlası. Avusturya’nın katma değerinin yaklaşık %25’inden sorumlu olan şehirde, geleneğe ek olarak inovasyonu savunan çok sayıda girişimci bulunuyor. Keyifli okumalar dileriz.

Genel Yayın Yönetmeni
Klaus Fiala

FORBES ALMANCA SÜRÜMÜ

Yayımcı, editör, medya sahibi ve prodüktör
FEB29 Medien- und Verlags GmbH

Yayın ve üretim yeri: 1010 Viyana
Editör adresi: Riemergasse 14/14–15, 1010 Wien
Genel Müdür: Heidi Aichinger
Yayımcı: Heidi Aichinger (heidi.aichinger@forbes.at)
Editör: Klaus Fiala (klaus.fiala@forbes.at)
Kıdemli Redaktör: Andrea Gläsemann (andrea.glaesemann@forbes.at)
Redaksiyon: Muamer Bećirović (muamer.becirovic@forbes.at), Olivia Chang (olivia.chang@forbes.at), Sophie Ströbitzer (sophie.stroeitzer@forbes.at)
Serbest yazarlar: (redaktion@forbes.at): Reinhard Krémer, Christiane Kaiser-Neubauer, Niklas Hintermayer
Fotoğrafçılar: David Višnjić (ön sayfa), Florian Rainer, Christian Wind
Marka hareketi / Dijital stratejiler: Chloé Lau (Yönetim, chloe.lau@forbes.at), Sophie Spiegelberger, Elisabeth Schneider, Kerstin Musl, Naila Baldwin
Çevirmenler: Ekin Deniz Dere, Ali Akdemir
Grafik tasarım: Michael Mayr, Marina Dragicevic, Emanuel Moser
Grafik ve prodüksiyon: Valentin Berger
Okutmanlık: Bernhard Paratschek, Sabine Till
Satış: Stefan Löffelmann (stefan.loeffelmann@forbes.at), Noushin Islam (noushin.islam@forbes.at), Patrick Jamöck (patrick.jamoeck@forbes.at), Patrick Bieder (patrick.bieder@forbes.at), Lena Spitzbarth (lena.spitzbarth@forbes.at)

Abonelik hizmeti: abo@forbes.at, Tel.: +43 (1) 361 70 70-690
Baskı: Herold Druck und Verlag GmbH
Faradaygasse 6, 1030 Wien

FORBES USA

Genel yayın yönetmeni: Steve Forbes
İçerik yönetmeni: Randall Lane
Sanat & Tasarım: Robert Mansfield
Yazı işleri müdürü (uluslararası yayınlar): Katya Soldak
Forbes medya başkanı ve CEO'su: Michael Federle
Forbes başkan yardımcısı, küresel medya girişimleri: Matthew Muszala

1917’de kuruldu:
B. C. Forbes, Genel yayın yönetimi (1917–54)
Malcolm S. Forbes, Genel yayın yönetimi (1954–90)
James W. Michaels, Editör (1961–99)
William Baldwin, Editör (1999–2010)

Telif Hakkı © 2021 Forbes LLC. Tüm hakları saklıdır. Başlık, ABD Patent ve Ticari Marka Ofisi’ne kayıtlı bir ticari marka aracılığıyla korunmaktadır.

 @FORBESDACH
 @FORBES_DACH
 FORBESDACH
FORBES.AT
F15.TV
#FORBESDACH

2	BAŞ MAKALE, İÇERİK, KÜNYE	17	PORTRE: HERMANN HAUSER	34	PORTRE: ALMDUDLER
4	VİYANA EKONOMİSİ: FOTOĞRAF GALERİSİ I	21	ADVOICE: MOUMI CLOTHING	36	FORBES “UNDER 30”: VİYANA
6	İMPARATOR’UN GİRİŞİMCİLERİ	18	KISA PORTRELER: WISR, MYSUGR, WEAREDEVELOPERS, GOSTUDENT	38	PORTRE: NIKI LAUDA
9	STEIRERECK	22	VİYANA EKONOMİSİ: FOTOĞRAF GALERİSİ II	40	ADVOICE: ÖZ & KARABULUT CONSULTING OG
10	VİYANA PORSELEN İMALATHANESİ AUGARTEN	25	GABRIELA SONNLEITNER (MAGDA’NIN OTELİ)	41	PORTRE: HİKMET ERSEK (WESTERN UNION)
12	PAUL KLANSCHKEK VE ERIC DEMUTH (BITPANDA)	26	VİYANA EKONOMİSİ: FOTOĞRAF GALERİSİ III	42	HOW TO PLAY IT: VİYANA HİSSE SENETLERİ
13	ADVOICE: DR. MEHMET SAIM AKAGÜNDÜZ	29	ADVOICE: BEELOG	44	VİYANA EKONOMİSİ: FOTOĞRAF GALERİSİ IIII
15	ADVOICE: OLIVE TREE PEOPLE	30	RÖPORTAJ: HÜSEYİN ÜNAL (ETSAN)	46	MAKALE: 2051 YILINDA VİYANA
16	BİLGİ GRAFİĞİ: VİYANA’DA BİLİM	33	BİLGİ GRAFİĞİ: VİYANA EKONOMİSİ		

Uzaktan
eğitimin

#bitmesi

için.

Initiative
**Österreich
impft.**

Pandeminin geçmesi için.
Siz de aşı olun.
www.Österreich-impft.at

VIYANA'NIN FARKLI YÜZÜ

130.000 şirketi ve girişimcisi ile Viyana gerçek bir ekonomik metropol. Kentin ve sakinlerinin bunun farkında bile olmaması, bu dergide sunduğumuz, kentimize yönelik farklı bakış açısını daha da heyecanlı kılıyor.

Metin: Klaus Fiala
Fotoğraflar: David Visnjic

DAILY

VIYANA EKONOMİSİ

FORBES.AT

CHRONEXT.at

Dünyanın önde gelen saat markalarından 7.000'den fazla saat hemen teslim hazır

CXT-FORBES

koduyla 600 €'ya varan indirim



31.12.2021'e kadar geçerlidir

İMPARATOR'UN GİRİŞİMCİLERİ

Viyana şehir merkezi, 100 yılı aşkın süredir buradaki şirketlere ev sahipliği yapıyor. Çoğu niş bir alanda ya da zanaat alanında uzmanlaşan bu şirketlerin hizmetleri, zamanında imparator tarafından da kullanılmıştır. Kumaş mağazası Jungmann & Neffe ve kuyumcu Köchert; işletmelerini 100 yılı aşkın bir aile geleneği ile yönetmelerine rağmen günümüzde hala talep gören ürünler sunuyorlar. Köklü geçmişlerine rağmen veya tam olarak da bu nedenle, onlar da Korona krizinin getirdiği gelişmelere eleştirel bir bakışla yaklaşıyorlar.

Metin: Muamer Bećirović
Fotoğraflar: Stellnberger, Amann, A.E. Köchert

DAILY



NİŞ İÇİNDE BİR NİŞ

Korona krizi yerel işletmeleri büyük ölçüde etkiledi ve Viyana şehir merkezi bomboş görünüyor. Takım elbise ve kadın giyiminin kumaş satışında uzmanlaşmış, lüks bir kumaş mağazası olan Jungmann & Neffe, krizi ağır hasar almadan atlatabildi ancak 164 yıllık bu şirket bile uzun vadeli bir kapanma durumunu kaldıramazdı, ayrıca yaklaşmakta olan Brexit süreci de iz bırakacak gibi görünüyor.

Georg Gaugusch, mavi gözlü, çerçevesiz gözlük takan uzun boylu bir adam. İşletmesi, Albertina'nın yaklaşık 50 metre uzağında ve tam karşısında yer alıyor, yan komşusu ise Hotel Sacher. Şehir, Korona tedbirleri nedeniyle kapanma durumunda olmasına rağmen, işletmedeki avizeler parlıyor. Gaugusch'un bizzat kendisi, kağıtlar gibi gereklilikleri sıralıyor, düzenliyor, satışa hazırlıyor. Korona krizi, Jungmann & Neffe işletmesinin satışlarının neredeyse %40'ına mal oldu. Bu durum, esas olarak turist eksikliğinden kaynaklanıyor. Oysa sahibi pes etmekten çok uzak. Aksine, yaratıcı fikirlerle kriz ile başa çıkmayı başarıyor.

Jungmann & Neffe'nin dış görünümü, Viyana şehir merkezinin görkemli-klasik manzarasına mükemmel şekilde uyum sağlıyor. İşletmeye girdiğinizde, kendinizi 150 yıl öncesinin lüks burjuva işletmelerini anımsatan bir alanda buluyorsunuz. Yüksek tavana duvar boyu masif ahşaptan yapılmış maun kahverengi raflar eşlik ediyor, raflarda ise sayısız kumaş ruloları bulunuyor. Gaugusch; raflarda yaklaşık 1400 rulo olması gerektiğini ve bunların hepsinin açılması durumunda, yaklaşık 17 kilometre uzunluğunda bir kumaşın ortaya çıkacağını söylüyor. Gaugusch, satışlar ile ilgili bilgi vermekten kaçınmasına rağmen bazı



“Aslında, niş içinde bir niş yapıyoruz. Modelimiz iyi gidiyor çünkü kimse bunun girişimci bir bakış açısıyla çalışabileceğine inanmıyor.” diyor Gaugusch.

günler 30 ila 40 metre arası kumaş satıldığını, diğer günlerde ise hiç satılmadığını belirtiyor.

Kapılarını ilk kez 1866 yılında açan Jungmann & Neffe, altı nesildir aile tarafından işletiliyor, ancak arada bir mülkiyet değişikliği söz konusu olmuş. Aslında kimya okuyan Gaugusch, 1994 yılında işlere yardım etmeye başlamış, 2005 yılında da yönetimi devralmış. Normal zamanlarda işletmenin altı çalışanı bulunuyor. Gaugusch, malzeme-deki farklılıkları göstermek için raftan iki gri rulo kumaş alırken “Bireyselliğe ve sürdürülebilirliğe büyük önem veren insanlar bizden alışveriş yapıyorlar. Her müşteri için ihtiyaçlarını karşılayan mükemmel bir ürün bulmaya çalışıyorum. Mesela; sürekli uçması gereken ve belki de çok terleyen bir danışman, hafifçe üşüyen bir banka müdüründen farklı kumaşlar giyer. Bu, çalışmalarının doğasından ve anatomilerinin yapısından kaynaklanmaktadır.” diyor.

Seyahat etmeyi seven bir danışmana tavsiye edilmesi gereken kumaş; klasik gri renkte, oldukça sağlam ve hatta biraz pürüzlü bir dokuya sahip olmalı. Bu tip kumaşların dokuma işlemi sırasında; iplikler daha güçlü bir şekilde burulur ve bükülür, böylece kumaş daha kuru ve sıkı hale gelir, fazla kırışmaz. Hafifçe üşüyen banka müdürüne ise; daha az bükülmüş antrasit renkli, ipeği andıran bir dokusu

olan bir malzeme tavsiye edilmeli. Bu durumda, ipliğin daha az büküldüğünü ve çekirdekteki malzemenin dokusunu ayırt eden şeyin tam olarak da bu olduğunu açıklıyor Gaugusch. Jungmann & Neffe malzeme konusunda oldukça seçici. Yalnızca yeni yün, kaşmir veya ipek kullanılıyor. Malzemeler sadece İngiltere ve İtalya'dan getiriliyor. Gaugusch tedarikçilerini şahsen tanıyor ve ürünleri bizzat görmek için düzenli olarak onları ziyaret ediyor. Gaugusch: “Aslında, niş içinde niş bir iş yapıyoruz, çünkü ilk aşamada sadece kumaş satıyoruz ve ikinci bir adımda takım elbiselerin uyarlanması ve dikilmesi için dışarıdan terzileri davet ediyoruz. Modelimiz iyi gidiyor çünkü kimse bunun girişimci bir bakış açısıyla çalışabileceğine inanmıyor.” diyor.

Tam bir ısmarlama takım elbisenin maliyeti 1800 euro'dan başlıyor ve kaşmir bir takım elbise için maliyet 4000 euro'ya kadar çıkabiliyor. Bu durum, şehir merkezindeki diğer sağlayıcılarla karşılaştırıldığında ucuz kalıyor, genellikle giriş fiyatları iki kat daha yüksek. Gaugusch'a göre, kullanıma ve bakıma özen gösterilirse takım elbiseler altı ila on yıl arası dayanıyor. Bunun yanında; ürün yelpazesinde kravat, yaka mendili ve eşarp gibi aksesuarlar da mevcut. Ek olarak, mevcut kumaşları elbise veya pantolon dikmek için de kullanmak mümkün. Jungmann & Neffe müşterileri, çoğunlukla bir vestiyer inşa etmek ve bakımını da yapmak isteyen orta sınıf, zengin Viyanalılardan oluşuyor.

“Araplara veya Çinlilere odaklanmak gibi bir hataya asla düşmedik. Yabancı müşterilerimiz ağırlıklı olarak Fransız, İsviçreli, Amerikalı ve İngiliz. İlginçtir ki, Çinliler ve Ruslar bizim onlara sunduğumuz özel ve tekil ürünleri istemiyorlar. Kitleler de trend olan ürünleri kullanmayı tercih ediyor; ancak

SARAY MÜCEVHERLERİ

Viyanalı kuyumcu A. E. Köchert, iki yüzyılı aşkın süredir Viyana'da faaliyet gösteriyor. İnişli çıkışlı bir geçmişe sahip olan şirket, tüm değişikliklere rağmen çizgisine sadık kalmayı başarıyor. Köchert, gelecekte de bu başarısını sürdürmek ve müşterilerinin yıllar boyu keyifle kullanabilecekleri mücevherler üretmeye devam etmek istiyor.

bizde istediğiniz zaman değiştirilebilen bir "Gucci" çantası bulamazsınız. Bizde sınırlı üretim ürünlerden sadece tek bir tane var." diyor Gaugusch. Ancak şu anda Korona tedbirleri nedeniyle, Fransız ve İspanyolların seyahat etmeleri mümkün değil, bu da işleri zora sokuyor. Bir de tabi Brexit söz konusu.

AB'den çıkış sözleşmesi sabitlenmeden önce Gaugusch, kendini güvenmeye almak için yedek İngiliz kumaşları satın almıştı. Brexit'in şimdi hangi biçimde gerçekleşeceğini ve tedarikçilerin bundan sağ çıkıp çıkamayacaklarını bilemiyoruz. Gaugusch'a göre, Doğu'nun açılmasından dolayı daha fazla insan Viyana'ya gelmeye başladı ve bununla birlikte şirket daha uluslararası hale gelebildi. Ancak salgın, uluslararası müşterilerin yanı sıra Viyana'da, işletmenin kapısının önünde de müşteriler olduğunu hatırlattı. "Yerel pazarınızı asla unutmayın. Ürünüze ihtiyaç duyulması gerektiğini unutmayın. İnternet çağı satış açısından bize zarar vermedi, aksine müşteri kitlemiz gençleşti ve sürdürülebilirlik daha önemli hale geldi. Ama maalesef orta kesim dağıldı. Piyasada artık sadece hurda veya değerli mallar bulunuyor" diyor Gaugusch.

Wilhelm Jungmann & Neffe kumaş mağazası 1836'da Viyana'da kuruldu. Aslında bir kimyager olan Georg Gaugusch, 2005 yılından bu yana şirketi yöneten dördüncü nesil.

Elmaslar, zümrütler, yakutlar, safirler... Özel günlerinizi mücevherlerle taçlandırmak istiyorsanız, Viyana şehir merkezindeki kuyumcu A. E. Köchert'e uğramalısınız. Ünlü işletme, 206 yıldır Neuer Markt'taki konumunda, ziyaretçileri için özel mücevherler üretiyor. Girişinde şirketin amblemini taşıyan mavi bir bayrak bulunan kuyumcu, 1991 yılından beri ailenin üç torunu tarafından yönetiliyor. Wolfgang ve Florian Köchert'in yanı sıra, bizi röportaj için karşılayan Christoph Köchert de şirketin başarısına ortak. 56 yaşındaki uzun boylu ve mavi takım elbiseli bu beyefendi, saç stili ve çerçeveli gözlükleriyle bir kuyumcudan çok bir yatırım bankacısını andırıyor.

Diğer iki ortağı gibi Köchert de şirketteki eğitimini tamamlamıştı. Köchert; şirketin tüm sahiplerinin, bugün başka hizmetler vermelerine rağmen, çıraklık eğitimi 3,5 yıl süren kuyumculuk zanaatını öğrenmiş olduklarını söylüyor. Şirketin toplam 14 çalışanı var ve bunların 3'ü atölyede çalışıyor. Kuyumculuk eğitiminin gelir artırma açısından ciddi faydaları olmasına rağmen, yetiştirilen çırak sayısı yetersiz. Köchert'in zamanında 50 kişi kuyumculuk eğitimine

başlamıştı ancak, bugün Avusturya genelinde bu iş ile meşgul olan sadece 3 ila 4 kişi bulunuyor. Eğitimini tamamlayanları elde tutmanın güç olduğunu belirten Köchert, birçok kişinin daha sonra kendi işini kurduğunu dile getiriyor.

Kuyumculuk teriminin, geçmişten günümüze büyük bir değişime uğradığı kesin. İki yüzyılı aşkın bir tarihe sahip olan Köchert de ilginç bir süreçten geçmiş. Kulağa biraz ironik gelse de geleneksel Avusturya işletmesi, bir Fransız tarafından kurulmuştur: Napolyon Savaşlarında Fransa'da bir asker olarak savaşmış ve yaralanmış olan Emanuel Pioté'ye, Almanya'nın Pforzheim kentinde bir aile kucak açmış, bu genç sonradan ailenin kızına aşık olmuş ve onunla evlenmişti. Napolyon nihayet 1814'te yenildiğinde, Fransa'ya dönüş Pioté'ye çekici gelmemişti. Bu sıralarda; Avusturya Şansölyesi Metternich, Avusturya İmparatorluğu'ndaki rekabeti arttırmak için el sanatlarının kapsamlı bir şekilde serbestleştirilmesini destekliyordu. Habsburgların amacı, özellikle en iyi ustaların dikkatini çekmekti. Nitekim Pioté bu fırsatı değerlendirerek, 1814'te Viyana'da bir kuyumcu açmıştır.

Sanatsal emaye çalışmalarıyla hızla ismini duyuran Pioté ile Baltık Almanı Jakob Heinrich Köchert'in yolları nihayet 1819'da Riga'da kesişmişti. Pioté'nin baldızı ile evlenen Köchert şirkete ortak olmuş ve 1830'dan itibaren Köchert'in atölyesi, zenginlerin uğrak noktası haline gelmişti. 1848'de Pioté'nin ortaklıktan çekilmesinden sonra ise, 1849'da Köchert imparatorluk-kraliyet oda kuyumcusu olmuştu. Şirkete adını veren ailenin o dönemdeki başarısının bir göstergesi de dükkanın iç tasarımının Avusturya parlamentosunu tasarlayan ünlü mimar Theophil Hansen tarafından tasarlanmış olması.

Son 150 yılda gerek işyerinde gerekse işçilik açısından hemen hemen her şeyin aynı kaldığını söylemek mümkün. Christoph Köchert, "Müşteri gruplarımız bile büyük ölçüde aynı" diyor. Şirket kendi çizgisini hiç bozmadan bugüne kadar gelebilmiş. Neredeyse tüm rakiplerinin üretimi bırakıp toptancılık işine girmiş olmasına rağmen, Köchert kendi bünyesinde mücevher üretmeye devam etmek istiyor. Üretim için gerekli olan değerli taşlar; Almanya, İsviçre, Fransa, Hindistan veya İtalya'dan ithal ediliyor ve kalite kontrolünden geçiriliyor. Bu değerli taşlar, mükemmel bir el işçiliği ve sınırsız bir hayal gücüyle, büyüleyici tasarımlarda buluşuyor. Bazı tasarımlar iki aylık çalışma süresi gerektiriyor ve maliyeti hayli yüksek oluyor. "Kaliteli, kusursuz mücevherlere sahip olmak istiyorsanız, yüksek fiyatları hesaba katmanız gerekir" diye vurguluyor Köchert. Fiyatlar bir mercan bileziği için birkaç yüz euro'dan, bir zümrüt yüzük için birkaç bin euro'ya, elmas işlemeli bir kolye içinse altı haneli miktarlara kadar çıkabiliyor. En çok tercih edilen ise, Elisabeth "Sisi" von Habsburg'un saçlarına taktığı, elmaslarla süslenmiş olan "Sisi'nin Yıldızları" isimli parça.

Christoph Köchert net rakamlar belirtmese de geleneksel zanaat ile iyi bir kazanç elde ettiklerini ifade ediyor. Ancak başarı, beraberinde bazı zorluklar da getiriyor. Nitekim Köchert, düzenli müşterilerin çocuklarını tasarımlara ikna etmenin kolay olmadığını söylüyor. Müşterilerin sadece %20 ila %25'i yurt dışından geliyor, geri kalanı Viyana veya Avusturya'dan kendilerini ödüllendirmek isteyen doktorlar, avukatlar, sanayiciler veya aristokratlardan oluşuyor. Köchert, "Tarz, toplumun durumunu güçlü bir şekilde yansıtır" diyor. "Takı hem kişiye hem de zamana dair çok şey söyler".

Christoph Köchert, yakınları Wolfgang ve Florian ile geleneksel kuyumcu A. E. Köchert'i işletiyor. Şirket, 1814'ten beri Viyana'da mücevher üretiyor.



Son 150 yılda iş yerinde çok az şey değişti ve işçilik açısından birçok şey aynı kaldı.

AYRANIN ÖNCÜSÜ

Türkiye'nin kuzeyinde küçük bir liman kasabasında dünyaya gelen Mustafa Karadeniz, okuldan sonra Almanya'ya göç etti. Aradan 40 yıl geçti; şimdi 60 yaşındaki girişimci, yedi haneli satış rakamlarına ulaşan bir içecek imparatorluğunu yönetiyor.

Metin: Sophie Spiegelberger
Fotoğraflar: Yavuz Aslan

Mustafa Karadeniz gülümseyerek: “Bazıları bana ayranın öncüsü diyor çünkü dünyada ayranı ilk sanayileştiren benim.” diyor. Yoğurt, su ve tuz kullanılarak hazırlanan Türk meşrubatı ayran; artık sadece büfelerde değil, birçok süpermarkette ve restoranda da satılıyor. Mustafa Karadeniz bu gelişmenin arkasındaki isim. 60 yaşındaki Karadeniz, 40 yıldır kuzey Almanya'da yaşıyor ama Türkiye'de büyümüş. Ayran orada her yerde içilmesine rağmen sanayileşmemiş bir ürün ve restoranlar tarafından yerinde hazırlanıyor. „Herkes suyla yoğurdu kendi kovaşında karıştırdı“ diyor Karadeniz. 1993 yılında ayranı şişeleme fikri aklına gelen Karadeniz; 28 yıl sonra, Avrupa genelinde 120 milyon şişe ayran sattı ve dünyanın her yerinde dağıtım ortaklarına sahip. “Türk kültürünü dünyaya tanıtmak istedim. Her durumda, bunu Avrupa'da yapmayı başardım.” diyor girişimci gururla.

Başlangıçta işler mütevazı ilerliyordu. Karadeniz, 30 yaşındayken iki dolum tesisatı satın alarak süt üreticileriyle ilk ilişkilerini kurdu: “Ayranı üretmeye başladım. Ancak başlangıç çok zordu, kimse ürünü almak istemedi” diyor. “Yoğurt ve ayranı Türkler hep kendileri yaparmış, o yüzden paketli ayran almaya alışkın değildik.” Ama zamanla insanlar hazır ayran tüketmeye alışınca işler yoluna girmeye başladı. Karadeniz, ürününü daha görünür kılmak için; örneğin Münih ve Aachen'da ve ayrıca Hollanda'da çeşitli şehirlerde dağıtım merkezleri kurdu, kademeli olarak perakendeden bağımsız, bir doğrudan satış modeli oluşturdu. Bu model için “örümcek ağı gibi” diyor: “Şişeleri kendim doldurdum ve ardından ürünü büfelere, restoranlara ve kafelere teslim ettim.”

Ayranı' daha önce hiç kimsenin hazır ürün olarak sunmamış olması, sektörün niş nitelik taşıdığı anlamına geliyor. Almanya Federal İstatistik



“Dünyada ayranı ilk sanayileştiren ben oldum” Mustafa Karadeniz.

“İki vatanım arasında bir kültür köprüsü oluşturmak ve Türk kültürünü Almanya'ya getirmek istedim.”

Mustafa Karadeniz, girişimci

Dairesi'ne göre ülkede yaklaşık 2,8 milyon Türk asıllı insan yaşıyor. Karadeniz, “İki vatanım arasında bir kültür köprüsü oluşturmak ve Türk kültürünü Almanya'ya getirmek istedim” diyor. Ayran, Almanlar tarafından da iyi karşılandı. Karadeniz, “Her büfede Türk müşteriler kadar Alman müşterisi var, bu sayede Alman müşteriler arasında tanınır hale geldik” diyor. Bugün Almanya'da oldukça iyi tanınan Ayyo, yaklaşık 8.000 okulda teneffüs veya öğle yemeği için içecekler sunuyor. Ayranın popülerite kazanması kesinlikle ürün yelpazesinin de genişlemesini sağladı. Artık Ayyo, sade ayrana ek olarak kiraz, şeftali, çilek ve mango aromalı ayran çeşitleri de üretiyor.

Korona krizi öncesinde, Karadeniz yılda 25 milyon paket ayran sattı. Küresel karantinayla birlikte işler azaldı, ancak yine de Karadeniz'e göre pandemi iyi atlatıldı. 2021 hedefi ise tekrar zirveye çıkmak: “Ayyo'nun yeniden en çok satan ayran markası olmasını istiyorum” diyor. Şirketin kurulduğu 1994 yılından bu yana diğer markalar da sektörde yer edindi ancak Karadeniz, ayranının piyasanın en iyisi olduğundan emin.

Mustafa Karadeniz 1960 yılında Türkiye'de doğdu. Dedesi ile Karade-

Ürün yelpazesi genişlediğinde talep de arttı. Gazoz satışları ayraninkilerden çok daha hızlı arttı, bunun nedenlerinden birisi ayranın alışılsması gereken bir tat olması. 1996 yılında Karadeniz bir marka daha kurdu: “Alibaba”.

Karadeniz, kendisi için yeni ve keşfedilmemiş olan sektörlerle de korusuzca yaklaşıyor: Ayyo Energie ile kendini endüstriyel ve ticari müşterilere hizmet veren bir enerji tedarikçisi olarak konumlandırmak istiyor.

Karadeniz, iş hayatının dışında da girişimci ruhuyla hareket ediyor. 15 yıl önce kültürleri spor yoluyla buluşturma amacıyla atletizm kulübü “Ayyo Team”i kurdu. Dernek bu amaçla her yıl “Uluslararası Atatürk Koşusu” düzenlemektedir. Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk Cumhurbaşkanı Mustafa Kemal Atatürk'ten ilham alan koşu, gençleri spor yapmaya teşvik etme hedefinin yanı sıra kültürler arası köprüler kurmayı da amaçlıyor: “Koşmak aynı zamanda insanları bir araya getiriyor. Atatürk koşusunda, çok çeşitli ülkelerden insanlar yer alıyor ve bununla gurur duyuyoruz” diyor girişimci.

2006 yılında Karadeniz, Köln'de kendi deyimiyle “bebeği” olan Confe-ti GmbH'yi kurdu ve Avrupa'daki tüm markalarını tek bir çatı altında birleştiriyor. İş bugün hala Köln'den yönetiliyor ve Avrupa çapında yeni pazarlara yaklaşıyor.

Mustafa Karadeniz şimdiden çok şey başardı, ancak daha birçok planı var: “Dünya inanılmaz bir hızla değişiyor. Önümüzdeki yıldan itibaren dijitalleşme alanında da projelere başlamayı planlıyorum” diyor. Bu projelerin içeriğiyle ilgili detaylı bilgi vermekten henüz kaçınıyor ancak girişimci potansiyelinin hiçbir şekilde tükenmediğine ikna olmuş durumda.

19 yaşında Almanya'ya gelen Mustafa Karadeniz, 1994 yılında Türk içeceği ayranı sanayileştirdi ve Ayyo, Gazoz ve Alibaba markalarıyla yavaş yavaş bir içecek imparatorluğu kurdu. Markaları artık Avrupa genelinde 45.000'den fazla satış noktasında bulunuyor.



Mustafa Karadeniz, 1994 yılında ayran markası Ayyo'yu kurdu. Günümüz itibarıyla, 300 milyondan fazla paket sattı.

TABAK ÜZERİNDE KÜLTÜR TEKNOLOJİSİ

Heinz Reitbauer, dünyanın en iyi şeflerinden biri olarak biliniyor. Forbes ile; tarım, çeşitlilik, yıldızların ve şapkaların değeri ve kârlı bir (veya onun durumunda üç) restoranın nasıl işletileceği hakkında konuştu.

Metin: Heidi Aichinger
Fotoğraflar: Florian Rainer

“Dünyanın En İyi 50 Restoranı” listesinde 17. sırada yer aldınız. Böyle bir sıralama işletmeye neler kazandırıyor?

Diğer birçok meslektaşımız gibi biz de insanlara yemek servisi yapıyoruz. Bunun medyada nasıl görüldüğü ve değerlendirildiği bizim kontrolümüzün dışında. Bu gibi sıralamalarda ulusal ve uluslararası başarı elde edemediğimiz dönemleri de yaşadık. O zamanlarda tabi ki bu eleştiriler bizi tanımayan misafirleri bize yönlendiremezdi. Öte yandan bundan etkilenmeyen konuklarımız da vardı; bunlar uzun yıllardır ailem tarafından ağırlanan ve hizmet gören ziyaretçilerimiz. Ancak o dönemde bile, zor zamanlarda da desteğini esirgemeyen, devamlı müşteri kitlesinin önemini idrak edebildik. Bu takdir, bilincimize derinden işlendi.

Yıldızlar ve şapkalar (ki bunlardan sizde sırasıyla 2 ve 5 tane var) kalite göstergeleridir. Bu seviyeyi korumak için hırslanmıyor musunuz?

Bu tarz değerlendirmeler bir yandan sektörümüz için bir nimet, çünkü işletmeleri ön plana taşıyor. Öte yandan, özellikle bunlara sahip olmak için çabalamayı oldukça zor buluyorum. Sonuçta, bunların getirdiği sorumluluklar da var. Böyle bir değerlendirmenin, (otomobil, kayak veya gastronomi sektöründe olsun) kişiyi bir yere götürebileceğini düşünüyorum ama çoğu

insanın da kolayca kendi fikrini oluşturabileceğine inanıyorum. İnsanlar çok farklı nedenlerden dolayı belirli yerlerde kendilerini rahat hissediyorlar ve birçoğu o yerin dünya sıralamasında 125. sırada mı yoksa ilk on arasında mı olduğunu önemsemiyor.

Bir restoranın özel dekore edilmesi, onun kârlı bir şekilde işletilmesini zorlaştırır denir. Siz bunu nasıl yapıyorsunuz?

Gastronomi, özellikle de taze gıdaların hazırlanmasında uzmanlaşmış gastronomi, doğası gereği bir zorluktur. Bizim ekonomik açıdan başarılı olmamızı sağlayan şey, belki de farklı alanları bir araya getirmemiz.

Şubelerinizden birinde kazanç marjı diğerlerinden daha yüksek mi?

Gastronomide kazanç marjı genellikle çok mütevazidir ve tek haneli rakamlardadır.

Gelelim Viyana Steirereck'teki menünüze. Bu menüyü ne sıklıkla değiştiriyorsunuz?

Tüm menüyü asla değiştirmeyiz. Genellikle bir restoranın başlangıç dönemlerinde, bunu yapmanız gerektiğini düşündüğünüz bir aşama vardır. Ancak bu aslında, sadece düzensiz bir sisteme ve hataların artmasına neden olur. Biz sürekli değişiklikler ve eklemeler yaparız; fakat hiçbir zaman menünün

tamamını değiştirmeyiz. 15 yıl önce başladığımızda, yemek porsiyonlarınıza numaralandırılmış küçük kartlar koyduk, bugün ise bunlardan neredeyse 1200 tane var. İlk yıl 100 çeşit yeni yemeğimiz vardı, son zamanlarda ise yılda 70 ila 80 arasında. Bu, daha önce servis ettiğimiz ve mevsime bağlı olarak daha da geliştirdiğimiz yemekleri tekrar sunmamızdan kaynaklanıyor. Fakat bu yemeklere yeni bir numara atamak yerine daha ayrıntılı bir numara ilave ediyoruz.

Avusturya gastronomisine derinden kök salmış aileniz, sizin erkenden kaliteli mutfak kültürüyle aşinalık kurabilmenizi sağladı. Steirereck am Pogusch'u 1996'da kurduğunuzda, babanız Viyana'daki Steirereck'i yönetiyordu. 2005'te ikiniz de restoranları değiştirdiniz. Bu nasıl oldu?

Aslında ailem 1993 yılında Turnau'daki mülkü, uzun vadede kendilerine emeklilik evleri yapmak için satın aldılar. O zaman Rasumofskygasse'deki Steirereck'e ek olarak ikinci bir şube açma fikri doğdu. Aslında Steirereck Pogusch için, ailem emekli olmak isteyene kadar lokantayı işletecek birisi gerekiyordu. Fakat o da kısa süreli iptal oldu.

