



YESİLİŞ

Platformu

Mart 2026 Fiyat 450 TL

www.yesilisplatformu.com

MART AYININ
TEMASI:
ULUSLARARASI
SIFIR ATIK AYI

s » 84

KADINLAR GÜNÜ
ÖZEL ÇALIŞMASI:
İLETİŞİMDE
KADIN LİDERLER

s » 50

Erkam Kocakerim

ETKİMİZİ ÖLÇÜYOR KÜRESEL REFERANSI BİZ TANIMLIYORUZ s » 12



Prof. Dr. Güray Çelik s » 24

**ÇEVRE VE EKONOMİ
DENGEDE OLAMAZ**

Çevreyle ekonominin dengede olamayacağını, olmasının da gerekmeyeceğini daha yüksek sesle söylememiz gerekiyor.



Beyza Sivrikaya s » 26

**SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ NET
SINIRLARLA TANIMLIYORUZ**

Sigortacılığı, bireylerin ve toplumun daha dayanıklı bir geleceğe güvenle ilerlemesini sağlayan bir ekosistem olarak görüyoruz.



40 YILI AŞKIN TECRÜBEMİZLE İŞİMİZ GÜCÜMÜZ ENERJİ

1980 yılında çıktığımız bu yolda ezberleri yıkan yaklaşımımızla elektrik üretimi, dağıtımı ve perakende alanlarında ilkleri hayata geçirdik.

Bugün yine aynı istek ve bitmek bilmeyen enerjimizle, ülkemize değer katmaya devam ediyoruz.





İÇİNDEKİLER

MART 2026



» s.18

6 BORSADA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK

Sürdürülebilirlik performansı güçlü şirketler, yatırımcılar nazarında daha güvenilir görülür. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi, şirketlerin sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmasını destekliyor. Şubat ayında öne çıkan hisseler...

18 MEHMET TUNCAY YILDIRIM

Yeşil dönüşüm, Gaziantep Ticaret Odası'nın stratejik önceliklerinden... Bu bağlamda; yeşil dönüşüm sürecini çok boyutlu bir destek yaklaşımıyla ele alıyoruz.

34 MAHMUT ÖZGENER

İzmir Ticaret Odası olarak 2024'te Kurumsal Karbon Ayak İzini hesaplamaya başladık. Bunu yapan ilk Ticaret Odası olduk. Üyelerimize öncülük etmek için çalışıyoruz. Başarının tek seferlik değil "sürdürülebilir" olmasının önemini vurgulamak istiyorum.

38 DR. KUBİLAY KAVAK

COP31'de, biyoçeşitlilikten iklim değişikliğine, uyum faaliyetlerinden döngüsel ekonomiye kadar hangi konunun öne çıkacağı müzakerelerde belirginleşecektir. Doğru/uygun temaların öne çıkarılması istişare mekanizmalarıyla mümkün...



» s.34



» s.38

40 ERGENE HAVZASI'NDA DÖNÜŞÜM

Ayyıldız Dokuma, dijital tekstil baskısına geçiş yaptı ve Epson Monna Lisa 64000 teknolojisini üretim hattına entegre eden ilk fabrika oldu.

42 IŞILAY REİS YORGUN

2015 yılında aldığımız Yeşil Ekonomi Ödülü, Reis Gıda için önemli bir gelişme oldu. Sürdürülebilirlik yaklaşımımız iş yapış biçimimizin doğal bir parçasıydı. Bu ödül, ekibimizi daha da motive etti ve sorumluluk bilincimizi güçlendirdi.



» s.42



**SÜRDÜRÜLEBİLİR
YAYIN GRUBU**

MART 2026

GENEL YAYIN YÖNETMENİ

EFE GÖKÇE

efe@yesilisplatformu.com

YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ

EDA ÜNSÜN

eda@yesilisplatformu.com

DİJİTAL HABER MÜDÜRÜ

DİLHAN HIZ

dilhan@yesilisplatformu.com

EDİTÖR

NÜSHET ÇAMUŞOĞLU

nushet@yesilisplatformu.com

SAHAT YÖNETMENİ

ŞAHİN BİNGÖL

grafik@yesilisplatformu.com

REKLAM SATIŞ DİREKTÖRÜ

HÜSEYİN BİÇER

huseyin@yesilisplatformu.com

YAYIN KURULU

PROF. DR. GÜRAY ÇELİK

PROF. DR. RANA ATABAY KUŞÇU

PROF. DR. VOLKAN Ş. EDİGER

DR. KUBILAY KAVAK

FAKİR HÜSEYİN ERDOĞAN (ELDER)

ÖMER KARADENİZ (PLASFED)

ARDA ÖZTAŞKIN (YAPIKREDİ)

PROF. DR. NAZMIYE ERDOĞAN

ANKARA SORUMLUSU

YASEMİN MISTIKOĞLU

ankara@yesilisplatformu.com

YÖNETİM MERKEZİ ADRESİ

Archerson Köşkü Şefikbey Sok. No:3

Kadıköy / İSTANBUL

Tel: 0216 336 14 00

Abonelik: bilgi@yesilisplatformu.com

BASKI

Vizyon Basımevi

Beylikdüzü O.S.B. Mah. Orkide Cad. No:1/Z

Beylikdüzü – İSTANBUL

0212 671 61 51

DAĞITIM

Etkin Dağıtım

İstanbul-Ankara-İzmir illerinde

Remzi Kitabevi mağazalarında,

online olarak Hepsiburada

mağazasında satılmaktadır.

www.yesilisplatformu.com



Dijital platformlar; Türk Telekom E-Dergi ile
Magzter platformlarından okuyabilirsiniz.



İŞ BİRLİĞİ



Yeşil İş Platformu Dergisi'nin bütün yayın hakları
"Sürdürülebilir Yayın Grubu Medya
Basın İletişim Org. Ltd. Şirketi'ne aittir.
Yayınlanan ilanların ve köşe yazılarının sorumluluğu
ilan sahipleri ve yazarlara aittir.
Dergimizde yayınlanan yazı ve makaleler kaynak
gösterilerek yayınlanabilir.
Yeşil İş Platformu Dergisi basın yayın ilkelerine
uymayı taahhüt eder.

78 ÖMER GÜLSOY

Kayseri Ticaret Odası olarak, karbon ayak izimini azaltmak için hizmet binamızın çatısına güneş enerjisi sistemi projemizi hayata geçirdik.

82 İSRAFIN DÜŞMANI: DİJİTALLEŞME

Track Kurucusu Tolga Demirci, IFS Cloud çözümlerini yerel sektör dinamikleriyle buluşturarak şirketlerin dijital omurgasını inşa etmeyi hedeflediklerini açıkladı.



» s.78

90 B. ILGIN SÖZEN

ÇEKÜL Vakfı, 35 yılı aşkın süredir doğa, kültür ve insanı tek bir bütün olarak ele alan bir anlayışla çalışıyor. "Doğa ve kültürle varız" ilkesi ÇEKÜL'ün tüm çalışmalarının ortak paydasını oluşturuyor.



» s.90

94 PROF. DR. RANA ATABAY KUŞÇU

Rekabet gücü, değerlerin korunma kapasitesiyle ölçülüyor. Döngüsel ekonomi, Türkiye için doğrudan sanayi güvenliği ve rekabet kapasitesiyle ilişkili bir başlık olarak ele alınmalı.



» s.94

98 DİLHAN HIZ

Sürdürülebilirlik aslında dünyanın en büyük "ev işi" olabilir mi? Dağınıklığı topla, kaynakları verimli kullan, kimsenin aç kalmadığından emin ol ve bir sonraki güne hazırlık yap...

100 ŞİRKET HABERLERİ

Tüketiciler çok daha bilinçli ve çevreye daha duyarlı. Çevreci şirketler daha çok tercih ediliyor. Pek çok şirket de sürdürülebilir şirket statüsüne yükselmek için çalışıyor.



Toprağı dönüştüren kökler...

Vakti zamanında bir toprak parçası varmış. Aynı yağmuru alır, aynı güneşi görür ama bazı yerlerinde hayat daha gür, daha dirençli filizlenirmiş. Bunun nedenini kimse anlayamazken, bir gün yaşlı bir bahçıvan toprağı işaret etmiş ve şöyle demiş: “Orada kökler birbirine değişiyor. Yalnız değiller...”

Doğada en güçlü dönüşümler, çoğu zaman sessiz gerçekleşir. Kökler görünmezdir; ne alkış beklerler ne de fark edilmek isterler. Ama toprağı tutan, besleyen ve dönüştüren onlardır.

Sürdürülebilirlik; tek başına kaynakları korumak değil, emeği görünür kılmak, eşitliği büyütme ve geleceğı adil temeller üzerine inşa etmektir. İçinde bulunduğumuz Mart ayında kutladığımız 8 Mart Dünya Kadınlar Günü de bize bu dönüşümün en güçlü oyuncularını hatırlatır: Görünmeyeni taşıyan, sürekliliğı sağlayan ve hayatı ayakta tutan kadınları! Çoğu zaman görünmezler ama yoklukları her şeyi değiştirir. Zira hayatı sürdürülebilen cinstir kadın, bir damla sıvıdan 9 ayda yeni bir hayat yaratır.

Yeşil İş Platformu Dergisi olarak bu sayımızda; özellikle medya alanında sürdürülebilirliğe yön veren liderleri, dönüştüren hikâyeleri ve başarılı çalışmaları görünür kılmayı önemsedik ve ilham veren kadınları sayfalarımıza taşıdık. Her birine ayrı ayrı teşekkür ederim.

Bizlere bu platformda çiçek açma imkânı tanıyan Genel Yayın Yönetmenimiz Efe Gökçe'ye teşekkür ediyorum. Dijital Haber Müdürümüz Dilhan Hız ve çok kıymetli Editörümüz Nüşet Çamuşoğlu'nun da 8 Mart Dünya Kadınlar Günü'nü kutluyorum. Çünkü biliyorum ki; kökler güçlendikçe filizler daha cesur, çiçekler daha kalıcı olur.

Keyifli okumalar dilerim.



Fatih Keresteci
Ekonomist, Stratejist

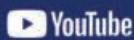


Her bölüm farklı konuklar, tek ses:

Fon Konuşuyoruz



Ekonomiği Konuşalım



Yatırım Dünyam



YapıKredi
Portföy Yönetimi

Borsa Sürdürülebilirlik Endeksi'nde öne çıkan hisseler

Borsa İstanbul şirketler arasında sürdürülebilirliğe yönelik farkındalık, bilgi birikimi ve uygulamaların gelişmesini amaçlıyor.

BIST Sürdürülebilirlik Endeksi, Borsa İstanbul'da işlem gören ve kurumsal sürdürülebilirlik performansı yüksek şirketleri bir araya getirerek, Türkiye'de ve özellikle Borsa İstanbul şirketleri arasında sürdürülebilirliğe yönelik farkındalık, bilgi birikimi ve uygulamaların gelişmesini amaçlıyor. Sürdürülebilirlik performansı güçlü olan şirketler, yatırımcılar nazarında daha güvenilir görülür. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde ilk 10 bileşeni oluşturan ve 20 Şubat tarihli veriler doğrultusunda öne çıkan hisseler aşağıda yer alıyor.

ASELSAN

Çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) kriterlerinde elde ettiği yüksek performansla Borsa İstanbul tarafından oluşturulan BIST Sürdürülebilirlik 25 Endeksi'ne ilk sıradan giriş yaptı. Şirket tüm faaliyetlerinde sürdürülebilirliği öncelikli değer olarak görüyor, iş yapış biçiminin odak noktasına alıyor.

BİM

Türkiye'de büyük zincir market işletmelerinden biridir ve aynı zamanda BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde işlem görüyor. Kuruluşundan bu yana toplumsal sorumluluklarını en üst düzeyde tutan BİM, değer ve sonuç odaklı sürdürülebilirlik anlayışını savunur ve sürdürülebilirliği bir pazarlama ve reklam faaliyeti olarak görüyor.

Akbank

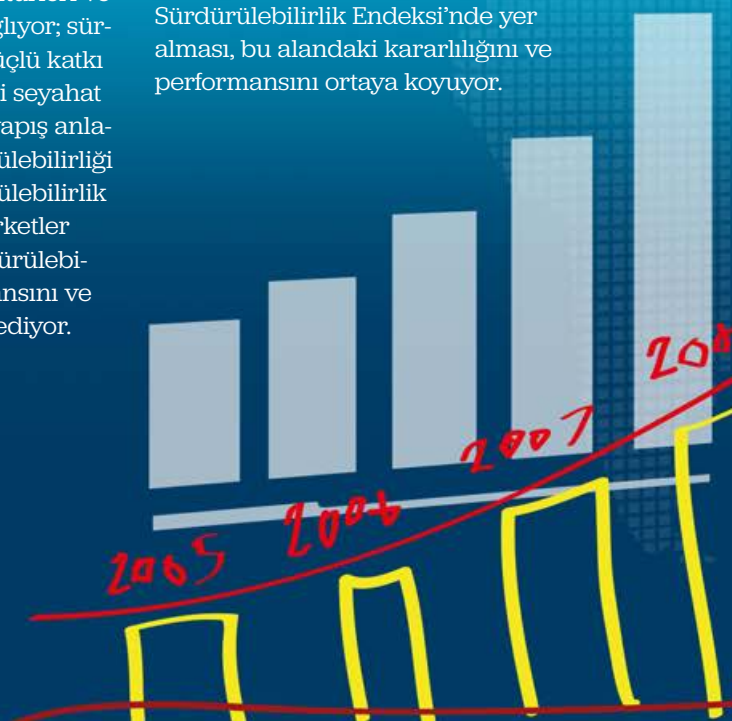
Tüm iş yapış biçimlerini gelecek nesillere daha yaşanabilir bir dünya bırakma hedefi doğrultusunda yeniden şekillendiriyor. Kapsayıcı ve yeşil bir ekonomiye geçiş sürecinde müşterilerine ve tüm paydaşlarına sunduğu desteği kararlılıkla sürdürürken, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alarak çevresel, sosyal ve yönetim alanlarındaki güçlü performansını ortaya koyuyor.

Türk Hava Yolları

Dünyanın en çok ülkesine uçan hava yolu olarak farklı kültürleri ve coğrafyaları birbirine bağlıyor; sürdürülebilir kalkınmaya güçlü katkı sağlıyor. Yolcularına en iyi seyahat deneyimini sunarken, iş yapış anlayışının merkezine sürdürülebilirliği yerleştiriyor. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamındaki şirketler arasında yer alması, sürdürülebilirlik alanındaki performansını ve şeffaflık yaklaşımını teyit ediyor.

Tüpraş

Sürdürülebilirliği tüm üretim faaliyetlerinin temel yapı taşı olarak konumlandırıyor. Sürdürülebilirliği iş süreçleri ve kurum kültürüyle bütünleştirerek, değer zinciri boyunca tüm paydaşları için yaygınlaştırmayı hedefliyor. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alması, bu alandaki kararlılığını ve performansını ortaya koyuyor.



İş Bankası

Sağlam mali yapısının sunduğu olanakları, yetkin insan kaynağını, paydaşlarıyla olan güçlü ilişkilerini, kurumsal bilgi birikimini, güven ve itibarla özdeşleşmiş marka değerini, yaygın fiziki ve dijital hizmet ağını, sorumlu ürün ve hizmetlerini bir araya getirerek değer yaratıyor. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer alarak çevresel, sosyal ve yönetim alanlarındaki güçlü performansını ortaya koyuyor.

Yapı Kredi

Sürdürülebilirlik alanında uzun yıllara dayanan gelişmiş yönetim modeli ve stratejisi doğrultusunda faaliyetlerini; çevreyle uyumlu, toplumun beklentilerini gözetken ve gelecek kuşakların ihtiyaçlarını dikkate alan bir yaklaşımla yürütüyor. BIST Sürdürülebilirlik Endeksi kapsamındaki şirketler arasında yer alması, sürdürülebilirlik alanındaki performansını ve şeffaflık yaklaşımını teyit ediyor.

Koç Holding

İklim değişikliğiyle mücadelede uzun vadeli bir bakış açısının gerekliliğinin bilinciyle hareket ediyor. Holding küresel ölçeği ve paydaşlarıyla kurduğu güçlü ilişkiler sayesinde, iklim gündemine anlamlı katkılar sunabilecek önemli fırsatlara sahip. Holding, BIST Sürdürülebilirlik Endeksi'nde yer almasıyla çevresel, sosyal ve yönetim (ESG) alanlarındaki güçlü performansını ve sürdürülebilirlik yaklaşımını tescilliyor.





Suudiler'den Türkiye'ye 2 milyar dolarlık yatırım

■ Türkiye ve Suudi Arabistan, temiz enerji için devasa bir bütçeyle el sıkıştı; ancak 2 milyar dolarlık bu güneş yatırımının uygulama aşamasındaki zorluklar ve yerlilik vaatleri şimdiden tartışılmaya başlandı. Proje, 2.000 megavatlık dev bir kapasiteyi Türkiye'nin enerji sistemine dahil etmeyi hedefliyor. Kağıt üzerinde her şey Türkiye'nin 2035 yeşil enerji vizyonu ile kusursuz bir uyum içinde görünüyor. Ancak deneyimli ekonomi çevreleri, bu boyuttaki dış finansmanlı projelerin sahadaki gerçeklerine biraz daha temkinli yaklaşıyor. Anlaşmanın en çok öne çıkarılan kısmı olan “%50 yerlilik şartı”, madalyonun en tartışmalı yüzü.

Ford, enerji depolama pazarına Lisa Drake ile giriyor

■ Ford Motor Company, sürdürülebilir enerji stratejilerinde vites büyütürken yeni kurulan “Ford Energy” biriminin başına Lisa Drake'i getirdi. Daha önce elektrikli araç sistemlerinden sorumlu olan Drake, artık Ford'un sadece bir otomobil üreticisi değil, aynı zamanda bir enerji çözümleri ortağı olma vizyonuna liderlik edecek. Ford Energy, ilk aşamada veri merkezleri ve kamu hizmeti kuruluşları gibi devasa enerji kullanıcıları için “şebeke ölçeğinde” depolama sistemlerine odaklanacak. Şirketin yaklaşık 2 milyar dolarlık yatırımla hayata geçireceği bu iş kolu, rüzgar ve güneş gibi yenilenebilir enerji kaynaklarından elde edilen gücün depolanmasını sağlayarak enerji arz güvenliğini artırmayı hedefliyor.



ABD, Paris İklim Anlaşması'ndan 'resmen' ayrıldı!



■ ABD, küresel iklim değişikliğiyle mücadelede temel referans kabul edilen Paris İklim Anlaşması'ndan bir kez daha resmen çekildi. Böylece ABD, bu anlaşmadan iki kez ayrılan ilk ülke olarak kayıtlara geçti. Karar, yeni bir tartışma dalgasını da beraberinde getirdi. Paris Anlaşması, küresel sıcaklık artışını sanayi öncesi döneme kıyasla 2 derecenin altında tutmayı, mümkünse 1,5 dereceyle sınırlamayı hedefliyor. Bu hedef, yalnızca teknik bir eşik değil; aşılması hâlinde geri dönüşü zor çevresel, ekonomik ve toplumsal sonuçlara işaret eden kritik bir sınır olarak kabul ediliyor. ABD'nin çekilmesi ise bu ortak hedefe ulaşma yolunda ciddi bir boşluk yaratıyor.



Tahsilatta yeni dönem: Ödeme İste ile Dijital Tahsilat

Ödeme İste ile Dijital Tahsilat Uygulamasını kullanarak müşterilerinizden ödemelerinizi artık siz talep edebilir, işlemlerinizi kolayca yönetebilirsiniz.



Detaylı bilgi: isbank.com.tr ve şubelerimiz



KOBİ'lerin sürdürülebilirlik yol haritası nasıl olmalı?

İklim krizinin etkilerinin her geçen gün daha yoğun hissedildiği günümüzde, sürdürülebilirlik kavramı artık tüm ekonomik aktörler için bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu dönüşümün merkezinde yer alan Avrupa Birliği Yeşil Mutabakatı gibi uluslararası düzenlemeler, tedarik zincirlerinin en önemli halkalarından biri olan küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ) de etkilemektedir. Türkiye ekonomisinin bel kemiğini oluşturan KOBİ'ler için bu yeni yeşil düzen hem hayati bir zorunluluk hem de stratejik bir fırsat olarak değerlendirilmelidir.

Türkiye'de KOBİ'lerin sürdürülebilirlik yolculuğuna çıkmalarının altında yatan en önemli itici güç, uluslararası ticaretin değişen kurallarıdır. Özellikle Avrupa Birliği pazarına ihracat veya üretim yapan büyük firmaların tedarik zincirindeki KOBİ'ler için durum kritiktir. Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM) ile üretim süreçlerinde açığa çıkan karbon yoğunluğu, artık bir

maliyet kalemi olarak karşımızdadır. Bu durum, KOBİ'leri karbon ayak izini minimize etmeye ve döngüsel ekonomi prensiplerini benimsemeye zorlamaktadır. Dolayısıyla, sürdürülebilirlik çalışmaları pazar payını korumak ve artırmak için gereken bir ihracat gerekliliğidir.

Akademik araştırmalar, KOBİ'lerde sürdürülebilir uygulamaların benimsenmesini yavaşlatan en etkili faktörün farkındalık eksikliği, ardından da yönetsel yetkinliklerin yetersizliği olduğunu ortaya koymaktadır. İlginç bir şekilde, finansal kaynak yetersizliği bu engeller arasında görece orta düzeyde bir etkiye sahiptir. Bu bulgu, KOBİ'ler için asıl sorunun "kaynak yokluğundan" ziyade, var olan kaynakları sürdürülebilirlik hedefleri doğrultusunda nasıl yönlendireceğini bilememek olduğunu göstermektedir. Atılacak ilk adım, işletme sahipleri ve yöneticilerinin bilinç düzeyini artırmak ve sürdürülebilirliği iş stratejilerinin merkezine koyacak bir vizyon geliştirmelerini sağlamaktır.

KOBİ'ler yeşil dönüşüm süreçlerinde yalnız değillerdir.



KOSGEB başta olmak üzere kamu kurumları ve bankalar, bu alanda önemli teşvik ve finansman mekanizmaları devreye sokmuştur. KOSGEB'in Kapasite Geliştirme Destek Programı, KOBİ'lerin verimliliğini artırmaya, kurumsal yapısını güçlendirmeye yönelik yatırımları desteklerken, danışmanlık ve belgelendirme hizmet alımlarına da finansman sağlayarak sürdürülebilirliğin kurumsal altyapısını oluşturmayı hedeflemektedir. Daha doğrudan bir destek ise Halkbank gibi kuruluşların sunduğu Yeşil Dönüşüm ve Sürdürülebilirlik Destek Paketi'dir. Bu paket; güneş enerjisi santrali (GES) kurulumundan enerji verimliliği yatırımlarına, elektrikli araç alımından geri dönüşüm tesislerine ve hatta yeşil sertifika sahibi firmalara işletme sermayesi desteğine kadar geniş bir yelpazede çevre dostu yatırımları finanse etmektedir. KOBİ'lerin dijital dönüşümü de "ikiz dönüşüm" anlayışıyla desteklenmekte, verimlilik artışı ve kaynak optimizasyonu yoluyla sürdürülebilirliğe katkı sağlanmaktadır.

Sürdürülebilirlik yolculuğunun ilk ve en somut adımı ise şüphesiz ki karbon ayak izi hesaplamasıdır.

KOBİ'ler artık dijital platformlar aracılığıyla Kapsam 1, 2 ve 3 emisyonlarını, yani doğrudan kendi faaliyetlerinden kaynaklanan, satın aldığı enerjiden doğan ve tedarik zinciri kaynaklı tüm sera gazı emisyonlarını hesaplayabilmektedir. Bu platformlar, GHG Protokolü ve ISO 14064 gibi uluslararası standartlara uygun, denetime hazır otomatik raporlar sunarak manuel iş yükünü azaltmakta ve SKDM gibi regülasyonlara uyumu da kolaylaştırmaktadır. Hesaplamanın ardından yapılacak ESG (Çevresel, Sosyal, Yönetişim) açık analizi ile işletmenin hangi alanlarda eksikleri olduğu tespit edilerek, bir azaltım planı ve nihayetinde Net Zero hedefleri belirlenebilir. Karbon sertifikaları ile emisyonların dengelenmesi ise sürecin son aşamalarından birini oluşturur.

KOBİ'lerin bir diğer önemli sorumluluğu da çalışmalarını şeffaf bir şekilde raporlamaktır. Sürdürülebilirlik raporlaması, bir zamanlar büyük şirketlerin itibar yönetimi aracıyken, bugün yatırımcılar, bankalar ve büyük müşteriler için bir ön koşul haline gelmiştir. Türkiye'de Borsa İstanbul Sürdürülebilirlik Endeksi ve Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) düzenlemeleri ile ivme

kazanan bu alan, küresel ölçekte ise Küresel Raporlama Girişimi (GRI) standartları ve Avrupa Birliği'nin Kurumsal Sürdürülebilirlik Raporlama Direktifi (CSRD) ile şekillenmektedir. KOBİ'lerin, faaliyet ölçeklerine uygun bir çerçevede de olsa, bu raporlama süreçlerine hazırlıklı olmaları, yeşil finansmana erişimden uluslararası tedarik zincirlerinde yer almaya kadar pek çok konuda ellerini güçlendirecektir.

Sonuç olarak, Türkiye'deki KOBİ'ler için sürdürülebilirlik ve karbon ayak izi yönetimi, artık ertelenemez bir gündem maddesidir. Sürecin başarısı, konunun zorunluluktan ziyade fırsat olarak görülmesine bağlıdır. Yönetim kademesinde oluşturulacak doğru bir vizyonla başlayan bu yolculuk; mevcut teşvik ve finansman desteklerinden etkin bir şekilde yararlanmayı, karbon ayak izini dijital araçlarla doğru ölçmeyi, çıkan sonuçlara göre bir azaltım stratejisi belirlemeyi ve tüm bu süreci şeffaf bir şekilde raporlamayı kapsayan bütüncül bir yaklaşımı gerektirir. Bu adımları başarıyla atan KOBİ'ler, hem yeşil dönüşüme ayak uyduracak hem de rekabetçiliğini artırarak geleceğin ekonomisinde söz sahibi olacaktır.

Efe Gökçe



“

Limak Çimento olarak sürdürülebilirliği bir raporlama başlığı değil; veri ile üretilen sahada karşılığı olan ileri kurumsal iletişim modelimizin ayrılmaz bir katmanı olarak ele alıyoruz.”

LİMAK ÇİMENTO CEO | ERKAM KOCAKERİM

ETKİMİZİ ÖLÇÜYOR KÜRESEL REFERANSI BİZ TANIMLIYORUZ

■ Eda Ünsün

Limak Çimento, karbon, veri ve inovasyon ekseninde iddialı bir yolculuk yürütüyor. Düşük karbonlu ileri malzemelerden döngüsel ekonomiye, bilim temelli iklim hedeflerinden dijital ve kurumsal dayanıklılığa uzanan bu bütüncül dönüşüm yaklaşımı; şirketi hem bugünün regülasyonlarına hazırlıyor hem de 2030 ve 2050 hedefleri doğrultusunda küresel ölçekte referans kabul edilen bir sanayi oyuncusu olma vizyonunu da güçlendiriyor. Yeşil İş Platformu Dergisi için gerçekleştirdiğimiz bu röportajda, Limak Çimento CEO'su Erkam Kocakerim'den yeşil, dijital ve sosyal dönüşümü nasıl aynı stratejik çatı altında yönettiğini, bu yolculuğun sahadaki somut karşılıklarını ve geleceğe dair net-sıfır perspektifini dinledik.

■ Sizi ve ekibinizi tanıyabilir miyiz?

Kimya mühendisiyim. 2020 yılında işletme yüksek lisansımı tamamladım. 20 yılı aşkın süredir çimento sektöründe, sahadan başlayarak hemen her kademede sorumluluk üstlendim. Kariyerimin başında, küresel petrokimya şirketlerine ileri AR-GE çalışmaları yürüten uluslararası bir üniversite araştırma merkezinde edindiğim deneyim; teknoloji, inovasyon ve liderlik yaklaşımımı kalıcı biçimde şekillendirdi.

CEO olarak göreve başladığım dönemde dünya COVID-19 sonrası belirsizliklerle ilerlerken, biz bu dönemi stratejik bir fırsata dönüştürdük. Bugün Limak Çimento olarak hedefimiz; düşük karbonlu ileri malzemeler ve döngüsel ekonomi teknolojilerinde referans bir AR-GE

ve inovasyon merkezi olmak, hibrit mükemmeliyet modelimizle veriyi rekabet avantajına dönüştürmek ve sürdürülebilirliği "maliyet" değil, ölçülebilir değer yaratımı olarak konumlandırmaktır.

Bu nedenle dönüşüm yolculuğuna insan kaynağı, kurumsal akademi, yetkinlik ve kültür başlıkları ile başladık. Ardından kurumsal veri, analitik ve teknoloji yetkinliklerini bir araya getiren hibrit mükemmeliyet merkezi yaklaşımımızı kurduk; sürdürülebilirlik, iklim, döngüsel ekonomi ve düşük karbonlu ileri malzemeler alanlarında yeni merkezler ve organizasyon yapıları oluşturduk. Bugün Limak Çimento'da; yatay, çok fonksiyonlu, yetenek odaklı ve çevik bir organizasyon mimarisıyla dönüşümü hem besleyen hem de yöneten güçlü bir ekip kültürü inşa etmiş durumdayız.



Limak Çimento'da; yatay, çok fonksiyonlu, yetenek odaklı ve çevik bir organizasyon mimarisiyle dönüşümü besleyen ve yöneten güçlü bir ekip kültürü inşa ettik.

■ **Limak Çimento küresel karbon emisyonu sorumluluğunu nasıl ele alıyor? Düşük karbonlu üretim yol haritanızı hangi temel adımlar üzerine kuruyorsunuz?**

Limak Çimento olarak karbon emisyonlarını azaltmayı iş yapış biçimimizin ayrılmaz bir parçası ve uzun vadeli rekabetçiliğimizin temel unsurlarından biri olarak ele alıyoruz. Çimento sektörü, "azaltımı zor" kategorisinde tanımlanan bir ağır sanayi kolu. Bu nedenle karbonsuzlaşma, çok katmanlı ve eş zamanlı bir dönüşümle mümkün.

2026 ilk çeyreği itibarıyla 130'un üzerinde dekarbonizasyon yatırım projesini, 30'dan fazla AR-GE projesinin desteğiyle ilerletiyoruz. Üstelik bu dönüşümü küresel teknoloji sağlayıcıları ve üniversitelerden oluşan 20'nin üzerinde proje paydaşıyla birlikte yürütüyoruz.

2050 net-sıfır vizyonumuzu küresel iklim hedefleriyle uyumlu şekilde tanımladık ve düşük karbon-

lu üretim yol haritamızı Bilim Temelli Hedefler Girişimi (SBTi) tarafından 1,5°C senaryosuyla uyumlu biçimde onaylattık. 2025 yılında aldığımız bu resmi onayla, Türkiye'de emisyon azaltım hedefleri SBTi tarafından onaylanan ilk 10 şirketten biri olduk.

Düşük karbonlu üretim yol haritamızın ayırt edici özelliği, dönüşümü tek bir başlığa sıkıştırması. Klinkerden çimentoya uzanan değer zinciri boyunca bütüncül bir modelle ilerliyoruz; ileri döngüsellik yaklaşımımızla enerji ve karbon döngülerini de kapsayan ikinci bir katman değer zinciri tasarlıyoruz. 2030'a kadar Kapsam 1-2-3 emisyonlarını azaltmaya yönelik eylem ve yatırım planlarımızı teknik fizibilite, regülasyon dinamikleri, yerel AR-GE potansiyeli ve ekonomik öngörülebilirlik boyutlarında etki analizine tabi tutuyoruz. Bu portföyü, büyük veri temelli ve çevik bir karar yaklaşımıyla yönetiyoruz.

2030'da elektrik tüketimimizin

yenilenebilir kaynaklardan karşılanma oranını ve alternatif yakıt ikame oranımızı %60'ın üzerine çıkarmayı hedefliyoruz. Bu hedef, yaklaşık 500 milyon kWh elektriğin yenilenebilir kaynaklardan sağlanması ve yıllık 0,6 milyon ton fosil yakıt tüketiminin azaltılması anlamına geliyor.

Ürün ve ham madde dönüşümünde ise dört yıl içinde klinker yoğunluğunu 2021'e göre %15'e varan oranlarda azaltmayı hedefliyoruz. Bu dönüşümü "performanstan ödün vermeden düşük karbon" prensibiyle yönetiyor; kalsine kil (LC3), yeni nesil düşük karbonlu çimentolar ve döngüsel ham maddeler odağında ürün ve Ar-Ge altyapımızı güçlendiriyoruz. Bu yaklaşımın en somut çıktılarından biri, bor mineralinin dünya çimento üretiminde ilk kez aktif olarak kullanılmasını sağlayan patentli ürünümüz BAC (Boron Activated Cement) oldu.

İleri döngüsellik katmanında yeşil hidrojenle küresel öncüler arasındayız; ilk on-site elektrolizörümüzü bu yıl devreye almayı planlıyoruz. Uzun vadeli dönüşüm teknolojilerini AR-GE Merkezimiz (LCTO) bünyesinde yönetiyor; alternatif bağlayıcılar, hidrojen ve CCUS gibi alanlarda çalışmalar yürütüyoruz. Özetle yol haritamız; bugünün operasyonel gereklilikleri ile yarının dönüşüm

ihtiyaçlarını dengeli biçimde ele alan, ölçülebilir ve doğrulanabilir bir stratejiye dayanıyor.

■ **Limak Çimento sürdürülebilirliği nasıl yönetiyor? Yeşil dönüşüm, su, biyoçeşitlilik ve yerel ekosistemlerde bu yaklaşım sahada nasıl karşılık buluyor?**

Sürdürülebilirliği, ESG'nin tamamını iş modelimize entegre ettiğimiz bütüncül bir dönüşüm yaklaşımı olarak yönetiyoruz. Bu dönüşümün liderliğini Sürdürülebilirlik ve İklim Değişikliği Merkezimiz (LCSC) üstleniyor; hedeflerin belirlenmesi, regülasyon takibi, ölçüm-raporlama altyapısının kurumsallaştırılması ve yönetişimin netleştirilmesi bu yapı üzerinden yürütülüyor.

Sürdürülebilirlik olgunluğumuzu yarattığı etkiyle ölçüyoruz. Sürdürülebilirlik Raporumuzda 5.000'in üzerinde KPI ve metrikle performansımızı izliyoruz; veriyi "tek doğru kaynak" yaklaşımıyla yöneten alt yapımız ve 30'un üzerinde yönetim sistemi sayesinde saha uygulamalarımızı sistematik ve izlenebilir hale getiriyoruz. ISO14064 Karbon Ayak İzi Doğrulama Belgesi alan ilk Türk çimento şirketi olmamız ve uluslararası geçerliliğe sahip yönetim sistemi belgelerimiz, bu yaklaşımın somut çıktıları arasında.

Onaylı SBTi hedeflerimiz doğrultusunda enerji verimliliği, alternatif yakıtlar ve yenilenebilir enerji yatırımlarını sürdürürken; su güvenliği ve biyoçeşitliliği stratejimizin temel odakları arasına aldık. Bu kapsamda "SBTN Freshwater" hedefiyle "SBTN Ambition Board"da yer alan ilk ve tek Türk şirketi olduk; tesislerimiz için IFC ve Dünya Bankası standartlarında biyoçeşitlilik envanterleri oluşturuyoruz.

Bağımsız doğrulama kapsamında CSC Gold ve Platinum belgelerine sahibiz. Limak Çimento olarak bunu küresel sektörde başaran 3. şirket olduk. Ürün şeffaflığında 7 EPD belgesine ek olarak, dünyada ilk olan Dijital Ürün Pasaportu belgemizle güvenilirliğimizi güçlendiriyoruz.

Sustainable Fitch ESG skorumuz, CDP İklim Değişikliği "A" ve CDP Su Güvenliği "A-" sonuçlarımızla küresel liderlik seviyesinde konumlanıyoruz. Sosyal boyutta ise Great Place

Güçlü bir dijital dönüşümünüz yok ise, herhangi bir verimliliğin, üretkenliğin, dönüşümün ve sonuçta rekabetin bir parçası ya da unsuru olamazsınız.



Limak Çimento'nun 2030 hedefleri

Geleceğe yürüdüğümüz bu yolculukta beklentiler, riskler ve fırsatlar sürekli değişiyor. Limak Çimento olarak hedeflerimize koşmanın yanı sıra beklenmeyeni öngörebilen, kriz anlarında etkin biçimde karşılık verebilen ve kriz sonrasında hızla uyum sağlayarak güçlenen bir organizasyon olmayı amaçlıyoruz. Nihai hedefimiz, Limak Çimento'nun kurumsal dayanıklılık modelini kalıcı biçimde yapılandırmak.

Bizim için üçüz dönüşüm bir uyum gündemi değil; üçüz dönüşümle birleştiğinde kurumsal dayanıklılığı bir meta-yetenek haline getiren bilim, veri, inovasyon ve güven kültürü ile inşa edilen stratejik bir omurgadır. 2030 hedefimiz net: İklim, bilişim ve sosyal inovasyon alanlarında yalnızca uyum sağlayan değil; küresel sanayiye yön veren, yenilikçilikte referans kabul edilen bir sanayi şirketi olmak.



to Work ve Equal Salary sertifikalarımızla insan odaklı yaklaşımımızı güçlendiriyor; Limak Cement Global Academy ile sürdürülebilirliği değer zinciri genelinde yaygınlaştırıyoruz.

■ **Dijitalleşme ve veri yönetimi globalde giderek daha önemli hale geliyor. Limak Çimento tesislerinde bu dönüşüm nasıl ilerliyor?**

Boyutlarla kurduğumuz stratejiyi yazmak kadar; o stratejiyi hayata geçirecek doğru "kurum işletme sistemini" tasarlamak ve sahaya indirmek asıl belirleyici unsur.

Bu nedenle 2021 yılında Limak Cement Corporate Center of Excellence (LCoEdx)'i, küresel sanayinin ilk hibrit kurumsal mükemmeliyet merkezlerinden biri olarak hayata geçirdik. LCoEdx, yalnızca bir teknoloji yatırımı değil; veriyi, bilgiyi ve stratejiyi organizasyonun tamamı için erişilebilir kılan yeni bir çalışma kültürünün başlangıcıydı.

Aynı dönemde "COE Vizyon 2027"yi, hiperotomasyona giden yolda şirket genelinde "Single Source of Truth" yaklaşımıyla tanımladık. Yani insan zekâsı ile yapay zekânın birlikte çalıştığı tekil bir kurumsal gerçeklik ve karar platformu inşa ediyoruz. Finans tarafında OLAP tabanlı xFP&A planlama çözümleri ile ileri seviye tahminleme yolculuğumuzu sürdürüyoruz. Önümüzdeki iki yıllık dönemde event streaming, otonom karar motorları ve AIOps ile ekosistemi tamamlayacak yaklaşım-

larla devam ediyoruz.

Bugün geldiğimiz noktada, onlarca iş ailesinde kurumsal veri tabanları, veri ambarları ve raporlama katmanlarını uçtan uca yapılandırmış; otonom karar yeteneklerini devreye almış durumdayız. Kurumsal DWH mimarisinden ETL süreçlerine ve iş zekâsı katmanına kadar kritik bileşenleri standartlaştırarak yüksek bir veri olgunluğu seviyesine ulaştık. RPA, low-code ve üretken yapay zekâ asistanlarıyla süreçleri ölçülebilir, izlenebilir ve ölçeklenebilir hale getirdik. Bu mimari sayesinde bugün, büyük ölçekli yapay zekâ projelerini güvenle taşıyabilecek olgun bir kurumsal altyapıya sahibiz.

Odağımız, üst katmanda değer üretimini hızlandıracak yeni nesil tasarımlar: kinetik değer zinciri yaklaşımı, ESG ve iç kontrol karar mimarisi ve nihayetinde tüm bunları bir araya getiren kurumsal dayanıklılık katmanının inşası.

■ **AB Yeşil Mutabakatı ve Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (CBAM) gibi regülasyonlar, Limak Çimento'nun ihracat ve yatırım stratejilerini nasıl etkiliyor?**

AB Yeşil Mutabakatı ve CBAM'i 2021'den bu yana erken aşamada analiz ederek, stratejik yol haritamızı ihracat ve yatırım önceliklerimiz doğrultusunda yapılandırdık.

CBAM'i, AB Yeşil Mutabakatı kapsamında yeşil dönüşümü hızlandıran ve değer zinciri boyunca etki yara-

Sürdürülebilirliği ESG'nin tamamını iş modelimize entegre ettiğimiz bütüncül bir dönüşüm yaklaşımı olarak yönetiyoruz. Bu dönüşümün liderliğini Sürdürülebilirlik ve İklim Değişikliği Merkezimiz üstleniyor.

tan stratejik bir dönüşüm mekanizması olarak değerlendirdiğimiz için pazara erişim, ürün rekabetçiliği ve üretim modellerinin dönüşümü çerçevesinde okuyor, onu Yeşil Kamu Alımları, "Made in Europe" yaklaşımı ile CSRD ve CSDDD gibi raporlama ve tedarik zinciri düzenlemeleriyle birlikte, entegre bir mevzuat setinin parçası olarak ele alıyoruz. Bu set, firmalar için "hangi maliyetle üretildiği" kadar "hangi standartlarla üretildiği" sorusunu da belirleyici hale getiriyor. Dolayısıyla mesele, yalnızca vergiye tabi olmaktan ziyade, pazarda yeni nesil ürünlerle var olabilme noktasına evriliyor.

CBAM, karbon yönetimini bir teknik hesaplama olmaktan çıkarıp kurumsal yönetişimin merkezine taşıyor. Bu nedenle erken dönemde dijital dönüşüm yatırımlarımızla veri altyapısı, emisyon hesaplama metodolojileri ve izlenebilirlik süreçlerine odaklandık. Çünkü regülasyonlara uyum, bu aksiyonların güvenilir verilerle desteklenmesiyle mümkün.

Bir asırdır,
insan hayatına dokunan
büyük bir özveriye tanıklık ediyoruz.

Bilgisiyle yol açan,
sorumluluğuyla güven veren,
geleceğe umut olan
tüm hekimlerimize saygıyla...

14 Mart Tıp Bayramı kutlu olsun!

REC/D/2026Q1/3

GAZİANTEP TİCARET ODASI YÖNETİM KURULU BAŞKANI | MEHMET TUNCAY YILDIRIM

YEŞİL DÖNÜŞÜM STRATEJİK ÖNCELİK



**“
Yeşil dönüşüm,
önceliklendirilmiş
adımlar, ölçülebilir
hedefler ve
uygulanabilir
aksiyonlardan
oluşan somut bir yol
haritasına dönüşüyor.
Gaziantep Ticaret
Odası’nın da stratejik
önceliklerinden
biri...”**

Nüşet Çamuşoğlu

Türkiye’nin en güçlü üretim ve ihracat merkezlerinden biri olan Gaziantep, yeşil dönüşüme kurumsal bir vizyonla hazırlanıyor. Gaziantep Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Mehmet Tuncay Yıldırım, Yeşil İş Platformu için verdiği röportajda; kentte ticaret ve sanayinin planlı, rekabetçi ve sürdürülebilir bir yapıda gelişmesi için yürütülen çalışmaları, Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması’nın (SKDM) ihracatçılar üzerindeki etkilerini ve yeşil dönüşüm sürecinde hayata geçirilen destek mekanizmalarını detaylarıyla anlattı.

