

50 PORTRE

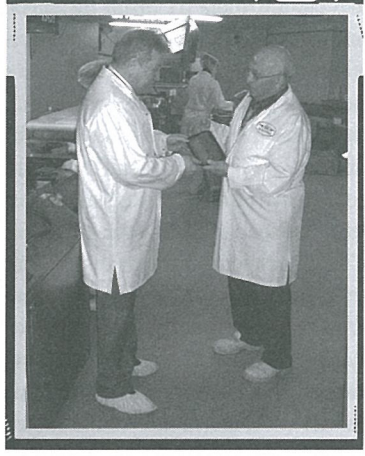
Şirketlerini zirveye taşıyanlar...



HALİT ÇELİKBUDAK

ÖNELVERLAG

Markalařma tüketicide sadakat duygusu yaratır



Avrupa gıda sektörünün duayeni **Hilmi Selçuk**, "Kaliteli mal üreteceksin. Ama buna ilaveten markalaşacaksın. Marka tüketicilerde sadakat duygusu yaratır. Kıyasıya rekabet koşulları içinde marka büyük önem kazanmıştır. Artık "güçlü bir marka" yaratmak firmalar için olmazsa olmaz bir durum halini almıştır" diyor.



WIESBADEN

Bu haftaki yazımın kahramanının hayatı film senaryosu gibi. Kahramanı Hilmi Selçuk. Diğer namıyla 'Hilmi Baba'. Filmi geri sarıyoruz. Yıl 1961. Yer İstanbul Tophane İş ve İşçi Bulma Kurumu'nun önü. Gemi inşa teknikeri Hilmi Selçuk bir tekstil firmasında çalışıyor. Bozulan bir makine için ısmarlanan parçayı almak için Karaköy'e gider. Ancak firma sahibi 'Birkaç saat sonra gel' der. O da vakit geçsin diye etrafı gezerken sıra olmuş kişiler götür. Hilmi Baba çok hoş sohbetlidir. Kalabalığı merak edip gider. Sıradakilerle koyu soh-bete başlar. Almanya'ya gitmek için sıraya girmişler. Vakıt akıp gider. İlerlerken sıranın başına gelir. İçerden yetkili mesleğini, adresini vs herşeyi sorar. O hem sohbetle devam eder hem de yetkiliye bilgileri verir ama olayı unuttur ve ısmarladığı parçayı alıp firmaya döner. Bir hafta sonra eve mektup gelir. Hadi Almanya'ya gidiyorsun derler. Yaş 27. Eşi ve annesine danışır. 'Biraz para kazanıp dönerim' der ve Almanya'nın yolunu tutar.



Hamburg'da tersanede işe başlayan Hilmi Baba, para biriktirip vatana döner ve bir akrabasının tavsiyesiyle karpuz işine girer. Ama iş beklediği gibi olmaz ve 400 dönüm tarlada yetişen karpuzları zor zahmet satıp sermayeyi kurtarır. Bakar olacak gibi değil, yine Almanya'nın yolunu tutar. Girdiği işyerinde kaza geçirir. Ölümünden döner. Hastanede yatarken düşünür taşımır, çıkınca ticarete atılır.



Hilmi Baba'nın yıllar sonra anlatırken gözleri parlıyor. '1968'de Hamburg, Hannover, Duisburg ve Frankfurt hallerinde yeri olan ilk Türk benim.

Türk mallarının satıldığı ilk süpermarketi ben açtım. Otomobilimde seyyar telefonum, firmada sekreterim vardı. 15 kamyonumla mal yetiştiremiyordum. Tüm Almanya'yı dolaşıyordum. Yolda kalanlara yardım ediyordum. Alman Otomobil Kulübü'nün dikkatini çekmiş. Ulaştırma Bakanlığı'ndan imzalı "Yolların Kavalyesi" ünvanı verildi."

Haksız rekabet, işlerin çok fazla büyümesi gibi çeşitli nedenlerle şirketi küçülten Hilmi Baba, nihayet tüm işyerlerini kapatır.



Bu galiba yıl boyunca yaşadığımız krize benziyor. Birçok firma zor durumda. Onlara ne tavsiye edersiniz" diyorum. Hilmi Baba: "Hayat dalgalı deniz gibidir. Sakin günü de vardır. Azgın dalgalı günü de. Sörf yapar gibi bir iner bir çıkarsınız. Moralinizi bozmayacaksınız. Yola devam" diyerek filozofça cevap veriyor.