Bu yüzden bana geçiş döneminde bir yıl boyunca işletmeyi yönetmemi söylediler. Zaten inşaat ustası ve marangozla birlikte baştan beri yapının planlanması, tasarımı ve geliştirilmesinde yer aldığım için teklifi kabul ettim. Yemek yapmanın yanı sıra, inşa etmek her zaman en büyük tutkum olmuştur. Planlanan bir yıl, birçok yıla dönüşüverdi ve olaylar başlangıçta inandığımızdan çok daha farklı gelişti.

Daha mı iyi, yoksa daha mı kötü?

Tamamen normal bir lokanta olacağına gerçekten inandık. Ve babamın bana şöyle dediğini hatırlıyorum: “Günlük satışlardan 5000 şilin kazanamayacağını sana garanti ederim.” (O zamanki döviz kuru üzerinden yaklaşık 360 €'ya tekabül ediyor) Çünkü serviste ve mutfakta ikişer tane çalışana daha ihtiyacım olduğunu düşünüyordum ama babam bunların o andaki çapımıza göre hiç gerekmediğini söylüyordu.

Çok kısa bir sürede 40'tan fazla çalışanımız oldu. Yüksek dalgalanmalı, çok zor bir dönemdi. O zamanlar çok kısa bir süre içinde tüm ekibi bunaltan ve rutine bağlayan bir yoğunluğun içine girdik. Bu şirketi tüm ekip için yönetilebilir ve yaşayabilir duruma getirmek, iki yılımızı aldı. Ondan sonra binaya eklemeler yaptık ve binayı geliştirdik. Daha sonra Viyana'da değişiklikler yapıldı ve orada da yeni neslin imzasının görünebilmesi için, bu içsel değişime karar verildi.

In vitro et hakkında ne düşünüyorsunuz? Buna uyum sağlamak zorunda mıyız?

Toplu hayvancılığa mantıklı bir tepki veya karşılık olduğu için, in vitro



Heinz Reitbauer, Steirereck'i ikinci nesilde yönetiyor.

etin geleceğinden oldukça eminim. Tadı hakkında kesinlikle tartışabiliriz, ama sandığımız kadar kötü de olmayabilir. Bazı kültürlerde in vitro et, buradaki kadar güçlü şekilde reddedilmiyor. Bence bu gelişme kesinlikle durdurulamaz. Ancak beni şaşırtan, tarımın henüz bu trende yanıt vermemiş ve alternatif stratejiler geliştirmemiş olması. Et marjinal bir ürün değildir. Öğrendiğimiz şey, marjinal ürünün bulunmadığı ve çok paranın döndüğü yerde endüstrinin son sürat hareket edip tepki verdiğidir.

Şeflere en sevdikleri yemekler sorulunca, cevap olarak genellikle oldukça basit yemekler söyleniyor. Peki, sizi en çok mutlu eden yemek hangisi?

Ben yoğun tatların aşığıyım. Temel gıdalar söz konusu olduğunda, şunlar söylenebilir: Sakatat ve av eti. Ama sebzeler gibi hafif şeyleri de severim, sadece et ile aynı tabakta değil. Ancak bunların her ikisi de damağımı ayrı yerlerden cezbediyor, biri bu taraftan, diğeri öbür taraftan. İşte bunu kendi mutfağımızda da yaşamaya ve yaşatmaya çalışıyoruz.

Heinz Reitbauer (47) çıraklık eğitimini ailesinin Viyana'daki restoranı Steirereck'te yaptı. 1996'da Steirereck am Pogusch'u açtı ve 2005'te Viyana'daki Steirereck'e geçti. "Reitbauer Grubu"nun üçüncü satış noktası ise bir mandıra.

Reitbauer ailesi; Viyana'daki iki konuma ek olarak, Steiermark'taki Pogusch'ta da bir restoran işletiyorlar.



PÜRÜZSÜZ

3D baskı gibi modern teknolojiler, kısıtlı kullanılsalar da geleneksel Viyana porselen üreticisi Augarten'ı da es geçmedi. Yüksek zanaat söz konusu olduğunda ise, makineler sırada bekliyorlar.

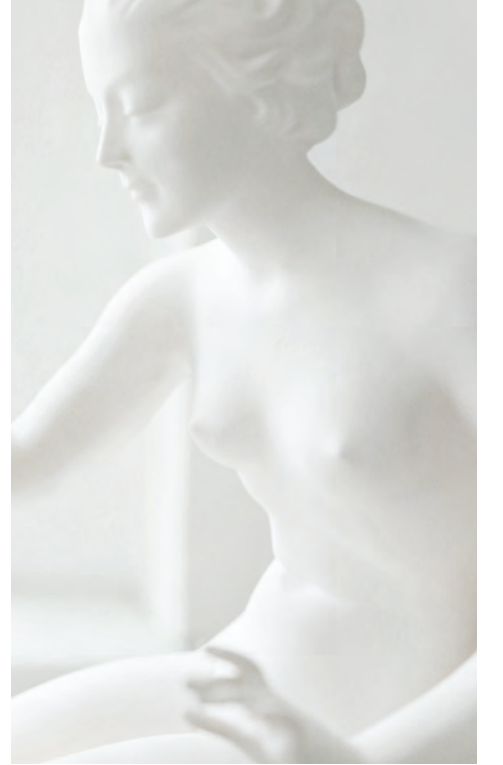
Metin: Heidi Aichinger
Fotoğraflar: Florian Rainer

Viyana porselen üreticisi Augarten'in üretim hangarında sessiz bir koşuşturma var. Her hareket mükemmel, herkes odaklanmış bir şekilde çalışıyor. Fabrikada günde iki kez yapılan rehberli turlar da genel konsantrasyonu etkilemiyor. Ziyaretçiler çok samimi bir şekilde karşılanıyor ve soruları ayrıntılı olarak cevaplanıyor. Bu turlarda sırf en iyi parçalar değil, başarısız olan parçalar da gösteriliyor ve en zorlu projeler hakkında coşkuyla konuşuluyor.

Zanaat sevgisi; kişinin kendi işine yönelik yüksek talepleri ve çalışanlara karşı duyulan saygı, işletmenin her yerinde görülüyor. Rehberli tur, model alanında başlıyor. Gelen her şey Thomas Baron ve Karl Blumauer'in ellerinden geçiyor. Örneğin; fabrikanın 300. yıl dönümü vesilesiyle yapılan bir şarap soğutucusu veya siparişi Japonya'dan verilen ve yapımı yaklaşık beş ay süren, neredeyse bir metre yüksekliğinde, tanınmış tıbbi reformcu ve İngiliz hemşire Florence Nightingale'in bir figürü.

Bu figüre tur esnasında birkaç kere denk geliniyor. Figürün, 3D baskı işlemi kullanılarak yapılan kafası da çalışma masalarından birinde bulunuyor. Konturlar bulanık ve sanatsal olarak elden geçirilmiş başka bir modelle arasındaki fark çok büyük. Geleneksel şirket kendini modern teknolojilere kapatmıyor, ancak bu teknolojilerin yüksek seviyedeki zanaatkarlığa henüz tam da yaklaşamadıkları aşikâr.

Turdaki diğer duraklar, farklı yüzyıllara ve stillere ait yakma işlemlerinin raflarıyla dolu fırın salonları. Burada, yontma, tornalama ve mineleme işlemlerinin yanı sıra, dökme ve boyama işlemlerini de görebiliyoruz. Augarten, 2003 yılından bu yana iş adamı Erhard Grossnigg'in sahibi olduğu Grosso Holding'in bir parçası olmakla birlikte, toplam 65 kişiye istihdam sağlamakta.



la pura'da keyif günleri

La pura women's health resort kamptal'da her şey sadece kadınların ihtiyaçlarına yönelik tasarlandı. Kişiyeye özel bakım ve tedaviler ile kendinizi zinde günler ile ödüllendirin.

Yüksek kaliteli kozmetik ürünlerimizin, aynı zamanda sağlıklı bir **la pura GourMed® Cuisine** beslenme şeklinin ve her şeyden önce **Ladies Spa 'da** bolca rahatlama ve huzurun keyfini çıkarın.

Vienna'dan arabayla sadece bir saatlik mesafedeki iklimsel sağlık beldesi Gars am Kamp, bozulmamış ve yemyeşil doğasıyla, **la pura Beauty-Tage 'yi** çok özel bir deneyim haline getiriyor. 3 gece için 660 €'dan başlayan fiyatlarla.

Daha fazlası www.lapura.at/beauty adresinde



la pura women's health resort kamptal
Hauptplatz 58, A-3571 Gars am Kamp
Tel.: +43 (0) 2985 / 26 66 - 742
Mail: willkommen@lapura.at
www.lapura.at

la pura®
women's health resort
kamptal

Ein Resort der

VAMED
VITALITY
WORLD

the
relaxing
way of
life



DÜŞÜK FİYATA BÜYÜK KÂR

Hızla büyüyen, kârlı ve çoğunluğu kurucuların elinde bulunan Viyanalı start-up Bitpanda, son derece sıra dışı bir start-up. Son senelerde gerçekleşen kripto patlaması, finansal teknoloji şirketlerinin rahat bir konumda yer alabilmelerini sağladı. Bu da Bitpanda'nın kurucuları Eric Demuth ve Paul Klanschek'e bir sonraki adımı atma imkânı sundu. Tanınmış yatırımcılardan gelen 52 milyon ABD doları ile kendi ticaret platformlarını kullanıp yeni finans dünyasını eskisi ile birleştirmek istiyorlar.

Metin: Klaus Fiala
Fotoğraflar: Christian Wind

Kış uykusu 2016'nın sonunda sona erdi; kripto para birimi Bitcoin, 770 ABD dolarından adım adım yükselişe geçti. 2017 yılının ortasında, bu yükselme eğilimi patlamaya dönüştü. Ağustos ayından itibaren zaten hızlı bir şekilde artan fiyat dört katına ulaştı ve Aralık 2017 ortasında geçici rekor olan 18.984,77 ABD dolarına vardı. Bitcoin ve diğer kripto para birimleri medyada yer almaya başladı, bankalar yeni ödeme araçlarıyla yoğun bir şekilde ilgilendi ve bu varlık sınıfları özel yatırımcıların dikkatini çekti. Viyanalı finansal teknoloji şirketi Bitpanda'nın 2016 yılı sonunda 50.000 müşterisi olmasına rağmen; üç kurucu Eric Demuth, Paul Klanschek (her biri eş-CEO) ve Christian Trummer (CTO) dahil olmak üzere, yalnızca altı çalışanı vardı. Bitcoin fiyatlarındaki yükselişle birlikte Bitpanda'da da talep patladı, işlem hacmi arttı ve ekip büyüdü. Fakat aynı zamanda kurucuların üzerindeki baskı da arttı. Eric Demuth ve kurucu ortağı Paul Klanschek ile röportaj için buluştuğumuzda, Eric o zamanları anlatırken “Neredeyse dört ay boyunca uyumadık.” diyor.

Satışlar her ay %100 arttığından, dahil olan herkes sistemi çalışır durumda tutmak için yoğun bir tempo içerisindeydi. Talebi yüksek tutmak ve satışları reddetmek zorunda kalmamak için, kurucular sadece kendilerine maaş ödememekle kalmadılar, aynı zamanda kazandıkları her euro'yu start-up'a yatırdılar. Klanschek: “Para o kadar hızlı döndü ki, sürekli likiditeye ihtiyacımız vardı.” diyor. Eski bir borsa deyimi olan “Altın bulmak için, kazıcılara değil küreklere yatırım yap.” sözü Bitpanda'nın durumuna tam olarak uyuyordu. Bitpanda, bir broker olarak, kendi varlık sınıfına gösterilen ilgiden büyük kazanç sağladı. Bu, çalışanları çok yorduysa da kasaların dolmasını sağladı.

Bu kısa dört ay, Bitpanda'nın bugün geldiği noktanın temelini oluşturdu. Bitpanda şu anda, belki de Avusturya'nın geleceği en parlak olan start-up'ı ve Avrupa'nın en heyecan verici finansal teknoloji şirketlerinden birisi. Şirket henüz kuruluşunun üçüncü yılı olan 2017 yılında, riskli sermaye barındırmadan bile 15 milyon euro net kâr elde etmeyi başardı. Bitpanda, o zamandan beri kararlı bir şekilde büyümeye devam ediyor. Demuth geçmişe bakarak “Bu çılgınca bir yolculuktu.” diyor. Kurucular 2017'den gelen akıcı kârlar nedeniyle hisselerin büyük bir çoğunluğunu hala ellerinde tutuyorlar, bu da üçlünün aynı zamanda multimilyoner olduğu anlamına geliyor. Bitpanda; Avrupa ve Asya'daki yeni nesil yatırımcılar için kripto para birimleri, değerli metaller ve hisse senetleri alanında kendini lider platform olarak konumlandırmak istiyor. Bunu başarmak için, dış sermaye toplama işlemlerine başladı: 2020'de Avrupa'daki en büyük



Eric Demuth (solda) ve Paul Klanschek; insanların, paralarını kripto para birimlerine veya hisse senetlerine daha kolay yatırmalarını sağlamak istiyorlar.

Seri A turlarından birinde, şirket 52 milyon ABD doları (44 milyon euro) topladı (o zamana kadar sadece birkaç Business Angel yatırım yapmıştı). Yatırımcılar arasında Peter Thiel liderliğindeki Valar Ventures ve İngiliz fonu Hedosophia yer alıyordu, ki bu fonlar Berlin Dijital bankası N26'da sırasıyla yaklaşık %15 ve %12 paya sahipler. Bu tanınmış fonların arasında Mart 2020'de hisselerini genişleten Avusturyalı VC Speedinvest de bulunuyor. Forbes tahminlerine göre, resmi olarak açıklanmayan değerlendirme 350 milyon ABD doları (295 milyon euro) civarında. Her birinin yaklaşık %28'lik paya sahip olduğu hesaba katılırsa, Klanschek ve Demuth'un özel varlıklarının 100 milyon ABD doları (85 milyon euro) tutarında olduğu görülüyor.

CTO Trummer, hisselerin %14'ünü elinde tutuyor ve bu da ona 50 milyon ABD doları (42 milyon Euro) kazanç sağlıyor. Bitpanda, yatırımcı ve değerlendirme bilgileri hakkında yorum yapmayı tercih etmiyor. Bitpanda'nın şu anda hisse ticareti yönüne eğilmesi, şir-

keti ticaret platformlarına doğru hareket ettiriyor. Klanschek: “Vizyonumuz artık kripto ve hisse senetlerinin ayrı yerlerde olmasını sonlandırmak. Çeşitli varlıklara yatırım yapılabilecek bir varlık yönetim platformuna sahip olmak istiyoruz. Ve tabi ki hisse senetleri, ETF'ler ve tahviller gibi en üst varlık sınıflarını da platformumuzda temsil etmek istiyoruz.” diyor. Şirket, neredeyse bir yıldır hisse senedi ticaretinin programa dahil edilmesi üzerinde çalışıyor; çünkü bu, teknik nedenlerden ve düzenlemelerden ötürü, kripto para birimlerinden veya değerli metallerden daha karmaşık. “Ancak bu uyarılama çok da uzun sürmemeli.” diyor Demuth ve ilave ediyor “Sıra bizde.”

Bitcoin fiyatındaki son gelişmeler de Bitpanda'ya zarar vermiyor. Kripto para biriminin fiyatı son durumda yaklaşık 49.000 ABD dolara (yaklaşık 40.000 euro) ulaşmış durumda. Yılın başından bu yana, Bitcoin fiyatlarında iki kattan fazla bir artış görüldü (1 Ocak'ta 29.111

dolar idi). Fiyattaki bu artış daha fazla işlem hacmine yol açtı. Bununla birlikte, neredeyse 1,4 milyon müşteri zaten bir milyar euro'nun üzerinde bir işlem hacmi yakalıyor. (Rakamlar son resmî açıklamaya göre olduğu için gerçek hacmin önemli ölçüde yüksek olması kuvvetle muhtemeldir.) Şirket 2019'da 4 milyon euro kâr ile 25 milyon euro değerinde (2018'den 10 milyon euro daha fazla) satış gerçekleştirdi. Kuruculara göre Bitpanda, hacmini her yıl %100 artırma hedefine 2020 yılında da ulaşacak. Bitpanda an itibarıyla 260 çalışana istihdam sağlıyor.

Bitpanda'nın evrimi bir bakıma kripto sahnesinin bir yansıması olarak görülebilir. Kripto para birimleri, 2016'dan önce finans sektöründe bir izleyici durumundayken, 2016 ve 2017'de trend haline geldi. O zamandan beri, sektör ve Bitpanda da kripto paralar ile beraber daha profesyonel bir hal aldılar. Ve Pantos ile Bitpanda, artık bankalar ve benzerleriyle bağlantı kurmaya hazır, doğru çözümlere sahip. Viyana Teknoloji Üniversitesi ile iş birliği içinde geliştirilen teknoloji, ilk kez farklı blok zinciri teknolojilerinin arasında kesintisiz bir beraber çalışabilirlik sağlıyor. Bu önemli bir adım çünkü farklı blok zincirleri arasında bilgi alışverişi veya varlık aktarımı şu anda mümkün değil. Klanschek: “Pantos ile büyük hedeflerimiz var; çünkü onunla çözmek istediğimiz sorun öylece kendiliğinden ortadan kalkmayacak.” diyor.

Girişim, Viyana Teknoloji Üniversitesi ile iş birliği içinde 2018 yılında başlatıldı ve Bitpanda kısa süre önce ilk ortağını duyurdu: Raiffeisen Bank International (RBI). Bitpanda, RBI'nin kendi tokeni olan “RBI Coin”i geliştirecek. Bir pilot proje olarak bu, farklı blok zinciri protokollerine dayalı finansal giderlerin etkileşimini sağlamayı hedefliyor. Şirketin gelecekteki kilometre taşlarından olan 1 milyar dolar değerindeki genişlemeye ve branştaki tek boynuzlu at statüsüne ulaşıp ulaşamayacağı henüz belli değil. Ancak, Demuth ve Klanschek'in Avrupa'nın en heyecan verici finansal teknoloji şirketlerinden birini kurdukları ortada. Kurucuların, bu start-up'ın geleceğini de kendi ellerinde tutacakları ve yönlendirecekleri de kesin. Birkaç uykusuz ay için fena bir anlaşma değil.

Eric Demuth ve Paul Klanschek, birbirlerini Viyana Ekonomi Üniversitesi'ndeki öğrenci yıllarında tanıdılar. 2014 yılında da Christian Trummer ile Bitpanda'yı kurdular. Viyana merkezli şirketin yaklaşık 250 çalışanı var.

“BİR AVUKAT İÇİN TEK BİR HATANIN SONUCU HÜSRAN OLABİLİR”

Dr. Mehmet Saim Akagündüz; hırs, disiplin ve sıkı çalışma ile Viyana’da başarılı bir hukuk bürosu yarattı. Uzmanlık alanları gayrimenkul hukukundan yabancılar hukukuna kadar uzanan Akagündüz, bugün Viyana’daki Türk Başkonsolosluğu’nun hukuk danışmanı ve Avusturya’daki Türk Hava Yolları’nın avukatı.

Metin: Muamer Bećirović
Fotoğraflar: David Višnjić

Okula nerede gittiniz?

Türkiye’de doğdum ve 1987 yılında ailemle birlikte Avusturya’ya geldim. İlkokulu Türkiye’de okudum ama Avusturya’ya geldiğimde Almanca bilmediğim için sınıf tekrarı yapmak zorunda kaldım. İlkokuldan sonra sekiz yıllık lise ve ardından yüksek lisans ve doktora çalışmaları geldi. Aslında klasik bir kariyer yolu. Ancak aynı zamanda futbol oynadım ve aslında çok da iyiydim. Profesyonel bir kariyere doğru giden en iyi yolda olmama rağmen sağlık nedenlerinden dolayı sporu bırakmak zorunda kaldım (Akagündüz, Avusturya Bundesliga’da, SV Ried bünyesinde görev aldı). Ama hiçbir zaman futboldan uzaklaşmadım ve yıllarca amatör sahada başarılı bir şekilde oynadım, antrenörlük de yaptım. Ağabeyim Muhammet Akagündüz (eski Avusturya milli futbolcusu ve Rapid Wien’li oyuncu) futbolda benden daha ileri gitti. Ailem ve işimin yanı sıra futbol en büyük tutkum ve öyle kalacak.

Futbol seçeneği elendiğinde ne yaptınız?

Başka çarem olmadığı için yönelimlerimi değiştirdim. 22 yaşında hukuk okumaya başladım. Babam şimdi 71 yaşında ve halen üç erkek kardeşime ait olan “akatronik” adlı elektrikli eşya dükkanımızda çalışıyor. Babam, çok erken yaşta çalışmaya başladı. Dolayısıyla Türkiye’de akademik kariyer ihtimali olmadığı için hepimizin bir yerlere gelmesi gerektiğini biz küçükken söylemeye başlamıştı. Yani hepimiz bu ruhu içimizde taşıdık. Aynı zamanda, babam çok konuştuğumu ve çok hırslı olduğumu bu yüzden avukat olmak için doğduğumu söyledi. Bir hukuk lisans diplomasını almak ortalama 12 dönem sürer, yani altı yıl. Ben ise üç yılda bitirdim.

Ama neden hukuk seçtiniz?

Bu, adalet fikriyle ilgili. Ben daha gençken, yaklaşık 25 yıl önce, neredeyse her gün arkadaşlarla parkta futbol oynardık. Sonra bir gün polis geldi ve bizden sıraya girmemizi istedi. Memurlar hiçbir açıklama yapmadan fotoğraflarımızı çekmeye başladılar ve tekrar uzaklaştılar. Bu beni çok rahatsız etti, bunun gibi deneyimler insanda iz bırakıyor, insanı şekillendiriyor. Bugün, böyle bir şey görürsem hemen karşı koyarım. O zaman bunu yapamazdım.

Mezun olduktan sonra süreç nasıl devam etti?

Önce yargıç olmak istiyordum ve o zamanlar Avusturya’da Türk göçmen kökenli ilk yargıç olacaktım ama Viyana Hukuk Bürosu “Karasek Wietrzyk” beni işe aldı. Yine de pişman değilim. Orada dört yıl kaldım ve çok iyi bir eğitim aldım. Sonra iki yıllığına “Lansky und Ganzger” hukuk bürosuna geçtim.

2012 yılında kendi kendime müvekkiller kazanabileceğime inandığım için kendi hukuk büromu kurmak üzerine düşünmeye başladım.

Hangi müşterilere bakıyorsunuz?

Örneğin, Viyana’daki Türk Başkonsolosluğu’nun hukuk müşaviriyim, aynı zamanda Avusturya’daki Türk Hava Yolları’nın avukatlığını yapıyorum. Avusturya’da 300.000 Türk ile yeterli potansiyel var. Her avukat meslektaşım için yeterli vekalet var. Sadece Türk ve Avusturyalı müvekkillerim değil, Çin, Azerbaycan ve İran’dan uluslararası müvekkilleri de çeşitli hukuki konularda temsil ediyorum.

Hangi konuda uzmanlaştınız?

Şirketler hukuku, yabancılar hukuku, mülkiyet hukuku, seyahat hukuku, tazminat hukuku, iş hukuku, aile hukuku ve tabii ki sözleşme düzenleme. Asıl odak noktam emlak hukuku ve yabancılar hukuku. Stajyer avukat olarak bu alanlarda deneyim kazandım. Geçtiğimiz günlerde diğer iki meslektaşımınla beraber; Avusturyalı yetkililerin, çifte vatandaşlık iddiası nedeniyle, Türk göçmen geçmişine sahip kişilerin Avusturya vatandaşlığını iptal etmek istediği, iyi bilinen bir davayı kazandım.

İşinizde özellikle nelerden zevk alıyorsunuz?

Mahkemeye başvurmak, çünkü müvekkil için bundan çok şey elde edebilirsiniz. Ayrıca kapsamlı süreç hazırlığına da büyük önem veriyorum. Bu arada, emlak işlemlerinden gerçekten zevk alıyorum. Müşteriler bana güvendiklerinde ve onlara hayallerindeki mülkü edinmeleri yolunda yasal destek sağlayabildiğimde mutlu oluyorum.

Bu sektörde nasıl iş kuruluyor?

Kulaktan kulağa reklam sayesinde. İyi ve başarılıysanız tavsiye edirsiniz. Ailemizin futbol geçmişi nedeniyle soyadım da bir avantaj oldu benim için. Soyadımız sadece Türkler tarafından değil, Avusturyalılar tarafından da biliniyor.

Yılda kaç dosyaya bakıyorsunuz?

Yılda yaklaşık 250 ila 300 arası dosya bakıyorum, çoğu zaman daha da fazla olabiliyor. Her durumda, yeterince müşterim ve işim var.

Ve kaç çalışanınız var?

Dört. İki tane daha işe alabiliyorum ama bir hukuk bürosu olarak altı kişiden fazla olmak istemiyoruz. Altı kişiyi geçmek istemiyorum çünkü çok tanıdık bir ortamımız var ve birbirimize ona göre davranıyoruz. Bu küçük yapıyı seviyorum. Orada kendimi rahat hissediyorum ve çalışanlarım iyi hissediyor. Bir şey büyüdükçe onu yönetmesi de



zorlaşıyor. Ancak bir avukat olarak her şeyi denetleyebilmeniz gerekir, çünkü nihai olarak siz sorumlusunuz.

En heyecan verici davanız neydi?

2013’ün ilk başlarında, bir davada yarım milyon euro’luk bir anlaşmazlık söz konusuydu, çok para. Avusturyalı bir şirket, Türkiye merkezli bir şirkete dava açmıştı. Çok iyi bir hazırlıkla, çok sayıda müzakere ile, iki celsede şikâyetin reddini almayı başardım. Mahkemeyi, bu durumda hukuken Avusturya mahkemelerinin değil, Türk mahkemelerinin uluslararası yargı yetkisine sahip olduğuna ikna edebildim.

Bu işte öğrendiğiniz en önemli şey nedir?

Sorumluluk. Temsil ettiğiniz insanlardan siz sorumlusunuz. Müvekkillerimi, bilgim ve inancım çerçevesinde en iyi şekilde bilgilendirmek ve temsil etmek benim işim. İşimizde de çok dik-

katli ve titiz çalışmalı, yazılan her kelimeye ve anlamına dikkat etmeliyiz. Bir sözleşmedeki tek bir hata veya yanlış bir formülasyon, sözleşmeyi hazırlayan avukat için kötü sonuçlanabilir ve milyonlarca euro’luk mesuliyete neden olabilir.

Dr. Mehmet Saim Akagündüz, Viyana’da hukuk okudu. Bu alanda tanınmış işverenlerle çalıştıktan sonra, 2012 yılında kendi hukuk firmasını kurdu.

İSLAMİ DEĞERLERE SAHİP İSKANDİNAV TASARIMI

Orta Doğu'nun zarif ve süslü ifadeleriyle birleşen sade İskandinav tasarım stili, kesinlikle ilgi çekici bir kültür kaynaşması oluşturuyor. Firmamızı kurma fikrine 2017 yılında bir sabah kahvaltısı sırasında karar verdik. Batı'daki diğer birçok Müslüman gibi, farklı kültürlerle yaşamak günlük hayatın bir kaçınılmazı ve biz bu farklı kültürleri birleştiren ürünleri tasarlamak için yola çıktık.

Fotoğraflar: Simone Doenvang

Ben yaratıcı bir ailede büyüdüm ve her zaman kendimizi yaratıcı bir şekilde ifade etmeye teşvik edildik. Genelde resim yaparken, yeni taşındığımız evimize uygun duvarları dekore etmek için poster bulmakta zorlandığımızı fark ettim. Şahsen İskandinav tarzına uygun ama yine de dinimize ve eşimin Türk kökenine uygun bir şey arıyordum. Kendim bazı resimler yaptım fakat piyasada batılı Müslümanlara hitap eden başka bir şey bulamadım. Ben; basit, modern, İslami posterler bulmakta zorlanıyor isem, başkalarının da aynı şeyi hissedebileceğini düşündüm ve eşime bir sabah kahvaltısında bu iş fikri ile geldim. Eşim de fikrin ardındaki potansiyeli hemen gördü. 2018 yılının başlangıcında evimizde kurduğumuz küçük atölyemizde, büyük bir yazıcı ile İskandinav ve İslami posterlerden oluşan bir koleksiyon ile ilk websitemizi kurduk.

Poster ve duvar dekorasyon endüstrisi zaten genel pazarlarda yükselişe geçmişti, ancak Avrupa'da Müslümanlara uygun ilk minimalist posterleri piyasaya süren bizdik.

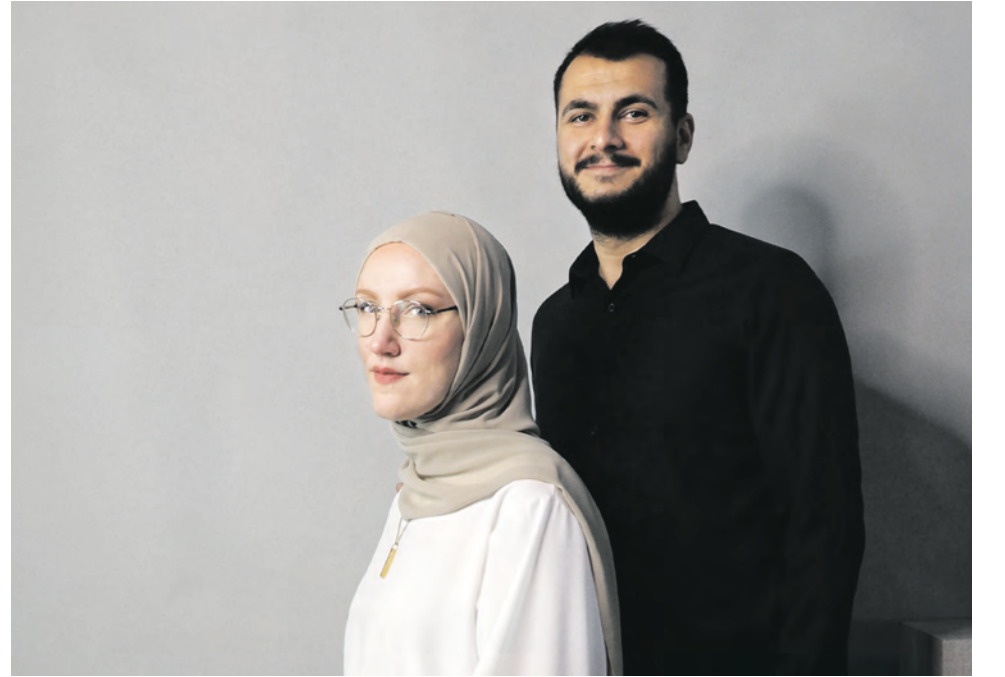
Posterlerin üretimi ve popülaritesi hızla arttı ve lansmanımızın ardından bir yıldan kısa bir süre içinde ilk ofisimize taşındık ve bu alanda ürün yelpazemizi genişletme potansiyelimizin olduğunu keşfettik.

Doğal olarak ürün yelpazemize çerçeveleri ekleyerek başladık. Daha sonra, Müslüman evlerine uygun poster talebine ayak uydurmak için diğer sanatçı Müslümanlar ile iş birliği yaparak yeni tasarımlar ile ürün yelpazemizi genişlettik. Sosyal medyaya reklamlar verdik, influencer'lar ile çalışarak ürünlerimizi tanıttık. Bu pazarlama çalışmaları, işimizi şu anki seviye taşımamıza gerçekten çok yardımcı oldu.

İki kültür arasındaki kaynaşma:

CEO ve tasarımcı olarak işin büyük kısmı benden geliyor fakat Yunus ve ben yeni ürünlerin lansmanında bir ekip olarak çalışıyoruz. Genelde tasarıma dikkat etsem de fikirleri ve Türk köklerine sahip tasarımları müşterilerimize uyarlamak için eşim ile fikir alışverişinde bulunuyorum. İskandinav tarz kullanacak da; tasarımlarımız, Arap diline ve kaligrafisine, orta doğu mimarisine ve kültürüne duyulan sevgiyle oluştu. Yunus, Türkiye'nin Alanya şehrinde doğmuş. Daha önce İskandinav turistlere yönelik mağazalarda çalışmış ve İsveç'e taşınmadan önce kendi tekstil mağazasını yönetmiş. Küçük yaştan bu yana ticaretle uğraştığı ve bugün İsveç'te üretim ve imalat üzerine yoğunlaşan bir fabrikada Teknik ve İnavosyon müdürü olarak çalıştığı için ticari konularda ve üretim konularında fikirlerin birçoğu ondan geliyor. Eşim ile tanışmadan önce Asya ve Orta Doğu'da çalışıyor ve seyahat ediyordum ve bu nedenle diğer kültürlerle de aşinaydım. İlk tanıştığımızda ikimizin de karşıt kültürlerle yaşamakta deneyimleri olduğu için farklı geçmişlerimiz olsa da hayatımızda orta yol bulmamız kolay oldu. Hayatımızda bulmuş olduğumuz orta yolu, firmamızda yapmış olduğumuz tasarımlara yansıtıp iki farklı kültür arasında dengeli tasarımlar oluşturduğumuz söylenebilir.