■ Gaziantep Ticaret Odası kentte ticaret ve sanayinin planlı bir şekilde gelişmesi için neler yapıyor?

Gaziantep Ticaret Odası olarak temel hedefimiz; kentte ticaret ve sanayinin planlı, rekabetçi ve

sürdürülebilir bir yapıda gelişmesini sağlamak. Bu doğrultuda kamu kurumları, yerel yönetimler, üniversiteler, sanayi kuruluşları ve sivil toplum örgütleriyle güçlü bir iş birliği ağı içinde çalışıyoruz. Odamız; sektör analizleri ve ihtiyaç tespitleri doğrultusunda üyelerimizi doğru alanlara yönlendirmeye çalışıyor, yatırım ortamının iyileştirilmesi ve iş yapma kapasitesinin artırılması için politika geliştirme süreçlerine aktif katkı sunmaya gayret ediyoruz. Uluslararasılaşma, dış ticaret ve yeşil dönüşüm gibi öncelikli başlıklarda yürüttüğümüz eğitim, danışmanlık ve bilgilendirme faaliyetleriyle işletmelerimizin sürdürülebilir büyümesini destekliyoruz. Ayrıca ulusal ve uluslararası fon ve projeler aracılığıyla kentimize yeni kaynaklar kazandırıyor; firmalarımızın küresel pazarlara entegrasyonunu, rekabet gücünü artırmayı ve sanayinin çevresel ve sosyal boyutlarıyla dengeli şekilde gelişmesini hedefliyoruz.





Gaziantep Ticaret Odası olarak temel hedefimiz; kentte ticaret ve sanayinin planlı, rekabetçi ve sürdürülebilir bir yapıda gelişmesini sağlamak.

■ **Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması'nın (SKDM), özellikle ihracat yapan Gaziantep Ticaret Odası üyeleri üzerindeki olası etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz?**

SKDM, özellikle Avrupa Birliği'ne alüminyum, demir-çelik, çimento ve elektrik gibi kapsam dahilindeki sektörlerde ihracat yapan üyelerimiz açısından son derece kritik bir düzenleme. Bu mekanizma, hem önemli bir uyum zorunluluğu hem de rekabet koşullarını doğrudan etkileyen stratejik bir başlık olarak karşımıza çıkıyor. Karbon yoğun sektörlerde faaliyet gösteren firmalar için karbon

ayak izinin hesaplanmaması, raporlanmaması veya doğrulanmaması; ilave maliyetler, fiyat rekabetinde dezavantaj, müşteri kaybı ve hatta AB pazarına erişimde ciddi riskler doğurabilir.

Öte yandan sürece erken uyum sağlayan ve dönüşümü proaktif şekilde yöneten firmalar için SKDM önemli fırsatlar da sunuyor. Düşük karbonlu üretim modelleri, enerji verimliliği yatırımları ve temiz teknoloji uygulamaları; hem maliyetleri düşürüyor hem de firmaların Avrupa pazarında rekabet avantajı elde etmesine katkı sağlıyor. Bu firmalar aynı zamanda küresel tedarik

zincirlerinde daha tercih edilir hale geliyor. Bu nedenle SKDM'yi yalnızca bir mali yük olarak değil; ihracatçı firmalarımız için verimliliği artıran ve sürdürülebilir büyümeyi destekleyen yapısal bir dönüşüm fırsatı olarak görüyoruz.

■ **Üyelerinizin yeşil dönüşüm sürecine uyum sağlaması için oda olarak hayata geçirdiğiniz eğitim programları, bilgilendirme faaliyetleri ve destek mekanizmaları hakkında bilgi verir misiniz?**

Yeşil dönüşüm Odamızın stratejik önceliklerinden biri. Bu bağlamda; Gaziantep Ticaret Odası olarak yeşil



Online Yeşil Dönüşüm Karnesi, işletmelerin yeşil dönüşüm sürecindeki mevcut durumlarını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmelerini sağlıyor.



dönüşüm sürecini çok boyutlu bir destek yaklaşımıyla ele alıyoruz. Ücretsiz ve uygulamaya dönük eğitim programları, seminerler, bilgilendirme toplantıları ve danışmanlık hizmetleriyle üyelerimizin bu süreçte hazırlıklı olmasını sağlıyoruz. Üyelerimizin sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm süreçlerine uyumunu daha sistematik ve etkili şekilde desteklemek amacıyla, 2022 yılında EBRD desteğiyle Yeşil Dönüşümü Destekleme Merkezini hayata geçirdik.

Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası (EBRD) desteğiyle yürüttüğümüz Yeşil Dönüşüm Danışmanlık Destek Programı kapsamında, KOBİ'lere grup danışmanlığı hizmetleri sunduk. Beş işletmenin yer aldığı bu program Kasım 2024'te başladı ve Mayıs

2025'te tamamlandı. Bilgilendirme faaliyetleri kapsamında iki ayda bir yayımladığımız GTO Yeşil Bülten ile üyelerimizi; iklim değişikliği, AB Yeşil Mutabakatı, SKDM, Türkiye İklim Kanunu ve güncel mevzuat gelişmeleri hakkında düzenli olarak bilgilendiriyoruz. Bunun yanı sıra Avrupa Yeşil Mutabakatı, döngüsel ekonomi, kaynak verimliliği, sürdürülebilirlik raporlaması ve yeşil finansman gibi başlıklarda düzenlediğimiz seminer ve toplantılarla farkındalık düzeyini artırıyoruz. Eğitim tarafında ise 2024-2025 döneminde hayata geçirdiğimiz Yeşil Dönüşüm ve Sürdürülebilirlik temalı programlarla; karbon ayak izi hesaplamaları, enerji ve atık yönetimi, emisyon ticaret sistemi ve tedarik zinciri yönetimi gibi konuları

uygulamalı şekilde ele aldık. Bazı programlarımızı ideathon ve uygulama çalışmalarıyla destekledik.

■ Gaziantep Ticaret Odası olarak Yeşil Dönüşümü Destekleme Merkezi'ni kurma amacınız nedir ve bu merkezini işletmelere sağladığı temel faydalar nelerdir?

Üyelerimizin sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm süreçlerine uyumunu daha sistematik ve etkili şekilde desteklemek amacıyla, 2022 yılında EBRD desteğiyle Yeşil Dönüşümü Destekleme Merkezini hayata geçirdik. Merkezimiz; işletmelerin çevresel farkındalıklarını artırmayı, ulusal ve uluslararası çevre mevzuatlarına uyumlarını desteklemeyi ve yeşil teknolojiye geçişte ihtiyaç duydukları bilgiye tek merkezden erişmelerini amaçlıyor. Eğitim, bilgilendirme ve danışmanlık hizmetlerini tek çatı altında sunarak işletmeler için karmaşık süreçleri sadeleştiriyoruz. Ayrıca Odamızın dijital altyapısıyla entegre şekilde geliştirilen online analiz araçları sayesinde; firmaların mevcut durumlarını ölçüyor, güçlü ve geliştirilmesi gereken yönlerini net biçimde ortaya koyuyoruz. Bu yönüyle merkezimiz, işletmeler için yalnızca bilgilendirici değil; yol gösterici ve stratejik bir destek mekanizması niteliği taşıyor.

Somut bir yol haritası

Online Yeşil Dönüşüm Karnesi, işletmelerin yeşil dönüşüm sürecindeki mevcut durumlarını bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmelerini sağlıyor. Toplam 80 sorudan oluşan yapı sayesinde firmalar; enerji verimliliği, atık yönetimi, karbon ayak izi, kaynak kullanımı ve çevresel performans başlıklarında kapsamlı bir analizden geçiyor. Bu sistem yalnızca mevcut durumu tespit etmekle kalmıyor; risk alanlarını ve iyileştirme potansiyellerini de net biçimde ortaya koyuyor. Bugüne kadar 108 işletmenin değerlendirmesi tamamlandı ve her birine özel yönlendirici geri bildirimler sunuldu. Böylece yeşil dönüşüm, işletmeler için soyut bir hedef olmaktan çıkıyor; önceliklendirilmiş adımlar, ölçülebilir hedefler ve uygulanabilir aksiyonlardan oluşan somut bir yol haritasına dönüşüyor.



Trump, bilimsel temeli iptal etti!

■ Trump yönetimi, sera gazlarının insan sağlığına zararlı olduğunu belgeleyen 2009 tarihli “Tehlike Tespiti” kararını feshederek, ABD’nin iklimle mücadelesindeki yasal zemini tamamen yıktı. Bu gelişme, sadece bir çevre ajansı kararı değil, ABD’nin son 20 yıllık tüm iklim mücadelesini hukuki bir boşluğa sürükleyen radikal bir müdahale. 2009 yılında kabul edilen “Tehlike Tespiti”, sera gazlarının halk sağlığını tehlikeye attığını bilimsel olarak tescilliyor ve EPA’ya (Çevre Koruma Ajansı) emisyonları kısıtlama yetkisi veriyordu. Bu kararın iptal edilmesi, artık federal hükümetin otomobillerden fabrikalara kadar hiçbir karbon emisyonunu sınırlama yükümlülüğünün kalmadığı anlamına geliyor.

Levi’s genç nesli döngüsel moda ile tanıştırıyor



■ Levi’s, “Wear Longer Project” ile lise öğrencilerine onarım becerileri kazandırarak moda dünyasında döngüsel ekonomiyi ve uzun ömürlü tüketim bilincini ana akım haline getiriyor. Moda endüstrisinin dev ismi Levi’s, sürdürülebilirliği sadece bir üretim stratejisi değil, bir yaşam becerisi olarak konumlandırıyor. Markanın yeni başlattığı “Wear

Longer Project”, genç nesle kıyafetlerini onarma ve onlara ikinci bir hayat verme eğitimi sunarak “hızlı moda” akımına karşı güçlü bir duruş sergiliyor. San Francisco’daki Eureka Ar-Ge merkezinde başlayan ve küresel bir kampanyaya dönüşecek olan bu girişim, Z kuşağının tekstil atıklarını azaltma arzusunu pratik becerilerle birleştiriyor .



PepsiCo’dan yeşil gaz paktı

■ PepsiCo UK ile Engie, 10 yıllık biyometan anlaşmasıyla İngiltere’de yeni bir “yeşil gaz” tesisine yatırım yapıyor; sanayi tedarik zincirine düşük karbonlu bir soluk getirmeyi hedefliyor. Yaklaşık 95 milyon dolarlık yatırımla hayata geçirilecek tesis, organik atıkları ve tarımsal artıklarını kullanarak yenilenebilir gaz üretecek; üretilen biyometan ise PepsiCo’nun İngiltere’deki operasyonlarında

kullanılacak. Bu iş birliği, sürdürülebilirliğin mutfak kapısından enerji santraline uzanan yeni bir hikâyesini anlatıyor. Biyometan, fosil doğal gazla aynı altyapıda kullanılabilir; ancak kaynağını çöplerden ve biyolojik atıklardan alıyor. Yani bir yandan atık miktarı azalırken, diğer yandan sanayi için düşük karbonlu bir enerji alternatifi ortaya çıkıyor.

CDP'DE ÇİFTE ZİRVE!

2025 CDP İklim Değişikliği Programı'nda 3. kez İklim A Listesi'nde yer aldık. Su Güvenliği Programı'ndaki notumuzu ise A seviyesine yükselttik.

Türk ilaç sektöründe CDP'nin en prestijli skoruna ulaşan ilk ve tek şirket olmanın gururunu yaşıyoruz.

HEAL2050 stratejimiz ve SBTi onaylı hedeflerimizle, net sıfır emisyonu uzanan dönüşüm yolculuğumuzu kararlılıkla sürdürüyoruz.

114 yıldır olduğu gibi, insan sağlığı ve gezegenimizin geleceği için kararlılıkla çalışmaya devam ediyoruz.



ABDİİBRAHİM



ÇEVRE DEMEK YAŞAM DEMEK

Prof. Dr. Güray ÇELİK

“Çevre yaşam ise,
ekonomi de para ise,
bu ikisini dengeye
getirmek nasıl
mümkün olabilir?
Bir terazide dengeye
gelmelerini beklemek
akıl işi midir?”

Biliyor musunuz?
Bizi hep kandırdılar.
“Çevre ve ekonomi dengede olmalı” dediler.

Ne zaman “çevre” diyecek olsak, “Hocam, güzel diyorsun ama insanların karnı aç. Para olmayınca çevreyi nasıl konuşalım?” dediler.

Ben de yıllardır şunu söylemeye çalışıyorum: “Çevre olmayınca herhangi bir şeyi nasıl konuşabiliriz?”

Su yoksa mesela. Başka herhangi bir şeyin anlamı kalıyor mu? Ya da gıda yoksa... Çuvallarca paramız olsun. Ama o çiftçi o gıdayı yetiştirecek çevresel bir ortam bulamazsa, bizim paramız karın doyurabilir mi?

Ağaçlarımız olmayınca, fotosentez yapamayınca ve oksijen üretemeyince...

Bir an hayal edin: Nefes alamadığımız bir dünyada, paranın ne işe yaradığını sorgulamaz mısınız? Her zaman yücelttiğimiz para, bize teneffüs edeceğimiz havayı sağlayabilir mi?

“İnsanların karnı aç, sen çevreden bahsediyorsun” sözünü kabul edemiyorum. Çünkü insanların karnı zaten çevre olmadığı için aç.

Toprak verimsizleştiği için, su azaldığı için, iklim öngörülemez hale geldiği için, üretim doğayla kavga ederek sürdürüldüğü için... O yüzden çevre, gündeme alınıp kenara bırakılacak marjinal bir konu değil.

Çevre demek, yaşamın ta kendisi demek.

“Denge” söylemi üzerine

Burada hemen o meşhur “denge” söylemi devreye giriyor. Nasıl kandırıldığımızı anlamak için dönüp oraya bakmak gerekiyor.

Çevre yaşam ise, ekonomi de para ise, bu ikisini dengeye getirmek nasıl mümkün olabilir?

Terazinin bir kefesine yaşamı, diğer kefesine parayı koyup dengeye gelmelerini beklemek akıl işi midir?

“Denge” kelimesinin konforuna sığınıyoruz bana göre.

Cümlede “denge” geçiyorsa, nasıl olsa doğrudur ezberiyle hareket ediyoruz.

Hayır.

Doğru değildir.

Yaşamı borçlu olduğumuz çevre ile, insan icadı olan parayı dengede tutamayız.

Yaşamın olmadığı bir düzlemde, değil parayı konuşmak nefes almamız bile mümkün değildir.

Peki bu “denge” fikri ne zaman bu kadar yerleşti hayatımıza?

Bunu merak ettim. Cevabı bugüne ait değil. Yaklaşık altmış yıl öncesine, 1960’ların sonuna gidiyor.

O yıllarda Amerika’da nehirler gerçekten yanıyordu. Ağır sanayi hızla büyürken, rafineriler, çelik fabrikaları ve kimya tesisleri atıklarını arıtmadan doğrudan nehirlerle boşaltıyordu. Petrol ve petrol türevleri, solventler, yağlar, uçucu kimyasallar nehir yüzeyinde yanıcı bir tabaka oluşturuyordu.

Bir kıvılcım yetiyordu.

Petrol sızıntıları okyanuslara karışıyor, pestisitler tarlalardan sofralara taşınyordu. Doğa, artık sessizce taşıyamayacağı bir yükün altındaydı.

1962 yılında bir kitap yayımlandı. Sessiz ama sarsıcı bir kitap: Silent Spring - Sessiz Bahar. Yazarı bir biyologdu: Rachel Carson.

Carson, kimya endüstrisinin yaygınlaştırdığı tarım ilaçlarının insan sağlığına ve ekosistemlere verdiği zararları bilimsel verilerle ortaya koyuyordu ve çok net bir şey söylüyordu: “Bu böyle devam edemez.”

Bu, kimya endüstrisi için kötü bir

Çevre ve ekonomi dengede olamaz

zamandı. Çünkü ilk kez ciddi biçimde sorgulanıyorlardı.

Ve ilk kez düzenlemeler gerçekten kapıdaydı.

Ama ilginç olan şuydu: Carson'ın karşısına bilimsel verilerle çıkmak yerine, başka bir yol seçildi.

Carson'ın anlattıkları "bilim" olarak değil, bir tür inanç sistemi olarak sunulmaya başlandı.

Çevrecilik, akılcı bir uyarı değil, mistik bir korku anlatısı gibi çerçevelendi.

Carson, bilim insanı değil, bir "kıyamet tellahı" gibi resmedildi.

Bu söylem tanındı. Çünkü bugün de iklim değişikliğini anlatanlar için hâlâ benzer şeyler söyleniyor. "Abar-tıyorsunuz." "Felaket senaryoları yazı-yorsunuz."

Bilimsel bir uyarıyı, bilim dışı bir inanç gibi göstermenin amacı bellidir: Konuyu saptırmak.

O dönemde de öyle oldu.

Rachel Carson'ın bilimsel uyarıları, "doğanın kutsallığına inanan romantik bir çevreci hareketin" ürünü gibi sunuldu. Bilim, bilinçli olarak değersizleştirildi.

Tam da bu dönemde, genç bir halkla ilişkiler uzmanı sahneye çıktı: E. Bruce Harrison.

İlk refleksi saldırmak oldu.

Rachel Carson'ın bilimsel niteliği sorgulandı. Taraflı olduğu ima edildi. İtibarsızlaştırılmaya çalışıldı. Ama bu strateji işe yaramadı.

Tam tersine, sektör daha da kötü bir konuma düştü. Kamuoyu kimya endüstrisini açıkça "kötü adam" olarak görmeye başladı. Ve çevre yasaları ardı ardına geldi.

İşte Harrison için asıl ders tam da burada çıktı.

Yeni strateji yolu: Uzlaşma

Harrison süreçten öğrenerek çıktı.

1970'lere gelindiğinde, bambaşka bir yol önerdi.

Artık çevreyi inkâr etmek yoktu. Artık karşı çıkmak yoktu. Yeni strateji şuydu: Uzlaşma.

Ama bu, çevreyi önceleyen bir uzlaşma değildi. Bu, düzenlemeleri yaşılatmaya yönelik bir uzlaşmaydı.

Harrison'ın meselesi çevreyi korumak değildi. Meselesi, daha fazla çevre düzenlemesini nasıl engelleriz sorusu-na cevap bulmaktı.

Anahtar kelimeyi buldu: Denge.

Şirketlere şunu öğütledi: "Çevreyi inkâr etmeyin. Çevrecilerle kavga etmeyin. Onlarla aynı masaya oturun" ve ekledi: "Ama masaya otururken oyunun kurallarını siz belirleyin. Çevre, enerji ve ekonomi... Üçünü de eşit derecede önemliymiş gibi sunun. Aralarında "denge" kurulması gerektiğini söyleyin."

Ve bu söylem işe yaradı.

Şirketler bir anda doğayı yok eden aktörler olmaktan çıktı. "Sorumlu", "gerçekçi", "uçlardan kaçınan" paydaşlara dönüştüler.

Çevreyi önceleyenler ise bu kez başka bir yere itildi. Ekonomiyi anılamayan, insanların geçimini düşünmeyen kişiler gibi gösterildiler.

Bu dil sayesinde şirketler yalnızca imajlarını onarmadı. Karar alma süreçlerine girdi. Politikaların yazıldığı masalarda yer aldı.

1992'de Rio'da imzalanan iklim anlaşması sürecinde de olan buydu. "Gö-nüllü" azaltımlar savunuldu. Bağlayıcı hedefler sulandırıldı.

Ve gerçek bütün çıplaklığıyla ortada duruyor: Emisyonlar azalmadı.

Tesadüf değil; bilinç

Bugün "çevre ve ekonomi dengesi" dendiğinde kulağımıza hâlâ makul geliyor, bu tesadüf değil.

Bu, bilinçli olarak inşa edilmiş bir dilin mirası. Bu ifadenin bir tarihi var. Bir niyeti var. Ve sonuçları var. Artık hikâyelere kanmamamız gerekiyor.

Çevreyle ekonominin dengede olmayacağını, olmasının da gerek-meyeceğini daha yüksek sesle söylememiz gerekiyor.

Çünkü çevre demek yaşam demek. Yaşam yoksa, konuşacak hiçbir şeyimiz yok.



SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK STRATEJİMİZİ NET SINIRLARLA TANIMLIYORUZ



“

Sigortacılığın temelinde güven yatıyor. ‘Daha iyi yarınlar için gönül ferahlığı’ felsefemizle, sürdürülebilirlik stratejimizi çevresel ve toplumsal sorumluluklarımız doğrultusunda net sınırlarla tanımlıyoruz.”

EUREKO SİGORTA SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK LİDERİ | BEYZA SİVRİKAYA

Nüşet Çamuşoğlu

Sigorta sektöründe sürdürülebilirlik, artık stratejik bir dönüşüm alanı... Eureko Sigorta Sürdürülebilirlik Lideri Beyza Sivrikaya, Yeşil İş Platformu Dergisi'ne verdiği röportajda; 2030 karbon nötr hedefleri doğrultusunda attıkları adımları, kapsayıcı yönetim anlayışlarını ve sigortacılığı daha dayanıklı bir gelecek için nasıl konumlandıklarını anlattı.

Eureko Sigorta'nın kurumsal misyonunu nasıl tanımlarsınız?

Eureko Sigorta olarak 35 yıldır Türkiye'de faaliyet gösteriyoruz. Köklü yerel geçmişimizi, 200 yılı aşkın deneyime sahip Hollandalı Achmea Grubu'nun global bilgi birikimiyle birleştiriyoruz. Achmea'nın "Sustainable Living. Together." yaklaşımı, bizim de kurumsal duruşumuzu ve uzun vadeli bakış açımızı anlatıyor. Bu global vizyonu Türkiye'de, "Daha iyi yarınlar için gönül ferahlığı" anlayışıyla hayata geçiriyoruz. Banka sigortacılığındaki liderliğimiz, Garanti BBVA ile geliştirdiğimiz güçlü ve sürdürülebilir iş birliğinin yanı sıra, müşteriye merkeze alan yaklaşımımızın doğal bir sonucu.

Sigortacılığı bireylerin ve toplumun daha dayanıklı bir geleceğe güvenle ilerlemesini sağlayan bir ekosistem olarak görüyoruz.

“Sustainable Living. Together.” ana mottosu altında, sürdürülebilirlik çalışmalarınızda amacınız nedir ve bu konuda neler yapıyorsunuz?

Sigortacılığın temelinde güven yatıyor. "Daha iyi yarınlar için gönül ferahlığı" felsefemizle, sürdürülebilirlik vizyonumuzu şekillendiriyoruz. Sürdürülebilirlik çalışmalarımızdaki temel amacımız, bugünün ihtiyaçlarını karşılarken yarının dünyasına karşı sorumluluğumuzu da yerine getirmek. Ölçülebilir hedefler, güçlü yönetim, iş birliği, şeffaflık ve hesap verebilirliğe dayalı anlayışımızla, bu dönüşümü farklı uzmanlıkları bir araya getirerek yönetiyoruz. İklim değişikliği finans ve sigortacılık perspektifinden de yeni risk alanları oluşturuyor. Eureko Sigorta olarak bu değişimi takip ediyoruz. Farklı tematik alanlarda faaliyet gösteren uzmanlardan oluşan çalışma grupları ve tüm departmanlarımızdan gönüllü katılımcıların yer aldığı Sürdürülebilirlik Elçileri ekibimizle önemli işlere imza atıyoruz.

■ **Yenilikçi sigorta ürün ve hizmetlerinizi kaldıraç olarak kullanarak çevresel etkinizi en aza indirmek için neler yapıyorsunuz?**

Sigorta sektörü riskleri dönüştüren güçlü bir kaldıraç. Biz de bu gücü, çevresel etkimizi azaltacak ve müşterilerimizi daha sürdürülebilir tercihlere yönlendirecek şekilde kullanıyoruz. Dijitalleşme, uzaktan ekspertiz ve hasar süreçleriyle kaynak kullanımını azaltırken; onarım ve yeniden kullanım odaklı ürünlerimizle döngüsel ekonomiyi destekliyoruz. Tüm ürün ve hizmetlerimizi, “Daha az iz bırakabilir miyiz?” sorusunu merkeze alarak yeniden ele alıyoruz.

Yenilenebilir enerji alanında ise GES ve RES projelerine, doğa dostu enerji üreticilerine özel sigorta çözümleri sunarak sektörde fark yaratıyoruz. Mevcut müşterilerimize katma değer sağlarken, yeni iş birlikleriyle bu alandaki etki alanımızı da genişletiyoruz. Elektrikli araçlara yönelik sigorta çözümlerimizdeki

Sürdürülebilirlik çalışmalarımızdaki temel amacımız, bugünün ihtiyaçlarını karşılarken yarının dünyasına karşı sorumluluğumuzu da yerine getirmek.

büyüme de bu dönüşümün somut bir göstergesi. 2024 yıl sonu itibarıyla elektrikli araçlar için düzenlediğimiz kasko sigortası, 2025 yılı sonunda %130 oranında artış gösterdi. Bu artış sürdürülebilir mobiliteye yönelik talebi ve bu alandaki pazar payımızı ortaya koyuyor. Sürdürülebilirlik

stratejimizi çevresel ve toplumsal sorumluluklarımızı doğrultusunda net sınırlarla tanımlıyoruz. 2023 yılı itibarıyla mevcut portföyümüze kömüre dayalı sektörleri eklememe kararı aldık. Mevcut portföyümüzde yer alan termik santrallere yönelik sigorta desteğimizi de 2040 itibarıyla sonlandırmayı hedefliyoruz. Şirket içinde de önemli aksiyonlara imza atıyoruz. Karbon ayak izimizi azaltma hedefimiz doğrultusunda araç filomuzu dönüştürdük; şirket araçlarımızın sayısını %16 oranında azaltırken, kalan araçlarımızın tamamını hibrit modellerle yeniledik. Cuma günleri ofisimizi kapatarak elektrik ve doğal gaz kullanılmasını önliyoruz.

■ **SKA 5 Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ile SKA-13 İklim Eylemi hedefleri doğrultusunda hangi alanlara odaklanıyorsunuz?**

Eureko Sigorta’da sürdürülebilirliği kapsayıcı bir perspektifle değerlendiriyoruz. Bu doğrultuda, öncelikle karar alma süreçlerinde

Kapsayıcı yönetim

Sürdürülebilirlik, Eureko Sigorta’da tüm organizasyonun ortak sorumluluğu olarak ele alınıyor. Bu anlayışla sürdürülebilirlik yönetimi, üst yönetimden sahaya kadar uzanan kapsayıcı bir yönetim modeliyle kurguladık. Sürdürülebilirlik çalışmalarımız; strateji, risk yönetimi, insan ve kültür, yatırım ve iş birimleri ile yakın iş birliği içinde yürütülüyor. Sürdürülebilirliği şirketin tüm karar alma mekanizmalarına entegre edilen stratejik bir unsur olarak konumlandırıyoruz.

kapsayıcılığı güçlendirmeye; kadınların liderlik, uzmanlık ve teknik alanlarda temsiline odaklanıyoruz. İnsan & Kültür ekibimiz ve Teknolojide Kadın Derneği iş birliğiyle kadın öğrencilere iş hayatına hazırlık sürecinde destek olacak eğitimler sunuyoruz. Toplum ve çalışanlarımız için eşit fırsatlar sunan insan ve kültür politikaları geliştirirken, iklim ve sürdürülebilirlik projelerinde de farklı bakış açılarını bilinçli olarak sürece dahil ediyoruz.

Tüm ürün ve hizmetlerimizi,
“Daha az iz bırakabilir miyiz?” sorusunu merkeze alarak yeniden ele alıyoruz.



■ **2024 TSRS Uyumlu Sürdürülebilirlik Raporunuzda yer alan 2030 yılı Kapsam 1 ve 2 karbon nötr hedefi doğrultusunda neler yapıyorsunuz?**

2030 yılı Kapsam 1 ve 2 karbon nötr hedefimiz, Eureko Sigorta için iddialı olduğu kadar güçlü bir

sorumluluk taahhüdünü ifade ediyor. Bu hedef doğrultusunda önceliğimiz, emisyonları kaynağında azaltmak ve düşük karbonlu bir operasyonel yapı kurmak. Enerji verimliliği ve yeşil elektrik kullanımı bu dönüşümün temel yapı taşlarını oluşturuyor. Öte yandan çevresel bütünlüğü yüksek, uluslararası standartlara uygun dengeleme mekanizmalarını her daim değerlendiriyoruz.

■ **Paydaşlarınızı sürdürülebilirlik yolculuğunuza nasıl dâhil ediyorsunuz? Onların görüşlerini alarak nasıl bir yol izliyorsunuz?**

Sürdürülebilirlik, tek başına yürünecek bir yolculuk değil; birlikte üretildiğinde gerçek etki yaratan bir dönüşüm alanı. Bu nedenle paydaşlarımızı dinleyen, geri bildirimlerini karar alma süreçlerimize entegre eden ve ortak öğrenmeyi teşvik eden bir yaklaşım benimsiyoruz. Amacımız, güvene dayalı ilişkiler üzerine kurulu, etki alanı genişleyen bir sürdürülebilirlik ekosistemi yaratmak.

Sürdürülebilirlik iletişimimizde müşteri iletişimleri de ana başlıklarımızdan. KOBİ ve bireysel müşterilerimize sunduğumuz çevre dostu kampanyalar ve iş birlikleriyle de sürdürülebilirliği destekleyen partnerlikler geliştiriyoruz. 2025 yılı Ekim ayında ilk kez düzenlediğimiz





Sürdürülebilirlik yolculuğunda en önemli adım, cesaretle, net hedefler ve ölçülebilir bir yol haritasıyla ilerlemek.

ve her yıl gerçekleştirmeyi planladığımız “Dönüşümün Gücü: Sürdürülebilirlikte Riskleri Fırsata Çevirmek” paneliyle; kurumsal, KOBİ ve ticari müşterilerimizi enerji, teknoloji, üretim ve finans sektörlerinden uzmanlarla bir araya getirdik. Panelde, karbon yönetimi, enerji verimliliği ve teşvik mekanizmaları gibi başlıkları paydaşlarımızla birlikte ele aldık.

Tedarikçi tarafında ise sürdürülebilirlik farkındalığını ölçümlemek ve geliştirmek amacıyla ESG anketleri uyguluyoruz. 2023 yılında en yoğun çalıştığımız tedarikçilerle başlattığımız bu süreci, 2024’te yeni tedarikçilerimizi de dahil ederek genişlettik. Anket sonuçlarına göre 2023’e kıyasla %6,18 oranında bir iyileşme sağladık. Elde edilen skorlar doğrultusunda tedarikçilerimizi destekliyoruz. Tüm tedarik süreçlerimize sürdürülebilir satın alma kriterlerini sistematik biçimde entegre etmeye devam ediyoruz.

■ Önümüzdeki dönemde Euroko Sigorta’nın sürdürülebilirlik alanındaki öncelikli hedefleri neler olacak?

Önümüzdeki dönemde Euroko Sigorta olarak odağımız; iklim

risklerini daha derinlemesine analiz etmek, sürdürülebilir ürün ve hizmetlerimizi yaygınlaştırmak ve veri temelli karar alma kültürünü daha da güçlendirmek olacak. İklim risklerini uzun vadeli finansal dayanıklılığımızın ve büyüme stratejimizin ayrılmaz bir parçası olarak ele alıyoruz. Bu doğrultuda, CSRD ve TSRS uyum sürecini bir raporlama zorunluluğu olarak değil; şirket dönüşümümüzü hızlandıran stratejik bir fırsat olarak konumlandırıyoruz. Bu süreci, risk yönetimi, yönetim ve iş modellerimizi daha sağlam bir zemine oturtmak için bir kaldıraç olarak kullanacağız. Kendi iş operasyonlarımızda 2030’a kadar karbon nötr olmayı, yatırım portföyü-

müzü 2040’a kadar karbon nötr hâle getirmeyi, sigorta portföyümüzü ise 2050’ye kadar karbon nötr seviyeye taşıyacağız.

■ Sektörünüzdeki diğer kuruluşlara sürdürülebilirlik yolculuklarında neler önerirsiniz?

Sürdürülebilirlik yolculuğunda en önemli adım, cesaretle ama plansız değil; net hedefler ve ölçülebilir bir yol haritasıyla ilerlemek. Gerçekçi planlar yapmak, bu planlara bağlı somut hedefler belirlemek ve ilerlemeyi düzenli olarak ölçmek gerekiyor. Bu nedenle Euroko Sigorta’da biz sürdürülebilirliği, net planlar; zaman tanımlı hedefler ve performans göstergeleriyle yönetiyoruz. Belirlediğimiz hedefleri ne ölçüde hayata geçirdiğimizi düzenli olarak takip ediyor, bu sonuçları şeffaflık ilkesi doğrultusunda çalışanlarımızla paylaşıyoruz. Böylece sürdürülebilirliği tüm organizasyonun sahip çıktığı bir yönetim pratiği haline getiriyoruz. Bu yolculukta üst yönetim, çalışan katılımı ve şeffaflık vazgeçilmez unsurlar. Sürdürülebilirliği bir rekabet alanı olarak değil, ortak bir sorumluluk olarak görmek gerekir.

Merhaba Ben Eury!

Eureko Sigorta'nın dijital asistanıyım.
Sana sigortacılıkla ilgili pek çok konuda
online olarak hızlı bir şekilde
yardımcı olabilirim.



0850 222 66 60
numaralı WhatsApp hatından ulaşabilirsiniz.

Ayrıntılı bilgi için
www.eurekosigorta.com.tr adresini ziyaret ediniz.

eureko
sigorta

AB'nin %90 emisyon azaltımı hedefi kabul edildi

■ Avrupa Parlamentosu, 2040 yılına kadar emisyonları %90 oranında azaltma hedefini onayladı. Kağıt üzerinde devrim niteliğinde görünen bu kararın ardındaki "karbon kredisi" ve "iki yıllık inceleme" gibi esneklik payları, hedefin ne kadar gerçekçi olduğunu sorguluyor. Görünen o ki, Avrupa Birliği, iklim liderliği koltuğunu kimseye kaptırmamaya niyet etmiş! Avrupa Parlamentosu'nda yapılan oylamada, 2040 yılına kadar sera gazı emisyonlarını %90 oranında (1990 seviyelerine kıyasla) azaltmayı öngören yasa değişikliği 226'ya karşı 413 oyla kabul edildi. Bu, 2050'deki "net sıfır" hedefine giden yolda en kritik virajlardan biri olarak görülüyor.



Çin, küresel enerji dengelerine meydan okuyor!



■ Çin, son dört yıl içinde enerji üretim altyapısını benzeri görülmemiş bir hızla genişletti. Eklenen yeni kapasitenin büyüklüğü, tek başına ele alındığında ABD'nin toplam elektrik sistemine yaklaşan bir ölçeğe ulaşıyor. Bu tablo, küresel enerji dönüşümünün ağırlık merkezinin giderek Asya'ya kaydığını gösterirken, sürdürülebilirlik açısından da karmaşık bir denklem ortaya koyuyor. Bu büyük genişlemenin önemli bir kısmı rüzgâr ve güneş gibi yenilenebilir kaynaklara dayanıyor. Çin, bugün dünyada en fazla güneş ve rüzgâr enerjisi kapasitesi kuran ülke konumunda. Devasa güneş tarlaları, offshore rüzgâr santralleri ve bunları besleyen iletim altyapıları, düşük karbonlu enerji üretimi açısından küresel ölçekte kritik bir rol oynuyor.

10 trilyon dolarlık yeşil sınav!

■ Küresel finans dünyası, sürdürülebilirlik kavramını artık sadece bir sosyal sorumluluk projesi değil, devasa bir yatırım iştahı olarak görüyor. Morgan Stanley'nin son raporuna göre, Avrupa Birliği'nin SFDR düzenlemesi altındaki "Madde 8" ve "Madde 9" kapsamındaki fonların toplam büyüklüğü 10 trilyon doları geçti. Bu rakam, sürdürülebilir yatırımların artık ana akım finansın kalbine yerleştiğinin en somut kanıtı. Ancak bu zafer sarhoşluğunun ortasında şu insani soruyu sormadan edemiyoruz: Yatırımcılar gerçekten dünyayı kurtaran projelere mi para yatırıyor, yoksa sadece "Madde 8" etiketli güvenli limanlarda mı toplanıyor? Finansal piyasaların bu devasa büyümesi, çevresel bir iyileşmeye mi yoksa teknik bir sınıflandırma başarısına mı işaret ediyor?



ATIK PİLLERİNİZİ GERİ DÖNÜŞTÜRÜN GELECEĞİMİZ İÇİN BÜYÜK BİR FARK YARATIN!



TASINABİLİR PİL
ÜRETİCİLERİ VE
İTHALATÇILARI
DERNEĞİ



VARTA

YARIN İÇİN GERİ DÖNÜŞTÜR



İZMİR TİCARET ODASI YÖNETİM KURULU BAŞKANI | MAHMUT ÖZGENER

YENİLENEBİLİR ENERJİDE TÜRKİYE’NİN ÖNCÜSÜYÜZ

“İzmir, yenilenebilir enerji alanında Türkiye’nin öncü şehirlerinden. Geleceğin enerji sistemlerine bugünden hazırlanmak amacıyla yeşil hidrojen gibi yenilikçi ve çevre dostu enerji türlerine odaklanıyoruz.”

■ Nüşet Çamuşoğlu

Yeşil dönüşümün küresel ölçekte hız kazandığı bir dönemde, ticaret odalarına düşen görev üyelerine rehberlik etmek ve dönüşüme öncülük etmek. İzmir Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Mahmut Özgener, Yeşil İş Platformu Dergisi’ne verdiği bu röportajda; çevreye duyarlılık odağında hayata geçirilen projeleri, “Model Oda” vizyonunu ve İzmir’i sürdürülebilir ticaret ve yatırım merkezi yapma paylaştı.

■ Yeni temel değerleriniz arasında yer alan “çevreye duyarlılık”, oda çalışmalarınıza nasıl yansıyor?

Dünya genelinde salt ekonomik büyümenin yeterli olmadığı, sosyo-ekonomik anlamda gelişmenin

ve çevreye duyarlılığın da büyük önem taşıdığı bir dönemden geçiyoruz. Yeşil dönüşüm süreci ile birlikte üyelerimizin karbon azaltım stratejilerini belirlemeleri, tedarik zincirinde sürdürülebilir uygulamaları hayata geçirmeleri ve çevre dostu üretim teknolojilerine yatırım yapmaları önem arz ediyor. Bu dönüşüm sürecinde firmaların desteklenmesi için, yeşil finansman kaynaklarına erişimin kolaylaştırılması ve yeşil sertifikasyon sistemlerinin yaygınlaştırılması ve öncelik verilmesi gerekiyor.

Kentimiz, yenilenebilir enerji alanında Türkiye’nin öncü şehirlerinden. Sahip olduğumuz yüksek güneş ve rüzgâr enerjisi potansiyelinin yanı sıra, yenilenebilir enerji kaynaklarını çeşitlendirmek ve geleceğin enerji sistemlerine bugünden hazırlanmak amacıyla yeşil hidrojen gibi yenilikçi

ve çevre dostu enerji türlerine de odaklanıyoruz. Odamız bünyesinde faaliyet gösteren Temiz Enerji Çalışma Komitesi’nin önerileri ve Odamızın girişimleriyle WENERGY Temiz Enerji ve Teknolojileri Fuarı’nı kentimize kazandırdık.

■ WENERGY Temiz Enerji ve Teknolojileri Fuarı ile ilgili yaptığınız çalışmalarından bilgi paylaşabilir misiniz?

Temiz enerji alanındaki yüksek potansiyelimizi de dikkate aldığımızda, bu fuarı geleceğimiz adına sorumluluk üstlenen bir etkinlik olarak değerlendiriyoruz. Ayrıca, iklim değişikliğine karşı İzmir ekosisteminde KOBİ’lerin kırılganlıklarını belirlemek, belirlenen riskler doğrultusunda sektörel yol haritaları hazırlamak amacıyla, İzmir Ekonomi

Üniversitesi ve İzmir Kalkınma Ajansı ile iş birliği içerisinde çalışmalar yürütüyoruz. İlk olarak, "İzmir Tekstil Sanayinin Yeşil Mutabakata Hazırlık Seviyesinin Tespiti ve Alınacak Önlemler Araştırması Sonuç Raporu"nu hazırladık. Bu çalışmalarımıza farklı sektörlerle devam edeceğiz. Temelleri 2024 yılında atılan İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzelbahçe Kampüsü'nü bu yıl içerisinde hizmete almayı planlıyoruz. Üniversitemizin yeşil dönüşümde rol model olacağı kanaatindeyiz.

Çevresel zararları minimize eden, yeşil tarım uygulamalarıyla uyumlu, kaynakları etkin bir şekilde kullanan tarım üretimini geliştirmek için kentimizdeki paydaşlarımızla birlikte Tarıma Dayalı İhtisas Organize Tarım Bölgelerini hayata geçirdiğimizi de belirtmek istiyorum. Bu projelerin her biri başlı başına iyi uygulamaların örneği olacağına inanıyoruz.

■ Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları doğrultusunda "Model Oda" vizyonunuz, İzmir iş dünyasında nasıl bir dönüşüm yaratmayı hedefliyor?

2024 yılında Odamızın Kurumsal Karbon Ayak İzini hesaplamaya başladık. Bunu yapan ilk Ticaret Odası

İklim değişikliğine karşı İzmir ekosisteminde KOBİ'lerin yol haritaları hazırlamak amacıyla, İzmir Ekonomi Üniversitesi ve İzmir Kalkınma Ajansı ile iş birliği içerisindeyiz.

olmaktan memnuniyet duyuyoruz. Üyelerimize öncülük etmek amacı ile çıktığımız bu yolda, çalışmalarımızı detaylandırarak sürdürdük. 2025'in son günlerinde gerçekleşen denetim ile Oda olarak "Kurumsal Karbon Ayak İzi" hesabımızın ISO 14064 Standardına uygunluğu TOBB MEYBEM tarafından doğrulandı. Bu noktada, başarının tek seferlik değil "sürdürülebilir" olmasının önemini bir kez daha vurgulamak istiyorum.

Pek çok platformda dile getirdiğimiz bu çalışmanın üyelerimize ilham vermesini temenni ediyorum.

Türkiye genelinde sayısı 11'e ulaşan Model Fabrikalardan bir tanesi İzmir'de çalışmalarını sürdürüyor. Odamızın da kurucuları arasında yer aldığı İzmir Model Fabrika'nın uygulamalı eğitim modeli olan "Öğren & Dönüş" programı kapsamında firmalar, yalın üretim tekniklerini teoride öğrenmenin ötesine geçerek, doğrudan kendi üretim hatlarında uygulama fırsatı buluyor. Proje bazlı uygulamaların yürütülmesiyle de daha kapsamlı dönüşüm süreçleri deneyimlenebiliyor. İzmir Model Fabrika üretim işletmelerine verdiği danışmanlık hizmetleri ile verimlilik, fabrika yerleşim düzeni, üretim yönetimi, süreç analizleri başta olmak üzere çeşitli alanlarda performans iyileştirme projeleri gerçekleştiriyor.