Market açar, ufak tefek işler yapan Hilmi Baba, bir süre sonra kimsenin yapmadığı bir işe soyunur. Pastırma imalatı. "Ben zor işlerin adamımıyım" diyerek kolları sıvar. Bu işi öğrenmek için 80-100 bin marka malolur. Ama öğrenir. Bugün artık Avrupa'nın dört bir yanındaki marketlerde Öz Kayseri pastırması baş köşeyi alıyor. Ürettiği pastırma Alman Tarım Ürünleri Birliği tarafından defalarca altın madalya ile ödüllendirilir.



Hilmi Baba hep yeni ürünler peşinde. Şimdi hazır işkembe yapıyor. Pastırmalı peynir yapıyor. ABD'li sanatçı Clint Eastwood'un yeni filmi "Gran Torino" da etkileyici bir sahne var. 79 yaşındaki Eastwood, yaşamındaki değişim için "İnsanın ilerleyen yaşı yeni şeyler öğrenmek için hiçbir zaman engel de-

gildir" diyor. Hilmi Baba da ilerleyen yaşına rağmen köşesine çekilmiyor. Hiç durmuyor. Makine gibi çalışırken hep yeni ürün peşinde koşuyor.

"Yıllar sonra geriye dönüp bakınca ne görüyorsunuz" diyorum. Bana "Dur bakalım daha işin başındayız. Avrupa'da 100-150 yıllık firmalar var. Benim firmam da böyle olmalı" diyor.

"Almanya'daki Türk işadamlarına ne tavsiye ediyorsunuz?" diyorum. Onlara kızıyor ve ekliyor. "Hep yapılanın taklit edip çok çabuk para kazanmak istiyorlar. Böyle işadamlığı olmaz. Yenilik yapacaksınız. Yeni ürünler peşinde koşacaksınız. Yılmadan usanmadan çalışacaksınız"



Gıda sektörünün duayeni Hilmi Baba"ya gıda sektörünü soruyorum. "Gıda sektörü krizde hafif sallanır ama ölmez. Yeterki malın iyi olsun. Kaliteli mal üreteceksin. Ama kaliteye ilaveten markalaşacaksın. Marka tüketicilerde sadakat duygusu yaratır. Kıyasıya rekabet koşulları bu duyguyu yaratmak zordur. Böylece markanın bu görevi büyük önem kazanmıştır. Artık "güçlü bir marka" yaratmak firmalar için olmazsa olmaz bir durum haline almıştır. Bunu yapabilmenin şartı da marka adına eklenecek farklılaştırıcı değerlerdir. Ama her türlü ürünün üzerine ismini yazarak değil. Devir artık kaliteli üretim ve marka devri. Ama bizim marka ürünlerimiz çok az. Bu yönde yatırım yapılmalı. Örneğin İtalyanların peynirleri, Parma salamları, Hollanda, Fransız peynirleri... Türk ürünü olan pastırma belki de dünyada eşi benzeri olmayan bir şey ama maalesef bugüne kadar markalaşmadığı için hak ettiği yeri alamıyor" diyerek Türk işadamlarına mesaj veriyor.



50 PORTRE

Konfüçyüs derki “Çok uzun bir yol, küçük bir adımla başlar.”

Avrupa'daki binlerce Türk göçmen girişimci de uzun bir yola çoğu zaman küçük bir adımla başladı. Yola çıkarken de çoğu zaman yalnızdı. Çoğu şirketini zirveye taşıdı. Her insan bir öyküdür derler ya. Bu Türk girişimcilerin de her biri başlı başına bir öyküdür. Bu kitapta da öykü anlatmak yerine çeşitli sektörlerden 50 Türk girişimcinin portresi çiziliyor.

Portreleri okuduğunuzda, daha önce pek çok kez yapılmış politik değerlendirmelerden, ekonomik yorumlardan farklı olarak daha değişik bir açıyla, içtenlikle anlatılmış bir girişimcilik panoramasını göreceksiniz. Bu panorama bir ülkedeki farklı kültürler arasındaki bütünleşmenin, girişimcilerin olduğu kadar o ülkenin de ne kadar yararına olduğunu gözler önüne sermektedir.



Şirketlerini zirveye
taşıyanlar...

HALİT
ÇELİKBUDAK



978-3-939372-76-9