Seyahat ve fotoğrafçılık: Çocukken hep dünyayı gezmeyi hayal etmişimdir, eşimde de yolculuk ve macera tutkusu var. Yolculuklarımız sırasında bize rastlarsanız, ben yerde fotoğraf çekmek için muhteşem açı ve güzel ışık ararken, Yunus ise Dorne ile nefes kesen manzara fotoğrafları çekiyordur. Çekmiş olduğumuz fotoğraflardan tasarladığımız posterler batıdaki Müs-



Farklı kültür ve ırktan biri ile evli olmak, iki farklı kültürü tek bir çatı altında birleştirmenin güzel bir yolu olabilir.

lümanların etik ve dini geçmişlerini onurlandırmak için oluşturulmuştur. Bu posterler yalnızca bizim için değil, müşterilerimiz için de hatıralar yaratıyor. Bir resmin bin kelimeden fazla konuştuğu genel kanısıyla, tasarımlarımızın yeri gurbette yaşayanlar için daha bir farklıdır. Gezilerimizi müşterilerimizin nereli olduklarına göre planlıyoruz ve 2021'de müşterilerimize yeni fotoğraf posterleri oluşturmak için yaklaşan üç gezimiz var.

Etik üretim ve daha az atık: Danimarka'da büyüdüm ve yirmi dört yaşındayken Müslüman oldum. İslam hakkında ilginç bulduğum şeylerden biri, konu gezegeni korumaya geldiğinde belirlenen değer ve genellikle bilimsel ve manevi yaklaşımdı. Bu firmada yaptığımız işler ile her zaman dinimizde bize öğretilen değerleri koruyarak tasarımlarımızı yapmayı ve ticaretimizi devam ettirmeyi hedefliyoruz. Ürünlerimiz, çalışanlara adil bir şekilde ödeme yapılarak etik bir çalışma ortamında üretilmektedir. Üretimimizin birçoğu kendi atölyemizde üretilmekte, bir kısmı ise Avrupa içerisinde bulunan anlaşmalı partnerlerimiz tarafından üretilmektedir. Hem kendi atölyemizde hem de dış partner atölyelerimizde atıklarımızı önemli ölçüde azaltan ve aynı zamanda CO2 emisyonumuzu da azaltan İsteğe Bağlı İmalat metodu ile (On-Demand-Manufacturing) çalışıyoruz.

Müslüman Lifestyle marka pazarındaki boşluğu doldurmak için büyüme: İsteğe Bağlı İmalat'ın (On-Demand-Manufacturing) büyümesiyle, tasarımlarımızı zaten yalnızca iç mekan dekorasyon ürünlerinden fazlasına genişlettik ve genişletmeye devam ediyoruz. Çoğu şirket batılı Müslümanlara hitap etmekte başarısız olsa da,

bizim için topluluğumuza hizmet eden yeni ürünleri tanıtabilmemiz için hâlâ birçok fırsat olduğunun farkındayız. Yakın zamanda telefon kılıfları, takılar ve tekstil ürünleri piyasaya sürdük ve şu anda giyim üzerinde çalışıyoruz. Batıdaki Müslümanların çift kültürlü geçmişe sahip olduğu yaklaşımımızla, ikisini birleştiren tasarımlar üzerinde sürekli çalışıyoruz. Dinimizi günlük hayatımızda hatırlamamız bizim için önemlidir. Yaşam tarzımıza uygun, inancımızı koruyan ve bize hatırlatan tasarımlar üretebilmek için buradayız.

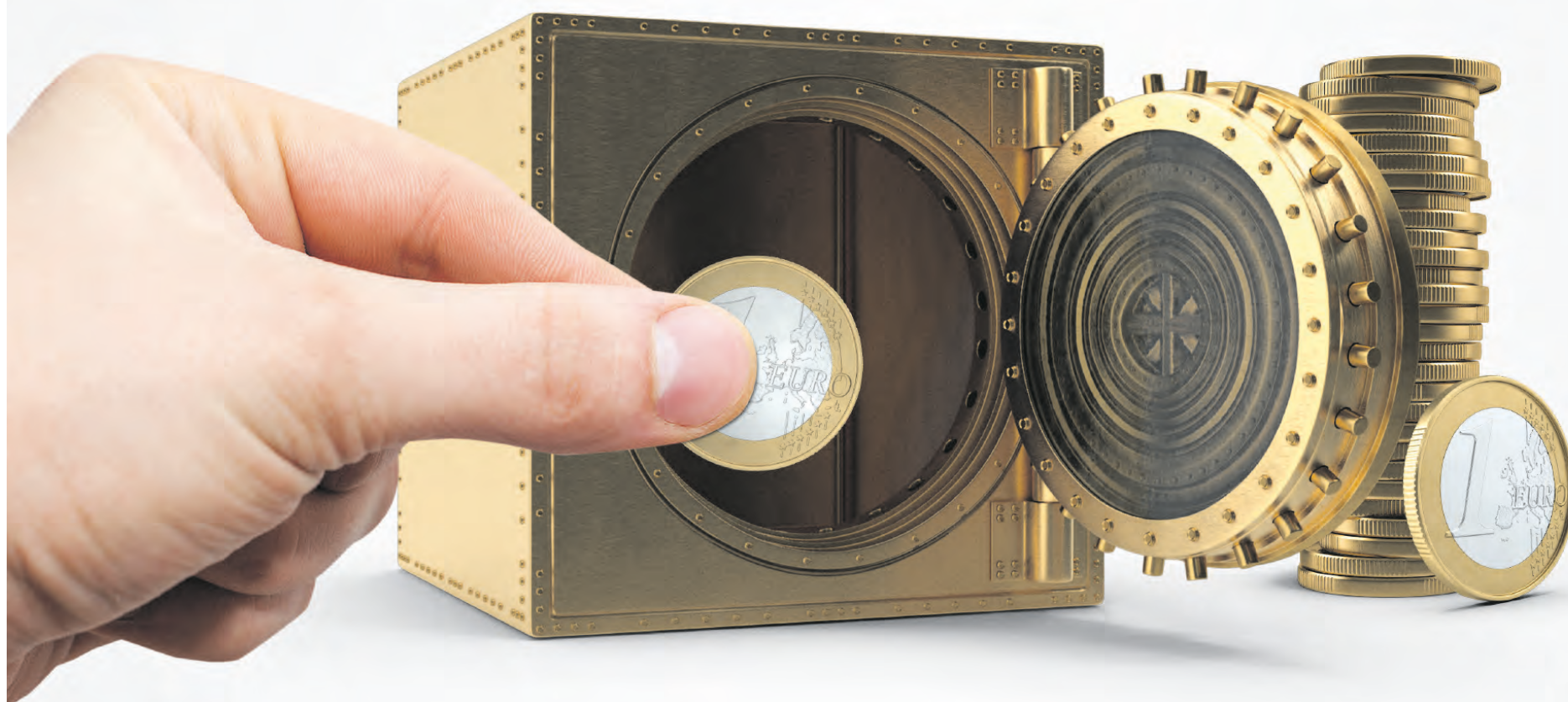
Doenvang, minimalist İskandinav tasarımını İslami değerlerle birleştirme hedefiyle 2017 yılında kuruldu. Danimarka ve Türk kökenli çift, ev dekoru markasından, lifestyle markasına dönüşen iki farklı tasarım konseptinin kaynaşması için mükemmel bir temel oluşturdu.



Fotoğrafçılığa ve Arap alfabesi kaligrafisine olan sevgisiyle Doenvang, 900'den fazla farklı poster tasarladı ve her geçen gün bu sayıyı arttırıyor.

Sichere Geldanlage zu Top-Konditionen!

Profitieren Sie mit dem **KT FestgeldKonto** von ausgezeichneten Konditionen und das bei voller Sicherheit.



0,30% p.a.
1 Jahr

0,35% p.a.
2 Jahre

0,40% p.a.
3 Jahre



Die KT Bank ist Mitglied der Entschädigungseinrichtung deutscher Banken, Ihre Einlagen sind bis zum Betrag von 100.000,- EUR gesetzlich abgesichert.

Weitere Informationen auf www.kt-bank.de
oder unter +49 69 255 10 200

Eine Tochtergesellschaft der  KUYEYTTÜRK

KT  BANK

RAKAMLARLA VIYANA'DA BİLİM

23 üniversite, Avusturya'da araştırma ve geliştirmeye yapılan harcamaların %30'u ve en yoğun araştırma bölgeleri sıralamasında Avusturya'da ikinci sıra: Sizin için, Viyana'da bilim ve AR-GE ile ilgili verilerin yanı sıra, karşılaştırmaları rakamlar da derledik.

DAILY

Araştırma: David Zehner
Bilgi Grafiği: Valentin Berger
Kaynak: Stadt Wien, Eurostat, Statistik Austria

23

ADET YÜKSEKOKUL

2,5

MİLYAR €

ya da Viyana Belediyesi'nin yıllık bütçesinin
%18'i bilim için kullanıldı.

130

MİLYON €

2018 yılında AR-GE için harcandı

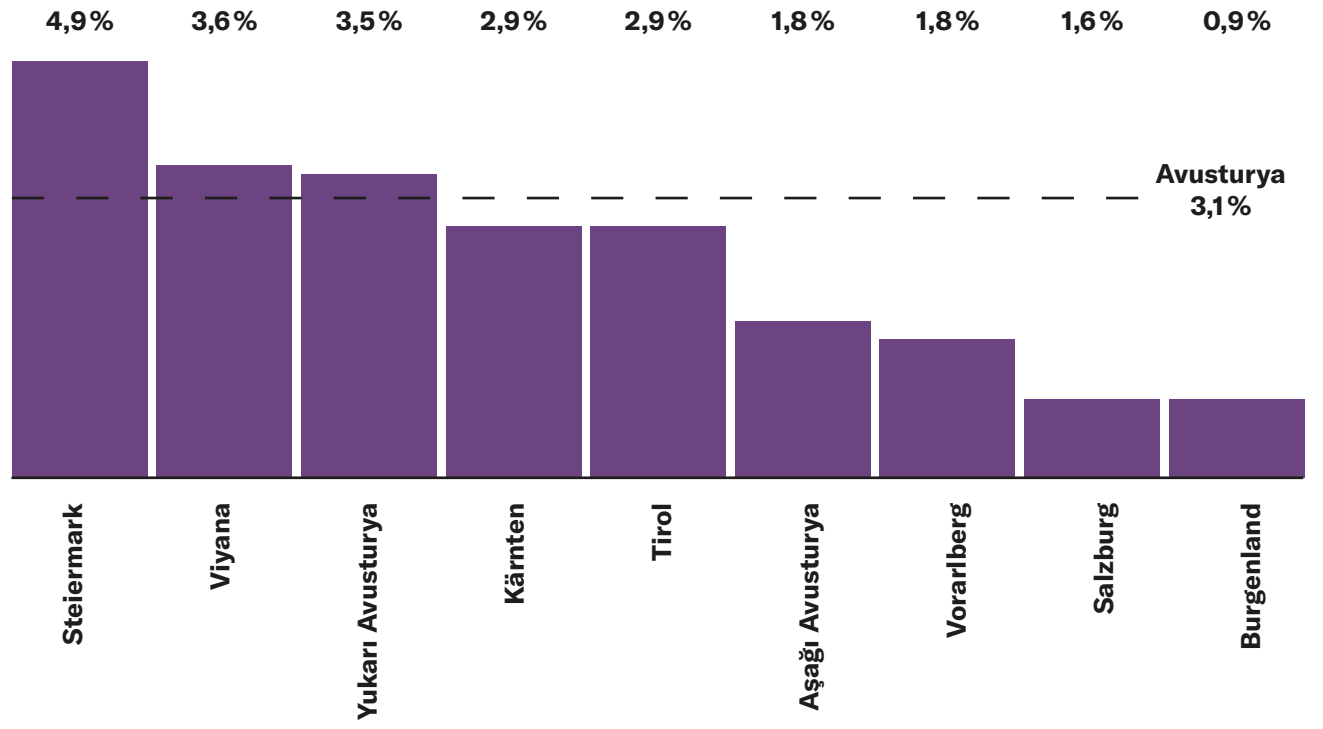
30 %

'luk AR-GE harcaması 2017 yılında
eğitim alanına aktarıldı

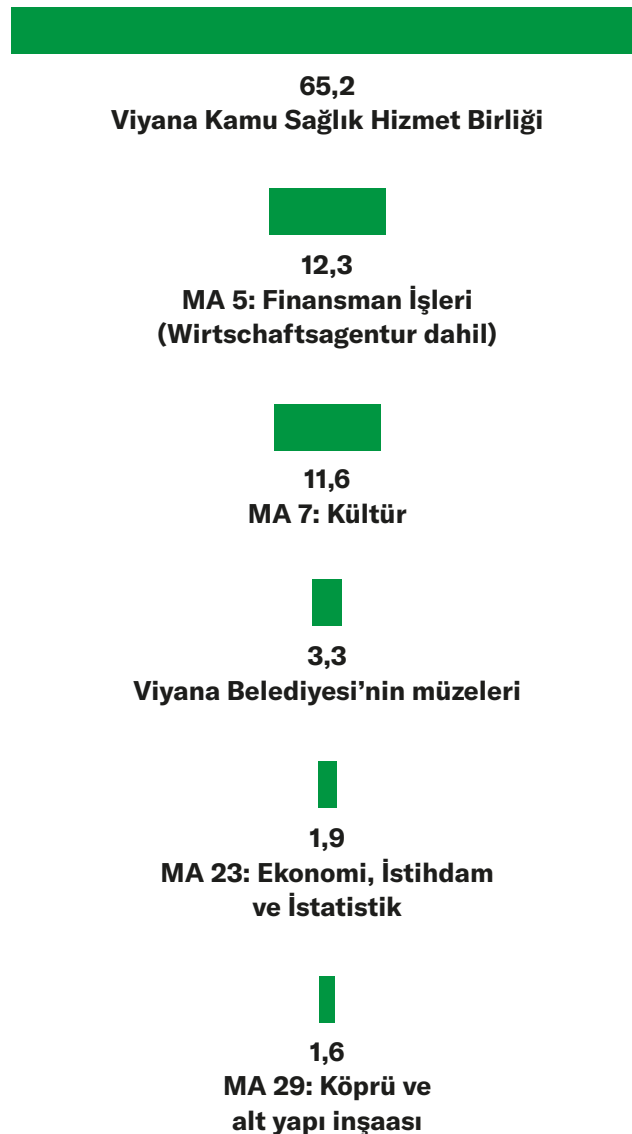
En büyük üniversite:
Viyana Üniversitesi
88.756 üniversite öğrencisi

En küçük üniversite:
Lauder Business School
343 üniversite öğrencisi

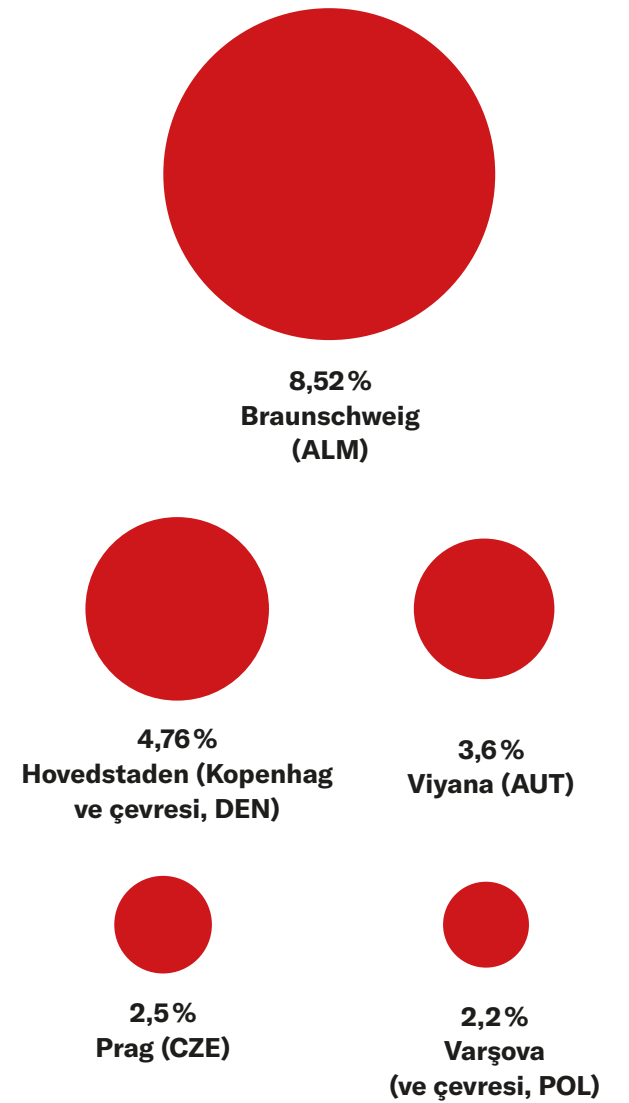
BÖLGESEL GSMH'NIN PAYI OLARAK AR-GE HARCAMALARI (AVUSTURYA)



AR-GE HARCAMALARI (MİLYON €)



BÖLGESEL GSMH'NIN PAYI OLARAK AR-GE HARCAMALARI (AVRUPA)



Bilgi Grafiği: VIYANA'DA BİLİM

FORBES.AT

“100 MİLYAR EURO’YA İHTİYACIMIZ OLACAK GİBİ”

Avusturyalı yatırımcı Hermann Hauser için, teknolojik egemenliğin korunması Avrupa’nın geleceğe dair en önemli görevlerinden biri. Bu görevi başarıya ulaştırmak içinse iki farklı planı var: European Innovation Council aracılığıyla deeptech-start-up’larına 10 milyar euro yatırım ve Spin-off Austria projesiyle Avusturya’da 1.000 üniversite bazlı spin-off’a destek. Ama elbette ki bunlar kolay hedefler değil.

Metin: Klaus Fiala
Fotoğraf: Amadeus Capital



“Diğer ülkelerin bize gösterdiklerini kopyalamamız gerekiyor” diyor Hermann Hauser.

Söyleşimizin başında Hermann Hauser durumu şöyle izah ediyor: “Egemenlik önceden askeri, jeopolitik bir meseleydi. Lakin Korona krizi ve Trump dönemi, bize gelecekte teknolojik egemenlik konseptinin Avrupa için belirleyici olacağını gösterdi.” ABD; Google, Facebook, Netflix ve benzeri teknoloji devleri ile öncü durumdayken, Çin de Alibaba, Baidu ve Tencent ile piyonlarını sahaya sürmüş durumda. Hauser’e göre, bugün Avrupa’da sadece iki evrensel teknoloji şirketi bulunuyor: Alman SAP ve İngiliz çip üreticisi ARM.

Avrupa teknoloji liderliğindeki yarışta çok hızlı yol almak zorunda. Aslında bu ivmeyi yakalamak için şu an bulunduğu konum hiç de fena sayılmaz. Hauser’e göre çözüm Deeptech şirketlerinin teşvik edilmesinde yatıyor. Bunlar, teknolojik açıdan niş alanlarda öncü olabilirler. Yapbozun tüm parçaları elimizde: “Avrupa’da çok başarılı üniversitelere ve bilim insanlarına sahibiz. Yeterince start-up’ımız var, hatta ABD’den de daha fazla, ama bu durum maalesef

pek bilinmiyor. Tek eksiklerimiz, bu olağanüstü araştırmanın büyük şirketlere tercüme edilememesinden kaynaklanıyor.”

Hauser, bu boşluğu kamu parasıyla doldurmak istiyor. Hauser’ın başkan vekili olduğu European Innovation Council (EIC) tarafından, deeptech şirketlerine büyük miktarlarda mali destek sağlanması planlanıyor. İlk kez Ocak 2021’de start-up’lara 42 yatırımla toplamda 178 milyon euro destek yaratıldı. Start-up başına yapılan destek 500.000 ile 15 milyon euro arası değişirken, %10 ila %25 arasında şirket payı devralındı. Hauser için bu daha bir başlangıç. “100 milyar euro’ya ihtiyacımız olacak gibi; 50 milyar euro Çin’den bağımsız olmak için ve diğer 50 milyar euro da ABD’den bağımsız olabilmek için.”

Yatırıma değer start-up’ların sayısını yükseltebilmek adına, Hauser özellikle üniversite bazlı spin-off’lara önem veriyor. Bu nedenle, girişimci Herbert Gartner ile Spinoff Austria inisiyatifi kurdu. Bu gerekliydi çünkü Hauser’a göre, bilimin spin-off ve paraya dönüştürülmesi Avusturya’da gele-

neği olmayan bir alan. Avusturya üniversitelerinden yılda sadece 20 spin-off çıkıyor. Zürih’teki ETH ise tek başına yıllık yaklaşık 30 spin-off çıkartmayı başarıyor. Hauser ve Gartner’in hedefleri, 2030’a kadar 1.000 spin-off yaratmak. “Avusturya o kadar geride kalmış ki, yapmamız gereken tek şey başka ülkelerin beş ya da on yıl önce yapmış olduklarını kopyalamak”

Hermann Hauser Viyana’da doğdu ve Tirol bölgesinde büyüdü. Viyana ve Cambridge Üniversitelerinde eğitim aldı. Acron, ARM ve riskli sermaye fonu Amadeus Capital’in kurucusudur.

DAILY

bewegt-im-park.at

Herkes için açık hava egzersiz kursları!

Ücret yok, kayıt yok
Avusturya’nın her yerinde
Haziran’dan Eylül’e



Fotoğraf: © HBF/Karlovits

Finansör

 Bundesministerium
Kunst, Kultur,
öffentlicher Dienst und Sport



Dachverband der
österreichischen
Sozialversicherungen



WEAREDEVELOPERS

MYSUGR

DAILY

Wearedevelopers (WAD) kariyer platformu, Avrupa'nın yazılımcıları ile onlara ihtiyaç duyan şirketleri bir araya getiriyor. Sead Ahmetović, Thomas Pamminger ve Ben Ruschin'in kurduğu bu platformda sadece yazılımcılar için iş ilanları yer alıyor.

Buna ek olarak, WAD bilişim konularında düzenli olarak sanal görüşmeler ve etkinlikler düzenleyerek uzmanlara yüksek düzeyde eğitim deneyimleri sunuyor. WAD, bu oldukça alışılmadık yaklaşımı seçti çünkü yazılımcılar yardım almadan yeni bir iş bulabilecek kadar talep görüyorlar, hatta yeni bir işveren arama durumunda bile kalmıyorlar. Araştırmalara göre yazılımcıların aktif olarak iş arama oranı tek haneli yüzdelerde. "Asla geleneksel personel danışmanlığı yapmak istemedik, bu yüzden de belli bir kesimin bir araya gelebileceği topluluk fikrini uyguluyoruz. Yazılımcılar aslında iş arama desteğine ihtiyaç duymadıkları için klasik personel danışmanları bu alanda pek başarılı olamazlar." diyor Ruschin.

2019 yılında şirketin cirosu yedi haneli rakamlara ulaşmıştı ve WAD Dünya Kongresi'ne 10.000'den fazla uluslararası yazılımcı ve bilişim uzmanı katılmıştı. Fakat Korona sürecinin başlamasıyla beraber, Ruschin Dünya Kongresi'nin de içinde bulunduğu tüm etkinlikleri iptal etmek ve ertelemek zorunda kaldı. Ancak "Sanal etkinlikler düzenleme kararını nispeten hızlı verdik. Dünyanın her yerinden konuşmacılar, uluslararası bilişimci topluluğumuz için WAD Live Week'e katılıyor." diyor Ruschin. Etkinlikler aynı zamanda WAD iş plat-



Ben Ruschin, Wearedevelopers.

formuna içerik sağlamaya da devam ediyor. Ruschin: "Bilişim iş platformu bizim ana işimiz. Şu anda (Korona krizi sırasında) iyi durumda olan şirketlere odaklanıyoruz."

Frank Westermann, Gerald Stangl, Fredrik Debono ve Michael Forisch, "make Diabetes suck less" sloganıyla, diyabet günlüğü tutmayı sağlayan Mysugr adlı dijital bir uygulama geliştirdiler.

Mysugr uygulaması, çeşitli cihazların veri entegrasyonunu sağlayarak, tüm önemli bilgilerin tek bir yerde toplanmasını mümkün kılıyor ve bu şekilde şeker hastalarının günlük yaşamını kolaylaştırıyor.

Kuruculardan ikisi, Westermann ve Debono, şeker hastalığı ile mücadele ettiklerinden, bu hastalık ile yaşayanların günlük hayatlarındaki zorlukları biliyorlar. "Diyabet sayı odaklı bir hastalık. Günlük hayatta yaptığınız her şeyin hastalığa bir etkisi oluyor. Sinirlendim mi? İyi uyudum mu? Egzersiz yaptım mı? Bu gibi faktörlerin tedavide etkisi oluyor. Bütün bu verileri düzenlemesi ise zor" diyor Forisch. Mysugr tam da bu noktada hastalara kolaylık sağlamayı amaçlıyor.

Uygulama, Nisan 2012'de piyasaya sürüldükten sonra, yıl sonuna kadar 1.200 müşteri kazandı. Forisch'in dediğine göre, büyümeye ayak uydurabilmek için şirket, 2011'de aktif olarak yatırımcı aramaya başladı ve 2014'te, Mysugr için hem stratejik hem de insani düzeyde ideal olan Roche Venture Fonu'ndan bir ortak buldu. San Francisco ve Pekin'deki iSeed Ventures ve mevcut yatırımcı XL-Health gibi yatırımcılar ile, uluslararası büyümeye toplam 4,2 milyon euro yatırım yapıldı. Şu anda Mysugr uygulamasını kullanan üç milyondan fazla kayıtlı kişi bulunmakta. Şirketin ayrıca Viyana ve California'daki ofislerinde birçoğu diyabet hastası olan 200'den fazla çalışanı mevcut. 2017 yılında ise daha da büyük bir çıkış gerçekleşti: Mysugr, Roche Dia-



Michael Forisch, Mysugr.

betes Care'e tüm hisselerini satarak Roche ailesinin bir parçası oldu.

Roche Müşteri ve Strateji Çözümleri Başkanı ayrıca Mysugr Genel Müdürü Jörg Hölzing: "Roche Diabetes Care, özellikle kan şekeri ölçüm cihazları ve insülin pompaları gibi tıbbi ölçüm teknolojisi pazarında 40 yılı aşkın süredir faaliyet göstermekte. Veri setlerinin ne kadar birbirinden bağımsız olduğunu ve birçok cihazın birbiriyle uyumsuz olduğunu gördük. Donanım ve yazılımın uyuşmaması bizim için her zaman bir sorun olmuştur; bu anlamda bize hastalara gerçekten yardım etme ve diyabetlerini kendi başlarına yönetmeleri için onlara destek olma fırsatı veriyor. Mysugr, bu konuyu geliştirme stratejimizde önemli bir dönüm noktası oldu."

LONDONER TAXI LEGENDE TRIFFT AUF ÖSTERREICHS CHARME



DER LEVC TX.

SETZE ELEKTRISIERENDE
MASSSTÄBE IN DER NACHHALTIG
URBANEN MOBILITÄT.

INTEGRIERTE
ROLLSTUHL
RAMPE

LEVC TX: Energieverbrauch kombiniert¹ 0,9 l Benzin und 23,4 kWh Strom pro 100 km, CO₂-Emissionen kombiniert¹ 19 g/km, Elektrische Reichweite: kombiniert 101 km, innerstädtisch 126 km

Werte gemäß WLTP Testzyklus. Verbrauch, CO₂-Emissionen und Reichweite eines Fahrzeugs hängen nicht nur von der effizienten Ausnutzung des Kraftstoffs durch das Fahrzeug ab, sondern werden auch vom Fahrverhalten und anderen nichttechnischen Faktoren beeinflusst.

¹ Gewichtete Werte sind Mittelwerte für Kraftstoff- und Stromverbrauch von extern aufladbaren Hybridelektrofahrzeugen bei durchschnittlichem Nutzungsprofil und täglichem Laden der Batterie.

² UVP der London EV Company Ltd., informieren Sie sich über die individuellen Angebote und Endpreise bei Ihrem LEVC Partner, z. B. bei Autohaus Koch.

JETZT BEI GRÜNZWEIG AUTOMOBILE
WWW.GRUENZWEIG-AUTO.AT

SERIENMÄSSIGE
TRENNSCHEIBE



LEVC
SUSTAINABLE INNOVATION

GOSTUDENT

Öğrenmenin geleceğinde, dijital teknolojilerin kullanımı önemli bir bileşen. En azından Felix Ohswald ve Gregor Müller böyle düşündü ve Gostudent ile 6 ila 19 yaş arası öğrencilerin, kişiye özel ders görebilmelerini sağlamak için sanal bir sınıf geliştirdi. “Bana matematik ve bilim tutkusu veren bir büyükbabam olduğu için çok şanslıydım. Bu şekilde de eğitimin, öğretmenlerin kalitesine ve çocuklara rol model olma ve ilham verme yeteneklerine bağlı olduğunu fark ettik. Eğitimde gördüğümüz en büyük sorun, çocuklara ilham olan ve onları motive eden çok fazla öğretmen olmaması. Harika öğretmenlere erişim sağlayarak bu önemli sorunu çözmek istiyoruz” diyor 14 yaşında üniversitede matematik bölümüne başlayan Felix Ohswald.

Şirket için en iyi öğretmenleri bulmak adına yapay zekâ tabanlı testler



Gregor Müller, Gostudent.

uygulanıyor ve şu anda 2.000’den fazla öğretmen bu start-up’ta çalışıyor. Hatta Korona zamanında Gostudent, dört ila beş kat arası talep artışı yaşadı. Genel olarak, şirket muhteşem bir şekilde gelişiyor: Şu anda ayda 150.000 saatten fazla ders veriliyor. Ayrıca 2020 yılında yatırım şirketi Left Lane Capital ve risk sermayesi şirketi DN Capital aracılığıyla bir finansman turunda 13,3 milyon € toplandı. Bu hacimle Viyana, Lyon ve Madrid’de 180’den fazla çalışanı ile Gostudent, DACH bölgesindeki en büyük çevrimiçi ders platformu olarak ilk sırada yer almakta. “Büyük bir hızla büyümeye devam ediyoruz ve önümüzdeki aylarda piyasadaki payımızı artırmaya çalışacağız. 2021’in sonuna kadar 15’in üzerinde Avrupa ülkesinde aktif olmak ve ekibi de 800 çalışana yükseltmek istiyoruz.”



Felix Ohswald, Gostudent.

WISR

WISR aracılığıyla; platformun kurucuları olan Carina Roth (CTO ve 2018 “Under 30” listesi isimlerinden), Kludia Bachinger (CEO) ve Martin Melcher (CTO) aynı anda iki konuyu ele alıyorlar: yaş ortalamasının yükselmesi nedeniyle oluşan işgücü sıkıntısı ve emeklilik yaşı gelmesine rağmen, emekli olmayıp tecrübe ve donanımlarını anlamlı bir şekilde kullanmak isteyen “gümüş yaşı”lar. Carina Roth, “Birçok sektörde, çalışanların dörtte biri önümüzdeki 10 sene içinde emekliliğe ayrılacak” diyor. Viyana’da kurulan bu start-up, 2017’den bu yana nesiller arası bilgi transferine odaklanıyor ve bunun yanında, yaşça kıdemli kişilerin uzmanlıkları ile şirketleri buluşturmayı amaçlayan çalışmalar yapıyor. Bu bağlamda nesiller arasındaki boşluğu kapatmak ve yaşlılık imajını yeniden şekillendirmek de amaçları arasında. Roth, “Vasıflı işçi sıkıntısı, çeşitli branşlardaki şirketleri harekete geçmeye mecbur ediyor” diyor.

WISR, veri tabanında halihazırda 6.500’den fazla “kıdemli uzman”, çeşitli sektörlerde ve profesyonel alanlarda 700 şirkette etkin; örneğin ÖBB, güvenlik şirketi Securitas veya premium fitness zinciri Holmes Place. Korona krizi sırasında WISR hizmetlerini genişleterek şirketlere, aktif çalışanlarıyla iletişim halinde kalabilmeleri için bir yazılım çözümü sundu. Bunun amacı, kıymetli şirket bilgilerini elde tutmak, marka değerini güçlendirmek ve şirket itibarını artırmak.



Carina Roth, WISR.

Rotha göre: “Özellikle ‘ev ofis’ ve kısaltılmış mesai saatleri söz konusu olduğunda, çalışanlar ile iletişimde kalmanın, ayrıca onları işleyişe dahil etmenin, yalnızlığı önlemek ve kurum kültürünü korumak için ne kadar önemli olduğunu görmüş olduk. Bu, tüm nesilleri kapsayan olumlu bir işveren markası için de önemli.”

Metin: Andrea Gläsemann
Fotoğraflar: Felicitas Matern, WAD, Susanne Einzenberger, Gostudent, Oliver Wolf



V O L V O

ES GIBT VIELE GUTE GRÜNDE UMZUSTEIGEN.
UND HIER IST NOCH EINER.

DER VOLVO S90 RECHARGE PLUG-IN HYBRID.

JETZT MIT € 6.000,- PREISVORTEIL*

INKL. VOLVO HYBRID PRÄMIE**.

Egal ob Zubehör, Winterkomplettreder oder Service- und Garantiepaket: Wählen Sie die Option, die am besten zu Ihnen passt, und profitieren Sie von der Volvo Hybrid Prämie. Damit fällt Ihnen der Umstieg noch leichter.