■ İzmir'i ticaret ve yatırım merkezi yapmak için şu anda hangi projelere ağırlık veriyorsunuz?

2026 yılını, kentimizde uzun süredir takip ettiğimiz projelerimizin hayata geçeceği yıl olarak tarifi ediyoruz. Kemalpaşa Lojistik Merkezi projemiz, İzmir Alsancak, Aliğa Liman bağlantıları ile Batı Anadolu





İzmir Ekonomi Üniversitesi Güzelbahçe

ve tüm Türkiye'ye hizmet verecek nitelikte bir proje. Kombine taşımacılığı teşvik etmesi, konteyner yükleme ve boşaltma faaliyetlerini iyileştirmesi, Alsancak Liman sahasının konteyner stok sahası olarak kullanımına alternatif yaratılması, kent içinde tehlike arz eden konteyner park sahalarını bölgeye taşınması, TIR ve kamyon sirkülasyonunu azaltması, demiryolu taşımacılığını artırması, gümrük ve lojistik hizmetlerinde operasyon hızını ve verimliliğini artırması, işletme maliyetlerini düşürmesi gibi nedenlerle Kemalpaşa Lojistik Merkezi'nin kentimize büyük bir değer katacağını düşünüyoruz.

Türkiye'nin ikinci büyük tarım üssü olan İzmir'de tarım ve gıdada kendi kendine yetebilmenin, iyi tarımın ve gıda güvenliğinin artık bir

zorunluluk haline geldiğini görüyoruz. Bu kapsamda kentimizde yapılmı devam eden tarıma dayalı ihtisas organize sanayi bölgelerimizi çok önemsiyoruz. İzmir Ticaret Odası olarak hedefimiz; tarımı geleneksel sınırlarının ötesine taşıyan, gençler için cazip bir üretim alanına dönüştüren ve kenti gıda arz güvenliğinde güçlü bir merkez haline getiren bir ekosistem oluşturmak.

■ Önümüzdeki dönem için planlarınız nelerdir?

2026 Eylül ayında faaliyete geçmesini planladığımız, Avrupa'nın en büyük teknolojik sera kümelenmelerinden birisi olacak olan Dikili Organize Tarım Bölgesi'nde dörtte üçü kadın olmak üzere dört bin kişiyi istihdam yaratmayı hedefliyoruz.

İzmir Ticaret Odası bünyesinde faaliyet gösteren Temiz Enerji Çalışma Komitesi'nin önerileri ve Odamızın girişimleriyle WENERGY Temiz Enerji ve Teknolojileri Fuarı'nı kentimize kazandırdık.

Bölgede toplam 47 fabrika ve 1.800 dönümlük alanda 50 sera yatırımı gerçekleştirmeyi de amaçlıyoruz. Odamızın özel önem verdiği projeler arasında yer alan Torbalı Karma ve Mobilya OSB'de, mobilya sektörüne tahsis edilen 626 bin metrekaarelik alanın imar planları onaylandı, süreç planlandığı şekilde ilerliyor.

"Türkiye'de tek, dünyada ilk" sloganı ile çalışmalarına hız verdiğimiz Kınık Organize Tarım Bölgesi'nde (Tohum, Fide ve Tıbbi Aromatik Bitkiler İhtisas OTB), yatırımcı parsellerinin satışına başlandı ve altyapı ihalesi başarıyla tamamlandı. Projemizle, sertifikalı tohum üretimi, kümelenme modeli, modern ve sürdürülebilir tarım uygulamaları ile özellikle kadın istihdamı başta olmak üzere bölgesel kalkınmaya katkı sağlamayı hedefliyoruz.

İzmir'in süs bitkileri potansiyelini ve buna dayalı sanayisini azami ölçüde değerlendirmek, üretilen ürünlerin katma değerini yükseltmek, süs bitkileri seracılık tarımının gelişmesini sağlamak ve teknolojik tarım uygulamalarını yaygınlaştırmak amacıyla hayata geçirelecek olan İzmir Bayındır Tarıma Dayalı İhtisas Çiçekçilik Organize Sanayi Bölgesi'nde de alt yapı çalışmalarımız devam ediyor.

Yeşil Dönüşüm Mentorluğu Programı

İzmir Ticaret Odası olarak ulusal çapta bir ilke imza atarak 2024 yılında "Yeşil Dönüşüm Mentorluğu" eğitim programını uygulamaya aldık. 3 ay süren ve toplam 10 modülde gerçekleşen, 24 işletmeden 26 katılımcının yer aldığı, eğitimimiz ulusal ölçekte bir Ticaret Odası tarafından düzenlenen bu denli kapsamlı ve uzun süreli ilk eğitim programı oldu.

İzmir Ekonomi Üniversitemizin kıymetli akademisyenlerinin yer aldığı programda yeşil dönüşümün temellerinden başlayarak Yeşil Dönüşüm Mentorluğu kavramına ve işletmeler için dönüşümün önemine kadar geniş perspektif sunuldu. Atık yönetimi ve döngüsel ekonomi uygulamalarıyla Avrupa Yeşil Mutabakatı kapsamında uygulamaya alınan çevresel düzenlemelerin işletmeler üzerindeki etkilerine odaklanıldı, enerji verimliliği uygulamaları ve yeşil tedarik zinciri yönetimi gibi konular ele alındı. "Yeşil Dönüşüm Mentörü" sertifikalarını alan katılımcılarımızın işletmelerindeki yeşil dönüşüm süreçlerine liderlik edişlerini memnuniyetle izliyoruz.



PRİZMADAN YANSIYAN

Dr. Kubilay Kavak

“Türkiye’nin adıyla
anılacak COP31’de
doğru/uygun
temaların öne
çıkartılması, istişare
mekanizmalarıyla
mümkün. Somut
adımların atılması
öncelik arz
etmektedir.”

2024 yılında Bakü’de düzenlenen COP29 esnasında ABD’nin eski Başkan Yardımcısı Al Gore, önce Zirve’deki konuşmasında (15 Kasım) hükümetleri eleştirmiş, daha sonra basına verdiği mülakatlarla Taraflar Konferansı (COP) toplantılarının sulanması riskine dikkat çekmiştir.¹ Daha o dönemde söz konusu beyanatu bir işaret fişeği gibi değerlendiren bu satırların yazarı, -hemen yarın değilse bile belli bir vadede- iklim yönetiminde yeni bir modelin devreye girebileceğini düşünmektedir ve bu yönüyle COP31’in bir dönüm noktası olabileceğini öngörmektedir.

Neler tartışılıyor?

ABD’nin Paris Anlaşması ile sınırlı kalmayıp UNFCCC’den ve Birleşmiş Milletler’in çevreyle ilgili tüm girişimlerinden çekilmesi, bu kurumlara sağladığı fonları durdurması, iklim çabalarında yeni yönetim modellerine duyulan ihtiyacı belirginleştirmiştir. Metnin ruhunu koruma gayesiyle birazcık uzun tutulan aşağıdaki alıntı, bu alandaki arayışların yönüne dair çok anlamlı ipuçları içermektedir:

“Dünya Ekonomik Forumu’nun son toplantısında Kanada Başbakanı Mark Carney, kurala dayalı küresel sistemde bir yarılma ve büyük güçlerin karşılığına dönüş meydana geldiğini beyan etti. Kural bazlı küresel sistemin ölümü henüz kesin olmamakla birlikte, büyük oranda ABD’deki Trump hükümetinden kaynaklanan mevcut karmaşa, iklim değişikliğine karşı üretilecek küresel cevap üzerinde derin etkilere sahip olma potansiyeli taşıyor. (...) Maalesef iklim politikası çalışmalarıyla ilgili

bildiğimiz şeylerin pek çoğu, görece istikrarlı olan kural bazlı bir sisteme dayanıyordu. Ne kadar sorunlu da olsa bu sistem, UNFCCC ve Paris Anlaşması gibi kurumları getirmişti. Yine bu sistem; enerji teknolojilerinin ticaretini, kamusal ve özel finansmanla ilgili iş birliği anlaşmalarını, devletin ve STK’ların nasıl etkileyeceğine yönelik parametreleri tayin etmişti. (...) Şimdi ABD yine gitti. Belki diğer dik kafalı hükümetler de çok taraflı iklim çabalarında devre dışı bırakılmalı ve sadece adım atmaya niyeti olanlarla ilerlenmeli. (...) Kural bazlı küresel sistem iklim değişikliğiyle baş etmeyi ve adaleti yerine getirmeyi sağlamıyordu. Belki de bu düzenin bozulması, iklim değişikliğine karşı adil ve etkili bir küresel cevap üretmeye yönelik daha güçlü temellerin atılması için bir fırsat sunmaktadır.”²

Yakınlardaki bir sayısında Financial Times’in, Birleşmiş Milletler’in iş dünyası liderlerini küresel iklim tartışmalarına tekrar dâhil etmenin yollarını aradığını yazması da dikkat çekici bir gelişmedir. Gazeteye göre zirve süreci, taahhütlere daha az odaklanan ve daha fazla yatırım imkânı getirecek yeni bir döneme girmek üzeredir.³

İşte tam bu noktada, COP31’in Avustralya ve Türkiye’nin koordinasyonunda düzenlenecek olması, ayrı bir anlam taşımaktadır. Okurlar Türkiye’yi ve burada süregiden tartışmaları zaten bildikleri için, Avustralya için kısa bir parantez açmak zaruridir.

Avustralya: İlginç bir kıta

Birleşik Krallık’ın sömürgeleştirdiği bir kıtada kurulan, halen İngiltere liderliğindeki- Commonwealth’in üye-

COP31: İklim yönetiminde yeni eşik

si olan, 2. Dünya Savaşı'ndan sonra ABD ile stratejik işbirliği tesis eden ve 20. yüzyılda Çin ile yapıcı ekonomik ilişkiler geliştiren Avustralya, coğrafyası ilginç ve politik angajmanları derin bir ülkedir.

Bir ucundan diğerine farklı iklim hatlarının (tropikal yağmur ormanları, kavurucu çöller, devasa bozkırlar, karlı dağlar) görüldüğü, toplam 7,5 milyon kilometrekare alana sahip Avustralya, yüzölçümü bakımından dünyanın 6. büyük ülkesidir. Yaşamaya elverişli yerler ağırlıklı kıtanın okyanuslara bakan sahil kısımlarıdır ve "Outback" denilen iç ücra kesimleri (ülkenin %70'i) büyük oranda hâlen yerleşimsizdir. Her yerden uzaktaki ülkenin kuzeydoğusundan ABD'ye mesafesi 11.500, batısından Afrika kıtasına mesafesi 8.000, en yakın komşusuna (Yeni Zelanda'ya) uzaklığı ise 2.000 kilometredir.⁴

Avustralya'da çevreci hareketlerin tarihi 1880'lere kadar uzanmaktadır ve bunun haklı tarihi gerekçeleri vardır. Çevreci hareketlerin siyasi bir nitelik kazanması ise 1970'lerde başlamıştır. Dolayısıyla ülkede iklim değişikliği meselesi uzunca bir süredir gündemdedir. 2019-2020 yıllarında 8 ay boyunca süren ve yaklaşık 8 milyon hektar alanı (Türkiye'deki Ege Bölgesi kadar bir alanı) kapsayan orman yangını, ülkedeki iklim duyarlılığını artıran kritik bir dönemeç olmuştur.

2025 yılındaki bir araştırmada; Avustralya'da küresel ısınmanın ciddi ve acil bir sorun olduğunu düşünüp "Yüksek maliyetlere yol açsa bile şimdiden adım atmalıyız" diyenlerin oranı %51, "Küresel ısınma sorunu çözülmeli, ancak onun etkileri kademeli olacağından biz de

sorunu aşamalı ele almalı ve düşük maliyetli adımlar atmalıyız" diyenlerin oranı %33 ve "Küresel ısınmanın sahiden bir sorun olduğundan emin olana kadar mali yük getirecek hiçbir adım atmamalıyız" diyenlerin oranı %15 olarak tespit edilmiştir.⁵ Bu sonuçlar, ekonomik aktörlerin ve politikacıların tutumlarından bağımsız olarak, vatandaşların büyük çoğunluğunun iklim değişikliğiyle mücadele adımlarını desteklediğini göstermektedir.

İklim değişikliği tartışmalarında halkın yönelimi bu şekilde olmakla birlikte, siyasi ve ekonomik aktörlerin tutumu benzer bir yoğunlaşma ve homojenizasyon içinde değildir. 2025'te Avustralya'nın sera gazı emisyon hedefleri müzakere edilirken ortaya çıkan çekişme, özellikle güçlü bir eylem seti öneren Climate Council (İklim Konseyi) ile iddialı hedeflerin ekonomik maliyetlerine vurgu yapan Business Council of Australia (Avustralya İş Dünyası Konseyi) arasındaki gerilim, enerji ve maden endüstrilerinin baskın rolüyle ve Avustralya milli gelirindeki yüksek payıyla doğrudan ilişkilidir. Kömür, altın, demir, kurşun, çinko, uranyum, lityum ve diğer birçok maden rezervi bakımından dünyanın en ön sıralarında yer alan, LNG formunda doğal gaz ihracatıyla (iç üretimin yaklaşık beşte dördü) Asya pazarındaki en önemli oyuncu konumunda bulunan Avustralya'da; Shell, BP, Woodside gibi küresel enerji devleri, küresel metal ve madencilik markası Rio Tinto, demir ve bakır cevherinde dünya devi olan BHP, Asya pazarını besleyen metalürjik kömür ihracatçısı Whitehaven Coal gibi yapılar karar alma süreçlerinde hayli etkilidirler.

Olası tema başlıkları

İklim yönetiminde yeni modellerin küresel tartışma gündemine girdiği bir aşamada, çok renkli bir kıta (ve birbiriyle çatışan çok faktörlü bir ekonomi) olan Avustralya ile gelişmiş-az gelişmiş ülkeler arasında köprülük yapma potansiyeli bulunan Türkiye'nin koordinasyonunda düzenlenecek COP31'de, çok çeşitli konuların masaya yatırılması ihtimali mevcuttur. İklim finansmanından biyoçeşitliliğe, iklim değişikliğine uyum faaliyetlerinden döngüsel ekonomiye kadar birçok konudan hangisinin bu konferansta öne çıkacağı ise önümüzdeki aylarda yürütülecek müzakerelerde belirginleşecektir. Türkiye'nin adıyla anılacak bu konferansta doğru/uygun temaların öne çıkarılması ise, ancak hızla hayata geçirilecek istişare mekanizmalarıyla mümkün olabilecektir. Bu konuda somut adımların atılması öncelik arz etmektedir.

Dipnotlar

1) Robert Hodgson; "Al Gore calls for reform of COP climate process", *Euronews*, 15 Kasım 2024.

2) Matthew Hoffmann; "Addressing climate change without the rules-based order", *The Conversation*, 2 Şubat 2026.

3) *Financial Times*; "UN climate summit to woo business investment as Turkey takes the baton", 12 Şubat 2026.

4) Tim Robbins; *The Power of Geography: Ten Maps That Reveal the Future of Our World*, Elliot&Thompson Limited, Londra, 2021, ss.4-6.

5) Ryan Neelam; *Lowy Institute Poll - 2025 Report*, "Climate Change and Energy", 16 Haziran 2025.

Ergene Havzası'nda dijital dönüşüm: Tekstilde su ayak izini azaltan stratejik adım

Ayyıldız Dokuma, dijital tekstil baskısına geçiş yaptı ve Epson Monna Lisa 64000 teknolojisini üretim hattına entegre eden ilk fabrika oldu.

Tekstil sektörü, su ve enerji tüketimi açısından en yoğun üretim alanlarından biri olarak uzun yıllardır sürdürülebilirlik tartışmalarının merkezinde yer alıyor. Özellikle üretim yoğunluğu yüksek bölgelerde, geleneksel baskı tekniklerinin yarattığı çevresel yük hem regülasyonlar hem de küresel markaların tedarik zinciri kriterleri nedeniyle daha görünür ve ölçülebilir hale geliyor.

Türkiye'nin önemli tekstil üretim merkezlerinden biri olan Tekirdağ Ergene Havzası da bu dönüşüm ihtiyacının en net hissedildiği bölgelerden biri. Su kaynakları üzerinden baskının giderek arttığı bu coğrafyada faaliyet gösteren Ayyıldız Dokuma, üretim süreçlerini yeniden yapılandırarak dijital tekstil baskısına geçiş yaptı ve Epson Monna Lisa 64000 teknolojisini üretim hattına entegre eden ilk fabrika oldu.

Bu yatırım, yalnızca bir makine değişimi değil; su kullanım yoğunluğu yüksek geleneksel baskı süreçlerinden pigment bazlı

dijital baskıya geçişle birlikte daha kontrollü, ölçülebilir ve kaynak verimliliği odaklı bir üretim modeline geçiş anlamı taşıyor.

Geleneksel tekstil baskı yöntemlerinde baskı sonrası yıkama, sabitleme ve kimyasal işlemler üretim zincirinin önemli bir bölümünü oluşturuyor. Bu süreçler yüksek su tüketimi yaratırken aynı zamanda enerji kullanımını ve operasyonel karmaşıklığı da artırıyor. Artan enerji maliyetleri ve su kısıtları, tekstil üreticilerini daha verimli teknolojilere yönelmeye zorluyor.

Pigment bazlı dijital baskı ise bu noktada alternatif bir üretim yaklaşımı sunuyor. Epson'un Monna Lisa 64000 modeli, pigment mürekkep teknolojisi sayesinde baskı sonrası su yoğun yıkama işlemlerini ortadan kaldırarak üretim sürecini sadeleştiriyor. Böylece yalnızca su tüketiminde azalma sağlanmıyor; aynı zamanda süreç kontrolü, kalite standardizasyonu ve üretim öngörülebilirliği de artıyor.

64 PrecisionCore baskı kafası ile yüksek hız ve istikrarlı kalite performansı sunan sistem, doğal elyaf üzerinde canlı, detaylı ve kalıcı baskı elde edilmesini mümkün kılıyor. Uzun ömürlü baskı kafası yapısı ve geniş renk gamı sayesinde üretim sürekliliği destekleniyor.

Ayyıldız Dokuma, Türkiye'de bu sistemi kuran ve aktif olarak kullanan ilk firma olarak üretim standardını hem kalite hem de sürdürülebilirlik açısından yeniden tanımladı.

Francesco Nozza

Epson Como Printing
Technologies Yöneticisi



Süreç yönetimi: Sürdürülebilirlik

Ayyıldız Dokuma Kurucu Ortağı Emre Oğlu, sürdürülebilirliği yalnızca çevresel bir söylem olarak değil, toplam üretim süreçlerinin yeniden yapılandırılması olarak ele aldıklarını vurguluyor. Özellikle Ergene Havzası'ndaki su hassasiyeti, şirketin pigment bazlı dijital baskıya yönelmesinde belirleyici bir unsur olduğunu vurgulayan Emre Oğlu, Epson Monna Lisa 64000 yatırımı sonrasında daha uzun süreli, kesintisiz üretim, daha stabil kalite standardı, numune hazırlamada hız artışı, su ve enerji tüketiminde düşüş elde ettiklerini belirtiyor.

Bu dönüşüm, sürdürülebilirlik ile rekabetçi üretim arasında bir çelişki olmadığını gösteren önemli bir örnek niteliği taşıyor.

Avrupa başta olmak üzere küresel moda ve perakende markaları, tedarik zincirlerinde çevresel performansını daha yakından izlemeye başladı. Su tüketimi, enerji kullanımı ve üretim şeffaflığı gibi kriterler artık yalnızca kurumsal sosyal sorumluluk başlığı değil; ticari iş birliği koşullarının bir parçası haline geliyor.

Üretiminin %80'ini başta Avrupa olmak üzere 40'tan fazla ülkeye ihraç eden Ayyıldız Dokuma için bu yatırım, yalnızca çevresel bir iyileştirme değil; aynı zamanda küresel pazarda rekabet avantajı sağlayan stratejik bir konumlanma anlamı taşıyor.

Dijital tekstil baskısına geçiş,



koleksiyon döngülerinin kısaldığı, küçük lot üretim ihtiyacının arttığı ve sürdürülebilirlik kriterlerinin tedarik zincirinde belirleyici hale geldiği bir dönemde esnek, hızlı ve öngörülebilir üretim modeli sunuyor.

Çevre odaklı teknoloji vizyonu

Yeni nesil tasarımcılar ve üreticiler, daha az kaynak kullanımı ve daha esnek üretim modellerine odaklanıyor. Dijital tekstil baskı teknolojileri, geleneksel yöntemlere kıyasla daha az su ve enerji tüketimi sayesinde sürdürülebilir üretim için önemli bir araç olarak konumlanıyor.

Epson Como Printing Technologies Yöneticisi Francesco Nozza ise dijital baskı teknolojilerinin yalnızca verimlilik değil, aynı zamanda sorumlu üretim için de kritik bir araç olduğunu belirtiyor:

“Epson'da sürdürülebilirlik, teknolojinin üzerine eklenen bir iletişim katmanı değil; mühendislik

yaklaşımımızın temel bir parçasıdır. Monna Lisa 64000 platformu, tekstil üreticilerinin su yoğun süreçleri azaltmalarına, üretim istikrarını artırmalarına ve daha sorumlu endüstriyel uygulamalara geçiş yapmalarına destek olmak üzere tasarlandı.

Ergene Havzası'nda Ayyıldız Dokuma ile gerçekleştirdiğimiz iş birliği, pigment bazlı dijital baskının çevresel öncelikleri ve rekabetçi üretimi aynı anda destekleyebileceğini gösteriyor. Bu yatırım, yalnızca teknolojik bir yenileme değil; daha akıllı ve sürdürülebilir tekstil üretimine doğru yapısal bir dönüşümdür.”

Ayyıldız Dokuma ve Epson iş birliği, Türkiye tekstil sektöründe dijital baskının çevresel ve operasyonel dönüşüm yaratma potansiyelini somut bir vaka üzerinden ortaya koyuyor. Bu model, yalnızca tek bir fabrikanın dönüşümü değil; su kıtlığı ve sürdürülebilir üretim baskısının arttığı bölgelerde tekstil sanayisinin nasıl evrilebileceğine dair güçlü bir örnek sunuyor.

Teknoloji yatırımı ile çevresel sorumluluğun kesiştiği bu noktada, dijital tekstil baskısı yalnızca bir üretim tercihi değil; geleceğin tekstil endüstrisine dair stratejik bir yönelim olarak öne çıkıyor.



EPSON®

“

Başarıyı;
sürdürülebilirlik,
toplumsal katkı
ve kalıcı değer
üretimini kapsayan
bütünsel bir vizyon
olarak görüyorum.
Bu perspektifle
Reis Gıda'yı
geleceğe taşımaya
odaklanıyorum.”



REİS GIDA YÖNETİM KURULU ÜYESİ | IŞILAY REİS YORGUN

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK BÜTÜNSEL BİR VİZYON

Nüşet Çamuşoğlu

4 5 yıllık köklü geçmişiyle Türkiye'nin bakliyat sektöründeki öncü markalarından Reis Gıda, üretimden ihracata uzanan yolculuğunu sürdürülebilirlik odağında şekillendiriyor. Şirketin ikinci kuşak temsilcisi ve Yönetim Kurulu Üyesi Işıl Reis Yorgun; Yeşil İş Platformu Dergis'ne verdiği röportajda sürdürülebilir tarım uygulamalarını, kadın çiftçilerle yürütülen projeleri, iklim krizine karşı geliştirilen yol haritasını ve iş dünyasında kadın liderliğinin dönüştürücü gücünü konuştuk.

■ Öncelikle sizi ve ekibinizi tanıyabilir miyiz?

Ben Işıl Reis Yorgun. Reis Gıda'da ikinci kuşak temsilci ve Yönetim Kurulu Üyesi olarak görev yapıyorum. Bu yıl 45. kuruluş yılını kutlayan şirketimizde üretim, ticaret ve değer odaklı büyüme anlayışını esas alarak çalışmalarını sürdürüyorum. Aldığımız her karar ticari hedeflerin ötesinde, kuşaklar arası sorumluluk ve sürdürülebilir değer yaratma anlayışıyla ele alıyoruz. Eğitim ve yüksek lisans sürecimin ardından

bir dönem gazetecilik yaptım. Bu deneyim, analiz gücümü, stratejik bakış açımı ve iletişim yetkinliğimi geliştirmemde önemli rol oynadı. Ardından Reis Gıda'da tam zamanlı olarak görev almaya başladım. Üretimden lojistiğe, muhasebeden finansa kadar farklı departmanlarda aktif sorumluluk üstlenmem, bugün yürüttüğüm görevde bütüncül bir yönetim perspektifi kazanmamı sağladı.

Kariyerimde insan odaklı ve sürdürülebilir büyümeyi merkeze alan bir yaklaşımı benimsiyorum. İhracat stratejilerimizi güçlendirerek markamızın uluslararası pazarlardaki konumunu daha görünür ve rekabetçi hale getirmeyi hedefliyoruz. Ticari büyümeyi sürdürülebilir tarım ve sorumlu üretim anlayışıyla birlikte ilerletmek temel vizyonumuza oluşturuyor. 2019 yılında başlattığımız Reis Bakliyat Köyleri Projesi bu yaklaşımın en somut örneklerinden biridir. Kadın çiftçilerle iş birliği içinde üretim yapılması amacıyla yürüttüğümüz bu proje ile hem kırsal kalkınmaya hem de çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamayı hedefliyoruz. Kadınların ekonomik hayata katılımını güçlendirmek ve

girişimcilik ekosisteminde daha aktif rol almalarını desteklemek benim için öncelikli başlıklardan biridir. Bu kapsamda sivil toplum ve sektör temsili alanında aktif görevler üstleniyorum. 2015 yılından bu yana KASİAD Yönetim Kurulu Üyesiyim. 2018-2022 yılları arasında İstanbul Hububat, Bakliyat, Yağlı Tohumlar ve Mamulleri İhracatçıları Birliği Yönetim Kurulu Üyeliği ve TİM Delegeeliği görevlerini yürüttüm. 2019 yılında TİM Kadın Konseyi üyeliğine seçildim.

2022 yılında İstanbul Ticaret Borsası Meclis Üyesi ve Bakliyat Ticareti Komitesi Başkanı olarak görev almaya başladım; aynı yıl TOBB Delegeesi ve TOBB Kadın Çalışmaları Kurulu Üyesi oldum. 2023 yılında TOBB İstanbul Kadın Girişimciler Kurulu İcra Komitesi Başkan Yardımcılığı görevini üstlendim. 2025 yılında ise TOBB Kadın Girişimciler Üst Kurul Üyesi olarak seçildim. Ayrıca 2021 yılından bu yana AİPA Yapay Zeka Politikaları Derneği üyesi olarak teknoloji ve yapay zeka alanındaki çalışmalara katkı sağlıyorum. Tarım sektörüne değer katmak, yerli üretimi güçlendirmek ve Türk markalarını küresel pazarlarda daha güçlü temsil etmek benim için bir sorumluluk. Reis Gıda'da üretimden kaliteye, Ar-Ge'den ihracata kadar alanında uzman bir ekiple, ortak akıl ve güçlü kurum kültürü çerçevesinde çalışmalarımıza devam ediyoruz. Evli ve iki çocuk annesiyim. Başarıyı; sürdürülebilirlik, toplumsal katkı ve kalıcı değer üretimini kapsayan bütünsel bir vizyon olarak görüyorum. Bu perspektifle Reis Gıda'yı geleceğe taşımaya odaklanıyorum.

■ İstanbul'daki üretim tesislerinizde atık yönetimi nasıl ele alınıyor? Su ve enerji verimliliği konusunda neler yapıyorsunuz?

Sürdürülebilirlik bizim için operasyonel kararların ayrılmaz bir parçasıdır. Değer zincirinin tama-

mında kaynak kullanımını optimize eden ve çevresel etkiyi yöneten entegre bir sistemle ilerliyoruz. Tarım tarafında sözleşmeli üretim modeliyle planlı ve izlenebilir bir yapı kurduk. Yerli ve sertifikalı tohum kullanımını destekleyerek hem üretim güvenliğini hem de bölgesel kalkınmayı güçlendiriyoruz. Baklagillerin toprak sağlığını destekleyen yapısı, üretimde daha dengeli ve çevre dostu bir model oluşturmamıza katkı sağlıyor. İstanbul'daki üretim tesislerimizde enerji verimliliği yüksek makine parkurları kullanıyor; performans analizleriyle tüketimi sürekli izliyoruz. Sortex teknolojisi sayesinde ürün kaybını azaltarak kaynak kullanımını optimize ediyoruz. Atık yönetiminde sistematik bir yaklaşım benimsiyoruz ve Sıfır Atık Belgesi'ne sahibiz. Geri dönüştürülebilir atıkları ayrıştırıyor ve üretim yan ürünlerini geri kazanım süreçlerine dâhil ediyoruz. Ambalaj tarafında malzeme verimliliği çalışmaları yürütürken, lojistikte

rota planlaması ve yük optimizasyonu ile yakıt tüketimini azaltıyoruz.

■ "Bereketli topraklar" ve "çiftçi emeği" kavramları Reis Gıda için ne ifade ediyor? Çiftçilere yönelik projeleriniz neler?

Reis Gıda için bereketli topraklar; üretimin yanı sıra geçmişten geleceğe uzanan bir kültürün ve sorumluluğun güçlü bir sembolüdür. Anadolu'nun binlerce yıllık üretim mirasını koruyarak geleceğe aktarmayı görev biliyoruz. "Çiftçi emeği" ise bizim için üretim zincirinin en kıymetli halkasıdır. Sofralara ulaşan her ürünün arkasında sabır, bilgi, alın teri var. Bu emeğe değer vermek; üreticinin sürdürülebilir gelir elde etmesini sağlamayı ve uzun vadeli iş birlikleri kurmayı gerektiriyor. Biz üreticilerimizi yol arkadaşları olarak görüyoruz. Bu anlayışın en somut örneği Reis Bakliyat Köyleri Projesi'dir. Bolu Çamyayla'dan Niğde'ye, Samsun Bafra'dan Ordu'ya, Silivri'den Çanakkale'ye uzanan bu



Kadınların ekonomik hayata katılımını güçlendirmek ve girişimcilik ekosisteminde daha aktif rol almalarını desteklemek benim için öncelikli başlıklardan biridir.



modelle sözleşmeli üretimi güçlendiriyor.

Kısacası; bereketli topraklar bizim için sürdürülebilirliğin zemini, çiftçi emeği ise o zemini değerli kılan güçtür. Reis Gıda olarak üretimin her aşamasında emeğe saygı duyan, toprağı koruyan ve çiftçiyle birlikte büyüyen bir modeli benimsiyoruz. Bu iki kavram şirketimizin temelini oluşturur. Anadolu'nun üretim kültürü bizim için hem ekonomik hem kültürel bir değerdir. Toprağın verimini korumak ve üreticinin emeğine hak ettiği değeri vermek, iş modelimizin merkezinde yer alır.

■ İklim değişikliğinin gıda arzına etkilerini nasıl değerlendiriyorsunuz? Yol haritanız nedir?

İklim değişikliği tarımsal üretimde belirsizlikleri artıran en önemli risk unsurlarından biridir. Artık yalnızca üretim miktarını konuşmuyoruz; üretimin sürekliliğini, dayanıklılığını ve kaynak verimliliğini de aynı

ölçüde değerlendiriyoruz. Bu yeni dönemde esnek, uyum sağlayabilen ve veriyle yönetilen bir tarım modeli büyük önem taşıyor. Reis Gıda olarak yaklaşımımızı üç temel eksen üzerine kurduk: öngörülebilirlik, adaptasyon ve dayanıklılık. Farklı coğrafyalarda üretim planlaması yaparak bölgesel riskleri dengeliyor, ürün çeşitliliğini artırarak tek bir üretim desenine bağımlılığı azaltıyoruz. Çiftçilerimizle birlikte üretim takvimlerini güncelliyor ve erken

uyarı ve teknik destek mekanizmalarını güçlendiriyoruz.

Aynı zamanda tedarik zincirinde alternatif senaryolar geliştirerek uzun vadeli iş birlikleriyle üretim sürekliliğini güvence altına alan dayanıklı bir yapı oluşturuyoruz. Hedefimiz yalnızca bugünün üretimini korumak değil, gelecek kuşakların da sürdürülebilir şekilde üretim yapabileceği bir sistem kurmaktır.

■ 2015 yılında aldığınız Yeşil Ekonomi Ödülü, sürdürülebilirlik vizyonunuzda nasıl bir dönüm noktası yarattı?

2015 yılında aldığımız Yeşil Ekonomi Ödülü, izlediğimiz sürdürülebilirlik yaklaşımının doğruluğunu teyit eden önemli bir gelişme oldu. Sürdürülebilirlik yaklaşımımız üretimden tedarike, planlamadan kaynak kullanımına kadar iş yapış biçimimizin doğal bir parçasıydı. Bu anlayış, şirket kültürümüzün temelinde yer alıyordu. Bu ödül, ekibimizi daha da motive etti ve sorumluluk bilincimizi güçlendirdi. Attığımız adımların değer görmesi, aynı kararlılıkla ilerleme irademizi pekiştirdi. Bu süreç, sürdürülebilirlik başlığında daha istikrarlı, daha bilinçli ve daha uzun vadeli bir perspektifle yol almamıza katkı sağladı. Bugün de aynı anlayışla hareket ediyoruz. Toprağa, emeğe ve kaynaklara saygı temelinde şekillenen yaklaşımımızı koruyor; üretimin her aşamasında çevresel ve toplumsal etkiyi gözetecek ilerlemeyi sürdürüyoruz.

Zorluklar kadınları güçlendirmek için var

İş hayatında kadın olmanın en belirgin zorluğu, zaman zaman aynı yetkinlik için daha fazla görünürlük ve ispat beklentisiyle karşılaşmak olabiliyor. Bu durum beni geri adım attırmadı; tam tersine daha donanımlı, daha stratejik ve daha kararlı olmaya yönlendirdi. Ben liderliği cinsiyet üzerinden değil, değer üretme kapasitesi üzerinden tanımlıyorum. Ancak şunu net olarak görüyorum: Kadınların karar mekanizmalarında daha güçlü temsil edilmesi kurum kültürünü zenginleştiriyor, risk yönetimini güçlendiriyor ve sürdürülebilirliği artırıyor. Bugün geldiğim noktada, özellikle genç kadınlara şunu söyleyebilirim: Zorluklar sizi durdurmak için değil, sizi güçlendirmek için var. Önemli olan vazgeçmemek ve kendi sesinizi korumak.

COP31 İstanbul başlangıç toplantısı

İstanbul'da gerçekleştirilen COP31 Başlangıç Toplantısı, Türkiye'nin 2026'daki dev organizasyona ev sahipliği yapma niyetini küresel kamuoyuna bir kez daha ilan etti. Ancak bu adaylık, sadece otellerin dolacağı veya diplomatik trafiğin artacağı bir etkinlikten çok daha fazlasını ifade ediyor. Bir yanda yeşil finansman arayışı, diğer yanda enerji arz güvenliği bahanesiyle süregelen karbon yoğun politikalar... COP31 adaylığı, Türkiye için bu iki uç arasındaki o meşhur paradoksu çözme fırsatı mı, yoksa sadece bir "yeşil aklama" (greenwashing) vitrini mi olacak?



Galatasaray Ödülü, Gülser Corat'ın

Galatasaray geleneği, bu yıl yapay zekâdaki toplumsal cinsiyet eşitliği çalışmalarıyla dünyada ses getiren Gülser Corat'ı onurlandırdı. Ödülün 2025 yılı teması, Galatasaray Lisesi'nin kız öğrencilere açılışının 60. yılına denk gelmesiyle "Kadınların Güçlenmesi ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliği" olarak belirlendi. Galatasaray Ödülü; popülerlikten ziyade kalıcılığı, kısa vadeli başarıdan çok uzun soluklu etkiyi esas alarak, örnek oluşturan kişi ve çalışmaları görünür kılmayı amaçlıyor.

Alarko'dan "Yeşil Yaka" mezunları

Alarko Holding, Pozitif Etki-Yeşil Yaka Programı'yla Topluluk çalışanlarına çok katmanlı bir öğrenme modeli sunuyor. Program, bu yıl Yenibirlider Derneği başta olmak üzere İstanbul Kültür Üniversitesi, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, KPMG Türkiye ve Habitat Derneği gibi kurumlarla iş birliği içinde yürütülüyor. 60'tan fazla mezun veren Pozitif Etki-Yeşil Yaka Programı, sürdürülebilirlik prensiplerinin iş yapış biçimlerine entegre edilmesine ve "Ortak Etki" çalışmalarının derinleşmesine katkı sunuyor.



Karadeniz'de koruma kalkını

Doğal afetlerin tetiklediği endüstriyel facialara karşı geliştirilen NAT-RES projesi ile Karadeniz Bölgesi'nde gelişmiş teknolojik çözümler, kapsamlı tehlike haritaları ve sağlam risk değerlendirme metodolojileri entegre edilerek dayanıklılığın artırılması amaçlanıyor. AFAD tarafından geliştirilen AFAD-EKA (Endüstriyel Kazalar Etki Alanı Modelleme) yazılımı, su kaynaklarını etkileyen tehlikeli koşulların simülasyonunu da içerecek şekilde geliştirilecek; İstanbul (Türkiye), Doğu Makedonya ve Trakya Bölgesi (Yunanistan) ve Mykolaiv (Ukrayna)'de pilot uygulamalarla hayata geçirilecek.

Kastamonu Entegre'nin ikinci 50 yıl stratejisi

6 ülkedeki 10 tesisiyle 7 milyon metreküp üretim kapasitesine sahip olan Kastamonu Entegre, dünya laminant parke üretiminin %8'ini karşılıyor. 1,7 milyar dolarlık konsolide cirosu, 330 milyon doları aşan ihracatıyla ahşap bazlı panel sektöründe büyüyen şirket, yeni dönem stratejisiyle pazar hakimiyetini artırmayı planlıyor.



Şirket, 70 milyon euroluk yatırımla 2 yıl içerisinde Türkiye'deki tüm yonga levha tesislerini geri dönüştürülmüş ve atık malzemeden üretim yapacak şekilde yapılandıracak. Toplam odun ham maddesi tüketimi içinde, sanayi atığı ve geri dönüşümlü ahşap ham madde kullanım oranının 40'ın üzerine çıkartılması öngörülmüyor.

Sürdürülebilirliğe 1 trilyon TL!



Garanti BBVA, sürdürülebilir finansman alanında bir kilometre taşına daha geride bıraktı. Garanti BBVA Genel Müdürü Mahmut Akten, değerlendirmesinde şunları söyledi: "Biz Garanti BBVA olarak sürdürülebilirliği ulaşılması gereken bir hedef değil, işimizin sebebi olarak ele alıyoruz. Geldiğimiz noktada sürdürülebilir finansmanda 1 trilyon TL eşiğini aşmamızı yatırımcılarımızın, müşterilerimizin ve diğer tüm paydaşlarımızın bize duyduğu güvenin somut bir göstergesi olarak görüyoruz."



Global arenada tescillendi

Akbank, 2025 yılına ilişkin Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ÇSY) performansını paylaştı. Akbank Genel Müdürü Kaan Gür şunları söyledi: "2025'te sürdürülebilir finansman alanında 265 milyar TL katkı sağladık. 2020 sonundan bu yana sunduğumuz sürdürülebilir finansman 681 milyar TL'ye ulaştı. Böylece 2030 için açıkladığımız 800 milyar TL hedefimize güçlü adımlarla ilerledik. ÇSY temalı ve ÇSY skorlu fonlarımızın hacmiyse 392 bin yatırımcıyla 36 milyar TL olarak gerçekleşti. Şeffaf sürdürülebilirlik anlayışımız, CDP tarafından üç ayrı alanda 'A' notu almamızla uluslararası düzeyde tescillendi."

Enerjisa Üretim'den tarihi eşik



Enerjisa Üretim, rüzgâr enerjisinde 1.000 MW kurulu güce ulaşan ilk şirket oldu. 16 rüzgâr santralinin katkısıyla aşılın bu eşik ile yaklaşık 1,7 milyon hanenin yıllık elektrik tüketimine eş değer enerji üretimi sağlanacak. Enerjisa Üretim, 2028 yılı sonu itibarıyla en az 6.250 MW

kurulu güce ulaşmayı hedefliyor. 1996'dan bu yana Türkiye'nin enerji sektöründe dönüşüme yön veren Enerjisa Üretim, YEKA projeleri, hibrit uygulamalar ve yerli teknoloji katkısıyla Türkiye'nin rüzgâr haritasını değiştiren bir etki yaratıyor.



Mavi Nefes ile denizlerde dönüşüm

Garanti BBVA'nın, DenizTemiz Derneği (TURMEPA) iş birliğiyle 2021 yılından bu yana sürdürdüğü Mavi Nefes Projesi kapsamında, 2025 yılında deniz ekosistemlerinin korunmasına yönelik somut ve bilim temelli çalışmalar yürütüldü. Marmara Denizi, Van Gölü, Göcek ve Saros Körfezi'nde yürütülen çalışmalarla, denizlerin nefes almasına katkı sağlayan çevresel, bilimsel ve toplumsal etki yaratıldı. Garanti BBVA Genel Müdürü Mahmut Akten, "Mavi Nefes ile denizlerimizin bugününü olduğu kadar, geleceğini de korumayı hedefliyoruz" açıklamasında bulundu.

Antalya'da iklim diplomasisi



COP31 Taraflar Konferansı öncesi Ankara'da kritik bir görüşme gerçekleşti. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Uluslararası Enerji Ajansı (IEA) Başkanı Fatih Birol'u kabul ettiği toplantıda, Antalya'da gerçekleşecek dev zirvenin yol haritası ve küresel enerji trendleri masaya yatırıldı. 100'den fazla devlet başkanını ağırlayacak olan Türkiye'nin, bu konferansı sadece bir ev sahipliği değil, aynı zamanda bir "iklim diplomasisi merkezi" haline getirme kararlılığı vurgulandı.

Sürdürülebilir girişimcilik masada

Sabancı Üniversitesi'nin girişimcilik ve inovasyon ekosistemini bir araya getiren SUCool Connect 2026, Altunizade Kampüsü'nde gerçekleştirildi. 2026 teması "Sürdürülebilirlik" olan SUCool Connect 2026'da yatırım, girişimcilik, akademi ve topluluk bileşenleri buluştu. 120'nin üzerinde nitelikli

katılımcının bir araya geldiği buluşmada Sabancı Üniversitesi İnovasyon ve Girişimcilik Direktörü Ziya Alpaz, "SUCool, etkileşimi artırmayı, deneyim paylaşımını güçlendirmeyi ve 2026 yılına yönelik ortak bir yön duygusu oluşturmayı hedefliyor" dedi.



Karbon nötr konaklama

Six Senses Kaplankaya, sürdürülebilir lüks anlayışına öncülük ederek misafirlerine "Karbon Nötr Oda Paketi" sunuyor. Böylece misafirlerinin konaklamaları sırasında oluşan karbon emisyonunu uluslararası standartlara uygun emisyon faktörleriyle hesaplanmasını sağlıyor ve bu emisyonu dengelemek amacıyla, emisyon azaltım projelerini destekliyor. Six Senses Sürdürülebilirlik Direktörü Yasemen Erdemir, Birleşmiş Milletler'in sürdürülebilirlik amaçlarına uyan proje ile ilgili, "Doğayı korumak bizim lüksümüz! Sürdürülebilirlik bir seçenek değil; zorunluluk" dedi.

75 YILDA TSKB ETKİSİ

KALKINMANIN DÜNÜ, BUGÜNÜ, YARINI

75 yıldır Türkiye'nin çok yönlü kalkınma yolculuğuna aktif katkı sunan bir kalkınma ve yatırım bankası olarak, yıllar içinde edindiğimiz köklü birikim ve deneyimi, ülkemizi sürdürülebilir bir geleceğe taşıyacak projelere aktarıyoruz.

Ülkemizin ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel ilerleme yolculuğunda mesafeleri kısaltmak için çalışıyor, ilk günden itibaren Türkiye'nin kalkınmasındaki TSKB etkisini, en değerli varlığımız olan insan sermayemizle büyötmeye devam ediyoruz.

Çünkü biz, ülkemizin örnek bir başarı hikâyesi yazabilmesi için kapsayıcı kalkınmanın gücüne ve birlikte başarmaya inanıyoruz.



Sevdiğim işi yapıyorum

“Her seferinde yüzümde minik bir gülümseyle gökyüzüne baktım ve sevdiğim işi yapmanın keyfini çıkardım.”

20 yılı aşkın süredir farklı sektörlerdeki kurumlara ve üst düzey yöneticilere stratejik iletişim alanında danışmanlık veriyorum. Build Up İletişim’de ise çalışmamız; çok uluslu şirketlerin yanı sıra Türkiye’nin köklü kurumlarını kapsayan bir portföyde; kurumsal iletişimden itibar yönetimine, lider iletişiminden kriz yönetimi ve dijital iletişim gibi kritik alanların stratejik olarak konumlanmasını kapsıyor. Günümüzde iletişim çoğu zaman ‘görünürlük’ eş anlamlı kabul edilse de bir kurum hakkında oluşan kanaat tesadüflerle değil; zaman içinde sergilenen tutarlılık, davranışlar ve ortaya konan çalışmalardaki anlam bütünlüğüyle şekilleniyor.

Bu perspektifle bakıldığında stratejik iletişimin; kısa vadeli bir vitrin çalışması değil, paydaşlarla kurulan ilişkiyi güven temelinde yapılandıran ve uzun vadeli konumlanmayı sağlayan en güçlü harç olduğunu söyleyebilirim. Son yıllarda “iş dünyasında kadın olmak” çoğunlukla fırsat eşitliği tartışmaları ve yönetim kurullarındaki temsil oranları üzerinden değerlendiriliyor. Bu başlıklar kuşkusuz çok önemli olsa da gerçek konunun temsilden çok algıyla ilgili olduğu gerçekliğiyle yüzleşmek gerekiyor.

Kişisel görüşüm kadınların karşılaştığı zorlukların sektörden bağımsız olduğu yönünde. Gerek erkek egemen gerekse kadınların

sayıca yoğun olduğu sektörlerde; üst düzey yönetici ya da orta kademe fark etmeksizin pek çok kadın, kariyerinin belirli bir aşamasında karar verici konumlarına yaklaşıırken görünmeyen bir sınırla karşılaşılıyor. İş hayatında erkeklerin potansiyelleri üzerinden değerlendirildiği, kadınların yetkinliklerini sürekli ispat etmek zorunda kaldığı bir düzen varlığını koruyor. Çalışan profilinin büyük ölçüde kadınlardan oluştuğu iletişim sektöründe bile, karar verici pozisyonlara ulaşmak ve orada gerçek bir kabul görmek, aşılması gereken bir eşik olarak karşımızda duruyor. Diğer yandan rekabetin yalnızca kadın-erkek arasında değil, zaman zaman kadınlar arasında sertleşmesi de bugün herhangi bir pozisyona ulaşmaktan çok o pozisyonda kalmakla ilgili.

Sürdürülebilirlik, bugün iş dünyasında en çok kullanılan ve aynı zamanda en hızlı anlam kaybına uğrayan kavramlarından biri. Neredeyse her kurumun bu başlık altında görünür olmayı istediği bir dönemde, bence gerçek sürdürülebilirlik bir kurumun neyi anlattığından çok neyin parçası olmayı seçtiğiyle ilgili. Kurum içinde hangi kararların alındığı, hangi iş birliğinin kurulduğu ve hangi alanlara mesafe konulduğu asıl belirleyici sorular olarak karşımıza çıkıyor. Bu noktada mesleğimizin kritik bir rolü olduğunu düşünüyorum zira stratejik iletişim yalnızca görünürlüğü artırmak değil, kurumların söylemleri ile eylemleri arasındaki uyumu gözetmek sorumluluğu taşıyor. Bazen doğru iletişim daha

fazla konuşmak değil, konuşulacak zeminin gerçekten oluşmasını beklemektir. Kavramları büyütme kadar onları korumanın da mesleğimizin parçası olduğunu unutmamalıyız.

Kariyer yolculuğunun başında veya bu yolda derinleşmek isteyen gençler içinse en önemli tavsiyem; gözlerinin parladığı ve tutkuyla yapacakları mesleğe yönelmeleri olur.

Ben, Bahar Yapıcılar...

Kelimelerin kurumların kaderini etkileyebildiği, doğru konumlandırmanın ise bir markanın geleceğini değiştirebildiği son derece kritik bir alanda çalışıyorum. Yüksek tempo, ağır sorumluluklar ve net karar anları bu yolculuğun doğal bir parçası.

İşim gereği sabahladığım günlerde, günün ilk ışıklarının süzülüşüne ve gökyüzünün eflatundan pembeye geçişine sayısız kez tanık oldum. Bu anları ise serzenişle değil, aksine yüzümde minik bir gülümsemeyle izleyerek sevdiğim işi yapmanın keyfini çıkardım. İşini tutkuyla yapmak müthiş bir ayrıcalık, buna inanın.

BAHAR YAPICILAR

Build Up İletişim Danışmanlığı Ajans Başkanı





Asıl güç kendi dengenizde

“Dengeyi beklentilere göre kurmaya çalışmanın yıpratıcı olduğunu öğrendim. Asıl güç, kendi dengenizi belirlediğinizde geliyor.”

Ben Burcu Kaya. Parola İletişim PR Ajansı’nın kurucusuyum. İletişim ve PR alanında 20 yılı aşkın zamandır markaların hikâyelerini görünür kılmak, onların konumlanmasını güçlendirmek ve itibarlarını sürdürülebilir bir zemine oturtmak için çalışıyorum. Mesleğimi yalnızca anlatmak değil, anlam kurmak olarak görüyorum. Çünkü iletişim, doğru kelimeleri seçmekten çok, doğru duruşu inşa etmektir.

Kariyerimin ilk yıllarında şunu fark ettim: Kadın olarak yalnızca işinizi iyi yapmanız yetmiyor; aynı zamanda varlığınızı da kanıtlamanız gerekiyor. Aynı tavır bir erkekte “liderlik” olarak tanımlanırken, bir kadında “fazla iddialı” olarak yorumlanabiliyor. Güçlü olmakla sert görünmemek, net olmakla fazla dominant algılanmamak arasında ince bir çizgide yürümek zorunda kalabiliyorsunuz.

Zamanla bu dengeyi başkalarının beklentilerine göre kurmaya çalışmanın yıpratıcı olduğunu öğrendim. Asıl güç, kendi dengenizi kendiniz belirlediğinizde geliyor. Kendi alanımı inşa etmek benim için uzmanlığımı sahiplenmek, emeğimi görünür kılmak ve değerimi tartışmaya açmamaktı.

İletişim sektörü yoğun bir duygusal emek gerektiriyor. Kriz anlarında sakin kalmak, ilişkileri yönetmek, kırılan zamanlarda köprü olmak... Bu beceriler çoğu zaman ölçülmüyor ama işin en kritik tarafını oluşturuyor. Kadınların güçlü empati ve sezgi kapasitesi burada büyük bir avantaj. Ancak görünür olmadığında değer de yeterince takdir edilmiyor. Ben bu görünmez emeği görünür kılmayı öğrendim.



BURCU KAYA

Parola İletişim PR Ajansı Kurucusu

Sürdürülebilirlik kavramı, kültürel bir dönüşüm meselesi. Kadınların karar mekanizmalarında daha fazla yer aldığı, fikirlerinin kesilmeden dinlendiği ve potansiyellerinin sınırlandırılmadığı bir iş dünyası olmadan gerçek bir sürdürülebilirlikten söz edemeyiz. Çeşitlilik, uzun vadeli gücün temelidir.

Bugün geriye dönüp baktığımda, iş hayatında kadın olmanın bana kazandırdığı en önemli şeyin dayanıklılık olduğunu görüyorum. Ama bu sert olmak değil; duyarlı-

lığımı kaybetmeden güçlü kalmayı öğrenmek demek. Empatiyi stratejiyle, sezgiyi veriyle birlikte taşıyabilmek demek.

Dönüşüm kolektif bir bilinçle mümkün. Kadınlar birbirinin rakibi değil, birbirinin referansı olduğunda gerçek değişim başlıyor. Dayanışma, görünürlük ve deneyim paylaşımı; kariyer yolculuğunda en az yetkinlik kadar belirleyici. Ben kendi yolculuğumda, yan yana durmanın gücünü önceliklendirdim. Çünkü biliyorum ki bir kadın yükseldiğinde, başkaları için de yeni bir eşik açılıyor.

Sezgilerimizi stratejik bir avantaja dönüştüren bir bakış açısına ihtiyacımız var. Akıl ve duygu birlikte çalıştığında gerçek etkiyi yaratıyor. İşte tam da bu nedenle, kadınların liderlik yaklaşımının iş dünyasında daha fazla yer bulması gerektiğine inanıyorum. Daha kapsayıcı, daha sürdürülebilir ve daha insani bir iş kültürü mümkün. Ve bu kültürün inşasında kadınların sezgisel zekâsı en büyük avantajımız olmaya devam edecek.

İş hayatına yeni adım atan kadınlara en içten önerim şu: Kendi sesinizi küçültmeyin. Uzmanlığınızı derinleştirin, ekonomik bağımsızlığınızı önemseyin ve başarılarınızı sahiplenin. Masada yer aramak yerine, masayı büyütecek fikirler üretin. Ve birbirinize alan açmaktan vazgeçmeyin.

Ben, Burcu Kaya...

Bugün şuna inanıyorum: İş dünyasında kadın olmak yalnızca bir mücadele değil, aynı zamanda bir dönüştürme gücü. Biz var ve görünür oldukça yalnızca kariyer inşa etmiyoruz; iş kültürünü de dönüştürüyoruz. Ve bizden sonra gelen kadınlar için zemini biraz daha sağlamlaştırıyoruz. Günümüz kutlu olsun.



Kadın eli farklı alanlarda değer yaratıyor

“Önceleri sınırlandırılan kadının eli, bugün derin sularda, yüksek irtifalarda, spor sahalarında ve pek çok farklı alanda değer yaratıyor.”

“Dünya yüzünde gördüğümüz her şey kadının eseridir.” Gazi Mustafa Kemal Atatürk’ün bu sözü, 8 Mart’ın anlamını geçmişten bugüne taşıyan güçlü bir hatırlatma. Bugün hâlâ kadınların emeğinin ve katkısının hayatın her alanında nasıl dönüştürücü bir etki yarattığını bize gösteriyor.

Bugün Türkiye’de kadınlar; spordan sanata, bilimden iş dünyasına kadar pek çok alanda cesaretleri ve dünya çapındaki başarılarıyla ilham veriyor. Olimpiyatlarda ülkemizi temsil eden ilk kadın kürekçimiz Elis Özbay, dünya sahnesinde açtığı bu yol ile önemli bir eşiği aşarken; uluslararası turnuvalarda elde ettiği başarılarla adından söz ettiren Zeynep Sönmez Türk tenisinin geleceğine umut oluyor. Serbest dalışta kırdığı dünya rekorlarıyla Türkiye’yi uluslararası arenada başarıyla temsil eden Şahika Ercümen ise yıllardır disiplinin, istikrarın ve cesaretin nasıl kalıcı bir başarıya dönüştüğünü gösteriyor. Bu başarılar yalnızca bireysel kazanımlar değil; arkadan gelen pek çok kadına cesaret veren, yolu genişleten ve kalıcı bir etki yaratan güçlü örnekler. Her biri, bir sınırın aşılabileceğini; yeter ki fırsat verilsin, desteklensin



DİLAY ÇELİK

Aristo İletişim Başkan Yardımcısı

ve görünür kılınması mesajını taşıyor. Kadınların hikâyeleri çoğaldıkça, ilham da artıyor. İlham çoğaldıkça da daha fazla kadın kendi potansiyelini keşfetme cesareti buluyor.

Bir zamanlar elinin hamuruyla sınırlandırılmaya çalışılan kadının eli, bugün derin sularda, yüksek irtifalarda, spor sahalarında ve pek çok farklı alanda değer yaratıyor. Bu dönüşüm tesadüf değil; emeğin, azmin ve kararlılığın sonucu. Kadınların varlığı, bulunduğu yeri dönüştürüyor. Kadınların olduğu yerde daha kapsayıcı bir dilin, daha dikkatli bir yaklaşımın ve daha uzun vadeli bir düşüncenin güç kazandığını görüyoruz.

Aristo İletişim’de de bu anlayışla çalışıyoruz. Farklı disiplinlerden gelen, kalemi güçlü, stratejik düşü-

nen ve ürettiği işe emeğini ve bakış açısını katan pek çok kadınla aynı ekipte yer almak benim için büyük bir gurur. Her gün bu kadınlarla yan yana üretmek, birlikte düşünmek ve gelişmek, işimin en ilham verici tarafı. Ortaya çıkan her projede yalnızca bir iletişim çalışması değil; ortak aklın ve ortak emeğin izini görmek mümkün. Bu birliktelik, bireysel başarıların ötesinde kolektif bir gücü ortaya çıkarıyor. Birbirini destekleyen, birlikte düşünen ve birlikte ilerleyen kadınların yarattığı etki, sürdürülebilir başarının da temelini oluşturuyor.

Sürdürülebilirlik kavramına yaklaşımım da bu bakıştan besleniyor. Benim için sürdürülebilirlik; çevresel sorumlulukların yanı sıra kurum kültürünü, ekip içi dayanışmayı, fırsat eşitliğini ve birlikte değer üretmeyi kapsayan bütüncül bir anlayış. Çeşitliliği benimseyen, kadınların varlığını bir güç olarak gören ve uzun vadeli düşünen kurumların daha sağlam bir gelecek inşa ettiğine inanıyorum. Çünkü gerçek sürdürülebilirlik, insanı merkeze almadan mümkün değil.

8 Mart, kadınların emeğini ve katkısını görünür kılmak için önemli bir fırsat. Ancak bu görünürlüğün yalnızca bir güne sığmaması gerektiğini de hatırlatıyor. Daha adil, daha kapsayıcı ve daha sürdürülebilir bir gelecek; kadınların her alanda var olmasıyla mümkün. Karar mekanizmalarında, üretim süreçlerinde, sahada, masada ve sahnede...

Ben, Dilay Çelik...

Kadınların sesi güçlendikçe, toplumun dengesi de güçleniyor. Bu yolculukta, güçlü kadınlarla birlikte üretmekten, yan yana durmaktan ve bu ortak emeğin parçası olmaktan mutluluk duyuyorum. Çünkü biliyorum ki kadınların olduğu yerde umut, dayanışma ve dönüşüm daima var. Ve bu dönüşüm, geleceğin en sağlam temeli.

Başkalarının çizdiği sınırları reddetmek

“Kadın girişimcilere tavsiyem, başkalarının çizdiği sınırları reddedip kendi potansiyellerini zorlayarak, kendi hikayelerinin yazmalarıdır.”

01.01.1989 yılında İstanbul’da doğdum. 2012 yılında Bahçeşehir Üniversitesi Halkla İlişkiler bölümünden mezun oldum. Hemen ardından yine Bahçeşehir Üniversitesi’nde Pazarlama İletişimi ve Halkla İlişkiler alanında yüksek lisans yaptım. Şu anda da Bahçeşehir Üniversitesi’nde Reklamcılık ve Halkla İlişkiler alanında taze bir doktora öğrencisiyim. Son birkaç yıldır üzerine çalıştığım Düşünce Liderliği İletişimi alanında sahada-ki deneyimimi akademik teoriyle harmanlamaya çalışıyorum.

İletişim dünyasında hem bir uygulayıcı hem de bir akademisyen adayı olarak, hikayelerin gücüne inananlardanım. 2026 itibarıyla 14. yılına giren omg! iletişim’in Kurucusu ve Genel Müdürü olarak, markaların sesini duyurma yolculuklarına eşlik ediyorum. Kurum içi girişimimiz olan, Türkiye’nin ilk düşünce liderliği iletişimi ajansı YOU Thought Leadership’in ve iş dünyasının nabzını tutan, LinkedIn üzerinde 25 bini aşkın takipçiye ulaşan yeni nesil medya platformu C-Level Agenda’nın da kurucu ortağıyım. Geleneksel PR ajansı deneyimini, farklı alanlarla birleştirerek sektörde çok yönlü bir iz bırakmaya gayret ediyorum.

Bir kadın girişimci olarak 14 yıldır kendi ajansımı yönetirken, aynı



ELMAS NİDA BAYKAL ALKAN

omg! iletişim Kurucusu & Genel Müdürü

zamanda bir anne ve eş olarak hayatın farklı rollerini de kucaklıyorum. Özellikle 2024 yılında oğlum Lukas’ın hayatıma girmesiyle birlikte, zaman yönetimi ve önceliklendirme kavramları benim için yeniden şekillendi.

Kadınların iş dünyasındaki varlığı, istatistiksel eşitliğin çok ötesinde, yönetim katlarına kazandırdıkları kapsayıcı bakış açısı ve empatik liderlik yetenekleriyle anlam kazanır. Kriz anlarında daha çözüm odaklı, ekip yönetiminde ise daha birleştirici olduğumuzu gözlemliyorum. Kadınların “cam tavanları” kırmaktan öte, o tavanın üzerinde yeni katlar inşa edebi-

lecek vizyona sahip olduklarına inanıyorum.

Sürdürülebilirlik, günümüzde ne yazık ki sıkça içi boşaltılan veya sadece çevresel boyutuyla ele alınan bir kavram haline geldi. Oysa benim için sürdürülebilirlik, bir kurumun veya bireyin “yarına kalabilme” yeteneğidir. İletişimci kimliğimle ve “düşünce liderliği” perspektifiyle baktığımda, sürdürülebilirliğin samimiyet ve şeffaflıkla başladığını görüyorum.

Gezeganimiz, kaynaklarımız ve insan kaynağımız için sürdürülebilir modeller geliştirmek bir tercih olmaktan çıktı, bir zorunluluk haline geldi. Biz iletişimcilerin görevi, bu alandaki çalışmalarını “miş gibi” yapmaktan kurtarıp, somut etki yaratan, ölçülebilir ve samimi hikayelere dönüştürmek. Sürdürülebilirlik raporları sadece sayfalarda kalmamalı, kurum kültürünün ve günlük operasyonların yaşayan bir parçası olmalı.

Yolun başındaki kadın girişimcilere ve profesyonellere en büyük tavsiyem, başkalarının çizdiği sınırları reddedip kendi potansiyellerinin sınırlarını zorlayarak, kendi hikayelerinin yazarı olmalarıdır. Kariyer yolculuğunuzda verdiğiniz araların veya çocuk sahibi olmanın birer engel olduğu düşüncesini elinizin tersiyle itin; bu süreçlerin size kattığı direnç ve çok yönlülük aslında en büyük gücünüz. İnsanlarla tanışmaktan, hikayenizi paylaşmaktan ve güçlü bağlar kurmaktan asla çekinmeyin.

Ben, Elmas Nida Baykal Alkan...

Dünyanın hızla değiştiği bir çağda, tıpkı doktora serüvenim gibi, sürekli öğrenmeyi ve alanınızda derinleşmeyi bir yaşam biçimi haline getirin. Mükemmeliyetçiliğin sizi yavaşlatmasına izin vermeden, hata yapma lüksünüzü kullanın; çünkü her hata, yola daha güçlü devam etmenizi sağlayan bir öğretiler.



EZGİ TEMOÇİN

ETM İletişim Ajans Başkanı

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi mezunuyum. Akademik altyapımın kazandırdığı birikimi sahadaki deneyimimle birleştirerek, 2019 yılında ETM İletişim'i kurdum. Kurucusu ve başkanı olduğum bu çatı altında; kurumlara algı ve itibar yönetimi odağında kurumsal iletişim, medya ilişkileri, marka konumlandırma, kriz iletişimi ve lider iletişimi alanlarında hizmet sunuyoruz. Yürüttüğümüz her çalışmada temel hedefimiz; markalarımızın yalnızca görünür-lüğünü artırmak değil, güvenilir, tutarlı ve sürdürülebilir bir iletişim dili inşa etmelerine katkı sağlamak oluyor. Bu bakış açısı, aynı zamanda markalarımız-

Kadınlar geleceğin temelini oluşturuyor

“Kadınların bilgi, emek ve vizyonlarıyla güçlenen bir iş dünyası, daha adil ve sürdürülebilir bir geleceğin temelini oluşturacak.”

la kurduğumuz ilişkiyi ajans-müş-teri tanımının ötesine taşıyarak uzun vadeli ve güven temelli bir iş ortaklığına dönüştürüyor.

Bugünün iş dünyasında iletişim, markalar açısından doğrudan değer yaratan bir unsur; liderler içinse stratejik bir yönetim alanı olarak konumlanıyor. Bu nedenle iletişim, operasyonel bir destek fonksiyonu olmanın ötesinde; algıyı yönlendiren, karar alma mekanizmalarını etkileyen ve uzun vadeli güven inşa eden stratejik bir güç olarak öne çıkıyor. Doğru kurgulanmış bir iletişim stratejisi, kurumların geleceğini de şekillendirmesini sağlıyor; belirsizlik ve hızlı değişim dönemlerinde ise kurumların yönünü tayin eden bir pusula işlevi görüyor. Bu stratejiler, kriz dönemlerinde ise karar alma süreçlerini hızlandırıp, markaların sektördeki konumlarını güçlendirmelerine yardımcı oluyor.

İş dünyasında bir kadın PR profesyoneli olmanın getirdiği avantajlar da tam bu noktada devreye giriyor. Kadın liderler, iletişim süreçlerini çok katmanlı düşünme, detayları önceden fark etme ve krizleri öngörebilme becerisiyle ele alabiliyor. Din-

leme, denge kurma ve empatiyle sürece müdahil olma yetkinliği ile iletişim süreçlerine değer katar-ken; kurumların güvenilirliğini ve sürdürülebilir itibarını da güçlendiriyor. Kısacası, iş dünyasında kadın iletişimci olmanın avantajını, kısa vadeli kazanımlar yerine uzun vadeli stratejik etkiyi önceleyen bir bakış açısıyla değer yaratabilmek şeklinde özetleyebiliriz.

İş hayatına yeni adım atan kadın iletişimcilere en önemli tavsiyem; iletişimi sadece bir görev olarak görmek yerine, stratejik bir araç olarak benimsemeleri olur. İletişimci olmanın gerektirdiği empati kurma ve dinleme becerilerinin yanı sıra, sürekli okuma ve araştırma alışkanlığını geliştirmek de önemlidir. Epiktetos'un dediği gibi: “İki kulağımız ve bir ağızımız var ki, konuşmaktan iki kat daha fazla dinleyebilelim.” İyi bir iletişimci, önce dinleyen; sonra doğru zamanda, doğru içeriği doğru şekilde aktarabilen kişidir. Tüm bunların yanı sıra, uzun vadeli hedeflerini netleştirebilmeleri için kariyer planlaması yapmaları kritik bir adımdır. Bu sayede hangi yetkinlikleri geliştireceklerini, hangi fırsatları değerlendireceklerini ve iş dünyasında nasıl kalıcı bir etki yaratacaklarını daha net biçimde belirleyebilirler.

Ben Ezgi Temoçin...

Sabır, tutarlılık ve etik duruş bu yolculuğun yapı taşlarıdır. Kadınların bilgi, emek ve vizyonlarıyla güçlenen bir iş dünyasının, daha adil ve sürdürülebilir bir geleceğin temelini oluşturduğuna inanıyorum. Tüm kadınların 8 Mart Dünya Emekçi Kadınlar Günü kutlu olsun; emeğiniz ve liderliğinizle iş dünyasına değer katıyorsunuz.

Hayatın tüm alanlarında ‘eşit bir denge kurgusu’

“İş dünyasına yeni adım atan kadınlara en büyük tavsiyem, hayatın tüm alanlarında ‘eşit bir denge kurgusu’ yaratmaya çalışmalarıdır.”

Bilkent Üniversitesi’nde aldığım Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi eğitimi ile mimar bir aile disiplini içinde büyümenin getirdiği doğal aşinalık, kariyer yolculuğumdaki vizyonun iki yapı taşını oluşturuyor. Profesyonel hayatım iletişim odaklı ilerlese de bu disiplinden aldığım eğitim; bana olayları çok yönlü değerlendirme ve sağlam bir temel üzerine kurgulama bakış açısı kazandı. Projelerle iç içe yetişmenin verdiği doğal yakınlık ise kariyerimi mimari tasarım ve iç mekân tasarımı alanlarında iletişim danışmanlığına yönlendiren temel etken oldu.

Tasarım dünyasına olan ilgim, dönemin öncü markalarından Al-parda Mobilya’da kurumsal iletişim görevini üstlenmemle profesyonel bir boyut kazandı. Burada Aziz Sarıyer ve Defne Koz gibi uluslararası alanda önemli yere sahip isimlerin koleksiyonlarının iletişim çalışmalarında aktif rol almak; PR süreçlerinden ödül organizasyonlarına kadar iletişimin her evresinde bulunmak bana büyük bir tecrübe kattı. Yazgan Tasarım Mimarlık’ta iletişim ve basın temsilcisi olarak görev aldığım dönem bunu pekiştirdi. Mobilya tasarımı mimarlığa doğru ilerleyen bu aşamada,

yayın ve medya ilişkilerine odaklanarak bilgi birikimimi derinleştirdim.

Edindiğim bu tecrübeleri daha fazla yaratıcı ofisle paylaşma isteğiyle 2013 yılında Funda Tek İletişim & Danışmanlık firmasını kurdum. Bugüne kadar pek çok değerli tasarım stüdyosunun iletişim planlamasını bizzat üstlenerek; her firmanın kendi çizgisine sadık kalarak, gerçekçi ve özgün stratejilerle sektörde fark yaratmalarına aracılık ettim.

Benim için verimli bir iletişimin anahtarı, “akışa göre” hareket edebilme esnekliğidir. Marka yetkililerinin heyecanla sürece dâhil olması ise işin etkisini artırırken, yöneticilerin yoğun proje temposunu gözeterek, vakitlerini en verimli şekilde kullanmalarına olanak tanıyan bir iş planı oluşturmak önceliklerim arasında yer alıyor.

Mimari tasarım ve iç mekân tasarımı alanlarında sürdürülebilirlik, iletişim çalışmalarında artık ayrı bir başlık olarak ele alınmamalı; projelerin temel ve vazgeçilmez bir unsuru olarak konumlandırılmalıdır. Son yıllarda pek çok projenin bu bakış açısıyla ele alındığına hepimiz tanıklık ediyoruz; ancak bu yaklaşımın, sadece kâğıt üzerinde kalan sembolik adımlardan öteye geçerek; tasarımın her aşamasına yayılan ve sürekli gelişen bir yapıya bürünmesi gerektiğine inanıyorum.

Mimarlık ve tasarım dünyası, bir kadın olarak kendimi şanslı hissettiğim bir sektör olsa da çalışma hayatının ötesinde kadınlara yüklenen toplumsal sorumluluklar, sektör fark etmeksizin hepimiz için en hassas konulardan biri olmaya



FUNDA TEK KIRAL

Funda Tek İletişim & Danışmanlık Kurucusu

devam ediyor. Bugüne kadar edindiğim tecrübeler doğrultusunda; iş dünyasına yeni adım atan kadınlara en büyük tavsiyem, hayatın tüm alanlarında ‘eşit bir denge kurgusu’ yaratmaya çalışmalarıdır. Bu kurgunun zaman zaman bozulabileceğini, ara ara aksiliklerin ve hataların yaşanabileceğini kabul etmek; bunları birer başarısızlık değil, sürecin doğal bir parçası ve geliştirici birer deneyim olarak görmek çok kıymetli. Yaygın bir ifade gibi dursa da bazen akışa ve sezgilere güvenmek, en doğru çıkış yolunu sunuyor. Çalışkanlığı elden bırakmamak ve yeniliklere karşı merak duygusunu canlı tutmak ise bu akışı doğal olarak güçlendiriyor.

Ben, Funda Tek Kiral...

Her gün yepyeni şeyler öğrenmeye devam ederek; edindiğim bu birikimle mesleğimde daha emin adımlarla ilerliyorum ve bu süreci heyecanla sürdürüyorum. Meslek hayatımı boyunca karşımıza çıkan tüm bu deneyimler, aslında zamanla bize nelerin öncelikli olduğunu gösteriyor.

Olduğum kişiden vazgeçmedim

İş hayatına adım attığım ilk yıllarda, “iş dünyasında kadın olmak” üzerine bilinçli bir farkındalığım yoktu. Bunun en temel nedeni, böyle bir ayrım bilinciyle yetişmemiş olmamdı. Ailemde ve aldığım temel eğitimde kadın-erkek ayrımı hiç olmadı. Kız çocuğu olduğum için bazı şeyleri yapamayacağım, geri durmam gerektiği ya da başka bir yol seçmemin beklendiği hiç söylenmedi. Ben de hayata bu gözle baktım; eşitliğin tartışıldığı değil, varsayıldığı bir yerden...

İletişim sektöründe çalışmaya başladığım günden bugüne baktığımda, yaklaşık 30 yıla yaklaşan bir deneyimden söz ediyorum. Bu sürenin büyük bir kısmı; çalışarak, gözlemleyerek, hata yaparak ve yenden öğrenerek geçti. Başlangıçta odağım yalnızca yaptığım işi daha iyi yapmak, kendimi geliştirmek ve bulunduğum alanı anlamaktı. “Kadın olmak” meselesi, benim için bir başlık değil; zamanla karşılaştığım bir gerçeklik oldu.

Bu ayrımı bana kimse teorik olarak anlatmadı; yaşayarak öğrendim. İş hayatında, bazı cümlelerin, bazı bakışların, bazı beklentilerin kadınlar için farklılaştığını gördüm. Bu ayrımı gördüm ama normalleştirmedim; hayatımın ya da iş yapma biçimimin doğal bir parçası olarak kabul etmedim. Bu gerçekle karşılaştığımda kendime hep şunu söyledim: “Sen yoluna bak.” Yoluma baktım; ama olduğum kişiden vazgeçmeden...

Zaman ilerledikçe fark ettim ki, kadın olmak iş hayatında yalnızca bir kimlik değil; aynı zamanda bir deneyim biçimi. Kadınlar çoğu zaman sonuçtan çok sürecin, başarıdan çok yöntemin sorgulandığı bir alanda var oluyor. Ben de bu süreçte, sesimi yükseltmekten çok sözümün arkasını doldurmayı; hızlanmaktan çok derinleşmeyi

“Yoluma baktım; ama olduğum kişiden vazgeçmeden... İş hayatında kadın olmak, bir deneyim biçimi...”

tercih ettim. İletişim gibi insan ilişkilerinin merkezde olduğu bir alanda, bu yaklaşımın kalıcı güven ve etki yarattığını bizzat deneyimledim.

Kendi ajansımı kurup yönetmeye başladığımda, liderlik anlayışım da zamanla şekillendi. İnsanları dinlemenin, ekip içi ilişkileri güçlendirmenin ve farklı bakış açılarına alan açmanın yalnızca “iyi niyet” değil, işin sürekliliği açısından da belirleyici olduğunu gördüm. Bu noktada anneliğin de bana bam-

başka bir perspektif kazandırdığını söyleyebilirim. Zamanı yönetmenin, öncelikleri belirlemenin ve uzun vadeli düşünmenin ne anlama geldiğini, hem işte hem hayatta daha net kavradım.

Bugün dönüp baktığımda, beni sürdürülebilirlik alanına yaklaştıran şeyin ani bir yönelim değil, yıllar içinde oluşan bu bakış açısı olduğunu görüyorum. Kısa vadeli kazanımlar yerine uzun vadeli değer üretmeyi önemseyen her yaklaşım, doğal olarak sürdürülebilir bir zemine oturuyor.

Bu bakış açısının oluşmasında öğrenmenin hiç bitmemesi gerektiğine dair inancımın büyük payı var. Okumak, soru sormak ve merak etmek mesleki gelişimin temel taşları. Seyahat ederken, bir film izlerken, farklı kültürlerle temas ederken ya da gündelik hayatın içinde karşılaşılan küçük detaylarda da çok şey öğreniyoruz. İş hayatına yeni adım atan genç kadınlara ve genç profesyonellere verebileceğim en önemli tavsiye, öğrenme iştahlarını diri tutmaları olur. Her şeyi hemen bilmek zorunda değilsiniz; doğru soruları sormak çoğu zaman doğru cevaplardan daha kıymetli.

Ben, Fülâyet Yaşa Keskin...

30 yıla yaklaşan meslek hayatım, bana başta söylenmeyen ama zamanla çok netleşen pek çok şey öğretti. Kalıcı etki, yalnızca başarılarla değil; tutarlılıkla, merakla ve uzun vadeli bir bakışla mümkün. İş dünyasında kadın olmak da, benim için tam olarak bu bakış açısını güçlendiren, dönüştüren ve derinleştiren bir deneyim oldu.

FÜLAY YAŞA KESKİN

FM İletişim Danışmanlığı Kurucu Ortağı



15 yılı aşkın süredir sinema, müzik ve medya dünyasında iletişim ve PR alanında çalışıyorum. Kariyerim boyunca televizyon programcılığından kültür-sanat içerik üretimine, müzik sektörüne yönelik stratejik iletişim çalışmalarından etkinlik organizasyonuna kadar farklı alanlarda üretme ve çalışma imkânı buldum.

Sanatçılarla, festivallerle ve sahne prodüksiyonlarıyla birlikte yürüdüğüm bu yolculukta, disiplinlerarası düşünmenin ve farklı dünyaları bir araya getirmenin gücüne inandım. Hikâyesi olan işlerin görünür olması, doğru anlatılması ve kalıcı bir etki yaratması için çalışıyorum. Çünkü benim için iletişim yalnızca bir tanıtım faaliyeti değil; aynı zamanda bir hafıza oluşturma biçimi. Bir sanatçının emeğini, bir projenin ruhunu, bir fikrin arkasındaki duyguyu doğru mecrada ve doğru tonla anlatmak... Aslında yaptığım iş tam olarak bu: görünmeyeni görünür kılmak.

İş dünyasında kadın olmak, özellikle kültür-sanat ve medya gibi hızlı akan alanlarda, hem güçlü hem de dayanıklı olmayı gerektiriyor. Masada yer almak için çoğu zaman yalnızca iyi olmak yetmiyor; daha hazırlıklı, daha organize ve daha sabırlı olmak gerekiyor. Benim deneyimimde kadın olmak; aynı anda stratejik düşünebilmek, kriz yönetebilmek, empati kurabilmek ve duyguyu kaybetmeden profesyonel kalabilmek anlamına geliyor.



İçinizden gelen sese güvenin

“İş hayatına yeni atılan kadınlara ilk söyleyeceğim şey şu: Kendi değerinizi asla hafife almayın. “Hayır” demeyi erken öğrenin ve içinizden gelen sese güvenin.”

GİZEM ERTÜRK

Bağımsız PR Yöneticisi

önemli unsurlarından biri...

Elbette doğaya duyarlı üretim, bilinçli tüketim ve sorumlu projeler çok kıymetli. Ancak bir de mesleki sürdürülebilirlik var. İletişim dünyasında her şey çok hızlı tüketiliyor. Haberler, içerikler, kampanyalar... Bir gün gündemde olan ertesi gün unutulabiliyor. Bu nedenle kısa vadeli parlamalar yerine uzun vadeli güven inşa etmeye odaklanıyorum. Bir sanatçının kariyerini tek bir haberle değil, istikrarlı bir anlatıyla büyütme; bir projeyi yalnızca bir lansmanla değil, doğru stratejiyle konumlandırmak sürdürülebilirliğin iş hayatındaki karşılığı.

Aynı şekilde, kadınlar için de sürdürülebilir kariyer çok önemli. Tükenmeden üretmek, sınır koyabilmek, “Hayır” diyebilmek ve kendi enerjimi koruyarak ilerlemek... Uzun soluklu başarı biraz da bununla ilgili. İş hayatına yeni atılan kadınlara ilk söyleyeceğim şey şu: Kendi değerinizi asla hafife almayın. “Hayır” demeyi erken öğrenin ve içinizden gelen sese güvenin.

İkincisi, dayanışma. Kadınların birbirini rakip olarak değil, güç olarak görmesi gerekiyor. Alan açmak, referans olmak, desteklemek... Bu zincir büyüdükçe hepimiz güçleniyoruz.

Ve son olarak; sabır. Başarı çoğu zaman dışarıdan görüldüğü kadar ani değil. Emek, süreklilik ve kararlılıkla devam etmek gerekiyor. Ama en önemlisi, yaptığınız işi sevmeniz. Çünkü sevgi olmadan sürdürülebilir bir başarı mümkün değil.

Ben Gizem Ertürk...

Eğer bir projeye, bir sanatçıya ya da bir fikre değer katabildiysem; görünürlük kazandırabildiysem, işte o zaman doğru yolda olduğumu hissediyorum. Geriye dönüp baktığımda, yaptığım her işte bir iz bırakmaya çalıştığımı görüyorum. Benim için iş dünyasında kadın olmak; var olmak, üretmek, alan açmak ve kalıcı olmak demek.



Ancak dürüst olmak gerekirse, kadınların hâlâ kendilerini iki kat kanıtlama baskısı hissettiği de bir gerçek... Özellikle karar verici pozisyonlarda yer aldığınızda, netliğiniz “sertlik”, kararlılığınız “fazla hırs” olarak etiketlenabiliyor. Bu noktada öğrendiğim en önemli şey şu oldu: Kendi tonumu kaybetmeden güçlü kalabilmek. Sakin kalmak zayıf olmak demek değil; aksine uzun vadede sürdürülebilir liderliğin en

Engelleri aşmak kadınların elinde

“Günümüz iş hayatı ne kadar rekabetçi olursa olsun cam tavanların yarattığı engelleri aşmak kadınların elinde...”

Kadınların sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi alandaki etkin rolüne her zamankinden daha çok ihtiyaç duyulan günümüzde, iş yaşamında alışlagelen başarı hikâyelerinin daha fazlasına şahitlik ediyoruz. Mezuniyetimin ardından iş hayatına büyük bir şevkle atılan ve iletişim sektörünün dinamik dünyasında kendimi kanıtlama çabası içinde olan ben de hayallerimin peşinden giderek 2015 yılında Brandworks İletişim Danışmanlığı'nı kurdum. “Doğru İletişim, Güçlü Markalar Yaratar” diyerek çıktığım bu yolculukta tabii ki ilk başta büyük hayallerim vardı.

Bugün geldiğimiz noktada, kadınların neredeyse her sektörde “iş bitirici” rolü, şirketler için ciddi katma değer yaratıyor. Kadınların liderlik vasfı, analitik düşünme becerisi, detaylara olan hâkimiyeti, süreç yönetimindeki hassasiyeti ve kararlılığı, toplumsal gelişimin de temellerini güçlendiriyor. Öte yandan kadınların üstlendiği sorumluluklar, sürdürülebilir bir geleceğin de teminatını oluşturuyor. Bu doğrultuda insan kaynakları politikaları eşliğinde kadınların iş yaşamına aktif olarak katılmasının tüm aktörler tarafından benimsendiği takdirde bir domine etkisi yaratacağı da mümkün. Kadınların istihdama eşit ve etkin katılımının iyileştirilmesiyle birlikte yarattığı fırsat, daha güçlü bir dünyanın da yapı taşı oluşturuyor.

Bu kapsamda kadın istihdamının istenen seviyeye erişmesi adına sonuç odaklı “gerçek” çözümlere ihtiyacımız var. Bunun için önceliklerle iş yaşamında yer alan kadınlar üzerinden profesyonelliğin tanımının ve kapsamının yeniden belirlenmesi gerektiğine inanıyorum. Bu

yeniden tanıma uygun kurulacak eşitlikçi ve herkesi kapsayan düzen sayesinde ekonomik özgürlüğüne kavuşan birey sayısı daha da artacak. Nitekim bugün geline noktada dahi erkek egemen olarak görülen birçok sektörde dahi kadınların iş yapış biçimleri ve organizasyona kattığı değer, performans ve gelir artışlarına pozitif anlamda yansıyor. O yüzden hiçbir sektörde “kadın işi” veya “erkek işi” gibi net çizgilerle belirlenmiş tanımlarla artık karşılaşmıyoruz. Çünkü bu süreçte öne çıkan cinsiyet değil, yetkinlik oluyor. Bunun bir sonucu olarak da görev tanımına uygun çalışanlar artık cinsiyetlerinden ziyade o işe neler katacağı ve işletmeyi ileri taşıyacak potansiyelleri ile seçiliyor. Öte yandan kadınların ekonomik yaşamdaki potansiyeli ve yarattıkları değer, genç nesillerin referansı için de kilit rol oynuyor. Diğer yandan baktığımızda ise kadınların kendisini bir referans ve rol model olarak gördüğünü bilmesi, güvenini de her zaman canlı tutacak.

Günümüz iş hayatı ne kadar rekabetçi olursa olsun cam tavanların yarattığı engelleri aşmak kadınların elinde... Bunun için kadınların hedeflerini iyi belirlemesi ve kariyer planlamasını doğru planlaması öncelikli koşullardan biri. Bununla birlikte etkili stres yönetimi, iş-sosyal hayat arasındaki kritik dengeyi sağlayabilmek, insan ilişkilerini doğru yönetmek, her zaman planlı ve programlı hareket etmek, hayat boyunca hatalardan ders çıkarak o hatalar karşısında tecrübeler

edinmek de başarıya giden yolun en önemli anahtarları.

Ben, Güneş Özkan...

Biz kadınlar için en önemlisi mutlaka sevdikleri işi yapmaya önem vermeleridir. Başarıya olan inancım ve daha iyisini gerçekleştirme hedefim benim yolumu her zaman aydınlattı. İş yaşamında kadın istihdamının artan gücüne verdiğim değeri ve bilincini Brandworks sayesinde hayata geçirdim. Günümüz kutlu olsun...



GÜNEŞ ÖZKAN

Brandworks Ajans Başkanı

Fark yaratan kadınlar

“Kadın liderler için fark yaratan olgu, sezgiyi veri ve kanıtlarla güçlendirebilmek; ekip içinde ve müşteri nezdinde güven inşa edebilmektir.”