MEHR ATTRAKTIVE ANGEBOTE UNTER
www.volvocars.at/gruenzweig

Kraftstoffverbrauch: 1,9 – 2,0 l/100 km, Stromverbrauch: 14,6 – 15,3 kWh/100 km, CO₂-Emissionen: 43 – 45 g/km. Jeweils kombiniert, nach WLTP-Prüfverfahren. * Volvo S90 Recharge Plug-in Hybrid: Preisvorteil enthält € 3.600,- Volvo Hybrid Prämie und € 2.400,- Finanzierungsbonus bei Finanzierung über Volvo Car Financial Services. **Volvo Hybrid Prämie: einmalig anwendbar entweder bei Eintauch eines Gebrauchtwagens (min. 3 Monate auf den Besitzer zugelassen, bei Kauf eines Neuwagens), Upgrade auf Ausstattungslinie R-Design oder Inscription, Kauf von Zubehör, Polestar Software Optimierung, Winterkomplettreder oder Service- und Garantiepaket. Alle Preise sind unverbindlich empfohlene Richtpreise in Euro inkl. NoVA und 20 % USt. Nur für Privatkunden. Keine Barablässe. Symbolfoto. Aktion gültig bis 31.08.2021. Irrtümer, Druckfehler und Änderungen vorbehalten. Stand: Juni 2021.

Grünzweig Automobil GmbH

Gewerbestrasse 17 – 19
2351 Wiener Neudorf

02236 25380

www.volvocars-partner.at/gruenzweig

HOME OF
MISFITS

OFFF FESTIVAL
01-10-2021

TURN ME ON OFFF

OFFF.MEDIA
DIGITAL ONLY

ZURICH
BERLIN VIENNA

PICTURE BY
WHYMILOTHO

HİKAYE ANLATAN GİYSİLER

Amal El-Hammoumi için kendi moda markası Moumi Clothing’i kurmak hem bir hayal hem de bir misyon: iddialı kıyafetlerle kültürünün parçalarını görünür kılmak ve daha fazla çeşitliliğe katkıda bulunmak istiyor. Tişörtler, çok daha geniş bir bakış açısının sadece başlangıcı.

Metin: Chloé Lau
Fotoğraflar: Moumi Clothing

Bir yıldan biraz daha uzun bir süre önce Amal El-Hammoumi, kendi markasının tanınmış influencer’ların sosyal medya hesaplarında görülebileceğini hayal bile edemezdi. Çünkü genç girişimcinin yolculuğu moda bölümünden bir diplomayla ya da bir tasarımcı olma hayali ile başlamadı. Bunun yerine, önce Frankfurt am Main’deki TMS Trademarketing Service GmbH’de eğitimine başladı ve ardından Rhein-Main Uygulamalı Bilimler Üniversitesi’nde İşletme Lisansını tamamladı. Daha sonra 2008 yılında, çimento gibi yapı malzemelerinin uluslararası üreticisi ve tüccarı olan Belçikalı Etex Grubuna katıldı. Yedi yıldan uzun bir süredir dijital pazarlama uzmanı olarak çalışıyor ve holdingde dört kişilik bir ekibi yönetiyordu. Ancak yaklaşık bir yıl önce, El-Hammoumi’nin ilk çocuğu dünyaya geldiğinde bu durum değişti. Yeni bir anne olarak yaşayacağı deneyim bir salgının ortasına denk gelmişti. Bu kadarı bile başlı başına büyük bir meydan okuma ve başarı, ancak El-Hammoumi için yeterli değil: “Ben her zaman çalışmak isteyen bir insan oldum. Ebeveyn izniyle eve geldiğimde hemen bir sonraki mücadelemi aradım.”

Sokak giyimi ve özellikle de “statement giyim” (bu moda deyiminin ardında, mesajını çok çarpıcı bir şekilde dış dünyaya ileten giyim kastediliyor), hızla dikkatli gözlemcilerin odak noktası haline geldi. Ancak, alışılmış motifler önemli bir yankı yaratmıyordu. “Bu motiflerle ve sözlerle özdeşleşemedim ve kısa sürede benim kültürümden veya ilgi alanlarımdan konuları işleyen “statement giyim” ile ilgili hiçbir moda markası olmadığını fark ettim.” El-Hammoumi, daha fazla beklemeden kıyafetlerini kendisi tasarlamaya karar verdi. Çevrimiçi işletme yönetimi okuyan yeğeni Yousra

Malqui, ona grafik tasarımcı olarak destek oldu ve bugün hala öyle devam ediyor.

Üzerinde “Bu Ramazan” ve “Evet, su bile yok” yazan ilk tişört, her yıl oruçlulara sorulan can sıkıcı soruya mizahi bir cevaptı. Ürünün tanıtımı, oruç ayının başlangıcından iki hafta önce yapılacaktı. El-Hammoumi, en başından beri Moumi Giyim ürünlerinde sürdürülebilir kumaşlar kullanmak ve üretimi Afrika’da gerçekleştirmek istiyordu. Böylece sipariş bir Fas fabrikasına gitti. İlk başta, paket gelene kadar her şey yolundaymış gibi görünüyordu ancak paketin ellerine ulaşması kötü bir sürprize neden oldu: “Bütün bedenleri denedim ve orta boy bir tişörtü elime aldığımda burada bir şeylerin yanlış olduğunu fark ettim. Fabrika, en küçük bedenden en büyüğüne kadar her bedeni üretmek yerine, tek bir standart beden üretmişti, ki bu beden de oldukça küçüktü.”

Bu elbette, büyük bir gerilemeydi. “Bu durum beni çok üzdü, sonuçta, tamamen kendi kendimi finanse ettiğim için ortaya çıkan tüm maliyetlerle baş başa kaldım. Ancak hemen, çevik olmam ve acilen yeni bir üretici bulmam gerektiğini anladım. Ürünlerin insanlarla buluşması gerekiyordu.” Mevcut üretici Almanya’da bulunuyor ve sadece ağır pamuk kullanıyor. Ancak El-Hammoumi bunu uzun vadede değiştirmek istiyor: “Memleketim Fas ile bağlantı kurmak ve oradaki yerel toplumu desteklemek benim için önemli. Doğru tedarikçiyi aramak şu anda hala biraz zor, ancak bulacağımıza eminim.” Peki, satılama-yan yüzlerce tişörtlü ne oldu? Bunlar, bölgedeki yardım kuruluşlarına dağıtıldı ve bazılarına kurumların logoları da işlendi.

Hala ilk adımlarını atan markanın başarısı aslında organik olarak geliyor. Komedyen Benaissa Lambroubal veya blog yazarı Ajat gibi influencer’ların, markayı kanatlandırdığını söyleyebiliriz. Geçtiğimiz aylarda ise; Almanya’daki birkaç mikro-influencer, ücretsiz bir PR örneği kapsamında, Moumi tişörtlerini Instagram gibi platformlarda gösterdi. Okul yıllarından beri Moumi takma ismiyle tanınan El-Hammoumi de anlattıklarıyla kıyafetlerindeki mesajlara gönderme yapmaya devam ediyor.

Moumi’nin ilk koleksiyonunda, ramazan tişörtünün yanı sıra renkli bir Afrika haritası baskılı bir tişört ve El-Hammoumi’nin kendi ortamından günlük sözler içeren bir tasarım da mevcut. Bu sözlerle örnek olarak, “Auf dein Nacken” veya “Läuft bei dir” gibi ifadeler ve bunların Arapça çevirileri verilebilir. Marka logosu ise Imazighen yazı biçimi kullanılarak tasarlanmış. Bu, Kuzey Afrika’nın yerli halkı için (politik olarak doğru olan) ortak bir terimdir. Batı dünyasında Imazighen kelimesine eş anlamlı olarak Berberi kelimesi de kullanılıyor.



Dil, semboller ve görseller: Moumi Giyim, bir “statement giyim” markası ve misyonu çeşitliliği teşvik etmek ve desteklemek.

“Kıyafetlerimizle bir eğitim kaynağı yaratma görevini kendimizde görüyoruz.”

Amal El-Hammoumi, Moumi Giyim’in kurucusu

El-Hammoumi’nin belirttiği kadarıyla bu kelimelerin eş anlamlı olarak kullanılması bir hata, çünkü Berberi kelimesi muhtemelen Yunanca Barbaros kelimesinden türemiş olup, “barbarlar” anlamına geliyor ve sömürge zamanlarında yerli halk için kullanılan bir isim olarak karşımıza çıkıyor. “Markamızla bu konuya dikkat çekerek bu terimi geri getiriyoruz. Kıyafetlerimizle bir eğitim kaynağı yaratma görevini kendimizde görüyoruz.” diye açıklıyor El-Hammoumi. Etiketin logosu, Imazighen tarafından kullanılan Kuzey Afrika yazı tipinde “Aruth” (Türkçe: “giyim”) kelimesini oluşturuyor. Bu terim aynı zamanda önemli bir mesaj da içeriyor: Imazighen Türkçe’de “Özgür” anlamına geliyor.

Moumi Giyim şu anda yalnızca kendi çevrimiçi mağazası ile hizmet veriyor, ancak bu durum yakında değişecek. “Satış kanallarının genişletilmesi bu yıl en büyük hedeflerimizden biri. Fiziksel perakendeye kendimiz girmek istemiyoruz, bunun yerine parayı dijital kanallarımıza yatırmayı tercih ediyoruz. Ancak, alışveriş cadelerinden tanıdığımız marka mağazalarında temsil edilmeyi hayal ediyoruz elbette.” diyor El-Hammoumi.

El-Hammoumi’nin, Moumi Giyim için vizyonu geniş: önümüzdeki birkaç yıl içinde marka, “statement giyim” alanında tanınır hale gelecek. Çeşitliliğin desteklenmesi ise her

zaman markanın merkezindeki fikir olmaya devam edecek. Müşterilerin, kendileri ile özdeşleştirebileceği tasarımlar ve günlük dilimize yer etmiş belirli kalıplar, tasarımlarla kullanılmaya devam edilecek: Moumi, kültürel çeşitliliğe katkıda bulunan ve çeşitlilik fikrini destekleyen kişileri temsil ediyor. “Bunlar, Christopher Street Day’de çoraplarımızı giyen veya bir nargile barı ziyaret ederken aksesuar kullanan insanlar olabilir.”

Sırada ise kapüşonlular ve eşofmanlardan oluşan bir ev giyimi koleksiyonu var. El-Hammoumi bunu dört gözle bekliyor. “Şimdiye kadar yaptığım gibi, adım adım gideceğim ve yolculuğun beni nereye götüreceğini göreceğim.”

Amal El-Hammoumi, Wiesbaden’de işletme okudu ve 2014’ten beri Etex Group S.A. için dijital pazarlama uzmanı olarak çalışıyor. 2021’in başlarında ise Moumi Giyim markasını kurdu.



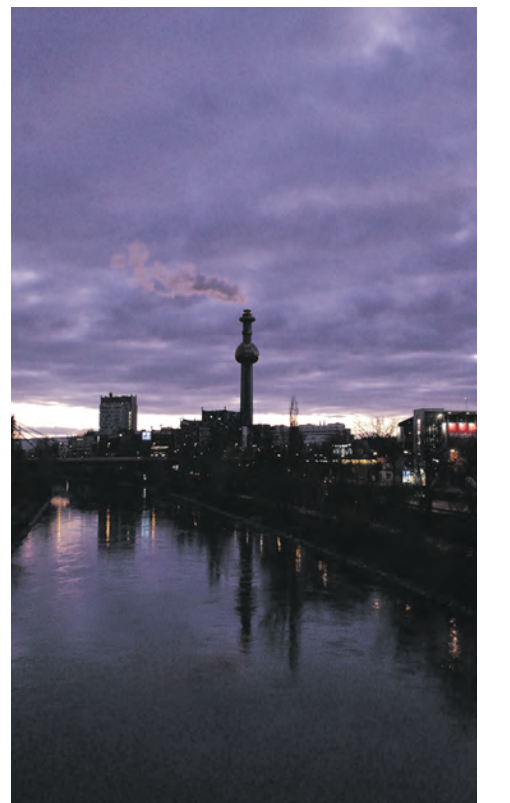
Amal El-Hammoumi kendi markasına ait bir tişörtle

ŞEHİR İMGELERİ

Sokağa çıkma yasağı; Viyana ekonomisinin koşuşturmacasını, şehirdeki ticareti ve yoğunluğu görsel olarak yakalayabilmemizi zorlaştırdı. Ancak bu olumsuz koşullar, Viyanalıların girişimcilik faaliyetlerinde ne kadar yaratıcı ve uyum sağlayabilir olduklarını da açıkça gösterdi. Önümüzdeki iki sayfa, ancak daha yakından bakıldığında ekonomik bir metropol olduğunu ortaya koyan şehrimizle ilgili izlenimleri yansıtıyor.

Metin: Klaus Fiala
Fotoğraflar: David Visnjic

DAILY



FOTOĞRAFLARDA VIYANA

FORBES.AT

TEK ÇATI ALTINDA 35 DİL!

Viyana Üniversitesi Dil Merkezi'nin Genel Müdürü Nicola Kraml, Deniz Wolfersberger ile Viyana Üniversitesi'nin 9. bölgedeki kampüsünde çok dilli olmanın avantajlarının yanı sıra dil, entegrasyon ve çeşitliliğin önemi hakkında bir söyleşi gerçekleştirdi.

Önümüzdeki sene 100. yıldönümünü kutlayacak olan "Viyana Üniversitesi Dil Merkezi", 1922'de bilimsel bir eğitim programı olarak Wiener Internationale Hochschulkurse (WIHK/WIHOK) adı altında kuruldu. Kısa bir süre sonra, Viyana Üniversitesi'nde, ağırlıklı olarak İngilizce konuşan öğrenciler için Almanca kursları başlatıldı. 1942-1952 yılları arasında savaş ve savaş sonrası dönemde tüm kurslara ara verildi. 1952'den bu yana, hem akademik yıl boyunca, hem de yaz aylarında gerçekleşen kurslara binlerce öğrenci katıldı. 2001 yılında İngilizce, Fransızca ve İspanyolca dil kursları ile çeşitlenen eğitim serileri, bugün 35 farklı dilde katılımcılara sunuluyor.

Ekim 2019'dan beri Viyana Üniversitesi Dil Merkezi'nin genel müdürlüğünü yapıyorsunuz. Bize kısaca "sizin" dil merkezini tanıtır mısınız? O zamandan beri neler değişti?

Nicola Kraml: En büyük değişikliği kuşkusuz pandemi dönemi getirdi. Bir günden diğerine bütün derslerimizi uzaktan eğitime dönüştürmek ve tüm idari süreçleri dijital olarak yeniden tasarlamak zorunda kaldık. Ama tabii pandemi dışında da çok şey oldu; iyi bir öğretim aynı zamanda iyi teknik ekipman gerektirdiğinden, gelişmiş sınıf ekipmanlarına büyük bir yatırım yaptık. Ayrıca, geçen haftadan beri "wiencert" kalite mührünü gururla taşıyor. Bu süreç bizim için kurum olarak birçok şey öğrendiğimiz, heyecan verici bir yol oldu.

Avusturya ve özellikle Viyana çok kültürlü grupları barındırıyor. Kültürel açıdan farklı olan ekibiniz de bu çeşitliliği temsil ediyor... Bu durumun avantaj ve dezavantajlarını bize biraz anlatabilir misiniz?

Bu, görevimle ilgili özellikle takdir ettiğim bir durum: 35 farklı dilde lisan kursu sunmak, öğretmenlerimizin çoğunluğunun ana dili konuşanlar olduğundan, 35 farklı millettten bireylerle çalışmak anlamına geliyor. Tabii ki katılımcılarımızın da bizden çok daha derin kültürel bir geçmişi var. Bu çeşitlilik birbirine saygıyı gerektirdiği gibi, beraberinde birçok yenilik de getiriyor. Farklı kültürlerden gelen insanlardan oluşan idari ekibimizde de bu çeşitliliği görebilirsiniz; mesela sen Deniz, buna iyi bir örneksin. İki dil konuşabildiğin için, Türk öğrencilerimizle ana dillerinde iletişim kurup onları destekleyebilen bizim ve öğrencilerimiz için büyük bir katkı.

Avusturya'da zaman zaman bazı dillerin diğerlerinden daha prestijli olduğu hissine kapılıyorum. Geçenlerde Türk kökenli bir arkadaşım bana toplum içinde ailesiyle telefonda konuşmaktan hoşlanmadığından bahsetti. Bu önyargıyı kırmak için ne yapılabilir?

Göçmen kökenli insanların daha yüksek ve göz önünde bulunan pozisyonlarda olmaları gerektiğini düşünüyorum. Erken yaşlardan itibaren iki ya da daha fazla lisan konuşabilmek aslında çok önemli bir kaynak. Mesela araştırmacı yazar Melisa Erkurt veya Biber dergisinin gazetecileri gibi yeni rol modeller, gençlerin bu konudaki algısını yavaş yavaş değiştiriyor.

Şu anda medyada dil, entegrasyon ve vatandaşlık hakkında çok fazla tartışma duyuyoruz. Dil becerisi eksikliği bir engel olarak görülürken, C1 sertifikası başarılı bir entegrasyonun sembolü olarak algılanıyor. Bu konuda düşüncen nedir? Dil gerçekten başarılı bir entegrasyonun

"Göçmen kökenli insanların daha yüksek ve göz önünde bulunan pozisyonlarda olmaları gerektiğini düşünüyorum."

Nicola Kraml, Viyana Üniversitesi Dil Merkezi'nin genel müdürü



anahtarı mı, yoksa entegrasyonun sadece başlangıcı mı?

Sosyal hayata katılabilmek için çevredeki dili iyi bir şekilde konuşabilmenin şart olduğunu düşünüyorum. Ancak izlenimim şu ki, bu zaten burada yaşayan insanlar tarafından istenen bir şey. Sorunlu bulduğum konu, birçok insanın dil sınavları sırasında yaşadığı büyük baskı ve stres. Bu durum daha düşük eğitim düzeyine sahip bireyleri daha dezavantajlı bir hale getiriyor. Bu kişilerin Almanca dil becerilerini ve aynı zamanda genel eğitim düzeylerini geliştirme-de kalıcı destek almaları benim için çok önemli.

Viyana Üniversitesi Dil Merkezi, sonbahar döneminden itibaren yeniden yazım atölyeleri sunacak. Bu kurslar, ana dilde gelişim için de çok ilginç olabilir.

Evet, bu özel kurslar yabancı bir lisanda yazma kabiliyetini geliştirmek isteyen herkes için ve aynı zamanda da ana dillerindeki yazma becerilerini mükemmelleştirmek isteyen katılımcılar için tasarlanmıştır.

Katılımcılar sizi ve ekibinizi daha yakından nasıl tanıyabilirler?

Klasik anlamda deneme kursları sunmuyoruz, ancak belirli aralıklarla faaliyetlerimize ilgi duyan kişilerin dil kurslarımız hakkında fikir edinebileceği etkinlikler düzenliyoruz. Bir sonraki etkinliğimiz "Diller Festivali" başlığı altında müziği ön plana çıkararak "Avrupa Diller Günü"nün 20. Yıldönümü vesilesiyle 24 Eylül 2021'de gerçekleşecek.

Viyana Üniversitesi Dil Merkezi geleceği için hedefleriniz ve istekleriniz neler? Sizin için özellikle önemli olan nedir?

Viyana Üniversitesi Dil Merkezinin, farklı ülkelerden, farklı dinlerden ve geleneklerden insanların bir araya geldiği bir yer olarak kalması. Başka bir dil öğrenerek, diğer kültürlerle açılmak ve

böylece kendi kültürümüze de yeni bir bakış açısı kazandırabilmek benim için her zaman önemli bir hedef olmuştur. Ayrıca dil öğretimi söz konusu olduğunda, teori ve pratiğin bir araya gelmesi, yani en güncel üniversite araştırmalarının kurslarımızda bire bir uygulanması bizi diğer dil okullarından farklı kılıyor. Önümüzdeki senelerde de bu yenilikleri tüm lisan kurslarında uygulamak istiyoruz.

Yazım atölyeleri ve tüm lisan kursları hakkında ayrıntılı bilgiye ulaşmak için www.sprachenzentrum.at/spezial sayfamızı ziyaret edebilirsiniz.



Nicola Kraml ve Deniz Wolfersberger çok dilli olmanın önemi üzerine konuşular.

THERMOMIX®: YEMEK PİŞİRMENİN YENİ NEŞESİ

Thermomix® TM6 ile yemek pişirmek kolay, hızlı ve eğlenceli! Akıllı teknolojisi ve çeşitli pişirme fonksiyonları, bu çok işlevli mutfak makinesini yaklaşık 50 yıldır yemek hazırlamanın en büyük destekçisi yapıyor.

Mutfağınız başlı başına bir dünya. Orada yemek yapıyor ve yiyor, gülüyor, eğleniyor, ve ailenizle pek çok kutlama yapıyorsunuz. Mutfakta sevdiklerinizle kaliteli zaman geçiriyor, yaratıcılığınızı kullanıyor, tekrar tekrar ilham alıyor ve kendi dört duvarınız arasında bir şef oluyorsunuz. Thermomix®, bu lezzetli dünyanın kapısını açıyor ve ister acemi ister profesyonel olun, lezziz damak tatlarını masaya getirmenizi sağlıyor!

Fransa, gurme cenneti ve gastronomi alanında küresel başarının beşiği kabul edilir. Vorwerk, 1970'lerin başında yüksek teknolojili bir mutfak ortağı olma yolunda önemli bir adım attı. Fransa'da "Potage" çorbalar son derece popüler olduğu için; Fransa'da yaşayan İsviçreli Hans Gerber, pişirme ve karıştırma fonksiyonlarını tek bir cihazda birleştirme fikrini ortaya attı. Bu yaklaşım Vorwerk tarafından olumlu karşılandı ve böylece 1971'de eski usul soğuk mikserden farklı olarak, ilk ısıtma mikseri VM2000 üretildi. O zamanlarda bile çorbalara ek olarak, sos ve tatlı hazırlamak için idealdi. Böylece Vorwerk'e ait ilk ısıtma mikseri Thermomix® yapıldı ve o zamandan beri de sürekli Wuppertal mühendisleri tarafından geliştiriliyor ve optimize ediliyor.

Thermomix® TM6 mutfağınıza mükemmel bir ortak olacak. Akıllı teknolojisi ve çeşitli pişirme fonksiyonları, onu mutfağınızın benzersiz ve çok yönlü bir destekçisi haline getiriyor. Yalnızca hayatınızı kolaylaştırmakla kalmıyor; aynı zamanda tartma, öğütme, emülsifiye etme, çırpma, karıştırma, doğrama, yoğurma, pişirme, mayalama ve karamelize etme işlemleri ile de sizi destekliyor. On iki adet pişirme işlevine; sous vide pişirme, yavaş pişir-

me veya fermentasyon gibi çeşitli modlara ek olarak, entegre Cookidoo® tarif portalı da binlerce uluslararası Thermomix® tarifiyle yemek hazırlamayı kolaylaştırıyor.

Cookidoo®, Thermomix®'in resmi tarif portalı ve çeşitli kişiselleştirilmiş tariflerle yemek yapma keyfini artırmayı amaçlıyor. Dünya çapında farklı dillerde 70.000'den fazla tarif Cookidoo®'yu sadece tükenmez bir ilham havuzu haline getirmekle yetinmiyor, aynı zamanda benzersiz Thermomix® başarı garantisi ile güvenilir ve etkileyici bir hizmet sunuyor. Kişiye özel tariflerin her biri tarif geliştiriciler tarafından sayısız kez denetleniyor ve kılavuzlu pişirme modunda kolayca uygulanabilir oluyor. Thermomix® bu tariflerin her birinin müthiş hale gelmesini sağlamak için, seçilen tarif boyunca sizi adım adım yönlendiriyor, zaman ve sıcaklık özelliklerini otomatik olarak ayarlıyor. Bu şekilde deneyimsiz aşçılar bile, aksi takdirde asla yapmaya cesaret edemedikleri yemekleri hazırlamayı başarabiliyorlar.

Thermomix® TM6'nın dokunmatik ekranı, web sitesi veya mobil uygulaması üzerinden Cookidoo®'ya kolayca ulaşip dilediğiniz içeriğe erişebilirsiniz. İster favori bir klasik ister dünyanın diğer ucundan egzotik bir yemek olsun, aradığınız tarif bizde mevcut. Ve hepsinden iyisi, Cookidoo® sürekli büyüyor ve bünyesine her zaman tadını çıkarmalık yeni tarifler ekleniyor. Böylece arama fonksiyonunda sadece pratik filtrelerle yeni tarifler bulmakla kalmıyor, aynı zamanda en sevdiğiniz yemekleri organize edebiliyor, bunları istediğiniz kişilerle paylaşabiliyor, kaydedebiliyor veya haftalık bir program oluşturabiliyorsunuz.

Çok yönlü akıllı mutfak makine-

“Türklerin Thermomix®'i yeterince tanımadığını fark ettim ve buna karşı bir şey yapma kararı verdim.”

**Yeter Çelik,
Vienna'da bağımsız
Thermomix® danışmanı**



si şu an Vorwerk mağazalarında, çevrimiçi sitemizde ve Avusturya genelinde yaklaşık 2.500 bağımsız danışman aracılığıyla satılmakta. Danışmanlarımızla sunduğumuz ücretsiz ve bağlayıcı olmayan bir yemek programı, Thermomix®'in sizin beklentilerinizi karşılayıp karşılamadığını denemek için en iyi yöntem. Yemek hazırlama aşamasında, sevdiklerinizle beraber keyifli zaman geçirme ve Thermomix® işlevini test etme fırsatına sahipsiniz. Elbette danışmanlarımız size TM6 kullanımı ile ilgili birkaç faydalı ipucu ve da verecek ve ürünün püf noktalarından bahsedecekler ve dilerseniz siparişinizi de alabilirler. Yani her halükârda buna değer!

Bu danışmanlardan biri de Yeter Çelik. Kendisi, Vienna'da yaklaşık bir yıldır bağımsız bir Thermomix® danışmanı olarak çalışıyor. Thermomix®'i Türk toplumunda daha iyi bilinen bir marka haline getirmeyi kendisine görev olarak belirleyen Çelik şunları söylüyor: “Zamanla, Türklerin Thermomix®'i yeterince bilmediğini fark ettim ve bunu gerçekten değiştirmek istiyordum. Bu yüzden bağımsız bir danışman olmaya ve tutkumu paylaşmaya karar verdim. Ve bu kesinlikle doğru bir karardı. Ne zaman ve nasıl çalışmak istediğimi kendim ayarlayabiliyorum ve Thermomix® yemek pişirme etkinlikleri sayesinde de yeni insanlarla tanışabiliyorum.” Yeter Çelik, klasik Cookidoo® tarifleri arasında yer alan çam fıstıklı brokoli salatasının, sebzeli pilavlı tavuğun veya ev yapımı çilekli dondurmanın yanı sıra mercimek çorbası, lahmacun veya sütlaç gibi Türk kültürüne ait Cookidoo® tariflerini hazırlamayı da seviyor. TM6 için çeşitli tarifler ve ilham arıyorsanız, onu Instagram'da bulabilirsiniz (@thermomixyeter).

Zaten bir Thermomix® hayranısınız ve esnek zaman yönetimi ve finansal bağımsızlığın mükemmel bir karışımını mı arıyorsunuz? Ya da öde-

me yapmak yerine Thermomix®'inizi kazanmayı mı tercih edersiniz? Bütün bunlar mümkün! Satış deneyiminiz ister olsun ister olmasın, ister sadece denemek için katılın isterseniz de kendi kaderinizi kendiniz tayin edebileceğiniz bir işe başlamak için katılın, Thermomix®'te kesinlikle doğru yerdesiniz! Yapmanız gereken tek şey yemek yapmaktan zevk almak, insanlarla ilgilenmek ve bağımsız çalışmanın tadını çıkarmak. Thermomix® geri kalanında sizi destekler.

Thermomix®'in başka neler yapabileceğini, bağımsız bir danışman olarak çalışmanın hangi olanaklar sunduğunu ve çok daha fazlasını mağazalarda, thermomix.vorwerk.at adresinden veya bir danışmandan öğrenebilirsiniz.



İster acemi ister profesyonel olun: Thermomix® TM6 mutfakta size mükemmel bir ortak olacaktır.



ANLAM ODAKLI

Viyana'daki Magdas Hotel'in Genel Müdürü Gabriela Sonnleitner; pozitif bir bakış açısı, atılgan ve kararlı bir zihniyetle; bir sosyal girişimin, piyasada nasıl başarılı olabileceğini ve bunun mülteciler için nasıl eğitim ve istihdam yaratabileceğini gösteriyor. Ancak Kärnten bölgesinden gelen iş insanının vizyonu Viyana'nın çok ötesine geçiyor.

Metin: Christiane Kaiser-Neubauer
Fotoğraf: Peter Barci

Gabriela Sonnleitner bugünlerde Viyana'da sürekli yollarda. Caritas'ın bir yan kuruluşu olan Magdas Social Business'ın genel müdürü, katlanır bisikleti ve hızlı trenle Prater Magdas Hotel'deki ofisi ile Avusturya başkentinin bir kenar bölgesinde bulunan şirket merkezi arasında gidip geliyor. "Şu anda birçok konu arasında gidip geliyorum. Ancak yeni otel projemize gerçekten çok zaman harcıyorum." diyor Sonnleitner.

BWM mimarlık ofisi ve tasarımcı Daniel Büchel ile çalıştığı Wien-Landstraße'de bulunan Stephanushaus'taki yeni konaklama planı artık son aşamasında. Eskiden rahip yurdu olarak işletilen binanın yerine yapılacak olan üç yıldızlı otelin inşasına ise ilkbaharda başlanacak. Bu otelde; 90 oda, işletmeye ait restoran ve misafir bahçesi bulunması planlanıyor. Sonnleitner: "Mükemmel erişilebilirliğe, harika bir tasarım konseptine ve birinci sınıf bir konuma ihtiyacınız var, bunları başardıktan sonra geriisi gelir." diyor.

Mevcut Magdas Otel'de olduğu gibi, Caritas burada da mülteci geçmiş olan gençleri otel ve restoran sektörlerinde eğitmeye odaklanan bir sosyal işletme operasyonu yürütmek istiyor. Sonnleitner, mülteci kökenli 20 çalışanı ve yönetimindeki üç otel uzmanı ile, 2015 yılında faaliyete geçen ve o zamandan beri ekonomik olarak kendi kendini işleten Magdas Hotel'in başlangıcı hakkında şunları söylüyor: "Caritas'ın olumlu bir sığınma talebi kararına rağmen iş pazarına girişin hala pek çok kişi için oldukça sıkıntılı olduğunu gördük. Bu problemlerden dolayı bizim fikrimiz ortaya çıktı. Mültecilerin potansiyelini kimse görmüyorsa, bunun nasıl yapılabileceğini biz göstereceğiz."

Sekiz yıl önce kurulan ve 2019'da 14 milyon euro ciroya ulaşan Caritas Viyana'nın sosyal iş bölümü hedefi; sosyal sorunları mümkün olduğunca her alanda, bir girişimci rolüyle çözmek. Mültecilerin yanı sıra iş gücü piyasasında şansı az olan uzun süreli işsizler ve engelliler; otel, gıda, geri dönüşüm ve temizlik alanlarında

Magdas çatısı altında istihdam ediyor. "Her insanın yetenekleri vardır, bu tamamen onlar için doğru yeri bulmakla ilgili. Biz onlara ikinci ve gerekirse üçüncü ve dördüncü bir şans da sunmaya hazırız. Bu bizim görevimiz." diyor Sonnleitner. 200 çalışanın faaliyetlerinin kapsamı elbette giderek artıyor. Ottakringer ve Vöslauer şirketleri için yemek hizmeti veren Magdas Essen'in son başarısı ise; Burgtheater ve Akademietheater'daki kantinlerin ihalesini kazanmak. Aynı zamanda, temizlik işletmesi de WU-Viyana'ya yeni bir müşteri olarak kazanmayı başardı.

Magdas Otel'de bugüne kadar dünyanın dört bir yanından 181.000 misafir ağırlandı ve 20 ülkeden gelen 70'ten fazla kişi burada kariyerlerine başladı. Açılışından beş yıl sonra; birçok yeni bilgi ve deneyim ile zenginleşen Sonnleitner, şimdi Korona krizinin ortasında, ikinci Magdas Otel'in açılışı için ekibiyle birlikte çalışıyor. Talep hala yüksek olduğundan her boş çıkaraklık pozisyonu için yaklaşık 40 başvuru geliyor. Ancak Korona krizi otel işlerini yavaşlattığı için aylardır giderlerin karşılanması mümkün olmadı. Prater'deki otel şu ana kadar gerçekleştirilen üç kapanma sürecinde de kapılarını kapalı tutma durumunda kaldı ve bu süre zarfında mevcut yedi çıkar da zorunlu olarak hükümetin uyguladığı "kısa çalışma" sistemine gönderildi. Mayıs 2020'de Sonnleitner, ilk konuklarını tekrar ağırlamaya başladı ve sonrasında doluluk oranı yaz aylarında %40'a ulaştı, ancak yalnızca kısa süreliğine. "Yavaş yavaş yeniden başlanılan inşaa; kısmen normalleşme, artan enfeksiyon sayısı ve Viyana için seyahat uyarıları nedeniyle tekrar durdu. Şimdi ekip "kısa çalışma"ya geri dönmek zorunda." diyor Sonnleitner.

Sonnleitner'in doğasında her şeye rağmen olumlu bakış açısına sahip olmak var. Kendinden ve işletmesinden oldukça emin bir şekilde, "Her zaman bir yol vardır, üstesinden geleceğiz ve başaracağız" diyor.