25 yıldır PR sektöründe çalışan ve 12 yıldır kendi ajansını yöneten, girişimci bir kadın olarak iş dünyasında kadın olmanın çok zor olduğunu ve bunu başarabilen biz kadınların özel olduğumuzun altını çizmek isterim. Bizler zoru başaran hem iş hayatında hem özel hayatında başarı dengesini kuran, en alttan başlayarak her türlü zorluğa ve rekabete karşı dik duran insanlarız. İş dünyasında kadının bulunduğu konumu koruması, erkek egemen toplumda yer bulması ve sözünü geçirmesi kolay bir süreç değil. Bugün PR şirketlerinin sahipleri, ajans başkanları ve üst düzey yöneticileri büyük ölçüde kadınlardan oluşuyor. Kadın liderler olarak çoğu zaman erkek egemen müşteri tarafına kendimizi, stratejik bakış açımızı ve otoritemizi tekrar tekrar anlatmak durumunda kalıyoruz.

Aynı sektörde uzun yıllar çalışmış, defalarca benzer süreçleri yönetmiş bir kadın iletişimci, bir öneri sunduğunda, bu önerinin arkasında mutlaka sayılar, benchmark'lar, örnek vakalar ve “daha önce nerede işe yaradı?” kanıtları beklenebiliyor. Oysa benzer pozisyondaki erkek yöneticilerin deneyime dayalı öngörülerini çoğu zaman daha az sorgulanıyor. Buradaki mesele sezgisel olmanın zayıflık gibi algılanması değil; sezginin kadınlara, rasyonelliğin ise erkeklere atfedilmesi. PR gibi dinamik ve insan odaklı bir alanda sezgi aslında büyük bir stratejik avantaj. Ancak



GÜRSU BAHAR ÖNEL

Bahar Ünal İletişim
Danışmanlığı Ajans Başkanı

kadınlar bu sezgiyi dile getirdiğinde, karar vericiler bunu “his” olarak kodlayıp riskli bulabiliyor. O yüzden özellikle kriz anlarında ya da büyük bütçeli kararlarda, kadın liderliğin temkinli yaklaşımı yanlış biçimde çekingenlik olarak okunabiliyor. Bu da kadınların profesyonel reflekslerini sürekli savunmak zorunda kaldığı bir alan yaratıyor.

Bir kadın olarak iş dünyasında ve özellikle iletişim sektöründe başarı, yetkinlik ve yaratıcılıkla başlıyor, ama tek başına bunlar yeterli değil. PR, strateji ve algı yönetimini birleştiren dinamik bir alan; bu nedenle başarı, sadece iyi fikir üretmekle değil, bu fikirleri ölçülebilir sonuçlarla desteklemek ve doğru zamanda doğru biçimde paylaşmakla sağlanıyor. Kadın liderler için fark yaratan, sezgiyi veri ve kanıtlarla güçlendirebilmek; hem ekip içinde hem de müşteri nezdinde güven inşa edebilmektir. Diğer yandan, iletişim sektöründe başarının bir diğer kritik unsuru, ilişkileri strate-

jik bir güç olarak yönetebilmekten geçiyor. Empati ve duyarlılık güçlü avantajlar sağlasa da, kadınların bu yetenekleri yalnızca “iyi iletişim kurabilmek” olarak algılanmamalı; karar süreçlerinde etki yaratacak bir liderlik aracı olarak kullanılmalı.

Kendi çerçeveden baktığımda yani PR dünyasının dinamiklerini göz önünde bulundurduğumda, iletişimi yalnızca bir anlatı alanı değil, stratejik bir güç olarak konumlandırmaları gerektiğini düşünüyorum. İletişim dünyası; ilişki kurma, algı yönetimi ve güven inşası gibi alanlarda kadınların doğal olarak güçlü olduğu varsayılan yetkinlikler barındırır da bu güç ancak doğru yapılandırıldığında ve sürdürülebilir olduğunda etkili oluyor.

Ben, Gürsu Bahar Önel...

Kadınların her alanda olduğu gibi bu alandaki varlığı, yalnızca iletişimi yürütmekle sınırlı kalmadığında; karar süreçlerine etki eden, yön gösteren bir role dönüştüğünde gerçek karşılığını buluyor. Kendi sektörümde her işi deneyimledim. Sınırlarınızı belirleyin, mesafenizi koruyun, iş ve özel hayat dengenizi koruyun ve pes etmeyin.

Kurumsal dayanıklılıkta kadınlar...

“Kadınların karar mekanizmalarında, yönetimde, iletişim masalarında ve stratejik kararlarda etkin olması, kurumsal dayanıklılık meselesidir.”

İş hayatında kadın olmak, hâlâ çoğu zaman bir istisna ya da başarı hikâyesi gibi anlatılıyor. Oysa benim için bu, 26 yılı aşkın süredir bizzat içinde olduğum; süreklilik, strateji ve dayanıklılık gerektiren bir meslek. İletişim ve PR dünyasında çalışmak, sadece mesaj iletmek değil; markalarla hedef kitleler arasında güvene dayalı, uzun vadeli ilişkiler kurmak. Güven de kısa vadeli değil, ancak uzun soluklu ve

tutarlı bir yaklaşımla sürdürülebilir hale geliyor.

Kariyerim boyunca farklı sektörlerden birçok markayla çalıştım. Marka konumlandırmasından basın ilişkilerine, lansmanlardan sponsorluk projelerine kadar iletişimin tüm alanlarında aktif rol aldım. PR, dışarıdan bakıldığında çok parlak, çok renkli görünen ama arka planında ciddi bir stratejik emek barındıran bir alan. Özellikle kriz anlarında iletişim, görünmez bir refleks gibi. Kriz iyi yönetildiğinde kimse fark etmez; kötü yönetildiğinde ise ilk sorgulanan alandır...

Bir kriz anında yapılması gereken, haklılığı ispat etmeye çalışmak değil; itibarı ve güveni koruyacak adımları, krizi büyütmeden kontrollü bir duruşla atlamak. Ne söyleyeceğimiz kadar, neyi söylemeyeceğimizin de stratejik bir karar olduğunu sahada defalarca deneyimledim. Bu yaklaşım, iletişimde bana her zaman zaman kazandırdı; çoğu durumda da krizi büyütmeden yönetmemizi sağladı.

Kadınların iş dünyasındaki varlığını yalnızca bir temsil meselesi olarak görmüyorum. Kadınların olduğu ekiplerde iletişim dilinin daha kapsayıcı, risk yönetiminin daha gerçekçi, kriz reflekslerinin ise daha dengeli olduğunu bizzat yaşadım. Bir lansman sürecinde, son anda değişen koşullara rağmen ekibin sakin kalıp odağını kaybetmemesi; farklı bakış açılarının aynı masada olmasının ne kadar değerli olduğunu gösteriyor.

Sürdürülebilirlik bugün çoğunlukla çevresel başlıklar üzerinden ele alınıyor. Oysa benim deneyimime göre sürdürülebilirliğin sosyal

boyutu en az bunun kadar belirleyici. Kurumların uzun vadede ayakta kalabilmesi, farklı sesleri bir arada tutabilmesine bağlı. Kadınların karar mekanizmalarında, yönetim kademelerinde, iletişim masalarında ve stratejik kararlarda etkin olması; sadece eşitlik değil, kurumsal dayanıklılık meselesidir. Tek sesli yapılar hızlı karar alabilir, ancak çoğul yapılar uzun vadede daha sağlam ilerler.

PR ve iletişim alanında çalışan bir kadın olarak şuna inanıyorum; sürdürülebilir başarı, yüksek sesle konuşmaktan değil; doğru zamanda, doğru tonda ve doğru yerde söz almaktan geçiyor. Benim için iletişim, gürültü yaratmak değil; samimi ve tutarlı olmak, güven inşa etmek ve uzun vadeli itibarı korumak demek.

İş hayatına adım atan hemcinslerime en temel tavsiyem, kendilerini sürekli ispat etmek zorunda hissettikleri alanlarda tükenmemeleri. Uzmanlıklarını derinleştirmeleri, sabırlı olmaları ve hızlı sonuçlar yerine kalıcı etkiyi hedeflemeleri çok önemli. Krizlerden kaçmak yerine onları birer öğrenme alanı olarak görmelerini öneririm. Ve en önemlisi, kendi seslerini başkalarının beklentilerine göre değil, kendi değerleri doğrultusunda kurmaları. Çünkü sürdürülebilir bir kariyer, ancak insanın kendisiyle tutarlı olmasıyla mümkün.

Ben Hande Özçarıkcı...

Bugün dönüp baktığımda, bulduğum noktaya değerlerimden ödün vermeden, adım adım ve sabırla geldim. Bu yolculuk, 26 yılı aşkın süredir emek verdiğim; sabır, kararlılık ve sürekli öğrenme isteyen, zaman zaman zorlayan ama her adımında beni güçlendiren ve olgunlaştıran bir yolculuk oldu. Günümüzü kutlarım...

HANDE ÖZÇARIKCİ

Bağımsız PR Yöneticisi



Habercilik tecrübesini PR dünyasına taşımak

PR danışmanlığı; markaların yazılı ve görsel medyada etkin ve doğru biçimde konumlanmasını sağlamanın yanı sıra kriz iletişimi, itibar yönetimi ve liderlik danışmanlığını da kapsayan stratejik bir disiplindir. Markaların iş sonuçlarına doğrudan katkı sağladığımız bu alan, bugün yalnızca basın ilgisini çekmenin ötesinde; itibarı sistematik biçimde yönetmeyi, insanı merkeze almayı, özgün hikâyelerle farklılaşmayı ve veriyle desteklenen dijital dönüşümü doğru okumayı gerektiriyor.

HK PR Danışmanlık olarak bugün habercilik refleksiyle doğru içeriği doğru zamanda üretme gücümüzün arkasında, gazeteci kökenli ve deneyimli bir ekiple çalışmamız yatıyor. Ajansın kurucusu olarak benim habercilik mesleğinin içinden gelmem ise hem PR alanındaki en büyük gücüm hem de özellikle kriz iletişimindeki önemli bir yetkinliğim. Gizli kamera çekimlerinin serbest olduğu habercilik yıllarımda, suçluları ortaya çıkarmaya yönelik ve yakalanma riski taşıyan birçok saha haberine imza attım. Bu deneyimler bana riski yönetme, olası krizleri öngörme, haber değerini anlama, bir gazetecinin düşünce sistemini tahmin etme, medyanın nabzını tutma, röportajlarda doğru çerçeveyi kurabilme ve söylenmeyeni fark etme gibi önemli yetkinlikleri kazandırdı. Habercilik, bana güçlü bir mesleki network kazandırmanın yanı sıra, PR danışmanlığında başarıyı getiren birçok faktörü aynı potada buluşturma fırsatı verdi.

Günümüzün dinamik iletişim ortamında, standartlaşmış hizmetler yerine yüksek temaslı, odaklı stratejiler geliştirebilen; gelişmelere hızlı ve kararlı yanıt veren, kamu-

oyunu doğru analiz edebilen butik bir hizmet anlayışına her zamankinden daha fazla ihtiyaç var. 14 yıldır bu anlayışla faaliyet gösteren bir ajans olarak, çalıştığımız markalarla güvene dayalı yol arkadaşlığımızı çok değerli buluyorum. Bu yol arkadaşlığı, bizim için aynı takımda yer almak, birlikte kazanmak ve aynı hassasiyetleri taşıyarak ortak hedeflere birlikte koşmak demek. Her biri alanında uzman ekibimizin özverisi ve işimizi güçlü bir bağla sahiplenmesi, başarımızın temelini oluşturuyor.

Ajans olarak bugün, özel sektör ve kamu alanında önde gelen pek çok büyük markaya danışmanlık vermenin sorumluluğu ile hareket ediyoruz. Markalarımızın kamuoyundaki iletişimini stratejik biçimde yönetiyor; doğru mesajları verirken olası krizleri öngörüp gerekli aksiyonları proaktif şekilde alıyoruz. Bu noktada, derginizin de üzerine çalışmalar yürüttüğü sürdürülebilirlik konusuna da önem veriyor; markalarımızın ESG stratejileriyle sürdürülebilirlik hedeflerini veri temeliyle aktarmasına ve bu alanda kurumsal sosyal sorumluluk projeleri geliştirmesine katkıda bulunuyoruz.

8 Mart Dünya Kadınlar Günü vesilesiyle bu alana girmek isteyen hemcinslerime en önemli tavsiyem ise; duygusal zekâlarını, detaycılıklarını ve empati güçlerini doğru alanlarda değerlendirmeleri olur. Onlara sektör dinamiklerini yönetirken sorumluluk almaktan korkmamalarını, samimiyet ve profesyonellik arasındaki dengeyi korumalarını, her zaman çözüm önerisiyle hareket etmelerini ve bilgi birikimlerini güncel tutmalarını öneriyorum. Eğer sizin profesyonel duruşunuz tartışılmalıysa, en doğru strateji bile yeterince ikna



HAVVA KIZILIRMAK

HK PR Danışmanlık Kurucusu

“Hemcinslerime tavsiyem; duygusal zekâlarını, detaycılıklarını ve empati güçlerini doğru alanlarda değerlendirmeleri olur.”

edici olmaz. Bu nedenle öncelikle algınızı yönetme ve itibarınızı koruma biçiminiz, en değerli mesleki sermayenizdir.

Ben, Havva Kızılırmak...

Uzun yıllar TRT’de, Star Haber’de ve Reha Muhtar yönetimindeki Show Haber’de muhabirlik, haber müdürlüğü ve yönetmenlik görevlerini yürütmem, bana zoru başarma ve her koşulda daha iyisini üretme disiplini kazandırdı. Dünya üzerindeki her bir kadının 8 Mart Dünya Kadınlar Günü’nü kutlarım...

Kadın liderliğinin kıymetli tarafı

İletişim alanında 30 yıla varan deneyime sahip bir profesyonel olarak, meslek yolculuğumun büyük bölümü kurumların ve markaların kendilerini doğru zamanda, doğru bağlamda ve doğru dille ifade etmelerine eşlik etmekle geçti. Üniversite yıllarımda televizyon dünyasında başlayan bu yolculuk, iletişimin yalnızca görünürlük yaratmaktan ibaret olmadığını; aksine bağlamı okumayı, zamanlamayı hissetmeyi ve etkiyi sorumlulukla yönetmeyi gerektiren stratejik bir alan olduğunu erken dönemde fark etmemi sağladı. Bugün iletişime bakışımın temelinde hâlâ bu erken farkındalık yatıyor.

2006 yılında Essance İstanbul İletişim Danışmanlığı'nı kurarken, hedefim yalnızca bir ajans kurmak değildi. Kendi değerleriyle düşünün, sorgulayan ve ürettiği işin arkasında durabilen bir yapı inşa etmek istedim. Aradan geçen yıllar içinde Essance İstanbul, sürekli gelişen ve her projede kendini yeniden tanımlayan bir ekosisteme dönüştü. Bugün markalarla kurduğumuz ilişkiyi, kısa vadeli görünürlük hedeflerinin ötesinde; anlam, güven ve sürdürülebilir etki üzerine inşa ediyoruz.

İş dünyasında kadın olmak ise bu yolculuğun ayrı bir katmanı. Kariyerimin ilk yıllarından itibaren, kadın olmanın çoğu zaman görünmez beklentilerle birlikte geldiğini deneyimledim. Aynı masada aynı yetkinliklerle bulunmanıza rağmen, sesinizin daha geç duyulduğu anlar olur. Zaman içinde şunu öğrendim: Güçlü olmak; tutarlı olmak, sözünüzün arkasında durmak ve doğru zamanda doğru refleksi gösterebilmektir. Kadın

“Kadın liderliğinin en kıymetli tarafı, empatiyle stratejiyi bir araya getirebilme becerisinde ortaya çıkıyor.”

liderliğinin en kıymetli tarafı da tam olarak burada ortaya çıkıyor; empatiyle stratejiyi bir araya getirebilme becerisi. Bu yaklaşım, benim liderlik anlayışımı ve karar alma biçimimi doğrudan şekillendirdi. Aynı zamanda danışmanlık verdiğimiz markaların hem bugünü hem geleceği nasıl okuyacaklarını belirleyen temel bir bakış açısına dönüştü.

Bugün iş dünyasında sürdürülebilirlikten söz ederken, yalnızca çevresel başlıkları konuşmak yeterli değil. Kurum kültüründen liderlik anlayışına, karar alma süreçlerinden insan kaynağına kadar uzanan katmanlı bir yaklaşım gerektiriyor. İletişim alanında faaliyet gösteren bir ajans olarak, bu sorumluluğu iki yönlü görüyoruz. Bir yandan danışmanlık verdiğimiz markaların sürdürülebilirlik yolculuklarını doğru, şeffaf ve samimi bir dille anlatmalarına yardım ediyor; diğer yandan kendi iş yapış biçimimizde bu yaklaşımı içselleştiriyoruz.

Tabii sürdürülebilirlik yalnızca kurumların ya da liderlerin değil, bireylerin de sorumluluğu. Deneyimin, bilginin ve bakış açısının kuşaktan kuşağa aktarılmadığı bir iş dünyasında kalıcı dönüşümden söz etmek mümkün değil. Dolayısıyla bugün bulunduğum noktadan geriye baktığımda, yaşadıklarımı ve öğrendiklerimi paylaşmanın da liderliğin önemli bir parçası olduğuna inanıyorum. İş hayatına

yeni adım atan kadınlara, kendi seslerini erken keşfetmelerini tavsiye ediyorum. Hata yapmaktan korkmadan, soru sormaktan çekinmeden ilerlemek, her gün kendini geliştirmeye istekli, öğrenmeye açık ve cesur olmak, en önemlisi de kendi potansiyeline inanmak bu yolculuğun en güçlü dayanaklarını oluşturuyor.

İş dünyasında kadın olmanın bana kazandırdığı en önemli yetkinlik, çoklu bakış açılarını aynı anda değerlendirebilme becerisi oldu. Geleceğe dair en büyük dileğim ise kadınların iş hayatında potansiyellerini rahatça ortaya koyabildikleri, katkılarının görünür ve değerli kabul edildiği bir çalışma kültürünün güçlenmesi. Çünkü gerçek sürdürülebilirlik, eşitliğin ve kapsayıcılığın norm haline geldiği yerde mümkün.

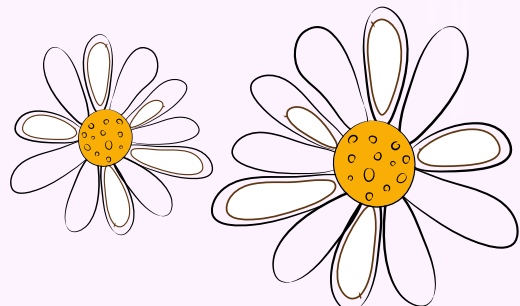
Ben İlke Düzgün...

Ekran arkasında edindiğim deneyim, mesajların hangi koşullarda güç kazandığını, hangi anlarda zayıfladığını ve bazen tek bir kelimenin ya da bilinçli bir sessizliğin bile nasıl belirleyici olabildiğini yakından gözlemleme fırsatı sundu. Sürdürülebilirlik, benim için ayrı bir gündem olmaktan çıkıp işin doğal bir parçası haline geldi.



İLKE DÜZGÜN

Essance İstanbul
İletişim Danışmanlığı
Ajans Başkanı



İşin cinsiyeti olmaz

“İş dünyasına bakarken meseleyi cinsiyetler üzerinden tanımlamayı tercih etmiyorum. İşin cinsiyeti olmadığına inanıyorum.”

İnşaat mühendisliği eğitimiyle başlayan yolculuğumu, pazarlama ve iletişim deneyimiyle birleştirerek multidisipliner bir kariyere dönüştürdüm. Erkeklerin sayıca fazla olduğu ortamlarda eğitim gördüm ve çalıştım. İnşaat gibi erkek egemen bir sektörde kadın olmak benim için bir engel oluşturmadı. Bu daha çok benim bu etiketi taşımaya gönüllü olmamamdan kaynaklandı.

Kariyer, insanın kendini gerçekleştirdiği uzun soluklu bir yolculuk. Bu yolculukta itibar, hesap verebilirlik ve dürüstlük hep çıpam oldu. Her adımda şunu sordum: Nasıl kalıcı bir değer üretimim? Sürdürülebilir sistemler kurmaya ve iz bırakmaya bu yüzden önem verdim.

Sürdürülebilirliğe de aynı yerden bakıyorum. Kişisel öncelikleri merkeze koyduğunda, ister işte ister hayatta olsun, denge bozuluyor. Meslekte 30 yılımı geride bırakırken, hâlâ yeni şeyler öğrenmeye hevesli kalabilmeyi, bildiklerimi gerektiğinde bir kenara bırakarak yeniye alan açabilmeyi en büyük başarımları sayıyorum.

Bugün dostum ve ortağım Melis Öner ile birlikte, sahip olduğumuz birikimi, Shift İletişim çatısı altında B2B markalara aktarıyoruz. İkimiz de uzun yıllar önemli markalar yönettik. Yapı sektöründe ekiplerin sınırlı olduğu, hatta bazı fonksiyonların hiç olmadığı yapılarda stratejik bir rol üstleniyoruz. İletişim denildiğinde çoğu zaman PR ve basın görünürlüğü aklı geliyor. Biz konuya daha geniş bir pencereden bakıyoruz.



Ben, Lebriz Akdeniz...

İşin cinsiyeti olmadığına inanıyorum. Genç kadınlara en büyük tavsiyem, kendilerine biçilen dar rolleri kabul etmemeleri. Kendilerine güvenmeleri, adımlarını korkusuzca atmaları. Yenilenmekten korkmasınlar.

Kariyerime medya sonrasında pazarlama ve kurumsal iletişim alanında başladım. Yıllar boyunca farklı sektörlerde, yerel ve global yapılarda; marka, iletişim ve strateji odaklı roller üstlendim. Bugün ise kurumlara pazarlama ve iletişim danışmanlığı sunuyor, aynı zamanda yönetici ve takım koçu olarak liderlerle çalışıyorum.

Değer yaratan şey, kim olduğumuzdan çok, ne ürettiğimiz ve bunu nasıl sürdürdüğümüzdür. Kadınların, özellikle içinde yaşadığımız kültürde, yaşamla çok katmanlı bir ilişki kurduklarını düşünüyorum. Doğurganlık, annelik ya da bakım rolleri; yalnızca biyolojik ya da toplumsal tanımlar değil, aynı zamanda süreklilik ve sorumluluk bilinciyle bağlantılı alanlar. Bu temas, kadınların düşünme ve üretme biçimlerine de yansıyor. Uzun vadeli bakabilme, birden fazla değişkeni aynı anda gözetme

LEBRİZ AKDENİZ & MELİS ÖNER

Shift İletişim Kurucu Ortakları

ve sürdürülebilirliği merkeze alma refleksi, bu deneyimin doğal bir sonucu olarak ortaya çıkabiliyor.

Sürdürülebilirlik kavramına da bu yerden yaklaşıyorum. Benim için sürdürülebilirlik yalnızca çevresel başlıklarla sınırlı değil; karar alma süreçleri, kurum kültürü, liderlik anlayışı ve insanla kurulan ilişkiyle doğrudan bağlantılı... Samimi, tutarlı ve gerçek olmayan hiçbir anlatının uzun vadede karşılık bulmadığına inanıyorum.

İş hayatına yeni adım atanlara -özellikle de yolun başında olan kadınlara- verebileceğim en önemli tavsiye; kendilerini tek bir role ya da tanıma sıkıştırmamaları olur. Kariyer, doğrusal bir çizgi değildir; öğrenerek, değişerek ve bazen yön değiştirerek ilerler.

Ben, Melis Öner...

İş hayatındaki yolculuğumda odağım hep aynı yerde oldu: anlamlı işler üretmek, sorumluluk almak ve uzun vadeli değer yaratmak. İş dünyasına bakarken meseleyi cinsiyetler üzerinden tanımlamayı tercih etmiyorum.



55 yılı aşan çalışma hayatı...



Sürdürülebilirlik kavramı, 20'nci yüzyılın ikinci yarısından itibaren doğal kaynakların tüken-
diğinin ve bir süre sonra hızla
artan dünya nüfusunun ihtiyacına
yetemeyeceğinin farkına varılması
üzerine popülerleşti ve kişilerin,
kurumların ve hükümetlerin
politikalarının bileşeni haline
geldi. Pandemi geleceği umursa-
mayan kurum ve kuruluşları, hatta
politikacıları bile etkiledi ve onlar
da sürdürülebilirlikten söz etmeye
başladı. Burada kendi iş yaşamım
üzerinden sürdürülebilirlik kavra-
mıyla nasıl kolay uyum sağladığımı
anlatmak isterim.

İşim iletişim, Kasım ayında iş
hayatında 55 yılı doldurdum ve bu
süre içinde iletişim alanı dışına hiç
çıkmadım. Siyasal Bilgiler Fakül-
tesi'ne bağlı olarak kurulan ve
daha sonra İletişim Fakültesi olan
Basın ve Yayın Yüksek Okulu'nu
bitirdim. TRT Haber Merkezi'nde
11,5 yıl, yazılı basında yaklaşık 4
yıl (muhabir, editör ve yönetici
olarak) olmak üzere toplam 15 yıl
geçirdim.

“İşim iletişim, iş hayatında 55 yılı doldurdum ve
bu süre içinde iletişim alanı dışına hiç çıkmadım.”

NECLA ZARAKOL

Zarakol İletişim Hizmetleri
Yönetim Kurulu Başkanı

Sonrasında bir holdingin halkla
ilişkiler müdürlüğünü üstlendim,
bu görevin son yılında Röportaj
adlı bir dergi yayınladım, ayrılınca
TRT 2'de bir programın yönetmen-
liğini yaptım, dönemin en büyük-
lerinden RPMRadar adlı reklam
şirketinde PR direktörü olarak iki
yıl süreyle görev aldım, bu görev
sırasında ve sonrasında kısa bir
süre için TÜSİAD'ın iletişim danış-
manlığını üstlendim. Görüş Dergi-
si'ni 1992 yılından 2004 yılı sonuna
kadar (iki ayda bir yayınlanıyordu)
yayına hazırladım. Bu arada 1993
yılında kendi danışmanlık şirketim
kurdum. Danışmanlık şirketimi ku-
rarken de özel sektörden çok top-
lumsal sorunlarla ilgili işler yapan
sivil toplum örgütleriyle çalışmayı
planladım. İlk müşterilerim sivil
toplum örgütleri idi, ancak hem
şirketimin hem birlikte çalıştığımız
sivil toplum örgütlerinin özel sektör
desteği olmadan yaşayamayacağını
o dönemde gördüm.

TÜSİAD'la ve dergisi için çalı-
şırken, ekonominin büyük oyuncu-
larının da sivil toplum örgütlerince
geliştirilmiş çözümlere duyarlı
olduklarını görmüştüm. Böyle-
ce toplum için değer yaratmaya
gönüllü birçok projede müşteri ya
da sivil toplum örgütü tarafında yer
aldım. Bu projeler değer üretmeye
başladığında başka bir proje için
motive oldum, yeni bir sorunun
çözümüyle ilgilenmeye başladım.

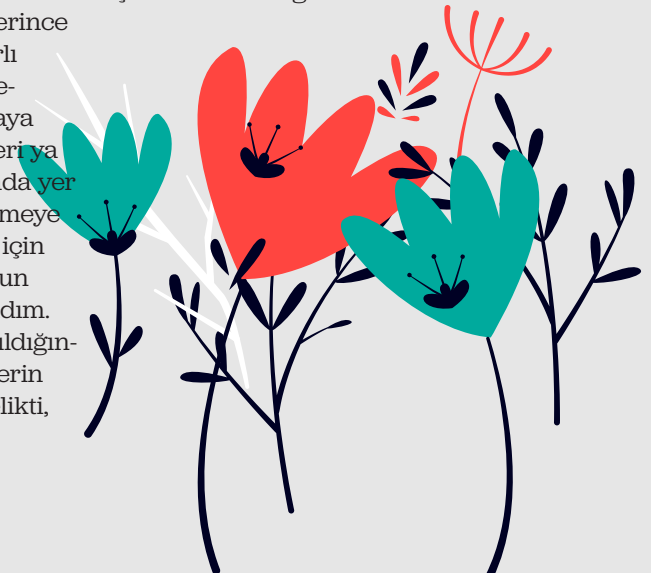
Şirketimin geçmişine bakıldığın-
da gerçekleştirdiğimiz projelerin
hepsi, değer yaratmaya yönelikti,

sürdürülebilirlik bağlamında olum-
lu oldu ve kalıcı sonuçlar yarattı.
Sonuçları katma değer yaratacak
konferans, kongre, çalıştay gibi
yılda bir ya da iki yılda bir düzenle-
nen toplantılar dışında tek seferlik
etki yaratacak projelerden olabildi-
ğince uzak duruyoruz.

Pandemi döneminde, kendi
müşterilerimizin ekosistemlerinin
çalışır durumda kalması için epey
çalıştık. “Sürdürülebilirlik de ney-
miş! Herkes bu kavramı konuşuyor
ama altı boş!” diye düşünüp konu-
şanları, bunun aksine ikna etmeye
çalıştık. Müşterilerimizin sürdürüle-
bilirlik konusunu işlerinin merkezi-
ne almalarından ve vazgeçilemez
bir politika olarak benimsemelerin-
den çok memnunuz.

Ben, Necla Zarakol...

Bugün 55 yılı aşan çalışma
hayatımın beni hâlâ enerjik tutan
ve emekli yaşamından koruyan iki
motivasyonum olduğunu söyleye-
bilirim: biri son beş yıldır çarpıcı
biçimde hayatımıza giren yapay
zekânın yetkinliği ve gelişmesi,
diğeri de toplumsal sorunların
çözümü için elini taşın altına tutan
şirketlerin varlığı...



Kendi sesinizi kismadan var olun

“Kadınlara söyleyebileceğim en samimi şey şu: Kendi sesinizi kismadan var olun. Deneyim, kusursuz ilerlemekle değil; denemek, yanılmak ve öğrenmekle kazanılır. Önemli olan, bu süreçte kendinizden uzaklaşmamak.”

İş dünyasında kadın olmak, çoğu zaman yalnızca bir meslek tanımıyla açıklanamaz. Bu, aynı anda birden fazla rolü taşımayı, görünmeyen sorumluluklarla ilerlemeyi ve çoğu zaman yüksek sesle dile getirilmeyen beklentileri yönetmeyi gerektiren bir yolculuktur. Yetkinliğinizi kanıtalamanız beklenirken, uyumlu olmanız; güçlü dururken yumuşak kalmanız; sonuç üretirken kapsayıcı olmanız istenir. Tüm bu denklemin içinde kadınlar, yalnızca iş üretmez; aynı zamanda anlam inşa eder. Benim için iletişim, tam da bu noktada başlar. Mesaj vermekten önce anlam kurmak, görünürlükten önce güven inşa etmek ve kısa vadeli etki yerine kalıcı değer yaratmak...

Profesyonel yolculuğum boyunca farklı sektörlerde, farklı ölçeklerde kurumlarla çalışırken şunu net biçimde gördüm: İletişim, bir refleks değil; bir zihniyet meselesidir. Ve bu zihniyet, doğrudan kurum kültürünü, liderlik anlayışını ve geleceğe bakışını yansıtır.

Bugün Niş PR'ın kurucusu ve yöneticisi olarak yürüttüğüm iletişim ve sürdürülebilirlik çalışmalarında da bu bakış açısı belirleyici



NESRİN GÜNDÜZ

Niş PR- Media-Event Ajans Başkanı

çok, attıkları adımlarla ölçülür. İletişim ise bu sürecin vitrininden çok, vicdanı olmak zorundadır.

Kadınların sürdürülebilirlik alanında daha aktif rol almasının sürdürülebilirlik kavramını derinleştirdiğine inanıyorum. Çünkü kadınlar çoğu zaman hızlı kazanımlar yerine kalıcı etkileri gözetir. Bugünü yönetirken yarını da düşünür. Bu yaklaşım, iş dünyasında olduğu kadar toplumsal dönüşümde de daha sağlam ve uzun ömürlü sonuçlar yaratır.

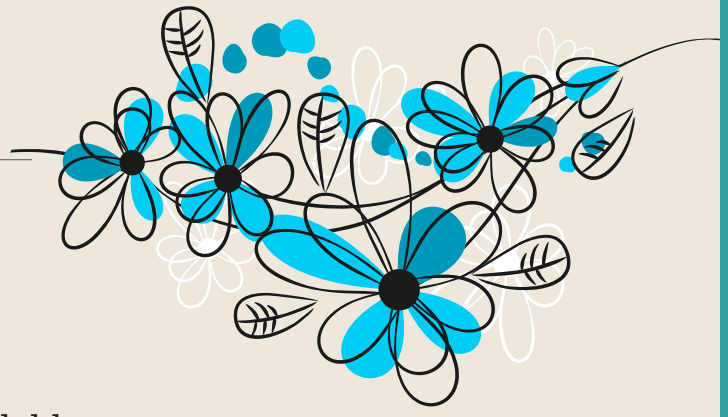
8 Mart, yalnızca kadınların başarılarını kutladığımız bir gün değil; eşitliği, görünürlüğü ve sürdürülebilir bir geleceği yeniden düşünmek için güçlü bir hatırlatmadır. İş dünyasında kadınların varlığı güçlendikçe, iletişimin dili de, kurumların yarattığı etki de dönüşür. Bu dönüşümün bir parçası olmak, benim için hâlâ en büyük motivasyon kaynağı. Kadınların emeğini, yaratıcılığını ve dünyaya kattığı değeri görünür kılan bu özel günde; her kadının kendi yolunda cesaretle ilerleyebilmesini ve emeğinin hak ettiği değeri her zaman görebilmesini diliyorum.

Ben, Nesrin Gündüz...

Kadınlara söyleyebileceğim en samimi şey şu: Kendi sesinizi kismadan var olun. Deneyim, kusursuz ilerlemekle değil; denemek, yanılmak ve öğrenmekle kazanılır. Önemli olan, bu süreçte kendinizden uzaklaşmamak. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü kutlu olsun.

oluyor. İletişimi, yalnızca anlatan değil; sorumluluk alan, tutarlılığı gözetken ve hesap verebilen bir alan olarak ele alıyorum. Çünkü gerçek etki, söylenenlerle yapılanlar arasındaki mesafenin kapandığı yerde başlar. İş hayatında kadınların varlığı, yalnızca temsiliyet meselesi değildir. Kadınlar karar alma süreçlerinde yer aldıkça, kurumların dili değişir. Daha şeffaf, daha empatik ve daha kapsayıcı bir iletişim anlayışı gelişir. Kadınların iletişime yaklaşımı çoğu zaman sezgisel olduğu kadar analitiktir; detayları okur, riskleri önceden görür ve uzun vadeli sonuçları hesaba katar. Bu da yalnızca marka algısını değil; kurumların topluma yansıyan duruşunu da dönüştürür.

Sürdürülebilirlik kavramına bakışım da bu bütüncül çerçeveden besleniyor. Sürdürülebilirlik benim için bir trend başlığı ya da dönemsel bir iletişim söylemi değil; iş yapış biçiminin kendisi. Çevresel duyarlılık kadar, insan emeğini, toplumsal faydayı ve etik sorumluluğu da kapsayan bir anlayıştan söz ediyorum. Kurumların bu alandaki samimiyeti, verdikleri mesajlardan



Müzik sektöründe kadın olmak

“Müzik sektöründe, güçlü, sakin, çözüm odaklı, ulaşılabilir ve dayanıklı olmanız bekleniyor.”

Müzik sektörü çoğu zaman sahnedeki ışıklar, alkışlar ve kalabalıklarla hatırlanır. Oysa bu sektörün asıl sürdürülebilirliği, sahnenin arkasında, kriz anlarında soğukkanlı kalabilen, uzun saatler boyunca görünmeden çalışan insanların emeğiyle mümkün...

Benim müzik sektörüyle yolum, İstanbul Üniversitesi Pazar Araştırmaları ve Reklamcılık Bölümü'nden mezun olduktan sonra yayıncılık alanında başladı. Ada Müzik'te basın sorumlusu olduğum dönemde Bulutsuzluk Özlemi, mor ve ötesi, Zuhall Olca ve Bülent Ortaçgil gibi Türkiye müziğinin önemli isimleriyle çalıştım. Ardından Sony Music'te Uluslararası ve Yerli Departmanlardan Sorumlu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Müdürü olarak görev aldım. Dokuz yıl boyunca Shakira, Ricky Martin ve Gloria Estefan gibi dünya yıldızlarının kampanyalarını yönetirken, Sertab Erener'in Eurovision sürecinin Avrupa tanıtımını ve sonrasında yayımlanan İngilizce albümünün uluslararası promosyonunu üstlendim.

18 yıl önce kendi adıma taşıyan PR ajansımı kurarak bağımsız çalışmaya başladım. O günden bu yana Metallica, Kylie Minogue, Sonisphere Stadyum Konserleri, Gripin, Emre Aydın, Kalben, maNga, Göksel, Feridun Düzağaç, Melek Mosso, Ceza ve Mabel Matiz gibi pek çok sanatçı ve projede basın ve tanıtım süreçlerini yönettim. Kaş Caz Festivali, Bozcaada Caz Festivali, Epifoni'nin uluslararası etkinlikleri, Robbie Williams'ın Bodrum Lujon konseri ile Tom Odell, Christina

NURBANU ANTER

Bağımsız PR Yöneticisi

Aguilera ve Ricky Martin'in Regnum Carya'daki konserleri de bu yolculuğun önemli durakları oldu. Aynı zamanda ebru sanatçısı Serra Camaş ve çağdaş sanat platformu BASE'in iletişim çalışmalarını yürüttüm; bugün ise Ceylan Ertem, Eda Baba, Haluk Levent ve Melike Şahin gibi sanatçılarla çalışıyorum.

Bu uzun yolculuk bana şunu öğretti: Müzik sektöründe kadın olmak, yalnızca işini iyi yapmak anlamına gelmiyor. Aynı anda güçlü, sakin, çözüm odaklı, ulaşılabilir ve dayanıklı olmanız bekleniyor. Kriz yöneten, ilişkileri dengeleyen, duygusal emeği üstlenen taraf çoğu zaman kadınlar oluyor; ancak karar masalarında bu emek her zaman görünür kılınmıyor.

Sektörde kalıcı olmanın bedeli ise yüksek. Sürekli erişilebilir olmak, sınır koyamamak, “Durursam geride kalırım” hissiyle yaşamak... Bunlar yıllar içinde normalleşiyor. Oysa sürdürülebilir bir sektör, insanı tüketmeyen bir sistemle mümkün. Kadınların bu alanda uzun soluklu var olabilmesi için dayanışmaya, rol modellere ve “Hayır” deme hakkına da ihtiyacı var.

Yıllar içinde PR anlayışı köklü biçimde değişti. Başlangıçta güçlü medya ilişkileri kurmak yeterliyken, bugün dijital stratejiler, sosyal medya yönetimi, veri analizi ve algi yönetimi işimizin ayrılmaz parçaları haline geldi. İletişimin hızı kadar doğruluğu ve sürdürülebilirliği de önem kazan-



dı. 33 yıllık meslek hayatım boyunca ekonomik krizlere, sektörün daraldığı dönemlere ve pandemi gibi küresel kırılganlıklara da tanıklık ettim. PR benim için hiçbir zaman yalnızca görünürlük sağlamak anlamına gelmedi. Sanatçıyla kurulan güven ilişkisi, bu mesleğin en kıymetli tarafıdır. Bir sanatçının hikâyesini doğru şekilde anlatmak, kariyerine eşlik etmek ve zor zamanlarında yanında olmak, büyük bir sorumluluk gerektirir. Uzun soluklu iş birlikleri ve karşılıklı güvene dayalı ilişkiler, kariyerimin en değerli kazanımları arasında yer alıyor.

Ben, Nurbanu Anter...

Bugün geriye dönüp baktığımda, hâlâ burada olmamın sebebinin mükemmel olmak değil, vazgeçmemek olduğunu görüyorum. Benim için değişmeyen tek şey, müziğe ve onun hikâyesine duyduğum saygı oldu. Geçmişten bugüne uzanan bu yolculuk, yalnızca bir kariyer değil; aynı zamanda yaşam biçimim haline geldi.



Cam tavanı kırmak zorundayız

“Daha adil, daha kapsayıcı ve daha sürdürülebilir bir iş dünyası istiyorsak, cam tavanı kırmak zorundayız.”

SEDA YALÇIN ULUSOY

Weber Shandwick Türkiye CEO’su

21. yüzyılda hâlâ kadının iş hayatındaki konumunu, yönetimdeki temsilini ve eşitliğini tartışıyor olmamız, bu meselenin ne kadar yapısal ve derin olduğunu gösteriyor. Kadına yönelik şiddet, fırsat eşitsizliği, istismar ve girişimcilik ekosistemindeki görünmez engeller yalnızca sosyal bir sorun değil; aynı zamanda ekonomik kalkınmayı, kurumsal dayanıklılığı ve toplumsal refahı doğrudan etkileyen başlıklar. Konuya artık “iyi niyet” çerçevesinden değil, stratejik bir gereklilik olarak bakmak zorundayız.

Bu yazıda özellikle iş dünyasında kadın olmanın zorluklarına ve kadınların yönetimde neden daha güçlü biçimde yer alması gerektiğine odaklanmak istiyorum. Weber Shandwick Türkiye’de yönetim kadromuzun neredeyse tamamının kadınlardan oluşması, bu konuyu teorik bir tartışma olmaktan çıkarıp günlük iş pratiğimizin merkezine taşıyor. Deneyimimiz son derece net: Kadınların aktif olduğu yönetim yapıları daha kapsayıcı kararlar alıyor; kriz dönemlerinde daha dirençli davranıyor ve uzun vadeli, sürdürülebilir büyümeyi önceleyen iş modelleri geliştiriyor. Bu, çok sayıda uluslararası araştırma tarafından da teyit edilen bir gerçek.

Veriler bu tabloyu açıkça destekliyor. Grant Thornton’un Women in Business Raporu’na göre, dünyada üst düzey yönetim pozisyonlarının yaklaşık %33,5’i kadınlar tarafından yürütülüyor. Yani her üç liderden biri kadın. Ancak bu oran, CEO gibi en üst karar verici rollere gelindiğinde dramatik biçimde düşüyor. Deloitte’un küresel analizine göre dünyada CEO’ların yalnızca %5,1’i, yönetim kurulu başkanlarının ise yaklaşık %6,7’si kadın. Yönetim kurulu üyeliklerinde kadın oranı ise %27 seviyesinde.

Türkiye özelinde tablo karmaşık ama umut verici sinyaller barındırıyor. Kadınların iş gücüne katılımı hâlâ dünya ortalamalarının gerisinde olsa da, beyaz yakalı kadınların yönetim kademelerine yükselme çabası son yıllarda belirginleşmiş durumda. Türkiye’de şirketlerde üst düzey yöneticilerin yaklaşık %37’si kadınlardan oluşuyor. Buna karşın yönetim kurullarındaki kadın oranı %18,7 seviyesinde kalıyor. Bu rakamlar yeterli değil; ancak doğru yönde ilerlediğimizi ve verilen çabanın karşılık bulmaya başladığını gösteriyor.