Bu ilke, 53 yaşındaki iş kadınına gençliğinden beri eşlik ediyor.

Klagenfurt-Viktring'de liseden mezun olduktan sonra, yan flüt çalmak ve profesyonel bir müzisyen olmak için müzik yüksek okuluna girmek istedi, ancak beklediği başarıya ulaşamadı. "Bu hayalimi gerçekleştiremediğim için ilk başlarda çok üzgündüm. Neyse ki, bugün hayatımın çok daha renkli ilerlediğini söyleyebilirim." diye anlatıyor Sonnleitner. Kendisi; müzikoloji ve gazeteciliğe geçiş yaptı, Wien Tourismus'daki çalışmaları sırasında PR ve reklamcılık departmanında çalıştı ve birkaç yıllığına da Londra'da bulundu. Orada bir reklam ajansında ve büyük mağaza zinciri Marks & Spencer'da profesyonel deneyim kazandı. Viyana'ya taşınmadan ve Avusturya Yardım Ajansı'ndaki iletişim departmanının yönetimini devralmadan önce, Sonnleitner birkaç ay boyunca Doğu Afrika'yı da dolaştı. "Afrika kıtası beni büyülüyor, benim için mutlak bir güç alma yeri. İnsanlardan, özellikle de insanların hayata karşı tutumlarıyla ilgili onlardan çok şey öğrenebilirsiniz." diyor Sonnleitner.

Viyana'daki yardım kuruluşundan sonra Caritas Avusturya'ya geçiş yaptı ve burada yurt içi ve yurt dışı kampanyalardan, bağış toplamadan ve medya ilişkilerinden sorumlu oldu. O dönemde ORF ve Post ile, şu anda Magdas Geri Dönüşüm tarafından yürütülen ve Licht ins Dunkel adlı insani yardım kampanyası bünyesindeki "Ö3 Wundertüte" bağış projesini başlattı. Bu proje kapsamında, yılda yaklaşık 450.000 eski cep telefonu on iki çalışan tarafından parçalarına ayrılıyor ve sonrasında mümkünse ortak şirketler tarafından daha sonra kullanılmak üzere onarılıyordu. "Ekonomi, ekoloji ve sosyal konuları en iyi şekilde birleştiren örnek bir proje. Ve işimle tam olarak da bunu hedefliyorum." diyor Sonnleitner. Reklam ajansı Ketchum Publico'da üç yıl kreatif direktör olarak çalıştıktan sonra sivil toplum kuruluşları sektöründe faal olan ve özellikle Afrika ülkelerinde göz bakımına kendini adanmış yardım kuruluşu Licht für die Welt'e geçti. "Ben anlam odaklı bir insanım ve bu dünyaya bir gıdım iyilik yapmak istiyorum. Kalbim sosyal

işlere bağlı." diyor, asla yardımlarını esirgemeyen kişileri görerek büyüyen Sonnleitner. Feldkirchen doğumlu bir jandarma ve terzi olan ailesi için "Kimin neye ihtiyacı olursa olsun ailemin o işle uğraşması doğaldı." diyor.

Bugün bu vizyonunu Magdas ile hayata geçiriyor. Yeni otel projesine dokuz milyon euro yatırım yapılacak ve bununla ilgili bankalarla kredi görüşmeleri devam ediyor. Stephanushaus'un inşası sırasında mobilyaların geri dönüştürülmesi ve yeniden kullanımlarına yoğunlaşılması ve şapelin korunması planlanıyor. Sonnleitner, 1964 yılında inşa edilen yapının sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla enerji üretimini fotovoltaik bir sistem ile karşılamayı amaçlıyor ve bunun için yatırımcı arıyor.

Açılış tarihi olarak 2022 Sevgililer Günü hedefleniyor. "Konseptimizin işe yaradığını kanıtladık. Viyana ikinci bir Magdas Oteli kaldıracak ve taşıyabilecek durumda. Bunu da toplum üzerindeki etkimizi kanıtlayabilmek için kullanabiliriz." diyor Sonnleitner. Kendisinin daha sonra hangi projeyi başlatacağı hala belirsiz ama her şeyden önce, Prater'deki Magdas Hotel'de yenilikler planlanıyor. Tutkulu dağ yürüyüşçüsü, bir dileğini açıkça belirtmekten çekinmiyor: "Vizyonum, mültecilerin işgücü piyasasına dahil olabilmelerini sağladığımız bu projenin, Avrupa'nın büyük şehirlerine örnek olması."

Gabriela Sonnleitner, yüksek lisans derecesini Viyana Üniversitesi'nde Gazetecilik ve İletişim Çalışmaları alanı ile Müzikoloji alanında tamamladı. Birkaç yıl boyunca çeşitli sosyal kurumlarda görev aldı ve 2015'ten beri de Magdas Social Business'ı yönetiyor.

DAILY



FOTOĞRAFLARDA VİYANA



FORBES.AT



AĞAÇLARLA KONUŞAN ADAM

OLIVE TREE PEOPLE'ın kurucusu Thomas Lommel, 20 yılı aşkın bir süre önce zeytin ağaçlarının iyileştirici özelliklerini keşfetti. Ağaç evinde bütünsel kozmetik markası OLIVEDA'nın ilk ürününü geliştirdi ve böylece OLIVE TREE PEOPLE'ın temellerini attı.

Metin: Sophie Spiegelberger
Fotoğraflar: Olive Tree People

Ciddi bir hastalık, Alman emlak yatırımcısı Thomas Lommel'in hayatını yeniden kurmasına neden oldu. Üniversite kökenli tıbbi yöntemler hastalığını iyileştiremeyince, sezgisini takip etti ve zeytin ağaçlarının yolundan gitti. Meditasyonları sırasında ağaçlarla temas kurdu. Zeytinyağını hayatının her alanına dahil etmeye başladı: "Zeytinyağı tüketimimi hem gıda hem de kişisel bakım ürünü olarak yılda sıfırdan elli litrenin üzerine çıkardım. Kelimenin tam anlamıyla zeytinyağında banyo yaptım" diyor Lommel gülümseyerek. Yaklaşık yarım yıllık "Zeytin Ağacı Terapisi"nin ardından, bu yöntemin göz ardı edilemeyecek etkilerini görüyordu: "Tamamen iyileştim, tekrar normal uyu-

olduğunu bilmek istedim" diye açıklıyor. "Bu ağaçların etrafında ve çevresinde bulunmak da bir tür meditasyondur. Yaklaşık altı hafta sonra sorduğum her soru karşısında belirli hisler yaşadım ve doğru sayıyı aramaya başladım. Sonuç 5/20/100 idi. Bu sayılar, danıştığım uzmanlık kitaplarından gelenlere 1:1 karşılık geldi." 2000'li yılların başında Lommel, Endülüs'te bir doğa rezervindeki ilk zeytinliğini satın aldı, orada bir ağaç ev inşa etti ve tutkusunun peşinden gitti: "Değerli antioksidanlar içeren acı iksiri elde etmek için zeytin ağacının yapraklarını denedim. Bahsettığım bu iksir, yüksek kaliteli bir zeytinyağı ve 3.000 kata kadar daha yüksek konsantrasyonda polifenoller hidroksitirosol ve oleuropein içeriyor.

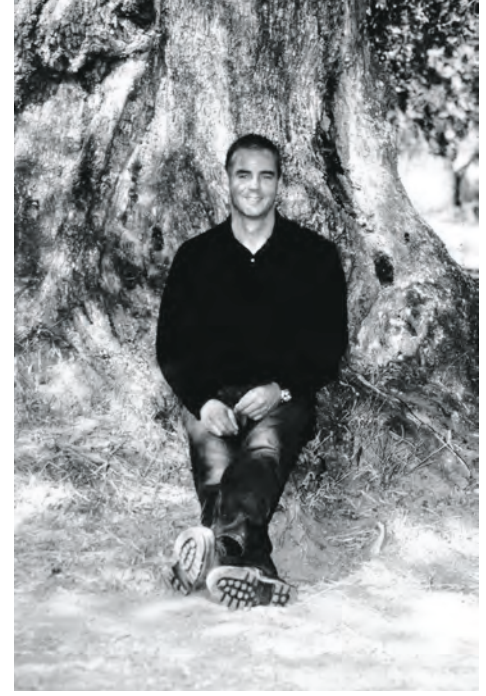
çıkı. İksiri desteklemek için harici kullanıma uygun ürünlere, yani cilt bakımı ve kozmetik ürünlere ihtiyacı vardı. "Bu benim için tamamen yeni bir alandı çünkü daha önce kozmetiğe ilgim yoktu. Bu yüzden cilt bakım ürünlerinin içeriklerini incelemeye başladım ve neredeyse tüm ürünlerin içerik listesinin başında "aqua" yani su olduğunu keşfettim. Her zaman su, ardından bir dizi başka doğal olmayan bileşen" diyor Lommel.

Gerçekten de 1997'den beri Avrupa Birliği'ndeki her kozmetik ürün, içeriklerini belirtmek zorunda. Bunun için Uluslararası Kozmetik Bileşenler İsimlendirmesi (İngilizce: INCI) olarak adlandırılan yasal bir kılavuz var. Lommel, INCI listesinin başında "aqua" kelimesi geçen her cilt bakım ürününün, yaklaşık %70 damıtılmış su, ayrıca yaklaşık %25 yağ ve suyu yağla birleştiren emülgatörlerden oluştuğunu söylüyor. Piyasada genellikle uzun raf ömrüne sahip yağlar tercih ediliyor. Yani ya tüm canlılığını kaybetmiş rafine yağlar ya da cilde ciddi şekilde zarar verebilen mineral yağlar. Bir kozmetik ürünün sadece %5'i canlı, aktif maddelerden oluşuyor. Hatta genellikle bundan daha da azı, çünkü çoğu ürün aynı zamanda koruyucular ve kokular da içeriyor.

"Bunu öğrendiğimde; kozmetik ürünlerimdeki suyu, zeytin yaprağından elde edilen yüksek biyoaktif hücre iksiri ile değiştirmeyi düşündüm ve rafine yağları da, dağ zeytin ağaçlarımdan gelen son derece canlı otokton Arbequina yağı ile değiştirme fikri aklıma geldi. Bu bileşim, cildimizin doğal lipid tabakasına benzer ve bu nedenle cildin hücre yenilenme süreçlerini destekleme yeteneğine sahiptir."

Bugün; LA DOPE, OLIVEDA ve OLIVE re:connected to nature adlı inovatif girişimler OLIVE TREE PEOPLE çatısı altında toplandı. 2021'de aileye dördüncü bir üye daha katıldı: THE INTUITION of Nature. Bu markanın piyasaya sürülmesiyle, Lommel kozmetik pazarında bir kez daha devrim yarattı. Yeni marka; 5,95 euro'dan başlayan fiyatlarla %100 etkili birinci sınıf bir ürün yelpazesi sunuyor ve düşük fiyat segmentinde son derece canlı, doğal cilt bakım ürünlerini erişilebilir kılıyor. OLIVE TREE PEOPLE'ın tüm ürünlerinde olduğu gibi; normalde alışılmış rafine yağlar, yerini yabani Arbequina zeytinlerinin canlı yağına bırakmış, %70'lik su fazı yerine bu zeytinlerin son derece etkili ve koruyucu amniyotik sıvısı kullanılmıştır.

Bu arada OLIVE TREE PEOPLE, Endülüs bölgesi Arroyomolinos de Leon'daki en önemli çevreci kabul ediliyor. "Yüzlerce yıllık dev dağ zeytin ağaçlarını korumak için araziler satın alıyoruz. Buralarda, ağaçları ve araziye yetiştiriyor ve eko-sertifika-landırıyoruz." Şirket bugüne kadar üç



OLIVE TREE PEOPLE kurucusu
Thomas Lommel

milyon metrekarelik arazide 30.000 yabani ağaç kurtardı.

OLIVE TREE PEOPLE, CO2 nötrdür: "Ağaçlarımız bugüne kadar yaklaşık 30 milyon kg CO2 dengeledi. Bu, Los Angeles'tan Tokyo'ya yaklaşık 20.000 uçuşa tekabül ediyor. Ayrıca dağ zeytin ağaçları yılda 8 milyon kg oksijen üreterek yaklaşık 220.000 kişinin yıllık ihtiyacını karşılıyor."

Aynı zamanda ağaçlar toprağı erozyondan koruyor ve biyolojik çeşitliliğe katkıda bulunuyorlar. Eşekler, keçiler, domuzlar, sayısız böcek ve kuş türü, yüzyıllar önce olduğu gibi doğada yaşıyor. Ve tabii ki 100 yıllık dağ zeytin ağaçları, OLIVE TREE PEOPLE'ın bütünsel hazırlıkları için en önemli hammaddeleri sağlıyor. Thomas Lommel mutlu bir şekilde, "Bütün ürünlerimiz, orijinal ve yaşayan doğanın bütünsel tariflerine dayanıyor, dünyadaki en büyük ve en usta laboratuvarla çalışıyoruz" diyor.

Daha fazla bilgi için:
www.olivetreepeople.com

Thomas Lommel, 2000'li yılların başında kozmetik markası OLIVEDA'yı kurdu. Bugün; LA DOPE, THE INTUITION of Nature ve OLIVE re:connected to nature adlı girişimler OLIVE TREE PEOPLE çatısı altında toplandı.

"Bugüne kadar ağaçlarımız yaklaşık 30 milyon kg CO2'yi dengeledi. Bu, Los Angeles'tan Tokyo'ya yaklaşık 20.000 uçuşa tekabül ediyor."

OLIVE TREE PEOPLE kurucusu Thomas Lommel

yabildim, ülserim kalmadı, cildim her zamankinden daha sağlıklı görünüyordu ve enerji doluydum. Tüm bunları zeytin ağaçlarının gücüyle, hiçbir yan etki yaşamadan başardım" diye hatırlıyor Lommel. Ağaçlar sadece iyileşmesine yardımcı olmakla kalmadı, aynı zamanda sorularına kesin cevaplar verdi. Lommel, "Bir litre yağ için kaç zeytine ihtiyacınız olduğunu, böyle bir ağacın kaç meyve verdiğini ve bir hektar arazide kaç ağaç

Bu etki, zeytin ağacının hücrelerini maksimum canlılıkla 4.000 yıl canlı tutuyor" diye açıklıyor Lommel.

Lommel, "Ürünümü, çeşitli doğal tedavi uzmanları ve uygulayıcılarının yanı sıra zeytin ağacı sevenlerle dolu ilk küçük müşteri grubuna gönderdim" diyor. Prototipi hakkında her taraftan olumlu geri bildirimler aldığında, bütünsel bir zeytin ağacı tedavisi geliştirme fikri de ortaya



Bu arada OLIVE TREE PEOPLE, Endülüs bölgesi Arroyomolinos de Leon'daki en önemli çevreci olarak kabul edilir.

DAILY

FOTOĞRAFLARDA VIYANA

FORBES.AT



DOĞU TAŞIMACILIĞI

Tamer Tayyar, işteki ilk gününden sonra nakliye sektöründen ayrılmak istedi. Ancak baskıya direndi ve sonunda 2017 yılında kendi nakliye şirketi Beelog'u kurana kadar çalışmaya devam etti. Bu genç şirketin sunduğu hizmet, Avrupa ve Türkiye arasında iki taraflı nakliyat. Tayyar'ın amacı, doğuda baskın bir nakliye şirketi olmak.

Metin: Muamer Bećirović
Fotoğraflar: David Višnjić

Genç bir insan olarak neden nakliye sektöründe çalışmaya karar verdiniz?

Buna karar diyemezsiniz, aslında daha çok bir tesadüftü. Lojistiğe başlamak hiçbir zaman hedefim olmadı, hayattaki pek çok şey gibi bu alandaki aşım tesadüfen gelişti. İyi bir arkadaşımın; Türkçe bilgisi gerektiren, benim için uygun bir nakliye müdürü pozisyonu olduğunu duydum. Mezun olduktan sonra, Avusturya'nın tanınmış bir nakliye şirketinde nakliye müdürü olarak kariyerime başlama şansım oldu.

Sektördeki ilk gününüz nasıldı?

İlk iş günü, alışık olmadığım bir ortamda başladı. Yaklaşık 150 çalışanı olan geniş ofis olağan dışıydı. Herkes yüksek sesle arama yaptığı, rotaları tartıştığı veya klavyeye vurduğu için çok gürültülü ve çok kaotik bir ortamdı. Filmlerden bildiğiniz Wall Street'teki brokerler arasındaymışım gibi hissettim. 18 yaşında bir lise mezunu için bunlar hem etkileyici hem de korkutucuydu. Bu sektördeki dalgalanmanın oldukça yüksek olmasının nedenlerinden biri de zaten bu. Bu iş kolunda bir şeyler başarmak istiyorsanız, yaptığınız işi sevmelisiniz. Dışarıdan her şey çok basit görünüyor, bazıları sadece bir kamyon düzenlediğinizi söylüyor. Ama A'dan B'ye gidebilmek için alfabeyi yüzlerce kez taramanız gerekebiliyor.

Bir çalışan ilk iş gününü nasıl hayal etmeli?

Mesai; günlük işlerle ve e-postaları yanıtlama, kamyon takibi ve nakliyeleri planlama gibi görevlerle başlar. Biz uluslararası bir şirket olduğumuz için, iş gezileri yoluyla ilişkilerimizi kişisel olarak sürdürme görevimiz de var, bu nedenle çalışanlarımız düzenli olarak dünyanın her yerinde hareket halinde. Sektördeki ilk günümünden sonra başım ağrıyarak eve gitmiştim. Her şeyden vazgeçmek istedim ama kendimi toparladım ve ertesi gün geri döndüm. Ayrıca her çalışana ilk günün benim için de bir felaket olduğunu söylüyorum. (gülüyor)

Kendi işinizi kurmadan önce lojistik sektöründe toplam on yıl çalıştınız. Süreç nasıl gelişti?

Mesleğimde geçirdiğim on yıl içinde farklı şirketleri ve yapılarını tanıma fırsatı buldum. Sektördeki güçlü yönlerimi ve becerilerimi fark ettikten sonra, bunları bir şekilde kullanmak istedim. Bu noktada, tek seçenek serbest meslek sahibi olmaktı. Bir çalışan olarak, hak ettiğim takdiri alamadığım hissine kapılıyordum. Bu yüzden daha iyisini yapabileceğimi düşündüm. Bu düşünce ve eşimin motivasyonu sayesinde çalışan arılarla beraber şirket Beelog doğdu.



Tamer Tayyar oldukça kısa bir süre içinde Türkiye'de uzmanlaşmış başarılı bir nakliye şirketi kurdu.

“Ana işimiz olan karayolu taşımacılığına ek olarak, demiryolu ve gemi yoluyla da çevre dostu çözümler sunuyoruz. Bu sayede Co2 emisyonunun azaltılmasına katkıda bulunuyoruz.”

Şirketinizi kurduktan sonra ilk adımlarınız neler oldu?

Kuruluş hikayesi kulağa klişe gelebilir, ancak her şey bir çocuk odasındaki masa ve bilgisayarla başladı. İlk iş ilişkilerimi kurmak için ilk birkaç ay sadece telefondaydım. Bir müşteri tabanı oluşturmak istedim. Bu görevin bu kadar zor olacağını beklemiyordum. Türkiye için taşıma hacmi olan müşterileri kazanmamız çok zaman aldı. Bu yüzden ilk nakliye Avusturya'dan Polonya'ya oldu.

Zamanla Türkiye'de ilk müşterilerimi de kazandım ve sonra her şey yoluna girmeye başladı.

Sizi diğerlerinden farklı kılan neydi? Ne elde etmek istediniz?

Farklı şirketlerde deneyim kazanabildiğim için, neyi daha farklı ve daha iyi yapmam gerektiği benim için her zaman belliydi. Buna müşteri memnuniyeti ve çalışan takdirini de dahil ediyorum. Beelog'u diğerlerinden ayıran şey bu ikisidir.

Şirketi kurduğunuza hiç pişman oldunuz mu?

İlk zamanlar ara sıra kabuslar görüyordum ve bunlar hayallerimi yıkabiliyordu ama ailemin manevi desteği ve kararlılığımla hayalimin yolunda devam ettim.

Türkiye ile AB arasındaki mal akışı ile ilgili neler söyleyebilirsiniz?

Bazı otomobil üreticileri ve tedarikçileri Türkiye'de mağaza açtı. Bu sektörden bazı firmalar daimi müşterilerimiz arasında. Ayrıca hammadde ve tekstil sektörü de bizim için önemli. Bu sektörde de tanınmış pek çok firma müşterilerimiz arasında.

Sektörde hangi alanlarda yenilikler mümkün?

Ana işimiz olan karayolu taşımacılığına ek olarak, demiryolu ve gemi yoluyla da çevre dostu çözümler sunuyoruz. Bu sayede Co2 emisyonunun azaltılmasına katkıda bulunuyoruz. Bunun dışında, yazılımımızı da müşterilerimize daha iyi hizmet sunmak adına güncelliyoruz ve çağdaşlaştırıyoruz.

Şirketinizdeki görevleri, önceki işverenlerinizden öğrendiğiniz şekilde mi yapılandırıyorsunuz?

Hayır, sloganım farklı ve daha iyisini yapmak. Her çalışanın güçlü ve zayıf yönleri vardır, bir işveren olarak doğru kişiyi doğru pozisyona yönlendirmeye çalışıyorum. Bu nedenle her çalışanın kendi sorumluluk alanı ve alanlar arasında net bir iş bölümü var. Herkes iyi olduğu işi yapmalıdır. Her şeyi aynı anda yapmak, çoğu zaman hiçbir şeyi çok iyi yapamamak anlamına gelir.

Gelecek için planlarınız neler?

İstanbul / Pendik'teki ofisimize ek olarak şehir merkezi dışında bir şube daha açma kararı aldık. Tekirdağ / Çorlu'daki ofisimiz yakında açılacak. İstanbul kadar yoğun bir nüfusa sahip olmadığı için sanayi bu bölgeye giderek daha fazla yerleşiyor ve biz de bu gelişmeleri takip ediyoruz. Hedefimiz sağlıklı büyümek olduğu için bu yıl Viyana'daki genel müdürlük ve Türkiye'deki şubelerimizde personel alımı da yapacağız.

Tamer Tayyar, mezun olduktan sonra nakliye sektörüne girdi. 2017 yılında Beelog ile kendi nakliye şirketini kurdu. Bugün şirketin 10 çalışanı var, cirosu 5.000.000 euro ve yılda 4.000 adet tam dolu taşıma yapıyor.

“BURADA YAPABİLİRSEN, HER YERDE YAPABİLİRSİN”

DAILY

Tek kelime Almanca bilmiyordu, kimseyi tanıımıyordu ve cebinde sadece babasına traktör almak için yanında bulundurduğu 5.000 euro’su vardı. Etsan Marketler Zinciri kurucusu Hüseyin Ünal; bugün, çeşitli şirketleri ile yılda yaklaşık 130 milyon euro ciro elde ediyor ve 300 çalışana sahip. Ancak Ünal henüz amacına ulaşmış değil, çünkü Alman pazarını da fethetmek istiyor.

Metin: Muamer Bećirović
Fotoğraflar: David Višnjić

Orta Anadolu’da doğup büyüdüünüz ve babanıza tarım alanında yardım ettiniz. Peki oradan Viyana’ya nasıl geldiniz ve yıllık cirosu 130 milyon euro olan şirketinizi nasıl kurdunuz?

Babam çiftçiydi ama aynı zamanda iyi bir tüccardı. Baskıcı ve sert bir adamdı. O sıralar, ikinci bir traktör alabilmek için Hollanda’daki kardeşimden 11.000 Hollanda guldeni getirmemi istedi. Çantamda parayla dönerken Viyana’da bir mola verdim. Bir anlık kararla trenden indim ve artık biraz param var ve babamdan uzaktayım diye düşündüm. Ve sonra da geri dönmedim. Okurlarınız endişelenmesin diye söylüyorum: Tabi ki daha sonra babama borcumu ödedim.

Bu kararınızın ne gibi sonuçları oldu? Herhangi bir altyapınız olmadan Viyana’da nasıl geçindiniz?

Babam hiçbir şey yapamadı ve kabul etti. (gülüyor) Viyana’da hiçbir şeyim yoktu: Bir dairem yoktu, dil bilmiyordum, oturma iznim yoktu, çalışma iznim yoktu. Bu yüzden paraya ihtiyacım vardı. 20 yaşında bir insan böyle bir durumda en çok neye ihtiyaç du-

yarsa ben de ona ihtiyaç duyuyordum. Türk bir çevre edinmek istiyordum. O süreçte şantiyede çalıştım ve kamyon şoförlüğü yaptım. Bunları yaparken, tuvaleti, duşu, mutfak ve hatta odamı birkaç kişiyle paylaşarak yaşıyordum. Boş zamanlarımızı yakınlarıdaki Türk “spor kulüplerinde”, daha çok kafe gibi insanların bir araya geldiği yerlerde geçirdik. Bu bölgelerde her zaman küçük bir bakkal ve kasap bulunuyordu.

Peki kendi işinizi nasıl kurdunuz?

Sabır, genç adam! Çevremdekiler, kendileri kesip bakkalda sattıkları helal etlerden kazandıklarıyla kafenin kirasını ödüyorlardı. Ancak bir gün o küçük mekân, sahiplerinin kötü yönetimi nedeniyle iflas etti. Orayı satın almak için doğru bir andı fakat mekanla ilgilenen bir kişi daha vardı. Kimin alacağına karar verebilmek için bir yazı tura attık ve rakibim kazandı. Şans işte, bir cuma günü alıcı bana geldi ve mekanı artık satın almak istemediğini ve benim alabileceğimi söyledi.

Genç yaşınızda herhangi bir yönetim deneyiminiz olmamasına rağmen

borca batmış bir şirket satın aldınız. Bu nasıl iyi sonuçlanabildi?

Bu beni buz gibi bir kova suyla uyandırmak gibiydi. Para konusunda da bana destek olan arkadaşlar edinmiştim ve onların verdikleri borçlar sayesinde maddi sıkıntıya düşmedim. Ama sonra iyi bir kazanç elde ettiğimi fark ettim. Her şey benim içinde bulunduğum toplulukta başladı. Oradaki ilk tartışma, helal etin olmamasıydı ve bu durum tam da benim işime geliyordu.

Ekonomik olarak çabalarınıza değdiğini söyleyebilir misiniz?

Wiener Neustadt’ta kuzuları kestik ve eti sattık. Üç dört ay sonra adını anmak istemediğim bir derneğin başkanı bizden haberdar oldu. Avusturya tarımını güya yok ettiğimiz için çiftçileri koyun ithalatına karşı gösteri yapmak için örgütledi. Ona dedim ki: “Dinle! Eğer bana haftada 300 kuzu getirebilirsen, onları Avusturya’dan alırım. Nasılsa bu benim kolayıma gelir. Ama bunu sağlayamayacaksan çiftçilerini al, onlarla birlikte ortadan kaybol ve çeneni kapalı tut!” Bu biraz iddialıydı, daha 20’li yaşlarımın başındaydım. Ama zaten talebimi karşılamadı.

“Almanya’daki potansiyel bizim için Batı Avusturya’dakinden çok daha büyük.”

Hüseyin Ünal, Etsan’ın kurucusu

O zamanlar Avusturya’da 200.000 civarında Müslüman yaşadığı için ciddi bir pazar bulunuyordu. Benim mekanımın yakınında bir kasap da vardı. Şansıma bir gün o kasaba bir veteriner geldi ve bana Slovakya’dan kuzu isteyip istemediğimi sordu; çünkü o aralar Avusturya’da neredeyse hiç kuzu yetiştirilmiyordu. Tabi o yıllarda Avrupa Birliği de yoktu ve haliyle küçük tezgahıma et ithal etme lisansı verilmemişti. Ama canlı hayvanları ithal etme ruhsatını alabildim.

Peki sonrasında ne oldu?

İthalatım büyüdükçe büyüdü, bakkalcılığın yanı sıra daha büyük bir et tüccarı oldum. En yoğun zamanlarda üç kamyonla 1000 koyun ithal ettiğim oluyordu. O derneğin başkanı bunu fark etti ve sınırda ciddi gösteriler düzenledi. Hatta bir keresinde göstericiler sınırda bir kamyonumu açıp 300 koyunumun kaçmasına sebep oldular. Bugüne kadar da bu koyunların başına ne geldiğini ya da nereye gittiklerini

HÜSEYİN ÜNAL

FORBES.AT



„Her şey benim içinde bulunduğum toplulukta başladı, çünkü o zamanlar burada henüz helal et yoktu.“

5.000 çeşide varan ürün yelpazesi.



Etsan'ın 300 çalışanı bulunmakta



“Aslında sadece bir mola verecektim, fakat sonrasında burada kaldım.”

öğrenemedim. Bunun üzerine yetkililer koyunlarla dolu diğer iki kamyonun da açılmasına yol açmamak için geçmemize izin verdiler. (gülüyor)

Yani epey zorlukla karşılaştınız...

Piyasada yeni olduğum için sayısız sorunla karşı karşıya kaldım, rekabet büyümemi istemedi ve her yerde yoluma engeller koydu.

Et satışında toptancı boyutuna ulaştıktan sonra da bugün oldukça tanınan Etsan Süpermarket'i açtınız.

Bunun ana nedeni benden yüklü miktarda et satın alan tüccarların siparişlerini değiştirmeleriydi. Örneğin; 100 inek sipariş ettilerse, teslimat esnasında aniden sadece 50 ineğe ihtiyaç duyduklarını iddia ediyorlardı. Fiyatları bu şekilde aşağıya çekmek istiyorlardı. Ben de kendi dükkanımda

toptan fiyata satış yapmaya başladım. Sonra da işler oldukça iyi gittiği için zamanla daha fazla şube açtım. Aynı zamanda restoranlara diğer gıdalar, özellikle taze meyve sebze veya Akdeniz'e özel ithal ürünler sundum.

Fiyat rekabetine girme durumunuz olmadığı için piyasaya göre avantajlarınız nelerdi?

Büyük şirketlerden farkımız, haftada iki ila üç teslimat yaparak ürünlerimizin tazeliğini koruyabilmemiz. Buna ek olarak çok esnek satın alma anlaşmalarımız olduğu için ürünlerin kalitesine daha fazla dikkat edebiliyoruz. Ayrıca ürün yelpazemizde çok çeşitli ürünler yer alıyor. %40'ı Türkiye'den, %50'si AB'den, %10'u uluslararası olmak üzere totalde 5.000 ürün satıyoruz. Toptan ve perakende şubelerimiz var. İlkiyle restoran sahipleri veya diğer süpermarketlerin yanı sıra kendi şu-

belerimize de ürün sağlıyoruz. Kendi araç filomuz olduğu için lojistiği de biz hallediyoruz. Bir yandan büyük bir lojistik şirketiye diğer yandan kullanılabilirlik sunduğumuz için büyük bir perakendeciye.

Sonraki girişimleriniz neler olacak? Avusturya'nın kentsel bölgelerinde zaten geniş bir alana sahipsiniz.

İlk odak noktamız Viyana'dı, onu Graz takip etti. Bu adımları attıktan sonra hangi bölgeye doğru genişlemek istediğimizi kendimize sorduk: Salzburg mu yoksa Vorarlberg mi? Mesafe bakımından bu bölgelerde bulunmaya değmeyeceğini düşündüğümüz için artık Almanya'ya, özellikle Kuzey Ren-Vestfalya ve Bavyera'ya açılmak istiyoruz. Oradaki potansiyel, Batı Avusturya'dan çok daha büyük. Bir sonraki adımda ise Berlin olacak. Bir hayal edin: Viyana ile Vorarlberg arasındaki mesafe, Viyana ile Ukrayna arasındaki mesafe ile hemen hemen aynı. Avrupa'nın da en büyük pazarı olan Almanya'da lojistik olarak faaliyet göstermemiz çok daha kolay. 2021'de de bir online mağaza kurulması planlanıyor. Büyümemiz için ortaklar ve yatırımcılar arıyoruz. Bizi en çok zorlayacak bölüm lojistik olacaktır, geri kalanlar bizde zaten mevcut.

Kaç çalışanınız var? Ne kadar satış yapıyorsunuz?

Şu anda bayilik ortaklarımızla birlikte 300'ün üzerinde çalışanımız var. 2020'de bir önceki yıla göre neredeyse %30'luk önemli bir artışla yaklaşık 130 milyon euro ciroya sahibiz.

Yalnızca göçmen müşterilere hizmet ettiğiniz suçlamasıyla nasıl başa çıkıyorsunuz?

Aslında bu doğru değil. Bizim sadece etnik müşterilerimiz yok. Haftada birden fazla teslimatımız olduğu için bizde her zaman taze meyve, sebze ve et bulunmakta. İnsanlar da bu nedenle bizi tercih ediyor. Viyana'nın Währing gibi daha lüks semtlerinde bile iki şubemiz var. Oradaki müşterilerin çoğu yerli, şubeler de oldukça iyi çalışıyor.

Yakında, şirketi çocuklarınızdan birine devretmeyi düşünüyor musunuz? Onları şirket işlerine dahil ediyor musunuz?

Çocuklarımın en büyüğü şirketimizin bir markası olan enerji içeceğimiz Wild Dragon'u yönetiyor ve işletiyor. İkincisi ise operasyon ile ilgili

işleri yürütüyor. Diğer oğlum da özellikle Almanya'ya açılım konusunda beni destekliyor. En küçüğü henüz çok genç olduğu için sadece zaman zaman işlere yardım ediyor. Büyük kızım ise eczacılık okuyor, küçük kızım da şirkette bize yardım ediyor.

Sizin için memleket neresidir?

Memleket; ailen ve kendin için geçimini nerede sağlıyorsan orasıdır. Avusturya'ya genç bir göçmen olarak geldiğimde bunu böyle görüyordum ve bugün gururlu bir Avusturya-Türk iş adamı olarak da bunu böyle görüyorum. Avusturya zor bir pazar ama burada başarılı olursanız her yerde olursunuz.

Hüseyin Ünal 17 yaşında Türkiye'den Avusturya'ya geldi. 1986'da, bugün Viyana, Aşağı Avusturya ve Graz'da 32 şubesi bulunan süpermarket zinciri Etsan'ı kurdu. 300 çalışanı ile şirket yıllık 130 milyon euro ciro elde ediyor.



1986 yılında Hüseyin Ünal Etsan'ı bakkal ve kasap olarak kurdu.

YENİ TREND: GÖRÜNMEZ DİŞ TELİ

“SayCheese!”: Güzel dişlere merhaba de! Üç Viyanalı ortodontist, artan online diş teli talebine yönelik profesyonel bir çözüm ortaya koyuyor. Viyana Herrengasse’deki özel doktor muayenehanesinde “SayCheese!”, estetik ön diş tedavilerinde ortodontik uzmanlık sunuyor.

Fotoğraf: © feelimage / Matern

Yeni konsept: Üç ortodontist Dr. Maija Eltz, DDr. Bärbel Reistenhofer ve DDr. Sabine Schanzer, online diş teli tedavilerine yönelik artan talebe tamamen yeni bir tedavi yöntemiyle yanıt veriyor. “SayCheese!”, estetik ön diş düzeltmesi için mevcut yöntemlere önemli bir ekleme yapıyor. Üç doktor, “Son zamanlarda çeşitli çevrimiçi sağlayıcılar tarafından giderek daha fazla reklamı yapılan tamamen estetik veya kozmetik tedavilerin, Avusturya’da lisanslı doktorlar tarafından uygulanması gerektiğini düşünüyoruz”, diyor ve ekliyor: “Say-Cheese konsepti, onlarca yıllık deneyimimize dayanıyor. Yerinde tedaviler, en yüksek kalite standartlarımıza bağlı kalınarak eğitilmiş doktorlar tarafından gerçekleştiriliyor.”

Çok az insan doğal olarak düz dişlere sahiptir, ancak dişleri düzeltmek için asla geç değil. Örneğin, SayCheese! tedavisi kapsamında kullanılan Invisalign® yöntemi gibi profesyonel bir diş splinti neredeyse görünmezdir ve dişleri adım adım düzeltir. Sabit diş tellerinin aksine, örneğin yemek yerken veya egzersiz yaparken veya herhangi başka bir zamanda çıkarılıp tekrar takılabilmesi mümkündür. Say-Cheese! diş teli fark edilmediği için iş sırasında, sosyal etkinliklerde ve geceleri kullanılabilir. Bu avantaj önemlidir, çünkü hızlı bir tedavi için diş telinin günde en az 20 saat kullanılması gerekir. Ama merak etmeyin, uyku saati de bu sürenin bir parçası ve kısa bir süre sonra tele alışacak ve onu fark etmeyeceksiniz. Sunucular veya diğer medya önündeki insanlar bile günlük işlerinde fark edilmeyen görünmez diş telleri takıyorlar.

Tellerin temizlenmesi kolaydır ve teller ortalama iki haftada bir değiştirilir. Tam takma süresi, her bir hastanın dişlerindeki yanlış hizalanma miktarına ve diğer kişisel faktörlere bağlıdır. Her yeni splintle dişler, son splintle istenilen sonuca ulaşıncaya kadar kademeli olarak düzeltilir.



Üç ortodontist DDr. Sabine Schanzer, Dr. Maija Eltz ve DDr. Bärbel Reistenhofer

Tedavi süreci ise hastalar için oldukça kolaydır. Her tedavi, Viyana Herrengasse’deki SayCheese! muayenehanesinde kişisel bir danışma ile başlar. Burada istenen sonuç tartışılır, dişlerin dijital taraması yapılır ve röntgen çekilir, ardından ayrıntılı fotoğraf dokümantasyonu oluşturulur. Bu, kişiye özel bir tedavi planlamanın tek yolu. Mevcut yanlış hizalanma sorunlarının çözümünde, olası sonucun bir ön izlemesi alınır ve böylece gelecekteki yeni gülümsemenin bir görüntüsü ortaya çıkar. Tedaviye karar verildiği anda, splint üreticisi ile iş birliği içinde sü-

reç en ince ayrıntısına kadar optimize edilir. Burada sorumlu doktorun tıbbi uzmanlığı çok önemlidir ve tedavinin kalitesi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ciddi hizalanma bozukluklarında, görünmez hizalayıcılarla yapılan düzeltmeler yalnızca sınırlı katkı sağlar, bu nedenle dürüst ve tıbbi altyapısı sağlam bir görüş almak özellikle önemlidir. Diş teli üretildikten sonra, bizzat doktor tarafından teslim alınır ve hastaya takılır. İlk aşamada profesyonel bir kontrol yapılır ve splintlerin en iyi şekilde şekilde oturup oturmadığının yanı sıra hastanın memnuniyeti test edilir. SayCheese! ile hastaların beklentilerini karşılayabilmek için tıbbi açıdan kusursuz tedavi ilk sırada gelir.

En iyi sonuç için aktif iş birliği gereklidir. Görünmez diş telleri ile başarılı tedavi, sadece muayenehanede yapılacak ön tıbbi çalışmaya değil, aynı zamanda hastanın “iş birliğine” de büyük ölçüde bağlıdır, çünkü iyi bir sonuç ancak yemek yerken taşıma ve çıkarma gibi konularda belirli bir tutarlılık sağlandığında elde edilebilir.

SayCheese! yöntemi basit estetik düzeltmeler için uygundur ancak daha karmaşık yanlış hizalanma sorunları karşısında tek doğru yöntem hala ortodontik tedavidir.

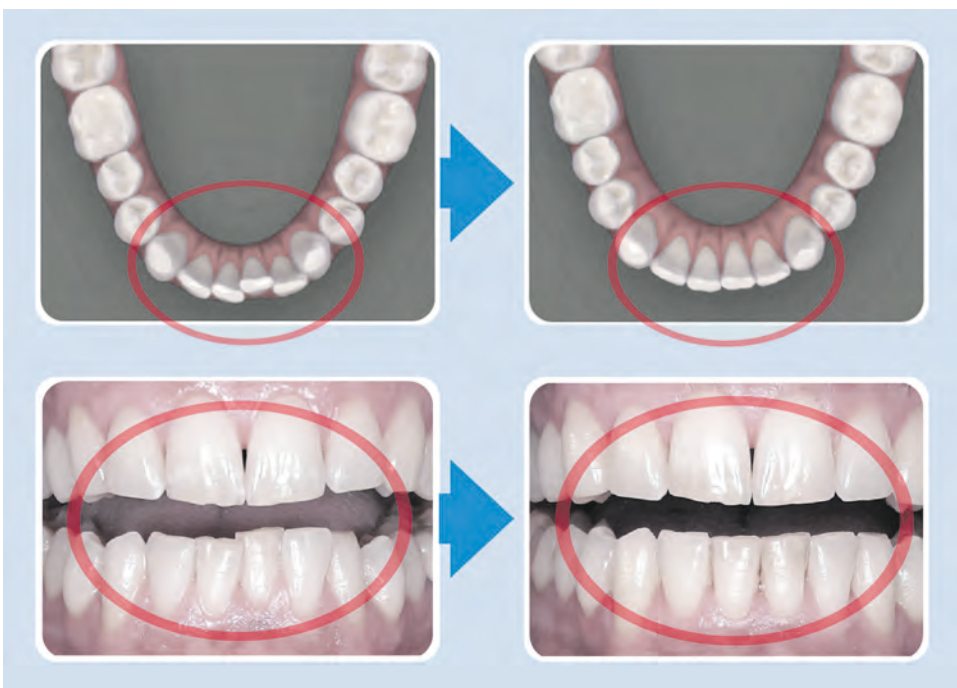
SayCheese! kapsamında danışma her zaman ücretsizdir ve çevrimiçi sağlayıcıların aksine, bir 3D tarama ve gerekli fotoğraflar, ücretsiz bir röntgen ve tesiste eğitilmiş doktorlar tarafından kişisel kontrolleri içerir. Hastalar, sadece ortodonti alanında uzman bilgisi ve

deneyimi ile yüksek kaliteli tedaviden değil, aynı zamanda doktorla fiziksel etkileşime geçebilmenin avantajlarından ve Viyana’nın merkezinde kolayca erişilebilen muayenehane konumundan da yararlanır.

Diş splintleri ile tedavi hasta için ne kadar uygun ve basit olursa olsun, diş sağlığına olası etkileri olan tıbbi bir müdahaledir. Örneğin, televizyon ve/veya Instagram gibi sosyal medya platformlarında görebileceğimiz diş teli tedavisi sağlayıcılarında; tedavinin kalitesinden bizzat bir diş hekimi değil, yurt dışında yerleşik bir şirket sorumludur. Özellikle hastanın tedavi öncesi durumunun ve diş sağlığının profesyonel olarak yetkin bir doktor tarafından eksiksiz olarak muayene edilmesi hayati önem taşımaktadır.

SayCheese! ile optimal tedavi ve yasal çerçeveye sadık kalmamızın yanı sıra, hem muayenehane gerekliliklerini hem de hastalar için konfor faktörlerini birleştiren mekansal ve kavramsal bilinçli bir dünya yaratmaya çalıştık.

Dünya pazar liderlerinden Say-Cheese!’de görünmez diş telleri ile tedavi genellikle dört ila yedi ay sürer ve fiyatı beklenenden daha uygundur. Tedavi fiyatları deformiteye göre değişir ve genellikle 2.180 ile 2.680 euro arasındadır. %0 faizle bile 36 aya kadar finansman ve aylık 44 euro’dan başlayan kısmi ödemeler mümkündür.



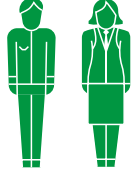
Tipik hafif ila orta düzeydeki yanlış hizalanma örneği

SAYILARLA VİYANA EKONOMİSİ

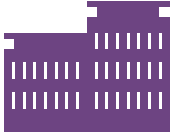
Viyana'da kaç tane kadın iş kuruyor? Burada bir kişi, diğer şehirlere kıyasla bir BigMac için ne kadar çalışmak zorunda? Başkentte ne kadar ithalat ve ihracat yapılıyor? Bu soruların cevapları bizde.

Araştırma: David Zehner
İllüstrasyon: Valentin Berger

DAILY



%45,8
ORANINDA KADINLAR TARAFINDAN
KURULAN START-UP



9.221
YENİ KURULAN İŞLETME

RİSKLİ SERMAYA YATIRIMLARINDA ŞEHİR SIRALAMASI

1. SIRA	LONDRA	5 MİLYAR €
2. SIRA	BERLIN	2,6 MİLYAR €
3. SIRA	PARIS	2,5 MİLYAR €
26. SIRA	VIYANA	104 MİLYAR €

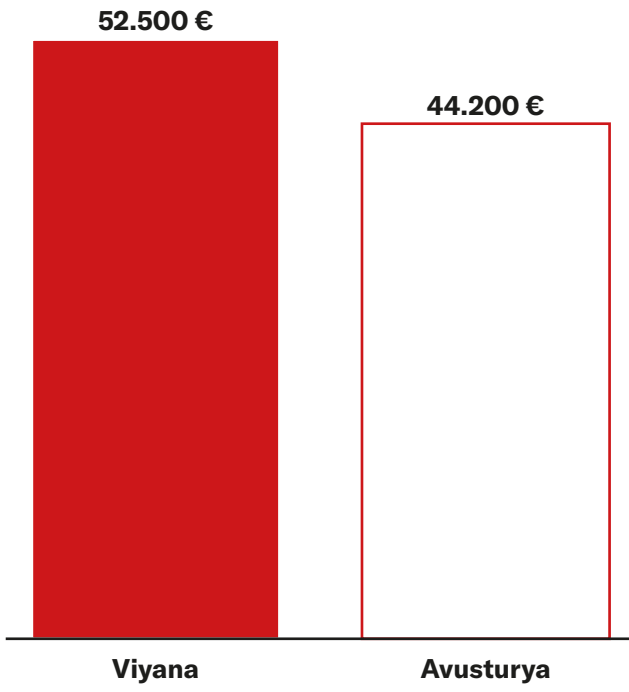


56.689
İŞVEREN FİRMA



140 MİLYON €
veya Viyana Belediyesi'nin toplam harcamasının
(14 milyar €) %1'i ekonomik teşvik için ayrılmıştır

KİŞİ BAŞINA DÜŞEN GSMH



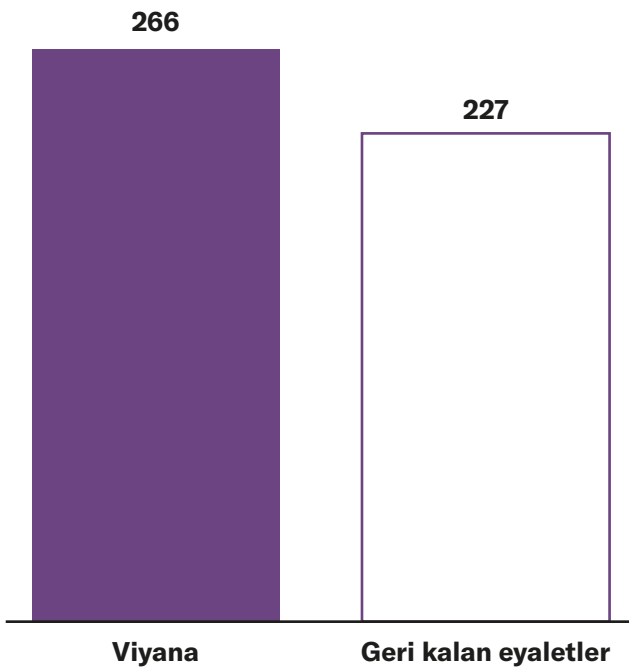
İTHALAT/İHRACAT



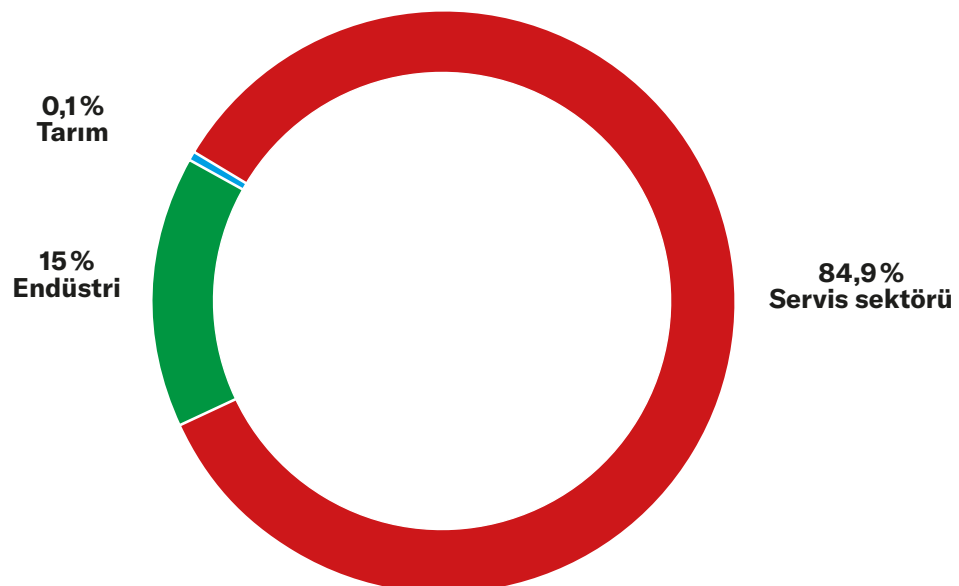
BİR BIGMAC İÇİN NE KADAR ÇALIŞMALIYIM?

VIYANA		18 dk
BERLIN		18 dk
PARIS		23 dk
ROMA		24 dk
MADRID		28 dk

ULUSLARARASI İŞLETME YERLEŞİMLERİ (2019)



VIYANA'DA BRÜT KATMA DEĞER (2019)



BİLGİ GRAFİĞİ: VİYANA'DA BİLİM

FORBES.AT

ESPRI ANLAYIŞI OLAN LIMONATA

Almdudler canlılık, hafiflik ve mizah anlamlarına geliyor. Markanın başarısı ile yakından bağlantılı olan isim şirketin sahibi Thomas Klein: 1983'te, henüz 19 yaşındayken, o zamanlar tozlar içinde kalmış şirketi devraldı, markayı çağdaşlaştırdı ve kız kardeşi Michaela ve genel müdür Gerhard Schilling ile şirketi ekonomik açıdan sağlam temellere oturttu. Almdudler'nın ürün yelpazesi şu anda genişletiliyor ve pazarlama sistemi çağdaşlaştırılıyor, ancak geleneksel marka aynı zamanda özüne sadık kalmayı da amaçlıyor.

Metin: Sophie Spiegelberger
Fotoğraflar: Almdudler

DAILY

ALMDUDLER

Almdudler'yi bilirsiniz. 1957 yılında Erwin Klein tarafından kurulan bitkisel limonata markası, bugün Avusturya'nın en ünlü markalarından biri. Ancak bu noktaya ulaşmak hiç de kolay olmadı. Şirketin bugün bildiğimiz haliyle başlangıç vuruşu 1983 yılında yapıldı: Kurucu Erwin Klein'in ölümünün ardından o sırada henüz 19 yaşında olan oğlu Thomas yönetimi devraldı. İlk birkaç yılda durum hiç de tozpembe değildi, marka çöküşün eşiğine gelmişti. Almdudler'nın bugün her zamankinden daha iyi durumda olmasının, Korona krizini işten çıkarmalar olmadan yönetmesinin, aynı zamanda yurt içinde ve yurt dışında gelecek için iddialı planlar oluşturmalarının arkasında Thomas Klein var.

Forbes röportajında Klein o dönemle ilgili şunları söylüyor: “Şirket iflasın eşiğinde değildi, ancak markanın kendisi ve imajı oldukça kırsal, ‘alpin’ ve kısmen tozluordu”. Klein, çevresindekileri dinledi, avukatlardan ve diğer yöneticilerden tavsiye istedi, hepsi ona şirketi satmasını tavsiye ettiler. Ancak ne bir yeniden yapılanma planı ne de satın alım teklifleri vardı ortada. Bu nedenle genç girişimci, şirketin faaliyetlerini annesi ve kız kardeşinin desteğiyle sürdürmeye karar verdi.

Bugün Almdudler, kendi markasına ek olarak enerji içeceği Mate & Guarana veya Spezi gibi yeni ürünleri piyasaya süren modern bir içecek holdingi. Genel müdür Gerhard Schilling, bu modern yapının belirli avantajlar sunduğunu söylüyor: “Bir sonraki çeyreğe veya

faaliyet gösteriyordu: 1983'te Avusturya'da 250 tane lisans sahibi vardı ve şişeleme süreci küçük işletmeler, genellikle de aileler tarafından yürütülüyordu. Klein, “Almdudler böyle büyüdü, bu unutulmamalı” diyor. İşletme üzerinde daha fazla kontrol sahibi olmak ve ölçeklenebilir olmak için; 1986 yılında dağıtımın bir ortakla, içecek devi Coca-Cola ile düzenlenmesine karar verildi. Bu ortaklık, yirmi yıl boyunca iyi işledi, ancak 2018'de sona erdi. Avusturya içeceği Spezi'nin haklarını satın aldığı anda, Almdudler'nın ürün yelpazesini genişletmesi artık ortaklığa uygun değildi, Cola ürünleri için rekabet çok büyüktü.

İkinci konu: reklam. “O zamanlar reklam bütçesinden çok tasarruf ettiler. Ancak biz özgün olması gereken bir imaj değişikliği yaratmak istedik. Almdudler komik bir şey, tuhaf bir şey.” Şirketin kurucusu, ismi “kasıtlı olarak komik” seçmişti ve kusursuz şişe tasarımını da Avusturya'nın yaşama sevincini yansıtmalıydı: ön planda geleneksel kostüm çifti Marianne ve Jakob, arka planda dağ motifleri ve Heiligenblut kilisesi. “Bitkisel bir tat ve üzerine böyle bir şişe, elbette ki tuhaf bir hikâye. O zamanlar kimse bunu bilmiyordu” diyor Klein. Yenilenen dağıtım ve reklam konseptlerinin bir sonucu olarak, Klein'a göre “gerçekten dik bir büyüme eğrisi” vardı. 1986'da oluşturulan “Almdudler yoksa evime giderim” reklam sloganı da bu büyümede önemli bir rol oynadı. Müşteriler, bu sloganı hala markayla yakından ilişkilendiriyor.



Parıldayan başarının arkasındaki isimler: Genel Müdür Gerhard Schilling (solda) ve Almdudler'nın sahipleri Michaela ve Thomas Klein.

nin %50'sini alırken, Thomas ve Michaela ise kişi başı %25 pay aldılar. Özellikle başlangıçta, ticari rakamlar çok olumlu görünmediğinde, Thomas oyunculuk tutkusundan yararlandı: “Ekonomi de büyük bir tiyatro olabilir.” Ve Klein, deneyim eksikliğini de olumsuz bir durum olarak görmüyordu: “Bir şekilde bu gençlik, birçok şeye içgüdüleri ile karar verebilme avantajına da sahip çünkü hala saf bir bakış açısına sahip olabilirler.”

Thomas Klein'in kız kardeşi Michaela da tiyatroyla ilgileniyordu. Tiyatro eğitimi aldı, ancak babasının ölümünden iki yıl sonra reklam ve satış okumak için Viyana Ekonomi ve İşletme Üniversitesi'ne gitti. Yavaş yavaş, Almdudler'daki reklam faaliyetlerini devraldı, ancak hiçbir zaman ağabeyi kadar yönetimin içine girmede. “Yan yana olmak daha zor olabilirdi. Kendimizi ayrı alanlara bölmek zorunda kalmamamız iyi bir şeydi” diyor Michaela Klein. Bugünlerde, kendisini şirkette sürdürülebilirlik konusuna adadı. Aynı zamanda, mültecileri ve göçmenleri teşvik etmeye ve onlara yardım etmeye çalışan Tralobe derneğine de başkanlık ediyor. Bu dernek, Almdudler tarafından ortaklaşa finanse ediliyor.

İki kardeş de şirketin günlük aktivitelerinden çekilmiş olmalarına rağmen denetim kurulunda yer almaya devam ediyorlar. Klein için, Schilling'in bir aile babası olması ve olayları klasik bir iş adamından farklı görmesi önemli. Bunun nedeni, Klein için “aile”nin merkezi bir konu olması. Dolayısıyla, şirketi bir holdinge satmak söz konusu değil.

Almdudler özel bir şirket olarak net rakamlar vermekten kaçınıyor. Bir tahmin yapmak ise mümkün: Viyana grubunun cirosu şu anda orta çift haneli milyon aralığında, ihracat payı %30'un üzerinde. En güçlü dış pazar, 2020'de büyümenin çift haneli aralıkta olacağı

Almanya. Thomas Klein'in kızı Lara, eğitimini tamamladıktan sonra işi kademeli olarak devralacak.

Ancak Almdudler bile mega trendlerden kurtulamıyor. Bunlardan biri: dijitalleşme. Schilling ise rahat: “Orta ölçekli bir aile şirketi için lider durumda görünüyoruz.”

Dijital stratejiye rağmen Korona krizi, özellikle gastronomi sektöründeki kapanışlar nedeniyle Almdudler'ı da vurdu. Buna rağmen, yaklaşık 60 çalışandan hiçbirisi işten çıkarılmadı. Thomas Klein: “Bir aile şirketi olarak, çalışanları işten çıkarmamız gerektiğinde bunu gerçekten dikkatlice düşünüyoruz. Bu aynı zamanda ve özellikle Korona krizinde geçerli” diyor. Önümüzdeki beş ila on yılı nasıl tasavvur ettiği sorulduğunda; Klein, video röportajımız sırasında resme kısaca bakan küçük torununu işaret ediyor ve “Almdudler gelecekte aileye ait olmaya devam edecek, tabi gelecek nesiller için” diyor.

“Almdudler komik, tuhaf bir şey.”

Thomas Klein, Almdudler'in sahibi

bir sonraki denetleme kurulu toplantısına kadar beklemek zorunda değiliz, hızlı hareket edebiliriz.” Ancak Almdudler ve yönetim üçlüsü (Thomas&Michaela Klein ve Gerhard Schilling) bazı zorluklarla karşı karşıya: Dijitalleşme içecek endüstrisinde de durmuyor, Korona krizi ise maalesef şirketi yarasız bırakmadı ve aile şirketi önümüzdeki birkaç yıl içinde başka bir devir daha organize etmek zorunda kalacak, çünkü Klein'in kızı Lara işi devralacak.

Thomas Klein şirketin yönetimini devraldığı anda iki büyük zorluk belirlemişti: dağıtım ve reklam. Almdudler 60'lı ve 70'li yıllarda Avusturya'nın her yerinde bulunurken, Klein'a göre, 80'li yıllarda ülkede “birçok boş nokta” vardı. Dağıtım ülke çapında değildi. Buna ek olarak, marka o zamanlar bir lisans modeli şeklinde

Ancak piyasa da uyumuyor. Son yirmi yılda, içecek pazarında enerji içecekleri, buzlu çaylar veya kombucha içecekleri gibi yeni trendler ortaya çıktı. Buna, Coca-Cola gibi devlere veya yenilikçi start-up'lara karşı oluşan yoğun rekabet eşlik ediyor.

Thomas Klein, Kollegium Kalksburg'da eğitim aldı. Latince ve Yunanca gibi klasik konular daha az ilgisini çekiyordu ve aslında oyuncu olmak istiyordu. Ancak annesi onu, “makul” bir bölüm okuması yönünde teşvik etmişti. Böylece Klein, otel işletmeciliği okuluna gitmeye karar verdi ve okulu bitirince, 1982'de oyunculuk yapmaya başladı. Bu sırada, aile şirketinde çalışmanın da tadına vardı. Bir bahtsızlık sonucu, bir yıl sonra bu şirketi yönetmek zorunda kalacaktı. Erwin Klein'in ölümünün ardından, dul eşi Ingrid şirket hisseleri-

FORBES.AT



AKKU-KÜHL- UND WÄRMEBOX DCW180

18V
LITHIUM-ION



Hält Speisen und Getränke nach Belieben kalt oder warm

- Großer Temperaturbereich von -18° bis $+60^{\circ}$
- Lange Laufzeit im Akkubetrieb (bis zu 17 h im Kühlbetrieb bei 5°)
- 20 Liter Fassungsvermögen
- Betrieb mit 1–2 Makita 18 V LXT-Akkus, am Zigarettenanzünder im Auto oder mit 230 V Netzstrom
- Lieferung mit Netzteil, ohne Akkus und Ladegerät



Übersichtliches Bedienfeld



USB-Ladeausgang



Integrierter Flaschenöffner



Griff und Transportrollen

www.makita.at



30 YAŞ ALTI-VİYANA

Metin: Sophie Ströbitzer
Fotoğraflar: Vedran Pilipovic, www.talking-heads.at

MELİSA ERKURT VE “HARAM KUŞAĞI”



Melisa Erkurt, Chefredaktion'un kurucusu

Melisa Erkurt, bir gazeteci olarak özellikle göçmen çocukların yaşam koşullarıyla ilgileniyor. Şimdi ise, bu çocuklara bir ses ve ortam kazandıracak bir platform yaratıyor.

NBA'DE VİYANALI BİR DEV



Jakob Pörtl, Profesyonel Basketbol Oyuncusu

ABD profesyonel ligi NBA'deki ilk Avusturyalı olan Jakob Pörtl, 2017'de Forbes “Under 30 DACH” listesine girdi. Kısa vadeli hedefine ulaştı, ancak Pörtl'in hala büyük planları var.

Bosnalı bir ailenin çocuğu olarak Saraybosna'da dünyaya gelen Melisa Erkurt, Bosna Savaşı nedeniyle daha bebekken annesiyle birlikte Avusturya'ya kaçtı. Lise eğitimini Purkersdorf'ta tamamladıktan sonra Viyana Üniversitesi'nde Almanca, psikoloji ve felsefe okudu. Bir lisede Almanca öğretmenliği yapmaya başlamadan önce gazeteci olarak çalışıyordu. Öğrencisi olan göçmen çocuklardan kazandığı izlenimleri, 2020'de yayınlanan “Haram Kuşağı: Neden okul herkese bir ses vermelidir” adlı kitabında işliyor.

Bu kitap, gazetecinin 2016 yılında Biber dergisi için yazdığı bir haberle aynı adı taşıyor. “Eğitim sistemi otokton akademisyenler tarafından kurulmuş. Ona yukarıdan olduğu kadar aşağıdan da yaklaşmalıyız” diyor Erkurt. Mülteci bir çocuk olarak kendi deneyimleriyle ve bir öğretmen olarak izlenimleriyle bağlantılı olarak Erkurt, kitabında Avusturya eğitim sistemindeki sıkıntılara dikkat çekiyor. Otokton çocukların kurgusal temsilcileri olan “Paul” ve “Marie” okulda ve evde cesaretlendirilirken, göçmen çocukların temsilcileri olarak “Mohamed” ve “Hülya” geride kalıyor. Erkurt'un vardığı sonuca göre, göçmen kökenli çocuklar sistematik olarak dezavantajlı durumdadır ve ayrımcılığa maruz kalıyorlar. Ama, Erkurt sorunlara değinmenin yanı sıra çözüm önerileri de sunuyor: zorunlu ikinci anaokulu senesi ve tüm gün süren okul.

2020'de, Erkurt “gerçekten etkili olduğunu” söylediği alanda yani gazetecilikte Forbes'in “Under 30 DACH” listesinde yer aldı. Biber baş muhabiri olarak, Müslüman gençlerin yasak kültürü hakkında yazdığı makale, 2017'de Österreichischen Journalismustagen tarafından yılın hikayesi seçildi. Göç-

men kökenli çocuklar ve ergenlerle ilgili “Süleyman'ın Çocukları” adlı metni de 2018'de Prälats Leopold-Ungar Kadın Gazeteciler Ödülü'nü (basılı kategoride takdir ödülü) aldı.

Bir süreliğine ORF-“Report” da bulunmasının ardından, Falter köşe yazarı şimdi de kendi projesini başlatmak istiyor: 2021'in başında “Die Chefredaktion” medya sahnesine girdi. Erkurt, Instagram aracılığıyla politik ve sosyal konuları ele almak istiyor, bunları genç bir hedef kitle (14 ila 24 yaş arası) için yeniden işlemeyi planlıyor. Bu projede farklı olan yalnızca gazetecilik anlayışı değil aynı zamanda ekip de oldukça çeşitli. Erkurt: “Gazetecilikte gerçeklik yansıtılmıyor. Ancak bizde her iki veya üç kişiden birinin tabi ki göçmen geçmişi olacak.” Hem işçi sınıfı hem de üniversite mezunu ailelerin çocukları, 30 yaşındaki Erkurt'un deyimiyle bu “deneye” dahil olabilirler. Eski medya dünyasından bir terimi yeniden tanımlamayı amaçlayan “Die Chefredaktion” başarılı bir başlangıç yaptı: Daily'nin yayına girdiği sırada Instagram hesabı, 12.700 aboneye ulaşmıştı.

Jakob Pörtl, daha Avusturya ligindeyken heyecan yaratmaya başlamıştı: Bundesliga'daki ilk sezonu 2013/14'te “Yılın Çaylağı” seçildi. 1995 doğumlu Viyanalı için; diğer becerilerinin yanında, fiziki de büyük avantaj sağlıyor: 2.13 metre boyundaki Pörtl merkez konumu için mükemmel bir ön koşula sahip. NBA profesyonel liginde ilk Avusturyalı olma hayalini gerçekleştirmek için sonunda ABD'ye giden oyuncunun ilk durağı Utah Utes üniversite takımıydı; 2016'da ise sırası gelmişti: Pörtl, Toronto Raptors tarafından draft edildi.

Birdenbire düzenli olarak süper yıldızlarla aynı sahada bulunması Pörtl'i olumsuz yönde etkilemedi: “Her zaman saygılıyım ancak bu donakalmama neden olmuyor. Steph Curry veya LeBron James gibi süper yıldızlara karşı ilk kez oynamak elbette özel bir şeydi ama sahadayken bunları uzun süre düşünmüyorsunuz.” Elbette, çaylak olarak ilk sezonu pek de kolay geçmedi: “Yerleşik oyuncular yeni başlayanlar için aptalca şeyler bulmayı severler, benim durumumda bu öncelikle dans etmek ve şarkı söylemekle sınırlıydı. Tabii ki, bir çaylak sırt çantası taşıma klasiğinden kurtulamadım, benimki pembeydi ve üzerinde 'buz kraliçesi' vardı,” diyerek gülüyor Pörtl.