Benim de üyesi olduğum Türkiye Yönetim Kurulu’nda Kadın Derneği (YKKD) gibi oluşumlara duyulan ihtiyaç, bu konunun bireysel başarı hikâyeleriyle çözüleme-

yecek kadar yapısal olduğunu ortaya koyuyor. Aynı zamanda bu tür platformların varlığı, iş dünyasında farkındalığın ve dönüşüm iradesinin güçlendiğini de gösteriyor.

Kadın liderliği, sürdürülebilirlik ve ESG gündeminin de ayrılmaz bir parçası. Toplumsal cinsiyet eşitliği; çevresel ve sosyal riskleri daha iyi yöneten, paydaş beklentilerini daha doğru okuyan ve uzun vadeli değer yaratmayı hedefleyen kurumların ortak paydası haline geliyor. Bu perspektifle, Weber Shandwick Türkiye olarak QNB Türkiye için Kadın Has Üniversitesi iş birliğiyle hayata geçirdiğimiz Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Rehberi ve Eylem Planı, eşitliği ölçülebilir hedeflere ve kurumsal politikalara dönüştürmeyi amaçlayan somut bir adım. QNB Türkiye’nin “Cam Tavanı Kırıyoruz” söylemiyle yürüttüğü bu çalışma, iş dünyasında dönüşümün mümkün olduğunu gösteren güçlü örneklerden biri.

Ben, Seda Yalçın Ulusoy...

Daha adil, daha kapsayıcı ve daha sürdürülebilir bir iş dünyası istiyorsak, cam tavanı kırmak zorundayız. Türkiye’nin bu dönüşümü gerçekleştirecek insan kaynağına, bilgi birikimine ve vizyona sahip olduğuna inanıyorum. Önemli olan, bu potansiyeli kararlı ve cesur adımlarla hayata geçirmek.

İş dünyasında kadın sezgisi

“PR’ın sayılar kadar sezgi, strateji kadar empati gerektirdiğine inanırız. İş dünyasında kadınların en büyük sermayesi ise sezgileri...”

Kurucusu olduğum ajansımız, iletişim ve halkla ilişkiler danışmanlığı alanında 20 yıllık mesleki tecrübeyle, stratejik bakış açısını sezgisel marka okumasıyla birleştiren bir iletişim şirketidir. Medya, marka iletişimi ve itibarı, kurumsal anlatı ve lider iletişimi ekseninde şekillenen kariyerimde; klasik PR kalıplarının ötesine geçerek markalar için anlam, içerik ve konum üretmeyi merkeze almış bir profesyonellik her an işimin başındayım.

Bundan tam 20 yıl önce, yaşanmışlıklarla bezenen pek çok deneyim sayesinde oluşturduğum sağlam zemin bugünkü güven esasına dayanan İletişim Media’nın temelini oluşturdu. Bugün medya ilişkilerini sürdürülebilir bir algı inşası olarak ele alan bir danışmanlık yaklaşımıyla çalışıyoruz. Her markayı kendi bağlamı, sektörel dinamikleri ve hedef kitlesinin kültürel kodları içinde değerlendirerek markaya özel butik çalışma prensibiyle ilerliyoruz. Bizi ayrıcalıklı yapan ve klasik iletişimden ayırarak üst sıralara taşıyan bu prensip, uzun soluklu iş birliklerini inşa ediyor.

İletişim Media’nın PR çalışmaları; tek seferlik bültenlerden çok uzun soluklu anlatılar, fikri takip, doğru mecrada doğru içerik ve ölçülü bir görünürlük anlayışı üzerine kuruludur. Özellikle sessiz ama güçlü markalar, niş projeler ve yüksek nitelikli iş modelleri için geliştirilen iletişim stratejileri, ajansımızın diğer ayırt edici yönlerini oluşturur.

Bana göre etkili iletişim; en yüksek sesle konuşmak değil, en doğru cümleyi doğru zamanda kurabilmek. Bu bakış açısı, ajansın medya planlamasından kriz iletişimine, lider söyleminden marka hikâyesine kadar tüm süreçlerine yansır. PR’ın sayılar kadar sezgi, strateji kadar empati gerektirdiğine inanırız.

İş dünyasında kadın olma deneyimi ise mesleki duruşumun önemli bir parçasını oluşturur. Yıllar içinde edindiğim deneyime göre; kadınların çoğu zaman yalnızca iş sonuçlarıyla değil, tavırları, tonları ve sınırlarıyla da değerlendirildiğini açıkça gösterdi. Bence asıl güç kendi profesyonel çizgisini emin ve sağlam bir duruşla net biçimde tanımlayabilmek.

İş dünyasında kadınların en büyük sermayesi sezgileri, ilişki kurma becerileri, iletişim dilleri, duygusal zekâyı yerinde ve dengeli kullanabilmeleri, uzun vadeli düşünme yetkinlikleridir. Ancak bu özellikler net hedefler, güçlü bir mesleki dil ve sınır çizebilme cesaretiyle daha da anlam kazanır. Başarı; itibar, süreklilik ve güven üçgeniyle tanımlanır.

Bugün; ben ve her biri alanında uzman olan ekip arkadaşlarım aynı bakış açısını paylaşıyor ve iletişimi bir araçtan çok bir duruş olarak gören markalarla çalışmayı seçiyoruz. Kadınların iş dünyasında daha net, daha özgür ve daha güçlü temsil edilmesi için kendi deneyim-



SELMA CANYORAN

İletişim Media Ajans Başkanı

İlerimizden süzülen bakış açısını paylaşmaya devam ediyor ve genç kuşakları destekliyoruz.

Ben, Selma Canyon...

Kurucusu olduğum ajansımızda, iletişim ve halkla ilişkiler alanındaki 20 yıllık mesleki birikimime güveniyor; öğrendiklerimi paylaşmayı ve genç kuşakların cesaretle kendi yollarını çizmelerine destek olmayı yürekten önemsiyorum. İş dünyasında kadın olma deneyimim ise, bakış açımı, liderlik anlayışımı ve mesleki duruşumu yansıtıyor.

“Sen kimsin?” sorusunu ertelemeyin

“Kendini tanımadan, neyi temsil ettiğini bilmeden sağlıklı bir kariyer planı yapmak mümkün değil. ‘Sen kimsin?’ sorusunu ertelemeyin.

SELİN BATI ORAN

PIAR Dijital Ajansı Başkanı



İş dünyasında kadın olmak, çoğu zaman aynı anda iki farklı sınavdan geçmek demektir: Bir yandan işinizi en iyi şekilde yapmak, diğer yandan bu başarının nasıl algılandığını yönetmek. Erkek bir yönetici “kararlı” olarak görülürken, kadın bir yönetici aynı netlikte konuştuğunda “sert” olarak etiketlenebiliyor. Daha yumuşak bir dil kullandığında ise bu kez “yeterince güçlü değil” algısıyla karşılaşılıyor. Bu görünmez ikili standart zamanla enerjimizi, motivasyonumuzu ve öz güvenimizi de aşındırıyor.

Benim kariyer yolculuğum da bu dengeyi kurmayı öğrenerek geçti. 15 yılı aşkın süredir iletişim, pazarlama ve dijital liderlik alanında çalışıyorum; 2014 yılında “Tüm sektörler teknolojiyle dönüşecek” vizyonuyla kurduğum PİAR İletişim’de, farklı sektörlerde markalara entegre iletişim danışmanlığı veriyorum. Bu yolculuk bana çok net bir gerçeği gösterdi. Kadınların iş dünyasında kalıcı başarı elde etmesi görünürlük, etki ve tutarlı bir iletişimle mümkün oluyor.

Birçok kadın profesyonel, hâlâ işini iyi yaparsa fark edileceğine inanıyor. Oysa yeni dünyada görünür olmak, bilinçli şekilde yönetilmesi gereken bir iletişim stratejisi olarak tanımlanıyor. Edelman Raporu’na göre karar vericilerin %73’ü düşünce liderliği içeriklerini pazarlama dokümanlarına kıyasla daha güvenilir buluyor. Bu yüzden bugün kurumları onları temsil eden liderlerin itibarı, güvenilirliği ve fikir dünyası büyütüyor. Bu nedenle

kişisel markamızı, bir “sosyal medya süsü” değil, doğrudan kimlik yönetimi olarak görmemiz gerekiyor.

Birçok yönetici, kişisel markasına kendi bütçesinden yatırım yapıyor. Halbuki veriler, bu yatırımın kurumsal fayda da yarattığını açıkça gösteriyor. Liderlerin dijital paylaşımları, kurumların görünürlüğünü ve sayfa trafiğini doğrudan artırıyor.

Kişisel marka, adınız duyulduğunda insanların zihninde beliren ilk resimdir. Ne anlattığınız, nasıl anlattığınız ve dijitalde bıraktığınız iz... Hepsi bir araya gelir. Kadınlar için bu “ilk resim” meselesi çok daha kritik bir rol oynuyor. Çünkü kadın liderler hâlâ daha fazla sorgulanıyor, daha hızlı etiketleniyor ve daha çabuk yargılanıyor.

Danışmanlık çalışmalarımda bu netleşmeyi sistematik bir çerçeveye kuruyorum. Profil optimizasyonu, hedef kitle analizi, kişisel marka haritası, içerik stratejisi ve tutarlı bir iletişim dili... Her adımı birbirini besleyen bir bütün olarak tasarlıyorum. Bu noktada, iş hayatına yeni atılan ya da kariyerinin başında yolunu arayan kadınlara birkaç

samimi not paylaşmak istiyorum.

İş hayatına yeni adım atan birçok kadına önce şunu söylemek istiyorum, “Sen kimsin?” sorusunu ertelemeyin. Kendini tanımadan, neyi temsil ettiğini bilmeden sağlıklı bir kariyer planı yapmak mümkün değil. Görünür olmak ise yalnızca paylaşım yapmakla sağlanmaz. Duyuru yapmakla, başkalarının sözlerini tekrar etmekle fark yaratılmaz. Asıl değer, fikir üretmekten, özgün bakış açıları geliştirmekten ve içgörü sunmaktan gelir. Ve belki de en önemlisi, kendini küçültmeyi bırakmak. Bunu “Daha çok konuşmalısınız” anlamında söylemiyorum. Daha net konuşmalısınız. Fikirlerinizi ve hayallerinizi paylaşmaktan çekinmemelisiniz.

Ben, Selin Batı Oran...

Burada yumuşatmayacağım çünkü gerçek değişim, pembe cümlelerle başlamaz. Çünkü iş dünyasında kalıcı etki yaratanlar, sesini doğru şekilde duyurabilenlerdir. Kendi alanınızdaki uzmanlığınızı ve otoritenizi inşa etmelisiniz. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü kutlu olsun.

Kadınların stratejik katkısı...

“Daha adil ve sürdürülebilir bir dünya için kadınların stratejik katkısına her zamankinden fazla ihtiyaç olduğuna inanıyorum.”

Dünyada ve ülkemizde son 30-35 yılda gerçekleşen hızlı değişimler, ekonomi ve toplumsal düzen üzerinde derin etkiler yarattı. Özellikle pandemi, tarihin en köklü dönüşümlerinden biri olarak öne çıktı. Tüm bu dönüşümün merkezinde ise “sürdürülebilirlik” yer aldı. İş dünyasında sürdürülebilirlik, çoğunlukla süreklilik ile karıştırılıyor. Oysa sürdürülebilirlik, şeffaflık, toplumsal fayda ve fırsat eşitliğini de kapsayan bütüncül bir yaklaşım. Bu anlayışın kurumsal ve toplumsal düzeyde kalıcı hale getirilmesi ise ortak sorumluluğumuz.

1997’de Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümünden mezun olduğumda, üç yıldır aktif iş yaşamında olan genç bir iletişimciydim. Farklı sektör deneyimlerinin ardından, 2007’de stratejik iletişim danışmanlığı sunmak amacıyla Pozitif PR’ı kurdum. Bugün Pozitif PR, ABD merkezli küresel bir ağ olan PR Boutiques International’ın Türkiye’deki tek temsilcisi olarak 20’den fazla ülkede iş birliği yürütüyor. Bunun yanı sıra TÜHİD (Türkiye Halkla İlişkiler Derneği) Yönetim Kurulu Üyesi, Marka Konseyi Derneği Başkan Yardımcılığı ve IPRA (Uluslararası Halkla İlişkiler Derneği) üyeliğimle sektörün gelişimine katkı sağlamaya çalışıyorum. Sahada edindiğim deneyimi üniversitelerde verdiğim dersler ve danışma kurullarındaki çalışmalarım aracılığıyla akademik dünyaya aktarmayı, mesleğime karşı duyduğum bir sorumluluk olarak görüyorum.

30 yıldan fazladır süregelen iş yaşamımda her zaman en az bir

SERAP ŞAHİN DURAK

Pozitif PR Kurucu Ajans Başkanı

sivil toplum kuruluşunda gönüllü olarak görev aldım. Toplumsal fayda, kurumsal sorumluluk ve şeffaflık her zaman önceliğim oldu. Son dönemde kongre üyesi olarak Fenerbahçe Spor Kulübü bünyesinde de yer alıyor, kadın temsili ve etkisinin artmasına yönelik çalışmalara, farklı bir kulvarda da destek veriyorum. Kadın ve erkekler, iş yaşamında farklı bakış açıları ve farklı değerler üretiyor. Kadınların çoğu zaman daha duyarlı ve kapsayıcı, erkeklerin ise bazen daha rasyonel yaklaşımlar sergilemesi, bu çeşitliliği besliyor. Farklılıkların bir araya gelmesi ise üretilen değeri daha güçlü ve sürdürülebilir kılıyor.

İş dünyasında kadın liderlik, toplumsal bir temsil açısından da önem taşıyor. Kadınların çok yönlü düşünme, yüksek empati ve kriz yönetimi becerileri, kurumların sürdürülebilirliği için kritik rol oynuyor. Kadın çalışanların yoğun olduğu halkla ilişkiler sektörü, insanı merkeze alan yapısıyla sürdürülebilirliğe liderlik eden alanlardan biri olarak öne çıkıyor. Kadınların karar alma mekanizmalarında daha fazla yer alması, şirketlerin yalnızca kâr odaklı değil, değer odaklı büyümesine de katkı sağlıyor. Bu nedenle genç kadınların potansiyellerini keşfetmelerine destek olmak, sürdürülebilir bir toplum için büyük önem taşıyor.

Cinsiyet ayrımı olmaksızın, iş hayatına adım atan tüm genç meslektaşlarıma ve öğrencilere, her zaman şunu hatırlatıyorum: “Bilgi,



en güçlü servetiniz ve kalkınızdır.” Sürekli öğrenin. Özellikle yapay zekâ alanındaki gelişmeleri yakından takip edin. İşinizi sadece bir görev olarak değil, bütünsel bir itibar yönetimi süreci olarak görün. Sektörel STK’larda aktif rol alın, networking ve mentörlüğün gücünden faydalanın. Sürdürülebilirliği, bir yaşam ve iş kültürü olarak benimseyin

Ben, Serap Şahin Durak...

8 Mart’ı, eşit bir geleceğin inşası için verilen sözlerin tazelenişi anlamı bir gün olarak görüyorum. Daha adil ve sürdürülebilir bir dünya için kadınların stratejik katkısına her zamankinden fazla ihtiyaç olduğuna inanıyor; bu konuda atılacak olumlu her adımı destekliyorum. Günümüz kutlu olsun.

Dayanışmanın gücüne inanıyorum

“Kariyerimde beni en çok besleyen unsurlardan biri, kadın yöneticilerle kurduğum deneyime dayalı açık ve samimi iletişim oldu.”

Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi Radyo, TV, Sinema Bölümü’nde başlayan akademik yolculuğum, İstanbul Üniversitesi’nde Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı’nda yaptığım yüksek lisansla şekillendi. 2005 yılında adım attığım profesyonel iş hayatımda, ajans dünyasında marka yönetmenliğinden koordinatörlüğe ve ardından kendi ajansımın kuruluşuna uzanan bir yolculuk yaşadım. Bu yolculuk boyunca edindiğim deneyimler bana şunu net biçimde gösterdi: İş dünyasında kadın olmak, sürekli sınanan, güçlenen ve dönüşen bir durum meselesi.

İş hayatına başladığım ilk yıllarda, genç bir kadın olarak fikirlerimin masada ne kadar karşılık bulduğunu, sesimin ne kadar duyulduğunu çok yakından gözlemledim. Kadın lider olmanın görünürlükle birlikte daha fazla sorgulanmayı da beraberinde getirdiğini deneyimledim. Karar alma süreçlerinde “Duygusal mı, rasyonel mi?” gibi cinsiyetçi kalıplarla örtük biçimde sınıdığımız çok oluyor. Oysa McKinsey’nin Women in the Workplace 2023 araştırması, kadın liderlerin kriz yönetimi, empati ve ekip bağlılığı konularında daha yüksek performans sergilediğini ortaya koyuyor. Buna rağmen kadınların üst düzey yönetimde temsili, küresel ölçekte yalnızca yüzde 28 seviyesinde kalıyor.

İletişim sektörü, kadın istihdamının görece yüksek olduğu alanlardan biri, öte yandan her sektör kadınlar açısından çok da avantajlı değil kuşkusuz. Türkiye özelinde TÜİK verileri, kadınların



SİBEL SELVİ

İnomist İletişim Danışmanlığı
Ajans Başkanı

yönetici pozisyonlarındaki oranının yüzde 20’nin altında olduğunu gösteriyor. Bu da bize şunu söylüyor: Kadınlar iş dünyasına giriyor ama yukarı doğru ilerlerken görünmez engellerle karşılaşılıyor. Ben iş hayatındaki yolculuğum boyunca en çok şuna tutundum: Tutarlılık. Söylediğimle yaptığımın, savunduğum değerlerle aldığım kararların örtüşmesine...

İş hayatına adım atmaya hazırlanan genç kadınlarımıza tavsiyelerimden biri öğrenmeye açık

olmaları... Kendinizi geri çekmek yerine, öğrenerek ilerlemeyi seçin. Hiç kimse her şeyi bilerek başlamıyor. İkinci olarak, dayanışmanın gücüne inanıyorum. Kariyerimde beni en çok besleyen unsurlardan biri, profesyonel olarak beni beslediğine inandığım kadın yöneticilerle kurduğum deneyime dayalı açık ve samimi iletişim oldu. Mentörlük, yukarıdan aşağıya olduğu kadar yatayda da çok kıymetli. Deneyim paylaşımı, kadınların iş dünyasında daha görünür ve güçlü olmasının en önemli araçlarından biri.

Diğer yandan iş dünyasında kadın olmak, kimi zaman yaşanan zorluklarla birlikte büyük bir dönüştürücü güç de barındırıyor. Kadınlar yalnızca sistemin içinde yer almıyor; sistemi dönüştürüyor. Bugün hâlâ fırsat eşitliğinden söz ediyorsak, bu mücadele bitmedi demektir. Öte yandan her yeni kadın lider, bu yolun biraz daha açılmasını sağlıyor. Ben de kendi adıma hem ajansımda hem sektörümüzde, bu yolu açmaya devam etmeyi bir sorumluluk olarak görüyorum. Kadınların iş dünyasında daha güçlü, daha eşit ve daha görünür olduğu bir gelecek mümkün. Ve bu gelecek, bugün cesaret eden kadınlarla kuruluyor. Bu vesile ile hayatın her alanında emek veren, üreten tüm kadınların Dünya Kadınlar Günü’nü gönülden kutluyorum.

Ben, Sibel Selvi...

Bugün geriye dönüp baktığımda, iş dünyasında kalıcı olmanın yalnızca yetkinlikle değil; dayanıklılıkla da ilgili olduğunu görüyorum. Daha fazla çalışmak zorunda kalabilirsiniz ama kendinizden daha azını kabul etmek zorunda değilsiniz. Kendi değerinizi önce siz tanımlamazsanız, başkalarının sizin yerinize tanımlamasına izin vermiş olursunuz.

Kendi sesinizi bulun ve kaybetmeyin

“Kadınlar birbirini destekledikçe hem iş dünyası hem toplum daha sağlam ve sürdürülebilir bir zemine oturur. Önce kendi sesinizi bulun ve o sesi kaybetmeyin.”

Heyecanımı ve üretme isteğimi bilinçli olarak korumaya çalışıyorum. Değişimi izlemekle yetinmeyip mümkünse onun bir parçası olma isteği, kariyer yolculuğumun en güçlü motivasyonu oldu. İletişimi ise hiçbir zaman yalnızca markaları görünür kılan bir araç olarak görmedim. Benim için iletişim; güven inşa eden, dönüşüm yaratan ve toplumsal fayda üreten stratejik bir alan.

1988’de Gazi Üniversitesi İngiliz Filolojisi Bölümü’nden mezun oldum. Dil eğitimi bana kültürleri ve farklı bakış açılarını da okumayı öğretti. Ardından University of Central Florida’da Halkla İlişkiler eğitimi alarak iletişime uluslararası bir perspektif kazandım. Profesyonel yolculuğum 1991’de Amerika’da başladı. Orlando’da Kirchnerman Co.’da İş Geliştirme ve İlişki Yönetimi alanında çalıştığım yıllar, iletişimin iş dünyasındaki stratejik gücünü net biçimde kavradığım bir dönemdi. Güvenin ve doğru konumlandırmanın sürdürülebilir başarı için ne kadar belirleyici olduğunu orada öğrendim.

Türkiye’ye döndükten sonra DHL’in Halkla İlişkiler Departmanı’nda, ardından Teba-Daikin Şirketler Grubu’nda görev aldım. Farklı sektörlerde edindiğim deneyimler bana şunu gösterdi: İletişim yalnızca mesaj üretmek değildir; doğru zamanda doğru duruşu göstermek, kurum kültürünü inşa etmek ve karar süreçlerine yön verebilmektir.

ŞİLA GÖK

İdea Halkla İlişkiler Ajans Başkanı

1997’de Rekta Halkla İlişkiler’de kurucu ortak ve Genel Müdür olarak görev almak önemli bir dönüm noktasıydı. 1998’de İdea Halkla İlişkiler’i kurduğumda hedefim sadece bir ajans oluşturmak değildi; güven temelli, uzun vadeli düşünen ve değer üreten bir yapı kurmaktı. 30 yılı aşan meslek hayatımda stratejik danışmanlıktan kriz yönetimine, marka konumlandırmadan sosyal etki projelerine kadar pek çok alanda çalıştım. Geriye dönüp baktığımda en büyük kazanımımın “güven” olduğunu görüyorum.

Sürdürülebilirlik benim için bir trend değil, net bir duruş. Söylenle yapılanın örtüşmediği hiçbir yapı uzun vadede ayakta kalamaz. İletişimde samimiyet ve tutarlılık yoksa görünürlük tek başına anlam taşımaz. Mesleki yolculuğumun en anlamlı başlıklarından biri ise sosyal etki oldu. Kadınların güçlenmesini bireysel bir başarı hikâyesi değil, toplumsal dönüşümün temel dinamiği olarak görüyorum. KAGİDER’in kurucularından biri olmaktan ve kuruluşundan bu yana aktif sorumluluk üstlenmekten büyük gurur duyuyorum. Uzun yıllar farklı görevler üstlendim; bugün Başkan Yardımcısı olarak, aynı zamanda Küresel İlişkiler Komitesi Başkanı ve İletişimden Sorumlu Başkan Yardımcısı olarak çalışıyorum.



Küresel ilişkiler alanındaki önceliğim, Türkiye’deki kadın girişimcilerin ve markaların uluslararası pazarlara açılmalarını desteklemek, stratejik iş birlikleri geliştirmek ve güçlü ağlar oluşturmak. İletişim tarafında ise kurumun vizyonunu ve kadın girişimciliğine sağladığı katkıyı daha geniş kitlelere etkili biçimde ulaştırmak için çalışıyorum. Bunun yanı sıra Yanındayız, Pembe İzler, TÜED, Fenerbahçeli İletişimciler Derneği, LEAD Network ve TÜHİD üyeliklerimle sivil toplum alanında sorumluluk almaya devam ediyorum.

Genç kadınlara her zaman şunu söylüyorum: Önce kendi sesinizi bulun ve o sesi kaybetmeyin. Önemli olan zor anlarda değerlerinizden vazgeçmemek ve dayanışmayı büyütme.

Ben, Şila Gök...

Bugün hâlâ aynı inançla çalışıyorum. Eğer güven inşa edebiliyorsanız, gerçek dönüşüm zaten arından gelir. Bu yolculuğum bir parçası olmak benim için hem büyük bir sorumluluk hem de derin bir gurur kaynağıdır. Kadınlar birbirini destekledikçe hem iş dünyası hem toplum daha sağlam ve sürdürülebilir bir zemine oturur.

Yolunuzu çizerken cesur olun

“İş hayatına yeni adım atan kadınlara en önemli tavsiyem, kendilerini geliştirmekten vazgeçmemeleri ve kendi yollarını çizerken cesur olmalarıdır.”

Aslen güzel sanatlar eğitimi aldım. Eğitim hayatımın ardından uzun yıllar medya sektöründe görev yaptım ve bu süreçte iletişim dünyasının dinamiklerini yakından tanıma fırsatı buldum. Medyada edindiğim deneyim, doğru hikâyenin doğru zamanda anlatılmasının ne kadar önemli olduğunu öğretti. Daha sonra halkla ilişkiler sektöründe faaliyet gösteren yakın bir arkadaşımın davetiyle sektöre adım attım. Zaman içinde bu alanın stratejik yönüyle daha fazla ilgilenmeye başladım ve kendi ajansımı kurarak hem medyadan kopmadan hem de bilgi ve tecrübemi farklı bir alana taşıyarak yeni bir yol çizmiş oldum.

Halkla ilişkiler sektörü, değişime en hızlı uyum sağlamak zorunda olan alanlardan biri. Özellikle son yıllarda teknoloji ve dijitalleşmenin etkisiyle iş yapış biçimleri önemli ölçüde dönüşüm geçirdi. Bu dönüşüm, iletişimin yalnızca mesaj üretmekten ibaret olmadığını ortaya koydu. İletişim artık analiz, strateji geliştirme ve doğru ilişki yönetimi gerektiren çok yönlü bir süreç olarak karşımıza çıkıyor.

İş dünyasında kadın olmak ise bu hızlı değişim içinde güçlü bir denge kurmayı gerektiriyor. Kadınların empati kurabilme, farklı bakış açılarını bir araya getirebilme ve kriz anlarında çözüm odaklı hareket edebilme becerileri, iletişim sektöründe önemli bir avantaj sağlıyor. Elbette kadın girişimci olmak zorlukları da beraberinde getiriyor. Ancak başarı çoğu zaman çok çalışmak, vazgeçmemek ve karşılaşılan zorlukları farklı bakış

TAÇNUR AYDIN

Message İletişim Ajans Başkanı

açılarıyla değerlendirebilmekten geçiyor. İletişim sektörü insan ilişkilerine dayalı bir alan olduğu için sabır, öğrenmeye açıklık ve sürekli gelişim büyük önem taşıyor.

İş hayatına yeni adım atan kadınlara en önemli tavsiyem, kendilerini geliştirmekten vazgeçmemeleri ve kendi yollarını çizerken cesur olmalarıdır. Kolay olan her zaman kalıcı başarı getirmiyor. Asıl değer, zorlukların içinden yeni çözümler üretebilmekte yatıyor. Negatif pozitif çevirmek nasıl işimizin bir parçasıysa, zorlukların üstesinden gelmek de bu mesleğin doğal bir parçası. Ben, bunun gibi zorluk durumlarında farklı bakış açıların gerekliliğine inanırım. Burada önemli olan o zorluğu aşarken yeni zorlukları ortaya çıkarmayacak ortamı sağlamaktır. Bugüne kadar bu böyle oldu ve bundan sonra da böyle devam edecek.

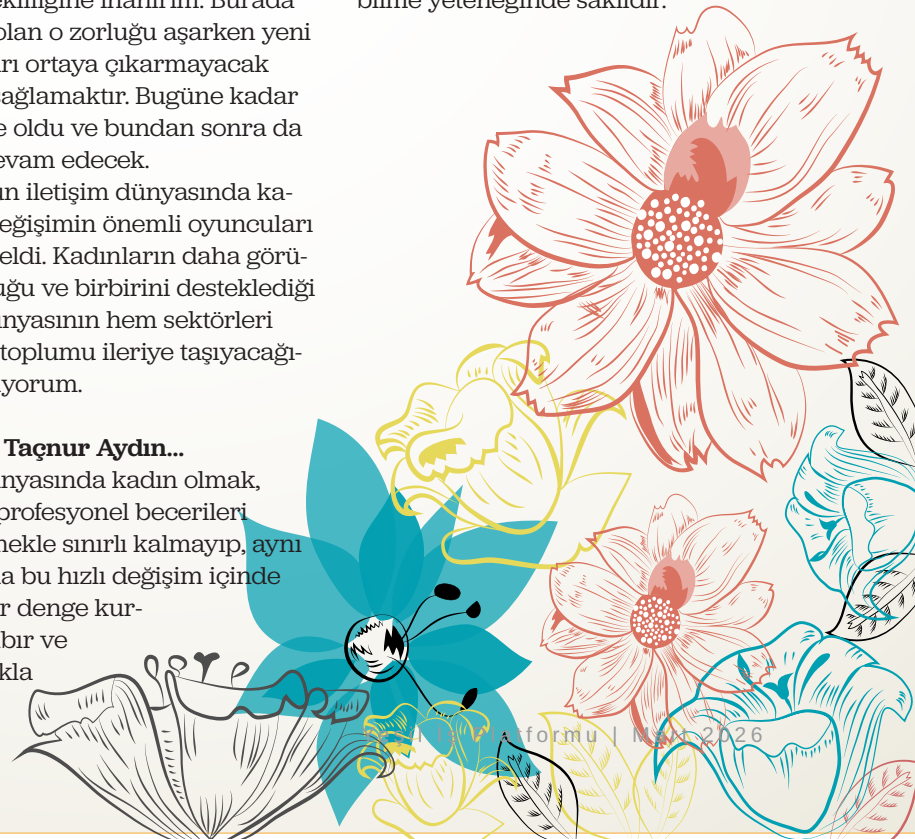
Bugün iletişim dünyasında kadınlar değişimin önemli oyuncularına haline geldi. Kadınların daha görünür olduğu ve birbirini desteklediği bir iş dünyasının hem sektörleri hem de toplumu ileriye taşıyacağına inanıyorum.

Ben, Taçnur Aydın...

İş dünyasında kadın olmak, sadece profesyonel becerileri geliştirmekle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda bu hızlı değişim içinde güçlü bir denge kurmayı, sabır ve kararlılıkla



hareket etmeyi, karşılaşılan zorlukları farklı perspektiflerle değerlendirebilmeyi ve her durumdan öğrenerek ilerlemeyi gerektiriyor; çünkü gerçek başarı, vazgeçmek ve engelleri fırsata dönüştürebilme yeteneğinde saklıdır.



PR ajansı yöneticiliği bir yaşam pratiğidir

“PR ajansı yöneticiliğini bir iş tanımından ibaret görmüyorum. Bu bir yaşam pratiği. İnsanı geliştiren, besleyen ve dönüştüren bir alan.”

Kurucusu olduğum Guide İletişim’de markalara stratejik iletişim danışmanlığı hizmeti veriyorum. İş dünyasının dönüşen dinamikleri içinde; marka konumlandırması, kriz yönetimi, iş geliştirme, ilişki yönetimi, üzerine çalışıyorum. Son yıllarda odağımızı özellikle uzun vadeli değer üretimi ve kurumsal sorumluluk eksenine taşıdık. PR çalışmalarını sadece anlatı üretmek değil; kurumların daha dayanıklı bir yapıya kavuşmasına eşlik etmek olarak görüyorum. PR ajansı yöneticiliğini bir iş tanımından ibaret görmüyorum. PR bir yaşam pratiği... Doğru kurgulandığında, insanı geliştiren ve dönüştüren bir alan. Farklı sektörlerle temas etmek, yeni bilgiler edinmek, krizleri yönetmek size güçlü bir perspektif kazandırıyor. Bu yolculuğu her zaman bir ayrıcalık olarak gördüm.

İş dünyası uzun süre, kısa vadeli kazanç refleksiyle yönetildi. Hızlı büyüme, kapasite artışı, yüksek kârlılık ve ölçülebilir performans göstergeleri öncelikliydi. Oysa bugün uzun vadeli düşünme biçimi iş yaşamına yön veriyor. Yalnızca finansal sonuçlarla ilgilenmek yetmez. Riskleri erken okumalı,

TÜLAY ŞAMCI

Guide İletişim Ajans Başkanı

toplumla bağınızı korumalı ve şirkete değer de kazandırmalısınız. Avrupa’daki yeni düzenlemeler şirketleri, insan hakları ve etik standartlarla da yüzleştiriyor. PR, yönetim düzeyinde ele alınması gereken bir konu artık.

Bütün bu dünyanın içinde kadın olmak da ayrı bir başlık ister. Genellikle engellerden söz edilir, cam tavanlardan, görünmez eşitsizliklerden, mücadele hikâyelerinden... Bunların gerçekliği var! Ancak kadın olmayı yalnızca aşılması gereken bariyerler üzerinden tanımlamak eksik bir yaklaşım olur. Asıl mesele, kadınların karar mekanizmalarında nasıl konumlandığı ve nasıl bir etki alanı oluşturduğudur...

Kadın olmanın otomatik bir üstünlük sağladığını söylemek de doğru olmaz. Ancak kadınların sahip olduğu bazı özellikler; çok katmanlı düşünme, detaylara hâkimiyet ve uzun vadeli ilişki kurma becerisi bugün kritik nitelikler. Yeni ekonomik düzen tam da bu olgunluğa talep ediyor.



Ben, Tülay Şamcı...

Ben iş dünyasında kadın olmayı bir mücadele alanı olarak değil, bir yön verme alanı olarak görüyorum. Dünyayı yakından izleyen, kendini çok yönlü inşa eden, sosyal sermayesi güçlü, finans bilen, hukuk okuyan, veri analiz eden... Bir kadın yönetici yalnızca iletişim süreçlerini değil, şirketin değerini de etkiliyor. İş dünyasının dili kadınlarla birlikte değişecek. Kadın dayanışması da buna eşlik edecek. Ve bu yeni dil sadece iş dünyasını değil, toplumsal yapıyı da değiştirecek.

Kadınlar olarak yön verenleriz

“Biz kadınlar sürdürülebilirlik dönüşümüne yön veren aktörler olmaya devam edeceğiz. Tek bir başarı tanımına ya da kalıba sığmaya çalışmayın.”

İletişim sektöründe 25 yılı aşkın süredir edindiğim deneyimle bugün Brandfocus'un Ajans Başkanlığını yürütüyorum. Bu yolculuk boyunca markaların yalnızca görünür olmasına değil; doğru değerlerle, tutarlı bir duruşla ve uzun vadeli etki yaratacak hikâyelerle konumlanmasına odaklandım. Stratejik iletişim, itibar yönetimi ve sürdürülebilirlik ekseninde çalışmak benim için bir uzmanlık alanının ötesinde, iş yapma biçimini tanımlayan temel bir yaklaşım. Çünkü iletişimin, ekonomik olduğundan kadar sosyal ve çevresel dönüşümün de en güçlü araçlarından biri olduğuna inanıyorum.

İş dünyasında kadın olmak ise bu yolculuğun en öğretici ve dönüştürücü boyutlarından biri. Kariyerimin farklı aşamalarında, kadın olmanın yarattığı görünmez bariyerlerle karşılaştım. Aynı başarı için daha fazla kanıtlama ihtiyacı, liderlik tanımlarının hâlâ belirli kalıplarla sınırlandırılması ya da karar alma süreçlerinde daha yüksek sesle var olma zorunluluğu. Ancak bu deneyimler beni geri adım atmaya değil; daha bilinçli, daha dirençli ve daha cesur bir liderlik anlayışı geliştirmeye yöneltti.

İletişim sektörü, kadınların güçlü bir şekilde temsil edildiği ancak üst yönetim seviyelerinde hâlâ eşitliğin sağlanamadığı alanlardan biri. Oysa bu sektör; empati, çok boyutlu düşünme, kriz yönetimi ve uzun vadeli etki analizi gibi yetkinliklerin merkezde olduğu bir yapı sunuyor. Kadınların doğasında bulunan bu beceriler, adil fırsatlar ve güven temelli çalışma ortamlarıyla birleştiğinde, markaların sürdürü-

TÜLİN ÇENELİ

Brandfocus Ajans Başkanı

lebilirlik yolculuğunda ciddi bir fark yaratıyor. Benim liderlik yaklaşımım da tam olarak bu noktada şekilleniyor: Dinleyen, öğrenen ve birlikte değer üreten bir iletişim kültürü.

Sürdürülebilirlik bugün iş dünyasında ve iletişim stratejilerinde vazgeçilmez bir başlık. Ancak bu kavramın yalnızca bir söylem ya da dönemsel bir eğilim olarak ele alınması, dönüşümün önündeki en büyük engellerden biri. Sürdürülebilirlik; kurumların karar alma süreçlerini, kaynak kullanımını, paydaş ilişkilerini ve gelecek vizyonunu kökten etkileyen bütüncül bir sorumluluk alanı. Ajans olarak markalarımızla çalışırken, sürdürülebilirlik iletişiminin gerçek aksiyonlara dayanmasına, ölçülebilir hedeflerle desteklenmesine ve şeffaf bir çerçevede kurgulanmasına öncelik veriyoruz. Kadın liderlerin bu alanda daha kapsayıcı, uzun vadeli ve insan odaklı bir perspektif sunması ise umut verici bir tablo oluşturuyor.

İş hayatına yeni adım atan genç kadınlara en önemli tavsiyem; kendilerini tek bir başarı tanımına ya da kalıba sığdırmaya çalışmamaları olur. “Yeterince iyi miyim?” sorusu, ne yazık ki kadınların zihninde çok daha sık yer alıyor. Oysa sürdürülebilir kariyerler; öğrenme cesareti, hata yapma özgürlüğü ve dayanışma kültürü üzerine inşa ediliyor. Destek istemekten çekinmemek, rol modellerle temas kurmak ve kendi değerlerini pusula olarak belirlemek, hem kişisel tatmin hem de



toplumsal etki yaratmak açısından büyük önem taşıyor.

Ben, Tülin Çeneli...

Daha fazla kadının karar alma mekanizmalarında yer aldığı, iletişimin sorumluluk bilinciyle yapıldığı ve sürdürülebilirliğin gerçek bir iş kültürüne dönüştüğü bir gelecek mümkün. Kadınlar olarak bu dönüşümde yalnızca yer almakla kalmayacak, yön veren aktörler olmaya devam edeceğiz. Çünkü eşit ve sürdürülebilir bir gelecek, en çok cesaret edenlerle mümkün oluyor. 8 Mart Dünya Kadınlar Günü kutlu olsun.



Kadın bakış açısının getirdiği sezgi

“Kadın bakış açısının getirdiği sezgi ve bütüncül düşünme biçimi, sürdürülebilirliği görünür kılarken hikâyeyi daha sahici bir zemine oturtuyor.”

JD Communications, biz üç kadın ortağın kurup yönettiği stratejik marka ve iletişim danışmanlığı ajansı. Farklı sektörlerden markalarla; marka konumlandırma, 360 derece iletişim stratejisi, kurumsal itibar yönetimi ve sürdürülebilirlik iletişimi alanlarında çalışıyoruz. Bizim için iletişim yalnızca mesaj üretmek değil. Bir markanın değerlerini, duruşunu ve uzun vadeli hedeflerini tutarlı bir bütünlük içinde görünür kılmak anlamına geliyor.

Bugünün dünyasında iletişim tek kanallı ya da tek yönlü ilerlemiyor. Bu nedenle çalışmalarımızı birbirine bağlı paydaşlardan, disiplinlerden ve temas noktalarından oluşan yeni nesil bir iletişim ekosistemi yaklaşımıyla ele alıyoruz. Strateji, içerik, dijital görünürlük, sürdürülebilirlik, lider iletişimi ve itibar yönetimi birbirinden ayrı başlıklar değil; aynı bütünün parçaları. Biz de markaların bu bütünlüğü kurmasına eşlik ediyoruz.

Ajansımızın üç kadın ortak tarafından yönetiliyor olması da bu nedenle bir “özellik”ten çok, çalışma biçimimizin doğal bir uzantısı. Farklı karakterlerimiz ve alışkanlıklarımız, karar alma süreçlerinde kendiliğinden bir denge yaratıyor. Birimizin hızı diğerinin sakinliğiyle, birimizin sezgisi diğerinin analitik yaklaşımıyla birleşiyor.

İş hayatında kadın olmak çoğu zaman ince bir denge kurmayı gerektiriyor. Bir yandan işin teknik tarafını yönetirken, diğer yandan



ekiplerin ritmini, toplantıların havasını ve müşterinin beklentisini sezgisel olarak okuyabilmek... Belki de iletişim sektöründe kadınların yoğun olmasının nedeni; çoklu düşünme becerisi, detayları fark etme refleksi ve kriz anlarında doğru tonu bulabilme yetisi.

Sürdürülebilirlik konusu dünyada çok yol aldı, ülkemizde ise bebek olmasa da çocuk adımları atılıyor. Bireysel anlamda farkındalık hâlâ düşük seviyelerde. Atığın nasıl dönüştüğü, enerjinin nerede tasarruf edildiği, bir ürünün yaşam döngüsünün hangi aşamasında iyileştirme yapıldığı ya da toplumsal etkinin nasıl ölçüldüğü... Bunlar sürdürülebilirliğin teknik tarafı. Ancak bu teknik yapı, ancak doğru bir çalışma kültürüyle anlam kazanıyor.

Çeşitliliği destekleyen, eşitlikçi ve güvenli bir eksen yaratmak uzun vadeli başarı için en az çevresel hedefler kadar belirleyici. Biz de sürdürülebilirlik projelerinde tam olarak bu bütüncül yaklaşımı önemsiyoruz. İşimiz yalnızca veriyi aktarmak değil; tüm bu süreçleri insanların hayatına dokunan bir dile çevirmek. Abartmadan, dramatize etmeden, olduğundan farklı göstermeden...

Yeni nesil iletişim ekosistemi yaklaşımımız tam da burada

**ZEYNEP ÇOKSAYAR ÇOLAK,
İPEK UTLU, JOELLE DANA BİÇACI**

JD Communications Ortakları

devreye giriyor. Sürdürülebilirliği markanın tüm temas noktalarına yayılan bir yapı olarak ele alıyoruz. İç iletişimden lider söylemine, dijital varlıktan paydaş ilişkilerine kadar her alanda tutarlı bir omurga kurmayı hedefliyoruz. Çünkü güven, ancak bu bütünlükle inşa ediliyor.

Kadın bakış açısının getirdiği sezgi ve bütüncül düşünme biçimi, sürdürülebilirliği görünür kılarken hikâyeyi daha sahici bir zemine oturtuyor. Güvenin ve şeffaflığın değer kazandığı bir dönemde, iletişimin de daha sorumlu, daha ölçülebilir ve daha insani olması gerektiğine inanıyoruz.

**Biz, Zeynep Çoksayar Çolak,
İpek Utlı ve Joelle Dana Biçacı...**

İş dünyasında kadın olmak; görünür ve görünmez işleri aynı anda taşımayı gerektiren bir yolculuk. Biz bu yolculuğun içinde, markaların sürdürülebilirlik hikâyelerine yeni nesil bir iletişim perspektifiyle eşlik ederken kendi deneyimlerimizin de bu dönüşüme katkı sağladığını görüyoruz. Günümüz kutlu olsun!

DenizBank Black Kart sahipleri, TAV Passport üyeliğiyle seyahatlerinin her anında ayrıcalığı hissediyor

400'e yakın lounge'a ücretsiz erişim, güvenlik noktalarından ücretsiz hızlı geçiş imkânı, ücretsiz otopark ve birçok noktada indirimli alışveriş fırsatlarıyla konforlu bir uçuş deneyimi sizi bekliyor.

Hızlı Geçiş
ve Lounge
Hizmetleri



denizbank.com | 0 850 222 0 800

 ENBD

İlerisi Benim >

DenizBank 

TAV Passport Kart ayrıcalıkları 5 mio TL ve üzeri varlığı bulunan müşteriler için geçerlidir. Belirtilen ayrıcalıklar TAV Passport üyeliğiyle anlaşmalı havalimanlarında sunulmaktadır. DenizBank kampanyada değişiklik yapma hakkını saklı tutar. Detaylı bilgi için denizbank.com'u ziyaret edebilirsiniz.

KAYSERİ TİCARET ODASI YÖNETİM KURULU BAŞKANI | ÖMER GÜLSOY

KAYSERİ TİCARETİN MERKEZİDİR

“Kayseri, ticaretin merkezidir; tarih boyunca her krizden, her değişimden güçlenerek çıkmayı bildi. İnaniyorum ki Türk iş dünyası ve Kayserili müteşebbislerimiz, bu ‘yeşil sınavdan’ da başarıyla geçecek.”

■ Nüşet Çamuşoğlu

Küresel ticaretin kuralları yeşil dönüşüm ile birlikte şekilleniyor. Bu yeni dönemde şehirlerin ve kurumların nasıl bir yol haritası izlemesi gerektiğini, Kayseri Ticaret Odası Yönetim Kurulu Başkanı Ömer Gülsoy ile konuştuk. Gülsoy, hem Orta Anadolu Üretim Havzası vizyonunu hem de Kayseri iş dünyasının yeşil dönüşüm hazırlıklarını Yeşil İş Platformu için anlattı.

■ Kısaca kendinizden ve yürüttüğünüz çalışmalardan bahsedermisiniz?

Geleneksel ticaretin mutfağında, Kayseri'nin kadim esnaflık kültürüyle yetişmiş bir iş insanıyım. 14 yaşında Kazancılar Çarşısı'nda başladığım ticaret yolculuğumda, eğitimim

ve pratik iş hayatının birbirini nasıl beslediğini bizzat tecrübe ettim. Bugün ise, bu köklü mirası dijitalleşen ve yeşile dönen dünyanın gerekliliğiyle harmanlayarak Kayseri Ticaret Odası'ndaki görevimi “hizmet ve vizyon” ekseninde yürütüyorum.

KTO Başkanı olmanın yanı sıra, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bünyesindeki görevlerim ve İKV Yönetim Kurulu üyeliği gibi sorumluluklarımla, ülkemiz ticaret politikalarının küresel standartlara taşınması için gayret gösteriyorum. Gerek otomotiv, mobilya ve enerji gibi farklı sektörlerde faaliyet gösteren aile şirketlerimizde, gerekse Oda bünyesindeki projelerimizde temel mottomuz her zaman; verimlilik, güven ve sürdürülebilirlik oldu. Bizim için ticaret sadece bir alışveriş değil, bir şehrin ve ülkenin geleceğini inşa etme sorumluluğudur.

■ Ülkemizde iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesine katkıda bulunmak için nasıl çalışmalara imza atıyorsunuz?

Ülkemizde iş ve yatırım ortamının iyileştirilmesi, sadece bürokratik engellerin kaldırılması değil, ekonomik büyümenin temel yakıtı olan “güven” ikliminin canlandırılmasıdır. Biz bu bilinçle, Ankara ile sürekli ve dinamik bir temas halindeyiz. TOBB bünyesinde yürüttüğümüz çalışmalarla, 81 ilimizdeki tüccar ve sanayicinin sahadaki nabzını tutuyor; mülkiyet haklarından vergi adaletine, KOBİ'lerin finansmana erişiminden lojistik altyapıya kadar yaşanan her aksaklığı somut raporlarla karar vericilere sunuyoruz.



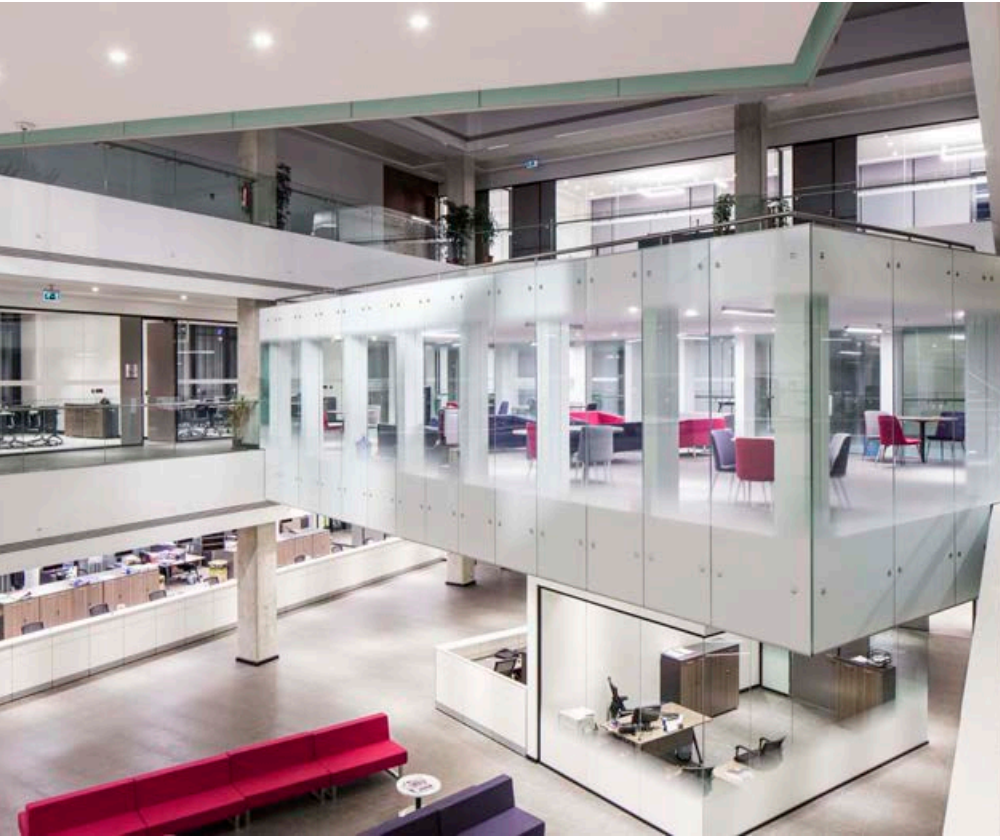
Kayseri özelinde ise 2019 yılından bu yana her platformda, her Ankara ziyaretimizde adeta bir “memleket meselesi” olarak savunduğumuz bir konu var: Orta Anadolu Üretim Havzası... Marmara Bölgesi artık doldu, taşı! Sanayiye tek bir bölgeye hapsetmek, Marmara’nın omuzlarına bu kadar yük yüklemek hem o bölgeye hem de Türkiye’nin geleceğine yazıktır. Allah korusun, Marmara’da yaşanacak yıkıcı bir deprem, Türkiye ekonomisinin şalterini indirmek demek. Ülkemizi ve sosyal yaşantımızı riske atmamak için tüm yumurtaları aynı sepete koymamalıyız.

Biz bu riskleri gördüğümüz için 2019’dan beri diyoruz ki; Marmara’ya alternatif, deprem riski düşük,

sanayi tecrübesi yüksek bir “Güvenli Liman” oluşturulmalı. Kırıkkale’den Ankara’ya, Konya’dan Aksaray’a, Niğde’den Mersin’e ve elbette bu işin kalbi olan Kayseri’ye uzanan bir üretim koridoru şarttır. Bu stratejik talebimizi Sayın Cumhurbaşkanı Yardımcımız Cevdet Yılmaz’a bizzat sundum; “Kayseri’nin müteşebbis ruhu hazır, sanayi altyapısı hazır; bize sadece hızlı demir yolu, otoban ve lojistik merkez gibi elzem projelerin önünü açın” dedim.

Nihayet bu kararlı mücadelemiz ses buldu ve Sayın Cumhurbaşkanımızın tensipleriyle artık bir devlet politikasına dönüştü. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı koordinasyonunda hazırlanan “Ulusal Sanayi Alanları Master Planı” ile Marmara’daki

Bizim için ticaret sadece bir alışveriş değil; bir şehrin ve ülkenin geleceğini inşa etme sorumluluğudur.



Yeşil dönüşümü bir “köllet” veya “ek maliyet” olarak değil; orta vadede ciddi bir verimlilik artışı ve enerji tasarrufu sağlayan bir fırsat olarak konumlandırıyoruz.

yoğunluğu azaltma hedefi doğrultusunda, İç Anadolu ve Doğu Akdeniz'i kapsayan dev bir hamle başlatıldı. Kayseri'nin içinde bulunduğu 14 ili (Kastamonu'dan Mersin'e kadar) kapsayan bu hamle, Türkiye'nin ikinci büyük sanayi koridorunu inşa edecek.

Kayseri; sahip olduğu sanayi kültürüyle çevresindeki 20'den fazla ili etkileyen bir lokomotif. Bu proje, sadece bölgesel kalkınma farklarını azaltmakla kalmayacak. Bu vizyoner dönüşümün mimarı Sayın Cumhurbaşkanımıza ve desteklerini esirgemeyen Sanayi ve Teknoloji Bakanımıza Kayseri iş dünyası adına şükranlarımı sunuyorum. Unutmayalım ki; “Ulaşım olmadan ticaret olmaz.”

■ Kayseri Ticaret Odası olarak üyelerinizin yeşil dönüşüm sürecini desteklemek amacıyla nasıl bir sürdürülebilirlik yol haritası izliyorsunuz?

İhracatımızın yarısından fazlasını gerçekleştirdiğimiz Avrupa Birliği pazarı, artık sadece kaliteli ve uygun fiyatlı ürün istemiyor; aynı zamanda bu ürünün çevreye zarar vermeden üretilmesini şart koşuyor. Bu noktada “Yeşil Dönüşüm” bir seçenek değil, ticari bir zorunluluk.

1 Ocak 2026 itibarıyla mali yükümlölükleri fiilen başlayan Sınırdaki Karbon Düzenleme Mekanizması (SKDM), özellikle demir-çelik, çimento, gübre, tekstil ve alüminyum gibi sektörlerimizi doğrudan etkileyecek.

Üyelerimizin sınırdaki ek vergilerle karşılaşarak rekabetçiliğini yitirmesi için gerekli uyarı ve bilgilendirmelerde bulunarak karbon ayak izi hesaplamalarından emisyon azaltım stratejilerine kadar rehberlik hizmeti veriyoruz. Odamızda faaliyet gösteren Kayseri Ticaret Odası Girişimcilik ve Uluslararası Ticaret Merkezi'miz (KAGUTİM) bu konuda bütün üyelerimize danışmanlık hizmeti sağlıyor.

■ Odamız, üyelerini yeşil dönüşüm sürecine hazırlamak amacıyla hangi eğitim, bilgilendirme ve destek faaliyetlerini hayata geçiriyor?

Yeşil dönüşümü bir “köllet” veya “ek maliyet” olarak değil, orta vadede ciddi bir verimlilik artışı ve enerji



tasarrufu sağlayan bir fırsat olarak konumlandırıyoruz. Bu farkındalığı oluşturmak adına geniş kapsamlı bir eğitim seferberliği başlattık. Kayseri'deki üniversitelerimizle iş birliği yapıyoruz. Bu kapsamda Odamız ile Abdullah Gül Üniversitesi (AGÜ) arasında iklim değişikliğiyle mücadele ve sürdürülebilirlik alanında önemli bir adım atarak "İklim Çalışmaları Merkezi" için iş birliği protokolü imzaladık. Bu merkez, iklim değişikliğine bilimsel yaklaşımla çözüm üretmek için önemli bir platform olacak.

Küresel iklim değişikliği karşısında çözüm odaklı öneriler üretmeye teşvik etmek ve gençler arasında iklim değişikliği bilincinin yaygınlaşması amacıyla odamız bünyesinde faaliyet gösteren Kayseri AB Bilgi Merkezi tarafından AB-Türkiye Gençlik İklim Forumu, etkinliği gerçekleştirdik. Akademisyenlerin katıldığı iklim değişikliği konulu forumun ardından Kayserili gençler, 4 alanda atölye çalışmaları yaptı

ve iklim değişikliğine karşı çözüm odaklı öneriler üretti.

Kayseri Ticaret Odası, AB Türkiye Delegasyonu ve Kayseri AB Bilgi Merkezimiz iş birliğinde "Kayseri Sürdürülebilirlik Elçileri" programı gerçekleştirdik. Kıyasıya bir rekabetin yaşandığı proje sunumlarında jürinin yaptığı oylama sonucu 8 proje arasından "Green Pathfinder" grubu birinciliği elde etti. Ayrıca programda tüm katılımcılara sertifikaya verdik.

Karbon ayak izini azaltmak için Oda hizmet binamızın çatısına güneş enerjisi sistemi (GES) projemizi hayata geçirdik. Kendi elektriğimizi üreterek referans kurum olmaya devam ediyoruz. Akıllı bina teknolojisi uygulaması ile üyelerimize örnek oluyoruz. Odamızda yine karbon ayak izi çalışmalarını gerçekleştireceğiz.

■ 2026'da sürdürülebilirlik ve yeşil dönüşüm çalışmalarının firmalar üzerindeki etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?

2026 yılı, dünya ticaret tarihinin en keskin dönemeçlerinden biri olacak; ticaretin "yeşil bir elekten" geçtiği bir miladı yaşayacağız. Bu tarihten sonra verimliliğini artıramayan, enerjisini yenileyemeyen ve karbon salınımını kontrol altına alamayan firmalar için pazar payı kaybetmek kaçınılmaz hale gelecek.

Ancak bu dönüşümü bir yatırım ve vizyon sıçraması olarak görenler, küresel ligde hızla üst sıralara tırmanacak. Kayseri, ticaretin merkezidir; tarih boyunca her krizden, her değişimden güçlenerek çıkmayı bildi. İnaniyorum ki Türk iş dünyası ve Kayserili müteşebbislerimiz, bu "yeşil sınavdan" da başarıyla geçecek. Biz Kayseri Ticaret Odası olarak, tüm imkanlarımızla, üyelerimizin bu yeni ekonomik düzende sadece "izleyen" değil, kuralları koyan ve "oyun kuran" tarafta olması için gece gündüz çalışmaya devam edeceğiz.

Standartlaşma fırsatı

Sürdürülebilirlik raporlama süreci, ilk bakışta birçok KOBİ'miz için karmaşık ve zorlayıcı görünebilir. Ancak biz bunu, firmalarımızın kurumsal kimlik kazanması ve uluslararası finansmana daha kolay erişmesi için bir "standartlaşma fırsatı" olarak görüyoruz. Artık bankalar bile kredi verirken firmanın Çevresel, Sosyal ve Yönetişim (ESG) skoruna bakıyor.

Biz KTO olarak, firmalarımızın ESG kriterlerine uygun raporlama yapabilmeleri için kapsamlı danışmanlık desteği sağlıyoruz. Özellikle küresel markalara üretim yapan tedarikçi konumundaki üyelerimizin, bu zincirden dışlanmaması bizim kırmızı çizgimizdir.



Dijitalleşme aslında israfın düşmanıdır

Track Kurucusu Tolga Demirci, “Dijitalleşme aslında ‘israfın düşmanı’dır” dedi ve ekledi: “Doğru veriyle yönetilen bir işletmede; gereksiz stok tutulmaz, üretimdeki fireler azaltılır ve enerji tüketimi optimize edilir.”

Sürdürülebilirlik şirketlerin ajandasının üst sıralarına yerleşirken, teknoloji de stratejik bir yön pusulası haline geldi. Bu dönüşümün merkezinde yer alan isimlerden biri de Track Kurucusu Tolga Demirci. Demirci, küresel ölçekte güçlü bir altyapıya sahip IFS Cloud çözümlerini yerel sektör dinamikleriyle buluşturarak şirketlerin dijital omurgasını inşa etmeyi hedefliyor. Üretimden enerjiye, inşaatın servis yönetimine kadar pek çok alanda yürüttükleri projelerle; yalnızca ERP kurulumu değil, veri odaklı ve sürdürülebilir bir iş modeli kurguluyorlar.

Dijital omurga oluşturmak

Demirci, Yeşil İş Platformu Dergisi’ne yaptığı açıklamada, günümüzde dijital dönüşümün artık “hayatta kalma” meselesi haline geldiğini belirtti: “Şirketlerin en büyük ihtiyacı, parçalanmış verileri bir araya getiren çeviklik ve öngörülebilirlik. Artık sadece geçmiş raporlamak yetmiyor; yapay zekâ destekli analizlerle geleceği öngörebilen, tedarik zincirinden karbon ayak izine kadar her adımı şeffaf bir şekilde izleyebilen sistemlere ihtiyaç var. Track olarak biz, şirketlerin bu karmaşayı yönetebilmeleri için ‘modüler ama

entegre’ bir yapının şart olduğuna inanıyoruz. Track olarak temel misyonumuz, IFS Cloud’un dünya standartlarındaki yetkinliklerini yerel tecrübemizle birleştirerek şirketlerin ‘dijital omurgasını’ oluşturmak. Özellikle üretim, enerji, inşaat ve servis yönetimi odaklı sektörlerde derinleşiyoruz. Projelerimizde sadece bir yazılım kurulumu yapmıyoruz; iş süreçlerini optimize ederek kâğıtsız ofis konseptini hayata geçiriyor, manuel hataları sıfıra indiren otomasyon kurguları kuruyor ve işletmelerin sürdürülebilir büyüme hedeflerine teknolojik altyapı sağlıyoruz.”

Akıllı işletmeler yolda

Demirci, Kurumsal Kaynak Planlama'nın (ERP) şirketlerin uçtan uca iş süreçlerini yönetmesinde sağladığı avantajları anlattı: "ERP, bir şirketin merkezi sinir sistemidir. En büyük avantajı, departmanlar arasındaki 'bilgi duvarlarını' yıkmasıdır. Satıştan üretime, finanstan insan kaynaklarına kadar tüm veriler tek bir gerçeklik kaynağında (Single Source of Truth) toplanır. Bu durum, hatalı veri girişini engeller, karar alma süreçlerini hızlandırır ve kaynakların (insan, makine, ham madde) en verimli şekilde kullanılmasını sağlar. Sonuç; daha düşük maliyet ve daha yüksek müşteri memnuniyetidir. Geleceğin ERP sistemleri artık 'pasif' veri kayıt araçları olmayacak; 'aktif' danışmanlar haline gelecek. IFS Cloud'un bugün sunduğu gibi, gömülü yapay zeka (IFS.ai) sayesinde sistemler; stok seviyelerini kendisi optimize eden, arıza yapacak makineyi önceden tahmin eden (kestirimci bakım) ve en verimli rota planlamasını yapan bir yapıya bürünüyor. Gelecekte, insanların sadece stratejik kararlara odaklandığı, operasyonel işlerin ise otonom olarak yönetildiği 'akıllı işletmeler' dönemini göreceğiz.

Tek ekrandan izleyebilme

"Dijitalleşme aslında 'israfın düşmanı'dır" açıklamasında bulunan Demirci, sözlerine şöyle devam



Tolga Demirci

Track Bilişim, Yazılım ve Danışmanlık Hizmetleri Kurucusu

etti: "Doğru veriyle yönetilen bir işletmede; gereksiz stok tutulmaz, üretimdeki fireler azaltılır ve enerji tüketimi optimize edilir. Örneğin, IFS Cloud üzerinden yapılan bir planlama ile lojistik rotalarının %10 iyileştirilmesi, hem yakıt tasarrufu hem de ciddi bir karbon salınımı azalımı demektir. Dijitalleşme, operasyonel verimliliği artırarak 'daha az girdiyle daha kaliteli çıktı' almayı mümkün kılar."

Track, karmaşık veri toplama sürecini otomatığe bağlayarak şirketlerin raporlama yükünü hafifletiyor. Türkiye'de kurumların sürdürülebilirlik yolculuğunda en

çok zorlandığı alanların "ölçümleme" ve "veri takibi" olduğunu anlatan Track Kurucusu Tolga Demirci, "Şirketler sürdürülebilir olmak istiyor ancak karbon ayak izini veya enerji verimliliğini somut, denetlenebilir ve gerçek zamanlı verilerle kanıtlamakta zorlanıyor. Avrupa Yeşil Mutabakatı gibi Sınırdan Karbon Düzenlemeleri kapıdayken, bu verileri manuel yöntemlerle toplamak imkânsız" açıklamasında bulundu. Son olarak IFS çözümleriyle enerji tüketimi ve verilerin tek merkezden izlenmesinin operasyonel sürecinden bahseden Demirci, şunları söyledi: "IFS Cloud, yapısında barındırdığı 'Lobby' (gösterge panelleri) ve özel sürdürülebilirlik modülleri ile enerji tüketiminden atık yönetimine kadar her kalemi anlık olarak izlemeye olanak tanıyor. IoT (Nesnelerin İnterneti) entegrasyonu sayesinde sahadaki makinelerden gelen enerji verileri doğrudan ERP sistemine akar. Bu sayede bir yönetici, tek bir ekrandan hem fabrikanın karlılığını hem de anlık enerji verimliliğini görebilir. Bu şeffaflık, sadece raporlama kolaylığı değil, aynı zamanda müdahale etme gücü verir."



Mart ayının teması: Uluslararası Sıfır Atık Ayı



Dünya genelinde giderek büyüyen atık kirliliği konusunda hepimizin daha bilinçli olması gerekiyor. Bu kapsamda 2026 yılı için Aylık Sıfır Atık Temaları belirlendi. Mart ayının teması “Uluslararası Sıfır Atık Ayı” oldu. Gelin bu temayı yakından inceleyelim...

Türkiye Cumhuriyeti Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı bünyesindeki Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü, 2026 Aylık Sıfır Atık Temaları’nı belirledi. Buna göre Mart ayının teması “Uluslararası Sıfır Atık Ayı” oldu. Her yıl 30 Mart’ta kutlanan Uluslararası Sıfır Atık Günü, dünya genelinde atık yönetiminin güçlendirilmesi gereğine dikkat çekerken, sürdürülebilir tüketim ve üretim anlayışının yaygınlaştırılmasının önemini de ortaya koyuyor.

Sıfır Atık nedir?

Sürdürülemez tüketim ve üretim uygulamalarının etkisiyle

hane halkları, küçük işletmeler ve kamu hizmeti sağlayıcıları tonlarca atık üretiyor. Bu noktada sıfır atık, kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını, atık oluşumunun önlenmesini ve atıkların geri dönüştürülerek yeniden ekonomiye kazandırılmasını hedefleyen bir sürdürülebilirlik yaklaşımıdır. Bu sistem, “Azalt - Yeniden Kullan - Geri Dönüştür (3R: Reduce, Reuse, Recycle)” prensibine dayanıyor.

Tarihçesi

“Sıfır atık” kavramı ilk kez 1970’lerde kimyager Paul Palmer tarafından ortaya atıldı. Palmer, Silikon Vadisi’ndeki teknoloji şirketlerinin attığı kimyasalların yeniden kullanılabilceğini fark ederek bu alanda öncü çalışmalar yaptı. Her yıl 30 Mart’ta kutlanan Uluslararası Sıfır Atık Günü küresel ölçekte atık yönetimini güçlendirmenin önemini ve de sürdürülebilir tüketim - üretim modellerini teşvik etme ihtiyacını gösteriyor.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu, 14 Aralık 2022 tarihinde gerçekleştirdiği 77. oturumunda aldığı kararla, her yıl 30 Mart’ın Uluslararası Sıfır Atık Günü olarak kutlanmasını kabul etti. 2023 yılında dünya çapında milyonlarca insan ilk Uluslararası Sıfır Atık Günü’nü kutlayarak, ulusal, bölgesel ve yerel sıfır atık girişimlerine ve bunların sürdürülebilir kalkınmaya katkılarına dair farkındalığı artırdı. Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum Birleşmiş Milletler (BM) Genel Kurulu’nun aldığı kararla 30 Mart’ı “Uluslararası Sıfır Atık Günü” olarak ilan etti.

Dünyada sıfır atık uygulama örnekleri

Günümüzde birçok ülke, döngüsel ekonomi modellerini benimseyerek sıfır atık uygulamalarıyla atık yönetimini kökten iyileştiriyor; bu sayede sadece çevresel kirliliği dizginlemekle kalmayıp, doğal ekosistemleri koruyan sürdürülebilir kaynak kullanımını teşvik ederek gelecek nesiller için daha yaşanabilir bir dünya inşa etmeyi hedefliyor.

Almanya

“Yeşil Nokta” sistemi ve üretici sorumluluğu yaklaşımıyla Avrupa’da atık yönetiminin öncüsü konumunda; belediye atıklarının yaklaşık %70’i geri dönüştürülüyor ve kompostlanıyor. 2024’te Berlin’de başlatılan “Sıfır Atık Şehri” girişimleri ve Hamburg ile Münih’teki dolum istasyonları, yeniden kullanım kültürünü güçlendiriyor.

Japonya

Atık yönetimi büyük bir titizlikle yürütülüyor; Kamikatsu gibi şehirlerde atıklar 45 kategoriye ayrılıyor ve geri dönüşüm oranı %80’i aşıyor. “Mottainai” (israf etme) anlayışı, çirkin ürün kampanyaları ve yeniden kullanılabilir bardak uygulamalarıyla ülke genelinde güçlü bir kültürel harekete dönüşmüş durumda.

İsveç

Atık yönetimindeki başarısı sayesinde enerji tesislerini çalıştırmak için komşu ülkelerden çöp

ithal ediyor; evsel atıkların %1’inden azı depolama sahalarına gidiyor. 2024’te Stockholm’de yaygınlaştırılan “akıllı çöp kutuları” ve ülke genelindeki biyogaz tesisleri, organik atıkları toplu taşıma yakıtına dönüştürüyor.

Güney Kore

Seul’deki gıda atık kutuları sayesinde birçok mahallede yemek israfını %30’dan fazla azaltırken, ülke genelinde geri dönüşüm oranı %60’ın üzerine çıktı. Kafe ve restoranlarda tek kullanımlık plastiklerin yasaklanması ve yeniden kullanılabilir ambalaj denemeleri, sıfır atık politikalarını günlük yaşama taşıyor. Okullar ve işletmelerin katıldığı “Sıfır Atık Yarışmaları” ise özellikle yoğun kentlerde atıksız yaşamı uygulanabilir hale getiriyor.

Yeni Zelanda

Kamu politikaları ile sıfır atık dönüşümünü hızlandırıyor; hükümetin Atık Azaltma Fonu yerel

kompost projelerinden plastiksiz pazarlara kadar birçok girişimi destekliyor. Auckland’un 2040 atıksız şehir hedefi, gıda atığı toplama sistemleri ve Wellington’daki tek kullanımlık plastik yasağı bu yaklaşımı sahaya taşıyor.

Fransa

Süpermarketlerin satılamayan gıdaları bağışlamasını zorunlu kılan yasalarıyla market kaynaklı gıda atığını %50 azaltarak küresel ölçekte dikkat çekti. Bu yaklaşım tekstil sektörüne de genişletildi; artık satılamayan kıyafetler imha edilmek yerine bağışlanıyor ya da geri dönüştürülüyor. Paris ve Lyon’daki kent çapında kompost istasyonları, paylaşım kutuları ve ambalajsız satışa verilen teşvikler ise sıfır atık uygulamaların benimsenmesini sağlıyor.

Kanada

Sıfır atık yolculuğu, halkın katkısıyla şekilleniyor. Vancouver 2030’a kadar %90 atık yönlendirme hedefi koyarken Toronto mahalle bazlı “sıfır atık” programlarıyla halkı sürece dâhil ediyor.



Türkiye'deki sıfır atık uygulama örnekleri

27 Eylül 2017'de Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ve Emine Erdoğan'ın himayelerinde, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı koordinasyonunda hayata geçirilen Sıfır Atık Hareketi; atığın kaynağında ayrıştırılması, geri dönüşümün yaygınlaştırılması ve doğal kaynakların etkin kullanımı hedefleriyle ülke genelinde yayılmasını sağladı.

Eskişehir

Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği İl Müdürlüğünce yürütülen Sıfır Atık Projesi ile il genelinde 2 bin 272 Temel Seviye Sıfır Atık Belgesi düzenlenirken, 358 bin 428 ton atığın ekonomiye kazandırıldı. Geri kazanılan atıklar arasında 171 bin ton kâğıt, 96 bin 599 ton metal, 48 bin 722 ton plastik ve 40 bin 237 ton cam atık bulunuyor. Böylece 2 milyon 913 bin 474 ağaç kesiminin de önüne geçildi.

Samsun

Samsun Büyükşehir Belediyesi, çevre bilincini artırmak ve geri dönüşüm süreçlerini kolaylaştırmak adına "Samsun Sıfır Atık" mobil uygulamasını hayata geçirdi. Uygulama sayesinde vatandaşlar topladıkları atık miktarını kolayca takip edebiliyor, atıkların çevreye sağladığı tasarrufları ve en yakın atık toplama noktalarını görüntüleyebiliyor. Atıklar, görevli personel tarafından kapılarından da teslim alınıyor.

Iğdır

Iğdır Halk Eğitimi Merkezi bünyesinde hayata geçirilen Atık Kâğıttan Sepet Örücülüğü kursuna katılan 30 kadın kursiyer, atık kâğıtları değerlendirerek hem çevrenin korunmasına katkı sağlıyor hem de aile bütçelerine destek oluyor. Dört ay süren ve toplam 324 saatlik eğitim kapsamında kullanım ömrünü tamamlamış kitaplar, eski gazete ve kartonlar, hediye eşyalara dönüşüyor.



Denizli

Denizli Büyükşehir Belediyesi İklim Değişikliği ve Sıfır Atık Dairesi tarafından 10 okulda yürütülen bitkisel atık yağ kampanyasında 2025'te 1 ton atık yağ toplandı. Bu yıl hedef 4 ton olarak belirlendi. Ayrıca 4 ton pil atığı toplanarak 880 bin metreküp toprağın kirlenmesi önleildi. Denizli Büyükşehir Belediyesi Kongre ve Kültür Merkezi'nde yağmur suyu deposu devreye alındı, depolanacak su, tankerlerde park ve bahçeler için kullanılacak.

Adana

Şakirpaşa Özel Eğitim Meslek Okulu, özel gereksinimli bireylerin el becerilerinin geliştirilmesine ve çevre bilinci kazanmalarına katkı sağlamak amacıyla "Atıktan Sanata" projesini başlattı. Haftada 15 saat uygulamalı eğitim alan 40 öğrenci, öğretmenlerinin de desteğiyle okulun atölyesindeki gazete, iplik, taş, yoğurt kovası, şişe gibi atık malzemeleri yeniden ekonomiye kazandırıyor.

Batman

Vali ve Belediye Başkan Vekili Ekrem Canalp'in öngörülleri doğrultusunda başlatılan ve İklim Değişikliği ve Sıfır Atık Müdürlüğü tarafından yürütülen projede, il genelinde 30 kamu kurumu ve özel işletmenin yemekhanelerinden toplanan yemek artıkları, mama üretim tesisine taşınıyor. Proje kapsamında bugüne kadar yaklaşık 145 ton yemek artığı ve 2 tona yakın bayat ekmek, hayvanların beslenmesinde kullanıldı.



Sosyal medyanın “greenfluencer”ları:

Sürdürülebilirliğin sosyal medyada da önem kazanmasıyla birlikte dünyada “greenfluencer” kavramı ortaya çıktı. Sosyal medyada sürdürülebilirlik ve çevre bilinci oluşturmaya amaçlayan bu

kullanıcılar, kamuoyunda farkındalık yaratmak için aktif bir rol üstleniyor. İşte Türkiye’nin sürdürülebilirliğin sosyal medyadaki temsili haline gelen “greenfluencer”ları:

Cemre Sıla Atılğan
“cemresilatilgan”

Hale Acun Aydın
“turkisiminimalizm”

Gözde Özbey
“ekolojikyolum”

Nil Ormanlı
“nilkiyisi”

Utku Yılmaz
“benutkuyilmaz”

Ceren Özcan
“atiksizminimalist”

Türkiye’de Sıfır Atık oranları nasıl?

30 Mart 2025 tarihinde yapılan açıklamaya göre, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı öncülüğünde ve Emine Erdoğan’ın himayelerinde yürütülen Sıfır Atık Hareketi kapsamında ülkemizde belediye atığı geri dönüşüm oranı 2024 yılında % 36,08’e yükselterek 2035’teki %60 hedefine her geçen gün yaklaşıyor.



- Sıfır Atık yönetim sistemine geçen bina/yerleşke sayısı yaklaşık 205 bine ulaştı.
- Sıfır atık konusunda yaklaşık 25 milyon kişiye eğitim verildi.
- Geri kazanım oranı 2017’de %13, 2021’de %27,2, 2022’de %30,13, 2023’te %34,92 ve 2024’te %36,08 oldu.
- 2017-2024 arasında toplam 74,5 milyon ton geri kazanılabilir atık ekonomiye kazandırıldı.
- Bu süreçte 256 milyar TL katkı sağlandı, 227 milyar kWh enerji ve 1,7 trilyon litre su tasarrufu elde edildi, 150 milyon ton sera gazı salımı önlendi.
- Yaklaşık 553 milyon ağaç kesilmekten kurtarıldı.
- 2025 yılında İkinci 5 Yıllık Deniz Çöpleri İl Eylem Planı (2025-2030) yürürlüğe girdi. 28 kıyı ilinde yapılan çalışmalarla denizlerden binlerce ton plastik ve atık toplandı.

Amazon işten çıkarma dalgasıyla binlerce çalışana veda ediyor



■ Amazon işten çıkarma dalgalarına bir yenisini daha ekleyerek, 16 bin çalışanına daha veda ediyor. “Daha az bürokrasi, daha çok verimlilik” sloganıyla yola çıkan teknoloji devi, yapay zekayı merkeze aldığı bu yeni dönemde kurumsal sürdürülebilirliği operasyonel bir sadeleşme ile arıyor. Teknoloji dünyasının devleri arasında sular durulmuyor. Amazon, sadece üç ay içinde gerçekleştirdiği ikinci büyük işten çıkarma dalgasıyla, kurumsal yapısında ciddi bir “detoks” sürecine girdi. Ekim ayındaki 14 bin kişilik vedanın ardından gelen bu 16 bin kişilik yeni dalga, aslında Amazon’un geleceğe dair stratejik bir manevrasını temsil ediyor: Daha az yönetici katmanı, daha fazla bireysel sorumluluk ve çok daha fazla otomasyon.

SBTi’ye dahil şirket sayısı 10 bini aştı

■ Bilimsel Tabanlı Hedefler Girişimi (SBTi), küresel iş dünyasında bilim temelli sera gazı azaltım taahhütlerini bağımsız olarak doğrulayan şirket sayısının 10.000’i geçtiğini açıkladı. Üstelik bu artış bir anda olmadı; yalnızca son bir yılda yaklaşık 2.800 şirket daha SBTi onayı aldı. 2015’ten bu yana şirketlerin iklim hedeflerini bilimsel kriterlerle hizalamayı amaçlayan SBTi, bugün küresel ekonominin önemli bir bölümünü temsil ediyor. Doğrulanmış hedeflere sahip şirketler artık dünya genelinde piyasa değerinin yaklaşık yüzde 40’ını kapsıyor. Başka bir deyişle, iklim hedefleri artık niş bir sürdürülebilirlik konusu değil; doğrudan iş stratejisinin merkezinde. SBTi’nin ortaya koyduğu tablo, coğrafi olarak da dikkat çekici.



Nike’ın DEI hedefleri federal kısıkaçta!

■ Dünya devi Nike, federal bir mahkemenin odağında: Eşit İstihdam Fırsatı Komisyonu (EEOC), şirketin çeşitlilik, hakkaniyet ve kapsayıcılık (DEI) programlarının “beyaz çalışanlara karşı bilinçli bir ayrımcılık” yaratıp yaratmadığını soruşturuyor. Sürdürülebilirlik raporlarında büyük bir gururla sunulan “2025 yılına kadar azınlık temsili %35’e çıkarma” gibi hedefler, bugün hukuki birer “delil” olarak masada. Bu durum, kurumsal dünyada yıllardır parlatılan sosyal sorumluluk vaatlerinin, değişen siyasi ve hukuki konjonktürde nasıl birer risk yönetimi krizine dönüşebileceğini gösteriyor. Soruşturma, işten çıkarmalardan terfi kriterlerine kadar Nike’ın 2018’den bu yana tüm verilerini didik didik ediyor. Nike vakası, ESG’nin (Çevresel, Sosyal, Yönetişim) “Sosyal” ayağında dengelerin ne kadar hassas olduğunu kanıtlıyor.

DÜNYA
Varmış

YAPAY RESİF PROJEMİZ



Yaşında



ÇEKÜL VAKFI GENEL SEKRETERİ | B. ILGIN SÖZEN

ATIK YÖNETİMİNDE FARKINDALIK ARTIYOR

■ Eda Ünsün

Türkiye'nin doğa ve kültür mirasını bütüncül bir yaklaşımla koruma vizyonunu sürdüren ÇEKÜL (Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma) Vakfı, "Doğa ve kültürle varız" ilkesiyle çalışmalarını 35 yılı aşkın süredir kararlılıkla yürütüyor. 2024'ten bu yana Genel Sekreterlik görevini üstlenen B. Ilgın Sözen liderliğinde vakıf; ormanlaştırmadan kültürel mirasın korunmasına, eğitimden yerel kalkınmaya uzanan geniş bir alanda, iş birliği ve toplumsal sahiplenme temelli projeler geliştiriyor. Yeşil İş Platformu Dergisi için gerçekleştirdiğimiz bu söyleşide, doğa ve kültürü birlikte koruyarak sürdürülebilir bir gelecek inşa etmenin yollarını konuştuk.

■ Öncelikle sizi ve ekibinizi kısaca tanıyabilir miyiz?

Kariyerimin ilk 20 yılında kurumsal iletişim ve satış yönetimi disiplinlerinde; önce Borusan Holding, Körfezbank ve Doğuş Yayın Grubu'nda, 2011 yılından itibaren ise girişimcilik dünyasında etkinlik yönetimi, sentetik veri çözümleri ve sürdürülebilirlik odaklı alanlarda çalıştım. Edindiğim deneyim beni 2024

yılında "Doğa ve kültürle varız" diyen ÇEKÜL Vakfı'nın Genel Sekreterlik görevine taşıdı.

ÇEKÜL Vakfı, 35 yılı aşkın süredir doğa, kültür ve insanı tek bir bütün olarak ele alan bir anlayışla çalışıyor. Biz insanı doğanın karşısında değil, yaşamı mümkün kılan ekosistemin ayrılmaz bir parçası olarak görüyoruz. Bu yaklaşımla ormanlaştırmadan eğitime, koruma odaklı saha uygulamalarından doğa ve kültür temelli proje geliştirmeye, yerel yönetimlere teknik desteğe uzanan geniş bir alanda üretim yapıyoruz.

■ ÇEKÜL, ülkemizin doğal, tarihsel ve kültürel varlıklarını korumak amacıyla nasıl çalışmalara imza atıyor?

Biz korumayı tek başına ele almıyoruz; "koruma-kullanma dengesi"ni esas alıyoruz. Doğal alanları, tarihi kentleri ve kültürel mirası yaşatılması gereken canlı varlıklar olarak görüyoruz. Yerel yönetimlerle, üniversitelerle, sivil toplumla ve özel sektörle iş birliği içinde çalışıyoruz.

Orman varlığının artırılması, biyoçeşitliliğin korunması ve iklim kriziyle mücadele kapsamında hem sahada çalışıyor hem de kentlerde eğitim programları yürütüyoruz. 7 Ağaç Ormanları programı toplumsal farkında-

“

**Atık yönetimi,
plastik kullanımı
ve yangın riski
konusunda
farkındalık ve
sorumluluk duygusu
artıyor.”**

lık ve sorumluluk bilinci oluşturmaya hedefliyoruz.

Anadolu'nun çok katmanlı kültürel birikimini korumaya yönelik olarak tarihi kent dokularının korunması için yerel yönetimlerle iş birliği geliştiriyoruz. Amaç sadece yapıları restore etmek değil; o kentlerin hafızasını, üretim kültürünü ve sosyal dokusunu da yaşatmak

Kalıcı etki yaratmanın yolunun bilgi üretmek ve bu bilgiyi kamu, sivil toplum, yerel yönetimler ve özel sektör birliğiyle yaygınlaştırmaktan geçtiğine inanıyoruz. ÇEKÜL Gelecek Akademisi, ÇEKÜL uzmanları ve akademisyenlerin katkısıyla iklimden mimariye uzanan farklı başlıklarda interaktif eğitimler ve atölyeler sunuyor.

■ **“Doğa ve kültürle varız” ilkesiyle hayata geçirilen proje ve programlardan örnekler verebilir misiniz?**

Bu ilke ÇEKÜL'ün tüm çalışmalarının ortak paydasını oluşturuyor. 7 Ağaç Ormanları programı ile orman varlığını artırırken, Anadolu Araştırmaları ile kültürel hafıza-



yı kayıt altına alıyor; Bilgi Ağacı eğitimleriyle çocuklardan eğitimcilere uzanan geniş bir kitleye doğa ve kültür bilinci kazandırıyoruz. Kültür Rotaları, Köyler Yaşamalıdır, Birgi ÇEKÜL Çevre, Kültür ve Sanat Evi'nde yürüttüğümüz; yerel üreticileri ve kadınları destekleyen projelerle yerel kalkınmayı öncelleyen, kimlikli kentler yaratmayı hedefliyoruz.

■ 2025'te 116 bin 186 adet fidana ulaştınız. 1990'dan beri yürüttüğünüz bu başarının ardındaki organizasyonel süreci anlatırmısınız?

Bu sayı güçlü bir fikir öncülüğünün ve işbirliği kültürünün sonucu. 7 Ağaç Ormanları programı 1990 yılında yalın bir fikirle başladı:

Orman varlığının artırılması, biyoçeşitliliğin korunması ve iklim kriziyle mücadele kapsamında hem sahada çalışıyor hem de kentlerde eğitim programları yürütüyoruz.

liyor. Bireyler ise fidanlarını özel sertifikalarla sevdiklerine armağan edebiliyor. En önemlisi, yalnızca doğaya katkı sunmak için binlerce ÇEKÜL'ü fidan sahiplenebiliyor; kendi kampanyasını başlatıp daha fazla ağacın toprakla buluşmasını sağlayabiliyor.

■ ÇEKÜL Anadolu Araştırmaları sizce sadece bir araştırma birimi mi, yoksa Türkiye'nin kültürel hafızasını geleceğe taşıyan bir köprü mü?