2018'de Pörtl, düzenli olarak görev aldığı San Antonio Spurs'e geçiş yaptı. Ancak ailesi ve memleketi Viyana ile olan yakın ilişkisi devam ediyor. Bir menajerle birlikte, ebeveynleri (özellikle de annesi) işlerin yürütülmesinde rol oynuyorlar. Pörtl ise, kazandığı büyük miktardaki parayı nasıl değerlendirdiği sorusu karşısında sessiz kalmayı seçiyor: “Tamamen spora konsantre oluyorum” diyor 25 yaşındaki oyuncu “gerisi ni menajerim ve ailem hallediyor.”

Her halükârda, Pörtl'ün kazancı az değil, çünkü NBA'deki katılımı sadece spor açısından değer yaratmıyor. Pörtl, NBA'deki ilk dört yılını da “sadece” 12,2 milyon ABD doları kazanıyordu. Kasım 2020'de ise ciddi oranda daha kazançlı bir sözleşme imzaladı ve üç yıl boyunca, San Antonio Spurs'ta 26,25 milyon dolar kazanacak. Ancak, Pörtl'ün Forbes “Under 30 DACH” listesine seçilmesi vesilesiyle yaptığımız röportajda belirttiği gibi, onu harekete geçiren şey para değil. 2016 yılında şunları söyledi: “Kendimi bir oyuncu olarak geliştirmek, her yıl en az bir adım atmak ve giderek daha önemli bir rol oynamak istiyorum. Dört yıl sonra, ki bu süre test aşamasıdır, NBA'deki yerimi garantilersem, bu harika olurdu.” Pörtl, bu hedefini de gerçekleştirdi.



EASY SUMMER



Şimdi kurslardan birine kayıt olabilirsiniz.

➔ **16.08.** ➔ **06.09.**
➔ **27.09.** ➔ **18.10.**

EASY DRIVERS REUMANNPLATZ
Quellenstraße 105, 1100 Wien
+43 1 6022 200

EASY DRIVERS ENKPLATZ
Simmeringer Hauptstraße 68-74, 1110 Wien
+43 1 375 11 11

www.easydrivers.at



REKABETE ADANMIŞ BİR HAYAT

Niki Lauda için, pek çok kişiyi şaşırtan çoğu şey tamamen normaldi. İster yarışıyor ister iş yapıyor olsun, hayatındaki hemen hemen her şey tek bir amaca hizmet etti: rekabet ve kazanmak. Forbes olarak 2019'da ölen Viyanalıyı anıyoruz.

Metin: Klaus Fiala
Fotoğraflar: Christian Wind

DAILY

Nisan 2018'de, eski yarış pilotu Niki Lauda dergimizin kapağını süslediğinde, yeni bir darbe daha yapmıştı: kurduğu Laudamotion havayolunun hisselerini, şirketi tamamen devralacak olan İrlanda şirketi Ryanair'e sattı. Bu, Lauda'nın son büyük röportajıydı: Mayıs 2019'da akciğer yetmezliğinin yarattığı uzun vadeli sorunlardan hayatını kaybetti. Takdire şayan bir girişimci, sporcu ve insanı bu yazımızla anıyoruz.

Niki Lauda pek çok şey ile suçlanabilir hatta belirli suçlamaların düzenli olarak yapıldığını da kesinlikle söyleyebiliriz. Ancak atılganlık eksikliği suçlamasını hiçbir zaman duymak zorunda kalmadı. Lauda rekabet için, kendisini ölçmek, diğerlerinden daha iyi olmak ve zirvede bulunmak için yaşadı. Bunun nedeni esas olarak, zafer için rakiplerinden daha fazlasını kabul etmeye istekli olması; mesela iflas etmiş bir hava yolunu devralmak için kendi parasından neredeyse 50 milyon euro masaya koymasıdır. Lauda tarafından 2003 yılında kurulan ve 2004 yılında Alman şirketi Air Berlin'e satılan Niki hava yolu 2017 sonunda iflas etti. Ancak; Niki hava yolunun bağlı olduğu Air Berlin, Ağustos 2017'de iflas başvurusunda bulunduğu; Lauda, havacılık endüstrisine geri dönme şansını tekrar yakalayabildi.



Nisan 2018'de Niki Lauda dergimizin kapağını süsledi, bu onun son büyük röportajıydı.

Avrupa'nın en büyüklerinden biri) beklenmedik bir şekilde Laudamotion'a katıldı. Yaklaşık 50 milyon euro karşılığında CEO Michael O'Leary, hisselerin %25'ini kaptı, Ağustos 2018'de hisselerini %75'e çıkaracaktı. Bu olay üzerine eleştirilerin gelmesi uzun sürmedi: Lauda, Avusturya'da gerçekleştirilecek bir çözüm sözü vermişti, ancak med-

berlerini "saçma" olarak nitelendiriyor ve insanların ilk etapta nasıl bazı iddiaları ortaya çıkardığını merak ediyordu. Nihayetinde, Lauda hep kendisi için her şeyi belirleyen konuya, rekabet konusuna gelmenin bir yolunu buluyordu. Röportajımızın nedeni Lauda'nın, Laudamotion hava yolu şirketinin hisselerini İngiliz hava yolu Ryanair'e satışıydı. Lauda bunu Viyana'daki Lufthansa tekeline karşı mücadeleyle açıklıyor. "Hedef sadece bir Avrupa hava yolu olmak olabilir. Bunu yapmak için, başkalarına karşı kendinizi savunabilmeniz ve hızlı bir şekilde kritik bir kitleye ulaşmanız gerekiyor" diyor Lauda. "Hayatımdaki en önemli şeyin rekabet olduğunu her zaman söylemişimdir."

Lauda bunu hayatında birkaç kez kanıtladı, örneğin 1 Ağustos 1976'da 200 litre benzinin alev aldığı ve Lauda'nın ciddi yanıklara maruz kaldığı kazadan sonra; ölmek üzereydi, ama sonra hızla iyileşti. Sadece 42 gün sonra Monza'da dördüncü olduğu yarışta, bitiş çizgisini geçerken gözlerine kan hücum etmişti. O zamanlar zaten rahatça Formula 1 dünya şampiyonu olan Lauda, geçirdiği kazadan sonra 1977 ve 1984'te iki kez daha dünya şampiyonluğu unvanını kazandı.

Lauda her şeye ve herkese karşı savaştı. Sanayici bir ailede büyüyen Lauda, güçlü ve baskın dedesi Hans Lauda'ya isyan etti. Dedesi, uzun yıllar Veitscher Magnesitwerke için çalışmıştı ve Avusturya Sanayicileri Derneği'nin (şimdi Avusturya Sanayicileri Federasyonu, IV) kurucu ortağıydı. Babası Ernst-Peter ise, büyükbabasının ayak izlerini takip ederek Lauda'nın annesi Elisabeth'e miras kalan kâğıt fabrikalarını yönetme yolunu seçmişti. Niki Lauda ise sefil bir öğrenciydi ve bir yarış sürücüsü olmak için okulu bıraktı. Kariyer seçimi özellikle büyükbabası tarafından iyi karşılanmadı, ancak Lauda planını kendi başına uyguladı ve hayalinin peşinden gitmek için ailesinden ayrıldı.

Lauda'yı tam olarak neyin harekete geçirdiğini söylemek zor. Yarış günlerinde rotaları en küçük ayrıntısına kadar ezberleyen bir mükemmeliyetçi olarak biliniyordu. Briton James Hunt ile olan rekabetinin anlatıldığı "Rush" filmi Lauda'yı "yarışta hız keyfinden çok, teknik mükemmellik ile ilgilenen biri" olarak tasvir ediyordu. İş hayatında da Lauda'nın nihai hedefini anlayabilmek kolay değil. Ancak; artık 69 yaşındaki Lauda'nın, eski zamanlardaki gibi bir iş yoğunluğu altında yaşaması gerekmiyor. Mercedes Formula 1 takımının denetim kurulu başkanı olarak, Avusturyalı Toto Wolff ile birlikte arka arkaya altı dünya şampiyonluğu kazandı (2019 dahil).

Mercedes, 2017 yılı dışında, dünya şampiyonasında ek olarak ikinciliği de elinde bulunduruyordu. Ancak Lauda'da doyumluk hissinden bahsetmek mümkün mü? Hayır.

İş hayatında da her zaman aktifti: Lauda Air'i 1979 gibi erken bir tarihte kurdu ve 1990 yılında uçuşlara başladı. 1991'de teknolojinin, mükemmeliyetçi Lauda'nın planlarını engellediği dramatik bir olay yaşandı: Tayland'da bir Lauda Air uçağı düştü, 223 kişi hayatını kaybetti. Bugün bildiğimiz üzere, kazanın nedeni Boeing 767 tipi uçaktaki teknik bir arızaydı. 1997'den itibaren Lauda Air parça parça AUA'ya satıldı ve 2003'te Avusturya Hava Yolları Grubu'na devredildi. Sırada, Air Berlin'e satılan Flyniki ve daha sonra Ryanair'e giden Laudamotion vardı.

Lauda'nın kendini adamışlığının arkasındaki itici güçlerden biri, bir tekelin geliştiği yönündeki algısıydı: "O zamanki durumun neden olduğu rekabetteki bozulma (Lufthansa'nın Air Berlin'i bir tekel olma amacıyla devralması) beni başından beri rahatsız etti" diyor. Lauda, Mercedes Formula 1 takımındaki rolünün getirdiği çifte yük göz önüne alındığında, Laudamotion CEO'su olmanın kendisi için çok fazla olduğunu düşünmüyor. Formula 1 öncelikle hafta sonları yapılacaktı, geri kalan zamanda Lauda, Genel Müdür Andreas Gruber ile Laudamotion'ın işleriyle ilgileniyordu. "Benim görevim günlük işleyişi gözlemlemek. Örneğin, perşembe akşamı yarış için Şanghay'a uçacağım ve pazar akşamı geri döneceğim, bu beni etkilemez. Bana engel olmuyor."

“Hayatımdaki en önemli şeyin rekabet olduğunu her zaman söylemişimdir.”

Niki Lauda

Ama önce Lauda'nın pek de sevmediği bir şey yapması gerekiyor: beklemek. Çünkü, Niki bir Alman şirketinin %100 ortağı olduğu için iflas davası Almanya'da görülecekti. Lauda, sürecin sonunda Avusturya'ya taşınmasını şöyle yorumluyor: "Bu karar benim için çok net, Niki zaten her zaman bir Avusturya şirketi idi." Süreç işlerken, Lauda oradaydı ve eski hattını güvence altına aldı. Şirketin ismi Laudamotion olarak değişti ve küçük bir hat olarak Viyana'dan uçuşa hazırlıklarına başladı.

Ya da tam olarak böyle değil mi? Bir sonraki büyük darbe yaklaşırken, Lauda'nın baştan beri tamamen farklı bir kombinasyon planlamamış olup olmadığı sorusu geliyor akla. Ocak 2018'de Lauda, iflas eden Niki'nin alacaklılar komitesi ile sözleşme imzaladı ve Mart 2018'de İrlanda hava yolu Ryanair (2017'de 129 milyon yolcu ile

yada ve kamuoyunda bu durum, hava yolunu İrlanda'ya "satacak" şeklinde yorumlandı. Eski yarış pilotuna, bu iddialarla ilgili fikri sorulduğunda, her zamanki gibi kırmızı şapkasını taktığı başını yorgunca sallıyor: "Laudamotion bir Avusturya şirketi olmaya devam ediyor, Ryanair sadece buna katılıyor. Hiçbir zaman tamamen Avusturyalı bir şirkete sahip olmak istemedim. Çünkü öyle bir şirketle nereye ulaşabilirim? Innsbruck'tan Linz'e mi?"

Niki Lauda ile buluştuğumuzda Viyana'da Café Imperial'in sakin bir köşesinde oturuyordu. Garsonların Lauda ile etkileşim şekli, bunun Lauda'nın ilk ziyareti olmayabileceğini gösteriyordu. Soruları doğrudan ve açık bir şekilde yanıtladı; başkalarının görüşleriyle özellikle ilgilenmiyor gibi görünüyordu. Konuşma sırasında birkaç kez, saygın gazetelerin bile ha-

Niki Lauda, 1949'da Viyana'da doğdu ve bir yarış sürücüsü olmak için okulu bıraktı (diplomasını daha sonra aldı). Üç kez Formula 1 Dünya Şampiyonası'nı kazandı (iki kez Ferrari ile, bir kez Mercedes ile) ve 2012'den itibaren Mercedes ekibinin Denetim Kurulu Başkanı olarak görev yaptı. Ayrıca Lauda Air, Niki ve Laudamotion hava yollarını kurdu (ve sattı).

NIKI LAUDA

FORBES.AT

FORSTINGER'DE ÜSTÜN HİZMET

Burada profesyoneller iş başında: Klosterneuburg şube müdürü Ergün Okay ve Viyana Sonnleithnergasse atölye yöneticisi Murat Mert, 10 yılı aşkın bir süredir Forstinger'de birlikte çalışıyorlar ve müşterileri için her şeyin yolunda gitmesini sağlıyorlar.

“Müşterilerimizin memnuniyeti benim için özellikle önemli. Müşterilerimiz de, Forstinger'daki bireysel müşteri hizmetlerini ve yüksek fiyat/performans oranını takdir ediyor.”

**Ergün Okay,
Klosterneuburg Şube Müdürü**



Lastik servisi, fren servisi, cam onarımı, Pickerl \$57a muayenesi ve çok daha fazlası. Bunların hepsi Fortstinger'de bulunuyor. Burada araçları, yalnızca deneyimli ve yüksek eğitimli araba teknisyenleri muayene ediyor.

Murat Mert, 13 yıl önce Forstinger'da çırak olarak başladı ve bugün Viyana Sonnleithnergasse Forstinger atölyesinin başında. Zorluklarla yüzleşmeyi sevdiği ve her zaman müşterilerini memnun etmek istediği için bu iş onun için ideal. Özellikle keyifli çalışma ortamını, tamirhaneyi yönetme sorumluluğunu ve çeşitli etkinlikleri oldukça önemli görüyor. Forstinger uzman atölyesi, marka veya üreticiden bağımsız olarak otomobiller, motorlar, motosikletler, bisikletler ve e-bisikletlerle ilgili tüm hizmetleri sunuyor. Murat Mert şunları söylüyor: “Müşterilerimiz, Avusturya'daki 150 nitelikli otomotiv teknisyenimizin doğru yedek parçaları en kaliteli şekilde monte ettiğine ve Shell gibi sadece birinci sınıf kalite ürünleri kullandığına güvenebilirler.”

Marka kalitesi, mesela yedek parçalar ve aşınma parçaları için çok önemli. Forstinger'de yalnızca BOSCH, NGK, ZF veya BREMBO gibi üreticilerin sertifikalı orijinal yedek parçaları kullanılıyor. Tabii ki araç üzerinde yapılan tüm çalışmalar araç üreticisinin taleplerine göre yapılıyor. Ayrıca bilgi sistemlerine; ilgili km statüsünde hangi kontrollerin, işlerin ve değişim hizmetlerinin yapılması gerektiğine dair tüm detayları da buradaki uzmanlardan öğrenebilirsiniz. Araç için hala bir üretici garantisi varsa bu elbette bozulmuyor. Yapılan tüm çalışmalar aynı zamanda araç üreticisinin dijital servis kitapçığına not ediliyor. “Büyük markaların kalitesine güveniyoruz. Araç üreticileri serisine teslimat yapıyorlar ve bize bağımsız yedek parça pazarında te-

darik sağlıyorlar.” diyor Forstinger Klosterneuburg şube müdürü Ergün Okay.

Şube müdürü Ergün Okay'ın Forstinger'deki kariyeri yıllar önce başladı, 17 yıldır şirkette çalışıyor. Avusturyalı holdingin sağladığı güvenli ortam, eğitim, yükselme fırsatları ve çeşitli çalışma alanları Forstinger'i onun için en iyi işveren haline getirmiş. “Forstinger şirket geleneği olan bir işletme ama yine de zamanın nabzını tutmayı başarıyor. Odak noktamız müşterilerimiz. Ürün yelpazemiz ve hizmetlerimiz müşteri ihtiyaçlarına yönelik.” Forstinger kısa süre önce araçlar için satın alma testleri sunmaya da başladı.

Üreticiye göre şu anda özellikle klima servisi ve tatil kontrolleri tavsiye ediliyor.

Araça ile daha uzun bir yolculuk planlanıyorsa, güvenli bir yolculuğu garanti etmek adına; aracın sıvı, fren, silecek vs. seviyelerini önceden kontrol ettirmeniz öneriliyor. Yüksek ısı da araç için bir problem. Kontroller zamanında yapılır ve uygun tedbirler alınırsa, rahatsız edici arızalar veya gelecekteki onarım gereklilikleri önlenabilir.

Klima sistemi genellikle unutulur, ancak hiçbir şekilde ihmal edilmemesi gereken bir konu. Hala düzenli bir şekilde soğutuyor mu, hava kirleticilerden arındırılmış ve araçta kiler için zararsız mı? İls, toz, polen ve egzoz dumanı başta olmak üzere yollarda pek çok zararlı madde mevcut. Trafik ışıklarında, trafik sıkışıklığında veya dur-kalk sistemiyle kalkış yaparken, klima sistemi bu kirliliği elektrikli süpürge gibi emer. Yüksek kirlilik seviyesi tepki verme ve konsantre olma yeteneğinin azalmasına yol açar ve kaza riskini artırır. Bu nedenle araç girerken hava akışının filtrelenmiş olması önemli. Kabin hava filtresinin değiştirilmesi ve klima dezenfeksiyo-

nu mutlaka yılda bir kez yapılmalıdır. Bu şekilde herkes rahatça nefes alabilir.

Arabanızda yeterli alan yok mu? Forstinger araçta ek depolama alanı açmak için de size yardımcı olabilir. Çatı kutuları, bisiklet taşıyıcıları veya römorklar başta olmak üzere, Forstinger ihtiyacınız olan her şey için doğru çözüme sahiptir. Aracın henüz bir römork bağlantısı olmasa bile, hızlı ve kolay bir şekilde uyarlanabilir ve bu şekilde de tatilde rahat bir yolculuğun önünde hiçbir engel kalmaz.

Tatile çıkmadan önce Murat Mert'ten bir tavsiye daha: “Yurt dışına çıkmadan önce ilgili ülkede nelerin zorunlu olduğunu kontrol etmek önemlidir. Arıza üçgenine ve ilk yardım kutusuna ek olarak; çekme halatları, yedek parça lamba setleri

vs. gerekli olabilir. Seçiminizde size yardımcı olmaktan memnuniyet duyarız.”

Ergün Okay ve Murat Mert, müşterilerini Klosterneuburg ve Viyana Sonnleithnergasse şubelerinde ağırlamayı dört gözle bekliyor.

Avusturya genelinde 88 konumuyla, uzman tamirhane şirketi Fortstinger her zaman yakınınızda. Yaklaşık 700 yetkin çalışan, müşterilerine en uygun uzman tavsiyesini ve en iyi müşteri hizmetini sunmakta.

FORSTINGER
GUTSCHEIN

€10,-
AB EINEM EINKAUF-
WERT VON € 49,-*

*Gültig bis 11.9.2021. auf Ihren nächsten Einkauf ab € 49,- und nur für Neuaufträge. Ausgenommen Gutscheine, Gutscheinkarten, Vignetten, Original-Zukäufe und \$57a Überprüfungen. Nicht kombinierbar mit anderen Aktionen, Produkt- oder Rabattgutscheinen. Einkäufe mit diesem Gutschein sind NICHT jahresbonusfähig. Pro Person nur ein Gutschein einlösbar. Druck- & Satzfehler vorbehalten.

BAŞARI TESADÜF DEĞİLDİR

McKinsey, Boston Consulting Group ve Bain... Danışmanlık sektörüne büyük oyuncular hakim. Ancak bu çok başarılı şirketlere rağmen, niş hizmet sağlayıcıları için de değerlendirilecek fırsatlar var. 2020 yılında kurulan ve ağırlıklı olarak KOBİ'leri başarıya giden yolda destekleyen yönetim danışmanlığı şirketi Ö&K Consulting bu niş hizmet sağlayıcılarından biri. Kurucu Volkan Karabulut, Korona krizinin zorlukları, yarattığı trendler ve yan etkileri üzerine fikirlerini paylaşıyor.

Metin: Naila Baldwin
Fotoğraf: Gianmaria Gava

2020 yılının ortalarında Volkan Karabulut ve Emre Öz; öncelikle KOBİ'lerde (şu anda ağırlıklı olarak demiryolu endüstrisinde) yönetim sistemlerinin uygulanmasına odaklanan Viyana merkezli yönetim danışmanlığı şirketi Ö&K Consulting'i kurdu. Ancak danışmanlık, ikisinin de tek dayanağı değil. Ö&K Trading ile; Türkiye'deki iyi ilişkilerini kullanarak değerli metaller, ara mallar veya koruyucu maskeler gibi ürünlerin ticaretine odaklanıyorlar. Şirket; bugüne kadar kısa vadeli projelerin yanı sıra, başta Türk müşterilerle yapılan sözleşmeler olmak üzere yedi adet uzun vadeli sözleşmeye imza attı. Ancak kurucuların gelecek için daha da büyük planları var, bunların başında TCDD ve Şişecam ile çalışmak geliyor.

Pandemi, danışmanlık sektörünü de krize soktu. Pazar doymuş ve rekabetçi, maliyet baskısı ise yüksek. Bu durumda başarılı olmak için Ö&K Consulting'i piyasada nasıl konumlandırmak istiyorsunuz?

Proje bazlı çalışmayarak kalabalığın arasından sıyrılmak istiyoruz. Proje bazlı çalışıp sonra eve dönmek uzun zamandır alışılmış bir durum, biz bunu değiştirmek istiyoruz. Arzumuz; uygulama öncesinde, sırasında ve sonrasında projelere eşlik etmek. Müşterilerimize her zaman orada olduğumuz garantisini vermek istiyoruz. Gerçek katma değer yaratabilmek için müşterilerle beraber projelere tam olarak dahil olunması gerektiğine inanıyoruz. Bu, müşterinin tekrar harici bir danışmana başvurmak zorunda kalmadan temel faaliyetleri kendi başına gerçekleştirmeyi öğrendiği bir eğitim olarak bile düşünülebilir. İşte bu, piyasadaki büyük şirketlerden farklı olduğumuz nokta. İkinci olarak, KOBİ'lerde iş tecrübesi kazanmış olmamız stratejimizi

deki farklı departmanlar ve insanlar arasındaki hataları önlemeyi ve engelleri kaldırmayı amaçlıyorsunuz. Korona krizinin bu alanda nasıl bir etkisi oldu?

Her zaman söyleriz: Bir organizasyonun başarısı tesadüf değildir. Bir yönetim sistemi, şirketin tüm süreçlerinin haritalanmasına yardımcı olur. Böylece gerçekten en küçük alanlara dahi müdahale edebilirsiniz. Bu; yönetimde kararların bir veri tabanı temelinde alınabilmesini mümkün kılar ve dolayısıyla zamandan ve maliyetten tasarruf sağlar. Ayrıca başarı ve hedefler ölçülebilir hale gelir. Biz odak noktamız olarak KOBİ'leri seçtik. Bu şirketler çoğunlukla, (örneğin uluslararası projeler için) belirli gereksinimleri karşılamaları veya standartları gözetmeleri gereken eşiktedirler. Ancak, bu standart gereksinimleri karşılamak için zaman ayırma kapasitesine her zaman sahip olmuyorlar. İşte biz burada devreye giriyoruz.

Korona krizinden önce danışmanlık sektörü bir patlama yaşadı. Bu büyüme ile ilgili neler söyleyebilirsiniz?

Son yıllardaki patlamanın, çoğunlukla proje desteği veya strateji danışmanlığı ile ilgili olan geleneksel yönetim danışmanlığında yaşanmadığından eminim. Eğilim daha çok kurum kültürünü geliştirmeye yönelik. Bu, insanın ön plana çıktığı anlamına geliyor. İnsanların ihtiyaçlarına odaklanan daha fazla karar uygulamaya koyuluyor. Ne kadar çalışıldığına değil, nasıl çalışıldığına dikkat edilmeye başlandı. Sağlıklı bir şirketin işleyen bir sosyal sisteme ihtiyacı vardır; bu sosyal bileşen ihmal edilmemeli. Bahsettiğim bu gelişmeler, bizim sektörde Korona krizinin olumsuz etkilerinin diğer sektörlerle oranla daha fazla yumuşatılabilmesini sağlıyor.

“Her zaman söyleriz: Bir organizasyonun başarısı tesadüf değildir.”

belirlememizde de rol oynuyor. Bu şirketler genellikle fazla finansal serbestliğe sahip olmuyor, bunu ilk elden biliyoruz. Bazen burada klasik yönetim danışmanının kapsamını aşan bir çaba gerekir. Önümüzde oturan ve bir yönetim sisteminin avantajlarını hemen göremeyen aileler, büyükbabalar, babalar ve oğullar var.

Odak noktalarınızdan biri yönetim sistemleri. Teoride, bir şirket için-



“Geleceğin ne getireceğini henüz bilmiyoruz ama gelişmelere her zaman ayak uydurmak ve uyum sağlamak zorundasınız. Sonuçta, iyi bir yönetim danışmanını ayırt eden beceriler de bunlardır.”

açıkça değerlendirilebilir yöntemlerle desteklenen net veriler var. Bence klasik yönetim danışmanlığı, dijital gelişmelerden olumsuz etkilenmeyecek, çünkü bu işte insan etkisi çok önemli. Yazılımın sunamayacağı belirli kararlar için tipik “içgüdü hissi”ne ihtiyacınız var. Bu nedenle birçok kişi, işin insani boyutunu ihmal etmeden kaynak ve dolayısıyla maliyet tasarrufu sağlayan hibrit çözümler üzerinde çalışıyor. Biz de kendimize 2022 yılına kadar müşterilerimiz için, şirketlerinin tamamen dijital bir temsili sunma hedefini de belirledik. Tüm yönetim sisteminin dijital olarak iletim kurabilmesini mümkün kılmak istiyoruz. Burada büyük veri; Endüstri 4.0 örneğini takiben bireysel bölümler arasındaki iletişimde buluşuyor ve Danışmanlık 4.0'ı ortaya çıkarıyor.

Neden danışmanlık işine ek olarak alüminyum, çelik veya paslanmaz çelik gibi hammaddelerin ticaretine de ilgileniyorsunuz?

Danışmanlık alanında, odak noktamız yönetim sistemleri olmaya devam edecek. Ama ikimiz de Türkiye'den geliyoruz. Ben Avusturya'da ikinci neslim, meslektaşım Emre ise birinci nesil. Dolayısıyla Türkiye pazarında büyük bir potansiyel görüyoruz. Avrupa pazarına Türk ürünlerini yerleştirmek istiyoruz. Türkiye özellikle metal üretimi alanında iyi bir

konumda. Şirketlerin iş ilişkileri kurmalarına ve B2B temas sağlayan bir ağ oluşturmalarına yardımcı olmak istiyoruz. Kısacası; sadece malzeme ticareti yapmak istemiyoruz, aynı zamanda bir ticaret ağı da kurmak istiyoruz. Geleceğin ne getireceğini henüz bilmiyoruz ama gelişmelere her zaman ayak uydurmak ve uyum sağlamak zorundasınız. Sonuçta, iyi bir yönetim danışmanını ayırt eden beceriler de bunlardır.

Emre Öz ve Volkan Karabulut, Viyana Teknik Üniversitesi'nde endüstri mühendisliği ve makine mühendisliği okudular. 2013 yılında, Avusturya'nın önde gelen ray yağlama sistemleri üreticisi için bir kalite yönetim sistemi (ISO 9001'e göre) kurulmasında rol oynadılar. 2020 yılında Ö&K Consulting'i kurana dek, danışmanlık alanı da dahil olmak üzere farklı şirketlerde deneyim kazandılar.

SINIRLARI OLMAYAN EKONOMİ

Hikmet Ersek, on yıldır dünyanın en büyük para transferi şirketi olan Western Union'ı yönetiyor. Avusturyalı-Türk iş adamı, dijital ödemelerde olduğu kadar özel hayatında da sınırları aşmayı biliyor.

Metin: Olivia Chang
Fotoğraflar: Western Union

Aniden bir kutucuk belirerek görüntülü aramamızın zamanının dolmak üzere olduğunu bildiriyor. Ekranın diğer tarafında Hikmet Ersek; Denver, Colorado'daki evinde takım elbiseyle oturuyor. “Röportaj için fiziksel olarak buluşmuş olsaydık, şimdi süremizi aşabilirdik. Ya da ‘Bu kadar yeter, yapacak başka işlerim var’ diyebilirdiniz!” diyor Western Union CEO’su gülerек. Pek çok kişi gibi Ersek de Korona krizi nedeniyle tamamen yeni bir çalışma şekline alışmak zorunda kaldı. Günü şimdi sayısı onu bulabilen görüntülü aramalarla dolu. “Benim için en önemli değişiklik, artık dünyayı dolaşmıyor olmam. 35 yıldır bu işin içindeyim ve o zamandan beri neredeyse her hafta seyahat ediyorum” diyor Ersek. “İnsanları severim ve onlarla vakit geçirmekten zevk alırım.”

Çalışma modelini, müşterilerine fiziksel yakınlık üzerine kurmuş bir şirket için Ersek’in düşüncesi çok mantıklı. Ersek liderliği altında Western Union, toplam 200 ülkede faaliyet göstererek uluslararası para transferi işinde en büyük oyuncularından biri haline geldi. 2018’de Western Union 300 milyar dolar para taşıdı. Bu, saniyede 34 işlem anlamına geliyor. Western Union, banka hesabı olmadan hızlı para transferleri yapmayı mümkün kılıyor. Para gönderenler, bu işlemi bir Western Union fiziksel konumunda (süpermarketler veya postaneler olsun) veya çevrimiçi olarak yapabiliyor. Ancak, akrabaları ve arkadaşları yurtdışında yaşayan birçok kişi için kimin kime yardımcı olduğu da tartışmalı: Eleştirmenler, şirketin akrabalarına para göndermek için Western Union’a güvenen mülteci ve göçmen işçilerden faydalandığını söylüyor.

Dünya Bankası’na göre 200 dolarlık bir transferin ortalama maliyeti %6,8. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri’ne göre göçmenlerin harcanabilir gelirini artırmak için bu değer 2030 yılına kadar %3’ün altına düşmesi gerekiyor. Bankalar %10,9 ücret ile para transferleri için hala en pahalı kanalları olurken, Western Union gibi para transferi sağlayıcıları %5,8 civarında pay alıyor. 60 yaşındaki Ersek, röportajımızın tamamında, on yılı aşkın süredir yönettiği şirket kadar uluslararası olan geçmişine de değinmeyi ihmal etmiyor:

“Emekliliğimde Viyana’ya döneceğim, orası kesin.”

Western Union CEO’su Hikmet Ersek

Ersek’in annesi Avusturyalı ve Katolik, babası Müslüman bir Türk; Ersek’in eşi yarı Hintli, yarı Avusturyalı, yengesi ise bir Şili göçmeni. Arka planında kocaman bir dünya haritası olan Ersek, “Bize ‘ifte aidiyetli’ diyorum: Birkaç yere aitiz ve bu yüzden dünyaya farklı açılardan bakıyoruz” diyor. Ersek’i yönetici olarak tanımlayan, işte bu karışım ve çok

yönlü bakış açısıdır. Kendisini sadece Western Union’daki çalışanlarıyla değil, aynı zamanda kendi geçmişiyle de göçmen nüfusun sözcüsü olarak gören Ersek, “Sorunun göç değil, entegrasyon olduğunu her zaman söylerim” diyor. Avrupa’nın son yıllardaki durumu artan bir endişeyle takip ettiğini de belirtiyor: “Göçmenleri Avusturyalı gibi hissettirmeliyiz ve onları bize karşı çevirmemeliyiz” diyor Ersek. “Ben Avusturyalıyım, bir vatanseverim ama milliyetçi değilim, bu büyük bir fark.”

Bu endişelere (ve 8.000 kilometre uzakta yaşadığı gerçeğine) rağmen, Ersek hala Avusturya’nın başkentini evi olarak görüyor. İstanbul’da doğmuş olmasına rağmen, Türkiye’deki siyasi kargaşanın sona ermesiyle beraber 1980 yılında okumak için Viyana’ya taşındı. Viyana Ekonomi ve İşletme Üniversitesi’nde ekonomi ve işletme yönetimi alanında yüksek lisansını tamamlayan Ersek, hayatını yarı profesyonel basketbolla finanse ediyordu.

Bazen günde altı ila yedi saat antrenman yapıyor, dolayısıyla sabahın erken saatlerinde veya gece geç saatlerde kendini okula sürüklemesi gerekliyordu. Ersek sonunda, finansal hizmetler sektörüne ilk adımını Europay / Mastercard ile atmıştı. O zamanlar ekip hala basit bir soruyu yanıtlamaya çalışıyordu: Mağazalar ve restoranlar kredi kartlarını kabul edecek mi? On yıl sonra General Electric Capital’e geçen Ersek, burada Avusturya ve Slovenya’da Ulusal Yönetici pozisyonuna kadar yükseldi.