Kesinlikle bir köprü, hatta daha fazlası. Anadolu Araştırmaları, Türkiye'nin kültürel hafızasını geleceğe taşıyan bir bellek alanı. Yalnızca veri toplamakla kalmıyor; bu bilgileri yerel yönetimlerin, araştırmacıların ve toplumun kullanımına sunuyor. Geçmişin bilgisini bugünün ihtiyaçlarıyla buluşturuyor ve yerelin gereksinimlerini önceliklendirerek sağlıklı bir gelecek inşa edebilmek için projeler geliştiriyoruz.

Anadolu Araştırmaları'nın yıllar içinde oluşturduğu zengin görsel ve yazılı arşivi, ÇEKÜL Bilgi ve Belge Merkezi ile birlikte dijital ortama aktarıldı. Çok yakın zamanda bu arşivi yapay zekâ ile çok daha kolay kullanılabilir ve toplumsal fayda için erişilebilir hâle getireceğiz. Böylece kullanıcılar; yer, konu, dönem ve anahtar kelimeler üze-



Bir insanın yılda ortalama yedi ağaca eş değer kaynağı tükettiğini biliyoruz ve diyoruz ki, "Doğadan aldığımızı yedi ağaçla geri verelim."

En büyük gücümüzü sahadan alıyoruz. Orman Genel Müdürlüğü, orman işletme şeflikleri ve sahadaki ekiplerle omuz omuza; ekibimiz ve yerel paydaşlarımızla güçlü bir koordinasyon içinde çalışıyoruz. Kurumlar, bireyler ve yerel aktörler bu sürece katıldıkça ortaya yalnızca bir sayı değil, toplumsal bir sahiplenme çıkıyor.

Programa kurumlar, binlerce fidanla kendi adlarını taşıyan koru ve ormanlar oluşturarak katılabi-



rinden aradıkları içeriklere hızlıca ulaşabilecek, arşiv verileri arasında anlamlı bağlantılar kurabilecek ve farklı kaynakları bir arada inceleyebilecek.

Anadolu'daki kültürel ve doğal değerleri coğrafi ve tematik rotalar hâlinde sunmak için "RotaMiras" projesine başladık. "RotaMiras", anıtsal yapılar, korunmuş mimari doku, arkeolojik alanlar ve kırsal miras gibi çok katmanlı değerleri bir araya getiren; web sitesi ve uygulama tabanlı bir kültürel miras platformu olacak. Kullanıcılar harita üzerinden miras noktalarını keşfedebilecek, tematik rotalarla yerinde deneyimleyebilecek ve her bir durak için temel bilgiye, görsel içeriklere ve yönlendirmelere erişebilecek.

■ **Prof. Dr. Metin Sözen'in 1975'te Safranbolu'da başlattığı koruma hareketini bugüne taşıyan temel değerler neler oldu?**

En temel değer bütünsel bakış açısıydı: Doğayı ve kültürü birbirinden ayırmadan ele almak, yerel halkı sürecin öznesi hâline getirmek ve bilginin sahaya aktarılmasını sağlamak. Bu yaklaşım zaman içinde bir modele dönüştü ve bugün Türkiye'nin pek çok kentinde uygulanabilir bir koruma pratiği ortaya çıktı.



Atık yönetimi, yeşil altyapı ve doğa temelli çözümler yerel düzeyde hayata geçtiğinde kalıcı oluyor.

Örneğin, ÇEKÜL Vakfı'nın kuruluşuna önyak olduğu Tarihi Kentler Birliği (TKB) 2000 yılında 52 kentle yola çıktı. Tarihi ve doğal çevre korumasına yerel yönetim politikalarında ağırlık veren, kent kültürünü, sivil toplum katılımını ve toplumsal duyarlılığı geliştirme çabası içindeki kentlerin kabul ediliği birliğin üye sayısı 480'i aştı.

Aynı vizyon doğrultusunda Küçük Menderes Havzası Belediyeler Birliği'nin kurulması için "Ortak Gelecek İçin Küresel Stratejiler Çalıştayı" düzenledik. Atık yönetimi, yeşil altyapı ve doğa temelli çözümler yerel düzeyde hayata geçtiğinde kalıcı oluyor. Bu nedenle merkezi ve yerel yönetimlerin iş birliği büyük önem taşıyor.

■ **ÇEKÜL Bilgi Ağacı'nı klasik çevre eğitimlerinden ayıran temel yaklaşım nedir?**

Bilgi Ağacı, çocukların ve genç-

lerin doğayı deneyimleyerek öğrenmesini hedefliyor. Sadece çocuklar için değil; eğitimciler ve öğretmenler için de atölyeler düzenleniyor. Öğrenciler eğitim sürecinin aktif parçası oluyor; doğrudan ve etkin katılım sağlayarak öğreniyor. İşbirliği, grup içi çalışma ve akran öğrenmesi gibi yöntemler uygulanıyor.

Öğrenciler yalnızca bilgiyi alan değil; sorgulayan, analitik ve yaratıcı düşünce pratikleriyle bu bilgiyi harmanlayan bireylere dönüşüyor. Öğretmenler ise sadece bilgi aktaran değil; rehberlik eden, sorgulamaya alan açan, birlikte öğrenen ve harekete geçmek için ilham veren kişiler hâline geliyor. En belirgin dönüşüm günlük alışkanlıklarda görülüyor. Atık yönetimi, plastik kullanımı ve yangın riski konusunda farkındalık ve sorumluluk duygusu artıyor.

■ **İş hayatında bir kadın olarak kariyer yolculuğunuzda karşılaştığınız en büyük zorluk neydi?**

Kariyer yolculuğumda en büyük zorluk; iniş çıkışlar, beklenmedik engeller ve "Olmadı" dediğim anlarda yeniden başlama cesaretini diri tutmaktı. Edward de Bono'nun sevdiğim sözünü hep kendime hatırlattım: "Düşünme şeklinizi değiştirdiğinizde seçenekler çoğalır." Her zorlanmayı bir son değil, bir fırsat olarak gördüm. Bizim neslin hobisi; çok çalışmak, dengeli yaşamak ve umudu her daim cebimizde taşımak.





Prof. Dr. Rana Atabay KUŞÇU
İstanbul Medipol Üniversitesi
Sürdürülebilir Kalkınma ve İkiz
Dönüşüm Uygulama ve Araştırma
Merkezi Müdürü

*Döngüsel ekonomi ve
sıfır atık yaklaşımı,
maliyetleri yöneten,
tedarik risklerini
azaltan ve rekabet
gücünü besleyen
kalkınma perspektifi
sunuyor.*

Döngüsel ekonomi ticaretin dilini nasıl değiştiriyor?

Döngüsel ekonomi uzun süre geri dönüşüm, atık yönetimi ya da çevresel sorumluluk başlıkları altında ele alındı. Bugün ise çok daha geniş bir çerçevede konuşulmayı hak ediyor. Çünkü döngüsel ekonomi, yalnızca üretim ve tüketim alışkanlıklarını değil; ticaretin neyi, nasıl ve hangi koşullarda değerli kabul ettiğini de dönüştürüyor. Küresel ticaret sistemi, giderek artan biçimde ürün miktarına değil, ürünün yaşam döngüsü boyunca korunabilen değerine bakıyor. Bu dönüşümün merkezinde doğrusal ekonomi anlayışının sınırlarına dayanmış olması yatıyor. Ham madde fiyatlarındaki oynaklık, tedarik zincirlerinin kırılganlığı, jeo-politik gerilimler ve iklim politikaları; ülkeleri ve şirketleri yalnızca maliyet değil, kaynak güvenliği üzerinden düşünmeye zorluyor. Döngüsel ekonomi tam bu noktada, çevresel bir tercih olmaktan çıkıp ekonomik bir zorunluluk hâline geliyor.

Uluslararası literatürde giderek daha fazla vurgulanan “döngüsel ticaret” kavramı, bu değişimi kavramsal olarak da görünür kılıyor. Ticaretin konusu artık yalnızca yeni üretilmiş mallar değil; ikinci el ürünler, yeniden üretilmiş parçalar, ikincil ham maddeler, onarım ve bakım hizmetleri ile bu faaliyetleri mümkün kılan bilgi ve teknolojilerden oluşan daha geniş bir alanı kapsıyor. Başka bir ifadeyle, ticaret giderek “ilk üre-

tim”den ziyade, “değerin korunması” etrafında şekilleniyor. Bu noktada önemli bir ayrımı net biçimde yapmak gerekiyor: Döngüsel ticaret, atığın ticareti değildir. Atık ticareti çoğu zaman maliyetin ve çevresel riskin başka coğrafyalara aktarılması anlamına gelirken; ikincil ham maddenin ticareti sanayi girdisi güvenliği, maliyet istikrarı ve üretim sürekliliği anlamına gelir. Kalitesi tanımlanmış, standartlara uygun ve izlenebilir ikincil ham maddeler; bugün birçok sektör için stratejik bir üretim girdisine dönüşmüş durumda. Bu nedenle döngüsel ticaret, çevre politikalarının uzantısı değil; sanayi ve rekabet politikalarının ayrılmaz bir parçası olarak okunmalı.

Kapsayıcı olması önemli

Küresel ölçekte döngüsel ticaretin büyümesi de bu dönüşümü destekliyor. İkinci el ürünler, ikincil ham maddeler ve onarım-bakım hizmetleri; artık “niş” alanlar değil, hızla ölçeklenen ticaret kalemleri hâline geliyor. Ancak bu büyümenin niteliği, en az hacmi kadar önemli. Çünkü döngüsel ticaret bugünkü hâliyle eşitsiz bir yapı sergiliyor. Katma değerlin büyük bölümü yüksek gelirli ülkelere kalırken, düşük ve orta gelirli ülkeler çoğu zaman düşük kaliteli ikinci el ürünlerin ve atık akışlarının nihai varış noktası hâline geliyor. Bu durum literatürde giderek

daha fazla “döngüsellik açığı” (circularity divide) olarak tanımlanıyor.

Dolayısıyla mesele sadece döngüsel olmak değil; kapsayıcı (inclusive) bir döngüsel ticaret modeli kurabilmek. Döngüsel ekonomi, eğer doğru tasarlanmazsa doğrusal ekonominin yarattığı eşitsizlikleri farklı bir biçimde yeniden üretebilir. Değer üretiminin nerede gerçekleştiği, bilginin ve teknolojinin kimde toplandığı ve ticaretin hangi aşamasında kârın yakalandığı bu açıdan belirleyici. Döngüsel ticaretin kapsayıcı olabilmesi için, ülkelerin yalnızca döngüsel ürünlere erişmesi değil; bu ürünlerin değer zincirinde aktif rol alabilmesi gerekiyor.

Bu noktada ticaretin teknik altyapısı kritik bir rol oynuyor. Döngüsel ürünlerin ticareti, mevcut gümrük ve sınıflandırma sistemleri içinde yeterince görünür değil. Dünya genelinde kullanılan Harmonize Sistem (HS) kodları, doğrusal ekonomi mantığıyla tasarlandığı için; onarılmış, yeniden üretilmiş ya da ikincil ham maddelerden elde edilmiş ürünleri ayırt etmekte zorlanıyor. Dolayısıyla, döngüsel ürünler çoğu zaman ya yeni ürünlerle aynı kategoride değerlendiriliyor ya da ek bürokratik süreçlere tabi tutuluyor. Bu görünmezliğin somut maliyetleri var. Döngüsel ticaret yapan firmalar, yeni ürünlere kıyasla daha yüksek işlem maliyetleriyle, daha uzun izin süreçleriyle ve daha fazla belirsizlikle karşı karşıya kalabiliyor. Bu durum, döngüsel iş modellerinin ölçeklenmesini zorlaştırırken, ticaret politikaları ile çevresel hedefler arasındaki uyumu da zedeliyor. Oysa ticarete görünmeyen şey desteklenmez; desteklenmeyen şey ise rekabet avantajına dönüşemez.

Sanayi ve ticaret beraber

Türkiye açısından bakıldığında tablo iki yönlü bir potansiyel barındırıyor. Türkiye, sanayi çeşitliliği, coğrafi konumu ve üretim kapasitesiyle döngüsel ticaret için önemli avantajlara sahip. Ancak bu avantaj-



ların rekabet gücüne dönüşebilmesi, ikincil ham maddelerin ve döngüsel ürünlerin ticari değerinin doğru tanımlanmasına bağlı. Türkiye'nin bu alanda yalnızca bir “akış ülkesi” değil, katma değer üreten bir aktör olması; sanayi politikaları ile ticaret politikalarının birlikte ele alınmasını gerektiriyor.

Bu çerçevede döngüsel ekonomi, Türkiye için yalnızca bir çevre hedefi değil; doğrudan sanayi güvenliği ve rekabet kapasitesiyle ilişkili bir başlık olarak ele alınmalı. İkincil ham maddelerin etkin ve sistematik biçimde kullanımı, dışa bağımlılığı azaltırken maliyet dalgalanmalarını dengeleyen ve tedarik risklerini yöneten bir araç sunuyor. Küresel ticarette belirsizliğin arttığı, arz güvenliğinin stratejik önem kazandığı bir dönemde döngüsellik, sanayi için yalnızca bir sürdürülebilirlik tercihi değil, aynı zamanda bir esneklik alanı yaratıyor. Bu tartışmanın Mart ayındaki Uluslararası Sıfır Atık Ayı ile kesişmesi de bu nedenle anlamlı. Sıfır atık yaklaşımı, döngüsel ekonominin toplumsal ve kültürel zeminini güçlendirirken; Türkiye’de Sıfır Atık

Vakfı’nın çalışmaları, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı’nın politika çerçevesi ve İklim Değişikliği Başkanlığı’nın koordinasyon rolü, bu dönüşümün yalnızca bireysel davranışlarla sınırlı kalmadığını gösteriyor.

Döngüsel ekonomi ve sıfır atık yaklaşımı, ticaret politikalarıyla birlikte düşünüldüğünde; maliyetleri yöneten, tedarik risklerini azaltan ve uzun vadeli rekabet gücünü besleyen bir kalkınma perspektifi sunuyor. Bu nedenle döngüsel ekonomi, ticareti daraltan bir çevre yaklaşımı değil; rekabetin dayandığı zemini yeniden tanımlayan bir ekonomik çerçeve olarak okunmalı. Küresel ticarete avantaj, artık daha çok üretenlerden ziyade; kaynağı daha verimli kullanan, ürünü daha uzun süre değer zincirinde tutabilen ve bu süreci şeffaf biçimde yönetebilen aktörlere doğru kayıyor. Rekabet gücü, hacimle değil; değer korunma kapasitesiyle ölçülüyor. Bugün asıl mesele, ticarete ne kadar yer aldığımızdan çok; yarının ticaretinde hangi niteliklerle var olacağımızdır.

Türkiye’de Şubat ayının sürdürülebilir markaları

Son dönemin öne çıkan konularından biri olan sürdürülebilirlik; büyük markaların bu alandaki çalışmaları ile daha da çok gündeme geliyor. Şubat 2026 itibarıyla markalarda bu konuya dikkat çekmek ve ekolojik dengeye yarar sağlayabilmek için sürdürülebilirlik ile ilgili somut adımlar atıyor.

Enerji = VARTA

Pil teknolojileri alanında uzun yıllara dayanan deneyime sahip olan VARTA, sürdürülebilirlik, kalite ve geri dönüşüm alanındaki çalışmalarıyla dikkat çekiyor. 1887 yılında Almanya’da kurulan VARTA, pil ve enerji depolama çözümleri alanında faaliyet gösteriyor. VARTA, çevresel etkisini azaltmaya yönelik çalışmalarını küresel ölçekte sürdürüyor. Üretim süreçlerinde enerji verimliliği uygulamaları, geri dönüştürülebilir ambalaj kullanımı ve

karbon ayak izinin azaltılmasına yönelik yatırımlar şirketin öncelikli başlıkları arasında yer alıyor. VARTA, pil geri dönüşümünün yaygınlaştırılması ve toplumsal farkındalığın artırılması amacıyla çeşitli iş birlikleri ve kampanyalar yürütüyor. VARTA Türkiye tarafından yürütülen Atık Pil Toplama Kampanyası kapsamında, tüketicilerin atık pillerini geri dönüşüme kazandırması teşvik ediliyor. Kampanya çerçevesinde sadece 2023 yılında 14.500 fidan toprakla buluşturuldu.



Dernek = SKD Türkiye

İklim krizi, regülasyonlar ve ESG beklentileri iş dünyasında yeni bir liderlik tanımı yaratıyor. SKD Türkiye ve Özyeğin Üniversitesi tarafından hayata geçirilen SustainHUB Academy, sürdürülebilirliği kurumların merkezine taşıyacak profesyonelleri yetiştirmek üzere ikinci dönemine başlıyor. İş dünyasında sürdürülebilirlik artık yalnızca bir uyum başlığı değil, stratejik bir yetkinlik alanı olarak öne çıkıyor. SKD Türkiye Yönetim Kurulu Başkanı Ediz Günsel, “Türkiye’nin COP31’e

ev sahipliği yapması, iş dünyası için önemli bir fırsat olduğu kadar ciddi bir sorumluluk da getiriyor. İklim Kanunu ve yeni regülasyonlarla birlikte şirketlerin, sürdürülebilirliği kurumlarının merkezine koyacak güçlü ve donanımlı kadrolara ihtiyacı var. Özyeğin Üniversitesi ile yürüttüğümüz SustainHUB Academy, profesyonellerin yalnızca bugünün gerekliliklerine değil, geleceğin sürdürülebilirlik liderliği ihtiyaçlarına da hazırlanmasını hedefliyor.” dedi.

Elektrik = Dicle Elektrik

Dicle Elektrik, 2025 yılında yürüttüğü geri dönüşüm faaliyetleriyle 3 milyon 700 bin kilogramdan fazla atığı ekonomiye kazandırarak çevresel sürdürülebilirliğe katkı sundu. Geri dönüşüm sayesinde yaklaşık 7,5 milyon kilovatsaat (kWh) enerji tasarrufu sağlarken, bu rakamın yaklaşık 2 bin 500 hanenin bir yıllık elektrik ihtiyacına eş değer olduğu belirlendi. İnsan ve çevre odaklı yaklaşımıyla

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde sürdürülebilir enerji yönetimine öncülük eden Dicle Elektrik, 2025 yılı boyunca gerçekleştirdiği çevre yönetimi uygulamalarıyla dikkat çekici kazanımlar elde etti. Metal, kağıt, ahşap ve plastik gibi geri dönüştürülebilir atıkları sistemli şekilde ayrıştırarak ekonomiye kazandıran şirket, toplamda 3 milyon 700 bin kilogramdan fazla atığın geri dönüşümünü sağladı.



Eğitim = Sabancı Üniversitesi

Sabancı Üniversitesi Rektör Yardımcısı Prof. Dr. Mehmet Yıldız, Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, İklim Değişikliği Başkanı Prof. Dr. Halil Hasar ile bir araya geldi. Görüşmede, COP31 kapsamında Türkiye'nin iklim hedeflerine ulaşmasında akademik AR-GE'nin rolü ve stratejik iş birliği fırsatları ile üniversitenin COP31 sürecine sunabileceği katkılar ele alındı. Prof. Dr. Mehmet Yıldız, "Sabancı Üniversitesi olarak sürdürülebilirlik ve iklim alanındaki bilimsel katkılarımızı toplumsal faydaya dönüştürmeyi öncelikli bir hedef olarak görüyoruz." dedi. Ankara'da gerçekleşen görüşmede, Sabancı Üniversitesi'nin güçlü araştırma merkezleri ve disiplinler arası çalışma kültürü vurgulandı. Üniversite çatısı altında önemli süreçler yürüten ilgili akademik birimlerin, merkezlerin ve forumların COP31 eylem ajandasıyla uyumluluk gösteren çalışmalarından bahsedildi.

Teknoloji = NESEA

Kurucusu Nermin Sena Özger liderliğinde, atık midye kabuklarını ileri dönüştürerek yapay resifler üreten NESEA, TÜBİTAK destekli Ar-Ge süreçleri ve patentli biyomalzeme reçetesiyle sektörde fark yaratıyor. Özger'in liderliğinde İZDENİZ A.Ş. ile yürütülen projelerde, deniz altına yerleştirilen malzemelerde sadece sekiz ay gibi kısa bir sürede sünger ve canlı yaşamı oluşumu gözlemlenerek ekosistem onarımında somut bir başarı elde edildi. Nermin Sena Özger'in NESEA ile ortaya koyduğu "denizden aldığını denize geri verme" modeli, Davos 2026'nın en önemli çıktısı olan restoratif ticaret anlayışıyla tam bir uyum sergiliyor. Geleceğin ticaret düzeni, denizleri sadece bir ulaşım yolu olarak gören değil, onu yaşayan bir sermaye olarak koruyan ve iyileştiren yapılar üzerinden yükselecek.





MAKRO YEŞİL

Dilhan Hız

“Kadınlar için teknoloji ‘hükmetme’ değil; ‘onarma’ aracı... Gezegeni onarmak için ihtiyacımız olan şey de bu: doğayla kavga etmeyen, onun ritmini anlayan teknolojik akıl.”

Sevgili Okur,

Dünyanın herhangi bir yerinde katat çırpın yeşil bir stratejinin; küresel ticaretin ve iş yaşamının tüm dengelerini nasıl değiştirdiğine tanıklık ettiğimiz bir dönemden geçerken, bu sayıdan itibaren her ay, sürdürülebilirliği sadece bir tercih değil, bir zorunluluk haline getiren global gelişmeleri; dev markaların rotasını, uluslararası regülasyonları ve yerkürenin ortak geleceğini şekillendiren makro hamleleri bu köşede birlikte mercek altına alacağız. Bu sayının odağı ise bambaşka: kadın!

8 Mart geldi çatı. Yine her yer kırmızı güller, “çiçektir, böcektir” klişeleri ve muhtemelen sürdürülebilirlik raporlarına serpiştirilen o meşhur “Kadın istihdamına önem veriyoruz...” cümleleriyle dolup taşacak. Ama Makro Yeşil’de bu sefer çiçeğe böceğe değil; meselenin tam kalbine; o biraz sert, biraz karışık ama bir o kadar da hayati olan “dişil zekâ”ya odaklanalım istiyorum. Çünkü kabul edelim beyler; dünyayı bu hale getiren o testosteron yüklü, “hükmet, fethet, tüket” mantığıydı.

Şimdi ortalığı toplama sırası yine bizde gibi görünüyor.

Ekolojik krizin cinsiyetçi tavrı

İklim krizi dediğimiz o devasa canavar, aslında sandığımızdan çok daha “ayrımcı” bir karakter sergiliyor. İstatistikler soğukkanlıdır ve bazen can yakar; ama zeki bir kadın o verilerin arasından gerçeği çekip çıkarmayı bilir. Güneyde su peşinde kilometrelerce yürüyen de kadın, tarım arazisi tuzlandığı için ailesini doyuramayan da... Ancak burada durup bir nefes alalım ve şu gerçeğe odaklanalım: kadınlar, krizin pasif kurbanları değil; ekolojik direnişin en şık ve en zeki oyuncularıdır.

Basra’nın o 50 derecelik cehennem sıcaklığında, laboratuvar ortamında “iklim savaşçısı” hurma fidanları yetiştiren kadın araştırmacıları düşünün. Onlar sadece bitki üretmiyor; bir ekosistemi, bir kültürü ve en önemlisi bir geleceği “tasarlıyorlar”. Biz kadınların olayı zaten her zaman bu oldu. Enkazın ortasında bile bir yaşam alanı inşa



Gezegeni kadınlar mı kurtaracak yoksa biz mi çok iyimseriz?

etmek. Bu, sadece bir fedakârlık değil; stratejik bir varoluş biçimi.

İş dünyasının o gri takım elbiseli, çelikten soğuk koridorlarında ESG (Çevresel, Sosyal ve Yönetişim-Environmental, Social, and Corporate Governance) kelimesi bugünlerde havada uçuşuyor. Herkes sürdürülebilirlik raporu hazırlama yarışında. Ama küçük bir sır vereyim: Eğer o devasa yönetim kurulu masasında sadece aynı tipte düşünen, aynı hırslarla beslenen ve aynı egolarla yöneten bir kitle oturuyorsa, o rapor sadece pahalı bir kâğıt israfından ibarettir. Daha fazlası değil. Neden mi? Çünkü kadınların karar mekanizmasında olduğu şirketler, sadece daha “şefkatli” oldukları için değil, risk yönetiminde çok daha “uyanık” oldukları için daha yeşiller. Bir kadın yönetici, bir yatırım kararını alırken sadece çeyrek sonu bilançosuna odaklanmaz. O kararın on yıl sonraki ekolojik faturasını, tedarik zincirindeki çocuk işçiliğini ya da o fabrikanın saldırdığı emisyonun yerel halk üzerindeki etkisini de masaya yatırır. Kadın liderliği, “intersectional” yani “kesişimsel” düşünmeyi gerektirir. Biz biliyoruz ki; bu gezegen elden giderse, o muazzam kârları sergileyecek sık bir ofis bile bulamayacağız. Kısa vadeli kâr hırsının yarattığı enkazı, ancak uzun vadeli ve kapsayıcı bir vizyon temizleyebilir.

Cüzdanımızdaki devrim

Gelelim meselenin ekonomik boyutuna... Dünyadaki tüketim kararlarının %80’inden fazlasını biz kadınlar veriyoruz. Bu, aslında dünyanın en büyük “sessiz” yaptırım gücü. Bir annenin çocuğuna aldığı oyuncakın plastiğini sorgulaması, bir kadının gardirobunu “hızlı moda” canavarından kurtarip

sürdürülebilir yerel markalara yöneltmesi, makroekonomide devasa bir tsunami yaratıyor aslında.

Biz artık sadece “tüketici” değiliz; biz “türeticiyiz”. Aldığımız her kahve çekirdeğiyle, seçtiğimiz her tekstil ürünüyle aslında geleceğin dünyasına bir oy veriyoruz. Markalar artık bizi sadece “yeşil” logolarla kandıramıyor. Şeffaflık, etik üretim ve toplumsal fayda artık bizim için birer “aksesuar” değil, satın alma kararımızdaki ana kriter. Cüzdanlarımız birer silah ve biz bu silahı gezegeni korumak için kullanmayı çok iyi öğrenmiş durumdayız.

Sürdürülebilirlik denince akla gelen o dev karbon yakalama tesisleri ya da karmaşık mühendislik harikaları bazen çok “mekanik” kalıyor. Özünde, gerçek inovasyon, doğayla savaşmak değil, doğayla uyumlanmak. Kadın girişimciler; döngüsel ekonomi, biyoteknoloji ve yenilenebilir enerji alanlarında daha az kaynakla daha fazla toplumsal fayda üreten modeller geliştiriyorlar. Çünkü kadınlar için teknoloji bir “hükmetme” aracı değil, bir “onarma” aracı. Gezegeni onarmak için ihtiyacımız olan şey ise tam olarak bu: doğayla kavga etmeyen, onun ritmini anlayan bir teknolojik akıl.

Doğayı onarmak “ev işi” mi?

Bazen kendime soruyorum: Sürdürülebilirlik aslında dünyanın en büyük “ev işi” olabilir mi? Dağınıklığı topla, kaynakları verimli kullan, kimsenin aç kalmadığından emin ol ve bir sonraki güne hazırlık yap... Eğer tanım buysa, tebrikler; binlerce yıldır yaptığımız “karşılıksız emek” stajı bizi bu küresel krizin doğal liderleri yaptı bile! Ama bu sefer mutfakta değil; strateji masasında, laboratuvarında, şantiyede ve fabrikadayız.



8 Mart’ta bize çiçek almayın; bize eşit alan açın. Bize bütçe verin, yetki verin ve o bitmek bilmeyen “onarma” tutkumuzun neler başarabileceğini izleyin. Çünkü Makro Yeşil’in bu sayısında altını çizdiğimiz gibi: Gezegeni kurtarmak bir lütuf değil, bir varoluş mücadelesi. Ve bu mücadelede kadınların zekâsı, sezgisi ve pragmatizmi en büyük kozumuz.

Gelecek yeşil olacaksa, o yeşilin tonunu biz belirleyeceğiz. Hem de her zamanki gibi, çok sık bir şekilde!

Sınırların kalktığı, iklim krizinin ve dijital dönüşümün ekonomiyi yeniden tanımladığı bu yeni düzende, rotamızı dünyanın merkezine kıyıyoruz. Türkiye’den dünyaya bakmak yerine, dünyanın içinden sürdürülebilir bir gelecek inşa etmenin yollarını arayacağız.

Hoş bulduk.

Holdinglerin evreci yatırımları

İklim değişikliği ve doğal kaynakların bilinçsiz tüketimi, gezegenimizin kaynaklarını her geçen gün zorluyor. Yaşanabilir bir gelecek için doğal kaynakları verimli kullanmak gerekiyor. Günümüzde şirketlerin sadece çevreye yatırım yapması yetmiyor. Artık şirketlerin bir yandan üretirken bir yandan da doğayı koruması gerekiyor. Tüketiciler çok daha bilinçli ve çevreye daha duyarlı. Özellikle evreci şirketler daha çok tercih ediliyor. Pek çok şirket de sürdürülebilir şirket statüsüne yükselmek için çalışmalarını sürdürüyor.



Abaloğlu Holding

Abaloğlu Holding sürdürülebilirlik çalışmalarını “Çevre Politikası” adı altında yürütüyor. Holding, toplumsal ve sosyal sorumluluk bilinci doğrultusunda, doğal dengeyi ve çevresel değerleri nesiller boyu korumak, geliştirmek vizyonu ile DOÇEV-Doğa ve Çevre Vakfı’nın kuruluşuna önderlik etti. Abaloğlu Holding, “Kendi Ormanını Kendin Kur” projesiyle hatıra ormanları oluşturuyor; parklar, koruluklar ve çeşitli kamusal alanların ağaçlandırılmasına katkı sağlıyor. 2024 sonu itibarıyla yaklaşık 588.000 fidan sayesinde erozyon önleni ve Denizli yeşillendi. Holding, yaşanan çevrenin korunmasının ve iyileştirilmesinin işin ayrılmaz bir parçası olduğu bilinciyle hareket etmekte; ürünlerin, kullanılan girdilerin ve yürütülen faaliyetlerin kalitesini artırırken çevre üzerindeki



etkilerini en aza indirmeyi hedefliyor. Temeli “Önce İnsan” olan yönetim anlayışını benimseyen Abaloğlu Holding, çevrenin korunmasını yasal gerekliliklerin ötesinde, topluma olan saygının bir göstergesi olarak kabul ediyor. Holding, çevreyi kirletmemek, çevresel performansı ve kaliteyi sürekli iyileştirmek, kaynakları etkin kullanmak ve hurda ile atık oranlarını azaltmak için çalışıyor. Ayrıca, üretim

süreçlerindeki kirlilik kaynaklarını ortadan kaldırmak ve ürünlerin yaşam boyu çevresel etkilerini tasarım aşamasında dikkate alarak sağlık ve çevre risklerini en aza indirmeyi öncelik olarak görüyor. Abaloğlu Holding’in çevre koruma faaliyetleri arasında hava kalitesinin korunması, su kirliliğinin kontrolü, atık yönetimi, çevre yönetim sistemi uygulamaları ve toplumun bilinçlendirilmesi yer alıyor.

Acıbadem Sağlık Grubu

Acıbadem Sağlık Grubu, sağlık hizmetlerindeki öncü ve kalite odaklı yaklaşımını, çevresel sorumlulukla bütünleştirerek sürdürülebilir bir gelecek için kararlı adımlar atmaya devam ediyor. Acıbadem Sağlık Grubu, sürdürülebilirlik alanındaki yaklaşımını ve yürüttüğü çalışmaları

“kurumsal bilgiler başlığı” altında kamuoyuyla paylaştı. Bu vizyonun somut örneklerinden biri olarak hayata geçirilen Acıbadem Güneş Enerjisi Santrali (GES), Eskişehir’de 900 dönümlük bir alan üzerinde kurulmuş olup, 85 MWp kurulu gücüyle yıllık yaklaşık 130 milyon kWh elektrik enerjisi üretme kapasitesine sahip. Bu kapasite, Acıbadem Hastaneleri ve Tıp Merkezleri’nin toplam elektrik ihtiyacının büyük bir bölümünü karşılayarak

sağlık hizmetlerinin kesintisiz ve sürdürülebilir bir şekilde yürütülmesine katkı sağlıyor. GES’te üretilen elektrik enerjisi, yüksek gerilime dönüştürülerek Türkiye Elektrik Şebekesi’ne aktarılıyor. Bu sayede yalnızca Acıbadem’in enerji ihtiyacı yenilenebilir kaynaklardan sağlanmakla kalmıyor, aynı zamanda ulusal enerji sistemine de önemli bir destek sağlanıyor. Fosil yakıt kaynaklı elektrik üretiminin önüne geçilmesi sayesinde, yılda yaklaşık 65.000 ton CO₂ salımı engelleniyor; bu da yaklaşık 3 milyon ağacın dikilmesine eş değer bir çevresel kazanım anlamına geliyor. Bu sayede Acıbadem, enerji üretiminde çevre dostu yöntemleri benimseyerek karbon ayak izini önemli ölçüde azaltıyor ve sağlık sektöründe sürdürülebilir enerji kullanımına örnek teşkil ediyor. GES projesi, kurumun çevresel sürdürülebilirlik konusundaki uzun vadeli vizyonunun somut bir göstergesi olarak öne çıkarken, sağlık sektöründe çevreye duyarlı ve yenilikçi yaklaşımın ne denli mümkün olduğunu gösteriyor.



Cengiz Holding

Cengiz Holding, tüm tesislerinde sürdürülebilir çevre bilinciyle üretim faaliyetlerini yürütüyor. Bu bilgilere, Cengiz Holding'in "İyi Bir Gelecek İçin" başlıklı sürdürülebilirlik yaklaşımında yer veriliyor. Holding çevre yönetimi politikalarıyla karbon ve su ayak izlerini azaltmaya odaklanırken, faaliyet gösterdiği tüm kentlerde doğal kaynakların korunması ve rehabilitasyonu için ilgili kurumlar ve üniversitelerle araştırmalar yürütüyor ve yeni projeler hayata geçiriyor. Bu kapsamda, tüm tesislerinde Sıfır Atık Yönetimi Sistemi'ni uyguluyor; atık yönetimi ve kaynağında ayrıştırma çalışmalarını titizlikle yürütürken, atıklardan geri kazanım ve geri dönüşüm yöntemlerini hayata geçirerek Türkiye ekonomisine etkin katkı



sağlıyor. Ömrünü tamamlayan ocakların kapatılması ve bölgenin rehabilitasyonu kapsamında, yöreye özgü ağaç türlerinin yanı sıra yapılan araştırmalar sonucunda toprağa en uygun ağaçları dikerek yeni yeşil alanlar oluşturuyor; son 10 yılda holding işletmelerinde 2 milyon

ağaç dikimi gerçekleştirdi. Ayrıca, tesislerin bulunduğu arazilerde bölgeye ait endemik tohumların korunması için çalışmalar yürütüyor, üniversitelerle yaptığı iş birlikleriyle topladığı tohumları Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı Türkiye Tohum Gen Bankası'na teslim ediyor.

Kazancı Holding

Kazancı Holding, kendini sürdürülebilir bir geleceğe adıyor. Bu hedefe ulaşmak için enerjiyi daha temiz bir şekilde üreterek ve tüketimini daha akıllı hale getiriyor. Kazancı Holding, 2024 Sürdürülebilirlik Raporu'na göre grup şirketleri, ağaçlandırma ve karbonsuzlaşma projeleri ile

yenilenebilir enerji yatırımları sayesinde doğaya katkı sağlıyor. Kazancı Holding, 2024 yılına ilişkin faaliyetlerini ve performans verilerini Sürdürülebilirlik Raporu 2024 kapsamında kamuoyuyla paylaştı. 2024 yılında Aksa Enerji, Aksa Doğalgaz, Aksa Elektrik ve Aksa Jeneratör dahil olmak üzere elektrik tüketimlerinden kaynaklanan toplam 16.565 ton CO₂e emisyonu önledi.

Türkiye'de jeneratör sektöründe karbon ayak izi hesaplayan ilk firma olan Aksa Jeneratör, çevresel etkilerini bilimsel yöntemlerle ölçümleyerek etkin bir şekilde yönetmeye başladı. Holding 2030 yılına kadar yapacağı yeni yatırımların en az %40'ını yenilenebilir enerji kaynaklarına yönlendirmeyi hedefliyor. Ayrıca, geri dönüştürülebilir atıkların tamamının (%100) geri kazanılmasını sağlayarak kaynak verimliliğini artırmayı ve döngüsel ekonomiye katkıda bulunmayı amaçlıyor. 2024 yılı içerisinde, Kazancı Holding'de kullanılan yazıcılarda, zaman aşımına uğrayan ve otomatik olarak silinen baskı talepleri sayesinde toplam 119.513 adet kağıt kullanımının önüne geçildi. Bu uygulama ile yaklaşık 15 ağacın kesilmesi engellenmiş, 1.543,12 kg CO₂e sera gazı emisyonunun salımı önlendi. Kazancı Holding, ekosistemlerin korunması ve yeniden canlandırılması amacıyla sürdürülebilirlik bütçesinin %25'ini biyoçeşitlilik projelerine, %10'unu ise temiz su girişimlerine ayırıyor.



Turkon Holding

Turkon Holding, deniz taşımacılığında sürdürülebilirlik ve operasyonel mükemmellik odağında paydaşlarıyla birlikte büyümeyi ve uzun vadeli, kalıcı değer yaratmayı hedefliyor. Turkon Line 2024 Sürdürülebilirlik Raporu'na göre Holding, faaliyetlerini sürdürülebilir, verimli ve gelecek odaklı bir yaklaşımla yeniden yapılandırdı. Bu kapsamda, yapımı devam eden ve 2026 yılı itibarıyla devreye alınması planlanan; LNG, MGO, HFO, VLSFO ve ULSFO olmak üzere beş farklı yakıt türüyle çalışabilen, Eco-Tasarım özelliklerine sahip ve 4.012 TEU kapasitedeki iki yeni gemiyle filo kapasitesinin %50 oranında artırılması amaçlanıyor. Tüm gemilerde Çöp Yönetim Planı ve Çöp Kayıt Defteri bulundurulmakta; atıklar türlerine göre ayrıştırılarak limanlardaki yetkili tesislere



teslim edilmekte ve kayıt altına alınıyor. Gemilerde bulunan Atık Su Arıtım Tesisleri ve depolama tankları sayesinde arıtılmış atık sular uluslararası mevzuata uygun şekilde boşaltılarak deniz kirliliğinin önüne geçiliyor. Turkon Holding, biyoçeşitlilik yönetimini operasyonel süreçlerine entegre ederek Balast Suyu Yönetimi Sözleşmesi'ne tam uyum sağlıyor. Onaylı balast suyu arıtım sistemleriyle istilacı türlerin yayılımı önlenirken, düzenli gövde ve pervane bakım programlarıyla

deniz canlılarının gemi yüzeylerine tutunması engelleniyor. Holding, yakıt kaynaklı çevresel etkilerin azaltılması yönünde de somut adımlar atıyor. Düşük sülfür içeriğine sahip yakıtların kullanımını sürdüren Turkon Holding'in toplam yakıt tüketimi içinde HFO'nun payının 2023 yılında %89,1 iken 2024 yılında %86,5'e gerilemesi, yakıt verimliliğinde kaydedilen ilerlemeyi ve operasyonel sürdürülebilirliğe verilen önemi açıkça ortaya koydu.

Kibar Holding

Kibar Topluluğu, 50 yıllık köklü tarihinden aldığı güçle sürdürülebilirlik odağındaki dönüşüm sürecini başarıyla gerçekleştirmekte ve sürdürülebilir değer yaratma hedefiyle çalışıyor. Kibar Holding 2024 Sürdürülebilirlik Raporu'na göre, holding doğal kaynakların

sonsuz ve sınırsız olmadığı bilinciyle hareket ediyor, döngüsel ekonomi prensiplerine dayanan sürdürülebilirliğe odaklanmış bir üretim modelini benimsiyor. 2050 yılına kadar Net Sıfır Emisyon hedefine ulaşmak için çalışıyor. Kibar Topluluğu, 2024 yılında Tuzla'da su geri kazanım tesisini devreye aldı. Bu tesis sayesinde önemli miktarda su tasarrufu sağlandı ve su

kaynaklarının verimli kullanımı artırıldı. Kibar Holding, su kaynaklarının verimli kullanılması yönündeki çalışmalarıyla su yoğunluğunu önemli ölçüde düşürdü. Raporlama kapsamındaki şirketler, 2024 yılında birim hasıla başına tüketilen su miktarını bir önceki yıla göre %31,9 oranında azalttı. Holding Kocaeli Üniversitesi'yle yaptığı iş birliği kapsamında hayata geçirdiği "Biyoçeşitliliği Koruma Projesi" ile uzun vadeli iş devamlılığına, doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına, iklim değişikliğine karşı dayanıklılığa, tedarik zinciri sürekliliğine, yasal uyuma, risk yönetimine ve sosyal sorumluluğa katkı sağlamayı hedefliyor. 2024 yılında kullanılan ham maddenin %34,5'i geri dönüştürüldü. Atıkların azaltılması ve geri kazanılmasına yönelik yürütülen çalışmalar sonucunda Holding'in atık yoğunluğu azaltıldı. Raporlama kapsamındaki şirketlerde atık geri kazanım oranı 2024 yılında %99,3 olarak gerçekleşti.



FERN

*Vücudunu tanıyan akıllı koltuk

Her hareketine uyum sağlayan esnek yapısı, benzersiz konforu ve tam sırt desteğiyle seninle birlikte çalışan Fern, 40 yılı aşkın ergonomi araştırmasının sonucu olarak geliştirildi. Sadece bir koltuk değil, iş verimini de artıran Fern ile daha rahat otur, daha iyi çalış, kendini daha iyi hisset.

İnovasyon + İnsan x Konfor = HAWORTH



HAWORTH by BMS DESIGN CENTER
Nispetiye Cad. Seheryıldızı Sk.5 Etiler
T. 0212 263 64 06
info@bms.com.tr | bms.com.tr
f bmsdesigncenter | @ bmsdesigncenter



DESIGN
CENTER

1984



BUSINESS WORLD GLOBAL DERGİSİ DİJİTAL DÜNYADA DA YANINIZDA!

İş dünyası ve finans gündemini ele alıyor, ekonomi haberleri, şirket analizleri, yatırım ve sektör gelişmelerini sunmaya devam ediyoruz. Cep telefonunuzdan QR kodlarını okutarak, online platformlardan bize ulaşabilir ve Business World Global'i takip edebilirsiniz.



INSTAGRAM
PROFİLİ



LINKEDIN
HESABI



BUSINESS
WORLD GLOBAL
WEB SİTESİ

Paraf Premium'la hayat size özel

Ayda
36.000
TL'ye varan
kazanç fırsatı



Yurt içi ve
yurt dışı
restoranlarda
%20'ye
varan indirim,
otellerde
%5 indirim

Yurt dışı
çıkış harcı
hediye

Dünya çapında
1.800'den
fazla
lounge
ücretsiz

Her
harcamanıza
%1
ParafPara

ParafParalar
3 kat
daha değerli

Benzersiz ve kendinizi özel hissettiren
ayrıcılıkların metal kart şıklığıyla tamamlandığı
Paraf Premium, her yerde sizinle.

Kart ücreti ilk harcamadan bir yıl sonra alınmaktadır.