Ancak bugün, ödeme işlemleri piyasası, Ersek’in mezun olduğu zamandakinden çok farklı görünüyor. Mobil fırsatlar gelişirken Western Union da dijital becerilerini genişletmeye çalışıyor. Bu yönde, Amazon gibi şirketlerle ortaklıklar veya yakın zamanda tamamlanan Suudi Telekom Şirketi’nin bir mobil cüzdan yan kuruluşunun %15’lik hissesinin 200 milyon ABD doları karşılığında devralınması gibi adımlar atılıyor. Bu adımlar aslında, piyasadaki konumun, artan rekabete karşı korunma çabasıdır. Piyasada, Avrupalı fintech start-up’ları Revolut ve Transferwise’in yanı sıra Remitly ve Moneygram gibi ABD’li rakipler de var.

Aynı zamanda Western Union, merkez bankalarından gelen dijital para birimleri ve Facebook’un Libra projesi hakkında artan tartışmalarla da mücadele ediyor. Ersek, “Kripto para birimleri diğer tüm para birimleri gibi denetlenmelidir” diyor. “Kripto para birimleri denetlenmeden şirketler tarafından kullanıldığından dolayı bu para birim-



lerinin hayranı değilim. Bir anda kara para aklamanın ve yasadışı kara paranın bulunduğu bir alan haline gelebilir.”

Buradaki ironi, Western Union’un benzer bir geçmişi olması. 2017 yılında şirket, 586 milyon dolara mal olan bir kara para aklama soruşturmasına karıştı. Şirketin ağı yıllarca sahte satın almalar, hileli çekilişler ve insan tacirlerine yapılan ödemeler yoluyla dolandırıcılar ve suçlular tarafından kötüye kullanıldı. Western Union, kendi çalışanlarının olaya karıştığına dair açık kanıtlar olmasına rağmen bu durumu görmezden gelmekle suçlanıyor. “Ana odak noktam bu şeyleri temizlemek ve uyum programlarımızı geliştirmektir. Bunu başarabilmek için satışlarımızın %5 ila %6’sını bu amaca yatırdık. 2019 yılına kadar geçen beş yılda, iş gücümüzün yaklaşık %25’i uyum departmanında çalışıyordu” dedi.

Ersek, 2020 için “Kesinlikle zorlu bir yıldır” diyor ve ekliyor: “Düzenleyici kurumların Western Union’ı temel bir hizmet olarak tanımasını sağlamak adına müşterilerimiz için çalıştık. İnsanların sevdiklerine para göndermeleri, böylece doktora ya da hastaneye gidebilmeleri ya da ihtiyaçları olan ürünleri alabilmeleri önemli. Şirket; pandemi sürecinde insanların evlerinden çıkmaması ve ev sahibi ülkelerde göçmenlerin iş bulamaması dolayısıyla yaşanan işlem hacmindeki genel düşüşten zarar görmüştü. Western Union, satışların önceki çeyrekteki 1,1 milyar dolardan 1,3 milyar dolara yükseldiği üçüncü çeyrekte toparlanmaya başladı.

Dünya Bankası’nın öngördüğü; zayıf ekonomik büyüme, değer kaybeden para birimleri, göçmenler ve mülteciler için iş olanaklarını sınırlayan vize düzenlemeleri gibi sorunlar, Ersek’in gelecek tasarılarını bulanıklaştırabilir. Tüm bunlar, Dünya Bankası’na göre, havale akışlarında %14’lük bir düşüşle sonuçlanabilir ve en kötü etkilenen bölgelerin Avrupa ve Orta Asya olması muhtemeldir. Ersek ise bu tahmine katılmıyor: “Bence fazla karamsarlar.”

Yine de: pandemi olsun ya da olmasın, insanlar para transfer etmek zorunda. Ersek, “önümüzdeki 100 yıl içinde” emekli olacağını söyleyerek şaka yapıyor. Zamanı henüz belli olmasa da net olan bir şey var: “Viyana’ya döneceğim, orası kesin.”

Hikmet Ersek İstanbul’da doğdu ve Viyana’da okudu. 2010’dan beri ABD ödeme hizmeti sağlayıcısı Western Union’ın CEO’su.

VIYANA KANI

Viyana Borsası'nın bazı hisseleri, yatırımcılar için iyi getiriler sağlamanın yanı sıra Avrupa veya dünya çapındaki gidişatı belirlemekte etkili olmayı da başarıyor.

Metin: Reinhard Krémer
İllüstrasyon: Valentin Berger

DAILY

Viyana herkes için dünyanın merkezi olmasa bile, Viyana şirketleri herkes için önemli bir itici güç olmaya devam ediyor. Bunu, Michael Thonet'in üretimini Almanya'daki Boppard'dan Viyana'ya taşıdığı ve ikonik koltuklarının dünyayı fethettiği zamandan beri yapıyorlar. Bu nedenle; Viyana Borsası'nda, (1771'de Maria Theresa tarafından dünyanın ilk borsalarından biri olarak kuruldu) eski imparatorluğun ikamet ettiği başkentten, dünyanın geri kalanına doğru zafer yürüyüşlerine başlayan şirketler her zaman mevcut.

Bunlardan biri Wienerberger AG. 1819'da Alois Miesbach tarafından kurulan ve daha sonra yeğeni Heinrich von Drasche-Wartinberg tarafından devam ettirilen şirket, Viyana'nın güney ucundaki Wienerberg bölgesindeki zengin killi balçık yataklarını kullanıyor. 19. yüzyılın başlarında yaklaşık 10.000 çalışanı olan şirket, Wilhelmian döneminin büyük inşaat patlamasından yararlanmayı başararak, 1887'de toplam 490.000 gulden (%12'ye tekabül ediyor) kâr payı elde etti.

Bugün, Wienerberger'in 30 ülkede 195 üretim tesisi ve 16.596 çalışanı var. Dünyanın önde gelen yapı malzemeleri tedarikçilerinden biri olan ve art arda akıllı genişleme adımları atan şirketin cirosu yılda yaklaşık 3,12 milyar euro. Akıllı genişleme adımlarının bir örneği olarak; ABD'de 2005 Katrina kasırgasının ardından iyice artan, katı yapı malzemelerinden bina inşa etme eğiliminden yararlanılması gösterilebilir. Wienerberger, ABD'deki yan kuruluşu General Shale Brick'i satın alarak ABD'de bir numara olmayı başardı. Henüz 1986 yılında Erhard Schaschl, Wol-

sabı faizinin suni ölüm zamanlarında temettü verimi %2,27 gibi ciddi bir oranda kalmayı başardı. Yaklaşık %12'lik bir fiyat-kazanç oranı (P/E oranı), Wienerberger hisselerini ilginç kılan başka bir neden. Şirketin stratejileri ise analistlere çekici geliyor. Örneğin, Stifel'deki ABD'li yatırım bankacıları değerlendirmelerini yakın zamanda "Tut"tan "Al"a değiştirdiler ve daha yüksek bir fiyat hedefi belirlediler: 27,5 euro (ondan önce sadece 24,5 euro idi).

Viyana kökenli bir başka şirket ise Erste Group. Kökenleri, 1819'da bir dernek olarak kurulan Ersten österreichischen Spar-Casse'ye dayanan işletme, 1997 yılına kadar bu adı taşıdı. 1993'ten beri bir anonim şirket olarak işletilmesine rağmen, 1997 yılına kadar borsada işlem görmeyen Erste Group, o

Doğu Avrupa'daki genişleme sürecinde ortaya çıkan bir gerekliliğin sonucuydu.

Yeni şirket yapısı aynı zamanda; holding işlevlerini yerine getiren Erste Group Bank AG ile Çek Cumhuriyeti, Slovakya, Romanya, Macaristan, Hırvatistan ve Sırbistan'da 1.600 şubesi bulunan yaklaşık 16 milyon müşteriye hizmet veren holdinge bağlı bankalar arasında net bir görev dağılımı sağladı. Erste Group Korona krizine rağmen bir patlama yaşadı: 2020'nin ilk dokuz ayında, neredeyse %10 artan ve şu anda 272 milyar euro olan bilanço toplamı ile 637,1 milyon euro gibi büyük bir net kâr elde etti. 2021 için Erste Group ekonomide bir toparlanma ve geleceğe yönelik olumlu bir görünüm bekliyor ve bu beklentiler hisse fiyatına da yansıyor: geçen ay Korona şokunun azalmasıyla ve aşılarda ilgili beklentilerin de getirdiği olumlu etkilerle beraber hisse fiyatları %37'den fazla artarak 25 euro ya ulaştı.

2019 için hisse başına 0,75 euro nakit temettü ödenmesi kararlaştırılmış olsa da Euro bölgesindeki tüm finans kurumlarında olduğu gibi, dağıtımın yapılması düzenleyici kurumların onayına bağlı. Temettü moratoryumu, bankacılık sektörünü olası bir iflas dalgasından korumayı amaçlıyor. Dağıtımın, tüm gereksinimlerin 8 Şubat'a kadar karşılanması koşuluyla 15 Şubat 2021'de gerçekleştirilmesi planlanıyor. Şirketin kuru, aynı zamanda yatırım uzmanları

arasında da popüler. Son birkaç aydaki derecelendirmelerin çoğu "Satın Al" yönünde ve bunların hiçbiri Erste Group hisselerini "Sat" olarak derecelendirmiyor. Goldman Sachs'taki analistler, Erste Group hisseleri için fiyat hedefini 27 euro'dan 27,7 euro'ya yükselttiler. Omahan Jernej'in etrafındaki uzmanlar panelinin yatırım oyu ise "Satın Al" olarak kaldı.

Uluslararası odaklı bir diğer Viyanalı oyuncu ise OMV. 1956 yılında Österreichische Mineralölverwaltung Aktiengesellschaft ismiyle kurulan şirket, uzun süredir Aşağı Avusturya'da Marchfeld'de yerli petrol rezervlerinin çıkarılması ve işletilmesi ile meşguldü. 1960 yılında Schwechat'taki rafineri de işletmeye katıldı. Bunu, 1968'de eski SSCB ile ilk doğal gaz tedarik sözleşmesi ve 1987'de Almanya'nın Burghausen kentindeki rafinerisinin satın alınmasıyla devam eden yurtdışı adımları izledi.

OMV bugün, Orta ve Doğu Avrupa'da güçlü bir temele sahip olmasının yanı sıra; Orta Doğu ve Afrika, Kuzey Denizi, Rusya ve Asya-Pasifik gibi ek çekirdek bölgeler ile uluslararası bir portföye sahiptir. OMV, 2019 yılında 23 milyar euro'luk konsolide satışları ve yaklaşık 20.000 kişilik bir işgücü ile Avusturya'nın borsada işlem gören en büyük sanayi şirketlerinden biridir.

OMV hissesi, Korona düşüşünden sonra toparlanmayı mükemmel bir şekilde başardı ve geçen ay %48 değer kazandı. Hisse fiyatı, aralık ayının başında tek bir işlem gününde %5'ten fazla arttı ve en son 32 euro'nun biraz altındaydı. Bu yükselişin arka planında, Swiss Credit Suisse'deki analistlerin OMV hisselerinin derecelerini önemli ölçüde yükseltmiş olmaları yatıyor. Analistler, önceki "Düşük Performanslı" satış tavsiyesi yerine, şimdi "Üst Performanslı" bir satın alma tavsiyesi veriyorlar. Fiyat hedefi ise 33 euro'dan 40 euro'ya yükseltildi. Credit Suisse uzmanları, yatırımlardan daha yüksek temettüler ve daha düşük sermaye harcamaları dahil olmak üzere kimya sektöründe OMV'den daha yüksek kârlar bekliyorlar. Önümüzdeki birkaç yıl içinde yıllık %11'lik temettü artışı potansiyeli görüyorlar.

1771'de ilk borsalardan biri olarak kurulan Viyana Borsası'nda da her zaman dünyanın geri kalanına doğru zafer yürüyüşü yapan şirketler mevcut.

fgang Reithofer ve Paul Tanos önderliğindeki şirket, uluslararası lokasyonlar kurmaya başlamıştı. Kısa süre önce yeni, mimari açıdan ilginç, ödüllü bir merkez binasına taşınan şirket; 2000'li yılların başında tuğla sektöründe hızla dünya pazar lideri ve çatı kiremitleri sektöründe iki numara haline geldi.

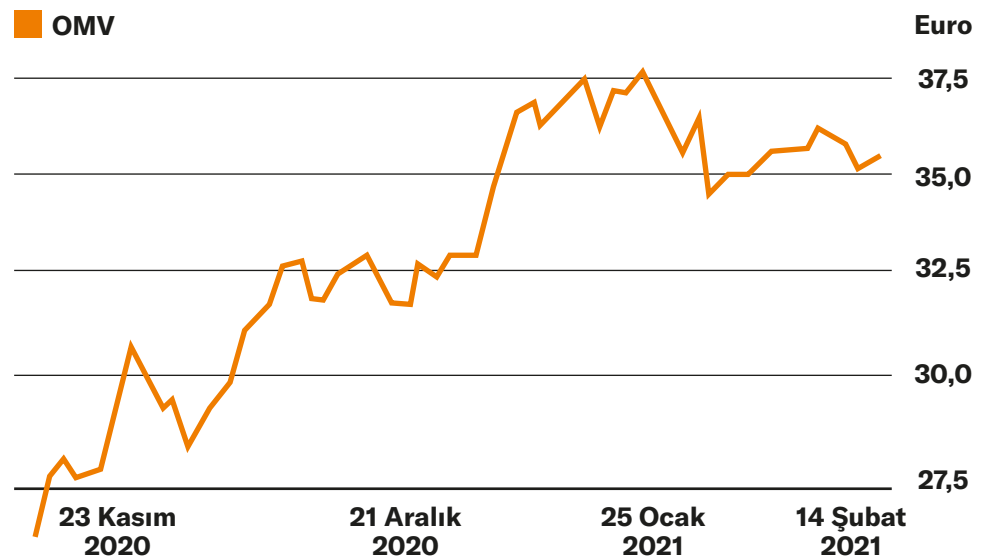
Şu anki CEO Heimo Scheuch, Wienerberger'i zamanla bir inşaat sistemleri tedarikçisi olarak sağlamlaştırmayı planlıyor. Bu çok umut verici görünen bir strateji. Wienerberger, dijitalleşme fırsatlarını kullanarak yeni binalar, tadilatlar ve altyapı için akıllı uygulamalar geliştirmeye devam ediyor.

Wienerberger hisseleri artık inşaat sektörüne odaklanan bir portföydeki standart yatırımlardan biri. Hisse senedi, son beş yılda yaklaşık %45 oranında değerlendirildi ve en son fiyatı 25 euro civarında idi. 2019'da tasarruf he-

zaman 500 milyon euro'ya eşdeğer hacimle Viyana Borsası'ndaki en büyük emisyon idi. Avusturya Sparkassen grubunun merkez kuruluşu olan Erste Bank, Sparkasse ile Avusturya'nın en büyük bankacılık gruplarından biridir. Yaklaşık 180'den fazla merkezde, 1.000 şube ve 15.000'den fazla çalışan ile 3,8 milyondan fazla müşteriye hizmet vermektedir.

Erste Group; Andreas Treichl'in önderliğinde, Erste Bank bünyesi içerisinden çıktı ve 1990'ların başında Doğu Avrupa'nın açılmasının sunduğu fırsatlardan başarıyla yararlandı. Yurt içinde ve yurt dışında çeşitli satın almaların ardından, Avusturya'daki "Erste Bank der oesterreichische Sparkassen AG" işletmesi, yeni kurulan holding "Erste Group Bank AG"den ayrıldı. Yeni şirket yapısı, bugün en büyük finansal hizmet sağlayıcılarından biri olduğu Orta ve

OMV



OMV hissesinin fiyatı Korona düşüşünden sonra önemli ölçüde yükseldi.

HOW TO PLAY IT

FORBES.AT

KURZFRISTIGER ENGPASS?

Mit DOROTHEUM Pfand erhalten Sie rasch, einfach und risikolos ein Darlehen auf Ihre Wertgegenstände.



Seit über 300 Jahren ist das Dorotheum Marktführer im Pfand-Bereich. Unsere ausgewiesenen ExpertInnen schätzen kompetent Ihre Wertgegenstände und helfen Ihnen dabei, kurzfristige

finanzielle Engpässe zu überbrücken. Aktuell ist DOROTHEUM Pfand an 26 Standorten in ganz Österreich sowie online für Sie da, wenn Sie einen unbürokratischen Pfand-Kredit benötigen.

UNSERE BEREICHE



SCHMUCK & GOLD



AUTO & FAHRRAD



TECHNIK
(z. B. Handys, Notebooks & Tablets)



KUNST & ANTIQUES



**SAMMEL-
OBJEKTE**

KOSTENLOSE SERVICES

- Persönliche Beratung
- Filialen in ganz Österreich
- Online Pfand
- Edelmetall-Ankauf
- Juwelenlabor (Gutachten, ...)



» Ich berate Sie gerne persönlich.
Besuchen Sie uns in einer unserer Filialen
oder kontaktieren Sie mich telefonisch.«

NEUES SERVICE:
**EDELMETALL-
ANKAUF**

www.dorotheum-pfand.com
+43 1 51560 276

DOROTHEUM
pfand



DAILY

FOTOĞRAFLARDA VİYANA

FORBES.AT



GENÇ İŞ ADAMI KOZMETİK DÜNYASINDA ÇIĞIR AÇTI...

LaNaturel ilk doğal ve helal, aynı zamanda organik sertifikalı kozmetik markasıdır. Hammaddelerinin birçoğu kendi ekimlerinden, yani Türkiye'nin batısında bulunan ve aile mülkü olan lavanta ve zeytin ağacı tarlalarından sağlanıyor. LaNaturel'in genel müdürü Hasan Hüseyin Aydoğan ürünlerinin imalatında kimyasal hiçbir madde kullanmıyor. Alman iş piyasasında hâlâ çok fazla önyargıya maruz kalan genç tesettürlü bayanlar var. Eşitliğe önem veren Hasan Bey, bu sebepten dolayı 2021 yılında çoğunlukla tesettürlü bayanları iş görüşmesine davet etti.

Fotoğraflar: Carsten Nachlik

Hasan Hüseyin Aydoğan, “Doğal kozmetik trend olmadan çok daha öncesinde başladık” diyor. Esasında bu trend yıllardır geliyor ve pandemi döneminde online satışta yeni boyutlara ulaşıldı.

Ürünlerin vegan oluşu ve test aşamasında hayvansal deneylerin yapılmaması artık organik standartların mührü haline geldi.

LaNaturel ürünlerinin birçok hammaddesi kendi ekiminden elde ediliyor. “Örneğin, Türkiye'nin batısında bulunan Isparta'da lavanta tarlalarımız ve Balıkesir'de de zeytin plantasyonlarımız bulunmakta” diye açıklıyor 35 yaşındaki genç işletmeci. Öncesinde ailesine ait olan tarlalarda, şu an 300'e yakın zeytin ağacı bulunmakta. Ve bu ağaçlardan elde edilen zeytinyağı bütün üretim ihtiyacını karşılıyor. Son iki yılda hızla büyüyen markanın aynı zamanda uluslararası alanlarda da farkındalık düzeyi istikrarlı bir şekilde artmakta.

Her şey yedi yıl önce küçük adımlarla başlamıştı. Aydoğan bir gazete haberi sayesinde deodorantlarda tercih edilen alüminyum hakkında bilgi edinmiş ve tıbbi araştırmalara göre meme kanseri ve Alzheimer gibi ciddi hastalıklara yol açabildiğini öğrenmişti.

O zamanlar, ter kokusuna karşı güvenilir koruma sağlayan ve alüminyum içermeyen alternatifler bulunmadığı için tüketiciler iki seçenekle karşı karşıya kalıyordu: Ya hoş olmayan kokuya razı olunacaktı ya da sağlık açısından tehlikeli maddeler kullanılacaktı.

Hasan Bey ve ortağı tam da bu ikilemi ortadan kaldırmak istiyorlardı. Bunun için yeni bir formül ortaya koyarak çalışmalarına başladılar. Böylece; Aydoğan ve Çelebi Türkiye'de alüminyum içermeyen deodorantların üretimine start vermiş oldu.

Samet Bey Balıkesir yakınlarındaki üretim süreciyle ilgilenirken, Hasan Bey 2014 yılında markayı Avrupa'ya taşıyarak markanın tanınmasını ve büyümesini sağladı.

Gelsenkirchen doğumlu Aydoğan deodorantları ilk etapta online satışa sundu ve siparişleri kendi garajında paketlemeyle başladı. Bugün şirketinde 20'den fazla çalışan istihdam ediyor ve şu anda 1000 metrekarelik bir bina inşa etmekte. Bu binada ofis ve deponun yanı sıra, üretim için de alan bulunuyor. Made in Germany, LaNaturel'in son zamanlarda zorunluluktan da olsa taşımaktan gurur duyduğu bir kalite mührüdür.

2019 yılına kadar sabun ve deodorant gibi ürünler yalnızca Türkiye'de üretiliyordu.

Geçen yılın mart ayındaki ilk sokağa çıkma yasağında satış rakamlarında yükselme gözlemlendi, fakat aynı zamanda uluslararası sınırlar yavaştan kapatılmaya başlatıldığı için, genel müdür bir anda büyük bir sorunla karşı karşıya kaldı. İhracat olmadan, satışlar devam edemezdi.

Ancak bilindiği gibi zor durumlar insanı yaratıcı kılar. LaNaturel'in patronu “Krizlere uyum sağladık ve aynı zamanda büyüdük” diye düşünerek o günleri hatırlıyor. Büyümeyle birlikte işçilere olan ihtiyaç da arttı. Türk göçmenlerin bir çocuğu olarak birçok gönüüllü iş yapan Aydoğan her şeyden önce fırsat eşitliğine önem veriyor.

Girişimci, “Başörtülü genç kadınlar için profesyonel iş hayatına girmek, diğer mezunlara nazaran çok daha büyük bir zorluk teşkil ediyor” diye açıklıyor. Üzücü ama gerçek: Ancak başörtülü kadınlara Alman iş piyasasında hala dezavantajlı bir şekilde davranılıyor. Bonn Çalışma Geleceği üzerine araştırma Enstitüsü'nün (IZA) yaptığı bir araştırmaya göre, başörtülü kadınlar aynı niteliklere sahip diğer başvuru sahiplerine göre 7 kata kadar daha fazla başvuru yapmak zorunda.

Hasan Bey bu ayrımcılığa karşı koymak istiyor, “Başörtüsü veya dini tutum, bir çalışanın yetkinliklerini belirlemez. Aksine kültürel çeşitlilik bizi çok daha ileriye götürüyor.” diye sözlerine devam ediyor. Kuzey Ren-Vestfalya'da 1 Ağustos'ta başlayacak olan yeni eğitim yılı için Aydoğan, ikisi tesettürlü olmak üzere üç yeni meslek öğrencisi işe aldı. LaNaturel, farklı göçmen geçmişlerine ve dinlere sahip çalışanları istihdam ederek çok kültürlü bir şirket olduğunu gösteriyor.

Kuzey Ren-Vestfalya Gençlik Bakanlığı ile iş birliği içinde olan Hasan Bey “Düşük gelirli göçmen ailelere yardımcı olacak başka bir proje şu anda başlangıç aşamasındadır. Bu ailelerin çocukları okulda desteklenmeli.” düşüncesinde. Başarılı iş adamı son olarak şirket politikasını şu sözlerle özetliyor: “İnsan başarısını ancak diğer insanlarla paylaşırsa başarılı olmaya devam edebilir. Hz. Peygamber'in dediği gibi: “İnsanların en hayırlısı insanlara faydalı olanıdır.”



“Kültürel çeşitlilik bizi çok daha ileriye götürüyor.”

**Hasan Aydoğan,
LaNaturel'in CEO'su**



Yeni eğitim yılı için Aydoğan, Alman iş piyasasında maalesef daha az fırsatları olduğu için pek çok tesettürlü çalışan işe aldı.

SIRADAKİ DURAK: 2051

DAILY



Metin: Niklas Hintermayer, Chloé Lau
İllüstrasyon: Valentin Berger

2051 YILINDA VIYANA

Kalkıp takvime bakıyorum: 3 Temmuz Pazartesi. Bir kat yukarıda, komşular çatı bahçesinde yeni sebzeler ekiliyorlar. Sokaklar hareketlilik içinde ama hiçbir şey duyulmuyor çünkü kalabalık sokakların büyük gürültü çıkardığı zamanlar geride kaldı. Bugün çevredeki evlerin duvarları şehrin arka plan gürültüsünü yutuyor. 7,5 milyar insan artık şehirlerde yaşıyor; bu rakam, son 30 yılda 7 milyardan yaklaşık 10 milyara yükselen dünya nüfusunun %75'i. Bu büyüme, 30 yıl önce insanların yalnızca üçte ikisinin şehirlerde yaşayacağını tahmin eden uzmanları bile şaşırttı. Bu da doğal olarak kentsel alanlar üzerindeki baskıyı artırıyor. Bu derece yoğun insan akını göz önüne alındığında; verimlilik, temizlik ve uygun fiyatlı yaşam alanı sağlamak elbette ki zor.

Viyana'da da değişiklikleri görebiliyorum: Eskiden tek başına duran binaların, makinelerin ve insanların olduğu yerde, bugün her şey birbirine bağlandı. İletişimin %90'ı dijital; elektrik hatları gibi fiziksel olarak elle tutulur ağlar artık neredeyse hiç yok. Mutfağa giriyorum ve kahvem hazır, kahve keyfimi dün akşam saat 19:00'a akıllı bilekliğim aracılığıyla programladım. Sonra, annemi aradım. O da beş yıl önce çok sevdiği akıllı telefonundan benim kullandığım akıllı bilekliğe geçti ve artık bu sayede iletişim kuruyoruz. Annem, bir teknoloji şüphecisi olarak Avusturya'da yaşadığı için kendini şanslı sayabilir. Başka yerlerde, örneğin Çin'de, beyne bağlanan mikroçiplerin kullanımı uzun zaman önce norm haline geldi (bunu, daha önce yalnızca harici cihazlarla mümkün olan bilişsel bir uzatma kolu gibi düşünebilirsiniz). Bu teknolojinin çalışma sistemi kısaca şöyle: Düşünceler, çipteki bir sabit diskte veri olarak depolanır ve bilgiler zihnin gözünde yeniden üretilir. Bu tecrübeyi bir keresinde ben de denedim, ama bu benim için biraz fazlaydı. Pek çok Avrupalı gibi ben de sık sık tartışılan "siborglaştırma"ya henüz hazır

“Eskiden tek başına duran binaların, makinelerin ve insanların olduğu yerde, bugün her şey birbirine bağlı.”

değilim. Siborglaştırma'yı insanlığın sonunun başlangıcı olarak gören karşı hareketler şimdiden oluşuyor. “Neue Aufklärung” (Yeni Aydınlanma) anlamına gelen “NA”, aralarında en bilineni ve en büyüğü. Ben ise, bu hareketin radikal pozisyonu nedeniyle, konuya kararsız yaklaşıyorum.

Bugün dünya çapında üretilen muazzam miktarda veri dünyamızı değiştiriyor. Büyük veri; yeni ilaçlar geliştirmek, kıtlık yaşanan bölgeleri belirlemek, insanları izlemek ve makineleri daha da akıllı hale getirmek için kullanılıyor. Sabah saat 8:00'de, tüpten aldığım badem ve bal aromalı yulaf lapasını yedikten sonra masama geçerek ve tüm hayatımın içinde kayıtlı olduğu bulut sistemini başlatıyorum. Bir klasterde yeğenimin doğum gününün fotoğrafları, diğerinde Viyana Singularity Üniversitesi'nde aldığım “21. Yüzyılda Şehir” başlıklı tarih dersimin belgeleri var. Bu belgelerden biri, öğrencilerle birlikte bir sonraki ünite için hazırlıklarımda kullandığım, 2020'de basılmış bir dergi. İçerisinde şunlar yazıyor: “Akıllı bir şehir, akıllı sistemler haline gelen teknolojik çözümler bulmak istiyor. Kentsel alanlardaki çeşitli zorluklara yönelik bütünsel çözümler; onları daha modern, daha yaşanabilir, daha çevre dostu ve daha verimli hale getirmeyi amaçlamaktadır. Bu akıllı sistemlerin odak noktası, kentsel nüfus için daha yüksek bir yaşam kalitesi hedefine ulaşmak adına mevcut ve gelecekte oluşabilecek sorunlara çözüm bulmaya çalışmaktır.”

Işık hızında internet, özellikle yıllık vergi beyannameleri gibi can sıkıcı işler söz konusu olduğunda işime ya-

riyor. Bu işlerin bir zamanlar kâğıt ile yapıldığına inanmak zor. Bugün neredeyse tüm vatandaş ve devlet hizmetleri dijital ortama taşındı. Sözleşmeler, yetkililerle ilişkiler vs... Artık bunların hepsini evden yapabiliyoruz. Ancak bu hizmet yeni değil. 20 yıl önce kamu hizmet noktaları kapatıldı ve dijital ortama taşındı. Belediye binasının meydanında büyük bir ekranda şu cümle okunuyor: “E-devletin mümkün kıldığı çalışma süresi tasarrufu, 2030'dan bu yana 3.000 yılı aştı.”

Dairemdeki işletim sistemi “Cono”, güneş panellerimden birinin arızalı olduğunu söylüyor. Uzaktan otomatik onarım işe yaramadı, ancak Cono kapsamlı bir taramadan sonra sorunu çözdü. Paneller güneş enerjisini yakalıyor, gerekirse elektrik enerjisi olarak eve aktarabiliyor ve fazlalıkları bir arada depoda toplayabiliyorlar. Oradan; güneş enerjisi, hangi haneleğin şu anda elektriğe ihtiyacı olduğunu ölçmek için kullanılan dijital araçlar yardımıyla dağıtılmak üzere, büyük bir ortak dijital elektrik şebekesine iletiliyor.

On yıl önce başlayan elektriğin kamulaştırılması gerçek bir devrimdi. Sonuç olarak, örneğin otonom araçlar bile neredeyse tamamen yenilenebilir enerjiyle çalıştırılıyor. Özellikle Orta Avrupa'da sıklıkla eleştirilen kömür elektriğinin (e-arabaları şarj ederken ve pillerin üretimi sırasında) kullanımıyla çevreye zararlı elektrik karışımı, birçok siyasi aksaklıktan sonra nihayet 2034'te durduruldu. Buna göre, Viyana'nın elektrik, ısıtma veya ulaşım gibi tüm alanlarda yenilenebilir enerjiye

%100 güvenme hedefine ulaşip ulaşamayacağını da merak ediyorum. Bu sistem çoğu yerde işe yarıyor, ancak bugün hala geçiş yapmayı zor bulan büyük şirketler var.

Nadiren kendimi hava taksisi kullanarak şımartıyorum. Birkaç yıl önce böyle uçan bir cismi kullanacağım aklıma gelmezdi. Artık, giderek daha fazla insan bir otel veya alışveriş merkezinin pistinde bir drone'a binecek varış noktasına uçmaya alıştı. Hava taksisi ile, on dakika içinde şehrin diğer ucuna varabiliyorum. Ancak bu zevk ucuz değil, dakikası 20 Euro civarında tutuyor, bu yüzden bu seyahat yöntemini sık kullanmıyorum. Ancak denemeye kesinlikle değiyor, çünkü hava taksileri bana, Viyana'nın (dünyadaki diğer birçok şehir gibi) son 30 yılda daha yeşil, daha sürdürülebilir ve daha dijital hale geldiğini bir kez daha gösteriyor. Bu, tüm sorunların çözülmediği anlamına gelmiyor elbette, ancak şehirler yenilik ve refahın kaleleri haline gelmeye devam ediyor. Gelecek ise, buralarda inşa ediliyor.

Bu metin, 2051 yılında şehirlerdeki yaşamın nasıl olabileceğine dair kurgusal bir bakış açısını yansıtır. Tüm varsayımlar, 2021 yılına ait bilimsel çalışmalara ve uzman görüşlerine dayanmaktadır.

FORBES.AT



Yasmin erlebt ein Bad der Gefühle.

Endlich wieder an den Cooling Spots abkühlen!

Yasmin ist in Wien verliebt! Und das, obwohl diese Liebe richtig abkühlt. Denn überall in der Stadt gibt es Nebelduschen, die beliebten „Sommerspritzer“ und Trinkbrunnen. Wer sich an die 3G-Regel hält, kann sich ganz unbeschwert in unsere Sommerangebote verlieben. Alle erfrischenden Angebote findest du in der App „Cooles Wien“.

Corona ist noch nicht vorbei! Teste dich regelmäßig und lass dich impfen.

**Stadt
Wien**

sommer.wien.gv.at

- Aktivasyon ücreti
- Hizmet sabit ücreti
- Sözleşmeyle bağlanma

YOK

eety.at

TELEFONLAŞMA VE INTERNET İÇİN HESAPLI TARİFELER

Örneğin eety TOP tarifiyle:

AB İÇERİSİNDE 10 GB
KULLANABİLİRSİNİZ

9,90 €
AYDA

1.000 DAK.
+ 500 SMS
+ 15 GB

eety

G'SCHEIT WIE NIE

eety'de daha neler var:

Yurtdışı ile dakikası 1 Cent'ten başlayan hesaplı telefonlaşma Avusturya'dan Türkiye'ye 800 dakikaya varan tarifeler (Örn. CONNECT XL). Esnek veri seçenekleri.

Tarife paketi 30 gün geçerlidir. Yeterli bakiye olması halinde otomatik uzatılır. Kullanılmayan birimler tarife paketinin bitiminde yanar. Sözleşme özeti www.eety.at adresinde.

Bu türden ürünler satan Bayilerden, Billa'dan, Libro'dan, büfelerden, benzinliklerden ve eety.at sitesinden alabilirsiniz.